

Linda Simos

SISÄINEN VIESTINTÄ YRITYKSESSÄ X

Opinnäytetyö

Johdon assistenttityön ja kielten koulutusohjelma

Marraskuu 2015



KYAMK
University of Applied Sciences

Tekijä/Tekijät	Tutkinto	Aika
Linda Simos	Tradenomi	Marraskuu 2015
Opinnäytetyön nimi		
Sisäinen viestintä yrityksessä X		51 sivua 5 liitesivua
Toimeksiantaja		
Yritys X		
Ohjaaja		
Lehtori Nina Hartikainen		
Tiivistelmä		
<p>Tämän opinnäytetyön aiheena on yrityksen X sisäinen viestintä. Opinnäytetyön tarkoituksena oli selvittää sisäisen viestinnän nykytilaa kokonaisuudessaan sekä eri viestintäkanavien merkitystä työntekijöiden näkökulmasta.</p> <p>Teoriaosuudessa käytettiin kirjallisia lähteitä, jotka käsittelivät yrityksen sisäistä viestintää sekä esimiesviestintää. Teoreettinen viitekehys koostuu organisaation sisäisen viestinnän merkityksestä, viestintäkanavista, esimiesviestinnästä sekä yleisiä käsitteitä viestinnästä. Tutkimusongelmaksi muodostui sisäisen viestinnän, tiedonkulun sekä eri viestintäkanavien toimivuus.</p> <p>Tutkimusmenetelmänä käytettiin kvantitatiivista tutkimusmenetelmää. Tutkimus toteutettiin kyselylomakkeen muodossa, jonka kohderyhmä oli toimeksiantajayrityksen työntekijät. Tutkimuksesta oli rajattu pois organisaation johto sekä esimiehet. Kyselylomakkeiden vastausprosentti oli kohtalainen, minkä perusteella tutkimuksen lopputulos ei anna todellista kuvaa yrityksen sisäisen viestinnän toimivuuden nykytilasta.</p> <p>Tutkimustuloksista voidaan päätellä, että kohdeorganisaation sisäinen viestintä toimii melko hyvin. Kasvokkaisviestintä sekä esimiesviestintä ovat kohdeorganisaation vahvuus, eikä niissä havaittu puutteita. Tärkein kehityskohde on sisäisen viestinnän toimivuus kokonaisuutena. Siihen tulisi saada lisää selkeyttä ja yhdenmukaisuutta. Selvät säännöt eri viestintäkanavien käyttöön ehkäisisivät nykytilassa tapahtuvaa hajanaisuutta sekä tietokatkoksia.</p>		
Asiasanat		
sisäinen viestintä, esimiesviestintä, viestintäkanavat, tutkimus		

Author (authors) Linda Simos	Degree Bachelor of Business Administration	Time November 2015
Thesis Title Internal communication of organization X		51 pages 5 pages of appendices
Commissioned by Organization X		
Supervisor Nina Hartikainen, Senior Lecturer		
Abstract <p>The topic of this thesis is the internal communication in company X. The purpose was to explore the present state of internal communication and the communication channels from the worker's perspective.</p> <p>Literature on internal communication and supervisor communication were used in the theoretical part of this thesis. The theoretical framework consists of the concepts of internal communication, communication channels, superior communication and the common constructs of communication. The research problem was how the internal communications and the flow of information works currently.</p> <p>Quantitative research method was used in this thesis. The research was executed by a questionnaire survey. The target group was the workers of the principal organization. The organization leaders and the superiors were not included in this research. The questionnaire response rate was moderate so the final result of the research is not truly accurate reflection of the state of internal communication in the principal organization.</p> <p>Based on the research the internal communication is working quite well in the organization. Face-to-face communication and superior communication is the asset of the organization. The main development project is the whole functionality of the internal communication. It should be more uncluttered and congruent. To prevent the disjointedness and the information disconnection, different communication channels should have clear rules of how to be used.</p>		
Keywords internal communication, superior communication, communication channels, research		

SISÄLLYS

1	JOHDANTO.....	6
2	VIESTINTÄ.....	6
2.1	Viestinnän tarkoitus	6
2.2	Yhteisöviestintä.....	7
2.3	Yhteistoimintalaki.....	8
3	SISÄINEN VIESTINTÄ	9
3.1	Sisäisen viestinnän perusteet	9
3.2	Sisäisen viestinnän kanavat	10
3.2.1	Kasvokkaisviestintä.....	11
3.2.2	Kokoukset ja palaverit	11
3.2.3	Työtoverit	12
3.2.4	Esimies.....	12
3.2.5	Perehdyttäminen	12
3.3	Verkkoviestintä	13
3.3.1	Sähköposti	13
3.3.2	Intranet.....	14
3.3.3	Verkkokokoukset ja palaverit.....	14
3.3.4	Sosiaalinen media.....	15
3.4	Kirjallinen viestintä	15
3.4.1	Tiedote	16
3.4.2	Ilmoitustaulu	16
3.4.3	Henkilöstöraportti	16
3.4.4	Henkilöstölehti.....	16
4	SISÄINEN VIESTINTÄ JA JOHTAMINEN	17
5	ESIMIEHEN ROOLI TIIMISSÄ	18
5.1	Ryhmähengen luominen.....	19
5.2	Palautteen antaminen.....	19
5.3	Kehityskeskustelu	20
5.4	Ikävien asioiden viestiminen	20

6	TUTKIMUKSEN TOTEUTTAMINEN.....	21
6.1	Sisäisen viestinnän tutkimus yritykselle X työntekijän näkökulmasta.....	21
6.2	Kohdeorganisaation kuvaus	21
6.3	Tutkimuksen tarkoitus.....	22
6.1	Tutkimusmenetelmä, tavoitteet ja tiedonkeruu	22
7	TUTKIMUKSEN TULOKSET	23
7.1	Kohderyhmä	23
7.2	Viestintävälineet.....	24
7.3	Tiedonkulku	25
7.4	Esimiesviestintä.....	31
7.5	Työtehtävät.....	34
7.6	Sosiaalinen media viestinnässä.....	38
7.7	Nykyisten viestintävälineiden toimivuus.....	40
8	PÄÄTELMÄT	41
8.1	Viestintävälineet.....	41
8.2	Tiedonkulku	42
8.3	Esimiesviestintä.....	45
8.4	Työtehtävät.....	45
8.5	Sosiaalinen media viestinnässä.....	47
8.6	Nykyisten viestintävälineiden toimivuus.....	47
9	YHTEENVETO	48
	LÄHTEET.....	50

LIITTEET

Liite 1. Kyselyn kysymykset

Liite 2. Saatekirje

1 JOHDANTO

Päädyin tekemään opinnäytetyöni yritys X:lle, koska minulla on työkokemusta heidän palveluksestaan. Opiskelen johdon assistenttityön ja kielten koulutusohjelmassa, ja suuntauduin yritys- ja yhteisöviestintään. Yrityksen sisäinen viestintä oli luontainen valinta opinnäytetyöni aiheeksi.

Aihe on tuttu, mielenkiintoinen ja ajankohtainen. Työssäni sain huomata, kuinka suuri merkitys sisäisellä viestinnällä on työyhteisön toimivuuden kannalta. Työntekijät ovat keskenään keskustelleet paljon sisäisen viestinnän toimivuudesta ja sen parantamisesta entisestään. Toimeksiantajayrityksessä tehdään vuorotyötä, mikä tuo omat haasteensa viestinnän kaikilla osa-alueilla. Hyvin toimiva sisäinen viestintä tuo varmuutta työntekoon ja lisää työtyytyväisyyttä mikä, puolestaan parantaa työilmapiiriä. Toimiva ja avoin sisäinen viestintä luo myös luottamusta itse yritystä kohtaan. Kaikki tämä heijastuu suoraan asiakaspalveluun, joka on yrityksen kannalta se tärkein osa-alue.

Opinnäytetyön tarkoitus oli selvittää yritys X:n sisäisen viestinnän toimivuutta työntekijöiden näkökulmasta. Tutkimus toteutettiin käyttäen kvantitatiivista tutkimusmenetelmää. Työntekijöille laadittiin kyselylomake jonka vastausten perusteella analysoitiin sisäisen viestinnän nykytilaa yrityksessä X.

Opinnäytetyöni tutkimusongelma on:

- Miten sisäinen viestintä toimii yrityksessä X työntekijöiden näkökulmasta?

2 VIESTINTÄ

2.1 Viestinnän tarkoitus

Viestintä tarkoittaa sanomaa, tietoa tai uutista. Viestintä on jatkuvaa vuorovaikutusta kahden tai useamman henkilön välillä. Se voi tapahtua kasvokkain tai välitettynä sähköisten viestintäkanavien kautta. Sosiaalinen media on nostanut suosiotaan viestintävälineenä, mikä lisää vuorovaikutuksen laajuutta entisestään. Viestinnällä on laaja merkitys, se ei ole vain tiedon välittämistä ja jakamista eteenpäin, vaan se luo myös edellytyksiä työlle sekä vahvistaa yhteisöllisyyttä ja kulttuuria. (Juholin 2013, 23.)

Yritykset ovat alkaneet panostamaan viestintään suuremmissa määrin huoma- tessaan, kuinka suuri vaikutus sillä on työyhteisöön ja koko yritystoimintaan. Viestintästrategiaa suunniteltaessa tärkeimmät huomioitavat asiat ovat: Mikä on viestinnän päätarkoitus sekä keskeisimmät viestinnän tehtävät juuri tässä organisaatiossa. (Juholin 2013, 100.)

Viestinnälle luodaan aina yhteiset periaatteet ja arvot, joihin koko henkilöstön on sitouduttava. Viestinnän periaatteet koostuvat avoimuudesta, selkeydestä, luotettavuudesta ja vuorovaikutuksesta. (Juholin 2013, 101 -102.) Toimivalla ja yhtenäisellä viestinnällä yritys kykenee luomaan tavoitteellisen työilmapiirin. Viestintä on yksi, ellei jopa tärkein työkalu työyhteisössä. Se toimii työyhteisön liitäntätekijänä, joka liittää työyhteisön osat toisiinsa ja ympäristöönsä. (Åberg 2002, 31.)

Avainsanat toimivassa viestinnässä ovat avoimuus ja läpinäkyvyys. Monet eri viestintäkanavat tuovat tehokkuutta viestintään sekä mahdollistavat laajan tie- donsaaannin ja jakamisen työyhteisölle. Lopullinen tavoite viestinnällä on lisätä, vahvistaa ja muuttaa vastaanottajan tietoja. (Siukosaari 2002, 11.)

Viestintä ei kuitenkaan aina onnistu toivotulla tavalla. Viestin perillemeno on voinut keskeytyä tekniikan pettäessä eikä se ole saavuttanut ihmisiä. Viestintäongelma voi syntyä myös siitä, että itse viesti ei vain ole tarpeeksi kiinnostava, eivätkä ihmiset jaksaneet paneutua siihen vaan sivuuttavat sen täysin. Tietoinen viestin torjunta on myös aina mahdollista, mikä viittaa siihen, että viestinnässä on epäonnistuttu täysin. (Juholin 2013, 46 -47.)

2.2 Yhteisöviestintä

Yhteisöviestintä termiä käytetään, kun puhutaan jonkin organisaation tai yhteisön viestinnästä (Siukosaari 2002, 12). Yhteisöviestintä toimii työyhteisön voimavarana ja resurssina (Åberg 2002, 173). Yhteisöviestinnän tyypillinen tarkoitus on luoda ja rakentaa yhteisöllisyyttä ja sisäisiä verkostoja. Yhteisöviestintä auttaa myös henkilöstöä sitoutumaan työhön ja yhteisöön. (Juholin 2013, 59.) Viestintä organisaatiossa ei ole kuitenkaan mikään itsestäänselvyys. Yhteisöviestintä vaatii hyvän ja laajan strategisen suunnitelman, jota valvotaan ja johdetaan organisaatiossa päivittäin. (Åberg 2002, 173.) Yhteisöviestinnän tärkein tehtävä on tukea perustoimintoja työyhteisössä. Ilman tätä

työyhteisö ei pysty toimimaan halutulla tavalla ja tuloksellisesti (Åberg 2002, 110). Keskeisimmät osa-alueet yhteisöviestinnässä ovat: toiminnan tukeminen, jota käytetään palveluiden ja tuotteiden tuottamiseen ja niiden siirtämiseen asiakkaalle. Työyhteisön profiloinnilla luodaan pitkäjänteinen yhteisö-, johtaja- tai palveluprofiili. Informoinnilla viestitään työyhteisölle kaikesta heihin liittyvistä asioista. Kiinnittämällä perehdytetään uusia sekä vanhoja työntekijöitä heidän työhönsä ja työyhteisöönsä. Vuorovaikutus on ihmisten välillä tapahtuvaa viestintää. Vuorovaikutuksella tyydytetään ihmisten sosiaalisia tarpeita, jolla on suuri rooli työviihtyvyyden kannalta työyhteisössä. (Åberg 2002, 32 -33.)

Työviestintä, josta käytetään myös nimikettä operatiivinen viestintä, on tärkein työyhteisön jäsenten viestintämuoto. Operatiivista viestintää tarvitaan, jotta henkilöt kykenevät hoitamaan työnsä. Työviestinnässä käytetään kahta viestinnän muotoa: suoraa yhteydenpitoa, jossa viestintä tapahtuu kasvojen fyysisesti samassa tilassa. Esimies on tärkeimmässä roolissa suoran yhteydenpidon muodossa. Osastopalaverit tukevat esimiehen viestintää tehokkaasti, koska esimiehen tärkeät tiedotteet välittyvät koko henkilöstölle yhtäaikaaisesti. Työtovereiden välinen viestintä on myös tehokasta ja yleisesti käytössä työyhteisön keskuudessa. Välitetyssä viestinnässä käytetään yhteydenpitoon ja työtehtäviin tarvittavien tietojen etsimiseen teknisiä välineitä. Organisaatioilla on käytössä sähköiset tukijärjestelmät, joista henkilöstö voi etsiä tarvittavan tiedon. Tukijärjestelmät ovat peruspilareita tehokkaaseen työntekoon sekä tukemaan henkilöstön työtehtäviä. Sähköisen viestinnän tärkein työkalu on sähköposti, kun henkilöstö ja organisaatio viestivät keskenään tärkeistä asioista ja tiedotteista. (Åberg 2002, 112 -113.)

2.3 Yhteistoimintalaki

Yhteistoimintalain tarkoitus on edistää yrityksen ja sen henkilöstön vuorovaikutuksellisia yhteistoimintamenettelyitä. Tämä tarkoittaa sitä, että henkilöstölle on annettava oikea-aikaisesti riittävästi tietoa yrityksen tilasta ja sen suunnitelmista. Tavoite on kehittää yhteisymmärryksessä yrityksen toimintaa ja työntekijöiden mahdollisuuksia vaikuttaa yrityksessä tehtäviin päätöksiin. Tällaisia päätöksiä ovat mm. asiat, jotka vaikuttavat henkilöstön työhön, työoloihin ja asemaan yrityksessä. Lain tarkoitus on myös tiivistää työnantajan, henkilöstön

ja työvoimaviranomaisten yhteistoimintaa parantaakseen työntekijöiden asemaa sekä tukea heidän työllistymistään yrityksen toimintamuutosten yhteydessä. (YTL 1:1.) Tätä yhteistoimintalakia sovelletaan yrityksissä, jonka työsuhteessa olevien työntekijöiden määrä on säännöllisesti vähintään 20 henkilöä. (YTL 1:2.)

Yhteistoimintalain keskeisin sisältö on työnantajalle säädetyt erilaiset neuvotteluvelvoitteet. Neuvottelujen osapuolina toimivat henkilöstöryhmien edustajat ja työnantajan edustajat. Työnantajaa edellytetään mm. antamaan tietoja yrityksen taloudellisesta tilasta henkilöstöryhmien edustajille, palkkatiedot, tiedot yrityksen työsuhteista sekä periaatteet koskien ulkopuolisen työvoiman käyttöä. (Juholin 2008, 145 -146.)

3 SISÄINEN VIESTINTÄ

3.1 Sisäisen viestinnän perusteet

Sisäinen viestintä on viestintää, joka tapahtuu siellä, missä ihmiset toimivat, tuottavat sekä vaihtavat tietoa keskenään. Sisäinen viestintä organisaatiossa rakentuu työyhteisössä muodostuneesta viestintäkulttuurista. Jokaisessa työyhteisössä on oma viestintäkulttuurinsa. Viestintäkulttuuri muodostuu esimiesten viestinnästä ja organisaation toimintatavoista, työntekijöiden välisestä viestinnästä, viestintäprosessin toimivuudesta sekä viestintäjärjestelmästä. Viestintäkulttuuri muokkautuu pitkälti henkilöstön käytäntöjen ja osittain myös luonteen mukaan. Työyhteisöillä on tapana hitsautua tiiviisti yhteen ja jo henkilöstöä rekrytoidessa pyritään palkkaamaan henkilöitä, joiden yhteistyön koetaan hitsautuvan hyvin yhteen. Tärkeää on myös, että henkilö soveltuu organisaation arvoihin ja imagoon. (Juholin 2013, 176 -177.) Työyhteisön sisäinen viestintäkulttuuri pohjautuu sanattomaan sopimukseen, joka kehittyy ajan saatossa työyhteisön kesken (Juholin 1999, 132).

Sisäisen viestinnän merkitys kasvaa jatkuvasti, ja yritykset panostavat viestinnän työkaluihin entistä enemmän huomattuaan sen tärkeyden työyhteisön toimivuuden ja tehokkuuden kannalta. Sisäinen viestintä työyhteisössä koostuu pääasiassa henkilöstöviestinnästä, joka on tärkein osaamisalue ja tavoitteellisin toiminto. (Siukosaari 2002, 65.) Sisäinen viestintä pitää kuitenkin sisällään haasteita. Tärkein ominaisuus on, että tiedon on liikuttava. Organisaat-

tion suurin haaste on, että tieto saavuttaa jokaisen henkilöstön jäsenen ja että tieto on selkeästi informoitu eikä henkilöstölle muodostu puutteellista tiedonantoa. Edellä mainittua tilannetta voidaan kutsua sanonnalla ”uutistyhjiö”. (Åberg 2002, 107.)

Sisäinen viestintä voidaan jakaa peruspilareihin, joita noudattamalla viestinnän toimivuus taataan: tiedonkulku, jossa tarvittava tieto on helposti saatavilla ja etsittävässä. Vuoropuhelun ja vaikuttamisen mahdollisuus takaavat sen, että jokainen yhteisön jäsen tulee kuulluksi sekä saa ilmaista mielipiteensä. Tämä luo yhteishenkeä työyhteisöön. Henkilöstön tietoon on saatettava organisaation visio, strategia ja arvot. Nämä edesauttavat työyhteisön yhtenäisiä toimintamalleja ja käytöstapoja. (Juholin 1999, 43.)

Sisäisessä viestinnässä pääpaino on työyhteisön keskeinen viestintä, joka kuuluu jokapäiväiseen työnkuvaan. Viestinnän sisältö koskee arkipäiväisiä asioita, kuten mitä päivän työnkuvaan kuuluu ja mitkä ovat päivän tavoitteet. Työntekijöille kuuluu myös viestiä heidän omaa henkilökohtaista työtä koskevista asioista kuten: oman työn näkymät ja muutokset, työtehtävien sisällöt ja niiden kehitys, koulutuksen, kurssien ja valmennusten mahdollisuuksista, henkilöeduista ja organisaation tarjoamista palveluista kuten terveystalvelut. (Juholin 1999, 132 -136.)

Työntekijät on pidettävä ajan tasalla organisaation taloudellisesta tilanteesta, tulevaisuuden suunnitelmista ja tavoitteista. Kaikki muutokset, joita organisaatiossa tapahtuu, on saatettava työntekijöiden tietoon, kuten toiminnan, toimintatapojen ja organisaation muutoksista. Työllisyystilannetta on myös hyvä kertoa työntekijöille, koska muutokset taloudellisessa suhdanteessa vaikuttavat väistämättä suoraan organisaation työntekijöihin. (Juholin 1999, 133 -135.)

3.2 Sisäisen viestinnän kanavat

Sisäinen viestintä on siirtynyt pääsääntöisesti sähköisiin kanaviin. Tämä on muuttanut sekä lisännyt ihmisten vuorovaikutuskäyttäytymistä merkittävästi. Tiedonjakokanavien lisääntyessä ajantasaisen tiedon jakaminen on tullut helpommaksi ja tehokkaammaksi. Sähköisten viestintäkanavien yleistymisestä huolimatta kasvokkain tapahtuva vuorovaikutus on edelleen arvostetuin ja tär-

kein viestintäkanava työyhteisöissä. (Juholin 2013, 212 -213.) Sisäisen viestinnän kanavat voidaan jakaa kolmeen luokkaan:

- kasvokkain tapahtuvaan viestintään, eli suulliseen viestintään
- painettuihin eli kirjalliseen viestintään
- sähköisiin viestintäkanaviin. (Juholin1999, 33 -34.)

3.2.1 Kasvokkaisviestintä

Kasvokkaisviestintä on sisäisen viestinnän nopein ja tehokkain toimintamalli, joka mielletään myös arvostetuimmaksi viestintämuodoksi. Kasvokkaisviestinnässä tieto vaihtaa kuulijaansa välittömästi ja tarkennettua tietoa pystyy kysymään heti tarvittaessa. Näin ollen riski siitä, että asioita jäisi henkilöstölle epäselväksi, on hyvin pieni. Kasvokkaisviestintä voidaan jaotella etäiseen ja läheiseen viestintään. Etäisessä viestinnässä ollaan näköyhteydessä, mutta henkinen etäisyys on läsnä. Tällaisia tilaisuuksia ovat mm. kokoukset, neuvottelut sekä sähköisten viestintäkanavien käyttö keskustelussa. Läheinen kasvokkaiviestintä perustuu siihen, että henkilöt ovat fyysisesti samassa paikassa läsnä ja tuntevat toisensa hyvin luodakseen vapaan kommunikoinnin ilmapiirin. (Juholin 2013, 409.)

3.2.2 Kokoukset ja palaverit

Kokoukset ja palaverit kuuluvat jokaisen työyhteisön viestintään. Kokoukset ovat muodollisempia ja käsittelevät usein tärkeiden asioiden tiedottamista. Palaverit ovat luonteeltaan vapaamuotoisempia. (Juholin 2013, 220 -222.) Palaverit ja kokoukset ovat tärkeitä viestintäkanavia, jolla tuodaan tärkeät tiedot koko henkilöstön tietoon yhtäaikaaisesti. Jokaisella organisaatiolla on agenda, kuinka usein kokouksia ja palavereita pidetään. Yleinen käytäntö on järjestää viikko-, kuukausi- ja vuosipalavereita. Palavereissa ja kokouksissa käydään läpi: mitä on tapahtunut, mitä tapahtuu nyt sekä tulevaisuuden näkymät. Palaverit ja kokoukset takaavat sen, että jaettava tieto on kaikille sama. Tiedon on myös oltava saatavana esimerkiksi ilmoitustaululta tai sähköpostista, jotta palaverista poissaolleet saavat myös virallisen tiedotteen palaverissa läpikäydyistä asioista ja päätöksistä. (Juholin 2013, 220 -222.)

3.2.3 Työtoverit

Työpaikoilla luodaan vahvoja ihmissuhteita, ja työtoverit ovat suuressa osassa päivittäisiä ihmissuhteitamme. Työyhteisö luo meille kiintymyksen tunnetta ja saa aikaan yhteisöllisyyden tunteen. Tämä tarkoittaa sitä, että työtoverit sisäisen viestinnän välineenä ovat tärkeässä roolissa työyhteisössä. Työtovereilta voi saada enemmän tietoa kuin itse organisaatiolta. Usein tämän kaltainen tieto liittyy oman tiedon ja osaamisen jakamisesta toiselle osapuolelle. (Juholin 2008, 49.)

3.2.4 Esimies

Esimies on kasvokkaisviestinnän tärkein henkilö, joka toimii työyhteisön tukipilarina. Hän on se, kenen puoleen alaiset kääntyvät kaikissa asioissa. (Åberg 2006, 110.) Esimiehen tärkein viestintäkanava on viestiä alaisilleen kasvotusten sekä omata läsnäolon ja kuuntelemisen taidon. Palautteen antaminen sekä positiivisessa että rakentavassa muodossa alaisille on yksi tärkeimmistä työkaluista toimivan ja kehittyvän työyhteisön luomiseksi. Esimiehen tehtäviin kuuluu tiedottaa henkilöstölle tulossa olevista muutoksista ja niiden vaikutuksista omaan yksikköönsä. Esimiehen tulee myös kertoa työhön, uraan ja kehittymiseen liittyvistä asioista sekä käydä läpi vaikeita asioita tiimi- ja yksilötasolla. (Juholin 2013, 202 -206.)

3.2.5 Perehdyttäminen

Työhön perehdyttäminen on ensisijaisen tärkeää uudelle työntekijälle. Perehdytyksen tavoite on johdattaa uusi henkilö yhteisön tavoitteisiin, arvoihin ja toimintatapoihin. Uudelle henkilölle opetetaan käytännön rutiinit sekä tehdään yrityksen tilat ja muu henkilöstö tutuksi. (Juholin 2009, 46.) Perehdytys on aina kaksisuuntaista viestintää. Uudelle tulokkaalle on annettava mahdollisuus esittää kysymyksiä sekä annettava tilaa itsenäiselle pohdinnalle miten henkilö itse näkee yhteisön toiminnan ja käytännöt. (Juholin 2009, 46). Perehdytykseen kuuluu luennot, keskustelut ja kokonaisvaltainen tutustuminen organisaatioon sekä konkreettinen perehdytys itse työtehtäviin. Pidempään palveluksessa olleita henkilöitä perehdytetään, kun työnkuva tai tehtävät muuttuvat. (Juholin 1999, 144 -145.) Organisaatiot tekevät ajoittain muutoksia työyhteisön toimintatapoihin, usein organisaation uudistusten myötä tai parantaakseen tu-

loksellisuuttaan. Tällöin koko henkilöstö tulee perehdyttää uudelleen työhönsä. (Åberg 2006, 104 -105.)

3.3 Verkkoviestintä

Verkkoviestintä, josta voidaan käyttää myös nimikettä digitaalinen viestintä, on noussut suureen rooliin organisaatioissa. Verkkoviestinnällä tarkoitetaan niitä teknologisia välineitä, joita organisaation jäsenet käyttävät kommunikoidessaan toistensa kanssa. (Juholin 2009, 172.) Toimiva verkkoviestintä vaatii strategian luomisen pelkästään jo siitä syystä, että viestintäkanavien tarjonta on hyvin laaja. Strategialla pyritään selvittämään, mitkä verkkoviestinnän kanavat toimivat parhaiten organisaatiossa ja tukevat tehokkaimmin organisaation päivittäistä viestintää. (Juholin 2013, 310 -313). Jotta digitaalisesta viestinnästä saisi kaiken hyödyn irti, on henkilöstön taitoja ja osaamista kehitettävä jatkuvasti (Juholin 2013, 313). Suurimmat edut, joita verkkoviestintä tarjoaa, on sen paikkakohtainen sitoutumattomuus. Tämä tarkoittaa sitä, että viestien välittäminen ja vastaanottaminen ei ole riippuvainen ajasta eikä paikasta. Viestin jakaminen vaivatta ja nopeasti monelle ihmiselle kerralla tuo tehokkuutta organisaation ja työyhteisön toimintaan. (Juholin 2009, 95 -95.)

Sähköisen viestinnän etuna toimii se, että niistä jää dokumentti talteen. Tällä tarkoitetaan, että informoitu tieto tallentuu sähköisten viestintävälineiden muistiin, joiden pariin voi palata myöhemminkin tarvittaessa. Perusedellytys hyvin toimivalle verkkoviestinnälle on luottamus. Monet organisaatiot ohjeistavat henkilöstönsä verkkoviestinnän toimintatapoihin ja verkkoviestinnän turvallisuuden käytäntöihin. (Åberg 2006, 113 -115.)

3.3.1 Sähköposti

Sähköposti on sähköisen viestinnän yleisin kanava organisaation ja työyhteisön välisessä kommunikaatiossa. Sähköpostilla on yleisesti ottaen kaksi pää-tarkoitusta, yksisuuntainen tiedottaminen sekä vuorovaikutteinen viestien vaihto. Sähköpostia käytetään organisaatioissa pääsääntöisesti tärkeiden tiedotteiden ja tietojen jakamiseen sekä yleisten asioiden informoimiseen. (Juholin 2013, 222.) Viestintä sähköpostin välityksellä on mahdollistanut sen, että vuorovaikutus ja tiedon jakaminen ei ole enää yhteen paikkaan sidottuna, vaan reaaliaikainen kommunikointi ja tiedottaminen on käden ulottuvilla jatkuvasti.

Sähköposti sisältää sen positiivisista ominaisuuksista huolimatta haittojakin. Sen helppouden ja nopean tiedonvälityksen myötä sähköpostien määrä voi paisua suureksi ja tärkeät viestit voivat hukkuu tai jäädä pidemmäksi aikaa huomaamatta turhien tai vähemmän tärkeiden viestien takia. Suuren viestimäärän takia sähköpostin tuoma tehokkuuden hyöty voi laskea. (Juholin 2009, 177 -178.)

3.3.2 Intranet

Intranet toimii organisaation sisäisenä verkkoympäristönä, jonne ulkopuolisilla ei ole pääsyä. Tietoturvallisesti se on verkkoviestinnän turvallisin kanava. Intranet sisältää kaikkea liiketoiminnan kannalta oleellista tietoa, työkaluja ja yhteistyöalueita, joita henkilöstö käyttää ja hyödyntää päivittäisessä työssään. Intranetin päätarkoitus on toimia työntekijöiden apuvälineenä, mutta se on myös kanava ja ympäristö, joka toimii tietovarastona sekä dynaamisena ja reaaliaikaisena työkaluvarantona. Tämän myötä se on noussut organisaatioiden suosituimmaksi tiedonjakokanavaksi henkilöstölle. (Juholin 2013, 324 -325.) Intranet ei ole ainoastaan tiedonjako- ja hakupaikka. Siitä on muodostunut virtuaalinen työskentely-ympäristö, jossa voidaan opiskella, tehdä yhteistyötä, suunnitella sekä jalostaa tietoa ja ajatuksia. (Juholin 2013, 325.) Intranettia pyritään kehittämään jatkuvasti. Siitä halutaan luoda vuorovaikutteinen verkkoympäristö henkilöstön välille. Vuorovaikutteinen intranet mahdollistaa keskustelun ja kommentoinnin ajasta ja paikasta riippumatta.. (Juholin 2013, 216.) Intranetin tehokkuudesta ja sen tarjoamasta laaja-alaisesta toiminnasta huolimatta, moni ei ole omaksunut intranettia omakseen osittain sen laajan tietovaraston takia. Moni työntekijä kokee intranetin liian sekavaksi ja monimutkaiseksi. Tämän takia on tärkeää, että intranetin käytölle luodaan pelisäännöt, jotta sivut pysyvät selkeinä ja tärkeä tieto on helposti löydettävissä. (Juholin 2009, 176.)

3.3.3 Verkkokokoukset ja palaverit

Verkkokokoukset ja palaverit organisaatioissa ovat korvanneet perinteisiä kokouksia. Verkon välityksellä tapahtuvat kokoukset mahdollistavat henkilöiden samanaikaisen kokoontumisen riippumatta heidän sen hetkisestä olinpaikastaan. Verkkokokouksia käytetään varsinkin hajallaan toimivien yksiköiden kesken sekä myös globaalissa verkkoviestinnässä.

Verkkokokouksissa käytetään ääniyhteyttä, videokuvaa, sovellustenjakoa, chattia, kirjoitustyökaluja sekä piirtotyökaluja. Verkkokokouksissa pelisäännöt tulee tehdä selväksi kaikille osapuolille ennen kokouksen alkua, jotta päästään tavoitteisiin ja vältetään kaaokseen ajautuminen. Vuorovaikutuksen tärkeys korostuu verkkokokouksissa. Kaikkien osallistujien tulee päästä ääneen sekä tulla kuulluksi ja saada ilmaista mielipiteensä. (Juholin 2013, 215.)

3.3.4 Sosiaalinen media

Työyhteisön vuorovaikutteisuus on lisääntynyt sosiaalisen median ansiosta. Sosiaalinen media tuo tehokkuutta viestintään, koska se on suoraviivaisempaa eikä sisällä turhia dokumentteja tai liitetiedostoja. Tämä johtaa siihen, että työhön liittyvän tiedon ja osaamisen vaihdanta helpottuu sekä tehostuu. Pika- viestipalvelut myös nopeuttavat ja sujuvoittavat työviestintää sekä korvaavat ja täydentävät kasvokkais tapaamisia ja yhteydenpitoa. Sosiaalisen median palvelut voidaan luokitella kuuteen tyyppiin: sisällön tuottaminen ja julkaisu, sisällön jakaminen, verkostoitumis- tai yhteisöpalvelut, yhteistuotanto, virtuaalimaailmat sekä liitännäiset, jossa palvelua voidaan hyödyntää toisessa palvelussa. Sosiaalisen median kanavia ovat mm. Facebook, blogit, Wikipedia, YouTube ja Twitter. (Juholin 2013, 216 -218.)

Työyhteisöissä on hyvä muistaa sosiaalisen median käytöstavat, koska sosiaalinen media on miltei aina julkista sisältöä ja sisällön jakamista. Yrityksen imago on aina etusijalla, joten jakamaansa sisältöä on aina pyrittävä katsomaan toisen ihmisen näkökulmasta. Tietoturvakysymykset ovat ajankohtaisia, jolloin on hyvä luoda pelisäännöt sosiaalisen median käyttöön.(Juholin 2013, 216 -218.)

3.4 Kirjallinen viestintä

Kirjallinen viestintä pohjautuu painettuun tekstiin, joka on selkeää ja muodollista. Kirjallinen viestintä takaa, että tieto jakautuu muuttumattomana jokaiselle henkilöstön jäsenelle tasapuolisesti. Kaikki virallisesti tärkeä tieto laaditaan aina kirjallisesti. Kirjallisesta viestinnästä jää aina dokumentoinnit talteen, jolloin asian pariin voi palata myöhemmin tai tarvittaessa tarkistaa tietoja. Kirjallisen viestinnän kanavia ovat mm. tiedotteet, raportit, ilmoitustaulut, esitteet ja henkilöstölehdet. (Juholin 1999, 140.)

3.4.1 Tiedote

Sisäinen tiedote kirjallisena on yhteisön perustyökalu, vaikka tiedote löytyy usein myös sähköisistä viestintäkanavista. Tiedotetta käytetään usein silloin, kun kyseessä on poikkeustilanne tai välitön tiedontarve on suuri. Tiedotteen vahvuus pohjautuu sen nopeuteen ja selkeään informatiivisuuteen. Tiedotteen tärkein sisältö on, että informoitava asia on tosi ja paikkansapitävä sekä se ilmaistaan mahdollisimman selkeästi ja ymmärrettävästi. (Juholin 2013, 223 -224.) Hyvän tiedotteen peruspilareita ovat ytimekäs otsikko ja ingressi. Otsikosta tulee jo ilmetä, mitä asia koskee ja ingressissä kerrotaan tiedotettava asia selkeästi. (Juholin 2013, 224.)

3.4.2 Ilmoitustaulu

Ilmoitustaulu löytyy jokaisesta organisaatiosta. Se on yksi vanhimmista viestintäkanavista, joita vielä käytetään. Syy tähän on selvä, ilmoitustaulut ovat usein sijoitettu tiloihin, joissa henkilöstö viettää aikaansa työpäivän aikana. Henkilöstö tietää myös, mistä asioista ilmoitustaululla tiedotetaan ja uutisoidaan. Jotta ilmoitustaulu pysyisi hyvänä tiedonlähteenä, tulee se pitää selkeänä ja siistinä. Saatavilla pitää olla tuoretta tietoa ja vanhat ilmoitukset poistaa välittömästi niiden umpeuduttua. Ilmoitustauluille sijoitetaan ajankohtaisten tiedotettavien asioiden lisäksi mm. toimintaohjeet hälytystilanteessa, yleiset turvaohjeet, työyhteisön pelisäännöt, työvuorot, ruokalistat. (Siukosaari 2002, 106 -107; Juholin 1999, 151 -152.)

3.4.3 Henkilöstöraportti

Henkilöstöraportti on sisällöltään samanlainen kuin tulosraportti. Numeroiden sijaan käsitellään henkilöstöä. Henkilöstöraportti kertoo tuloksentekijöistä eli henkilöstöstä. Tämän avulla voidaan mitata ja tehdä kartoitusta henkilöstön voimavaroista. Raportin tarkoituksena ei ole vain mitata henkilöstöä tuloksen tuottajana, vaan sillä pyritään mittaamaan työpaikan ilmapiiriä, työn mielekkyyttä ja osaamiskehitystä. (Siukosaari 2002, 117 -118.)

3.4.4 Henkilöstölehti

Henkilöstölehti on muuttanut muotoaan vuosien varrella sähköisen viestinnän yleistyttyä. Henkilöstölehti toimii hyvänä täydentävänä ja syventävänä tiedo-

tusvälineenä. Henkilöstölehdet muistuttavatkin enemmän aikakauslehtiä sisälöltään ja ulkonäöltään. Intranetin yleistyttyä, on henkilöstölehden julkaisu siirretty joissakin organisaatioissa kokonaan verkkoon. (Juholin 2009, 180-182.) Henkilöstölehti ei toimi ajantasaisena viestintäkanavana sen harvan ilmestymistiheyden takia. Vähintään neljä kertaa vuodessa olisi ideaalinen julkaisu- tiheys. Henkilöstölehden pääpaino nojautuukin enemmän uutisiin, haastatteluihin, ilmoituksiin vapaa-ajan ja harrastus mahdollisuuksista sekä tulevista tapahtumista. (Siukosaari 2002, 113 -117.)

4 SISÄINEN VIESTINTÄ JA JOHTAMINEN

Juholin (2008, 186) sanoo: *johtaminen on vaikuttamista ihmisiin, joilla on järki ja tunteet.*

Johtajat ja johtoryhmä on suurin vaikuttava kanava sisäisessä viestinnässä, koska heillä on kaikkein kattavin ja ajantasaisin tieto kaikesta. Heidän tärkein tehtävänsä on oleellisen tiedon saattaminen koko työyhteisön tietoon sekä keskustella tiedoista. Johtoryhmässä käsiteltävät asiat ja päätökset vaikuttavat suoraan työyhteisöjen jäseniin, mikä puolestaan luo suuret odotukset johtoryhmän viestintään. Johtoryhmän viestintätyylit voidaan jakaa kahteen luokkaan: informointiin ja tiedottamiseen päätöksistä ja päätöksenteon valmistelusta. Johtoryhmän viestintään kuuluu myös eri tahojen kuunteleminen, keskusteleminen ja vuoropuhelu organisaation ja henkilöstön kanssa. (Juholin 2013, 195 -197.)

Johtajilla on hyvin suuret paineet viestinnän kannalta. Heillä on enemmän tietoa kuin kenelläkään muulla. Tämän takia johtajien on mietittävä tarkasti, mitä tietoa jaetaan kenellekin, koska ja millä tavalla. Useasti johto pyrkii avoimuuteen ja läpinäkyvyyteen viestinnässään, mutta useasti organisaation henkilöstö kokee, että johtohenkilöstö on etäinen eikä heidän kanssaan kykene vuoro- vaikutukseen. Johdolla onkin suuri merkitys, millaisen kuvan se antaa itseltään organisaation henkilöstölle viestintäpolitiikallaan. Jos johto on ulkoistanut oman viestintänsä kokonaan muille, laskee henkilöstön luottamus ja arvostus johtajia kohtaan. Johtajat, jotka tapaavat henkilöstöään kasvotusten ja antavat mahdollisuuden henkilöstön jäsenille keskusteluun heidän kanssaan, luovat kuvan arvostuksesta ja luottamuksesta. (Juholin 2008, 186 -188.)

5 ESIMIEHEN ROOLI TIIMISSÄ

Esimiehen rooli on muuttunut vuosien saatossa työyhteisössä. Ennen vanhaan esimies koettiin olevan alaistaan ylemmässä asemassa, toki hierarkkisesti se on sitä nykyäänkin, mutta valtasuhteiden merkitystä on haluttu vähentää työyhteisöissä. Esimiehen rooli painottuu nykyään enemmänkin tiiminvetäjän rooliin, jossa esimies ja alainen tekevät yhteistyötä samalta viivalta, pyrkien kohti yhteisiä tavoitteita. (Åberg 2006, 17.) Esimiehen tiimillä tarkoitetaan organisaatiosta koottua ryhmää, eli niitä työntekijöitä, jotka työskentelevät esimiehen vastuulla olevalla osastolla. Tiimiin on koottu ne henkilöt, joiden osaaminen esimiehen mielestä palvelee parhaiten hänen johtamaansa osastoa. (Åberg 2006, 57 -58.)

Esimestä voi kuvailla sisäisen viestinnän kulmakiveksi. Esimiehen pomona toimii hänen oma esimiehensä, joka asettaa tavoitteet ja tulokset, jotka esimiehen tulee saavuttaa ryhmänsä kanssa. Esimiesviestinnän tavoitteet ovat lisätä tietoisuutta omassa yksikössään, jotka liittyvät tuloksentekijään, työntekoon ja taloon. Esimies on se henkilö, joka hankkii ja ottaa vastaan tietoa sekä siirtää tiedot eteenpäin alaisilleen. Yleisimmät esimiehen tehtävät ovat: rekrytointi ja työhöntulo, työhön ja yhteisöön perehdyttäminen, urasuunnittelu sekä tavoite- ja tuloskeskustelut, päivittäinen työviestintä ja oman osaston asioiden käsittely palaverimuodossa. Sisäisessä viestinnässä esimiehen asema tiiminsä kanssa on kaksisuuntainen viestintämalli. Viestintä on arkipäiväistä vuorovaikutusta, jossa esimies kuuntelee ja on läsnä. Tapa, jolla esimies kommunikoi tiimin jäsenille, on hyvin tärkeää. Esimiehen pitää tuntea tiiminsä tavat ja heidän luonteensa. Millainen viestintäkäytäntö sopii tiimin jäsenille parhaiten, päästäkseen haluttuun tulokseen. Kun esimies on vahvasti läsnä tiiminsä kanssa ja samalla lähtöviivalla, luo se hyvän ryhmähengen ja yhteenkuuluvuuden tunteen. Tämä johtaa siihen, että tiimiin jäsenet sitoutuvat yhteisiin tavoitteisiin. Esimestä pidetään henkilönä, jopa mentorina tiimin keskuudessa, kenen puoleen voi aina kääntyä. Esimies opastaa, neuvoo, kuuntelee, antaa palautetta ja tiedottaa tiiminsä jäsenille kaikista asioista kokonaisvaltaisesti. (Juholin 1999, 179 -185; Siukosaari 2002, 92 -93.)

5.1 Ryhmähengen luominen

Hyvän ryhmähengen luominen voi olla haastavaa, koska jokainen yksilö on luonteeltaan erilainen. Tärkeää on jo itse rekrytoinnissa tietää, millaista henkilöä tiimiin haetaan. Esimieheltä vaaditaan hyvää ihmistuntemusta ja tämän taidon omaava esimies pystyy luomaan tiimiinsä hyvän ryhmähengen. Positiivisen palautteen antaminen tiimin jäsenille onnistumisen hetkinä on tärkeää. Tämä saa ryhmän motivoitumaan ja tavoittelemaan aina kohti parhainta lopputulosta. Vaikka rakentavan palautteen antaminen on väistämätöntä, tulee sekin tehdä kannustavalla asenteella. Negatiivista palautetta antaessa tulee tilanteesta keskustella avoimesti eikä syyttelevästi sekä pohtia yhdessä ratkaisukeinoja. (Åberg 2002, 148 -149.)

5.2 Palautteen antaminen

Esimiehen työ on arkipäiväistä vuorovaikutusta tiimin jäsenten kanssa, jossa annetaan palautetta jatkuvasti suuntaan ja toiseen. Palaute on ensisijaisen tärkeää toimivan työyhteisön aikaansaamiseksi, ja se lisää myös työtyytyväisyyttä. Palautteen antaminen pitää huolen siitä, että esimiehen ja alaisen välillä vallitsee yhteisymmärrys. Palautteen tulisi aina olla konkreettista, ja palautteen antajan tulee kyetä perustelemaan se. Palautetta antaessa tulee varmistaa, että vastapuoli on ymmärtänyt asian. Tämän varmistamiseksi on hyvä kysyä vastapuolelta hänen mielipidettä ja näkemystä annetusta palautteesta. (Åberg 2002, 162; Åberg 2006, 161 -162; Juholin 1999, 185 -186.)

Palaute mielletään usein negatiiviseksi asiaksi, koska perusolettamus on, että palautetta annetaan vain kielteisistä asioista. Monet esimiehet ovat ymmärtäneet, kuinka tärkeää on antaa positiivista palautetta tiiminsä jäsenille. Tämä edesauttaa hyvän ryhmähengen ylläpitämistä ja lisää työtyytyväisyyttä. Myönteisen palautteen antaminen olisi hyvä sijoittaa arkipäiväiseen työnkuvaan. Tämä luo tunteen siitä, että esimies arvostaa työntekijän työpanosta ja kannustaa tätä aina parhaimpaan suoritukseen. Kielteinen palaute koetaan ikävänä toimenpiteenä sekä esimiehen että työntekijän puolelta. Kielteinen palaute tulisi aina antaa rakentavassa hengessä, eikä syyttelevässä muodossa. Rakentava palaute on helpommin vastaanotettavissa ajatellen parannuskeinojen ratkaisuja etsiessä. Syyttelevässä muodossa annettu palaute aiheuttaa ihmi-

sissä luonnollisesti puolustusmekanismin, joka aiheuttaa sen, ettei työntekijä kykene ottamaan palautetta avoimesti vastaan. (Åberg 2006, 161 -162.)

5.3 Kehityskeskustelu

Kehityskeskustelut ovat esimiehen ja alaisen henkilökohtainen palaveri, jossa käydään läpi yksityiskohtaisesti alaisen kehitystä omassa työssään vuoden ajalta. Kehityskeskustelussa esimies antaa palautetta ja arvionsa alaisensa työsuorituksista sekä kehityksestä. Keskustelussa kartoitetaan onnistumiset, parannusta vaativat seikat sekä asetetaan tavoitteet seuraavalle vuodelle. Kehityskeskustelussa alaisella on tilaisuus tuoda esille omat näkemyksensä omasta työstään, sen haasteista, onnistumisista ja tulevista tavoitteista. Alainen pääsee myös antamaan palautetta esimiehelle hänen työstään, missä esimies on onnistunut ja missä olisi parantamisen varaa. Kehityskeskustelun päätteeksi laaditaan konkreettinen toimintasuunnitelma alaisen ja esimiehen välillä. (Juholin, 2013, 206 -209.)

5.4 Ikävien asioiden viestiminen

Ikävien asioiden viestiminen on esimiehelle yksi vaikeimmista tehtävistä. Ikävä asia voi koskea joko yksilöä tai ryhmää. Tärkeää onkin, että esimies valmistautuu huolella ikävän asian kertomiseen. Jokainen tilanne on kuitenkin aina yksilöllinen, koska se on riippuvainen asiasta ja ihmisestä. Tilanteeseen liittyy usein myös paljon tunteita, pääasiassa negatiivisia. Tämän takia on tärkeää, että viesti kerrotaan selvästi ja suoraan vastapuolelle. Vastaanottajan on ymmärrettävä, mistä on kyse, kuinka vakavasta asiasta ja mitä seuraavaksi tapahtuu. Ikävän asian kertomisessa on esimiehen hyvä käyttää apunaan peruskaavaa, joka koostuu:

- Huolellisesta valmistautumisesta, jotta tilanne pysyy hallinnassa. Esimiehen tulee pystyä kertomaan, mitkä tilanteet johtivat tähän lopputulokseen, miten vastapuolta voi auttaa asiassa eteenpäin ja kuinka vastapuoli tulee reagoimaan kerrottavaan asiaan.
- Asian kertomisesta, johon on hyvä valita rauhallinen tila ja paljon aikaa. Esimiehen on mietittävä tarkkaan, kuinka asian kertoo. Tärkeintä on ilmoittaa heti alussa, että asia on laadultaan vakava eikä tilanne ole

helppo myöskään esimiehelle. Tapahtumassa on hyvä vallita avoin ilmapiiri, jotta vastapuoli kokee, että hän voi ilmaista mielipiteensä ja tunteensa ilman pelkoa.

- Analyysistä ja tunteiden hallinnasta, jossa esimiehen tulee kyetä kohtaamaan vastapuolen tunteet. Ensimmäinen reaktio vastapuolella on usein asian kieltäminen, eikä hän tahdo ymmärtää ja uskoa tilannetta. Apuna tässä voi käyttää analyysia, jossa vastapuolelle eritellään ja perustellaan tilanne useamman kerran kunnes hän ymmärtää asian todellisuuden.
- Hyväksyminen ja jatkotoimet, jossa vastapuoli on ymmärtänyt tilanteen ja hänelle etsitään ratkaisumalleja. Työyhteisön tuki on erittäin tärkeä ikävän asian kohteeksi joutuneelle ihmiselle. Tilanteen normalisoituminen voi viedä kauan aikaa, niin vastapuolen kuin esimiehenkin kohdalla. Tilanteen jälkihoito on suuressa roolissa ikävän uutisen jälkeen koko työyhteisössä, jotta se palautuu taas normaaliksi. (Åberg 2006, 166 - 168.)

6 TUTKIMUKSEN TOTEUTTAMINEN

6.1 Sisäisen viestinnän tutkimus yritykselle X työntekijän näkökulmasta

Opinnäytetyön tutkimusaiheen idea syntyi siitä, että olen ollut aiemmin kyseisen yrityksen palveluksessa töissä. Sisäisen viestinnän toimivuus vaikuttaa suoraan itse työn tekoon ja sen toimivuuteen kuten myös työhyvinvointiin ja yleiseen ilmapiiriin. Työnteko jää väistämättä puutteelliseksi, jos viestintä ei toimi eikä tieto kulje talon sisällä. Sisäinen viestintä on haasteellista varsinkin suuremmissa yrityksissä ja työntekijöiden kokemukset yrityksen sisäisen viestinnän todellisesta toimivuudesta voi jäädä yrityksen johdolle epäselväksi. Yritys X:n sisäisessä viestinnässä on koettu olevan puutteita ja parantamisen varaa varsinkin työntekijöiden näkökulmasta.

6.2 Kohdeorganisaation kuvaus

Yritys X on yksi Suomen historian tunnetuimmista päivittäistavarataloista. Yritys on perustettu vuonna 1952, ja se sai alkunsa postimyynnistä. Tavarataloja

sijaitsee ympäri Suomea ja yritys työllistää tällä hetkellä noin 1500 työntekijää. Yritys on kokenut historiansa aikana paljon muutoksia ja hiljattain se myytiin uudelle omistajalle. Yritys on myös saanut tunnettua ja tunnustusta sen toimivasta yhteiskuntavastuusta johon panostetaan paljon. Yritys kouluttaa henkilöstöään säännöllisesti sekä tarjoaa hyvät mahdollisuudet edetä uralla. Hyvä ja asiantunteva asiakaspalvelu on yrityksen tärkein tehtävä jota kehitetään jatkuvasti. Itse toimeksiantajayritys, jota opinnäytetyö koskee, on aloittanut toimintansa vuonna 2012.

6.3 Tutkimuksen tarkoitus

Tutkimuksen tarkoitus on kartoittaa yritys X:n sisäisen viestinnän toimivuutta ja käytössä olevia viestintäkanavia työntekijöiden näkökulmasta.

- Miten sisäinen viestintä toimii yrityksessä X?
- Mitä viestintäkanavia käytetään?
- Mitkä ovat viestintäkanavien vahvuudet ja heikkoudet?
- Millä keinoin kehittää sisäistä viestintää toimivammaksi?

6.4 Tutkimusmenetelmä, tavoitteet ja tiedonkeruu

Tutkimus on laadultaan määrällinen tutkimus eli kvantitatiivinen, joka perustuu tilastolliseen tutkimukseen. (Heikkilä 2014, 16 -17). Tiedonkeruumenetelmäksi valitsin informoidun kyselyn, joka toteutettiin kyselylomakkeella työntekijöille. Kyselylomake testattiin yhdellä työntekijällä, ennen kuin se jaettiin kaikille osapuolille täytettäväksi. Vastausaikaa kyselylomakkeen täyttämiseksi annettiin viikko, koska henkilökunnan määrä ei ole kovin suuri. Kyselylomakkeen kysymyksillä pyrittiin selvittämään työntekijöiden kokemuksia ja näkemyksiä sisäisen viestinnän toimivuudesta. Kyselylomakkeella pyrittiin myös selvittämään, mitä viestintäkanavia työntekijät käyttävät yrityksessä X. Kyselylomakkeeseen oli lisätty avoimia kysymyksiä lopuksi, jossa työntekijät saivat mahdollisuuden kertoa omin sanoin, mitkä asiat sisäisessä viestinnässä toimivat ja mitkä taas eivät. Työntekijöille annettiin myös mahdollisuus ehdottaa parannuskeinoja yrityksen sisäiseen viestintään.

Kyselylomakkeen kysymystyypit olivat pääsääntöisesti strukturoituja kysymyksiä eli suljettuja kysymyksiä. (Heikkilä 2014, 49). Suljetuissa kysymyksissä ympäröitiin sopiva vastaus vaihtoehto kuhunkin kysymykseen, jotka koostuivat numero asteikoista. Kyselylomakkeen alussa oli muutama avoin kysymys, jolla kartoitettiin mm. ikä, työsuhteen kesto ja laatu sekä sukupuoli.

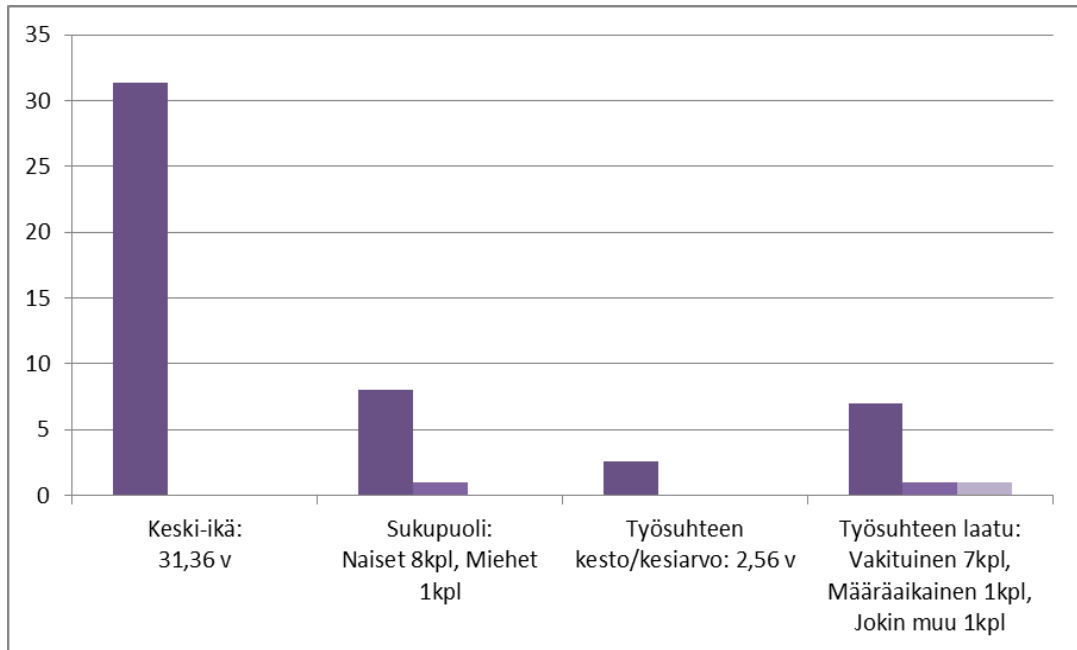
7 TUTKIMUKSEN TULOKSET

Kyselyyn vastasi 9 henkilöä, eli noin 50 % työntekijöistä, joille vastauslomake osoitettiin. Tutkimuksesta oli rajattu pois esimiehet sekä osastojen päälliköt, koska tarkoitus oli selvittää sisäistä viestintää nimenomaan työntekijöiden näkökulmasta. Poistumaa eli vastaus katoa ilmeni kyselylomakkeiden palautuksessa osittain siitä syystä, että henkilöstöä oli kesälomalla juuri tuona ajanjaksona sekä myös yrityksessä vallannut kiireellinen aikataulu. Vaikka kyselylomakkeiden prosentti määrä oli 50 %, pystyi niitä analysoidessa tulemaan siihen lopputulokseen, että työntekijöillä on yhtenevä mielipide siitä mikä sisäisessä viestinnässä toimii ja mikä ei. Tämä tarkoittaa sitä, että yritys X:n sisäisessä viestinnässä on omat vahvuutensa sekä heikkoutensa. (Heikkilä 2014, 40 -44.)

7.1 Kohderyhmä

Kohderyhmän keski-ikä on 31,36 ja kyselylomakkeista selvisi, että henkilöstöstä löytyy niin nuoria kuin vanhempiakin henkilöitä. Sisäisen viestinnän näkökulmasta katsottuna tämä on positiivinen asia, koska iältään vanhemmat kykenevät siirtämään tietämystään ja taitoaan nuoremmille henkilöille. Sukupuoli jakauma yritys X:ssä on naisvoittoinen, mikä näkyi myös palautetuissa kyselylomakkeissa. Vastaajista 8 kpl oli naisia ja 1 kpl miehiä.

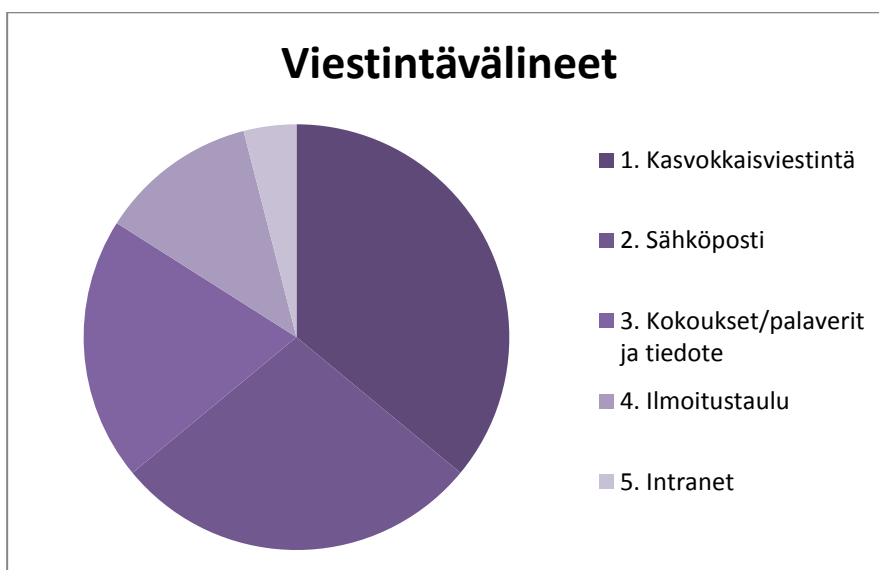
Koska toimeksiantajayritys on ollut toiminnassa vasta 3 vuotta, oli työntekijöiden palvelusaika toimeksiantajayrityksessä lyhyt. Keskiarvoksi saatiin 2,56 vuotta. Kyselylomakkeessa selvitettiin myös työsuhteen laatu, josta selvisi, että 7 henkilöä on vakituudessa työsuhteessa. Yksi henkilö on määräaikainen ja yksi ilmoitti työsuhteen laadukseen vaihtoehdon jonkin muun.



Kuva 1. Kohderyhmä

7.2 Viestintävälineet

5. kysymyksessä selvitin, mitä viestintäkanavia työntekijät käyttävät eniten. 90 % vastaajista piti kasvokkaisviestintää tärkeimpänä viestintävälineenä. Toiseksi tärkein viestintäväline oli sähköposti (70 %) ja kolmanneksi tärkein kokoukset/palaverit ja tiedote (50 %). Ilmoitustaulu sijoittui sijalle neljä (30 %) ja intranet oli vähiten käytetty viestintäkanava (10 %).

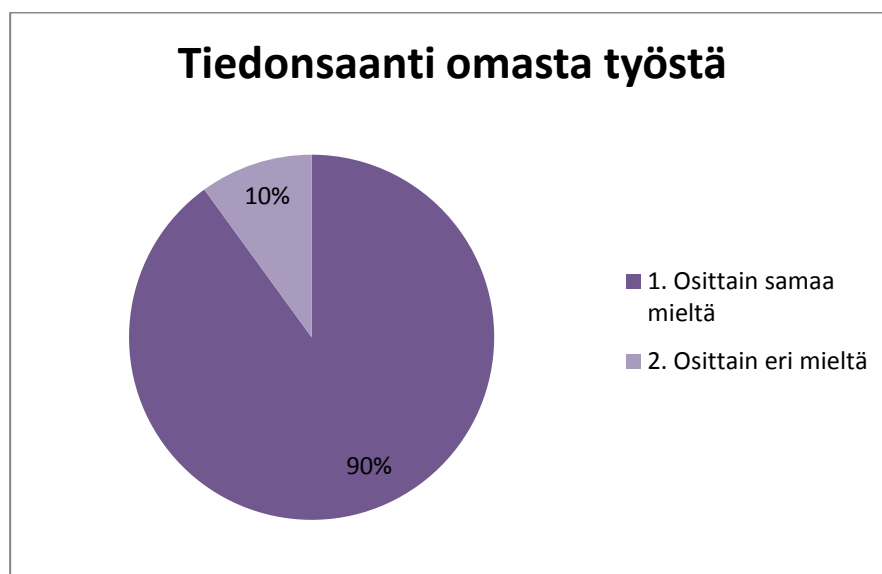


Kuva 2. Viestintävälineet

7.3 Tiedonkulku

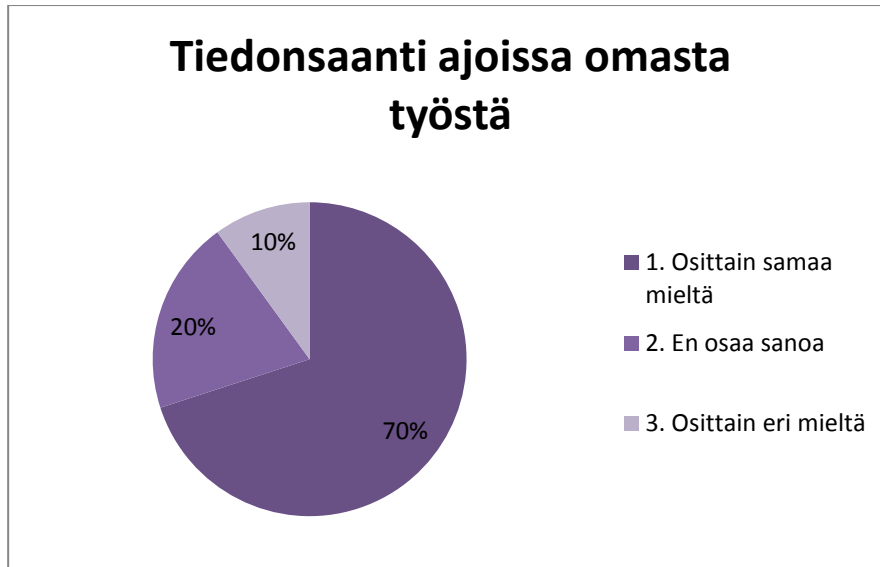
Kysymyksessä 6. selvitin työntekijöiden mielipiteitä yrityksen tiedonkulusta, esimiesviestinnästä, työtehtävistä sekä sosiaalisen median käytöstä viestintäkanavana. Kysymyksissä käytettiin numeroasteikkoa 1-5, joista ympyröitiin sopivin vaihtoehto.

1. kysymys ”Saan tarpeeksi tietoa työtäni koskevista asioista”. Vastaajista 90 % oli sitä mieltä, että he saavat osittain tarpeeksi tietoa omaa työtään koskevista asioista ja 10 % oli osittain eri mieltä.



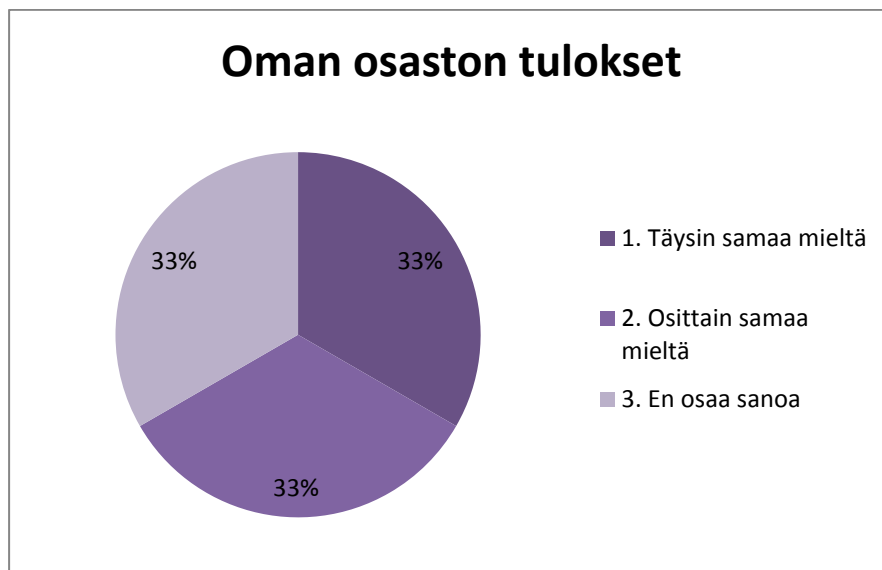
Kuva 3. Tiedonsaanti omasta työstä

2. kysymys ”Saan tehtäviäni koskevat tiedot ajoissa”. 70 % vastaajista koki saavansa tehtäviään koskevat tiedot ajoissa itselleen ja 10 % oli osittain eri mieltä. 20 % vastaajista ei osannut sanoa.



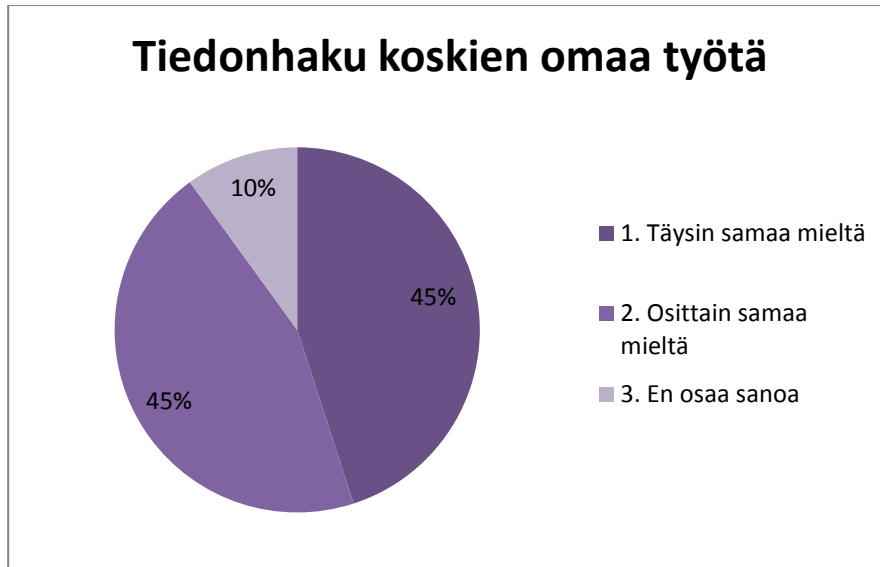
Kuva 4. Tiedonsaanti ajoissa omasta työstä

3. kysymys ”Saan tietoa oman osaston tuloksista”. Vastaajista 33 % oli täysin samaa mieltä, 33 % osittain samaa mieltä ja 33 % ei osannut sanoa.



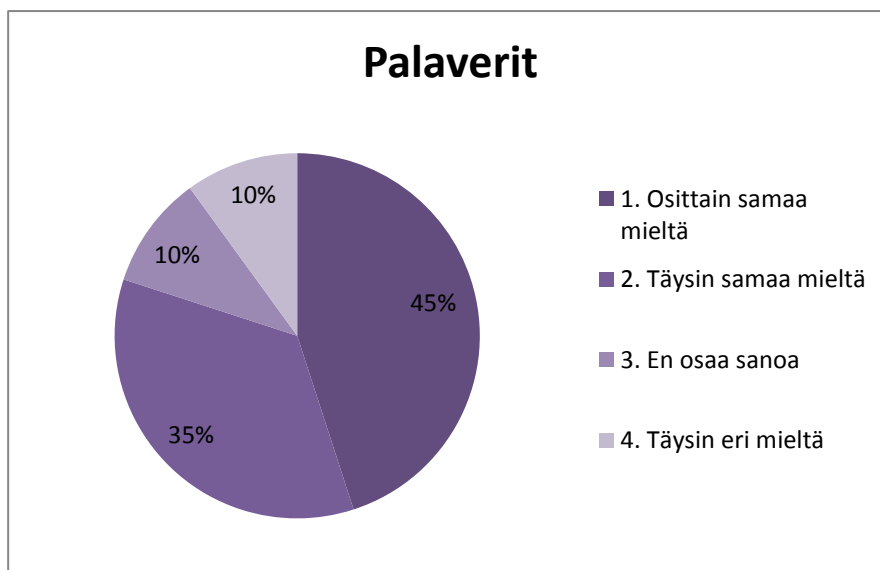
Kuva 5. Oman osaston tulokset

4. kysymys ”Tiedän mistä voin tarvittaessa hakea tietoa työtäni koskien”. 45 % vastaajista oli täysin samaa mieltä ja 45 % osittain samaa meiltä. 10 % vastaajista ei osannut sanoa.



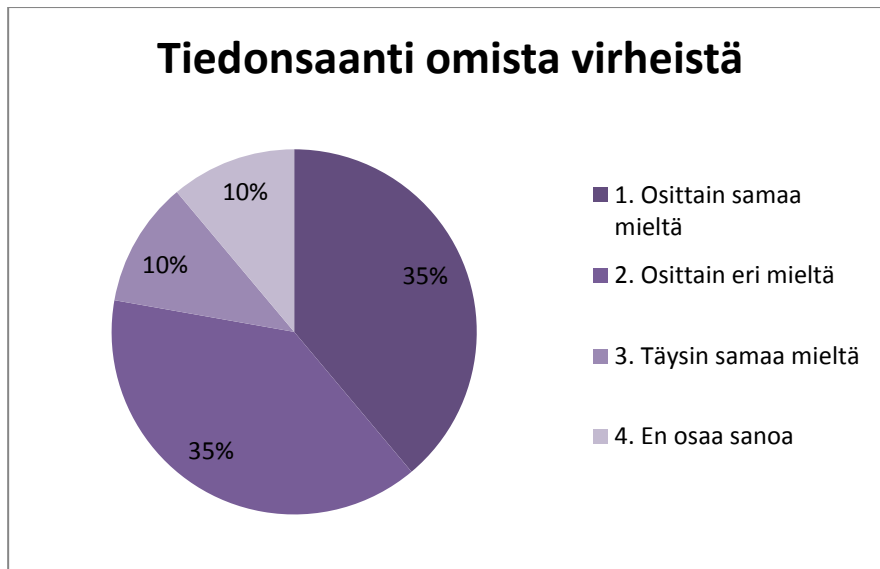
Kuva 6. Tiedonhaku omasta työstä

5. kysymyksessä selvitin onko palavereita riittävästi. 45 % vastaajista oli osittain samaa mieltä ja 35 % oli täysin samaa mieltä. 10 % ei osannut sanoa ja 10 % oli täysin eri mieltä palavereiden riittävydestä.



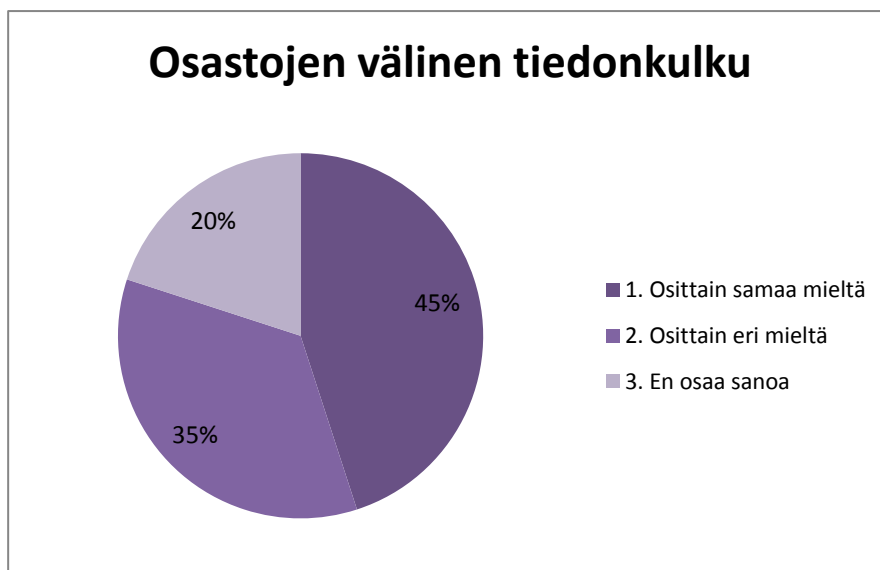
Kuva 7. Palaverit

6. kysymys "Saan tiedon tekemistäni virheistä". 35 % oli osittain samaa mieltä että virheistä tiedotetaan. 35 % oli osittain eri mieltä ja 10 % täysin samaa mieltä. 10 % vastaajista ei osannut sanoa.



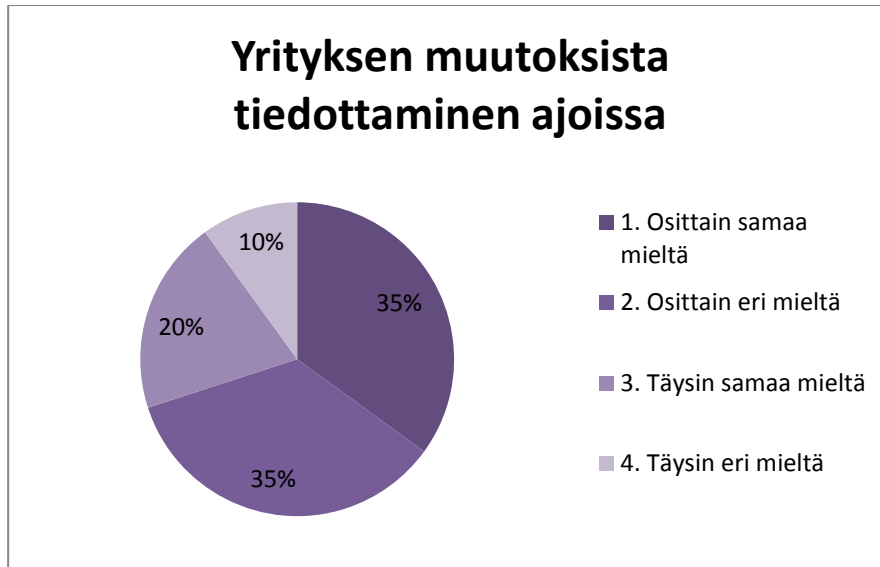
Kuva 8. Tiedottaminen omista virheistä

7. kysymys ”Osastojen välinen tiedonkulku on riittävä”. Vastaajista 45 % oli osittain samaa mieltä ja 35 % osittain eri mieltä. 20 % vastaajista ei osannut sanoa tiedonkulun riittävydestä osastojen välillä



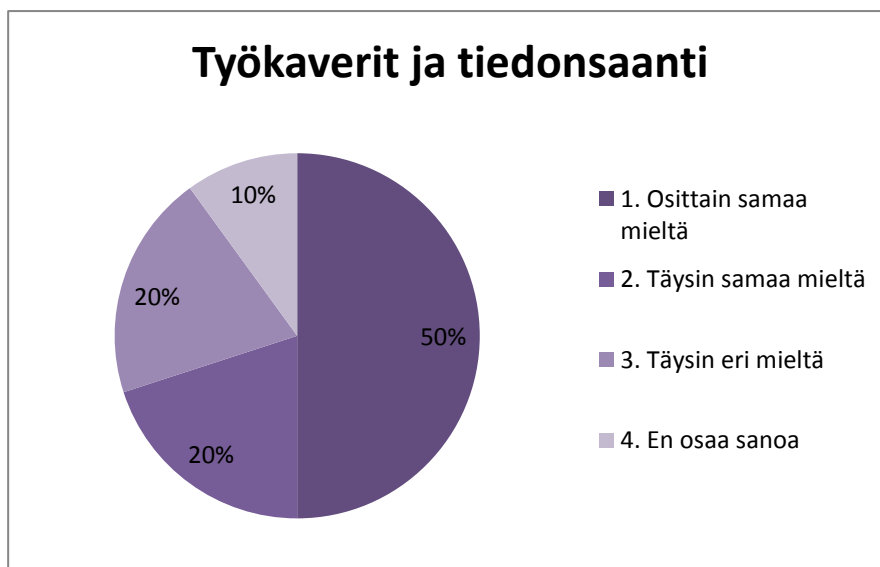
Kuva 9. Osastojen välinen tiedonkulku

8. kysymys ”Muutoksista yrityksessä tiedotetaan ajoissa henkilöstölle”. 35 % oli osittain samaa mieltä ja 35 % puolestaan osittain eri mieltä. 20 % vastaajista oli täysin samaa mieltä ja 10 % täysin eri mieltä.



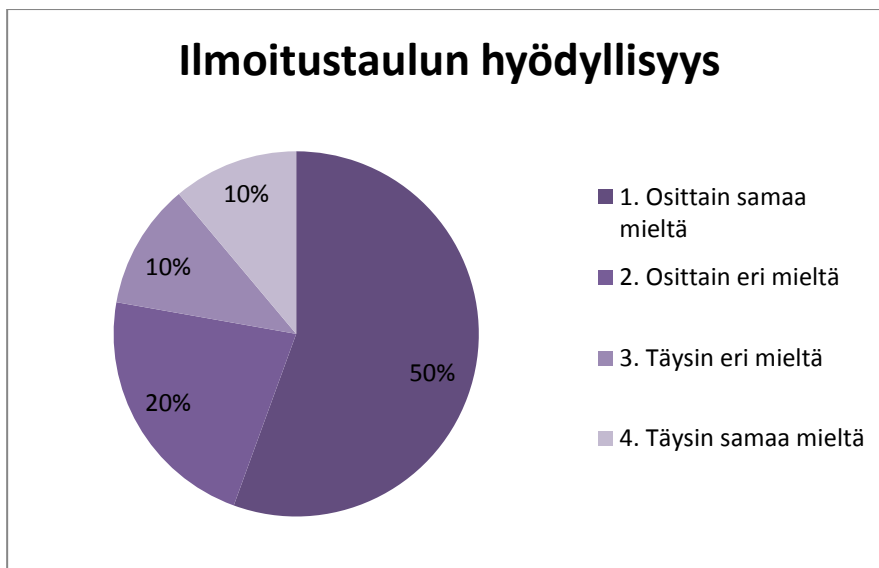
Kuva 10. Yrityksen muutoksista tiedottaminen ajoissa

9. kysymyksessä selvitin, saavatko työntekijät työkavereilta tärkeät tiedot. Vastajista 50 % oli osittain samaa mieltä ja 20 % täysin samaa mieltä. 20 % oli täysin eri mieltä ja 10 % ei osannut sanoa.



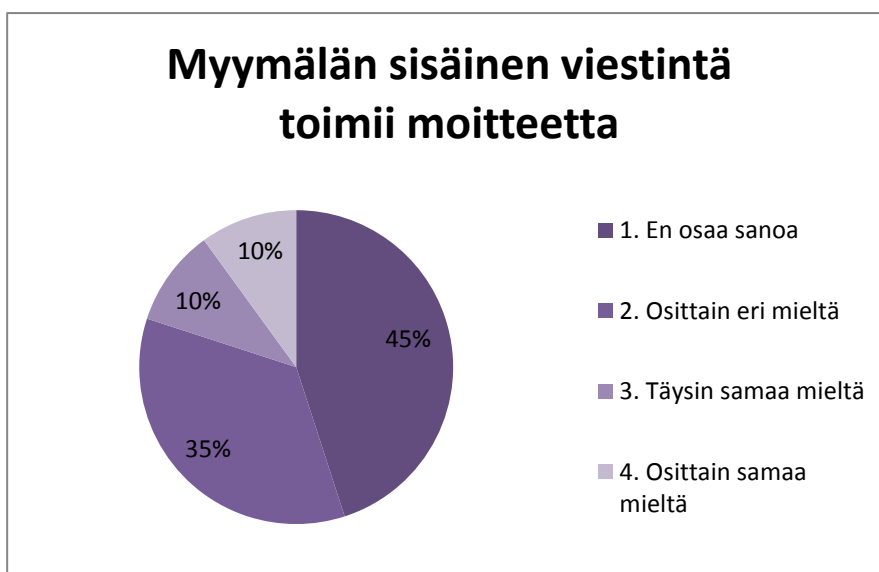
Kuva 11. Työkaverit ja tiedonsaanti

10 kysymys ”Ilmoitustaulu on hyödyllinen tiedonlähde”. 50 % vastaajista oli osittain samaa mieltä ilmoitustaulun hyödyllisyydestä ja 20 % oli osittain eri mieltä. 10 % puolestaan oli täysin eri mieltä ja 10 % täysin samaa mieltä.



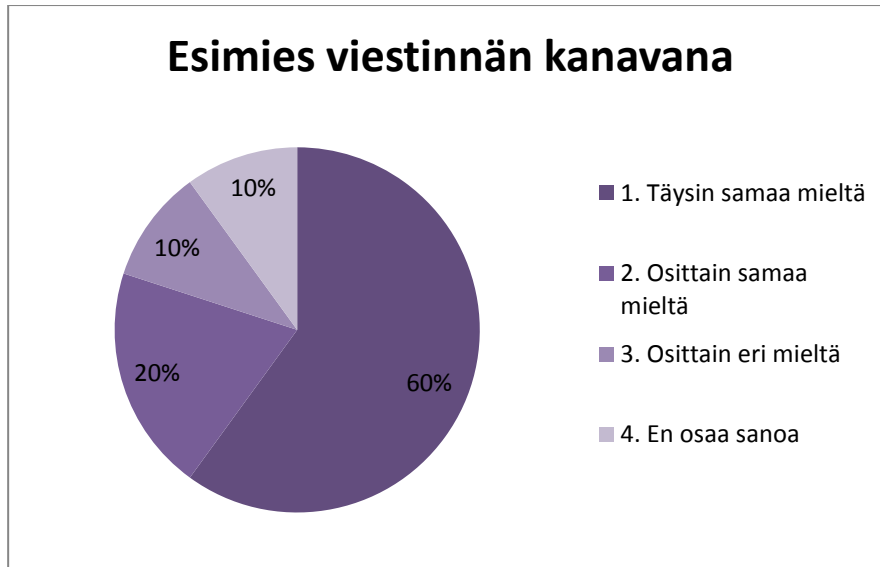
Kuva 12. Ilmoitustaulun hyödyllisyys

11. kysymyksessä selvitin, toimiiko myymälän sisäinen viestintä moitteetta. Vastaajista 45 % ei osannut sanoa. 35 % oli osittain eri mieltä ja 10 % täysin samaa mieltä sekä 10 % oli osittain samaa mieltä.



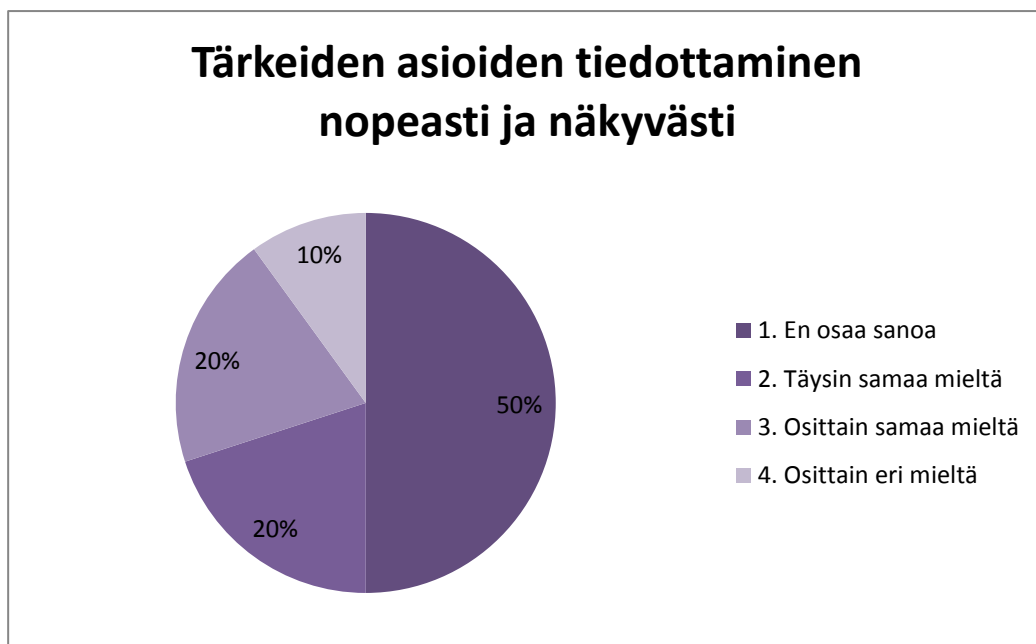
Kuva 13. Myymälän sisäisen viestinnän moitteettomuus

12. kysymyksessä selvitin onko esimies tärkein viestinnän kanava. 60 % vastaajista oli täysin samaa mieltä ja 20 % osittain samaa mieltä. 10 % oli osittain eri mieltä ja 10 % ei osannut sanoa.



Kuva 14. Esimies viestinnän kanavana

13. kysymys ”Tärkeistä asioista tiedotetaan nopeasti ja näkyvästi”. 50 % vastaajista ei osannut sanoa ja 20 % oli täysin samaa mieltä. 20 % oli osittain samaa mieltä ja 10 % puolestaan osittain eri mieltä.

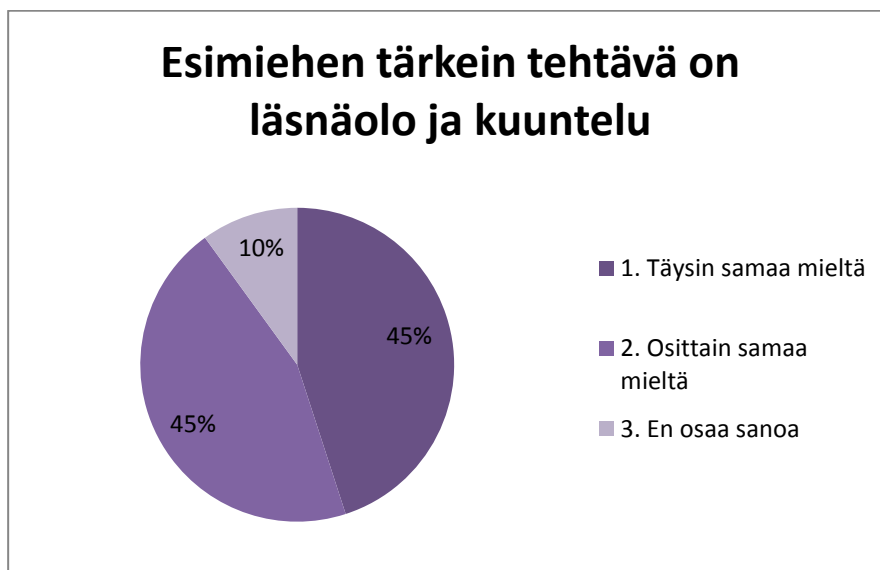


Kuva 15. Tärkeiden asioiden tiedottaminen nopeasti ja näkyvästi

7.4 Esimiesviestintä

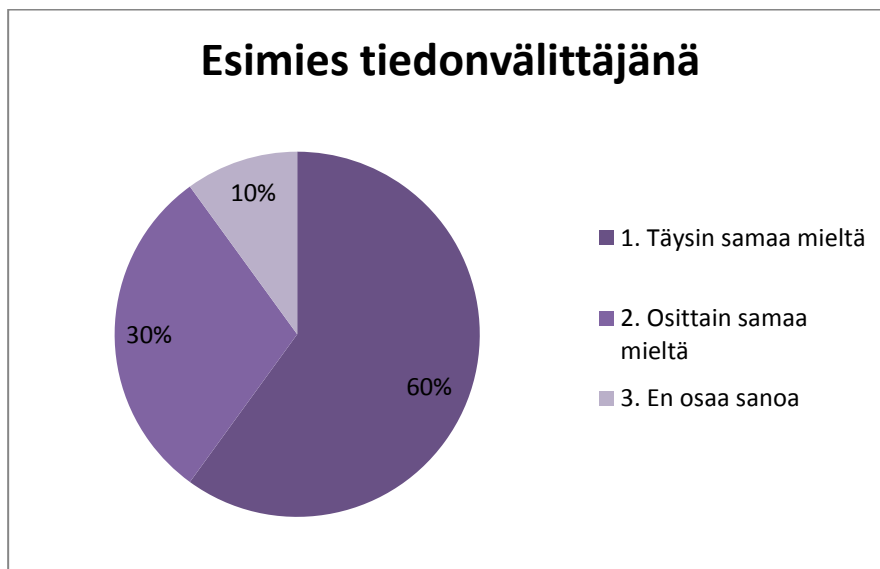
Kohderyhmältä selvitettiin kyselylomakkeella, miten esimiesviestintä heidän näkökulmastaan toimii.

1. kysymyksessä selvitin, onko esimiehen tärkein tehtävä läsnäolo ja kuuntelu. 45 % vastaajista oli täysin samaa mieltä sekä 45 % osittain samaa mieltä. 10 % ei osannut sanoa.



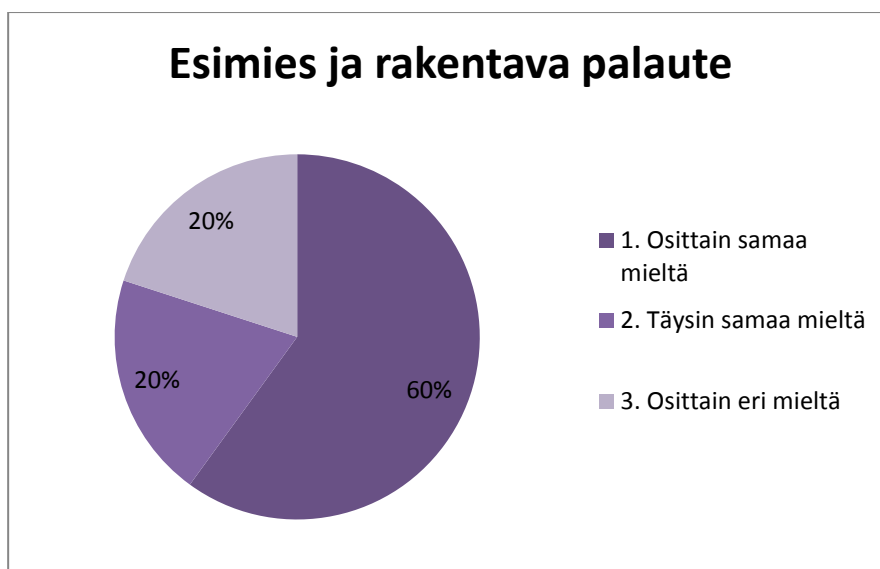
Kuva 16. Esimiehen tärkein tehtävä on läsnäolo ja kuuntelu

2. kysymys ”Esimies välittää aktiivisesti tietoa”. 60 % oli täysin samaa mieltä ja 30 % osittain samaa mieltä. 10 % vastaajista ei osannut sanoa.



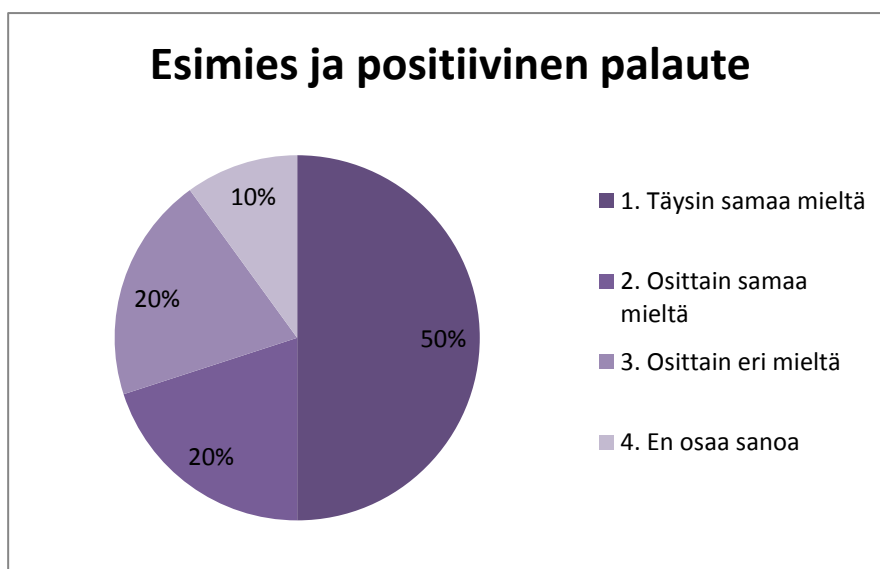
Kuva 17. Esimies tiedonvälittäjänä

3. kysymyksessä selvitin antaako esimies rakentavaa palautetta työstä. Vastaajista 60 % oli osittain samaa mieltä ja 20 % täysin samaa mieltä. 20 % vastaajista oli osittain eri mieltä.



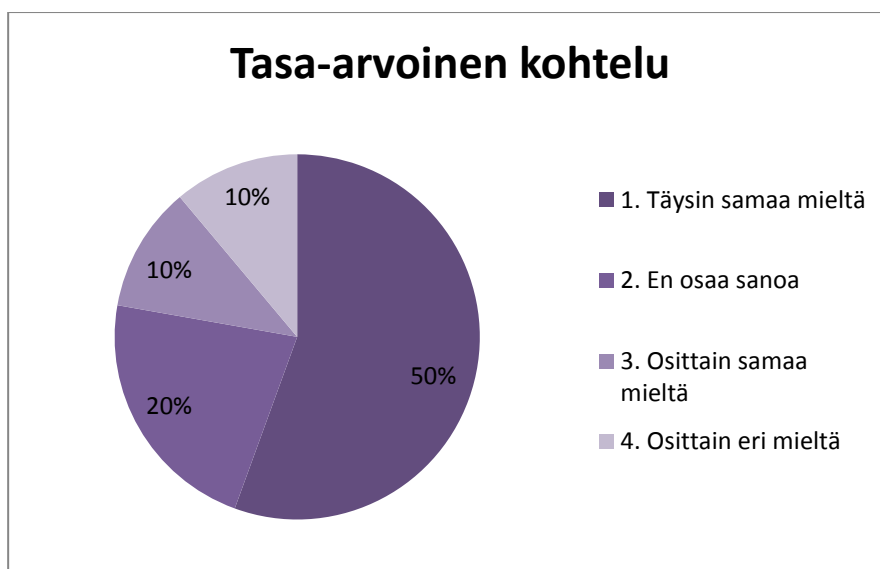
Kuva 18. Esimies ja rakentava palaute

4. kysymyksessä selvitin antaako esimies positiivista palautetta työstä. Vastajista 50 % oli täysin samaa mieltä ja 20 % osittain samaa mieltä. 20 % oli puolestaan osittain eri mieltä ja 10 % ei osannut sanoa.



Kuva 19. Esimies ja positiivinen palaute

5. kysymys ”Kaikkia kohdellaan tasa-arvoisesti”. 50 % vastaajista oli täysin samaa mieltä. 20 % ei osannut sanoa ja 10 % oli osittain samaa mieltä. Ainoastaan 10 % oli osittain eri mieltä.

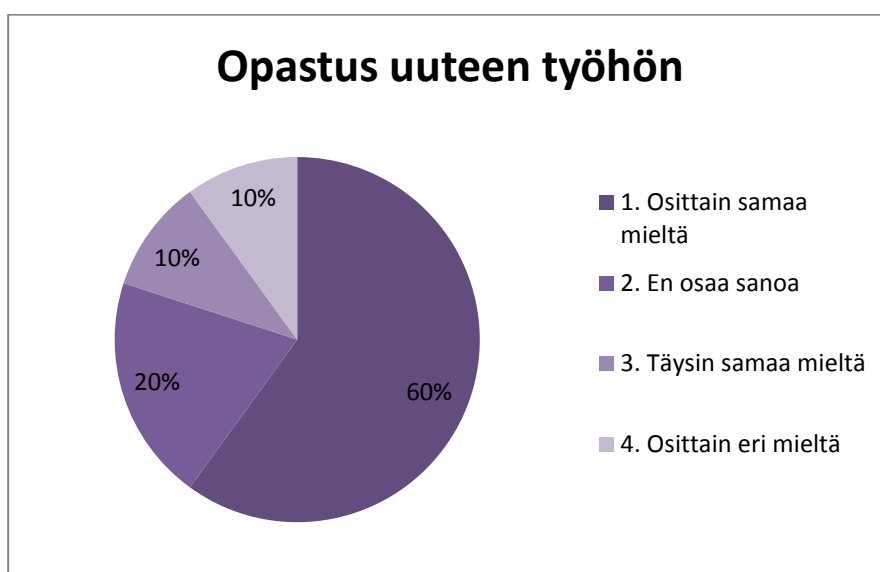


Kuva 20. Tasa-arvoinen kohtelu

7.5 Työtehtävät

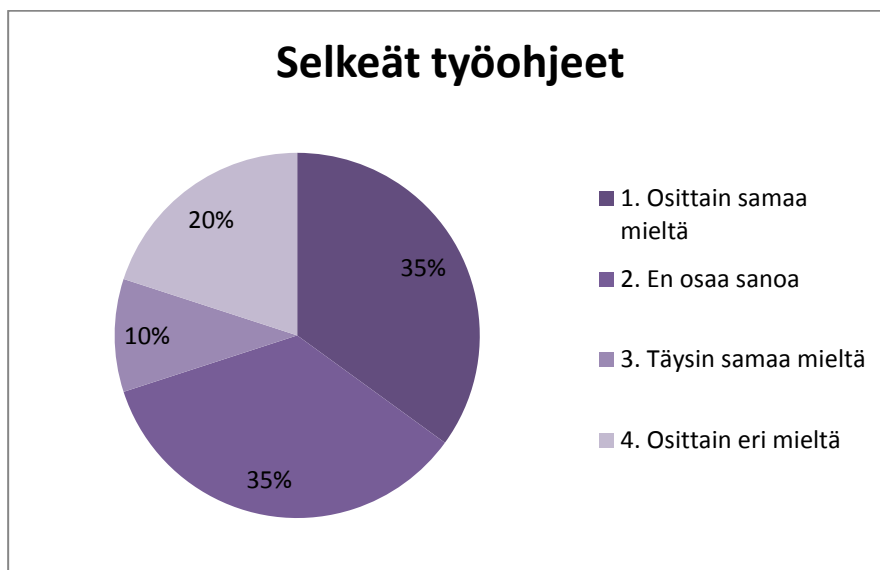
Kohderyhmältä kysyttiin lomakkeessa kysymyksiä koskien heidän työtehtäviään. Tällä pyrittiin selvittämään, onko työntekijät perehdytetty ja koulutettu tehtäviinsä eri osa-alueilla tarpeeksi hyvin.

1. kysymys ” Uuteen työhön opastus on riittävä”. Vastaajista 60 % oli osittain samaa mieltä. 20 % ei osannut sanoa ja 10 % oli täysin samaa mieltä. 10 % vastaajista koki olevansa osittain eri mieltä.



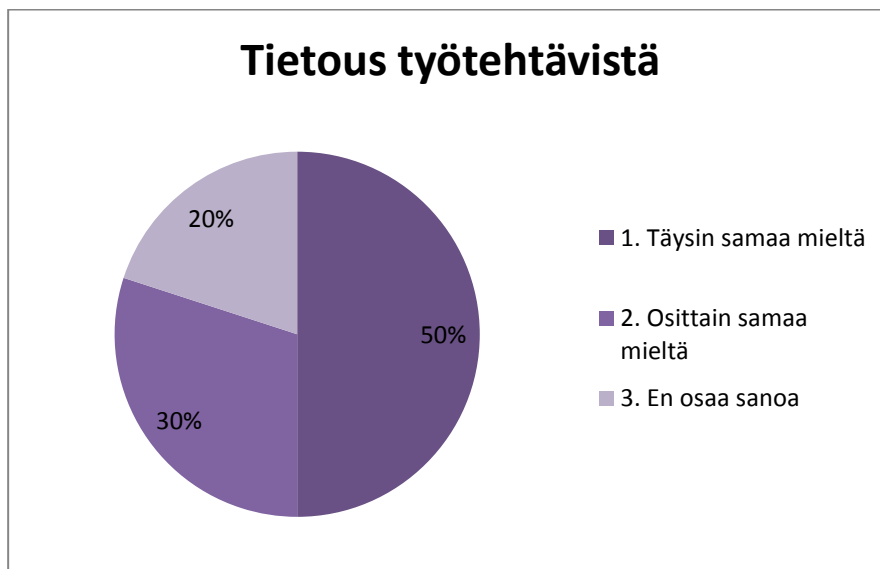
Kuva 21. Opastus uuteen työhön

2. kysymyksessä selvitin onko työohjeet selkeät. 35 % vastaajista oli osittain samaa mieltä ja 35 % ei osannut sanoa. 10 % oli puolestaan täysin samaa mieltä ja 20 % osittain eri mieltä.



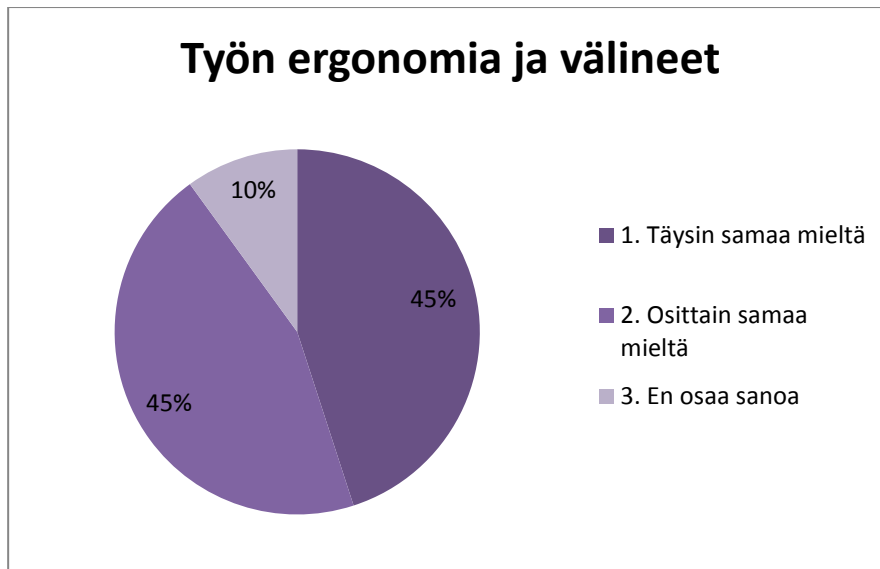
Kuva 22. Selkeät työohjeet

3. kysymys ”Tiedän mitä työtehtäviini kuuluu”. Vastaajista 50 % oli täysin samaa mieltä ja 30 % osittain samaa mieltä. 20 % vastaajista ei osannut sanoa.



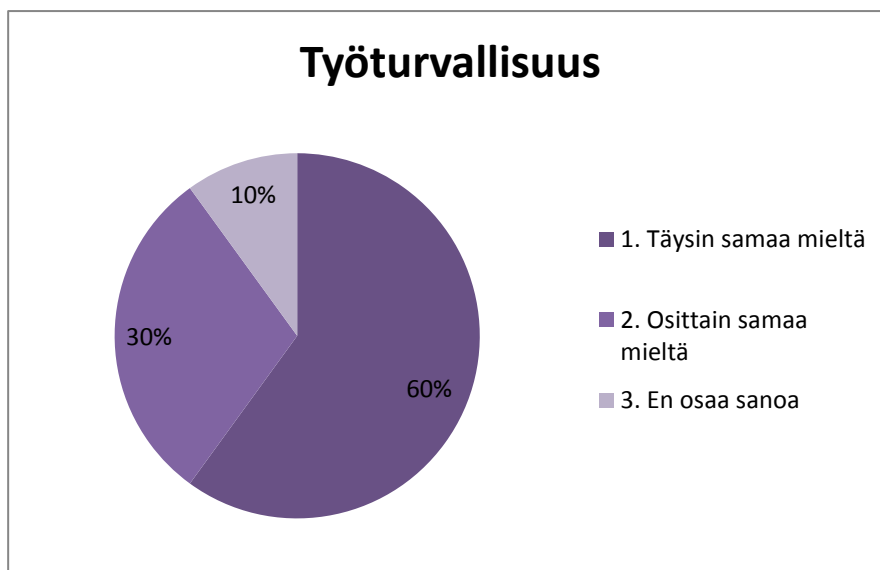
Kuva 23. Tietous työtehtävistä

4. kysymys ”Työn ergonomia ja välineiden oikeaoppinen käyttö on minulla tiedossa”. 45 % vastaajista oli täysin samaa mieltä sekä 45 % osittain samaa mieltä. 10 % vastaajista ei osannut sanoa.



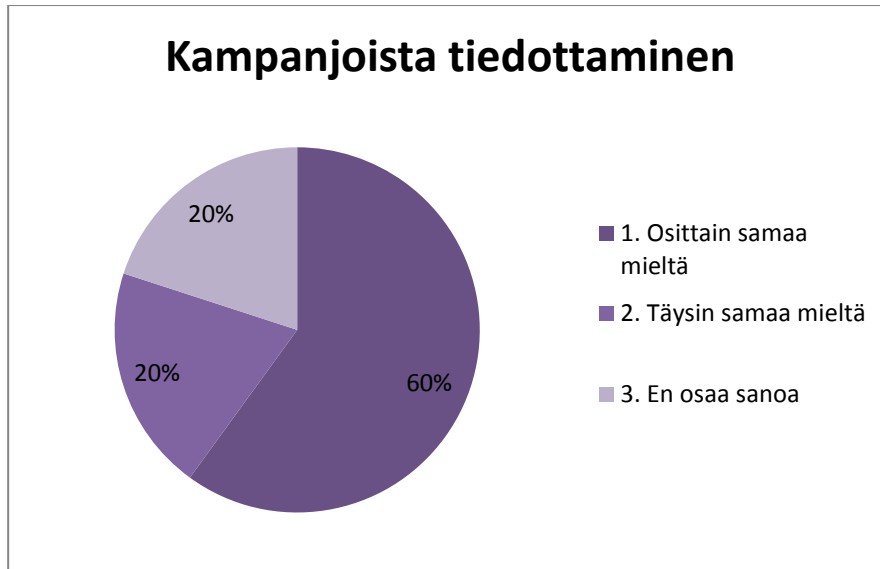
Kuva 24. Työn ergonomia ja välineet

5. kysymyksessä selvitin onko työntekijät perehdytetty työturvallisuuteen. Vastajista 60 % oli täysin samaa mieltä ja 30 % osittain samaa mieltä. 10 % vastaajista ei osannut sanoa.



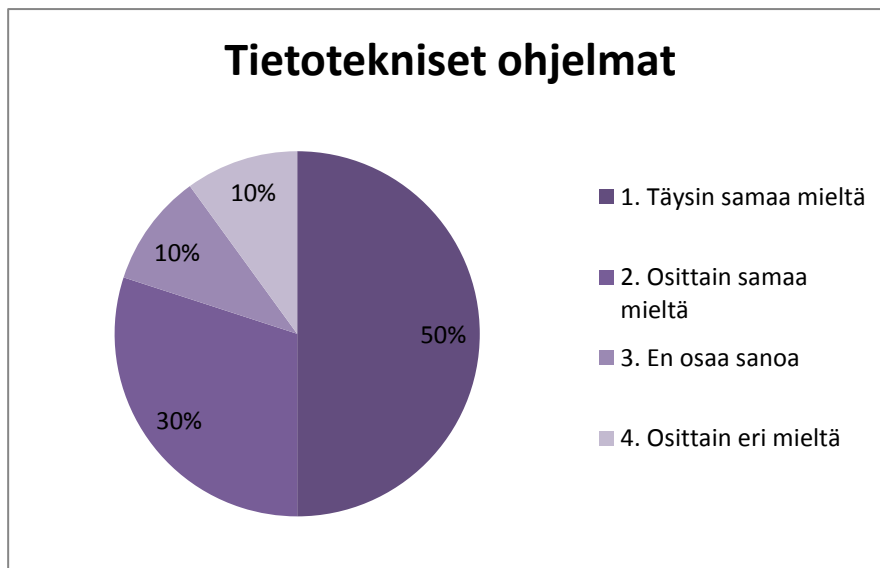
Kuva 25. Työturvallisuus

6. selvitin tiedotetaanko kampanjoista ajoissa. 60 % vastaajista oli osittain samaa mieltä sekä 20 % täysin samaa mieltä. 20 % ei osannut sanoa.



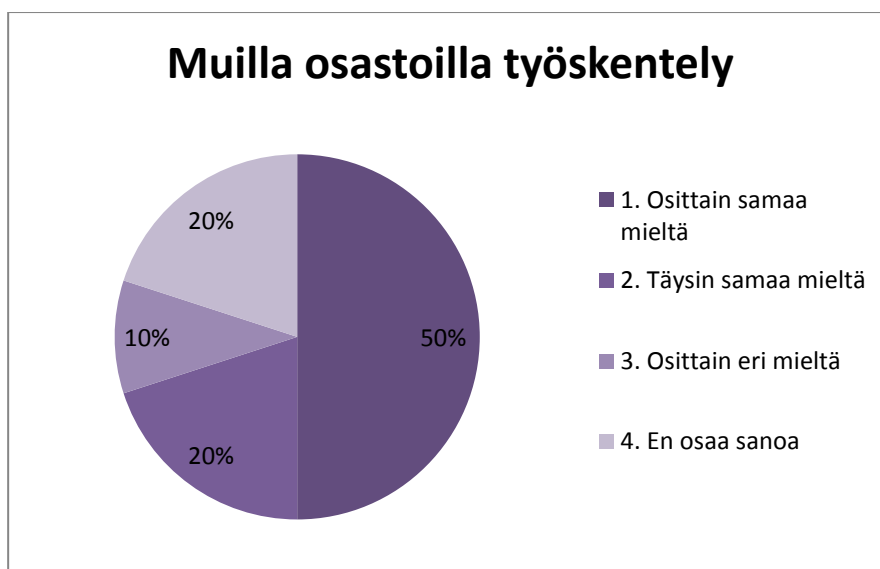
Kuva 26. Kampanjoista tiedottaminen

7. kysymys ”Hallitsen tietotekniset ohjelmat, joita työssä käytetään”. Vastaajista 50 % oli täysin samaa mieltä ja 30 % osittain samaa mieltä. Ainoastaan 10 % oli osittain eri mieltä ja 10 % ei osannut sanoa.



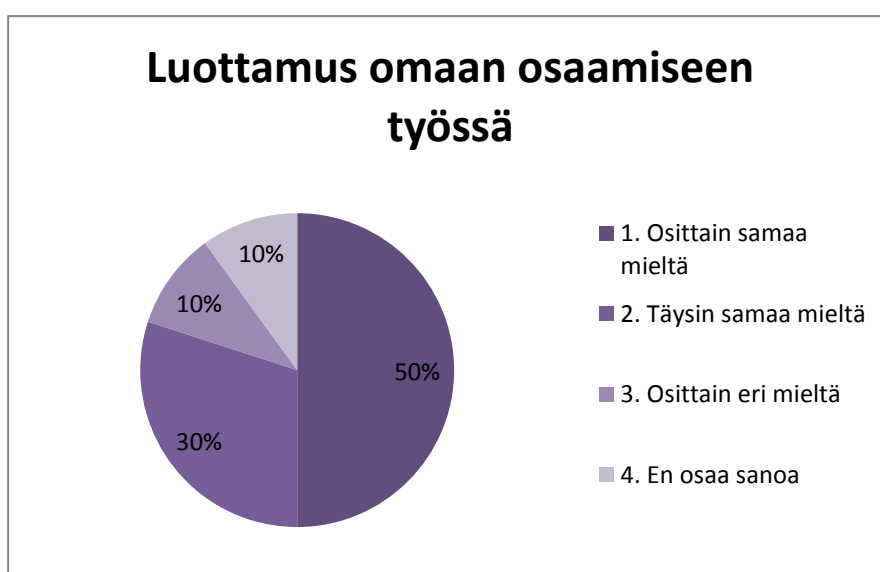
Kuva 27. Tietotekniset ohjelmat

8. kysymyksessä selvitin kykeneekö työntekijät työskentelemään muilla osastoilla. 50 % vastaajista oli osittain samaa mieltä ja 20 % täysin samaa mieltä. 20 % vastaajista ei osannut sanoa ja 10 % oli osittain eri mieltä.



Kuva 28. Muilla osastoilla työskentely

9. kysymys ”Luotan omaan osaamiseen työssä”. 50 % vastaajista oli osittain samaa mieltä ja 30 % täysin samaa mieltä. Ainoastaan 10 % oli osittain eri mieltä ja 10 % vastaajista ei osannut sanoa.

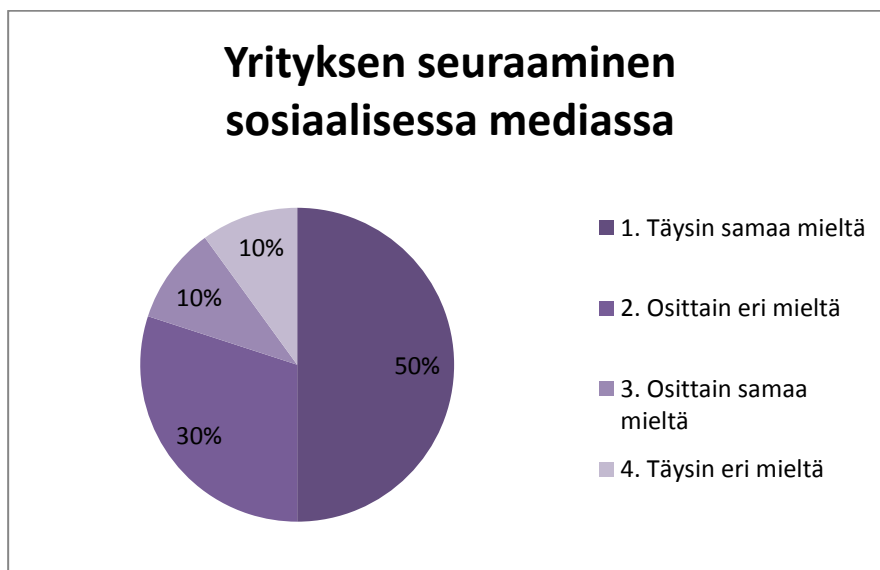


Kuva 29. Luottamus omaan osaamiseen työssä

7.6 Sosiaalinen media viestinnässä

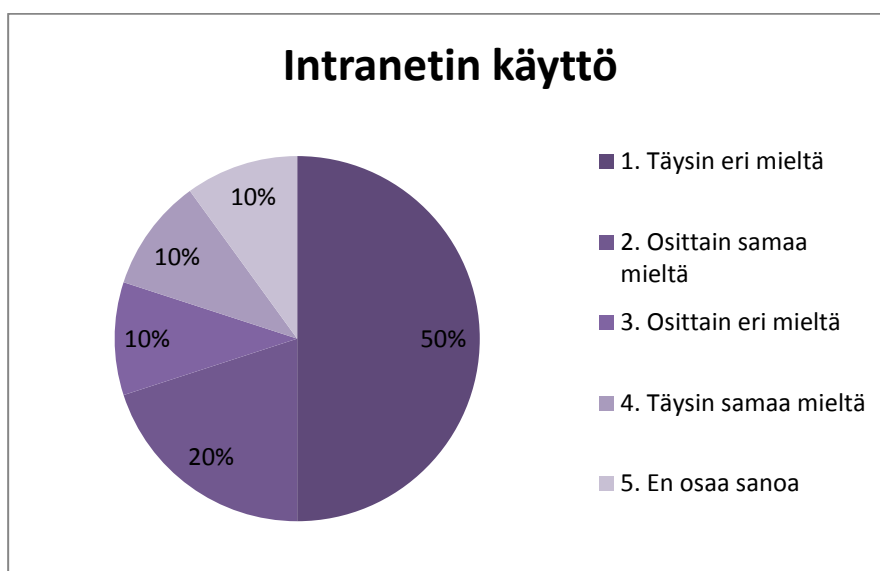
Kyselyssä selvitin työntekijöiden sosiaalisen median käyttäytymistä koskien itse yritystä sekä työyhteisön keskinäistä viestintää sosiaalisessa mediassa.

1. kysymyksessä selvitin seuraavatko työntekijät yritystään sosiaalisessa mediassa. 50 % vastaajista oli täysin samaa mieltä ja 10 % osittain samaa mieltä. 30 % vastaajista oli puolestaan osittain eri mieltä ja 10 % täysin eri mieltä.



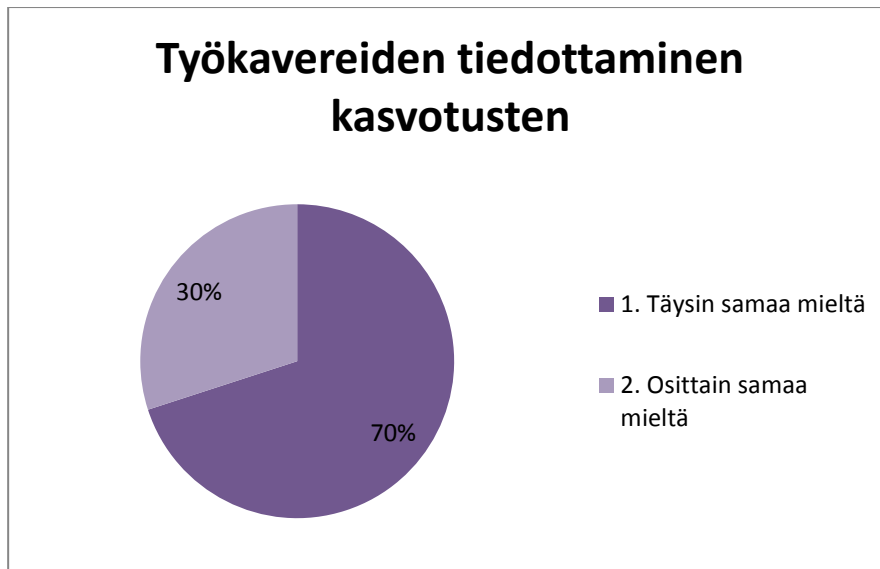
Kuva 30. Yrityksen seuraaminen sosiaalisessa mediassa

2. kysymys ”Käytätkö säännöllisesti yrityksen intranettia”. Vastaajista 50 % oli täysin eri mieltä ja 10 % osittain eri mieltä. 20 % oli osittain samaa mieltä sekä 10 % täysin samaa mieltä. 10 % vastaajista ei osannut sanoa.



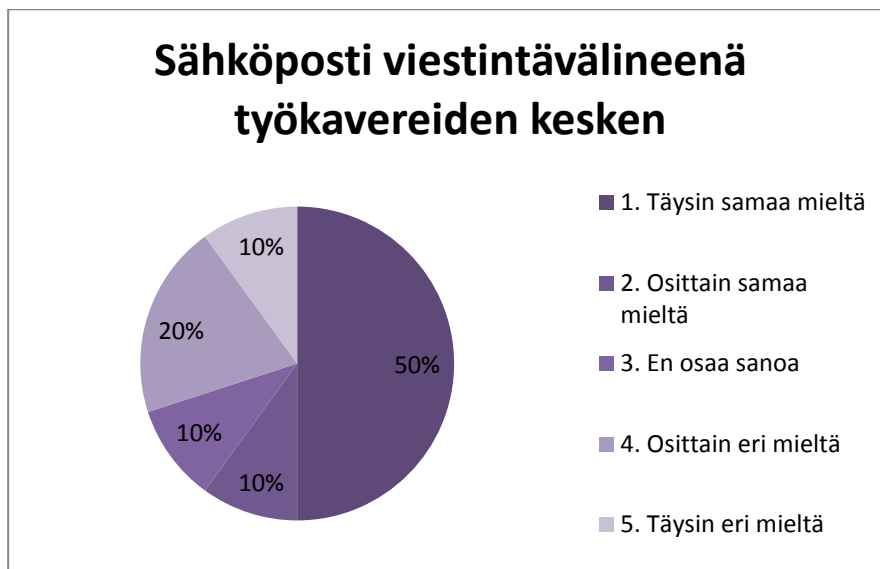
Kuva 31. Intranetin käyttö

3. kysymys ”Työkaverit tiedottavat asioista toisilleen kasvotusten”. Vastaajista 70 % oli täysin samaa mieltä väittämän kanssa ja 30 % osittain samaa mieltä.



Kuva 32. Työkavereiden tiedottaminen kasvotusten

4. kysymys ”Sähköposti on tärkeä viestintäväline työntekijöiden kesken”. 50 % vastaajista oli täysin samaa mieltä ja 10 % osittain samaa mieltä. 10 % vastaajista ei osannut sanoa. 20 % oli puolestaan osittain eri mieltä ja 10 % täysin eri mieltä.



Kuva 33. Sähköposti viestintävälineenä työkavereiden kesken

7.7 Nykyisten viestintävälineiden toimivuus

Kysymyksessä 7. kysyin työntekijöiltä ”Toimivatko nykyiset viestintävälineet mielestäsi hyvin”. Vastaajista 70 % vastasi kyllä ja 30 % ei. Pyysin vastaajia

perustelemaan vapaaehtoisella ja avoimella kysymyksellä syitä, miksi viestintä ei toimi toivotulla tavalla. Vastaukset olivat:

”Paljon tietoa puuttuu kun ei muisteta tai jakseta käyttää viestintää oikein”.

”Aina ei tieto kulje”.

”Kaikki tieto ei tavoita kaikkia”.

”Ei näe tarpeeksi usein työkavereita”.

Esitin myös avoimen kysymyksen, mitkä asiat puolestaan työntekijöiden mielestä toimii viestinnässä. Vastaukset olivat:

”Kasvokkain keskustelu toimii parhaiten. Myös esimiehet käyttävät paljon sähköpostia, siellä on asiat hyvin selvillä”.

8. kysymyksessä pyysin työntekijöitä avoimella ja vapaaehtoisella kysymyksellä kertomaan omia parannusehdotuksia yrityksen sisäiseen viestintään. Vastaukset olivat:

”Rutiinien korjaus ja aktiivinen kommunikointi”.

”Osa ilmoitustaulun asioista tulisi laittaa tiedotekansioon, koska ilmoitustaululla on liikaa infoa. Kaikkein tärkeimmät asiat eivät tule esiin, mikä johtuu liiasta materiaalista”.

8 PÄÄTELMÄT

8.1 Viestintävälineet

Tutkimuksessa saadut vastaukset tärkeimmistä viestintäkanavista oli odotettu. Kasvokkaisviestintä (90 %) on aina ollut tärkeässä osassa X yrityksessä. Tämä johtuu enimmäkseen siitä, että työyhteisö on pieni ja tiivis. Tämä edesauttaa sitä, että välitön kasvokkaisviestintä on helppo toteuttaa sekä on kaikista tehokkain ratkaisu. Esimiehet ovat lähellä ja saatavilla välittömästi. He osallistuvat aktiivisesti työntekijöiden kuuluviin töihin, jolloin välittömän palautteen antaminen on mahdollista. Yritys X:ssä tehdään vuorotyötä, jolloin työntekijöi-

den keskeinen vuorovaikutus kasvokkain on välttämätöntä. Kun iltavuoroon saapuva henkilö tulee töihin, ei esimies ole enää paikalla. Tämän vuoksi vuorojen vaihtuessa työntekijöiden kesken jaetaan kaikki tärkeä tieto ja tehtävät keskenään. Koska yritys X:ssä tiimityö on todella tärkeää taatakseen toimivan työympäristön, on työntekijöiden ensisijaisesti kommunikoitava keskenään jatkuvasti reaaliajassa. Tämä on otettu toimeksiantaja yrityksessä hyvin huomioon ja se näkyy kasvokkaisviestinnän suosiossa. Sähköpostin (70 %) tärkeys on itsestäänselvyys. Sähköpostista löytyy työntekijöiden päivittäiset työpäivän tehtävät, vaikka ne ilmoitetaan myös ilmoitustaululla olevassa listassa. Sähköpostiin lähetetään tärkeät tiedot koskien tuotteita ja kampanjoita sekä ohjeistuksia työntekijöille.

Palaverit/kokoukset (50 %) koettiin osittain tärkeäksi. Yritys X järjestää viikko-palavereita kullekin osastolle erikseen sekä kuukausipalavereita, jotka koskevat koko taloa. Näissä käydään läpi menneitä tapahtumia sekä tulevia. Seurataan myynnin edistystä ja läpikäydään tulevia kampanjoita ja tapahtumia. Palaverit/kokoukset sisältävät myös avointa keskustelua johtajien, esimiesten ja työntekijöiden kesken. Ilmoitustaululta (30 %) työntekijät kokevat löytävänsä hyödyllistä tietoa, kuten päivittäiset työtehtävät, työvuorolistat sekä tärkeät tiedotteet.

Intranetin (10 %) vähäinen suosio ei yllättänyt. Tämä on aina ollut hieman vieras viestintäväline yritys X:n työntekijöiden keskuudessa. Syy siihen on osittain se, että sen tärkeyttä ei ole tarpeeksi painotettu eikä myöskään mainostettu työntekijöille. Suurin syy on kuitenkin se, että kasvokkaisviestintä on niin tehokasta yrityksessä X, että tieto kulkee tätä kautta henkilöstölle tehokkaasti, jolloin sähköisten viestintävälineiden käyttö jää vähemmälle.

8.2 Tiedonkulku

Tiedonkulku yrityksessä X toimii kohtalaisesti eri osa-alueilla. Työntekijät kokivat, että he saavat tarpeeksi tietoa omasta työstään. Kuitenkin osa vastaajista koki, että tiedonsaanti ajoissa omasta työstään on puutteellista. Tämä on asia, joka vaatisi parannusta. Tiedonkulku koskien omaa työtään kuitenkin kulkee, mutta sen perille saaminen ajoissa työntekijälle olisi erityisen tärkeää, jotta työnteko sujuisi jouhevasti sekä ongelmitta. Työntekijät myös tiesivät, mistä he voivat omatoimisesti hakea tietoa omaa työtään koskevista asioista. Edellä

mainittua yhtälöä tarkasteltaessa kokonaisuutena voidaan todeta, että työntekijät saavat tietoa työstään ja tietävät, mistä sitä hakea. Ongelmana on vain viestintäkanavien hitaus. Syyt tähän voivat johtua kiireellisestä aikataulusta niin työntekijöiden kuin johdonkin osalta, jolloin tieto unohdetaan jakaa välittömästi eteenpäin.

Osastojen välisestä tiedonkulun toimivuudesta ollaan eri mieltä vastaajien joukossa. Osan mielestä tiedonkulku toimii hyvin, eikä moitittavaa juuri löydy. Toinen joukko vastaajista kokee tiedonkulun olevan puutteellista. Osastojen välinen tiedonkulun puute on suuri ongelma yrityksessä, koska työyhteisön toimivuuden kannalta tämän tiedonkulun olisi toimittava moitteetta. Yritys X:ssä on olemassa eri osastoja, minkä perusteella voisi päätellä, että suuri jakauma vastauksien mielipiteissä johtuu tiedonkulun puutteesta nimenomaan jollakin yksittäisellä osastolla.

Kohderyhmän henkilöt eivät osanneet antaa selkeää näkemystä siitä, tiedotetaanko tärkeistä asioista nopeasti ja näkyvästi. Vastaukset nojautuivat kuitenkin enemmän myönteiseen suuntaan.

Tiedottaminen palaverin ja kokouksen muodossa niin osastokohtaisesti kuin koko talon osalta toimii hyvin vaikka osa vastaajista koki, että niitä voisi olla enemmän. Vastaajat kokivat myös, että oman osaston tuloksista tiedotetaan heille riittävästi. Yrityksessä tapahtuvista muutoksista tiedottaminen ajoissa jakoi vastaajat kahtia. Puolet työntekijöistä koki, että muutoksista tiedotetaan ajoissa, kun taas toinen puoli koki sen olevan puutteellista. Tämän jakauman voi osittain selittää sillä, että osa työntekijöistä tekee vähemmän työtunteja, jotka ovat myös iltavuoropainotteisia. Tämä saattaa johtaa siihen, että he eivät pääse osallistumaan palavereihin/kokouksiin, joissa käsitellään yrityksen nykytilaa ja tulevaisuutta. Tiedote koskien yrityksen muutoksia löytyy yleensä ilmoitustaululta, mutta tiedotteen huomaaminen sieltä voi viedä päiviä, jos ilmoitustaulua ei kerkeä säännöllisesti tarkistamaan. Tiedote tulisi aina laittaa viipymättä tiedotekansioon, joka on sijoitettu helposti työntekijän saataville. Ilmoitustaulussa olisi myös hyvä olla oma osio tärkeiden asioiden tiedottamiselle, mikä edesauttaisi niiden näkyvyyttä.

Enemmistö vastaajista koki ilmoitustaulun tärkeäksi viestintävälineeksi, josta etsiä tietoa. Ilmoitustaulu koettiin tärkeäksi mm. siitä syystä, että siitä löytyy viikkolista työtehtävistä sekä työvuorot, turvallisuusohjeet ja tiedotteet. Osa ei kuitenkaan kokenut ilmoitustaulua hyödylliseksi lähteeksi etsiä tietoja. Syy tähän voi olla huonosti organisoitu ja sotkuinen ilmoitustaulu.

Myymälän sisäisen viestinnän moitteettomasta toiminnasta ei osattu antaa selkeää vastausta. Kokonaisuutta katsoen voidaan kuitenkin tulkita, että vastaukset kääntyivät enemmän negatiiviseen suuntaan ja parantamisen varaa löytyisi. Esimies viestintäkanavana sai kuitenkin positiivisen arvosanan ja esimiestä pidetään tärkeimpänä viestintäkanavana kohdeorganisaatiossa. Tuloksen selittää se, että esimiehet ovat yrityksessä X vahvasti läsnä ja kuuntelevat työntekijöitään. Esimiehet myös informoivat aktiivisesti ja reaaliaikaisesti kaikista asioista työntekijöilleen.

Vastaajista enemmistö koki, että työkavereilta saa tärkeät tiedot tietoonsa. Tämän viestintäkanavan toimivuus on erityisen tärkeää yrityksessä X, jossa tiimityön merkitys työn sujuvuuden kannalta on suuressa asemassa. Vastaajien joukosta löytyi kuitenkin henkilöitä, joiden mielestä työkavereiden välinen viestintä ei toimi. Syitä tähän voi olla monia. Vuorotyöllä voi osittain olla negatiivinen vaikutus työyhteisöön. Työkavereiden vaihtuvuus vuoroissa voi olla suuri ja tiedonjako jäädä puutteelliseksi. Vähemmän viikkotunteja tekevät työntekijät voivat jäädä työyhteisön vuorovaikutuksesta hieman ulkopuolisiksi ja näin ollen he kokevat, että tieto ei kulje työkavereilta toiselle eikä tietoja päivitetä heille. Kiire selittää tätä osittain myös, koska kiireen keskellä voi unohduttaa jakaa tietoa eteenpäin.

Virheistä tiedottaminen koskien omaa työtä jakoi vastaajat kahteen ryhmään. Osa vastaajista koki, että virheistä tiedotetaan niiden sattuessa. Palautteen saaminen virheen tehdessä koetaan työntekijöiden keskuudessa tärkeäksi, kunhan se ilmaistaan rakentavasti. Tämä motivoi työntekijää parempaan lopputulokseen. Osa vastaajista puolestaan koki, että he eivät saa tarpeeksi palautetta tehdessään virheen. He kokivat tämän ongelmalliseksi siksi, että he eivät voi itse korjata tehtyä virhettä, eivätkä saa palautetta, miten asia tulisi korjata, ettei virhe toistuisi uudelleen.

8.3 Esimiesviestintä

Aiemmin tuli ilmi, että esimiesviestintä on yksi tärkeimmistä viestintäkanavista X yrityksessä. Vastaajien mielestä esimiehen tärkein tehtävä on läsnäolo sekä kuuntelu. Kohdeorganisaatio on onnistunut luomaan työyhteisössään hyvin toimivan esimiesviestinnän jossa työntekijät otetaan vahvasti huomioon. Tämä myös näkyy työntekijöiden arvostuksessa esimiestään kohtaan. Kyselyyn vastanneet kokivat, että esimies välittää aktiivisesti tietoa. Tämä johtuu siitä, että esimiehen läsnäolo on hyvin vahva yrityksessä X, jolloin välitön ja aktiivinen tiedonjako on helppoa. Työyhteisö on myös kooltaan pienehkö, jolloin esimiehen on helppo jakaa aktiivisesti tietoa työntekijöilleen.

Esimieheltä odotetaan saavan aktiivisesti positiivista sekä rakentavaa palautetta omasta työstä. Suurin osa vastaajista koki saavansa riittävästi sekä positiivista että rakentavaa palautetta esimieheltään. Positiivinen palaute koettiin lisäävän työmotivaatiota sekä luottamusta omaan työhön sekä taitoihin. Esimiehen positiivinen palaute nähtiin myös osoituksena siitä, että työntekijän työpanosta arvostetaan. Rakentavan palautteen saaminen koettiin tärkeäksi siksi että, sen avulla työntekijät kykenevät parantamaan omaa työtulostaan ja oppimaan tehdyistä virheistä. Rakentavan palautteen koettiin myös luovan avoimuutta esimiehen ja työntekijän välille. Osa vastaajista kuitenkin koki, että esimiehen antama palaute on osittain puutteellista.

Kyselyyn vastanneilta kysyttiin, kokevatko he esimiehen kohtelevan kaikkia tasa-arvoisesti. Enemmistö koki, että tasa-arvoinen kohtelu toteutuu yrityksessä X, eikä työsyryntää koeta olevan juuri ollenkaan. Tämä on positiivinen tulos joka viittaa siihen, että esimies arvostaa jokaista työntekijäänsä ja kohtelee kaikkia samanarvoisesti. Tämä heijastuu suoraan työ hyvinvointiin sekä yleiseen ilmapiiriin.

8.4 Työtehtävät

70 % työntekijöistä koki uuteen työhön opastuksen olevan riittävä. Vastausprosentti opastuksen riittävydestä jäi toki alhaiseksi ottaen huomioon sen, että jokaisen työntekijän kuuluisi tietää, mitä työnkuvaan kuuluu ja miten työtehtävät tulee hoitaa. Jos opastus uuteen työhön jää puutteelliseksi, kärsii siitä niin itse työntekijä kuin työnantajakin.

Työohjeiden selkeydestä karkeasti puolet vastaajista koki työohjeiden olevan selkeät, mikä takaa sen, että työnteko on sujuvaa ja työntekijät tietävät, mitä heidän kuuluu tehdä. Vastaajien joukosta löytyi kuitenkin henkilöitä, jotka toivoivat selkeämpiä työohjeita, mikä helpottaisi ja toisi varmuutta heidän työntekoonsa.

Työn ergonomia ja välineiden oikeaoppinen käyttö on hyvin tiedossa yrityksessä X. Tämä tarkoittaa sitä, että yritys X on perehdyttänyt työntekijänsä hyvin ergonomiseen työtapaan ja oikeaoppiseen välineiden käyttöön. Yrityksen kannalta tämä on todella tärkeä osa-alue työ hyvinvoinnin kannalta, koska sairauspoissaolojen määrä vähenee huomattavasti ja työturvallisuus, jonka perehdytys on hoidettu vastaajien mielestä hyvin, lisääntyy sekä tapaturmien riski vähenee.

Päivittäistavaratalona kampanjoita järjestetään yrityksessä X paljon. Kohdeyhmän vastaajat kokivat, että he saavat ajoissa tietoa tulevista kampanjoista.

Tietoteknisten ohjelmien hallinta, joita työntekijät työssään käyttävät ovat hyvin hallussa. Vain 10 % koki, etteivät he täysin kykene hyödyntämään tietotekniikan välineitä tukemaan omaa työntekoaan.

Yritys X koostuu eri osastoista, joissa jokaisessa vaaditaan eri osaamistaitoa. Enemmistö vastaajista koki voivansa työskennellä muilla osastoilla oman osaston lisäksi. Yrityksessä on pyritty kouluttamaan henkilökunta niin, että he tarvittaessa kykenevät työskentelemään myös muilla osastoilla tarvittaessa. Ainoastaan 10 % vastaajista koki, etteivät he välttämättä ole kykeneviä työskentelemään muualla kuin omalla osastollaan.

80 % vastaajista koki luottavansa omaan osaamiseensa työssään. Ainoastaan 10 % vastaajista koki, etteivät he täysin luota omaan osaamiseensa nykyisessä työssään. Luottamuksen synty omaan työhön on monen tekijän summa. Esimiehellä on suurin rooli luoda työntekijään luottamusta ja uskoa omaan ammattitaitoonsa. Perusteellisella koulutuksella ja perehdytyksellä luodaan työntekijälle luottavainen mieli omaan työntekoonsa ja osaamiseensa.

8.5 Sosiaalinen media viestinnässä

Toimeksiantajayrityksessä sosiaalista mediaa ei hyödynnetä sisäisessä viestinnässä juuri ollenkaan. Yritys X:llä on olemassa omat Facebook -sivut, joita valtuutetut työntekijät päivittävät. Sivuilla mainostetaan tulevia tapahtumia ja kampanjoita. Yritys X:n Facebook sivuilla järjestetään myös arvontoja, joissa palkintona jaetaan yritys X:n valikoimiin kuuluvia tuotteita. Facebook -sivun kampanjoiden mainostamiselle on olemassa tarkat ohjeet, jotka tulevat yrityksen ylemmän johdon markkinoinnin vastaavalta henkilöltä. Ohjeistus on tarkka, eikä omia poikkeuksia kampanjoiden mainostamisessa saa tehdä.

50 % kyselyyn vastanneista työntekijöistä seuraa yritystään sosiaalisessa mediassa. Loput vastaajista eivät ole kovinkaan kiinnostuneita seuraamaan yritystään sosiaalisessa mediassa. Jakauma vastauksissa johtuu suurelta osin siitä, että ikä-jakaumaa esiintyy X yrityksessä. Nuorempi sukupolvi on aktiivinen sosiaalisen median käyttäjä, kun vanhempi sukupolvi puolestaan kokee sen hieman vieraammaksi.

50 % vastaajista ei käytä yrityksen intranettia säännöllisesti. Ainoastaan 20 % käyttää intranettia suhteellisen säännöllisesti. Vastausten perusteella voidaan sanoa, että yrityksen Intranetin säännöllinen käyttö ei ole yrityksessä X suositua. Intranet on jäänyt hieman vieraaksi käsitteeksi toimeksiantajayrityksessä. Tämä johtuu osittain siitä, että esimies tiedottaa suoraan työntekijöille kaikista tärkeistä asioista, jolloin intranetin käyttö jää osittain tarpeettomaksi. Intranetin markkinointi työntekijöille on voinut jäädä puutteelliseksi, eikä sen tarjoamista hyödyistä ole kerrottu tarpeeksi tehokkaasti.

Työkavereiden keskinäinen kommunikointi toimii työntekijöiden mielestä hyvin. Työkaverit tiedottavat asioista toisilleen aktiivisesti, josta voidaan todeta, että yhteishenki toimii yrityksessä X ja työntekijät kommunikoivat paljon keskenään ja jakavat tärkeää tietoa toisilleen. Kasvokkaisviestinnän lisäksi työntekijät käyttävät keskenään paljon sähköpostia toisilleen viestittäessä.

8.6 Nykyisten viestintävälineiden toimivuus

Työntekijöistä 70 % koki, että nykyiset viestintävälineet toimivat hyvin. 30 % oli sitä mieltä, että viestintävälineiden toimivuus ei tällä hetkellä toimi niin kuin pi-

täisi. Suurin syy sille, miksi osa työntekijöistä koki, etteivät nykyiset viestintävälineet toimi oli se, että tieto ei yksinkertaisesti kulje eikä tavoita kaikkia. Tämä johtuu siitä, että viestintäkanavia ei osata tai muisteta käyttää oikein. Kyselylomakkeista kävi myös ilmi, että puute työntekijöiden näkemisestä säännöllisesti johti viestintäkatkokseen.

Esitin myös kysymyksen, jossa pyysin vastaajia kertomaan, mitkä asiat heidän mielestä toimii viestinnässä. Vastaus oli kaikilla sama, kasvokkaisviestintä. Kasvotusten tapahtuva viestintä koettiin tehokkaimmaksi viestintäkanavaksi X yrityksessä. Sähköpostin toimivuus sai niin ikään kehuja.

Kehitysehdotuksissa mainittiin aktiivisen kommunikoinnin lisääminen sekä rutiinien korjaus. Ilmoitustaulun sotkuisuus sai myös moitteita. Osa ilmoitustaululla olevista tiedotteista tulisi siirtää tiedotekansioon, josta tiedotteet varmasti saavuttaisivat kaikki työntekijät. Tilanne on tällä hetkellä se, että tärkeät tiedotteet hukkuvat ilmoitustaulun muiden ilmoitusten sekaan joita on aivan liikaa.

9 YHTEENVETO

Työntekijöiden arvio nykyisten viestintävälineiden toimivuudesta koettiin olevan melko hyvällä mallilla X yrityksessä. Osa kuitenkin oli sitä mieltä, että viestintää pitäisi parantaa nykytilasta sujuvammaksi ja organisoidummaksi. Hajanaisuutta sisäisessä viestinnässä ilmenee työntekijöiden mielestä siksi, että tieto ei yksinkertaisesti aina kulje. Tämä johtuu osittain siitä, että tietoa jaetaan niin monen eri kanavan kautta. Yrityksellä ei ole selkeää linjausta siitä, mitä tietoa jaetaan ja missä. Osittain hajanaisuus viestinnässä johtuu myös työntekijöiden omista viestintätavoista.

Kasvokkaisviestintä on tehokkain ja suosituin viestintäkanava yrityksessä X. Työntekijöiden keskinäinen vuorovaikutus toimii hyvin ja ilmapiiri koetaan avoimeksi. Esimiehen tärkeys yrityksessä X nousi vahvasti esille ja kiitosta sai esimiehen läsnäolo ja kuuntelutaito. Esimiestä pidetään tärkeimpänä tiedonlähteenä ja työntekijät kokevat, että esimies viestii heille aktiivisesti. Positiivisen ja rakentavan palautteen antaminen koettiin olevan yleisesti ottaen riittävää sekä esimiehen koettiin kohtelevan jokaista työntekijää tasa-arvoisesti.

Tiedottaminen, tiedonsaanti sekä palautteen saaminen omasta työstä koettiin olevan riittävää. Osastojen välistä tiedonkulkua pitäisi parantaa nykytilaa arvi-

oiden, vaikka se osittain toimiikin hyvin. Yrityksen muutoksista tiedottamiseen vaadittiin myös lisää tehokkuutta.

Työntekijät luottavat omaan osaamiseensa sekä kokevat olevansa tietoisia siitä, mitä heidän työtehtäviinsä kuuluu. Työntekijät kykenevät myös työskentelemään muilla osastoilla ja perehdyttäminen uusiin työtehtäviin koettiin riittäväksi.

Sähköisistä viestintäkanavista sähköpostin toimivuus sekä sähköpostin selkeä organisointi siitä, mihin sitä tulee käyttää, sai positiivista palautetta. Sen sijaan intranet on jäänyt suurelta osin vieraaksi viestintäkanavaksi työntekijöiden keskuudessa. Sosiaalisen median käyttö jakoi työntekijät myös kahtia. Osa on omaksunut sen tukemaan omaa työtään, kun toiset puolestaan vierastavat sitä. Yritys X:n sähköiset viestintävälineet työntekijöiden näkökulmasta pohjautuvat enimmäkseen sähköpostiin.

Tutkimuksen yhteenvetona voidaan todeta, että kasvokkaisviestintä sekä esimiesviestintä toimii hyvin X yrityksessä. Suullinen viestintä molemmiin puolin sujuu ongelmitta. Sähköiset viestintäkanavat vaatisivat selkeämpää ohjeistusta ja organisoimista tukemaan työntekijöiden päivittäistä työtä sekä tehostamaan tiedon ja tiedotteiden jakamista selkeämmin.

Tärkein kehityskohde kohdeorganisaatiossa on sisäisen viestinnän toimivuuden parantaminen kokonaisuutena. Viestinnässä ilmenee paljon katkoksia eikä tieto kulje aina eteenpäin. Sisäiseen viestintään tulisi saada lisää selkeyttä ja yhdenmukaisuutta. Selvät säännöt eri viestintäkanavien käyttöön ehkäisisi nykytilassa tapahtuvaa hajanaisuutta sekä tietokatkoksia.

LÄHTEET

Aalto, T. 2012. Kuinka olla avoin. Työelämän uudet viestintätaidot. Helsinki: Finn Lectura Ab.

Cox, C. 2014. 5 Internal communication trend to watch in 2015. Newsweaver 17.12.2014. Saatavissa: https://www.newsweaver.com/5-internal-communication-trends-watch-2015/#.VhFlv_ntmko [viitattu 17.12.2015].

Laki yhteistoiminnasta yrityksissä 30.7.2007/334. Saatavissa: <http://www.finlex.fi/fi/laki/alkup/2007/20070334> [viitattu 30.3.2007].

Grönroos, M. 2004. Johdatus tilastotieteeseen. Kuvailu, mallit ja päättely. 2. painos. Helsinki: Finn Lectura Ab.

Heikkilä, T. 2014. Tilastollinen tutkimus. 9. uudistettu painos. Helsinki: Edita Publishing.

Juholin, E. 1999. Sisäinen viestintä. Helsinki: Infroviestintä Oy.

Juholin, E. 2008. Viestinnän vallankumous. Löydä uusi työyhteisöviestintä. Helsinki: WSOYpro.

Juholin, E. 2009. Communicare! . Viestintä strategiasta käytäntöön. 5. uudistettu painos. Infor Oy.

Juholin, E. 2013. Communicare!. Kasva viestinnän ammattilaiseksi. Management Institute of Finland MIF.

Laki yhteistoiminnasta yrityksissä 30.7.2007/334. Saatavissa: <http://www.finlex.fi/fi/laki/alkup/2007/20070334> [viitattu 30.3.2007].

Nummenmaa, L., Holopainen, M. & Pulkkinen, P. 2014. Tilastollisten menetelmien perusteet. Helsinki: Sanoma Pro.

Rinta-Kato, E. 2013. Sosiaalinen media muuttaa yritysten tapaa viestiä sisäisesti. Viestintä toimisto Ac-Sanafor 27.2.2013. Saatavissa: <http://www.acsanafor.fi/2013/02/Sosiaalinenmediamuuttaayritystentapaaviestis-isisesti/> [viitattu 27.2.2013].

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

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

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

Kysely työntekijöille sisäisestä viestinnästä 2015

1. Ikä _____

2. Sukupuoli

Nainen__

Mies__

3. Kauan olet ollut töissä tässä myymälässä? _____

4. Työsuhteen laatu

a) vakituinen

b) määräaikainen

c) jokin muu

5. Laita viestintäkanavat siihen numerojärjestykseen jota käytät eniten. (1- eniten, 6- vähiten)

___ Kasvokkaisviestintä

___ Sähköposti

___ Kokoukset/palaverit

___ Tiedote

___ Ilmoitustaulu

___ Intra

6. Ympyröi mielipidettäsi kuvaava vaihtoehto

- 1 = täysin eri mieltä
- 2 = osittain eri mieltä
- 3 = en osaa sanoa
- 4 = osittain samaa mieltä
- 5 = täysin samaa mieltä

Tiedonkulku

- | | | | | | |
|--|---|---|---|---|---|
| 1) Saan tarpeeksi tietoa työtäni koskevista asioista | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 2) Saan tehtäviäni koskevat tiedot ajoissa | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 3) Saan tietoa oman osastoni tuloksista | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 4) Tiedän mistä voin tarvittaessa hakea tietoa työtäni koskien | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 5) Palavereita on riittävästi | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 6) Saan tiedon tekemistäni virheistä | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 7) Osastojen välinen tiedonkulku on riittävä | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 8) Muutoksista yrityksessä tiedotetaan ajoissa henkilöstölle | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 9) Saan työkaverilta tärkeät tiedot | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 10) Ilmoitustaulu on hyödyllinen tiedonlähde | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 11) Myymälän sisäinen viestintä toimii moitteetta | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 12) Esimies on tärkeä viestinnän kanava | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 13) Tärkeistä asioista tiedotetaan nopeasti ja näkyvästi | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |

Esimiesviestintä

- | | | | | | |
|--|---|---|---|---|---|
| 1) Esimiehen tärkein tehtävä on läsnäolo ja kuuntelu | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 2) Esimies väittää aktiivisesti tietoa | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |

- | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|
| 3) Esimies antaa rakentavaa palautetta työstäni | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 4) Esimies antaa positiivista palautetta työstäni | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 5) Kaikki kohdellaan tasa-arvoisesti | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 6) Kehityskeskustelut ovat tärkeitä | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 7) Esimies voi vaikuttaa yleiseen työilmapiiriin | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |

Työtehtävät

- | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|
| 1) Uuteen työhön opastus on riittävä | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 2) Työohjeet ovat selkeät | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 3) Tiedän mitä työtehtäviini kuuluu | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 4) Työn ergonomia ja välineiden oikeaoppinen käyttö on minulla tiedossa | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 5) Työturvallisuuteen on perehdytetty | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 6) Kampanjoista tiedotetaan ajoissa | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 7) Hallitsen tietotekniset ohjelmat, joita työssä käytetään | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 8) Kykenen työskentelemään muilla osastoilla | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 9) Luotan omaan osaamiseeni työssä | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |

Sosiaalinen media viestinnässä

- | | | | | | |
|--|---|---|---|---|---|
| 1) Seuraatko yritystäsi sosiaalisessa mediassa | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 2) Käytätkö säännöllisesti yrityksen intranettia | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |

- 3) Työkaverit tiedottavat asioista toisilleen kasvotusten 1 2 3 4 5
- 4) Sähköposti on tärkeä viestintäväline työntekijöiden kesken 1 2 3 4 5

7. Toimivatko nykyiset viestintäkanavat mielestäsi hyvin?

Kyllä__

Ei __

Syyt miksi koet, että viestintä ei toimi toivotulla tavalla?

Asiat, joiden koet toimivan viestinnässä?

8. Omat kehitysehdotukseni yrityksen viestinnässä?

Liite 2 Saatekirje

Hei!

Teen tutkimusta yrityksenne sisäisestä viestinnästä ja tiedonkulusta opinnäytetyötäni varten Kymenlaakson ammattikorkeakoululle.

Opinnäytetyössäni on tarkoitus selvittää yrityksen sisäistä viestintää ja tiedonkulkua työntekijän näkökulmasta.

Toivon, että sinulla olisi hetki aikaa vastata kyselytutkimuksen lomakkeeseen. Lomakkeet täytetään nimettömänä ja vastaukset ovat luottamuksellisia. Näin ollen kysymyksiin voi vastata rehellisesti ilman pelkoa siitä, että henkilö tunnistetaan.

Täytetty lomake laitetaan vastauskuoreen, joka sijaitsee kahvihuoneen pöydällä.

Palautathan täytetyn lomakkeen viimeistään 18.9.2015 mennessä.

**Terveisin,
Linda Simos**