

SISÄISEN VIESTINNÄN KARTOITUS

Yritys X

Maria-Felicia Bibiceanu

Opinnäytetyö
Toukokuu 2012
Liiketalouden koulutusohjelma
Yritystoiminnan suuntautumisvaihtoehto

TIIVISTELMÄ

Tampereen ammattikorkeakoulu
Liiketalouden koulutusohjelma
Yritystoiminta

MARIA-FELICIA BIBICEANU:
Sisäisen viestinnän kartoitus
Yritys X

Opinnäytetyö 36 sivua, josta liitteitä 7 sivua
Toukokuu 2012

Tämä työ käsittelee sisäisen viestinnän toimivuutta sekä kehittämistarpeita ja keinoja Yritys X:n toimipisteessä. Yritys X käsittää kulutus- sekä varaosamyynnin. Yritys X koostuu varaosien ostosta, myynnistä, tuotetuesta, logistiikasta sekä varastosta. Kohteessa työskentelee noin 60 henkeä.

Tutkimuksessa keskityttiin tiimien väliseen viestintään, viestintävälineisiin ja esimiesviestintään. Kysely jaettiin 8.2.2012 sähköisessä muodossa e-lomakkeella 76 henkilölle, josta 56 vastasi kyselyyn. Näin vastausprosentiksi muodostui 73,7. Tutkimus oli pääasiassa määrällinen tutkimus, mutta myös laadullista tietoa saatiin avoimilla kysymyksillä.

Tuloksien pohjalta nousi esille kolme kehitettävää aluetta: Tiimien välistä viestintää toivottiin kehitettävän siten, että olisi muun muassa enemmän face to face kontaktia. Erityisesti varaston (warehousing-tiimin) ja muiden tiimien välistä viestintää toivottiin parannettavan. Sisäisessä viestinnässä, erityisesti sähköpostissa, koettiin tiedon hukkuvan tietotulvaan. Viestintävälineistä intranetistä ja tietokannasta kaivattiin lisäkoulutusta. Esimiehiltä toivottiin sekä enemmän kannustavaa palautetta, että työntekijöiden ajatusten ja toiveiden huomioon ottamista.

Jatkotutkimuksen voisi toteuttaa tämä tutkimuksen jatkoksi, jossa selvitettäisiin millaisia kehitysajatuksia työntekijöillä on omaan työhönsä. Näin saataisiin myös työntekijöiden mielipiteet kuuluviin. Tiimien välisen viestinnän kehittämistä onkin jo aloitettu järjestämällä työnkiertokokeiluja halukkaille.

Asiasanat: sisäinen viestintä, tiimien välinen viestintä, viestintävälineet, esimiesviestintä, työyhteisöviestintä

ABSTRACT

Tampereen ammattikorkeakoulu
Tampere University of Applied Sciences
Degree Programme in Business Administration
Entrepreneurship

MARIA-FELICIA BIBICEANU:
A Survey on Internal Communication
Yritys X

Bachelor's thesis 36 pages, appendices 7 pages
May 2012

This thesis deals with the functionality of internal communication as well as the needs and means of development in Company X. The company X is in charge of consumer and spare part sales, and consists of the supply, customer support, product support, logistics and warehousing. The company X employs about 60 persons.

The survey focuses on communication between teams, the communication tools and the managerial communication. The questionnaire was delivered electronically to 76 persons on 8 February 2012 and 56 persons answered. The response percentage was 73.7. The survey was mainly quantitative, but some qualitative data was also received through open ended questions.

The results raised three areas of development: Communication between teams should have more face-to-face contact. Communication between warehousing and other teams was especially in need of development. In internal communication, especially in e-mailing, the important information seemed to disappear in the excess of information. Additional training was needed on intranet and databases. The survey reveals that superiors should give supportive feedback more and take the employees' ideas and wishes into account.

A follow-up study could be implemented to find out the employees' developing ideas on their own work. This would help to consider the employees' opinions. The developing of communication between teams has already started by arranging trial runs of job rotation for those willing to do that.

Key words: internal communication, communication between teams, communication tools, managerial communication, communication in the work community

SISÄLLYS

1	JOHDANTO	5
2	YRITYS X TOIMEKSIANTAJANA	6
3	TYÖYHTEISOVIESTINTÄ	8
	3.1 Näkökulmia työyhteisön sisäiseen viestintään	8
	3.2 Mitä työyhteisöviestintä on?.....	8
	3.3 Työyhteisöviestinnän merkitys	10
	3.4 Työyhteisöviestinnän tavoite	11
	3.5 Viestin perille meno	13
	3.6 Sisäisen viestinnän muodot	15
	3.6.1 Sähköposti	15
	3.6.2 Intranet	15
	3.6.3 Kokoukset, neuvottelut, palaverit.....	16
	3.6.4 Esimiesviestintä.....	17
4	TUTKIMUKSEN TOTEUTUS JA TULOKSET	18
	4.1 Toteutus	18
	4.2 Tulokset	19
	4.2.1 Tiimien välinen viestintä.....	19
	4.2.2 Viestintävälineet	22
	4.2.3 Esimiesviestintä	24
5	YHTEENVETO	25
6	POHDINTA	26
	LÄHTEET	29
	Liite 1. Kyselylomake	30

1 JOHDANTO

Tämän opinnäytetyön tavoitteena oli toteuttaa sisäisen viestinnän kartoitus yritys X:lle. Tarkoituksena oli selvittää yritys X toimipisteen tämän hetkistä tilannetta ja saada ideoita sen kehittämiseen. Yritys X:ään kuuluu viisi eri tiimiä: supply eli osto, warehousing eli varasto, logistics eli logistiikka, product support eli tuotetuki sekä customer support eli myynti. Toimeksiantajan toiveesta työssä käytetään alkuperäisiä tiimien nimiä.

Opinnäytetyön pääongelma oli selvittää, miten yritys X:n sisäinen viestintä tällä hetkellä toimii ja mitä kehitettävää siinä on. Työn tavoitteena oli myös saada sisäisen viestinnän tärkeys enemmän esille työyhteisössä sekä työntekijöiden mielipiteet kuuluviin. Kortetjärvi-Nurmen, Kurosen ja Ollikaisen (2008, 106-107) mukaan toimiva sisäinen viestintä on tänä päivänä yritykselle yksi tärkeimmistä johtamisen ja esimiestyön elementeistä. Sisäinen viestintä koostuu toimivista viestintävälineistä ja ratkaisuista. Se tukee yrityksen toimintaa, esimiestyötä ja yhteisöllisyyttä.

Tutkimusten pohjalta tiedetään, että tyytyväisyys omaan työhön ja tyytyväisyys työyhteisön viestintään ovat yhteydessä toisiinsa. Tyytyväisyys työyhteisön viestintään ennustaa tyytyväisyyttä ja sitoutumista työhön. Yrityksen sisäisessä viestinnässä tiedon määrä saattaa tuottaa ongelmia. Kun tietoa tuntuu olevan liikaa, sitä ei löydetä tai osata käyttää hyväksi. Kun tietoa koetaan olevan liian vähän, on usein kyse siitä, että tietoa ei saada juuri niistä asioista, joista sitä tarvitaan. Tyytyväisyys viestintään on sidoksissa myös johtamistyyliin ja viestinnän sisältöihin. Johtamistyylistä johtuu esimiesten valmius viestiä alaisilleen yritysten tavoitteista ja suunnitelmista sekä halu kuunnella työntekijöiden näkemyksiä ja vastata heidän kysymyksiinsä. (Kortetjärvi-Nurmi ym. 2008, 106.)

Tarve kartoittaa sisäistä viestintää nousi esille työntekijöiden kanssa käydyissä keskusteluissa. Työyhteisössä oltiin juuri tehty suuria muutoksia tiimien työskentelyyn ja viestinnän kehittämistä oltiin jo keskusteltu. Sisäisen viestinnän kartoitus perustui näin hyvin ajankohtaisiin tarpeisiin.

2 YRITYS X TOIMEKSIANTAJANA

Opinnäytetyön toimeksiantajana toimi Yritys X. Yritys X kuuluu Yritys X Oyj:n konserniin, jonka liiketoiminta on organisoitu kolmeen segmenttiin: Kaivos- ja maarakennusteknologia (Yritys X Minerals), Energia- ja ympäristöteknologia (Yritys X Power) sekä Paperi- ja kuituteknologia (Yritys X Paper). Yritys X Oyj tunnetaan kansainvälisenä teknologiakonsernina. Yritys X Oyj toimii yli 300 yksikössä ja yli 50 maassa kaikilla mantereilla. Yritys Xn koko konsernin liikevaihto vuonna 2011 oli 6 646 miljoonaa euroa, josta Yritys X Minerals tuotti 41%. Liikevaihdoltaan se oli 2 760 miljoonaa euroa. (Yritys X Oyj, Tilinpäätöstiedote 2011.) Seuraavassa (kuvio 1) kuvataan miten Yritys X Oyj:n eri segmenttien liikevaihto jakautuu.



KUVIO 1. Liikevaihto segmenteittäin.

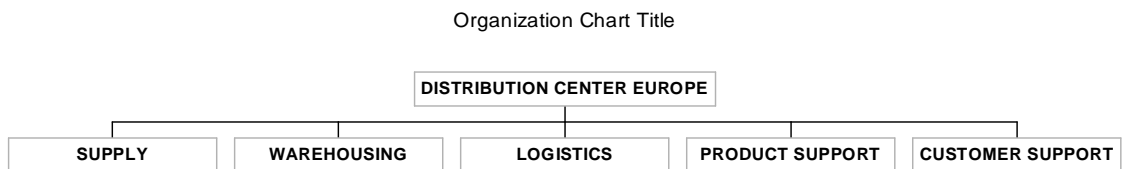
Yritys X Oyj on kansainvälinen yritys, joka tarjoaa laajan valikoiman tehokkaita ja ympäristömyötäisiä tuotteita, palveluja ja ratkaisuja. Yritys X pyrkii osallistumaan aktiivisesti kestävämmän maailman rakentamiseen. Yritys Xn missio toteutuu arvojen kautta, joita ovat:

- Edistää asiakkaan menestystä
- Kehittää uusia ratkaisuja
- Saada aikaan tuloksia yhdessä
- Kunnioittaa toisiamme (Yritys Xn kotisivut 2011.)

Yritys X on erikoistunut kaivos- ja maarakennusteknologiaan. Se kattaa kaivostoiminnan, mineraalien ja murskeen käsittelyjärjestelmät, palveluratkaisut sekä

vara- ja kulutusosat. Yritys X asiakkaita ovat louhokset ja urakoitsijat, kaivosteollisuus sekä maanrakennusteollisuus. Yritys X Minerals on kiven ja mineraalien käsittelyjärjestelmien markkinajohtaja maailmassa.

YRITYS X on osa Yritys X Mineralsia ja käsittää vara- ja kulutusosien myynnin kivenmurskaus- ja louhinta koneisiin. Opinnäytetyöni tutkimus koski Yritys X Mineralsin työntekijöitä, jotka kuuluvat YRITYS X. YRITYS X koostuu varaosien ostosta, myynnistä, tuotetuesta, logistiikasta sekä varastosta. Yhteensä YRITYS X:ssä työskentelee noin 60 henkeä. Alla oleva kuvio (kuvio 2) kuvaa tiimien jakautumista YRITYS X:ssä.



KUVIO 2. YRITYS X:n jakautuminen eri tiimeihin

Käytettyjä viestintävälineitä ovat sähköposti, intranet, sametime, puhelin, palaverit sekä sisäinen tietokanta. Nämä viestintävälineet ovat sisäisen viestinnän jokapäiväisiä välineitä ja siksi toimivuus on tärkeää YRITYS X:lle. Työssäni tarkastellaan näitä viestintävälineitä tarkemmin.

3 TYÖYHTEISÖVIESTINTÄ

3.1 Näkökulmia työyhteisön sisäiseen viestintään

Varhaiset viestinnän mallit tulivat esille 1940-luvulla. Näitä olivat prosessimallit, joita voitiin jakaa eri osiin. Ajateltiin, että jos jotakin osaa tehostetaan, toimisi prosessi tehokkaammin. Viestintä tulkittiin enemmän lähettäjän ja vastaanottajan väliseksi. Viestintään tuli 1990-luvulla mukaan kulttuurinen näkemys: Huomattiin, että kulttuurilla oli merkitys viestin ymmärtämiseen sekä kulttuurien yhdistämiseen. Lyhenteillä ja kirjaimilla tuli jokaiselle kulttuurille omat merkityksensä, mutta ne tukivat myös yhteisöllisyyttä. (Åberg 2006, 63.)

Viime aikoina viestintä ja viestintävälineet ovat kehittyneet kovaa vauhtia. On selvää, että muuttuvassa ja kasvavassa yhteiskunnassa on viestinnän myös pysyttävä perässä. Viestinnästä on tullut tärkeää eritoten yrityksille. On huomattu, että pelkkä ulkoinen viestintä ei riitä. Jos yritys ei toimi sisäisesti, ei se pitkällä tähtäimellä menesty. Yrityksen sisällä tapahtuvaan viestintään on useita lähestymismalleja. Esimerkiksi johtamisviestinnässä yrityksen sisäistä viestintää tarkastellaan erityisesti johtamisen ja esimiestyön kautta, jolloin viestinnän ajatellaan pääasiassa suuntautuvan johdolta työntekijöille. (Åberg 2006, 63.) Kun taas työyhteisöviestinnässä jokainen työntekijä nähdään viestijänä ja viestintäprosesseissa tieto voi kulkea myös alhaalta ylöspäin (Juholin 2009, 140).

3.2 Mitä työyhteisöviestintä on?

Viime vuosisadalla teollisiin olosuhteisiin kehitetyt viestinnän mallit eivät enää toimi 2000-luvun tietointensiivisissä organisaatioissa (Juholin 2009, 151). Vanhassa sanastossa puhuttiin sisäisestä tiedottamisesta ja kohderyhmä oli henkilöstö. Käsitteet kertovat syvälle juurtuneesta ajattelusta. Työyhteisöviestintä on kuvaavampi käsite ja vastaa paremmin nykyistä tilannetta, jossa tiedotus on muuttunut viestinnäksi, joka ei ole enää yksisuuntaista ylhäältä alas kulkevaa tietoa vaan keskinäistä vuorovaikutusta ja

tiedon vaihdantaa. Näin objekteista on tullut subjekteja. Tietoa ja tiedon vaihdantaa tarvitaan aiempaa enemmän, sillä ihmiset haluavat olla tietoisia ja jakaa myös omaa tietoisuuttaan työyhteisönsä ja toimialansa asioista. (Juholin 2009, 140-141.)

Työyhteisöviestinnän mallissa korostuu yhteisöllisyys ja kaikkien osallisuus, viestintähän kuuluu kaikkien työhön. Vastuullisen dialogimallin mukaan työyhteisöjen kannattaa käsitellä isoja ja merkittäviä asioita vuorovaikutuksellisesti ja jatkuvana prosessina. Sisäinen keskustelu on ihmistä arvostavaa, ja siihen liittyy myös mahdollisuus vaikuttamiseen. Parhaimmillaan ihmiset oppivat toinen toisiltaan ja näin syntyy hyvä tunnelma, joka luo hyvät puitteet menestykselle ja hyvinvoinnille. (Juholin 2009, 151.)

Työyhteisöviestinnässä voidaan nähdä seitsemän peruspilaria:

- 1) Isoja ja merkityksellisiä asioita on hyvä käsitellä vuorovaikutuksellisesti, jolloin niistä keskustellaan ja varmistetaan ymmärrys.
- 2) Ajantasainen tieto on koko ajan kaikkien saatavilla ja jokainen ymmärtää vastuullisen roolinsa tiedon tuottamisessa, jalostamisessa ja vaihdannassa.
- 3) Tunnelma on rento ja vapaamuotoinen niin, että jokainen uskaltaa puhua ja esittää näkemyksiään, kysyä ja kyseenalaistaa. Tähän sisältyy myös kokemus työyhteisöön kuulumisesta ja arvostetuksi tulemisesta.
- 4) Osallistuminen ja vaikuttaminen pitäisi olla työyhteisössä mahdollista jokaiselle.
- 5) Yhdessä oppiminen ja osaamisen jakaminen hyödyttävät niin yksittäistä työntekijää kuin koko yhteisöäkin.
- 6) Työnantajan maineesta huolehtiminen on jokaisen työtä. Jokainen tuottaa mainetta omalla toiminnallaan ja maine heijastuu yksilön minäkuvaankin.
- 7) Toiminnan ja viestinnän väyliä ovat foorumit. Foorumeilla tarkoitetaan viestintäkanavia. Olennaista niissä on vuorovaikutteisuus ja työyhteisön jäsenten aloitteellisuus. (Juholin 2009, 143-144.)

3.3 Työyhteisöviestinnän merkitys

Viestintää tapahtuu joka puolella koko ajan. Viestimme toisillemme jatkuvasti. Elämme viestinnän keskellä. Yritykselle viestintä on elintärkeää, sillä viestintä ja johtaminen ovat erottamattomat. Viestintä luo ja tuo esille yrityksen mission, visiot ja arvot ja niiden avulla asetetaan yhteiset tavoitteet. Viestinnän avulla delegoidaan, koordinoidaan, motivoidaan ja annetaan palautetta. (Kortetjärvi-Nurmi, Kuronen & Ollikainen 2008, 7-10.) Työntekijänä viestimme joka päivä keskusteluissa, palavereissa, neuvotteluissa sekä kokouksissa ja teemme päätelmiä, muistioita, raportteja, tiedotteita siitä, mitä kuulemme, näemme ja teemme. Yhdessä viestimme siis jatkuvasti ja vuorovaikutustaidot ovat nykypäivänä entistä tärkeämpiä. (Kortetjärvi-Nurmi ym. 2008, 7.) Sisäinen viestintä on tärkeää tiedottamisen, henkilöstön motivoinnin ja hyvän ilmapiirin synnyttämisen sekä liiketoiminnan kehittämisen kannalta (Lohtaja & Kaihovirta-Rapo 2007, 14).

Sisäistä viestintää voidaan organisaatiossa suunnitella. Strategisella tasolla suunnitellaan viestinnän peruslinjat niin, että ne tukevat yrityksen tavoitteita. Viestinnän periaatteita voivat olla esimerkiksi avoimuus ja totuudenmukaisuus ja ne esitetään yrityksen viestintäohjelmassa. Taktisella tasolla kartoitetaan ja suunnitellaan viestinnän voimavaroja kuten henkilö-, laite- ja taloudelliset resurssit sekä laaditaan toimintaohjeet. Yrityksen operatiiviseen suunnitteluun kuuluu vuosisuunnitelmat sekä talousarviot. Viestintää täytyy pystyä seuraamaan, mittaamaan ja arvioimaan, jotta pystyttäisiin suunnittelemaan ja kehittämään viestintää. Satunnainen mittaaminen ei pelkästään riitä vaan seuranta pitää olla säännöllistä ja toistuvaa. (Kortetjärvi-Nurmi ym. 2008, 10.)

Yhteisöviestintää voidaan jakaa viralliseen ja epäviralliseen viestintään. Virallisella viestinnällä tarkoitetaan kehityskeskusteluja, palavereja ja epävirallisella viestinnällä taas keskusteluja, joita käydään taukokuoneissa, käytävillä, työkaverin kanssa, kotona ja ystävien kesken. (Lohtaja & Kaihovirta-Rapo 2007 14.) ”Ihmiset hengittävät epävirallisen viestinnän avulla. Sillä puretaan paineita, kommentoidaan työkavereita, esimiehiä, alaisia ja kehitetään uusia ideoita” (Lohtaja & Kaihovirta-Rapo 2007, 14).

Siksi jokaisen työntekijän äänen kuuleminen on tärkeää, sillä hyviä kehitysehdotuksia ja ideoita voi tulla työntekijöiltä. Myös työntekijöiden kuunteleminen luo turvan ja luotettavuuden tunnetta työyhteisöön. Kuuluksi tullut työntekijä tuntee olevansa arvokas työntekijä. Samalla hän sitoutuu työhönsä ja työpanos paranee. (Juholin 2009, 142-150.)

On huomioitava, että myös johdon toiminta vaikuttaa huomattavasti työyhteisön ilmapiiriin ja vastaavasti myös keskustelujen sisältöön. On selvää, että keskusteluja käydään myös organisaation ulkopuolella, jolloin on huomioitava, että se vaikuttaa myös ulkoiseen viestintään. Ulkoinen viestintä voi myös vastaavasti heijastaa sisäiseen viestintään. Esimerkiksi ulkopuolelta tulevat huhut lomautuksista saattavat aiheuttaa epäilyksiä ja luottamuksen puutetta omaa yritystä kohtaan. Työntekijöiden tiedottaminen ensisijaisesti eritoten suuremmissa asioissa on erittäin tärkeää. (Lohtaja & Kaihovirta-Rapo 2007, 14-16.) Åbergin (2006, 96) mukaan viestintä tukee omalta osaltaan työyhteisön tavoitteiden saavuttamista ja tuloksen tekoa, joten sisäiselle viestinnälle olisi annettava arvoisensa huomio.

3.4 Työyhteisöviestinnän tavoite

Viestinnän tehtävä on ensisijaisesti tukea yrityksen toimintaa. Viestintä on mukana yrityksen jokapäiväisissä tilanteissa niin tuotannossa, toimistossa, asiakaspalvelussa, myyntityössä, markkinoinnissa kuin johtamisessakin. (Kortetjärvi-Nurmi & Rosenström 2002, 9.) Viestinnän tavoite on myös vaikuttaa siten, että yksilö mieltää itsensä osana organisaatiota ja näkee oman työnsä tärkeänä. Tärkeää on myös, että työntekijä ymmärtää yrityksen kokonaisuuden ja oman työn osuuden kokonaisuudesta. Lisäksi sisäisellä viestinnällä on myös tärkeä vaikutus luoda ja ylläpitää avointa myönteistä mielikuvaa ja luoda me-henkisyyttä. (Kortetjärvi-Nurmi ym. 2008, 106.) Tärkeä viestinnän tehtävä on myös perehdyttää uusia työntekijöitä ja sitouttaa henkilöstöä tekemään yhteistyötä yrityksen tavoitteiden saavuttamiseksi (Kortetjärvi-Nurmi & Rosenström 2002, 9).

Sisäisen tiedottamisen lisäksi tavoitteena sisäisessä viestinnässä on saada ihmiset kommunikoimaan keskenään. Tärkeää on, että viestit kulkevat ja työ sujuu joustavasti

eri tiimien välillä. Viestintä ja vuorovaikutustaidot ovat nykyään suuremmissa arvossa kuin ennen, kun tiimityöskentely ja verkostot ovat lisääntyneet. Vuorovaikutustaitoihin kuuluu ihmisten erilaisuuden ymmärtäminen ja hyväksyminen sekä erilaisuuden huomioon ottaminen viestintätilanteissa. Sillä ihminen toimii inhimillisesti myös silloin, kun hän viestii jonkin organisaation edustajana. (Kortetjärvi-Nurmi & Rosenström 2002, 8.)

Nykyään organisaation päätösvaltaa on yhä enemmän hajautettu erilaisille tiimeille. Tällöin tiimien välinen yhteistyö nousee entistä tärkeämmäksi organisaatiolle. Tiimien on pystyttävä todelliseen yhteistyöhön, jolloin tiimien jäsenten vuorovaikutustaidot tulevat entistä tärkeämmäksi. (Kortetjärvi-Nurmi ym. 2008, 7-9.) Tiimien on myös pystyttävä mukautumaan ja kehittymään jatkuvasti. Jotta tiimi pystyy toimimaan osana kokonaisuutta, tarvitaan avointa tiedonkulkua. Tiimin on kyettävä auttamaan ja tukemaan ryhmän sisällä ja tiimien välillä, sillä tukeminen luo yhteenkuuluvuutta ja lisää yhteisöllisyyttä. Auttamisen ja tuen ilmapiiri on tärkeää, sillä se luo vuorovaikutusta, jota juuri tarvitaan tämän tyyppiselle työnteolle. Tiimi ei muuten toimi, jos luottamus ja vuorovaikutustaidot puuttuvat. (Åberg 2006, 58-59.)

Tunnettu organisaation tutkija Karl E. Weick on tutkinut miten tiimityöskentely toimii sellaisissa organisaatioissa joissa tiimityön on erittäin tärkeää onnistua. Hän kutsuu tällaista organisaatiota high reliability organization eli HRO:ksi. Yhteistä näille tiimeille on aktiivisen välittämisen tila, mindfulness. Weickin oppeja voi soveltaa muihinkin organisaatioihin ja tiimityöhön. (Åberg 2006, 59 mukaan.)

Åberg (2006, 197-201) mukaan operatiivisen viestinnän lisäksi tiimi tarvitsee tietoa yleisistä asioista. Tieto tarvitaan, jotta osataan hahmottaa oman työn tärkeys ja nähdä sen vaikutus kokonaisuuteen. Tässä tiimin vetäjällä on suuri vaikutus, sillä hän voi koettaa käynnistää tiimissään synergiaprosessia. Synergisellä energialla ei niinkään tarkoiteta tuloksia ja tehokkuutta vaan tekemisen iloa. Åberg kuvaa kirjassaan, että tulosjohtaja miettii avaintuloksia kun taas synergiajohtaja miettii riemun alueita. Hän määritteli vuonna 1993 uuden esimiestyyppin, riemunjohtajan, joka saa aikaan enemmän ja parempaa laatua siten, että alaiset kokevat työn iloa ja kasvavat henkisesti. Synerginen tiimin vetäjä eli riemunjohtaja tekee tiimistään luovan riemujoukon.

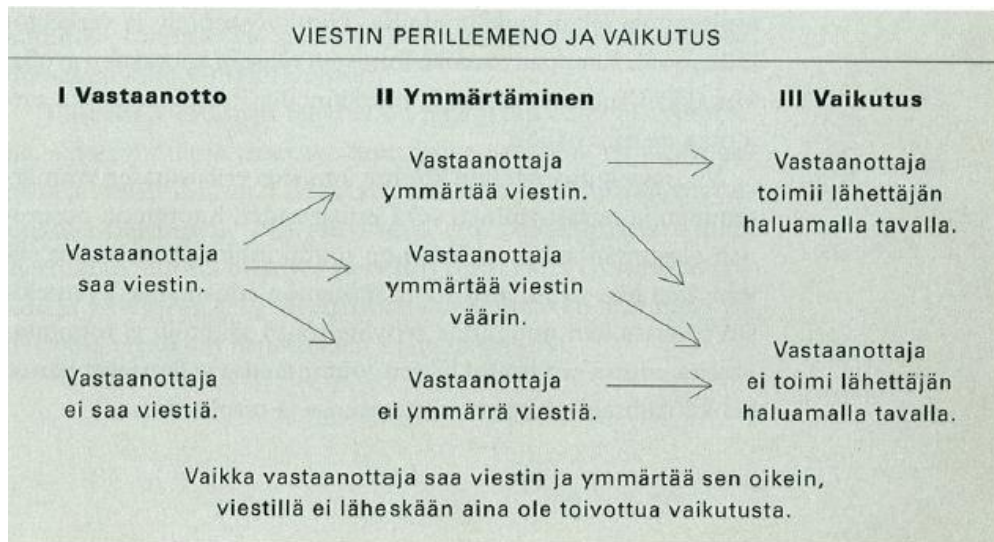
Luovuutta tarvitaan tiimityössä niin työntekijöiltä kuin tiimin vetäjiltäkin. Jotta luovuutta saataisiin, on vanhoja asioita yhdistettävä uudestaan. Luovuuden esteenä voi olla vanhoihin kaavoihin kangistuminen eli asiat tehdään niin kuin on tähänkin asti tehty. Tällaisia tilanteita voidaan estää järjestämällä tiimeissä tuumatalkoita, joissa jokainen pääsee osalliseksi tiimin kehittämiseen ja hyviä ideoita voidaan kirjata ylös. (Åberg 2006, 197-201.)

Henkilöstön viestintäosaaminen on olennainen osa toimivaa yritystä. Jotta yritys pystyy viestimään myös ulospäin, on sen sisäisen viestinnän oltava kunnossa. Onnistunut sisäinen viestintä näkyy myös ulospäin. Jos työntekijät ovat motivoituneita, syntyy tuloksellisuutta. (Kortetjärvi-Nurmi ym. 2008,7-9.)

3.5 Viestin perille meno

Viestintä mahdollistaa ihmisten välisen yhteistyön. Nykyaikainen viestintäteknologia on nopeuttanut viestintää ja helpottanut ihmisten tavoitettavuutta. Viestin lähettämiseen tarvitaan usein apuvälineitä eli viestimiä. Viestimiä ovat esimerkiksi sähköposti, puhelin, intranet. Viesti voi myös kulkea kolmannen osapuolen kautta. Useamman mutkan kautta tulleeeseen viestiin liittyy riski, sillä viesti voi muuttua matkan varrella. Myös viestintälaitteet ovat alttiita erilaisille häiriöille, jotka voivat vaikuttaa viestin perille menossa. (Kortetjärvi-Nurmi & Rosenström 2002, 7.) Häiriötekijöitä on kuvattu professori Osmo A. Wiionin mukaan seuraavasti: häiriö voi olla este, kohina tai vääristymä. Esteellä tarkoitetaan sanomaa, joka ei mene lainkaan perille. Esimerkiksi kirje tai sähköposti menee väärään osoitteeseen, verkko kaatuu, ilmoitustaulun tiedote jää huomaamatta. Kohinatilanteissa sanomaan sekoittuu muita sanomia, jotka sekoittavat alkuperäisen sanoman selkeyttä. Esimerkiksi messuilla kilpailevat viestit sekoittuvat keskenään tai samantyyppisillä otsikoilla varustellut sähköpostit sekoittuvat keskenään. Kato voi tapahtua, kun vastaanottaja saa viestin, joka jostain syystä hukkuu tai jää huomaamatta. Tällaisia tilanteita voivat olla esimerkiksi väsymyksestä aiheutuva keskittymisen puute, kiire tai kova informaatiotulva. Katotilanteissa häiriö johtuu vastaanottajasta. Vääristymässä on kyse vastaanottajan ymmärtämisestä. Viesti tulee

hyvin perille, mutta vastaanottaja syystä tai toisesta ymmärtää ja tulkitsee lähettäjän viestin eri tavalla tai väärin. Sanomien tulkintaan vaikuttavat vastaanottajan arvot, asenteet ja tarpeet. (Åberg 2006, 91 mukaan.) Kuviossa 3 on kuvattu viestin perille menoa ja sen vaikutusta (Kortetjärvi-Nurmi & Rosenström 2002, 7).



KUVIO 3. Viestin perille meno ja vaikutus (Kortetjärvi-Nurmi & Rosenström 2002, 7)

Koska viestin vastaanottaa yleensä joku muu kuin itse lähettäjä, on viestin ulkoasuun syytä kiinnittää huomiota. Tilanteissa, joissa lähettäjä haluaa, että hänen asiakokonaisuutensa ymmärrettäisiin myös vastaanottajan päässä, tulisi kiinnittää huomiota sanoman ymmärrettävyyteen, kiinnostavuuteen ja esillepanoon. Viestin selkeydestä ja ymmärrettävyydestä on kirjoittanut professori Osmo.A. Wiio. Hänen mukaansa ymmärrettävyys kasvaa, kun käytetään lyhyitä, tuttuja ja kotoperäisiä sanoja sekä tuttuja esimerkkejä. Lauseiden ymmärrettävyys taas kasvaa, kun käytetään lyhyitä, rakenteeltaan yksinkertaisia lauseita, koska emme pysty sulattamaan pitkiä lauseita muistiimme. (Åberg 2006, 91 mukaan.)

Viestintätaitoja voidaan kuitenkin oppia ja kehittää kouluttamalla työyhteisöä. Puro (2004, 111) kirjoittaa siitä mitä viestinnän osaaminen on ja kuinka sitä voi oppia. Viestinnän onnistumisessa on kyse myös millaisia työyhteisömme jäsenet ovat viestintätaitoiltaan. Uusi teknologia tai viestintämenetelmä ei pelkästään auta vaan viestintä alkaa vasta syntyä, kun henkilöstöllä on siihen riittävät viestintätaidot. Kehitettäviä taitoja ovat miten työntekijä puhuu, kirjoittaa, kuuntelee ja lukee. Näitä

taitoja kouluttamalla työntekijä pystyy paremmin ilmaisemaan puhettaan, esimerkiksi oppimalla miten erilaisista asioista kannattaisi puhua ja kuuntelemisen taitojaan esimerkiksi miten tulisi kuunnella toisia.

3.6 Sisäisen viestinnän muodot

3.6.1 Sähköposti

Sähköinen viestintä on tehnyt viestinnästä reaaliaikaista ja mahdollistanut aiempaa avoimemman ja jatkuvan tiedottamisen. Sähköpostin ja verkkoviestinnän myötä entistä useammat organisaation jäsenet ovat tiedon tuottajia ja -välittäjiä. Siksi viestinnän asiantuntemusta tarvitaan paitsi myös koko yrityksen tasolla myös kaikissa yksiköissä ja tiimeissä. (Kortetjärvi-Nurmi ym. 2008, 103.)

Sähköposti on nykyään yrityksen käytetyin tiedottamisen väline. Suurin osa operatiivisista, työtehtäviä koskevista ohjeista ja tiedoista kulkee sähköpostin välityksellä työtoverilta toiselle ja esimieheltä alaisille. Tiedote voi olla joko sähköpostiteksti tai liitetiedosto. Kätevintä on, että tieto kulkee nopeasti paikasta toiseen. Tietoa voidaan jakaa hyvinkin nopeasti. Varjopuoli sähköpostitse tiedottamisella on se, että työntekijät voivat saada suuriakin määriä tiedotteita tai ohjeita, jolloin tiedon hukkumisen riski kasvaa. Siksi informaatiotulvan keskellä on tärkeää huomioida tiedotteen otsikko, josta vastaanottaja pääsee arvioimaan tiedon aiheen ja kiireellisyyden. (Kortetjärvi-Nurmi ym. 2008, 112.)

3.6.2 Intranet

Intranet on yrityksen sisäinen tietoverkko, jonne ulkopuolisella ei ole pääsyä. Monissa yrityksissä intranet on korvannut sisäiset viikkotiedotteet ja tiedotuslehdet joko kokonaan tai osittain. Intranetin etu on se, että kaikkialla on samat ajantasaiset tiedot. Tietoa intranetiin voi nopeasti päivittää ja tietoa on aina saatavilla aina kun sitä

tarvitaan. Näin tietoa ei tule jokaiselle erikseen ja vältetään ylimääräiseltä tiedottamiselta. (Kortetjärvi-Nurmi ym. 2008, 113.)

Intranetin tärkeimpiä tietoja ovat yrityksen taustatiedot, organisaatorakenne, toimintastrategia, yrityksen arvot, käsikirja, ohjeet, sekä sisäinen puhelinluettelo. Jos yrityksessä työskentelee osa henkilöstöä sähköisen verkon tavoittamattomissa, esimerkiksi rakennustyömailla tai matkustaa paljon, on otettava tämä huomioon verkkotiedottamisessa. Silloin paperiset tiedotteet ovat tärkeitä. (Kortetjärvi-Nurmi ym. 2008, 113.)

On olemassa joitakin ohjeita, joita kannattaa noudattaa kun intranettiin päivitetään tietoa. Asiat on kerrottava ymmärrettävästi. Yritysviestinnässä on pystyttävä kertomaan asiat lyhyesti ja ytimekkäästi. Turhia jaaritteluja kannata välttää. Palautteen saaminen on myös tärkeää. Ilman palautetta intraa on vaikea kehittää. (Kuivalahti & Luukkonen 2004, 59-60.)

3.6.3 Kokoukset, neuvottelut, palaverit

Kokous ja neuvottelu mielletään monesti samaksi asiaksi. Niiden tavoite onkin sama: kumpikin järjestetään päätösten tekemistä varten. Päätöksissä pyritään yleensä pääsemään yhteisymmärrykseen ja siihen, että jokainen saa sanoa mielipiteensä. Yhteiset päätökset lisäävät yhteenkuuluvuuden tunnetta ja työmotivaatiota. Päätöksiin on myös helpompi sitoutua kun on ollut yhdessä vaikuttamassa päätösten syntymiseen. Kokouksen ja neuvottelun erot ilmenevät menettelytavoissa, joiden mukaan näiden päätöksentekotilanteissa toimitaan. (Kortetjärvi-Nurmi & Rosenström 2002, 177.)

Viestintäkanavien lukuisa määrä ei voi täysin korvata esimiehen ja alaisten välistä keskusteluja. Jos johdon tasolta ei tule tietoa henkilöstölle, niin usein henkilöstön parissa syntyy herkemmin huhuja ja spekulatioita. Kun henkilöstö ei saa vastauksia kysymyksiinsä, he keksivät niitä itse. (Österberg 2005, 168.)

3.6.4 Esimiesviestintä

Esimiehen osuus viestinnässä on huomattavan tärkeää. Tutkimuksissa on havaittu, että omaa esimiestä pidetään tärkeimpänä tiedonlähteenä. Alaiset odottavat saavansa tiedon heti ensimmäisenä esimieheltään. Esimiehen luottamus nousee tiedottamisessa tärkeäksi osaksi. Esimiehen tehtävä onkin räätälöidä ja suhteuttaa tietoa oman yksikkönsä tarpeisiin. (Kortetjärvi-Nurmi ym. 2008,110.)

Ikävissä tilanteissa esimiehen viestintätaidot ovat koetuksella. Avoimuudella, rehellisyydellä ja ihmisen huomioon ottamalla päästään hyvään lopputulokseen. Esimiehen viestintään kuuluu paitsi jakaa tietoa myös ottaa sitä vastaan. Siksi on tärkeää viestiä alaisten kanssa ja kuulla mitä heillä on sanottavana. Palaute- ja kehityskeskusteluilla on suuri merkitys. Kehityskeskustelu saattaa olla ainutkertainen tilaisuus työntekijälle sanoa häntä askarruttavat asiat. (Kortetjärvi-Nurmi ym. 2008,110.)

Työntekijällä on oltava myös mahdollisuus tulla keskustelemaan esimiehelleen ilman, että hänen täytyy varata siihen aika. Säteri (2009, 6) kirjoittaa oppaassaan, että hyvä esimies pitää työhuoneensa oven auki ainakin kuvainnollisesti ja miksei myös kirjaimellisesti. Esimiehen tehtävänä on myös varmistaa, että viesti on ymmärretty oikein. Varsinkin tilanteissa, joissa tiedotetaan useammalle henkilölle, on todennäköistä, että toiset sisäistävät tiedon toisia hitaammin. Viestin perille menon tarkistamiseksi viestiä kannattaa toistaa, esimerkiksi mainitsemalla siitä palavereissa sekä lähettämällä vielä muistutus sähköpostitse. Tärkeintä on, että esimies ymmärtää olevansa tärkeä henkilö viestinnässä. Työntekijöiden tavoin, myös esimiehen viestintätaitoja täytyy päivittää koulutuksella. Esimiehen tukena toimii viestintäosasto. (Säteri 2009, 6-7.)

4 TUTKIMUKSEN TOTEUTUS JA TULOKSET

4.1 Toteutus

Tarkoituksena oli laatia kysely, josta saataisiin mahdollisimman monipuolinen kuva vastaajien käsityksestä viestinnästä. Kysymykset liittyivät tiimien väliseen viestintään, viestintävälineisiin ja esimiesviestintään. Kyselyn suunnittelu aloitettiin kyselemällä työntekijöiltä mielipiteitä aiheesta. Kysymykset rakennettiin työyhteisöstä nousseiden asioiden ja kirjallisuuskatsauksen pohjalta. Tämän jälkeen kysely hyväksytettiin toimeksiantajalla sekä sitä testattiin neljällä vapaaehtoisella.

Kysely toteutettiin e-lomakkeella (liite 1). Jokainen työntekijä sai sähköpostiinsa linkin nettikyselyyn, jossa he pääsivät kirjautumalla vastaamaan kysymyksiin. Pääasiassa kysely sisälsi neliasteikollisia kysymyksiä, kyllä- tai ei- vaihtoehtokysymyksiä sekä avoimia kysymyksiä, johon vastaaja sai itse omin sanoin kirjoittaa ajatuksiaan, ideoitaan ja mielipiteitään. Tutkimus oli pääasiassa määrällinen tutkimus, mutta avoimilla kysymyksillä saatiin myös laadullista tietoa.

Kysely jaettiin sähköpostitse yritys X:n työntekijöille 8.2.2012. Kysely toteutettiin anonymisti. Vastausaikaa oli viikon verran, minkä jälkeen lähetettiin vielä muutamia muistutuksia vastaamatta jättäneille. Koko aineisto oli koossa kahden viikon kuluessa.

Opinnäytetyössä tarkasteltiin myös työpaikan virkistysillassa saatuja kehitysideoita. Tapahtuma järjestettiin viime vuoden syyskuussa 2011 virkistysmielessä työntekijöille ja samalla kysyttiin työyhteisön kehittämisehdotuksia. Kyselyn teetti ryhmä, joka koostuu seitsemästä työntekijästä, joiden tavoitteena on työturvallisuuden ja työhyvinvoinnin kehittäminen.

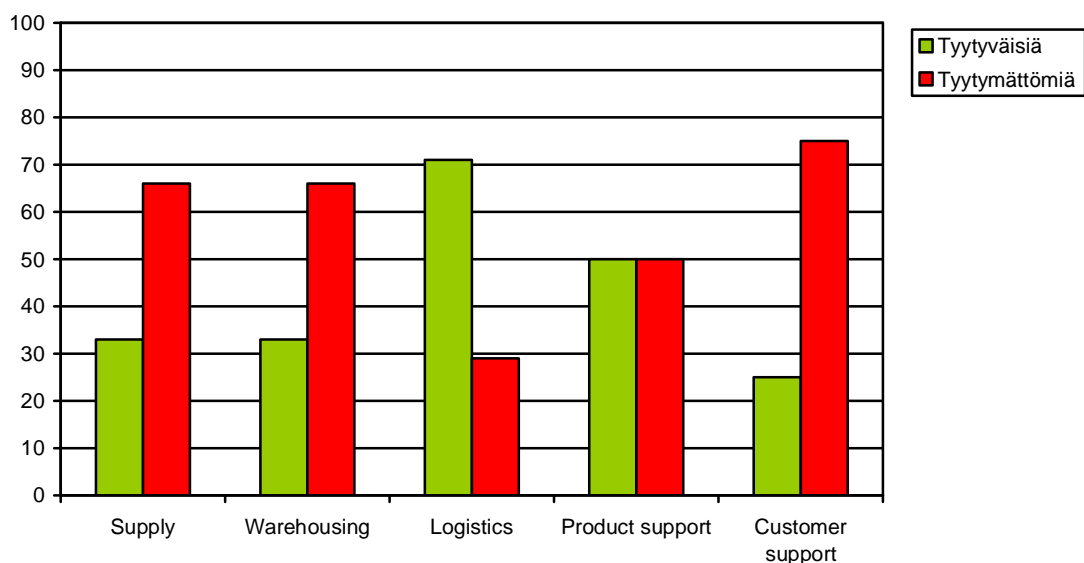
E-lomakkeesta saatiin kerättyä suorien jakaumien prosenttiarvot. Tiimien tuloksia tarkasteltaessa käytettiin apuna ristiintaulukointia. Joitakin päätuloksia on havainnollistettu diagrammeilla.

4.2 Tulokset

Kyselyitä lähetettiin 76 henkilölle, joista 56 eli 73,7 % vastasivat kyselyyn. Vastausprosenttiin vaikutti se, että kysely lähetettiin toimeksiantajan toimesta myös 12 henkilölle, joita kyselyn aiheet koskivat vain osittain. Heistä vain neljä vastasi. Muiden osalta vastausprosentti oli 80. Kyselyyn vastanneista 91 % piti viestinnän toimivuutta erittäin tärkeänä.

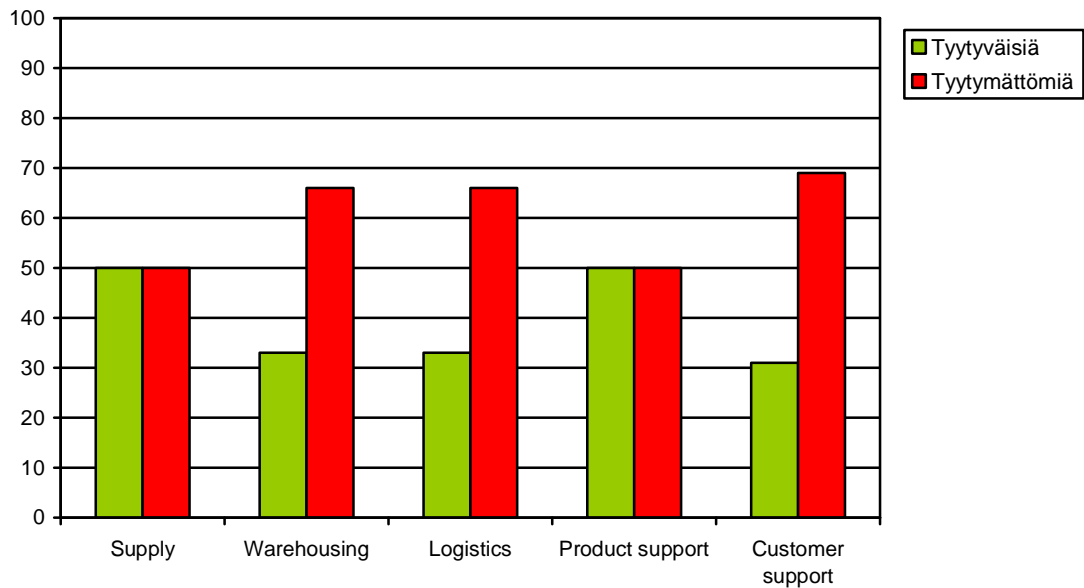
4.2.1 Tiimien välinen viestintä

Tiimien välisessä tiedon kulussa oli parannettavaa (kuvio 4). Kaksi kolmannesta supply- ja warehousing -tiimeistä arvioi, että tieto kulkee jonkin verran. Logistics-tiimissä oltiin melko tyytyväisiä ja product support-tiimissä puolet oli tyytyväisiä. Sen sijaan customer support-tiimistä kolme neljännestä oli sitä mieltä, että pitää parantaa.



KUVIO 4. Tyytyväisyys tiimien väliseen tiedonkulkuun.

Erityisesti varaston ja konttorin väliseen tiedonkulkuun toivottiin parannusta. Kaikista vastaajista 61 % oli tyytymättömiä ja 39 % tyytyväisiä. Tiimien välille se jakautui kuvion 5 mukaisesti.

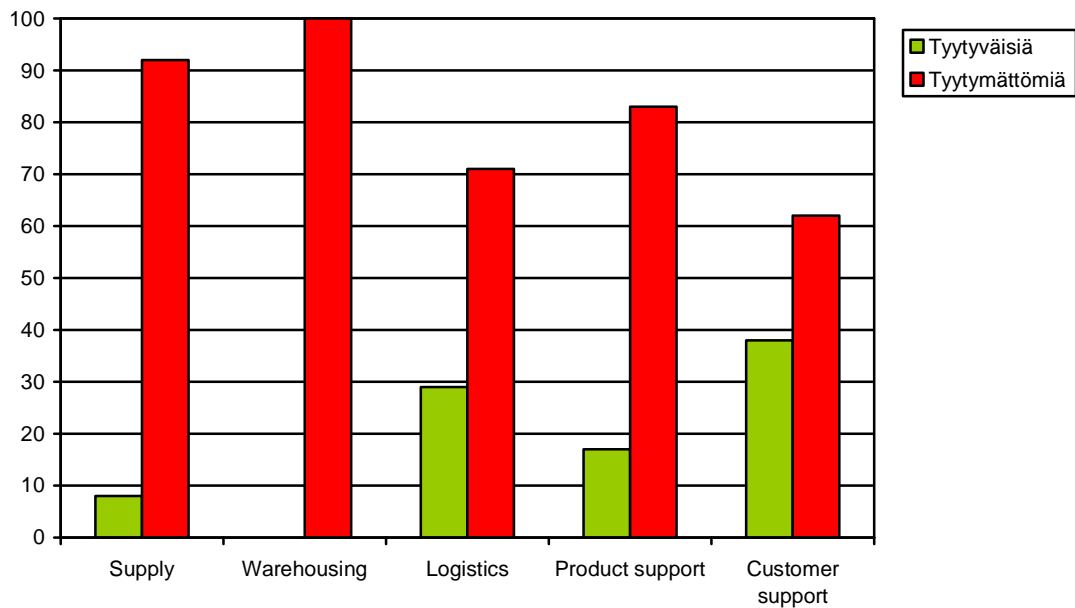


KUVIO 5. Tyytyväisyys tiedonkulkuun varaston ja konttorin välillä.

Kuitenkin koettiin, että tieto kulkee oman tiimin sisällä suurimmaksi osin hyvin tai erittäin hyvin. Eniten tyytyväisiä olivat supply- ja customer support -tiimit. Vähiten tyytyväinen oli warehousing-tiimi.

Muiden tiimien asioista tiedettiin melko huonosti. Suurin osa (86 %) kyselyyn vastanneista oli sitä mieltä, että tietää muiden tiimien asioista vain jonkin verran tai ei lainkaan. Pieni osa (14 %) arveli tietävänsä hyvin tai erittäin hyvin.

Kysyttäessä kuinka tiimien toiveet on otettu huomioon, vain 25 % oli tyytyväisiä. Warehousing-tiimistä kaikki vastanneet arvioivat, että heidän toiveitaan oli otettu huomioon vain jonkin verran. Tiimikohtaiset arviot ovat seuraavassa kuviossa 6.



KUVIO 6. Tytyväisyys tiimien toiveiden huomioon ottamiseen.

Ideoita tiimien välisen viestinnän kehittämiseen tuli paljon. Paljon toistui samoja ehdotuksia, joista yleisimpiä olivat yhteiset palaverit, työn kierto, keskustelufoorumit, avoimuuden lisäämistä sekä enemmän face to face kontakteja. Seuraavana on muutamia vastauksia:

”Järjestelemällä yhteisiä palavereja enemmän, jotta tiimeihin pääsee tutustumaan lisää, sekä mahdollisesti myös järjestelemällä tiimipäiviä, jotta yksittäisiin ihmisiin pääsee tutustumaan paremmin”.

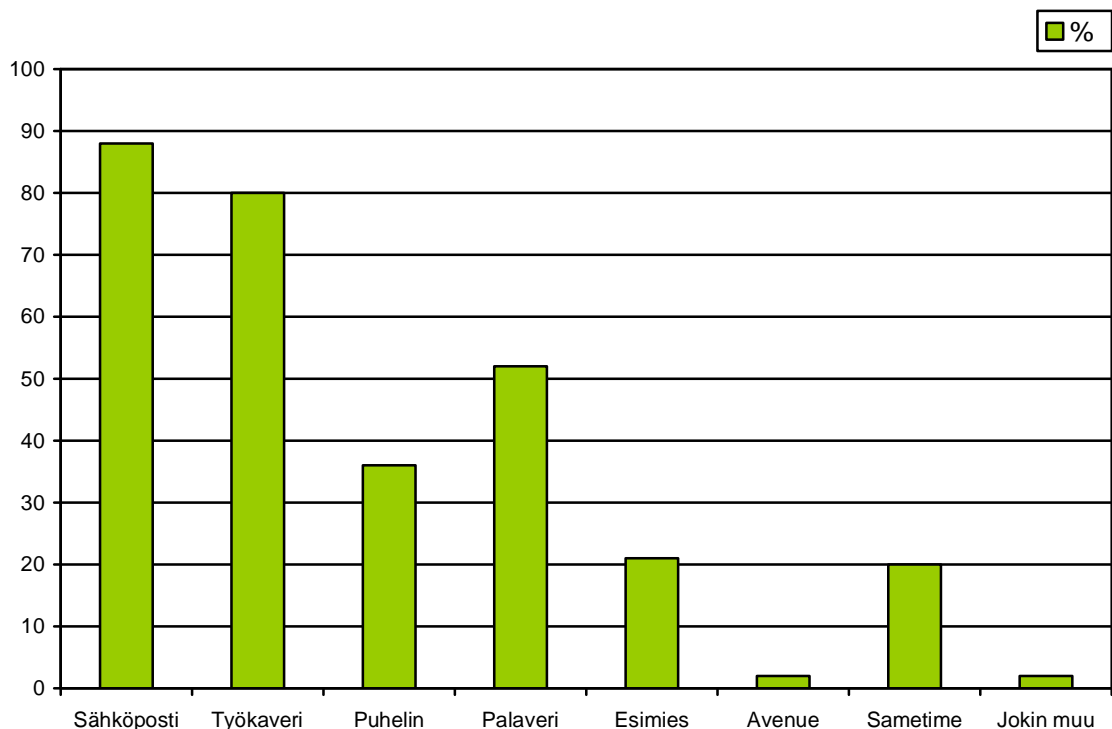
”Työnkiertoa logistiikan ja aspatiimin välille. Voisi toteuttaa niin, että pareina olisi samoista asiakkaista vastaavat henkilöt. Myös muiden tiimien välillä voisi olla työn kiertoa”.

”Avoimuutta tulisi lisätä. Tiimien välillä tulisi olla enemmän face to face kommunikaatiota; tultaisiin suoraan sanomaan asioita. Myös esimiesten ja alaisten välistä kommunikaatiota tulee parantaa molempiin suuntiin: avoimemmaksi”.

Työn kieroa oli jo kokeiltu supply- ja customer support -tiimin välillä. Työn kiertoon osallistuneista noin puolet oli kokemukseen tyytyväisiä ja puolet jonkin verran tyytyväisiä.

4.2.2 Viestintävälineet

Eri viestintävälineitä arvioitiin seuraavasti: Parhaimmaksi tiedonlähteeksi arvioitiin työkaveri (93 %). Toiseksi toimivampana pidettiin sähköpostia (89 %). Palaveri (68 %) ja puhelin (66 %) olivat myös tärkeitä viestintävälineitä. Esimiestä piti hyvänä tiedonlähteenä 57%. Saman arvion sai sametime. Tietokantaa piti vähän yli puolet vastaajista hyvänä välineenä ja Avenuea 18 %. Eri viestintävälineiden tehokkuutta arvioitiin seuraavasti (kuvio 7):



KUVIO 7. Viestintäkanavien arvioitu tehokkuus.

Yleisesti oltiin sitä mieltä, että on riittävästä eri tapoja käytettävissä viestinnän kannalta. Kuitenkin 75 % koki tiedon hukkuva jonnekin.

Kysyttäessä tuleeko sähköpostiin liikaa tietoa, 54 % vastasi myöntävästi. Kuitenkin sähköpostia pidettiin luotettavana ja nopeana kommunikaatiovälineenä sillä 57 % arvioi, että sähköpostiin vastataan tarpeeksi nopeasti.

Uudistettua tietokantaa piti 61 % toimivampana ratkaisuna kuin edellistä. Työntekijöistä 64 % oli saanut ohjausta uuden tietokannan käyttöön, mutta kuitenkin 80 % ei löytänyt tarvittavaa tietoa tietokannasta. Suurin osa (93 %) oli sitä mieltä, että tietokantaa pitäisi vielä kehittää.

Uudistunutta Avenueta pidettiin vanhaan intraan verrattuna 63% parempana. Tarvittavaa tietoa ei kuitenkaan löytänyt 88% vastanneista.

Kehityskeskustelut olivat suuren osan (82 %) mielestä tärkeitä. Rakentavaa palautetta kehityskeskusteluissa sai 55 % kun taas loput 45 % ei kokenut saavansa rakentavaa palautetta. Vastaajista kuitenkin 77 % arvioi, että antaa itse rakentavaa palautetta muille.

Palavereja koettiin olevan riittävästi (70 %). Palavereissa käytäviin asioihin suurin osa oli tyytyväisiä, mutta pienen osan 27 % mielestä joitain asioita jää kuitenkin käymättä. Koko DC:tä koskevia yhteispalavereja toivoi 64% ja koko Lokomonkadun yksiköitä koskevia palavereja 34%.

Poissaolojen takia menetetyn tiedon sai suurin osa sähköpostilla (88 %), työkavereilta (80 %) tai palavereista (52 %). Kyselyssä pyydettiin myös perustelemaan valintoja. Esimerkkeinä on seuraavia vastauksia:

”Kun asiasta puhutaan, niin jää paremmin mieleen. Sähköpostista tieto löytyy tarvittaessa”.

”Palavereissa saa tietää uusimmat asiat, työkaverit ilmoittaa tehokkaammin ja sähköpostilla saa helpommin jaettua tiedon laajalle”.

”Sähköpostin tai muun visuaalisen informaation tueksi tarvitaan mielestäni aina myös keskustelua”.

4.2.3 Esimiesviestintä

Esimesviestinnästä kysyttiin, saako työntekijä riittävästi palautetta, neuvoja ja ohjeita omaan työhönsä. Vähän yli puolet, ei kokenut saavansa riittävästi palautetta, kuitenkin ohjeita ja neuvoja sai tarvittaessa omaan työhönsä 71 %. Riittävästi tietoa sai esimieheltä 55 %. Kysyttäessä vaikuttamisen mahdollisuudesta omaan työhön vastasi 77 % myöntävästi ja 23 % kielteisesti. Alla on esimerkkejä siitä, mitä vastattiin avoimeen kysymykseen, kun kysyttiin millä tavalla haluttaisiin vaikuttaa omaan työhön:

”Haluan vaikuttaa omiin työtehtäviini enemmän. Lähinnä, että miten asioita hoidetaan. Toiminta on paikoin kaikkea muuta kuin ketterää”.

”Työkuormaa olisi saatava vähenemään. Keinona olisi tietotaidon lisääminen. Meillä on yleisesti niin, että opitaan asiakaspinnassa. Turhat kyselyt vähenisivät ja jäisi aikaa todellisille ongelmille”.

”Enemmän vastuuta ja luottoa omalta esimieheltä”.

5 YHTEENVETO

Kyselyn vastausprosentti oli hyvä. Kyselyn tuottamien vastauksien pohjalta saatiin hyviä tuloksia. Tuloksista näkyy, että kehitettäviä kohteita sisäisessä viestinnässä on.

Yhdeksi kehitettäväksi kohteeksi nousi viestin kulku tiimien välillä. Suurin osa koki, ettei tiimien välinen viestintä toimi riittävän hyvin. Erityisesti toivottiin lisää yhteistyötä warehousing-tiimin kanssa. Koettiin myös, että toisten tiimien asioista tiedettiin hyvin vähän. Tiimien toiveita myös toivottiin otettavan huomioon entistä enemmän.

Toinen kehitettävä alue liittyy viestintävälineiden käyttöön: Moni koki, ettei löydä tarvittavaa tietoa tietokannasta tai Avenuesta. Verrattaessa vanhempaa tietokantaa uuteen tietokantaan oltiin melko tyytyväisiä. Viestintävälineitä oli kyselyyn vastanneiden mielestä riittävästi, mutta silti tiedon koettiin hukkuvan.

Kolmas kehitettävä kohde liittyy esimiesviestintään ja palautteen antoon. Puolet koki saavansa palautetta esimieheltään, mutta prosentti voisi olla korkeampikin.

Viestintävälineitä tarkasteltaessa oli mielenkiintoista, että työkaveria pidettiin parhaana tiedonlähteenä. Sähköpostia pidettiin tehokkaimpana viestintävälineenä ja sen tallentamisen ominaisuutta hyvänä.

Kuitenkin oman tiimin tiedonkulkuun oltiin hyvin tyytyväisiä ja toisten tiimien työhön oli tutustuttu entistä rohkeammin tämän työn aikana. Monet olivat päässeet kokeilemaan työnkiertoa. Nämä kokeilut oli koettu hyvinä tilaisuuksina hankkia tietoa toisesta tiimistä. Myös tiimipäiviä on ruvettu järjestämään entistä enemmän.

6 POHDINTA

Suurin osa piti viestinnän toimivuutta erittäin tärkeänä, joka näkyy myös aktiivisena osallistumisena kyselyyn. Kysely oli onnistunut ja toi paljon toivomuksia esille. Tuloksista voisi nostaa kolme tärkeintä asiaa esille, joihin olisi syytä kiinnittää huomiota. Nämä ovat tiimien välinen viestintä, tiedotusvälineisiin liittyvä tietotulva ja koulutuksen tarve sekä kannustavan palautteen anto ja toiveiden huomioon ottaminen.

Tulosten perusteella sisäisen viestinnän kehittäminen oli vastanneiden mielestä tärkeää tai erittäin tärkeää. Tiimien välinen viestintä oli selvästi parantamisen tarpeessa. Viestinnän toimivuus on erittäin tärkeää työn sujuvuuden kannalta, sillä moni tiimi on riippuvainen toisesta tiimistä. Esimerkiksi customer support-tiimi on hyvinkin riippuvainen supply-tiimistä, sillä supply hankkii tarvittavia osia myytäväksi. Warehouse-tiimi taas on ainoa, joka sijaitsee erillään DC rakennuksesta, jolloin heidän viestintänsä on täysin viestintävälineiden varassa eikä face to face kontakteja muihin tiimeihin ole juuri lainkaan. Näin ollen warehouse-tiimin tyytymättömyys viestin kulkemisessa oli ennakoitavaa. Logistics-tiimi oli verrattaen tyytyväinen tiimien väliseen viestintään. Tämä voi johtua siitä, että logistics-tiimin työ on itsenäisempää ja tiimi on vasta vuoden verran toiminut. He tekevät kyllä yhteistyötä varaston ja myynnin kanssa, mutta yhteistyötilanteita on vähemmän kuin muilla tiimeillä.

Tarkasteltaessa Lokomotiivi-työryhmän teettämää kyselyä, toistuu joitakin samoja asioita, joita tässä kyselyssä tuli esille. Esimerkiksi toiveita siitä, että enemmän keskusteltaisiin kasvotusten sen sijaan, että lähetettäisiin sähköpostia tai käytettäisiin sametimeä. Varaston henkilökuntaan toivottiin enemmän yhteyttä ja kanssakäymistä. Myös tiimien välille toivottiin enemmän yhteistyötä.

Tiedotusvälineitä oli vastanneiden mielestä tarpeeksi käytettävissä. Ongelmana nousikin esille, että tietoa tulee liikaa. Moni koki, että esimerkiksi sähköpostiin tulee liikaa tietoa, jolloin tietoa helposti myös hukkuu. Ehkäpä myös tämän takia moni valitsi työkaverin parhaaksi tiedotusvälineeksi. Tätä perusteltiin juuri sillä, että sähköpostiin saapuu

päivittäin niin paljon tietoa, että nopein ja varmin tapa ottaa selvää asioista oli keskustella työtoverin kanssa.

YRITYS X-tietokantaa ja intranet Avenueta ei ilmeisesti osata käyttää riittävän hyvin. Tietokannan käytöstä on osalle järjestetty ohjausta, mutta siitä huolimatta suuri osa ei löytänyt tietokannasta tarvitsemaansa tietoa. Ohjelmien kunnollinen hallinta olisi tärkeää, sillä YRITYS X-tietokanta sisältää paljon tärkeää tietoa kuten ohjeita, laskureita, tiedotuksia, työvuoroja ja yhteistietoja, joita tarvitaan päivittäiseen työhön. Tiedon siirto entiseltä M-asemalta tietokantaan on ollut hidas prosessi ja tästä syystä on aiheutunut hämmennystä, kun tietoa on saattanut löytyä kahdesta eri paikasta samaan aikaan. Tietokanta on ollut käytössä noin vuoden verran. Avenue taas on tullut vasta tämän vuoden kevättalvella käyttöön ja se on tästä syystä vielä tuntematon monille.

Kolmanneksi esille nousi palautteen antaminen ja toiveiden huomioon ottaminen esimiestyössä. Vastanneista vähän yli puolet arveli, ettei saa esimieheltä riittävästi palautetta omasta työstään. Erityisesti toivottiin kannustavaa palautetta. Tärkeää olisikin, että muistettaisiin antaa myös onnistumisista palautetta ja kuunnella työntekijän toiveita. Avoimen tekstin osiossa moni toivoikin enemmän vaikuttamisen mahdollisuutta työtehtäviin ja lisää työntekijöiden toiveiden huomioon ottamista työn sujuvuuden lisäämiseksi.

Työn tulosten pohjalta voidaan ehdottaa tiimien välisen viestinnän lisäämistä. Erityisesti warehouse-tiimin ja muiden tiimien viestintään tulisi kiinnittää huomiota. Kyselystä selvisi, että face to face kontaktia toivottiin enemmän.

Tiedon löytymiseen olisi syytä kiinnittää huomiota, esimerkiksi tiedotteita voisi yhdistää ja lähettää aina yhtä aihetta koskevia tiedotteita kerrallaan. Myös otsikon tulisi olla sellainen, että sen löytää helposti hakusanalla. YRITYS X tietokannan ja Avenuen käyttöön tarvittaisiin lisää koulutusta ja ohjausta.

Esimiehen ja alaisten kontakteja lisäämällä voisi palautteen anto helpottua molemmin puolin. Myös esimiehen tiiviimpi tuki antaisi kannustusta työntekijälle. Työntekijät

toivoisivat, että heidän ajatuksia ja toiveitaan otettaisiin enemmän huomioon työtä kehitettäessä.

Se, että sisäisen viestinnän toimivuutta pidettiin erittäin tärkeänä, on odotettavissa edellä esitetyn kirjallisuuskatsauksen pohjalta. Tiimien välisen viestinnän tärkeys oli odotettavissa koska useassa lähteessä oli painotettu tiimien välisen viestinnän toimivuutta (Kortetjärvi-Nurmi & Rosenström 2002, 8; Åberg 2006, 58-59; Kortetjärvi-Nurmi ym. 2008, 7-9). Sähköpostin varjopuolena tiedetään olevan tiedon hukkumisen riski tietomäärän kasvaessa (Kortetjärvi-Nurmi ym. 2008, 112). Esimiesten ja alaisten keskustelujen tärkeydestä kirjoittaa Österberg (2005, 168). Tuen ilmapiiri on tiimityössä tärkeää Åbergin (2006, 58-59) mukaan. Juholin (2009, 151) pitää yhtenä työyhteisöviestinnän peruspilarina sitä, että jokaisella pitäisi olla osallistumisen ja vaikuttamisen mahdollisuus työyhteisössä.

Kyselyssä nousi esille työntekijöiden toive osallistua nykyistä enemmän työn kehittämiseen. Jatkotutkimuksessa olisi mielenkiintoista selvittää millaisia omaa työtä koskevia kehittämisajatuksia työntekijöillä on.

LÄHTEET

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

Kortetjärvi-Nurmi, S. & Rosenström, A. 2002. *Yritysviestinnän ABC*. Helsinki: Edita Prima Oy.

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

Kuivalahti, T. & Luukkonen, J. 2004. *Intra*. Helsinki: Infoviestintä Oy.

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

Yritys X, kotisivut. Luettu 4.1. 2011. www.yritys X.com

Yritys X Oy, Tilinpäätöstiedote 2011. Luettu 4.4.2012. [http://www.yritys X.com/corporation/ir_eng.nsf/WebWID/WTB-120208-2256F-95834/\\$File/yritys X_2011_financial_statements_review_fin.pdf](http://www.yritys X.com/corporation/ir_eng.nsf/WebWID/WTB-120208-2256F-95834/$File/yritys X_2011_financial_statements_review_fin.pdf)

Puro, J-P. 2004. *Onnistu viestinnässä*. Juva: WSOY.

Säteri, R. 2009. *Opas: Esimiesviestintä*. Luettu. 15.1.2012. <http://www.tiedottaja.fi/dev/wp-content/uploads/2010/02/Esimesviestintaopas.pdf>

Österberg, M. 2005. *Henkilöstöasiantuntijan käsikirja*. Helsinki: Edita.

Åberg, L. 2006. *Johtamisviestintää. Esimiehen ja asiantuntijan viestintäkirja*. Jyväskylä: Gummerus Kirjapaino Oy.

Liite 1. Kyselylomake

Hei,

Teen opinnäytetyöni sisäisen viestinnän nykytilan kartoituksen koko YRITYS X:lle. Vastaamalla kyselyyn pääset vaikuttamaan sisäisen viestinnän kehitykseen. Vastaukset ovat myös tärkeitä opinnäytetyöni luotettavuuden kannalta.

Kysely koostuu viidestä eri osiosta, jotka käsittelevät sisäistä viestintää ja viestintävälineitä. Osiot ovat lyhyitä ja sisältävät väittämiä sekä monivalintakysymyksiä. Kyselyn vastaamiseen menee arviolta 10 min. Vastaathan tarkasti ja rehellisesti. Vastaukset käsitellään luottamuksellisesti.

Lomakkeeseen pääsee alla olevilla tunnuksella ja salasanalla. Vastausaikaa on 15.2.2012 mennessä.

Kiitos etukäteen aktiivisuudestasi!

Terveisin,

Maria-Felicia Bibiceanu

Sisäisen viestinnän kartoitus -kysely

1. Tiimi jossa työskentelet

Valitse tiimi, jossa työskentelet

- Supply
- Warehousing
- Logistics
- Product support
- Customer support

2. Yleistä viestinnästä

Valitse sopiva vaihtoehto sen mukaan mikä sinusta tuntuu tärkeältä.

	Erittäin tärkeää	Tärkeää	Jokseenkin tärkeää	Ei lainkaan tärkeää
Viestinnän toimivuus on	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Viestinnän tärkeys työsi toimivuuden kannalta on	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Tiedon ajoissa saanti on	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Tiedon saannin riittävyys on	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Sisäisen viestinnän kehittäminen tällä hetkellä on	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Koko tonttia koskeva informaatio on	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

3. Tiimien välinen viestintä

Vastaa kysymyksiin valitsemalla kuvaavin vaihtoehto.

	Erittäin hyvin	Hyvin	Jonkin verran	Ei lainkaan
Miten hyvin viestintä kulkee tiimien välillä?	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Miten hyvin kulkee tieto varaston ja konttorin välillä?	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Miten hyvin viestintä kulkee omassa tiimissä?	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Miten hyvin tiedät muiden tiimien asioista?	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Miten hyvin tiimien toiveet on mielestäsi otettu huomioon?	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Tämä kysymys koskee myynnin ja oston välistä työhön tutustumista. Jos kysymys ei koske sinua, valitse "Tämä ei koske minua".

	Erittäin hyvin	Hyvin	Jonkin verran	Ei lainkaan	Tämä ei koske minua
Miten hyvin olet hyötynyt työn kierrosta	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Kerro vielä millä tavalla tiimien välistä viestintää mielestäsi voisi kehittää?

4. Viestintävälineet

Vastaa kysymyksiin valitsemalla kyllä tai ei vaihtoehto.

	Kyllä	Ei
Onko sinulla mielestäsi riittävästi eri tapoja käytettävissä viestinnän kannalta?	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Koetko tiedon hukkuvan	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Sähköposti

Kyllä Ei

Tuleeko sähköpostiisi liikaa tietoa? Vastataanko sähköpostiisi tarpeeksi nopeasti?

Tietokanta

Kyllä Ei

Koetko uudistuneen tietokannan toimivampana ratkaisuna kuin edellisen? Onko sinua ohjattu tietokannan käytössä? Löydätkö aina tarvittavan tiedon tietokannasta? Tarviiko tietokantaa mielestäsi vielä kehittää? Tietokantaa on helpompi käyttää kuin entistä M -asemaa

Intra

Kyllä Ei

Koetko uudistuneen Avenue:n parempana kuin vanhan intranetin? Löydätkö aina tarvittavan tiedon Avenue:sta?

Kehityskeskustelut

Kyllä Ei

Pidätkö kehityskeskusteluja tärkeänä? Saatko riittävästi rakentavaa palautetta kehityskeskusteluissa? Annatko itse rakentavaa palautetta kehityskeskusteluissa?

Palaveri

Kyllä Ei

Käydäänkö palavereissa mielestäsi tarvittavat asiat läpi?

Kaipaanko koko DC:n konttoria koskevia yhteispalavereja?

Kaipaanko koko tonttia koskevia palavereja?

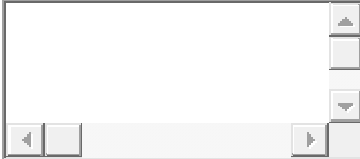
Onko palavereja mielestäsi riittävästi?

Oltuasi poissa mistä saat menetetyn tiedon? Valitse kaksi vaihtoehtoa.

- Sähköposti
- Työkaveri
- Puhelin
- Palaveri
- Esimies
- Avenue
- Sametime
- En saa menetettyä tietoa mistään

Mitkä viestintäkanavat ovat mielestäsi tehokkaimpia? Valitse kolme vaihtoehtoa.

- Sähköposti
- Työkaveri
- Puhelin
- Palaveri
- Esimies
- Avenue
- Sametime
- Jokin muu

Perustele miksi 

Entä kuinka toimivana koet seuraavat viestintävälineet

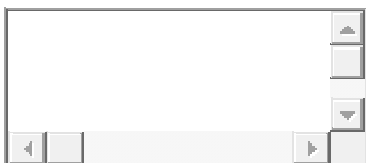
	Erittäin toimivana	Hyvin toimivana	Jokseenkin toimivana	Ei lainkaan toimivana
Sähköposti	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Työkaveri	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Puhelin	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Palaveri	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Esimies	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Avenue	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Sametime	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
YRITYS X kanta	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

5. Esimiesviestintä

Vastaa kysymyksiin valitsemalla kyllä tai ei vaihtoehto.

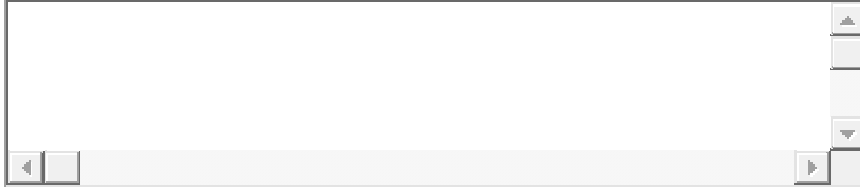
	Kyllä	Ei
Saatko riittävästi palautetta omasta työstäsi?	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Saatko ohjeita tai neuvoja omaan työhösi?	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Koetko saavasi riittävästi tietoa esimieheltäsi	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Koetko voitavasi vaikuttaa omaan työhösi?	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Millä tavalla haluaisit vaikuttaa omaan työhösi?



Vapaa sana

Lopuksi voit kirjoittaa vapaasti millä tavalla sisäistä viestintää mielestäsi voisi kehittää.



Kiitos vastauksistasi!