

Anne Honkanen

# KYMEN SEUDUN OSUUSKAUPAN SI- SÄISTEN OHJEIDEN KÄYTETTÄVYY- DEN KEHITTÄMINEN

Opinnäytetyö

Tradenomi

Liiketalouden koulutus

2023



**Kaakkois-Suomen  
ammattikorkeakoulu**

Tutkintonimike	Liiketalouden ammattikorkeakoulututkinto/Tradenomi (AMK)
Tekijä	Anne Honkanen
Työn nimi	Kymen Seudun Osuuskaupan sisäisten ohjeiden käytettävyyden kehittäminen
Toimeksiantaja	Kymen Seudun Osuuskauppa
Vuosi	2023
Sivut	77 sivua, liitteitä 6 sivua
Työn ohjaaja	Tuuli Järvinen

## TIIVISTELMÄ

Tämän opinnäytetyön tavoitteena on tuottaa kehittämisohdotuksia Kymen Seudun Osuuskaupan sisäisten ohjeiden käytettävyyden parantamiseksi. Kymen Seudun Osuuskaupan sisäiset ohjeet ovat pääosin sähköisessä muodossa S-ryhmän omassa intranetissä sPointissa. Vaikka kaikissa toimipaikoissa pitäisi olla yhtenäiset toimintatavat ja -ohjeet, käytännössä tämä ei kuitenkaan aina ole toteutunut. Siksi halutaan selvittää, millä tavoin ohjeiden käytettävyyttä voitaisiin parantaa. Tämän tutkimuksen tutkimusongelma on, miten kehittää Kymen Seudun Osuuskaupan sisäisten ohjeiden käytettävyyttä.

Teoriaosuudessa käsitellään yleisesti ohjeita sekä sisäisiä ohjeita ja miten ohjeista viestitään työyhteisössä. Lisäksi käsitellään käytettävyyden ja saavutettavuuden käsitteitä lähinnä sähköisillä alustoilla. Tämä tutkimus on toteutettu tapaustutkimuksena, jossa käytetään sekä laadullisia että määrällisiä menetelmiä. Laadullisia menetelmiä tässä tutkimuksessa olivat haastattelut ja benchmarking, joiden avulla selvitettiin nykytilannetta ja miten muualla sisäisten ohjeiden käytettävyys on toteutettu ja millaisia haasteita on havaittu. Määrällisenä menetelmänä tässä tutkimuksessa on kyselytutkimus, joka toteutettiin sähköisenä kyselynä.

Aluksi selvitettiin nykytilannetta Kymen Seudun Osuuskaupassa lähinnä sähköpostihaastattelun avulla. Lisäksi haastateltiin Teamsin avulla kahden muun alueosuukskaupan edustajaa teemahaastatteluissa eli tehtiin toimialakohtaista benchmarkingia. Lisäksi tehtiin toimialan ulkopuolista benchmarkingia havainnoimalla Kaakkois-Suomen ammattikorkeakoulun sisäistä intranetiä Luxia opiskelijan näkyvyydellä. Näiden laadullisten menetelmien ja teorian avulla luotiin kysymykset määrällistä kyselytutkimusta varten. Kyselytutkimuslinkki lähetettiin kaikkien toimipaikkojen esimiehille sekä toimipaikoille. Lisäksi kyselytutkimuslinkki julkaistiin KSO:n sisäisen sosiaalisen median alustalla.

Tutkimuksessa nousi esiin, että sisällöllisesti sisäiset ohjeet ovat sisällöltään toimivat ja ymmärrettävät. Ohjeiden löydettävyys ja käytettävyys koettiin haasteellisemmaksi. Myös ohjeisiin ja päivityksiin liittyvää sisäistä viestintää pitäisi kehittää. Kehittämisohdotuksiksi nousivat sisäisten ohjeiden kokoaminen yhteen pikavalikkoon, parempi perehdytys toimipaikoissa sisäisiin ohjeisiin sekä viestintästrategian kehittäminen koskien sisäisiä ohjeita ja niiden päivityksiä. Näiden toimenpiteiden avulla saadaan yhtenäiset ohjeet ja toimintatavat paremmin jalkautettua kaikkiin Kymen Seudun Osuuskaupan toimipaikkoihin.

**Asiasanat:** sisäiset ohjeet, käytettävyys, opinnäytetyö, raportointi

Degree title	Bachelor of Business Administration
Author	Anne Honkanen
Thesis title	Development of usability of the internal company policies on Kymen Seudun Osuuskauppa
Commissioned by	Kymen Seudun Osuuskauppa
Time	2023
Pages	77 pages, 6 pages of appendices
Supervisor	Tuuli Järvinen

## ABSTRACT

The objective of this thesis was to find development ideas for the applicability of the internal company policies on Kymen Seudun Osuuskauppa. Internal company policies of Kymen Seudun Osuuskauppa are mostly in the intranet called sPoint which is a Sharepoint based platform. Every place of business should be the same policies and course of action. In practice this does not always happen. That is the reason why this thesis tried to find some development ideas about about how to improve the usability of the internal company policies.

The theoretical part consists of instructions, internal policies and how to communicate of internal policies. Also, it consists of usability and accessibility in electronic platforms. In this thesis is used case study and there is used both qualitative and quantitative methods. Qualitative methods were benchmarking and interviews. The quantitative research method was the base for the online survey questions. Online survey that implemented with Webropol software.

The study started with interviews of the commissioners representative by email of the current situation. In the same line of business benchmarking was implemented by doing two theme interviews of other cooperative retail society representatives by teams. Out of the same line business benchmarking was made by observing the South-Eastern Finland University of Applied Sciences Xamk Lux intranet for students. This data and theory was the base for the online survey questions. Online survey link was sented by email to all superiors who worked at Kymen Seudun Osuuskauppa. It was also sent by email to all participating businesses. The link was also published at the social media platform of Kymen Seudun Osuuskauppa.

The collected material showed the internal policies were well written and the contents were comprehensible. However, the retrievability and usability were much more challenging. The communication involving instrutions and updates should also be improved. The suggestions of this thesis were that all the internal policies should be gathered in one shortcut file, more introduction to internal policies at the place of business and better communication strategy for internal policies and updates. These development ideas should improve the usability of internal policies at Kymen Seudun Osuuskauppa.

**Keywords:** internal company policies, usability, thesis, report

## SISÄLLYS

1	JOHDANTO.....	6
2	OHJEET, SISÄISET OHJEET JA OHJEISTA VIESTIMINEN.....	8
2.1	Sisäiset ohjeet .....	11
2.2	Ohjeista viestiminen työyhteisössä.....	13
3	KÄYTETTÄVYYS, KÄYTTÄJÄKOKEMUS JA SAAVUTETTAVUUS .....	15
3.1	Käytettävyys .....	16
3.2	Intranetin käyttökokemukseen vaikuttavia tekijöitä .....	18
3.3	Saavutettavuus.....	24
4	TOIMEKSIANTAJAN ESITTELY JA NYKYTILANTEEN ESITTELY .....	28
5	TUTKIMUSMENETELMÄT JA OPINNÄYTETYÖN TOTEUTUS.....	30
5.1	Tapaustutkimus .....	30
5.2	Laadulliset menetelmät.....	31
5.3	Benchmarking.....	33
5.4	Haastattelut .....	34
5.5	Määrälliset menetelmät.....	36
5.6	Sähköisen kyselytutkimuksen toteuttaminen käytännössä .....	37
5.7	Kerätyn aineiston analysointi .....	41
5.8	Tietosuoja .....	45
6	TUTKIMUKSEN TULOKSET .....	46
6.1	Benchmarking.....	47
6.2	Sähköinen kysely.....	48
7	JOHTOPÄÄTÖKSET JA KEHITYSEHDOTUKSET .....	62
7.1	Sisäiset ohjeet ja niiden kehittämisehdotukset .....	62
7.2	Perehdytys ja koulutus.....	63
7.3	Viestintä.....	64
7.4	Käytettävyys .....	65
7.5	Saavutettavuus.....	67

7.6	Toimenpidesuosituksset .....	67
7.7	Tutkimuksen luotettavuuden arviointi.....	68
8	LOPUKSI .....	73
	LÄHTEET.....	75

## LIITTEET

Liite 1. Kyselytutkimuslomake

Liite 2. Tietosuojaseloste

## 1 JOHDANTO

Tämän työn toimeksiantaja on Kymen Seudun Osuuskauppa ja työn aiheena on Kymen Seudun Osuuskaupan sisäisten ohjeiden käytettävyyden ja saavutettavuuden kehittäminen. Sisäiset ohjeet sisältävät muun muassa yrityksen sisäiseen käyttöön tarkoitettuja ohjeita liittyen kassatoimintoihin ja rahankäsittelyyn, laskutukseen, tietosuojaan sekä arkistointiin. Kymen Seudun Osuuskaupan sisäiset ohjeet löytyvät pääosin sähköiseltä alustalta S-ryhmän intranetistä, jota kutsutaan nimellä sPoint. Se on ohjekeskus työntekijälle, josta löytyy tietoa ja ohjeita työntekoon. Alusta on rakennettu Microsoftin ohjelmistoilla ja siellä julkaistaan S-ryhmän uutisia, tiedotteita ja pysyvää tietoa sekä ohjeita. Sisäistä ja luottamuksellista tietoa sPointissa voidaan jakaa ja rajoittaa muokkaamalla näkyvyysrajoituksia. Lisäksi SharePointiin on mahdollista tehdä myös rajatulle joukolle työtiloja sekä tietosivustoja, joihin sPoint ohjaa hakutoimintojen kautta. Spointiin pääsee kirjautumaan S-ryhmän sähköpostiosoitteella ja salasanalla.

Kymen Seudun Osuuskauppa (KSO) on Kymenlaakson alueella toimiva S-ryhmään kuuluva alueosuuskauppa. KSO työllistää alueella noin 1400 henkilöä ja on alueen suurin kaupan- ja palvelualan työnantaja. Kymen Seudun Osuuskauppa oli luonnollinen valinta opinnäytetyön toimeksiantajaksi, sillä opinnäytetyön tekijä on työskennellyt kyseisen työnantajan palveluksessa pitkään marketpuolella. Työnantaja antoi idean opinnäytetyön aiheeseen, joka oli opinnäytetyön tekijän mielestä kehittämisen arvoinen ja tuo käytännön hyötyä toimeksiantajalle. Lisäksi opinnäytetyön tekijä on suorittanut tradenomiopinnoissaan sisäisen tarkastuksen opintojakson vapaavalintaisina opintoina Savoniassa, sillä aihe tukee liiketalouden osaamista ja liittyy opinnäytetyön tekijän kiinnostuksen kohteisiin ja vaikuttaa myös käytännön työhön.

Tässä opinnäytetyössä on yksi päätutkimusongelma. Tutkimusongelma on, **miten parantaa Kymen Seudun Osuuskaupan sisäisten ohjeiden käytettävyyttä**. Teoriaosuudessa keskitytään tutkimaan, mitä ohjeet teoriassa ovat, millainen on hyvä ohje ja mikä on sisäinen ohje. Lisäksi tutkitaan teoriassa, mitä on käytettävyys ja saavutettavuus ja mitkä asiat niihin vaikuttavat. Työn tarkoituksena on tuottaa kehitysehdotuksia sisäisten ohjeiden käytettävyyden,

saavutettavuuden sekä tarvittaessa sisällön kehittämiseen. Työn tavoitteena on tuottaa käytännön ehdotuksia, miten edelleen kehittää sisäisten ohjeiden käytettävyyttä, saavutettavuutta sekä mahdollisesti selkeyttä ja ymmärrettävyyttä Kymen Seudun Osuuskaupassa koskien koko yritystä ja kaikkia toimialoja ja näin saada paremmin käyttöön yhtenäiset ohjeet kaikkiin toimipaikkoihin. Kehitysehdotusten pohjalta Kymen Seudun Osuuskauppa kehittää käytännössä sisäisten ohjeiden käytettävyyttä, saavutettavuutta sekä mahdollisesti parantaa ohjeiden selkeyttä nykytilanteesta ja näiden toimenpiteiden avulla voidaan jalkauttaa entistä paremmin yhtenäiset käytännöt kaikkiin toimipaikoihin.

Tämä työ keskittyy sisäisten ohjeiden käytettävyyden sekä saavutettavuuden tutkimiseen ja sen perusteella mahdollisten ongelmakohtien kehittämissuhteiden tekemiseen. Siitä rajataan pois sisäisten ohjeiden uusiminen, tekninen toteutus sekä jatkoseuranta. Tutkimus rajautuu ajallisesti opinnäytetyön keston mukaan ja tutkimusmenetelmäksi on valittu opinnäytetyön tekijän mielestä sopivin menetelmä.

Tämän työn tutkimuksellinen lähestymistapa on tapaustutkimus. Tämä menetelmä sopii työn tarkoitukseen, koska tarkoituksena on selvittää teoriassa ja käytännössä tutkimusongelmaa ja näin saada syvällisempää ymmärrystä asiaan sekä kehittää näiden pohjalta toimivia kehitysehdotuksia. Tapaustutkimuksessa voidaan käyttää sekä laadullisia että määrällisiä tutkimusmenetelmiä, eli se on monimenetelmäinen tutkimustapa. Tapaustutkimus vastaa usein kysymyksiin ”miten?” ja ”miksi?”. Tämä opinnäytetyö ei ole kehittämis- tai toimintatutkimus, sillä se ei ole ajallisesti eikä sisällön laajuuden perusteella mahdollista toteuttaa tämän opinnäytetyön aikana.

Opinnäytetyön tekijän omana tavoitteena on kehittyä sekä laadullisen että määrällisen tutkimuksen toteuttamisessa käytännössä ja oppia erilaisia tutkimusmetodeja. Lisäksi tavoitteena on tutustua syvemmin työpaikan sisäisiin ohjeisiin ja niiden toteuttamis-, ylläpito- ja kehittämisprosessiin.

Tämän työn teoriaosuudessa käsitellään yleisesti ohjeita, sisäisiä ohjeita ja lisäksi käytettävyyttä ja saavutettavuutta käsitteinä. Käytettävyyttä, saavutetta-

vuutta ja käyttäjäkokemusta käsitellään tässä teoriaosuudessa sähköisten palveluiden ja alustojen näkökulmasta, sillä Kymen Seudun Osuuskaupan sisäiset ohjeet ovat pääasiallisesti sähköisissä muodoissa sähköisillä alustoilla kuten S-ryhmän intranetissä sPointissa.

## **2 OHJEET, SISÄISET OHJEET JA OHJEISTA VIESTIMINEN**

Ohje voi olla käyttöohje, toimintaohje, ruokaohje, ilmoittautumisohje, valitusohje tai muu vastaava ohje. Ohje voi olla yleisluontoinen, jossa sitä sovelletaan tapauksen mukaan tai hyvin yksityiskohtainen ohje tai jotain siltä väliltä. Ohje kuitenkin aina kertoo, miten päästään haluttuun tulokseen. (Kankaanpää & Piehl 2011, 295.) Vaikuttavassa viestinnässä ohjeella pyritään joko vahvistamaan, aktivoimaan tai muuttamaan asenteita tai toimintatapoja. Vahvistetessa pyritään vahvistamaan jotakin olemassa olevaa asiaa, toimintoa tai näkemystä. Tavoitteena voi olla ihmisten käyttäytymisen tai asenteen muutos tai aktivointi. (Lohtaja-Ahonen & Kaihovirta-Rapo 2012, 43–44.)

Ohje voi olla pelkästään sanallinen, siinä voi olla lisäksi kuvia tai se voi olla pelkästään kuvallinen. Hyvässä ohjeessa kerrotaan vain oleelliset asiat loogisessa järjestyksessä ja lukijalle ymmärrettävällä tavalla. (Kankaanpää & Piehl 2011, 295.) Viestin tulee olla yksinkertainen ja siinä tulee olla vain olennainen tieto lukijalleen (Strellman & Svinhufvud 2020, 27). Hyvä ohje säästää aikaa ja vaivaa, eikä se aiheuta väärinymmärrystä tai vahinkoa (Kankaanpää & Piehl 2011, 295). Ohje tehdään tilanteessa, jossa ei pystytä toimimaan ilman ohjetta. Kun ohjeen tarve on tunnistettu, mietitään mistä ohje kirjoitetaan, kenelle ja miten se kirjoitetaan. (Gassen 2022, 191.) Asiantuntijan tehtävänä on ohjetta kirjoittaessaan suodattaa tietomäärää ja tiivistää kokonaisuus olennaisimpiin asioihin (Strellman & Svinhufvud 2020, 28). Tärkeät ohjeet tulisi testata käyttäjäryhmää vastaavalla ryhmällä ennen ohjeen julkaisemista (Kankaanpää & Piehl 2011, 296).

Ohjeessa voi olla johdanto, jossa kerrotaan ohjeen tarkoitus, lopputulos, tarvittavat välineet sekä muut huomioon otettavat seikat. Johdannossa voidaan myös tarvittaessa selittää käsitteitä. Mikäli ohje koskee jotakin suoritettavaa tehtävää tai toimintoa, ohje kirjoitetaan aikajärjestykseen, eli siihen järjestyk-



seen kuin tehtävä suoritetaan, jotta päästään haluttuun tulokseen. (Kankaanpää & Piehl 2011, 296.) Johdanto pitäisi olla lukijaa motivoiva, jotta lukemisen mielenkiinto säilyy johdantoa pidemmälle (Pyhälähti 2002). Tiedottavan tai vaikuttavan ohjeen ydin kerrotaan heti alussa (Lohtaja-Ahonen & Kaihovirta-Rapo 2012, 41). Usein ohje jaetaan erillisiksi kohdiksi ja esitetään luetelmana, jonka kohdat numeroidaan. Jos kohdat ovat pitkiä, ne kannattaa otsikoida käyttäen pää- ja alaotsikoita kohdan sisällön mukaan. Nämä toimenpiteet helpottavat ohjeen silmäiltävyyttä ja ohjeen seurattavuutta. (Kankaanpää & Piehl 2011, 297.)

Jos ohjeessa on useampi sivu, tulisi ohjeen alussa olla myös sisällysluettelo ja hakemisto (Pyhälähti 2002). Mikäli teksti on pitkä, käytetään lukuja ja kappaleita. Luvut otsikoidaan ja kappaleet erottuvat kappaleen vaihdolla. Näin pitkää tekstiä on helpompi jäsentää ja lähestyä. (Strellman & Svinhufvud 2020, 66–67.) Ohjetta laadittaessa mietitään lukijan odotuksia ja tarpeita sekä lisätään kuvaavat väliotsikot sekä tuetaan tarvittaessa ohjetta visuaalisin keinoin (Lohtaja-Ahonen & Kaihovirta-Rapo 2012, 34).

Mikäli ohjeessa ei tarvita suoritusjärjestystä, voi ohje olla jäsennetty esimerkiksi aihepiirijärjestyksen mukaan, jossa numeroitujen ja otsikoitujen kohtien alle on kerätty aihepiiriin liittyvät ohjeet (Kankaanpää & Piehl 2011, 29). Työelämän ohjeiden tulisi olla mahdollisimman selkeitä, täsmällisiä ja ymmärrettäviä. Kielellisesti ohjeen tulee olla ymmärrettävä ja sävyllään sopiva. Erikoistermejä, vierassanoja ja ammattikieltä on syytä välttää, mikäli ne eivät ole ohjeen lukijoille tuttuja tai ne tulisi avata selkeästi lukijoille. (Kankaanpää & Piehl 2011, 299.) Usein on selvempää käyttää näistä suomenkielisiä synonyymeja ja käyttää konkreettista kieltä (Strellman & Svinhufvud 2020, 34).

Hyvä ohje on yksiselitteinen ja -tulkintainen, selkeä, looginen ja käyttäjän näkökulmasta tehty (Pyhälähti 2002). Ohjeen tekijä ja lukija ovat ihmisiä, joten prosessiin tulee väärinymmärryksiä tai häiriöitä. Häiriö voi olla ulkoinen tai ihmismielen sisäinen. Sisäisessä häiriössä esimerkiksi ohjeessa käytetyt sanat voivat tarkoittaa jotakin muuta asiaa, kuin mitä kirjoittaja on tarkoittanut tai viestintäkanava ei kiinnosta tai sitä ei osata käyttää. Ulkoisessa häiriössä taas

jokin ulkopuolinen asia, esimerkiksi rauhaton ympäristö, vaikeuttaa luetun ymmärtämistä. (Lohtaja-Ahonen & Kaihovirta-Rapo 2012, 12–13.) Käyttäjän vastuulla on kuitenkin lukea ohje (Pyhälähti 2002).

Ohje voi puhutella lukijaa suoraan tai epäsuorasti. Lukijaa puhutellaan suoraan usein konkreettisissa ohjeissa, joissa ohjeen tekijän ja lukijan päämääränä on sama tulos, kuten käyttö- tai ruokaohjeissa. Usein näissä käytetään myös käskymuotoja. Epäsuoraa lähestymistapaa käytetään usein muun muassa viranomaisten ohjeissa sekä yleisissä ohjeissa. Ohjeessa voidaan käyttää myös molempia lähestymistapoja, eli menettelytavoissa käytetään epäsuoraa muotoa ja ohjeissa suoraa käskymuotoa. (Kankaanpää & Piehl 2011, 299–300.) Ohjeiden käskymuoto ei vaikuta epäystävälliseltä, sillä ohjeessa pyritään käyttäjän oman edun toteutumiseen. Mikäli ohjeessa käsketään tekemään jotakin erikoista tai poikkeavaa, on hyvä perustella, miksi näin ohjeessa kehoitetaan tekemään. (Kotimaisten kielten keskus/Kotus s.a.)

On hyvä miettiä, millaisia suomen kielen kieliopin muotoja ohjeessa käytetään ja miten se vaikuttaa lukijan toimintaan (Pyhälähti 2002). Mikäli ohjeen perustana on vaikeaselkoinen lakiteksti, kieltä selkeytetään ja avataan ymmärrettävämmäksi. Viite- ja lähdetietoihin merkitään mihin lakiin tai pykälään kyseinen ohjeistus perustuu. (Kotimaisten kielten keskus/Kotus s.a.)

Hyvässä viestinnässä on tärkeää muistaa yksinkertaistaa, vakuuttaa sekä vedota sopivasti tunteisiin (Strellman & Svinhufvud 2020, 56). Tekstistä kannattaa karsia kaikki ylimääräinen, jolloin siitä poistuu ylimääräiset häiriötekijät. Samalla luettavuus ja sisällön käytettävyys paranevat (Krug 2014, 49). Lisäksi käytetään käskymuotoa, tunnistetaan olennaiset asiat ja kirjoitetaan ohje helposti hahmotettavaksi (Kotimaisten kielten keskus/Kotus s.a.).

Kun ohje on valmis, se kannattaa lukea ajatuksella läpi ja pyytää muitakin lukemaan ohje lävitse sekä pyytää palautetta ja korjausehdotuksia. Näin saadaan tekstin muokattua toimivammaksi, ennen kuin se julkaistaan kohderyhmälle. (Lohtaja-Ahonen & Kaihovirta-Rapo 2012, 79.) Tekstiä lukiessa on hyvä asettua asiaan perehtymättömän lukijan asemaan. Eli onko teksti ymmärrettävää, onko järjestys looginen, saako se lukijan toimimaan halutulla tavalla,

onko se oikeanlainen kohderyhmälle ja millainen on tekstin sävy. (Strellman & Svinhufvud 2020, 144.)

## 2.1 Sisäiset ohjeet

Kaikissa yrityksissä tulisi olla säännöt ja ohjeet, jotka kertovat yrityksen suositellut, hyväksytyt sekä kielletyt toimintatavat kaikille organisaation tasoille organisaation sisällä. Näitä ohjeita kutsutaan sisäisiksi ohjeiksi. Ohjeiden tulee olla kirjallisia, helposti löydettävissä ja saatavissa, ajan tasalle päivitettyjä sekä tarkoituksenmukaisia, jotta henkilöstö voi niitä hyödyntää päivittäisessä työssään. (Ratsula 2016, 29–30.) Sisäisten ohjeiden tehtävä on ennalta estää tahattomat tai tahalliset väärinkäytökset yrityksessä mutta myös auttaa varautumaan mahdollisiin toteutuneisiin väärinkäytöksiin (Sihvonen & Uusi-Hautamaa 2019, 55). Kirjallisten ohjeiden olemassaolo tai kuittauslista niihin tutustumisesta ei yksin varmista, että niitä käytännössä noudatetaan.

Johdon ja esimiesten esimerkki ohjeiden noudattamisessa viestii henkilöstölle ohjeiden tärkeydestä yrityksessä. Johdon tulee myös seurata, kuinka ohjeista viestitään, kuinka niitä noudatetaan ja valvotaanko ohjeiden noudattamista. (Ahokas 2012, 28.) Ohjeiden tulee olla linjassa lainsäädännön, yrityksen liiketapaperiaatteiden sekä muiden sääntöjen kanssa (Ratsula 2016, 190). Sisäiset ohjeet saattavat olla myös tiukempia tai tarkempia, kuin mitä lainsäädännössä vaaditaan (Sihvonen & Uusi-Hautamaa, 2019, 55).

Sisäisten ohjeiden tulisi olla sen tyyppiset, että henkilöstön on helppo omaksuman ne (Ratsula 2016, 49). Sisäisiin ohjeisiin tulisi myös sisällyttää eettinen näkökulma. Tämän tyyppisiä ohjeita, joissa väärinkäytökset ja eettisyys tulevat esiin, ovat muun muassa kassa- ja rahankäsittelyohjeet, osto- ja myyntilaskujen käsittely sekä hyväksyminen, tilausten ja hankintojen ohjeet, kulunvalvonta, matkustussääntö, erilaisten asiakirjojen käsittelyyn ja säilytykseen sekä tuhoamiseen liittyvät ohjeet. (Koivu ym. 2010, 150–151.)

Toimintaohjeiden laatimis- ja hallintaprosessin vaiheet ovat laatiminen, implementointi eli käytäntöön ottaminen, seuranta sekä päivittäminen (Ratsula 2016, 190). Sekä yrityksen taloushallinnon että muun henkilöstön on velvollisuus puuttua havaitsemiinsa poikkeamiin (Koivu ym. 2010, 151). Yritykset

suhtautuvat vakavasti sisäisten ohjeiden rikkomiseen (Sihvonen & Uusi-Hautamaa 2019, 55). Tärkeää on huomioida myös kirjoittamattomat säännöt, jotka saattavat nousta kirjoitettuja ohjeita vahvemmiksi. Usein ihminen mallioppii toisten tekemisestä helpommin, kuin että lukisi kirjallisia ohjeita esimerkiksi intranetistä. Yritysten avainhenkilöt pitää kouluttaa ja sitouttaa sisäisten ohjeiden noudattamiseen, jolloin muun henkilöstön on helpompi mallioppia oikeat toimintatavat. (Ratsula 2016, 30.)

Vakiintuneita toimintatapoja on vaikea muuttaa, ja siksi ne pitäisikin tunnistaa ja pyrkiä keskustelemaan erilaisista tavoista, millä mahdolliset ongelmat voidaan ratkaista (Dahlman & Heide 2021, 25). Sisäisten ohjeiden ja sisäisen valvonnan tulee muodostaa toimiva ja kattava kokonaisuus, joka myös joustaa tarvittaessa. Yrityksen johdon pitää pystyä mittamaan ohjeiden tuntemusta ja noudattamista, sekä niiden huomioimista käytännössä päivittäisessä työssä. (Koivu ym. 2010, 145.) Sisäisten kontrollien tulee olla asianmukaiset, jotta pystytään havainnoimaan mahdollisia väärinkäytöksiä (Sihvonen & Uusi-Hautamaa 2019, 55).

Yrityksen johdon tulee määrittää, mikä on työntekijän odotettu tapa toimia. Eettisten toimintaperiaatteiden on tarkoitus viestiä, minkälaista toimintaa henkilöstöltä odotetaan ja mitkä ovat seuraukset, mikäli toimitaan odotusten vastaisesti. Sisäisten ohjeiden tulisi olla aina kirjallisia, ajan tasalla, helposti kaikkien työntekijöiden saatavilla sekä asianmukaisia. (Ratsula 2021, 287.) Mahdollisten väärinkäytösten seuraamuksia määriteltäessä mitataan kuinka hyvin yrityksessä ohjeistukset ovat jalkautettu henkilöstölle (Sihvonen & Uusi-Hautamaa 2019, 55).

Kun yritykselle luodaan uudet, tai uusitut sisäiset ohjeet, ne tulee jalkauttaa henkilöstölle. Tehokkain tapa on yleensä koulutus. Ohjeiden julkaiseminen pelkästään intranetissä, ei usein tavoita kaikkia ja tieto häviää muun tiedon sekaan. Toimintaohjeet tulee olla helposti saatavissa ja päivitettyinä ajan tasalle. (Koivu ym. 2010, 150.) Sisäisistä ohjeista ja sovituista toimintatavoista on hyvä myös järjestää kertauskoulutusta säännöllisin väliajoin (Ahokas 2012, 28). Koulutuksen avulla lisätään ymmärrystä, miksi asioita tehdään tietyillä tavoilla ja vahvistetaan ohjauskulttuuria. Jotta koulutus on vaikuttavaa, tulee se esittää ymmärrettävällä ja selkeällä ulosannilla, sisällön oltava mieleen jäävää

ja tiivistettyä, asiat kerrataan säännöllisesti, sisällön on oltava myös mielenkiintoista ja osallistavaa (esimerkit tositapahtumista, kysymykset, huumoria unohtamatta), oikein kohdennettu koulutettaville (relevantit asiat ja esimerkit omaan työhön) sekä luonnollisesti esitetty. (Ratsula 2021, 158.)

## **2.2 Ohjeista viestiminen työyhteisössä**

Teknologia ei itsessään kuljeta tietoa eteenpäin, vaan jonkun on huolehdittava sen jakamisesta ja varmistettava, että tieto on ymmärretty sekä huomioitu (Juholin 2008, 90). Työyhteisöviestintä on viestintää, jota esihenkilöt ja työntekijät, eli koko henkilöstö, käyvät yrityksen viestintäkanavissa. Työyhteisöviestintä on tärkeä osa yrityksen liiketoiminnan sekä tavoitteiden saavuttamiseksi. (Lohtaja-Ahonen & Kaihovirta-Rapo 2012, 14.) Hyvä sisäinen viestintä on päivittäisten toimintojen perusta ja yksi yrityksen menestystekijä (Dahlman & Heide 2021, 2).

Vaikuttavaa viestintää voidaan tuottaa myös miettimällä, kuka kutsuu henkilöstön koulutukseen. Johdon ja esihenkilöiden sitouttaminen liiketoimintaperiaatteita ja sisäistä viestintää säännöllisesti organisaation kokonaisviestinnässä toteuttavaan toimintatapaan tuottaa vaikuttavaa viestintää organisaatiotasolla. (Ratsula 2016, 197.)

Yrityksissä on usein ongelmana tietotulva erilaisista viestintäkanavista ja eri kanavat sopivat erilaiseen viestintään (Lohtaja-Ahonen & Kaihovirta-Rapo 2012, 49). Haasteina voi olla liika keskittyminen tiettyihin viestintäkanaviin, liika sähköpostitulva, liian vähän tietoa tärkeistä asioista ja liikaa tietoa vähemmän tärkeistä asioista sekä hajanainen, epäselvä ja ylimalkainen viestintä (Dahlman & Heide 2021, 9). Viestintäkanavien valinnassa ja metodien valinnassa tulee ottaa huomioon, kenelle viestitään, mitä ja milloin (Ratsula 2021, 153). Tärkeää on valita oikeat viestinnän osa-alueet oikeiden kohderyhmien tavoittamiseksi (Lohtaja-Ahonen & Kaihovirta-Rapo 2012, 17).

Sisäisiin kanaviin sisältöä tuottaessa on myös hyvä muistaa, että työntekijöillä on erilaiset työnkuvat ja erilaiset tiedot, kuin mitä sisällöntuottajilla (Strellman & Svinhufvud 2020, 184). Yrityksen tavoitteiden ja eettisten toimintaperiaatteiden mukaisesti tiedotusten ja koulutusten tulisi tavoittaa koko henkilöstö.

Viestinnässä tulisi hyödyntää erilaisia viestintäkanavia ja sen tulisi olla avointa sekä säännöllistä. (Ratsula 2016, 30.)

Kun henkilöstö saa yrityksen virallisia tiedotuskanavia pitkin riittävästi oikein toteutettua viestintää, jää epävirallisten kanavien (kuten kahvihuonekeskustelut) tehtäväksi vain täydentää saatua viestintää. Mikäli virallista viestintää ei ole riittävästi tai se ei tavoita henkilöstöä, epävirallisissa kanavissa saattaa viesti muuttua tai värittyä paikkansa pitämättömäksi. (Lohtaja-Ahonen & Kaihovirta-Rapo 2012, 51–52.) Myös työntekijöillä on velvollisuus viestiä saamaansa tietoa eteenpäin sekä kysyä itseään mietityttävistä seikoista (Juholin 2008, 98).

Yrityksillä tulisi olla toimiva viestintäprosessi, joka tavoittaa koko henkilöstön ja jonka välityksellä henkilöstö saa ajantasaiset ohjeet ja toimintatavat (Ratsula 2021, 153). Keskeneräiset ohjeet työstetään omilla tiimityöskentelyalustoillaan ja vasta valmis ohje julkaistaan intranetissä tai sisäisten ohjeiden ohjepankissa (Gassen 2022, 81). Viestinnän on sovellettava erilaisille ihmisille ja oltava kiinnostavaa (Lohtaja-Ahonen & Kaihovirta-Rapo 2012, 33).

Yrityksen esihenkilöillä on tärkein viestintävastuu sisäisten ohjeiden ja toimintatapojen välittämisestä henkilöstölle. Koulutuksissa tulisi käsitellä eettiset toimintaperiaatteet, turvallisuus, varojen asianmukainen käsittely sekä muut tärkeät teemat. Esihenkilöiden tulisi koulutuksissa myös kannustaa henkilöstöä keskustelemaan yhteisistä säännöistä ja niiden noudattamisesta. (Ratsula 2021, 288.) Esihenkilöt ovat myös avainasemassa tarvittavan tiedon jakamisessa henkilöstölle. Esihenkilöillä on usein tietoa ajallisesti ennen alaisiaan sekä tietoa on määrällisesti enemmän ja se on laadukkaampaa. (Juholin 2008, 96.)

Tiedon laatua ylläpidetään sujuvien tiedon tuotannon ja ylläpidon prosesseilla sekä ottamalla huomioon tiedon tuottajan näkökulmat (Kauhanen-Simanainen 2003, 28). Välttämättä artikkeli yrityksen intranetissä ei ole tarpeeksi tehokas viestintäkeino, vaan huomiota ja keskustelua voidaan herättää myös kuvallisella viestinnällä. Kuvalla voidaan viestiä esimerkiksi miksi teemme asian näin ja mihin se johtaa. Mitä enemmän kuvaa jaetaan, sitä vaikuttavampi sen viesti on. (Dahlman & Heide 2021, 37.)

Ohjeet tulisi vähintään kerran vuodessa arvioida ja päivittää (Koivu ym. 2010, 150). Toimintaohjeiden tulisi tavoittaa koko organisaation työntekijät erilaisten sisäisten viestintäkanavien kautta. Viestinnän tulee olla avointa ja kaikkien tulee tuntea ajantasaiset ohjeet. Sisäisten ohjeiden viestintäkanavia voivat olla esimerkiksi sähköposti, koulutukset verkossa tai ryhmissä, keskustelu- ja tiedotustilaisuudet, palaverit, kehityskeskustelut, intranet, yrityksen sisäinen sosiaalinen media, visuaalinen materiaali sekä toimintaohjeet ja eettiset säännöt. (Ratsula 2021, 157–158.)

Viestintää tulisi olla monessa eri kanavassa riittävästi, sillä hyvätkään sisäiset ohjeet eivät toimi, ellei niistä tiedoteta tarpeeksi (Sihvonen & Uusi-Hautamaa 2019, 108). Vaikka viestintäteknologia kehittyikin nopeasti, ihmiset ja organisaatiot eivät kehity yhtä ketterästi. Kaikissa yrityksissä on muutosvastarintaa, sillä muutos aiheuttaa epävarmuutta. (Dahlman & Heide 2021, 104.)

Sisäisten ohjeiden viestintää ja teemoja tulisi toteuttaa ja nostaa tietoisuuteen jatkuvasti ja hyödyntää erilaisia viestintäkeinoja, sillä usein henkilöstö kokee saavansa liian vähän tietoa ohjeistuksista ja niiden muutoksista. Yrityksissä voi olla sähköisten kanavien lisäksi henkilöstölle painettuja käsikirjoja sisäisistä ja muista tärkeistä toimintaohjeista. Myös eettisen ilmoituskanavan olemassaolosta voi olla esitteitä henkilöstön tiloissa. Kaikki työntekijät eivät työsään pääse tai halua tauoillaan mennä esimerkiksi intranettiin lukemaan ohjeita ja tiedotteita. (Ratsula 2021, 158–159.)

Mahdollisten väärinkäytösepäilyjen ilmoittamiskynnys tulisi olla matala ja ilmoittamisen mahdollisuus mahdollisimman helppo ja kevyt. Lisäksi yrityskulttuurin tulisi vähentää tilaisuuksia väärinkäyttöksiin ja olla moraalisesti oikeisiin toimintatapoihin ohjaavaa. (Sihvonen & Uusi-Hautamaa 2019, 55.) Viestinnän tulisi tapahtua työntekijöiden käyttämissä kanavissa sekä siellä missä he työskentelevät (Juholin 2008, 62).

### **3 KÄYTETTÄVYYS, KÄYTTÄJÄKOKEMUS JA SAAVUTETTAVUUS**

Käytettävyys on tuoteominaisuus sekä mittari, jolla mitataan jonkin tuotteen tai palvelun käytön tehokkuutta, tuloksellisuutta sekä miellyttävyyttä (Mooij ym.

2005, 178). Käytettävyys on ominaisuus, joka kuvaa kuinka vaivattomasti jokin asiaa tai palvelua käytettäessä päästään haluttuun tulokseen (Kuutti 2003, 13). Aluksi käytettävyyden termi liitettiin lähinnä tietojärjestelmien ja käyttöliittymien käyttäjäkokemusta kuvaamaan (Filenius 2015, 29). Käyttäjä on tuotetta tai palvelua käyttävä henkilö, joka on vuorovaikutuksessa tuotteen tai palvelun kanssa (Jokela 2011, 9). Yleensä tuote on apuväline, jonka avulla päästään tiettyyn tavoitteeseen, eikä sen käyttö itsessään ole tavoitteena (Sinkkonen ym. 2006, 48).

### 3.1 Käytettävyys

Digitaalinen käytettävyys kertoo miten helppoa ja ymmärrettävää sähköisten kanavien käyttäminen on ja miten helposti toiminnot löytyvät (Selovuo 2019, 12). Digitaalisten palvelujen käytettävyys muodostuu toiminnallisuuksista, joiden avulla palvelua pystytään käyttämään. Palvelun tulee olla helppo oppia ja käyttää, käytön on oltava tehokasta ja standardisoitua sekä palvelun tulisi tunnustaa ja antaa palautetta mahdollisista käyttäjän virheistä. (Voutilainen 2020, 103.)

ISO 9241-11 -standardissa määritellään, että käytettävyys on mitta, jolla mitataan kuinka hyvin käyttäjä voi käyttää tuotetta tai palvelua tietyssä käyttötilanteessa saavuttaakseen määritellyt tavoitteet tuloksellisesti, tehokkaasti ja miellyttävästi (Jokela 2011, 9). Digitaalinen työntekijäkokemus kuvaa laitteiden ja ohjelmistojen käytön kokonaisuutta työntekijän näkökulmasta (Gassen 2022, 207).

Useimmiten käytettävyysvaatimuksia ovat tuotteen miellyttävyys, sen opittavuus tai sen käyttötehokkuus (Sinkkonen ym. 2006, 15). Haasteena on koettu eri prosessien vaatimat erilaiset toiminnot, järjestelmät sekä erilaiset käyttäjät. Käytettävyys on kokonaisvaltaista, ei jokaiselle käyttäjälle erikseen suunniteltua tai yksilöityä. (Filenius 2015, 29.) Käytettävyys voidaan esittää mitattavasti, esimerkiksi prosenttilukuna mitattuna kuinka paljon käytettävyys paranee. Käytännön työssä hyvä käytettävyys parantaa työntekijän työn suorittamista ja samalla tehokkuutta. (Jokela 2011, 19.) Kokemuksellinen hyöty taas muodostuu tuotteen tai palvelun hyödyistä käyttäjälle sekä käyttäjän tunteesta ja kokemuksesta (Mooij ym. 2005, 19).



Käytettävyyden mittareina voivat olla esimerkiksi käyttäjätyytyväisyys sekä käyttäjien työstä suoriutuminen (Jokela 2011, 67). Käyttäjälähtöisyydellä tarkoitetaan, millaista arvoa käytettävä tuote tarjoaa käyttäjälle esimerkiksi järjen ja tunteen tasolla (Mooij ym. 2005, 22). Käytettävyydelle voidaan määritellä erilaisia tasoja. Näennäisessä käytettävyydessä käytettävän asian visuaalisuus herättää käyttäjän mielikuvia käytettävyyden tasosta. Suppeassa käytettävyydessä mitataan, miten jonkin osa-alueen käytettävyys koetaan ja laajassa käytettävyydessä taas mitataan kokonaisuuden käyttökokemusta. (Jokela 2011, 21–23.)

Kun uutta järjestelmää tai palvelua aletaan suunnitella, kannattaa huomioida jo hyväksi havaitut toiminnot. Lisäksi käytettävyyssuunnittelun sekä -testauksen perusteella saadaan uusia kehitettäviä asioita. (Filenius 2015, 29.) Käytettävyys olisi hyvä ottaa huomioon jo suunnitteluvaiheessa, jolloin toteutuksessa olisi mukana käyttäjänäkökulma ja käyttäjien tavoitteet, jolloin säästetään resursseja projektin testausvaiheessa (Jokela 2011, 63). Keräämällä, mallintamalla ja tarkastamalla käyttötilanteita voidaan muodostaa toimintatarinoita, joiden avulla kuvataan käyttäjän ja systeemin vuorovaikutusta (Sinkkonen ym. 2006, 30).

Usein käyttäjätutkimuksessa käytetään alle kymmenen oletettuun kohderyhmään kuuluvaa henkilöä, joita haastatellaan ja havainnoidaan heidän käyttäessään tuotetta tai palvelua. Käyttäjätutkimuksessa pyritään ymmärtämään käyttäjän ajattelu- ja toimintatapoja. Jotta käyttäjätutkimuksessa saatava data olisi luotettavaa, on tiedon keräämisen oltava järjestelmällistä ja tarpeeksi kattavaa. (Mooij ym. 2005, 147.) Käytettävyyden suunnittelun tulisi olla osa prosessia (Kuutti 2003, 19).

Suunnittelijan tulisi asettua käyttäjän asemaan ja miettiä, mikä on sen hetkisen toiminnon tavoite ja mitä käyttäjä haluaa sillä saavuttaa (Sinkkonen 2006, 48). Myös lainsäädännön eri kohdissa on digitaalisten palvelujen käytettävyyteen ja käyttäjälähtöisyyteen liittyviä vaatimuksia. Esimerkkeinä tietosuojasetus, sähköisen viestinnän palveluita koskeva laki, kuluttajasuojalaki ja digipalvelulaki. (Voutilainen 2020, 103–104.)

Käyttäjätietoa voidaan kerätä valmiista lähteistä, itsedokumentoimalla sekä haastattelu- ja havainnointiperusteisesti (Mooij ym. 2005, 153). Valmiiden lähteiden avulla haetaan tietoa aikaisemmista tehdyistä tutkimuksista ja etsitään olennaiset aiheet haastatteluihin ja havainnointiin. Haastattelut voivat olla yksilö- tai ryhmähaastatteluita, joilla voidaan kerätä tietoa useammasta asiasta. Teemahaastattelussa keskustellaan ennalta määritellyistä teemoista ja haastateltava joutuu perustelemaan mielipiteitään tai tekemisiään. (Mooij ym. 2005, 156–157.)

Hyvä tapa kehittää käytettävyyttä suunnitteluvaiheessa on käyttäjien työn havainnointi (Jokela 2011, 75). Käyttäjää havainnoimalla todellisessa toimintaympäristössä saadaan enemmän tietoa kuin kyselyjen tai haastattelujen avulla (Mooij ym. 2005, 29). Projektin lopussa testaamisella varmistetaan, että suunnitellut tavoitteet myös käytettävyyden näkökulmasta on saavutettu tai tarvittaessa niitä vielä kehitetään (Kuutti 2003, 19). Tuotteen loppukäyttäjät ovat tärkein ryhmä mitattaessa käytettävyyden onnistumista (Sinkkonen 2006, 32). Käyttäjälähtöisyys onkin käyttäjien kokonaisvaltaista huomioimista ja käyttäjien ymmärtämisen pitäisi olla jatkuvana kehityskohteena (Mooij ym. 2005, 150–151).

### **3.2 Intranetin käyttökokemukseen vaikuttavia tekijöitä**

Intranet on yrityksen sisäinen verkko, jonne vain yrityksen henkilöstöllä on pääsy (Juholin 2008, 77). Intranet on yrityksen sisäinen sähköinen työpöytä ja viestintäväline, johon yleensä kerätään työntekijöiden työhönsä tarvitsemat tiedotteet, tiedostot ja sisäiset ohjeet. Intranetin käytettävyyttä on pyritty kehittämään esimerkiksi etusivun muokattavuudella, eli työntekijä pystyy valitsemaan tarvitsemansa sisällöt helposti saataville. (Gassen 2022, 78–79.) Intranet ei yleensä ole oma erillinen ja riippumaton kokonaisuus, vaan sitä suunniteltaessa on otettu huomioon organisaation strategia, päämäärät sekä alustan vaatimukset (Kauhanen-Simanainen 2003, 43).

Intranet voi olla tyhjä ja hiljainen, jossa harva jakaa tietoa. Se voi myös olla pelkkä tiedon jakamisen alusta tai se voi olla interaktiivinen ja kommunikoiva intranet. (Dahlman & Heide 2021, 106–107.) Intranet on yksi tärkeimmistä yrityksen sisäisistä tiedotuskanavista (Juholin 2008, 77). Usein intranetissä on

uutisia yrityksestä, linkkejä työkaluihin tai ohjelmistoihin, tietoa henkilökunnasta ja johdosta, sisäisen valvonnan ohjeita ja käytäntöjä, lomakkeita, käsikirjoja, tiedostoja ja tarkistuslistoja, yrityksen puhelinluettelo sekä tietoa yrityksestä ja sen toimialoista (Dahlman & Heide 2021, 108–109).

Uudistuksissa tulisi ottaa huomioon työntekijän näkökulma ja mitä tietoja työntekijöiden tarvitsevat työssään eniten. Myös ohjelmistot ja alustat tulisivat olla valmiita ja testattuja, ennen kuin niitä otetaan käyttöön. (Gassen 2022, 98–100.) Kaikki asiat, jotka vaikuttavat käyttäjän ja organisaation väliseen suhteeseen, ovat käyttäjäkokemuksen osatekijöitä (Sinkkonen ym. 2006, 248). Koska työntekijät ovat yleensä oppineet käyttämään hyvin intranetiä, pitäisi myös toimintaohjeet ja ohjepankit julkaista samaa alustaa käyttäen. Tarvittaessa näkyvyyttä voidaan rajoittaa käyttöoikeusrajoituksilla. (Gassen 2022, 82.)

Virallisilla kanavilla, kuten intranetissä virallisessa muodossa julkaistu viesti, tavoittaa koko henkilöstön samaan aikaan ja viesti on sama kaikille (Juholin 2008, 122). Hyvän käyttäjäkokemuksen edellytyksenä on hyvä käytettävyys (Kauhanen-Simanainen 2003, 56). Lisääntyvä etätyö vaatii toimivia yhteisöllisiä työvälineitä, jotka mahdollistavat työnteon ja pääsyn tietokantoihin paikasta ja ajasta riippumatta (Ojala & Pöysti 2012, 90). Nykyisin intranet on usein jossakin pilvipalvelussa, jolloin itse ohjelmistoa ei tarvitse päivittää, vaan se kuuluu palveluntuottajalta ostettuun pakettiin (Gassen 2022, 133). Osa työntekijöistä käy yrityksen intranetissä lähes päivittäin, osa vain etsimässä tarvitsemaansa tietoa ja osa ei ollenkaan, johtuen mahdollisesti työnkuvastaan (Juholin 2008, 77–78).

Positiivinen käyttäjäkokemus digitaalisista alustoista lisää työntekijän tehokkuutta ja työn mielekkyyttä. Vastaavasti huono käyttäjäkokemus vähentää tuottavuutta ja mahdollisesti lisää kyseisen alustan välttämistä työn teossa. (Raia 2017, 71.) Käyttäjä on tunteva ihminen, joten tunteet, motiivit ja tarpeet vaikuttavat käyttäjäkokemukseen (Sinkkonen ym. 2006, 248). Työntekijän käyttäjäkokemukseen vaikuttaa aina myös yrityksen aiemmat käytännöt ja käyttäjän aiemmat kokemukset digitaalisista alustoista (Laiho & Vähämäki

2021, 47). Intranetin käyttäjäkokemukseen vaikuttavat alustan helppokäyttöisyys, kuinka helppoa on oppia järjestelmän käyttö, käyttäjätyytyväisyys ja intranetin sisällön tärkeys työnteossa (Raia 2017, 72).

Evaluoinnin eli arvioinnin tarkoituksena on selvittää pitääkö tuotteelle tai palvelulle tehdä jotain ja täyttyykö tavoite. Alkupalautteessa selvitetään pitääkö jotain tehdä ja mitä, jotta tavoitteeseen päästään. Loppupalautteessa käsitellään toimiko tuote toivotusti ja päästiinkö tavoitteeseen. Loppupalaute on samalla seuraava alkupalaute. (Sinkkonen ym. 2006, 53.)

Intranet on yrityksen sisäisen viestinnän tärkeä väline, mutta se ei voi olla ainoa viestintäväline, jotta tiedon laatu ja määrä on tarpeeksi rajattua (Gassen 2022, 99). Kun yrityksen digitaaliset järjestelmät ovat samankaltaisia ja keskenään keskustelevia, voidaan säästää huomattavasti työntekijän työaika. Vaikka digitaalisten työympäristöjen kehittäminen voi tuntua suurelta panostukselta, se voi kuitenkin maksaa itsensä moninkertaisesti yritykselle takaisin tuottavuuden, työssä viihtymisen ja tuloksen muodossa. (Raia 2017, 75.)

Työntekijöiden toiveita ja kehitysehdotuksia ei usein kuunnella tarpeeksi ohjelmistoa kehitettäessä. Intranetin suurimmaksi haasteeksi nousee useimmiten tarvittavan tiedon löytäminen nopeasti. (Gassen 2022, 97–100.) Lisäksi digitaalisissa työympäristöissä haasteita koetaan olevan usein tiedonkulussa, tiedon ajantasaisuudessa sekä tarvittavan tiedon hautautumisessa muun tiedon alle (Gassen 2022, 30). Mikäli järjestelmän käytön oppiminen ja sen käyttäminen vievät aikaa, ei sen käytettävyyttä ole optimaalisella tasolla (Raia 2017, 72).

Työntekijä voi kokea teknostressiä teknologian aiheuttamien muutosten, epävarmuuden sekä osaamisvaateiden vuoksi (Laiho & Vähämäki 2021, 33). Jatkuvasti lisääntyvä tietotulva aiheuttaa henkistä kuormitusta työntekijöille ja tarvittavan tiedon etsiminen vie työpäivästä suuren osan (Gassen 2022, 152). Digioppiminen aiheuttaa usein muutosväsymystä ja oppimisstressiä (Laiho & Vähämäki 2021, 39).

Monista yrityksistä puuttuu digitaalisen työympäristön kehittämisstrategia, joka seuraisi työntekijöiden kokemuksia, tietotulvaa, tiedon löytämisen haasteita

sekä työntekijöiden arjen ongelmia (Gassen 2022, 152–153). Selkeät ja yksinkertaiset tietoympäristöt ja tietovarannot keventävät digitaalisten työvälineiden kanssa työskentelevien työntekijöiden tietokuormitusta ja stressiä (Kauhanen-Simanainen 2003, 34). Kun käyttäjä löytää jonkun toimivan sovelluksen, ei useinkaan enää etsitä parempaa tai toimivampaa vaihtoehtoa (Krug 2014, 26).

Hakutoiminnolla etsitään usein tiettyä ohjetta tai tiedostoa. Oikean tiedoston löytymisen haasteeksi nousee yleensä vanhentuneiden tiedostojen poistamattomuus, eli hakuosumiksi löytyy myös vanhentuneet tiedostot, jolloin joudutaan hakuosumista etsimään oikea. (Gassen 2022, 143.) Tiedostojen hakuun kuluvaa aikaa mittaamalla pystytään laskemaan henkilöstön tiedonhakuun kuuluva työaika (Kauhanen-Simanainen 2003, 32–33).

Sivustojen navigointi pitäisi olla helppoa sekä loogista ja navigointi pitäisikin suunnitella käyttäjien näkökulmasta (Sinkkonen ym. 2006, 43). Työntekijöillä ei ole nykypäivänä aikaa etsiä tietoa modernin intranetin valtavasta tietomäärästä, vaan he tarvitsevat apua tarvittavan tiedon priorisoinnissa. Se on tärkeä viestinnän toiminto. (Dahlman & Heide 2021, 106.)

Tärkeää on tallentaa ohjeet ja toimintatavat kaikkien saataville, jolloin säästetään työaikaa ja parannetaan tuottavuutta (Ojala & Pöysti 2012, 81). Usein ohjeet päivitetään intranettiin, mutta ei informoida päivityksestä muissa kanavissa. Jos ohje on tulostettu henkilöstön nähtäville, se pitäisi myös muistaa tulostaa uudelleen aina päivittyessään ja hävittää samalla kaikki vanhat versiot. (Gassen 2022, 145.) Ojalan ja Pöystin (2012, 82) mukaan tietotyöläisen työviihköstä menee jopa yhdeksän tuntia tiedon hakemiseen. Usein intranettiin on kerääntynyt paljon tietoa ja tiedostoja, joita ei ole kategorioitu oikein, tieto on vanhentunutta tai ohjeita ei ole ylläpidetty ja myös vanhentuneet tiedostot ovat yhä intranetissä (Gassen 2022, 78–82).

Kokemukseen verkkosivun luotettavuudesta vaikuttavat esimerkiksi sisällön ajantasaisuus, esitystapa, tietojen paikkansa pitävyys ja tekstin oikeinkirjoitus (Kauhanen-Simanainen 2003, 59). Jatkuvalle ylläpidolle varmistetaan tiedon oikeellisuus, ajantasaisuus sekä kohderyhmälle sopiva muoto. Vanhentuneen

informaation poistaminen ja uuden tiedon lisääminen ovat yhtä tärkeitä ja samalla pitävät tietokuormituksen kohtuullisena. Tietojen jatkuva ylläpito aiheuttaa yritykselle kustannuksia, mutta työntekijöiden työajan käyttäminen tuloksettomaan tiedon etsintään tuo enemmän kustannuksia ja vähentää tehokkuutta. Mikäli tärkeää tietoa ei löydetä kohtuullisessa ajassa, voi se olla myös liiketoimintariski. Tiedon taloudellista merkitystä liiketoiminnassa ei tulisi aliarvioida. (Kauhanen-Simanainen 2003, 34–36.) Toinen käytettävyyteen ja säästävyyteen olennaisesti liittyvä seikka on käyttöoikeudet. Mikäli joudutaan jatkuvasti pyytämään käyttöoikeuksia tiedostoihin, jotka ovat olennaisia työn tekemisen kannalta, käyttäjäkokemus ja työn tehokkuus kärsivät. (Raia 2017, 72.)

Palaute käytettävyydestä voi olla sisäistä, eli käyttäjän arvioimaa tai ulkoista, eli jonkun muun antamaa. Mikäli toiminta etenee käyttäjän toiveiden mukaisesti ja käyttäjän tavoitteet toteutuvat, palaute on parasta mahdollista. Jos taas käyttäjä ei itse saa käyttämistään toiminnoistaan ollenkaan palautetta käytetyltä sovellukselta, hän voi olettaa tehneensä jotain väärin. Negatiivinen palaute aiheuttaa toiminnon peruuttamisen tai käyttäjä saattaa keskeyttää kokonaan käyttämisen. (Sinkkonen ym. 2006, 53–54.)

Tarkoituksen mukaista on myös suunnitella sivustojen rakenne kestäväksi, jotta käytettävyys on sujuvaa, helppoa ja loogista. Kun perusrakenne on kestävä, ei sitä tarvitse rakentaa uudelleen ja sivuston ylläpito on helppoa ja syntyy kustannussäästöjä. Näin myöskään käyttäjän ei tarvitse opetella sivuston käyttämistä uudelleen jokaisen uudistuksen tai päivityksen jälkeen. Sisältöä kuitenkin päivitetään ajan tasalle ja mahdollisesti sivustolla kerrotaan mitä sisältöä on viimeksi päivitetty. (Kauhanen-Simanainen 2003, 64–65.)

Käytettävyttä helpottaa, jos intranetissä säilytetään vain tarpeellinen ja ajan tasalla oleva tieto ja epäoleellinen sekä vanhentunut tieto poistetaan säännöllisesti (Gassen 2022, 147). Tärkeää on tunnistaa, mitkä ja missä ovat ne intranetin komponentit, jotka kaipaavat kehittämistä (Raia 2017, 72). Käytettävyttä kannattaa alkaa testaamaan mahdollisimman aikaisin kehitysprojektin alussa ja mahdollisesti testata myös kilpailijoiden vastaavia sivustoja (Krug 2014, 124).

Tiedon luokittelu, turhan tiedon tunnistaminen ja tiedon elinkaaren määrittäminen voidaan automatisoida, jolloin tietovaranto pysyy ajan tasaisena ja paremmin hallittavissa (Gassen 2022, 149–150). Ongelmia korjattaessa kannattaa ensimmäiseksi korjata kaikkein vakavimmat ongelmat (Krug 2014, 138). Usein intranetin parannukset eivät ole välttämättä suuria, mutta niillä voi olla suuri vaikutus alustan käytettävyyteen ja tiedon löytymiseen (Raia 2017, 74). Luettavuutta voidaan helpottaa esimerkiksi pitämällä kappaleet lyhyinä, käyttämällä otsikoita sekä luettelomerkkejä sekä nostamalla avainsanat tekstistä (Krug 2014, 41).

Digitaalisen työympäristön johtamiseksi on suositeltavaa perustaa oma yksikkö, joka selvittää eri toimijoiden ja sidosryhmien vaatimukset, tarpeet sekä kehittämissuunnitelmat. Tämän jälkeen selvitetään tietotekniset tarpeet ja mahdollisuudet. Luottamuksellisten tietojen kartoitus, luokittelu, suojaaminen ja elinkaaren hallinta käsitellään. Tarvittaessa suunnitellaan koulutuksia aiheisiin liittyen käyttäjille ja näin varmistetaan henkilöstölle tarvittavat digitaidot. (Gassen 2022, 155.)

Verkostoa johdettaessa on luotava riittävä luottamus ja sitoutettava tekijät yhteistyöhön ja uusien ideoiden sekä tietojen luomiseen työympäristön kehittämiseksi (Ojala & Pöysti 2012, 100). Digitaalisen työympäristön johtamisyksikkö huolehtii työympäristön käyttäjälähtöisestä kehittämisestä ja toimintaprosesseista sekä reagoi teknologian muuttumiseen ja digitaalisten palveluiden kehittymiseen (Gassen 2022, 156–157). Kannattaa myös kiinnittää huomiota, miten sivustot toimivat mobiililaitteissa ja millainen niiden käytettävyys on, sillä yhä useammin tietoa haetaan mobiililaitteilla myös työelämässä (Krug 2014, 146).

Myös työntekijät opettelevat uusia digitaitoja ja sopeutuvat muutokseen. Koulutuksissa on tärkeää luoda kiireetön tunnelma ja koulutukseen varataan riittävä aika. (Laiho & Vähämäki 2021, 31.) Tutkimusten mukaan kahdenkeskisessä vieriopetuksessa saadaan parhaat oppimistulokset tietojärjestelmien sekä digitaalisten työkalujen perehdytyksessä. Kahdenkeskisessä koulutuksessa jokainen perehdytettävä saa sitä tietoa, mitä omaan oppimiseensa tarvitsee. Tässä mallissa perehdytetään ydinjoukko, joka vastaavasti kouluttaa omia tiimiläisiään. (Gassen 2022, 106–107.)

Pitäisi myös miettiä, kuinka eri järjestelmät keskustelevat keskenään sekä voidaan sitä kehittää ja samalla nostaa tehokkuutta (Raia 2017, 74). Lisäksi työntekijäkokemusta pitäisi arvostaa ja miettiä teknologian roolia työntekijäkokemuksessa. Vapaa-ajalla ihmiset käyttävät helppokäyttöisiä, nopeita ja toimivia sovelluksia esimerkiksi viestintään. Työpaikoilla tehtäviä teknologiauudistuksia pitäisikin käsitellä työntekijän kannalta. Lisäksi yritysten tietohallinnossa pitäisi olla riittävää osaamista, paineensietokykyä sekä aikaa jatkuvasti muuttuvien ja kehittyvien sovellusten käyttöönottoon sekä teknologian kehityksessä mukana pysymiseen. (Gassen 2022, 253–254.) Digimuutosten jälkeen olisi tärkeää, että myös asiantuntija-apua on saatavissa riittävästi ongelmatilanteissa (Laiho & Vähämäki 2021, 49).

Parantamalla työntekijöiden digitaalista käyttökokemusta myös yrityksen tuotavuus lisääntyy ja työtyytyväisyys lisääntyy (Raia 2017, 71). Digitaalisen työympäristön liiketoimintatavoitteet määrittää organisaation johto. Ohjausryhmä varmistaa, että digitaalisen työympäristön tavoitteet ovat ajan tasalla, osaamistavoitteet ovat saavutettavat, tuetaan avointa työkulttuuria eri toimintojen välillä, tuetaan työympäristön toimintaedellytyksiä ja kehitetään oikeita asioita. Ohjausryhmässä on hyvä olla asiantuntijoita henkilöstöhallinnosta, tietohallinnosta sekä viestinnästä. (Gassen 2022, 172–173.)

Yritysten tulisi pitää digitaalinen jalanjälki mahdollisimman pienenä, jotta käytettävyys paranee. Myös mahdollisen tietomurron sattuessa mahdollisimman pieni tietovaranto parantaa yrityksen tietoturvallisuutta ja tietosuojaa. (Gassen 2022, 149.) Tärkeää on kartoittaa intranetin käyttäjiltä käyttäjäkokemuksia sekä kehitysehdotuksia säännöllisin väliajoin. Näin mahdolliset kehityskohteet ja tietoturvaasteet saadaan myös johdon tietoon sekä käyttäjäkokemusta pystytään parantamaan. (Raia 2017, 74.)

### **3.3 Saavutettavuus**

Saavutettavuudella tarkoitetaan digitaalisen tiedon esittämistä niin, että kaikki käyttäjät voivat sen saavuttaa myös mahdollisista toimintaesteistä huolimatta (Selovuo 2019, 5). Saavutettavuudella toteutetaan yhdenvertaisuutta erilaisten



käyttäjien kesken (Voutilainen 2020, 108). Saavutettavuus on myös osa käytettävyyttä (Krug 2014, 173).

Vastaavasti saavutettavuuteen liittyvät käytettävyys, ymmärrettävyys ja esteettömyys. Käytettävyys kuvaa jonkin tuotteen tai palvelun toimivuutta sitä käytettäessä. Ymmärrettävyys on yksi käytettävyyden osa-alue, kuten esteettömyys on yksi saavutettavuuden osa-alue. Käyttökelpoinen teksti, joka on ymmärrettävää, lisää saavutettavuutta. Saavutettavassa palvelussa on vastaavasti helposti ymmärrettäviä ja käytettäviä tekstejä. (Hirvonen & Kinnunen 2020, 18–19.)

Laajasti saavutettavuus koskee kaikkea viestintää ja palveluita. Saavutettavuus on sisällön ominaisuuksia sekä yhdenvertaisuutta ja oikeudenmukaisuutta palveluissa. Ihmisillä voi olla erilaisia pysyviä tai tilapäisiä eriasteisia toimintaesteitä, jotka haittaavat sisällön käyttöä. Sisällön tulisi kuitenkin olla toimintaesteistä huolimatta kaikkien saatavilla ja löydettävissä. Sen tulisi olla kaikkien ymmärrettävissä ja käytettävissä ja kaikkia tulisi kohdella tasa-arvoisesti. (Selovuo 2019, 11–13.)

Tärkein saavutettavuuden keino on selkokielen käyttäminen (Hirvonen & Kinnunen 2020, 20). Saavutettavuus takaa erilaisille käyttäjäryhmille pääsyn palveluihin ja saavutettavuus on otettava huomioon palveluja suunniteltaessa (Voutilainen 2020, 108). Saavutettavuus hyödyntää kaikkia ja se on moraalisesti oikea tapa toimia (Krug 2014, 174).

Digitalisaatio tarkoittaa palveluiden siirtymistä verkkoon, jolloin ihmisten tulisi osata itse etsiä, löytää, ymmärtää ja käyttää tarvitsemaansa palvelua (Selovuo 2019, 5). Digitaalisten palvelujen saavutettavuus muodostuu havaittavuudesta, hallittavuudesta, ymmärrettävyydestä sekä toimintavarmuudesta (Voutilainen 2020, 110). Digitalisaation avulla säästetään palvelujen tuottamisen aiheuttamissa kuluissa sekä tuodaan palvelut paikasta ja ajasta riippumattomina lähemmäs käyttäjiä. Varjopuolena korostuu ihmisten erilainen kyky ja taito käyttää digitaalisia palveluita. (Selovuo 2019, 5.)

Ymmärrettävyydellä tarkoitetaan, että sivuston toiminta ja sen tiedot ovat käsitettäviä ja sisältö ennakoitua sekä johdonmukaista (Voutilainen 2020, 123).

Ymmärrettävyyttä voidaan myös parantaa käyttämällä selkokieltä. Selkokieli on kielimuoto, joka on yksinkertaistettu ja supistettu yleiskielestä. (Hirvonen & Kinnunen 2020, 227.) Sisältö on huonosti tuotettua, mikäli lukija ei ymmärrä sisältöä (Selovuo 2019, 15). Ymmärrettävyyttä voidaan myös lisätä esimerkiksi visualisoimalla asiakirja, esimerkiksi sarjakuvamuotoisesti (Hirvonen & Kinnunen 2020, 184).

Verkkosivuja käytetään erilaisilla laitteilla, eri selaimilla sekä käyttöjärjestelmillä eivätkä kaikki toimi samalla tavalla. Lisäksi käyttäjällä voi olla erilaisia apuvälineitä avustamassa esimerkiksi näkö- tai kuulovammaisia. Erilaiset toiminnallisuudet tekevät saavutettavuuden toteuttamisesta vaikeaa, sillä ei voida tehdä yhtä toimivaa ratkaisua, joka toimisi kaikissa tapauksissa samalla tavalla. (Selovuo 2019, 9.) Hallittavuus tarkoittaa, että sovellus on hallittavissa erilaisilla ohjelmistoilla ja apuvälineillä, kuten näppäimistöllä (Voutilainen 2020, 125). Sivustojen ulkoasut ja asetelut vaikuttavat sisällön ymmärtämiseen ja saavutettavuuteen (Selovuo 2019, 14).

Havaittavuudella tarkoitetaan, että käyttöliittymä ja tiedot on esitettävä sellaisilla tavoilla, että käyttäjät voivat ne havaita. Esimerkkeinä värit ja tekstin koko. (Voutilainen 2020, 123.) Noin 20 % suomalaisista tarvitsee tilastojen mukaan jollain lailla saavutettavia toteutuksia. Saavutettavaa sisältöä voivat tarvita esimerkiksi näkövammaiset ja muista näköön liittyvistä häiriöistä kärsivät, kuurot ja kuulovammaiset, iäkkäät, lapset ja nuoret, muistisairaat, hahmottamisen ongelmista kärsivät sekä henkilöt, joiden suomen kielen ymmärtäminen on haastavaa. (Selovuo 2019, 14–15.)

Toimintavarmuudella varmistetaan, että erilaiset sovellukset voivat tulkita tietoa ja toimintoja luotettavasti. Esimerkkinä näkövammaisten ruudunlukuohjelmat. (Voutilainen 2020, 125.) Yksi tehokkaimmista keinoista parantaa saavutettavuutta, on tehdä sivustoista mahdollisimman käytettävät tavallisille ihmisille. Näin saavutettavuus paranee lähtökohtaisesti myös niille, joilla on rajoitteita. (Krug 2014, 178.)

Viestintämuotojen monipuolisuus tavoittaa myös erityisryhmiä ja osallistaa ihmisiä paremmin. Rajoitteina voi olla esimerkiksi kuulo-, näkö- tai kielirajoite tai

kognitiivinen tai kulttuurillinen rajoite. Seuraavilla tavoilla voidaan kääntää tai tulkata sivuja:

- puhe kirjoitukseksi
- ääni kirjoitukseksi
- kirjoitus puheeksi
- kuvat puheeksi
- kielestä kieleksi
- kieli kuviksi
- puhe ja kuvat kosketukseksi (pistekirjoitus)
- puhe viittomiksi.

Näiden avulla voidaan parantaa osallistumista työelämässä, koulussa ja opinnoissa, julkisissa palveluissa, vapaa-aikana, kulttuurin parissa sekä henkilökohtaisissa ihmissuhteissa. (Hirvonen & Kinnunen 2020, 17.)

Intranet- ja extranet-sivustoja digipalvelulaki koskee, mikäli ne julkaistaan tai uudistetaan täysin 23.9.2019 jälkeen ja laki koskee vain julkisen sektorin sivustoja (Selovuo 2019, 18). Viestinnän saavutettavuutta koskevia lakeja ovat

- |  |                      |
|--|----------------------|
| • Perustuslaki   | 731/1999             |
| • Yhdenvertaisuuslaki  | 1325/2014            |
| • Postilaki  | 415/2011             |
| • Sähköisten viestinnän palveluista annettu laki                             | 9017/2014            |
| • Laki Yleisradio Oy:stä   | 1380/1993            |
| • Laki digitaalisten palvelujen tarjoamisesta                                | 306/2019             |
| • Yhdistyneiden kansakuntien yleissopimus vammaisten henkilöiden oikeuksista | SopS 26 ja<br>27/206 |
| • Direktiivi eurooppalaisesta viestinnän säännöstöstä                        | (EU) 2018/1972       |
| • Audiovisuaalisia mediapalveluja koskeva direktiivi                         | 2010/13/EU           |
| • AVMS-direktiivin muutos  | (EU) 2018/1808.      |

(Hirvonen & Kinnunen 2020, 35.)

Sivustoilla ja mobiilisovelluksilla tulee olla saavutettavuusseloste, jolla kerrotaan, miten sivustolla saavutettavuus on toteutettu (Selovuo 2019, 19). Siitä, miten arvioidaan saavutettavuutta sivustoilla, ei ole erikseen säädetty (Voutilainen 2020, 121).

#### 4 TOIMEKSIANTAJAN ESITTELY JA NYKYTILANTEEN ESITTELY

Kymen Seudun Osuuskauppa (KSO) on Kymenlaakson alueella toimiva S-ryhmään kuuluva alueosuuskauppa. Kymen Seudun Osuuskauppa on perustettu 1.1.2013, jolloin pohjoiskymenlaaksolainen Osuuskauppa Ympäristö ja eteläkymenlaaksolainen Osuuskauppa Ympyrä yhdistyivät. Yhtiön kotipaikka on Hamina ja Kymen Seudun Osuuskaupan konttori sijaitsee Kouvolassa Prismakeskuksen yhteydessä.

KSO työllisti vuonna 2022 keskimäärin 1487 henkilöä ja on alueen suurin yksityinen kaupan- ja palvelualan työnantaja. Toimialoina ovat market-, tavaratalo- ja erikoisliikekauppa, rauta- ja puutarhakauppa, matkailu- ja ravitsemiskauppa sekä polttoneste- ja liikennemyymäläkauppa. Toimipaikkoja Kymen Seudun Osuuskaupalla on noin 100 eri puolilla Kymenlaaksoa. Asiakasomistajia oli vuoden 2022 lopussa 87 407 ja talouspeitto nousi ensimmäisen kerran vuonna 2022 yli 80 prosentin. Bonusta asiakasomistajille maksettiin 16,5 miljoonaa euroa ja ylijäämän palautusta 8,1 miljoonaa euroa.

Kymen Seudun Osuuskaupan tehtävänä on tuottaa monipuolisia ja kilpailukykyisiä palveluja ja etuja asiakasomistajilleen. Osuuskaupan tuloksella palkitaan asiakasomistajia, investoidaan toimipaikkoihin, huolehditaan henkilöstön koulutuksesta ja työhyvinvoinnista sekä tuetaan Kymenlaakson monimuotoista toimintaa. KSO sai vuonna 2022 Suomen innostavimmat työpaikat -tunnustuksen. Vuonna 2022 arvonnisäverollinen myynti oli 595,2 miljoonaa euroa. KSO-konsernin liikevaihto oli 487,5 miljoonaa euroa ja operatiivinen tulos 16,3 miljoonaa euroa. Investointeja vuonna 2022 tehtiin yhteensä 25,2 miljoonaa euroa. (Kymen Seudun Osuuskauppa 2023.)

SPoint on S-ryhmän intranet, joka sijaitsee Sharepoint-alustalla. Sitä käytetään sisäiseen tiedottamiseen ja se on ohjekeskus, josta löytyy ohjeita työntekijälle ja ohjeita työntekemiseen. Intranet on yrityksen sisäinen sähköinen työpöytä ja viestintäväline (Gassen 2022, 78–79). Workplace on S-ryhmän sisäinen Facebook-pohjainen viestintä- ja keskustelualusta, jossa käydään avointa keskustelua, haetaan vertaistukea ja viestitään erilaisissa ryhmissä.

Sisäiset ohjeet ovat ohjeita, jotka kertovat yrityksen suositellut, hyväksytyt sekä kielletyt toimintatavat yrityksen sisällä (Ratsula 2016, 29–30). Kymen Seudun Osuuskaupan sisäiset ohjeet sisältävät taloushallinnon ohjeet, inventointiohjeet, sisäisten siirtojen ohjeistukset, työharjoitteluun ja muuhun tilapäiseen työhön liittyvät ohjeet, myyntireskontran ja asiakaslaskutuksen ohjeet, kassaneuvonnan ja myynnintilityksen sekä kuukauden ja kauden katkojen ohjeet. Henkilöstö- ja HR-ohjeet ovat kaikilla toimialoilla samat. Kassajärjestelmiin liittyvät ohjeet ovat toimialakohtaisia.

Sisäiset ohjeet löytyvät pääsääntöisesti sähköisinä sPointista, jossa on pysyvämmät ohjeet liittyen työn tekemiseen, työsuhteeseen sekä lisäksi operatiivisia ohjeita. KSO:n sPoint sivustolla ohjeet on jaoteltu kansioihin aihealueittain. Kansiot ovat henkilöstö, taloushallinto, vähittäiskaupan tuki, turvallisuus ja tietosuoja, viestintä, kiinteistötoiminnot, IT-toiminnot sekä kassa- ja rahaohjeet. Sähköisessä muodossa ohjeet pitäisivät olla aina ajan tasalla ja niitä päivitetään aina tarvittaessa. Päivityksiä tekevät ne keiden vastuualueelle kyseinen ohje kuuluu. Ohjeet ovat joko koko henkilökunnan saatavilla tai rajattuina työroolin mukaisesti. Ohjeista ja niiden päivityksistä viestitään sähköpostijakelulla, Workplacen kautta tai sPointissa. Päälliköillä on lisäksi oma *KSO Päälliköt* Workplace-ryhmä sekä oma sähköpostijakeluryhmä.

Osaan ohjeista merkitään muutospäivämäärä, päivityksen tekijä, versionumero sekä lyhyt kuvaus muutoksista. Lyhyissä ohjeissa ei tällaista merkintää ole. Päälliköiden ja esihenkilöiden vastuulla on viestiä henkilöstölle ohjeistukset ja niiden muutokset. Uusille työntekijöille sisäiset ohjeet pitäisi käydä läpi ainakin jollakin tasolla perehdytyksessä tai vähintäänkin kertoa mistä ne löytyvät tarvittaessa. Kymen Seudun Osuuskaupan sisäisiä ohjeita tehtäessä tai päivitettäessä pyritään kiinnittämään huomiota ohjeen luettavuuteen sekä informatiivisuuteen. Lisäksi ohjeita pyritään tekemään ja kehittämään saadun palautteen perusteella.

Haasteiksi Kymen Seudun Osuuskaupassa koetaan tällä hetkellä ohjeiden löytämisen sPointista sekä ohjeiden ja lomakkeiden tulostamisen toimipai-koissa. Tulosteita ei välttämättä päivitetä joko siksi, että ei tiedetä ohjeiden päivittyneen tai epähuomiossa johonkin jää esille vanhentuneita ohjeita. Myös ohjeiden ymmärtämisessä voi olla joskus haasteita, sillä jokaiselle henkilöllä

on erilainen logiikka ja ajattelutapa asioista. (Taponen 2023.) Opinnäytetyössä pyritään löytämään ehdotuksia, miten KSO:n sisäisten ohjeiden käytettävyyttä voitaisiin kehittää entisestään ja samalla jalkauttaa yhteiset ohjeet ja toimintatavat kaikkiin toimipaikkoihin.

## **5 TUTKIMUSMENETELMÄT JA OPINNÄYTETYÖN TOTEUTUS**

Tutkimusongelma ohjaa tutkimuksen toteutustapaa ja tutkittavia asioita. Hyvän tutkimuskysymyksen muotoileminen on tutkimuksen tärkein osa. Hyvä tutkimuskysymys keskittyy olennaiseen ja siihen on mahdollista saada vastaus. (Laine ym. 2007, 47.) Tämän tapaustutkimuksen tutkimuskysymys ja -ongelma on, miten parantaa Kymen Seudun Osuuskaupan sisäisten ohjeiden käytettävyyttä. Tutkimusongelmaa pyritään ratkaisemaan tapaustutkimuksen avulla. Tapaustutkimuksen tavoitteena on tehdä tapauksesta ymmärrettävä tai selittää tai kuvailla ilmiötä (Laine ym. 2007, 31). Tämän opinnäytetyön laajuus ja ajallinen kesto muuttuisi liian suureksi toiminta- tai kehittämistutkimuksena, joten tapaustutkimuksena pyritään vain esittämään ratkaisuehdotuksia tutkimusongelmaan.

### **5.1 Tapaustutkimus**

Tämän tutkimuksen tutkimusmenetelmäksi valikoitui tapaustutkimus eli case study. Tapaustutkimuksessa tutkitaan ilmiötä tai tapahtumaa. Usein tutkimuksen kohteena on yksi tapaus tai pieni joukko tapauksia. Tutkimuksen päämääränä on ymmärtää tutkittavaa tapausta. (Laine ym. 2007, 9–12.)

Tämä menetelmä sopii työn tarkoitukseen, koska tarkoituksena on selvittää teoriassa ja käytännössä tutkimusongelmaa ja näin saada syvällisempää ymmärrystä asiaan sekä kehittää näiden pohjalta toimivia ratkaisuehdotuksia (Kananen 2013, 28). Tapaustutkimuksessa kerätään monipuolisesti ja monella eri tavalla tietoa, jolla pyritään ymmärtämään tutkittavaa ilmiötä syvällisemmin tietystä ympäristössä (Metsämuuronen 2007, 16–17).

Teoriaosuudessa käsitellään tutkittavaan ilmiöön vaikuttavia asioita. Teoria on aina johdettu käytännöstä ja teorian osia ovat käsitteet, jotka kuvaavat ilmiöön vaikuttavia asioita. (Kananen 2013, 45.) Tässä tutkimuksessa teorian käsit-

teitä ovat ohjeet ja sisäiset ohjeet, käytettävyys sekä saavutettavuus. Tapaustutkimuksessa käytetään abduktiota, eli teoria ja käytäntö ovat vuorovaikutuksessa keskenään (Kananen 2017, 41). Tapaustutkimuksessa on tärkeää osata yhdistellä ja analysoida erilaisia aineistoja sekä tuottaa päätelmiä ja tuloksia aineiston perusteella (Vilkkä 2021, 103).

Kun tutkitaan ilmiön nykytilannetta todellisessa elämässä, pidetään tapaustutkimusta hyvänä lähestymistapana (Laine ym. 2007, 43). Tapaustutkimuksessa voidaan käyttää sekä laadullisia, että määrällisiä tutkimusmenetelmiä, eli se on monimenetelmäinen tutkimustapa (Kananen 2013, 28). Tapaustutkimus on tutkimusstrategia tai -tapa, jossa hyödynnetään erilaisia menetelmiä sekä aineistoja (Laine ym. 2007, 9). Tapaustutkimus sallii yleistyksset ja perustuu tutkittavan kokemuksiin tutkittavasta ilmiöstä (Metsämuuronen 2007, 17). Tapaustutkimuksessa korostuu, että tutkittavaan ilmiöön vaikuttaa sen toimintaympäristö ja ilmiö ymmärretään esimerkiksi sen sosiaalisissa, taloudellisissa, kulttuurillisissa ja poliittisissa yhteyksissä (Laine ym. 2007, 46).

Tapaustutkimuksessa etsitään tutkimusongelmaan ratkaisuja, mutta tutkimuksen tekijä esittää vain ratkaisuehdotuksia. Mikäli tutkimuksessa tehtäisiin käytännön työtä tai seuranta tutkimusongelman poistamiseksi tai ratkaisujen toimivuuden varmistamiseksi, muuttuisi tutkimusmenetelmä toiminta- tai kehittämistutkimukseksi. (Kananen 2013, 15.) Tapaustutkimus voidaan raportoida ilman tiedeslangia kansantajuisesti, jolloin se avautuu erilaisille lukijoille ja sallii lukijoiden tehdä myös omia johtopäätöksiä. Opinnäytetyöhön valittujen menetelmien on sovittava tutkimusongelmaan sekä kerättävään aineistoon (Laine ym. 2007, 67).

## **5.2 Laadulliset menetelmät**

Laadullisessa tutkimuksessa tutkittavaa ilmiötä ei tunneta, vaan siitä halutaan saada syvälinen näkemys eikä sitä voida yleistää koskemaan muuta kuin tutkittavaa ilmiötä. Myöskään tämän takia aineistoa kerättyäessä ei voida esittää kovinkaan yksityiskohtaisia kysymyksiä. (Kananen 2017, 33.) Laadullisen tutkimuksen avulla pyritään ymmärtämään ja selittämään tutkittavaa ilmiötä, eli saamaan kokonaisvaltainen ymmärrys. Laadullisen tutkimuksen aineistoina

voivat olla tekstit, kuvat, sanat, dokumentit ja haastattelut, eli aineisto on monilähteistä. (Kananen 2013, 26–27.)

Empiiristä aineistoa kerätään aluksi laadullisilla lähestymistavoilla, kuten tutustumalla ja havainnoimalla Kymen Seudun Osuuskaupan sisäisiä ohjeita ja intranetsivustoa sekä haastatteleamalla toimeksiantajan edustajaa nykytilanteesta. Tutkimusongelmien ratkaisemiseksi tarvitaan tietoa yrityksen sisäisten ohjeiden nykytilasta, niiden tämänhetkisestä sijainnista sekä miten henkilöstö kokee niiden tämänhetkisen käytettävyyden, saavutettavuuden sekä ymmärrettävyyden. Näin saadaan perusta, jolla selvitetään nykytilanne ja lähtökohdat, josta lähteä rakentamaan opinnäytetyötä. (Kananen 2013, 94).

Kyselylomakkeessa on muutamia avoimia kysymyksiä, joihin toivottavasti tulee vastauksia liittyen sisäisten ohjeiden käytettävyyteen, selkeyteen sekä haasteisiin. Avoimiin kysymyksiin ei voi vastata lyhyesti, ja niissä käytetäänkin kysymyssanoja: kuinka, miksi, mitä (Kananen 2013, 97). Tutkittava tapaus ei yleensä ole pelkästään empiirinen havainto, vaan tapaustutkimuksessa tuotetaan tietoa prosesseista, ilmiöistä, toimintaympäristöstä, merkityksistä sekä tiedosta (Laine ym. 2007, 111).

Laadullisen eli kvantitatiivisen tutkimuksen metodeja ovat usein havainnointi, haastattelut, litterointi sekä tekstianalyysi. Havainnointia tehdään esimerkiksi haastattelukysymyksiä tai -lomakkeita laadittaessa. Haastatteluissa esitetään strukturoituja tai puolistrukturoituja kysymyksiä satunnaisesti valitulle otokselle, litterointia käytetään haastattelun auki kirjoittamisessa sekä tekstianalyysejä kategorioiden laskemista varten. (Metsämuuronen 2008, 14–15.)

Tutkimus tapahtuu ilmiön toimintaympäristössä ja aineistoa kerätään vuorovaiikutussuhteessa tutkittavilta (Kananen 2017, 34). Saatavaa aineistoa on analysoitava koko ajan, jotta havaitaan milloin aineisto alkaa saturoimaan. Mikäli haastateltavia on vain muutama, ei saturaatiota välttämättä tapahdu. (Kananen 2013, 95.)

Analyysia tehdään koko tutkimusprosessiin ajan ja se ohjaa samalla tiedonkeruuta. Aineiston kerääminen päättyy, kun tutkimusongelmaan saadaan vastaus. Laadullinen tutkimus voi olla myös määrällisen tutkimuksen perusta tai



vastaavasti syventää määrällisen tutkimuksen tulosten ymmärrystä. (Kananen 2017, 35.) Koko prosessin aikana tulisi tehdä muistiinpanoja aineiston keruun menetelmistä, havainnoista, mieleen painuneista asioista sekä alustavista tulkinnoista ja ajatuksista (Ruusu vuori ym. 2010, 13). Laadullisessa tutkimuksessa analyysitekniikat ja työskentelytavat ovat pääasiassa standardoimattomia ja tutkijan on itse valittava tutkimukselleen sopivin analysointitekniikka (Hirsjärvi & Hurme 2014, 136).

### **5.3 Benchmarking**

Laadullista aineistoa voidaan tarvittaessa hankkia myös toiminnallisen benchmarkingin avulla. Benchmarkingissa valitaan ensin asia, jota halutaan kehittää. Sitten etsitään yrityksiä tai organisaatioita, jotka tekevät kyseisen asian hyvin tai paremmin kuin oma yritys tai organisaatio. Tämän jälkeen vertaillaan, mitkä ovat ne prosessit, tekijät ja osaaminen, jotka ovat paremmin kuin omassa yrityksessä tai organisaatiossa. Samalla opitaan miten omassa yrityksessä ja miten vastaavasti vertailtavassa yrityksessä kyseinen asia tehdään. Tämän jälkeen asetetaan tavoitteet ja sovelletaan opittuja asioita omassa yrityksessä. (Mikale ym. 2011, 36–44.)

Oman toimialan benchmarkingissa haetaan oman toimialan kokemuksia aiheeseen liittyen. Toimialakohtaisessa benchmarkingissa on helpompi vertailla tutkittavia asioita, koska asia on tuttu. (Mikale ym. 2011, 17.) Toimialakohtaiseen benchmarkingiin valikoitui toinen Xamkin alueella toimiva osuuskauppa eli Osuuskauppa Suur-Savo. Suur-Savo toimii Etelä-Savossa 12 kunnan alueella ja suurimmat talousalueet alueella ovat Mikkeli, Pieksämäki ja Savonlinna (Osuuskauppa Suur-Savo 2023). Toiseksi osuuskaupaksi valikoitui naapuriosuuskauppa Etelä-Karjalan Osuuskauppa eli EeKoo. EeKoo toimii Etelä-Karjalassa 11 kunnan alueella. Suurimmat talousalueet ovat Lappeenranta ja Imatra. (Etelä-Karjalan Osuuskauppa 2023.) Toimialabenchmarking toteutetaan haastattelujen avulla, sillä osuuskauppojen sisäisiä ohjeita eivät ulkopuoliset pääse näkemään.

## 5.4 Haastattelut

Ensimmäiseksi haastateltiin sähköpostitse opinnäytetyön tilaajan edustajaa, jotta saadaan parempi kokonaiskuva tämänhetkisestä tilanteesta. Haastattelussa kysyttiin, mitä aiheita sisäiset ohjeet koskevat, mistä niitä löytyy, ketkä niitä pääsevät lukemaan, miten ja kuka päivittää ohjeita, miten ohjeista ja niiden päivityksistä viestitään, mitä haasteita niissä koetaan olevan ja miten niitä kehitetään tai haluttaisiin kehittää. Saman tyyppisiä kysymyksiä esitettiin myös toimialabenchmarkingin haastatteluissa valittujen osuuskauppojen edustajille.

Toiminnallista benchmarkingia tehtiin tässä tutkimuksessa teemahaastatteluilla, joiden avulla selvitettiin vertailuosuuskauppojen parhaita toteutus- ja toimintatapoja sekä haasteita. Muiden alueosuuskauppojen sisäisiä ohjeita tutkimuksessa ei pääse näkemään, sillä ne ovat rajattuina ulkopuolisilta. Ennen haastattelua kirjattiin teemahaastattelurunkoon keskusteltavat teemat (Kananen 2017, 97). Teemahaastattelussa esitettävät aihealueisiin johdattelevat kysymykset ovat samat kaikille haastateltaville, mutta haastatteliija voi vaihtaa niiden esittämisenjärjestystä (Hirsjärvi & Hurme 2014, 47).

Tutkimusongelma ohjaa kysymyksiä ja ne löytyvät tutkittavan ilmiön sisältä (Kananen 2017, 91). Opinnäytetyön teoriaosuus käsitteineen antoi hyvän pohjan haastatteluteemoille. Teema on keskustelun aihe, eikä kysymyksiin voi vastata lyhyesti ja usein haastattelussa tulee uusia keskustelun aiheita (Kananen 2013, 93). Suositeltavaa on kysyä mieluummin monta eri kysymystä, kuin muutama laaja kysymys (Vilkkä 2021, 107). Suunniteltaessa teemahaastattelua, pitää rajata teemat riittävästi, jotta saadaan tarvittavat tiedot rajatussa haastatteluajassa (Hirsjärvi & Hurme 2014, 66). Yhden haastattelun kesto oli noin 15 minuuttia.

Teemahaastatteluita käytetään laadullisen tutkimuksen sekä yleisesti tapaus-tutkimuksen tiedonkeruumenetelmänä, jossa saattaa olla monimutkaisia aiheita sekä paljon selvitettäviä asioita ja kysymyksiä. Teemahaastattelua käytetään, kun tutkittavalle ilmiölle ei ole selittäviä teorioita eikä malleja ja ilmiö on vähän tunnettu tai tuntematon ja halutaan saada ymmärrystä tutkimusongelmaa ympäröiviin asioihin. (Kananen 2013, 93–94.) Tavoitteena laadullisessa

tutkimuksessa on löytää aineistosta jotain uutta tai ennen kuvailematonta tutkittavasta asiasta tai ilmiöstä (Ruusu vuori ym. 2010, 16). Teemahaastattelusta kerätyn aineiston tulisi avata tutkijalle ilmiötä ja tuottaa ymmärrystä sekä tuottaa ratkaisun tutkittavaan ongelmaan (Kananen 2017, 105). Tässä opinnäytetyössä teemahaastattelujen ja teorian pohjalta luotiin kysymykset sähköiseen kyselylomakkeeseen.

Tutkimuksessa on tavoitteena saada mahdollisimman totuudenmukaista sekä luotettavaa aineistoa. Laadullisessa menetelmässä laadukasta haastattelua pyritään saamaan aikaan ennalta huolellisesti suunnitellulla haastattelurungolla. Puolistrukturoidussa haastattelussa on haastattelun teema tai teemat valmiiksi rajattuja ja kaikille haastateltaville samat. Siksi puolistrukturoitua haastattelua voidaan kutsua myös teemahaastatteluksi. (Hirsjärvi & Hurme 2014, 47–48.) Teema on suurempi asiakokonaisuus tai aihealue, joka kuvaa mahdollisimman hyvin tutkittavaa ilmiötä (Kananen 2013, 93).

Opinnäytetyössä on käytettävissä rajattu aika tutkimuksen toteuttamiselle, joten myös aineiston teemoja on rajattava (Vilka 2021, 76). Tutkimusongelman perusteella etsitään tutkimuksen teoreettisia peruskäsitteitä eli tutkittavien ilmiöiden pääluokkia. Näistä muodostetaan haastattelulle teema-alueuuttelo, jonka perusteella mietitään haastattelun runko sekä tarkentavat kysymykset. Sekä haastattelija, että haastateltava voivat esittää haastattelun aikana tarkentavia kysymyksiä teemaan liittyen. (Hirsjärvi & Hurme 2014, 66–67.) Tämän opinnäytetyön haastatteluissa teemoina olivat käytettävyys, saavutettavuus, ohjeiden ymmärrettävyys ja ylläpito sekä kehitysprojektit.

Haastattelut nauhoitetaan ja litteroidaan mahdollisimman nopeasti haastattelun jälkeen. Kaikki haastatteluaineisto käsitellään samalla tavalla. Haastatteluiden tallennus parantaa myös tutkimuksen luotettavuutta (Kananen 2013, 99). Litterointi on suositeltavaa tehdä tietokoneelle, jotta saatua aineistoa pystytään hyödyntämään ilman ylimääräisiä siirtoja (Hirsjärvi & Hurme 2014, 139–140). Tallennettu haastattelumateriaali litteroidaan, eli kirjoitetaan sanasta saan joko koko haastattelu tai valikoiden joko vain haastateltavan osuudet tai osuudet, jotka koskevat haastattelun teemoja (Hirsjärvi & Hurme 2014, 138). Litterointi voidaan tehdä sanasta sanaan yleiskielisenä tai tekstiin voi olla lisätynä koodit esimerkiksi haastateltavan naurahduksille, puheen painotuksille tai

tauoille. Kaikki haastattelumateriaali on litteroitava samalla tarkkuudella. Haastatteluiden litterointiin on syytä varata aikaa, sillä se on hidasta. (Hirsjärvi & Hurme 2014, 140.) Tutkimukseen tulisi kertoa litteroinnin tarkkuustaso ja tekniikka, esitellä haastateltavat tunnistamattomina sekä heitä kuvaavat koodit aineistossa (Kananen 2013, 100).

Aiheeseen liittyvään teoriaan syventymällä sekä oman ja muiden alueosuuskauppojen edustajien haastattelujen avulla pyrittiin saamaan riittävä ymmärrys tutkimusongelmaan liittyvistä haasteista ja teoreettisista käsitteistä sekä teorian ja laadullisen aineiston avulla oikein muotoillut kysymyksenasettelut kvalitatiiviseen eli määrälliseen tutkimusmenetelmään.

## **5.5 Määrälliset menetelmät**

Määrällinen tutkimus sopii tähän opinnäytetyöhön, koska sillä saadaan tietoa, miten varsinaiset käyttäjät kokevat tällä hetkellä sisäisten ohjeiden löytämisen, sisällön, selkeyden sekä käytettävyyden (Heikkilä 2014, 15). Teorian avulla määritellään tutkimusongelman käsitteitä ja osataan kysyä oikeita kysymyksiä. Määrällisessä tutkimuksessa kysymysten avulla mitataan tutkittavaa ilmiötä ja kysymysten mittarit voivat olla moninaisia. (Kananen 2011, 21.) Määrälliseen menetelmään sopii sähköinen vakioitu kyselylomake, jossa on monivalintakysymyksiä, sekä muutamia avoimia kysymyksiä sisäisiin ohjeisiin ja niiden käytettävyyteen liittyen. Sähköinen kyselytutkimus on edullinen ja nopea tapa kerätä aineistoa (Kananen 2015, 212).

Kyselytutkimuksen vastausaineistot koostuvat yleensä luvuista ja numeroista ja se onkin pääosin määrällistä tutkimusta. Vastausaineistoja tulkitaan tilastollisten menetelmien avulla. (Vehkalahti 2014, 13.) Lisäksi voidaan käyttää tarvittaessa täydentäviä haastatteluja, mikäli kyselyn avulla ei saada riittävää otoskokoa tai aineistoa. Kokonaistutkimuksen tutkimuskohteena on perusjoukko kokonaisuudessaan, jotta saataisiin kattava ja riittävä näyte. Kokonaistutkimus tarkoittaa, että koko perusjoukko tutkitaan ja perusjoukko taas on se joukko, jolta tutkittava tieto haluaan (Heikkilä 2014, 12). Sattumanvarainen näyte tai itsevalikoituva näyte syntyy, kun perusjoukossa olevat itse päättävät vastata kyselyyn eikä heitä ole erityisesti valittu vastaajiksi (Vehkalahti 2014, 47).

Käytännössä perusjoukko muodostuu Kymen Seudun Osuuskaupan henkilöstöstä. Käytännössä on oletettavaa, että koko perusjoukko ei tule vastaamaan kyselyyn. Kyselyssä on tarkoitus selvittää, millainen on tämänhetkinen sisäisten ohjeiden käyttäjäkokemus ja miten kokemusta ja sisäisiä ohjeita voitaisiin mahdollisesti jatkossa kehittää. Kysely toteutetaan rajattuna ajanjaksona kevään aikana, ennen kesätyöntekijöiden ja kesälomien alkua. Rajattu ajanjakso tulee olemaan noin kaksi viikkoa ja kyselyyn vastaamisesta lähetetään myös muistutusviesti. Näin kerätään primäärinen eli tätä tutkimusta varten kerätty tutkimusaineisto (Heikkilä 2014, 13).

Perusjoukko on jakautunut eri puolille Kymenlaaksoa, jolloin sähköinen lomakekysely on kustannusystävällinen ja helppo tapa toteuttaa kysely. Kyselyyn vastataan anonyymisti, jolloin vastaajat jäävät tuntemattomiksi. Lomake lähetetään sähköpostilla esihenkilöille sekä toimipaikkoihin saatetekstin kera sekä linkki jaetaan Kymen Seudun Workplace-sivustolla, joka on Facebook-pohjainen yrityskäyttöön tarkoitettu sosiaalisen median sovellus.

Käyttäjiltä kerätty aineisto antaa käytännön näkökulmaa, mikä on sisäisten ohjeiden saavutettavuus ja käytettävyys tällä hetkellä. Eli tiedetäänkö mistä sisäiset ohjeet löytyvät, löydetäänkö ohjeet tarvittaessa nopeasti, onko ohjeet sijoitettu loogisesti sekä ovatko ne viestinnällisesti selkeät ja helppolukuiset. Teoriaa, kerättyä aineistoa ja käytännön kokemuksia yhdistämällä, opinnäytetyön tekijä uskoo tuottavansa opinnäytetyön tuloksena sisäisten ohjeiden käytännöllisiä kehittämis ehdotuksia työn tilaajan käyttöön. Opinnäytetyön tekijä on työskennellyt Kymen Seudun Osuuskaupan palveluksessa 29 vuotta samassa toimipaikassa, joten myös kirjoittajalla on käytännön kokemusta aiheeseen.

## **5.6 Sähköisen kyselytutkimuksen toteuttaminen käytännössä**

Aluksi pitää selvittää, mikä on tutkimusongelma, jota lähdetään ratkaisemaan. Tutkimusongelma antaa tutkimuskysymykset ja tutkimuskysymyksillä saadaan vastaukset tutkimusongelmaan. Sen jälkeen mietitään mitä tietoa tarvitaan tutkimusongelman ratkaisemiseksi. Tämän jälkeen on lisäksi mietittävä mistä ja

miten tarvittava tieto saadaan kerättyä. (Kananen 2011, 20–21.) Tämän opin- näytetyön tutkimusongelma on, miten kehittää Kymen Seudun Osuuskaupan sisäisten ohjeiden käytettävyyttä. Teorian avulla pystytään täsmentämään ja määrittelemään tutkimusongelman käsitteitä ja valitsemaan sopiva lähestymis- tapa tutkittavaan ilmiöön (Heikkilä 2014, 45). Teorian avulla ymmärretään tut- kittavaa ilmiötä paremmin ja osataan kysyä oikeita kysymyksiä (Kananen 2011, 21). Teorian ja laadullisen aineiston pohjalta laaditaan kysymykset ky- selylomakkeelle.

Määrällisessä tutkimuksessa kysymysten avulla mitataan tutkittavaa ilmiötä ja kysymysten mittarit voivat olla moninaisia. Samaa asiaa voidaan kysyä mo- nella eri tavalla ja kysymykset vaikuttavat myös analyysitapoihin. (Kananen 2011, 21.) Kysymyslomakkeen laatijan tulisi lomaketta tehdessään tietää mi- ten ja millä ohjelmistolla kerätty aineisto käsitellään ja analysoidaan. Kysymys- ten vastausvaihtoehdot ja tarkkuus vaikuttavat tutkimuksen aineistoon. (Heik- kilä 2014, 45.) Kysymysten järjestys taas vaikuttaa seuraavan kysymyksen vastaamiseen, joten järjestyksellä on vaikutusta kyselyn avulla saatavaan tut- kimustulokseen (Vilka 2021, 107).

Kysely voidaan toteuttaa monin eri tavoin. Lomake voidaan lähettää postitse paperisena tutkittaville saatekirjeen ja palautuskuoren kanssa. Vastaamisai- kaan pitää ottaa huomioon myös postinkulkuun kuluva aika. Kysely voidaan toteuttaa myös haastatteluna joko henkilökohtaisesti, puhelimitse tai esimer- kiksi Teamsin välityksellä. Haastatteluissa yleensä saadaan hyvä vastaajapro- sentti. Nykyään käytetään yleisesti internetkyselyä, joka lähetetään esimer- kiksi sähköpostiin tai jaetaan kohderyhmälle jonkin muun sähköisen viestintä- kanavan kautta. Etuna on vastausten saaminen suoraan sähköiseen muo- toon. Eri tapoja voidaan käyttää myös rinnakkain, jotta saadaan tarpeeksi edustava otos. (Heikkilä 2014, 63–67.)

Kysymysten tulee olla tarkkaan harkittuja, jotta niitä ei voida tulkita tai ymmär- tää väärin (Kananen 2011, 21). Kysymysten tulee olla selkeitä, ytimekkäitä ja ymmärrettäviä. Yhdessä kysymyksessä kysytään vain yhtä asiaa. Alkuun sijoitetaan helpot kysymykset ja loppuun vaikeat kysymykset. Mietitään, käyte- täänkö suljettuja eli vastausvaihtoehdot sisältäviä kysymyksiä vai avoimia ky- symyksiä, joihin vastaaja saa vapaasti vastata mitä haluaa. Lisäksi mietitään,

millaisia asteikoita halutaan kyselyssä käyttää. (Heikkilä 2014, 46–55.) Tutkimukseen valitaan vain tutkimusongelman kannalta relevantteja kysymyksiä ja kyselyn tulee olla mahdollisimman lyhyt (Kananen 2011, 49).

Kysely toteutettiin Webropol-sivustolla. Kyselylomakkeesta tehtiin koeversio, johon vastasi muutama KSO:n henkilöstöön kuuluva henkilö. Saadun palautteen perusteella muokattiin muutaman kysymyksen vastausvaihtoehdon sanamuotoja, sekä pilkottiin yksi avoin kysymys kahdeksi eri kysymykseksi. Kyselylomake tulee aina testata ennen sen lähettämistä tutkimukseen vastaaville. Tutkittava ja muutama muu voi ensin vastata kyselyyn ja pyydetään palautetta lomakkeen toimivuudesta ja kysymyksistä. Testaa myös tulosten raportointia. (Heikkilä 2014, 67–68.)

Tässä kyselyssä oli 16 suljettua kysymystä koskien sisäisiä ohjeita ja niiden käytettävyyttä, joihin oli pakko vastata. Lisäksi kolme avointa kysymystä, jotka olivat vapaaehtoisia. Lopuksi vielä viisi suljettua kysymystä, joilla kartoitettiin vastaajien taustatietoja. Taustatietoa koskevat kysymykset olivat myös pakollisia vastata.

Kun lomake on testattu ja muokattu tarvittavat kohdat, kysely lähetetään postitse tai sähköpostilla ja/tai julkaistaan intranetissä, www-sivuilla tai sosiaalisessa mediassa. Vastausajan lähestyessä loppua voidaan vielä muistuttaa tutkimukseen vastaamisesta. (Heikkilä 2014, 70.) Kyselylomakkeen ulkoasu vaikuttaa vastaamiseen. Houkutteleva, hyvin suunniteltu ja selkeä kyselylomake innostaa vastaamaan. Lisäksi se vaikuttaa tutkijan työmäärään aineistoa käsiteltäessä. (Kananen 2011, 44.)

Hyvän lomakkeen vastausohjeet ovat selkeät ja ytimekkäät. Vastaaminen on teknisesti helppoa ja kysymykset ovat loogisessa järjestyksessä. Lomakkeessa ei saa olla liikaa kysymyksiä, eikä se saa olla liian aikaa vievä. Lisäksi sen tulisi olla yhteensopiva tilastointiohjelman kanssa, jolloin tutkijan manuaalinen työ vähenee ja tiedonsiirtovirheiden määrä vähenee. (Heikkilä 2014, 46–47.) Tämä kysely toteutettiin Webropol-ohjelmistolla, joka on yhteensopiva IBM SPSS tilasto-ohjelman kanssa.

Kyselyyn laaditaan saatekirje tai teksti, jossa kerrotaan mitä ja miksi tutkitaan, kuka tutkii, mihin tuloksia käytetään ja miksi tutkittava on valittu vastaamaan. Saatekirjeellä yritetään myös kannustaa vastaamaan tutkimukseen. Lisäksi kerrotaan tutkimuksen luottamuksellisuudesta ja tietojen käsittelystä. Lisäksi saatekirjeessä mainitaan vastausaika. (Kananen 2011, 46.) Opinnäytetyön kyselylomakkeeseen kirjoitettiin alkuun saate, jossa esiteltiin lyhyesti, miksi kyselyä tehdään, kuka tekee, kenelle, miksi ja mihin tarkoitukseen tietoja käytetään. Lisäksi lomakkeessa kerrottiin tietosuojasta ja lomakkeen lopussa oli tietosuojalomake ja sen hyväksyminen. Nämä ovat opinnäytetyön liitteenä.

Tutkimuksen perusjoukko tulee määrittää sekä rajata. Jos tehdään kokonais-tutkimus, kaikki perusjoukkoon kuuluvat osallistuvat tutkimukseen. Otantatutkimuksessa taas perusjoukosta valitaan pienempi otos, joka edustaa koko perusjoukkoa. Otoksen tulisi olla riittävän suuri, jotta saadaan edustava määrä vastauksia. (Kananen 2011, 65–66.) Otoksen koko vaikuttaa tulosten tarkkuuteen, joten otoksen pitäisi olla tarpeeksi suuri, jotta satunnaisvirheet eivät vääristäisi tuloksia (Heikkilä 2014, 75).

Kysely lähetettiin sähköpostilla kaikkien toimipaikkojen esihenkilöille sekä lisäksi kaikkiin toimipaikkoihin toukokuun lopussa. Lisäksi vastauslinkki julkaistiin KSO:n Workchat-ryhmässä *KSO yleinen*, sillä tutkimuksen tekijällä ei ollut oikeuksia julkaista kyseisessä Workplace-ryhmässä. Linkki julkaistiin myös *KSO Prisma Kouvola*, sekä *Prisma Kouvola kassaosasto Workplace*-ryhmissä, joissa tutkimuksen tekijällä on oikeudet julkaista. Tämän lisäksi linkki julkaistiin oman työryhmän Workchatissa.

Tutkimukseen vastaamisen käytettiin houkuttimena kahden 25 euron suuruisen S-ryhmän lahjakortin arvontaa vastanneiden ja yhteystietonsa jättäneiden kesken. Yhteystietoja käytettiin vain arvonnin suorittamiseen, jonka jälkeen ne hävitettiin yhtenä tiedostona. Tutkimusmateriaalia ei avattu ennen arvontaa ja yhteystietojen hävittämistä. Vastausaika oli noin kolme viikkoa päättyen 11.6.2023. Tutkimukseen vastaamisesta muistutettiin sähköpostitse noin viikko ennen vastausajan päättymistä Workplace/Workchat-ryhmissä sekä muutaman kerran vastausaikana. Lahjakorttien voittajat arvottiin 12.6.2023, jonka jälkeen vastaajien yhteystiedot poistettiin lopullisesti.



Kun vastausaika on päättynyt, siirretään saatu aineisto tilasto-ohjelmaan ja korjataan mahdolliset virheet esimerkiksi muuttujien/arvojen merkintätavoissa (Kananen 2011, 127). Muistetaan myös varmuuskopioida tiedot. Lisäksi muistetaan tietoturva aineistoa käsiteltäessä. Aineisto syötetään tai siirretään sähköisesti valittuun tilastointiohjelmaan. Yleensä aineisto syötetään havaintomatriisiin, jossa pystysarakkeilla ovat muuttuja ja vaakasarakkeissa tilastoyksiköt. (Kananen 2011, 120.)

Suunnitelman avulla selvitetään mitä muuttujia ja millaisia tuloksia tarvitaan tutkimusongelman ratkaisemiseksi ja millaisia tunnuslukuja tutkimuksessa käytetään ja missä muodossa ne raportoinnissa esitetään. Tunnuslukuja voidaan esittää erilaisina lukuina, prosentteina, taulukkoina ja kuvioina. (Heikkilä 2014, 140–141.) Tässä tutkimuksessa hyödynnettiin IBM SPSS ohjelmaa, johon Webropolista pystyi siirtämään suoraan aineiston ilman manuaalista syöttämistä ja pystyttiin luomaan myös julkaisukelpoisia taulukoita. Avoimien kysymysten vastaukset talletettiin Word-tiedostoiksi kysymyksittäin.

Myös määrällisessä tutkimuksessa on erilaisia analysointimenetelmiä. Analysointimenetelmään vaikuttavat valitut mittarit ja niiden mittaustasot. Tutkijalla on vastuu, sillä tilasto-ohjelmat eivät pysty valitsemaan oikeaa menetelmää. (Kananen 2011, 85.) Menetelmiä joutuu usein testaamaan muuttujille, jotta saadaan oikeanlainen vastaus tutkimuskysymykseen. Päätetty mittauksen taso vaikuttaa tunnuslukujen valintaan. Voidaan esimerkiksi käyttää muuttujien välisten riippuvuuksien tutkimista, kesiarvotestejä tai regressioanalyysiä. (Heikkilä 2014, 192–226.) Tutkimusraportti laaditaan sitä varten annettujen ohjeiden mukaan ja siihen vaikuttavat tutkimuksen laajuus ja sen luonne (Heikkilä 2014, 71).

## **5.7 Kerätyn aineiston analysointi**

Koko opinnäytetyön prosessin ajan aineistoa analysoidaan ryhmittelemällä ja erittelemällä saatua aineistoa. Analysoinnilla pyritään ratkaisemaan tutkimusongelma ja apuna käytetään sisältökokonaisuuksien tiivistämistä. Aineistoa käsiteltäessä siitä alkaa nousta muuttujia, merkityksiä tai kokonaisuuksia ja samanaikaisesti tutkijan mielessä syntyy oivalluksia. (Vilkkä 2021, 129.)

Haastattelut tallennetaan joko tallentamalla pelkästään ääntä tai videomateriaalia, jossa yhdistyy kuva ja ääni. Näin saadaan mukaan myös äänenpainot sekä -sävyt ja mahdolliset tauot, jotka kuvaavat haastateltavan tunnetiloja vastauksissa ja haastatteluiden tallennus myös parantaa myös tutkimuksen luotettavuutta. (Kananen 2013, 99.) Litterointi on suositeltavaa tehdä tietokoneelle, jotta saatua aineistoa pystytään hyödyntämään ilman ylimääräisiä siirtoja. Haastatteluiden litterointiin on syytä varata aikaa, sillä se on hidasta. (Hirsjärvi & Hurme 2014, 139–140.) Tutkimukseen tulisi kertoa litteroinnin tarkkuustaso ja tekniikka, esitellä haastateltavat tunnistamattomina sekä heitä kuvaavat koodit aineistossa (Kananen 2013, 100). Molemmat tämän tapaustutkimuksen benchmarkinghaastattelut litteroitiin sanasta sanaan heti haastattelujen jälkeen ja tallennettiin Word-tiedostoiksi. Kaikki haastattelumateriaali litteroitiin samalla tarkkuudella sanasta sanaan. Lisäksi sähköpostihaastattelut kirjoitettiin puhtaaksi. Laadullinen aineisto tulee yhteismitallistaa, eli muuttaa tekstimuotoon (esimerkkinä haastattelut ja havainnointi), jotta aineistoa voidaan analysoida (Kananen 2015, 83).

Kun kaikki aineisto on litteroitu ja yhteismitallistettu, aineisto tulisi lukea useaan kertaan, jotta aineistoa pystytään kuvailemaan, luokittelemaan sekä yhdistelemään (Hirsjärvi & Hurme 2014, 144–145). Kun kaikki aineisto on kirjallisessa muodossa, voidaan koko aineistoa käsitellä yhtä aikaa. Aineistoa luetaan ja tarvittaessa tiivistetään, mikäli aineisto on laaja. Tiivistelmistä pyritään muodostamaan asiakokonaisuuksia. (Ruusuvuori ym. 2010, 20–21.) Litteroitu aineisto voidaan järjestää teemoittain, jonka jälkeen aloitetaan analysoimaan materiaalia ja tekemään muistiinpanoja aineistosta, teoriasta sekä analysoijan mieleen nousevista asioista (Eskola 2018, 219–221). Koko aineiston keräämisen ajan on kerätty tutkijan mieleen tulleita aiheita, kysymyksiä ja ehdotuksia muistiin. Näistä myös osa on päätynyt käytännön kehitysehdotuksiin sen perusteella, mitä aineistosta sekä teoriasta on noussut esiin.

Haastattelut luettiin useampaan kertaan läpi. Tämän jälkeen vastaukset kopioidiin Word -taulukkoon aihealueittain ja siistittiin kielellisesti pois kaikki ylimääräinen sekä tiivistettiin vastauksia poistamalla aiheeseen kuulumaton materiaali. Taulukossa oli vastaajien vastaukset teemoittain vierekkäisissä sarakkeissa. Näin oli helpompi havainnoida vastauksia keskenään. Aineistoa luoki-

teltiin ensin teoriasta nousevien käsitteiden mukaan eli teorialähtöisesti (Kananen 2015, 171–172). Sen jälkeen kaikki kerätty aineisto tallennettiin tekstimuodossa ja yhteismitallistettiin, eli tallennettiin kaikki samassa muodossa.

Aineisto kirjoitetaan ensin raakatekstiksi, jonka jälkeen asiakokonaisuudet erotellaan eli segmentoidaan ilman, että mitään olennaista ei aineistosta katoa. Sen jälkeen segmentoitu aineisto muutetaan taulukkomuotoon. Yksi segmentti muodostaa aina yhden asian, joka kategorisoidaan, eli nimetään tai numeroidaan. Kategorisointi eli luokittelu voi olla teoriapohjainen, aineistolähtöinen tai molempia. (Kananen 2013, 104.) Tässä tutkimuksessa käytettiin aluksi teoriapohjaista lähestymistapaa laadullisen aineiston kohdalla. Määrällisen aineiston kohdalla käytettiin enemmän induktiota, eli mitä aineistosta nousee esiin. Lopuksi aineistoja yhdisteltäessä teoria- ja aineistolähtöisten tapojen yhdistelemistä eli abduktiota.

Teoriapohjaisessa (deduktio) kategorisoinnissa etsitään teoriaa vastaavia luokituksia tai luokat johdetaan olemassa olevasta teoriasta. Deduktio ei tuota varsinaisesti mitään uutta, vaan tutkittava asia koetetaan mahduttaa olemassa olevaan teorian tietoon, joka ohjaa analyysiä. Aineistolähtöisessä (induktio) taas kategoriat löytyvät aineistoa segmentoitaessa. Induktiossa ei oleteta eikä odoteta tiettyjä tuloksia, vaan kategorisointi perustuu aineistosta nouseviin teemoihin tutkimusongelman lähestymistapa huomioiden. Tai voidaan käyttää sekä teoria- ja aineistolähtöisten tapojen yhdistelmää eli abduktiota. (Kananen 2013, 104–110.) Käytännössä pelkästään aineistolähtöinen kategorisointi on mahdotonta, sillä teoria ja tutkimusasetelma ohjaavat tutkijaa (Ruusuvuori ym. 2010, 19). Kategorisointi muokkautuu sen edetessä ja tutkijan oivalluksien myötä. Laadullisessa tutkimuksessa ei ole valmiita luokittelujärjestelmiä, vaan ne syntyvät jokaisessa tutkimuksessa tutkimuksen edetessä, toisin kuin määrällisessä tutkimuksessa aineistojen käsittelyssä on ennalta määritellyt säännöt. (Kananen 2013, 104–110.)

Aineistoa tiivistettäessä ja kategorisoidessa tulisi miettiä, millaista aineisto on sitä yhdisteltäessä ja mihin tutkimuskysymykseen se vastaa (Ruusuvuori ym. 2010, 23). Koottua aineistoa tiivistetään analyysin avulla, jotta saadaan tutkimukselle olennainen ja tärkeä aineisto koottua yhteen (Eskola 2018, 221). Analysoitavat ilmiöt selventyvät, kun niitä asetellaan alustaviin kategorioihin.

Kun näitä alustavia kategorioita vertaillaan ja etsitään yhteisiä jäsentämisperiaatteita, analyysi alkaa täsmentyä. (Ruusuvuori ym. 2010, 25.)

Tässä tapaustutkimuksessa laadullista aineistoa käsiteltiin ensin teorialähtöisesti, jolloin saatiin vahvistusta määrällisen tutkimusmenetelmän kysymyksille. Samoin muu kerätty kirjallinen ja sähköinen aineisto pyritään muuttamaan tekstimuotoon ja valitsemaan ne aineistot, jotka ovat relevantteja tutkimukselle. Tässä tutkimuksessa käytettiin kaikkea kerättyä aineistoa, joka keskusteli teorian käsitteiden kanssa. Saatu aineisto yhdistettiin sopiviin asiakokonaisuuksiin, jotka tässä tutkimuksessa ovat samat, kuin teoriasta nostetut käsitteet eli ohjeet, niiden sisältö, niistä viestiminen, käytettävyys sekä saavutettavuus. Näiden asiakokonaisuuksien ja teorian pohjalta johdettiin kysymyksiä verkkokyselylomakkeelle.

Määrällinen aineisto järjestettiin ohjelmiston avulla havaintomatriisiksi, johon kerättiin kaikkien vastaajien vastaukset kysymyksittäin. Samalla aineistoa tarkasteltiin puutteellisten tai aiheettomien vastausten poistamiseksi. Tässä aineistosta kaikki suljetut kysymykset olivat pakollisia vastata kaikille tutkimukseen osallistuneille, joten niiden osalta ei jäänyt vajaita tai epäasiallisia vastauksia poistettavaksi. Vastanneiden ikäjakaumat olivat melko tasaiset, ainoastaan nuorten osuus oli muita matalampi. Vastauksia saatiin esihenkilöiltä sekä työntekijöiltä odotettua enemmän. Toki koko KSO:n henkilöstömäärään nähden vastauksia olisi voinut olla enemmänkin, mutta kokonaisuudessaan saatiin kuitenkin hyvä suuntaa antava näyte. Kyselytutkimuksen aineisto oli näin suuntaa antava. Määrällinen aineisto tiivistettiin taulukoiden, jakaumien sekä ristiintaulukointien avulla. Määrällisen kyselyn osalta tutkittiin pääosin vain yhtä muuttujaa. Eli miten tutkittavat muuttujat jakautuivat aineistossa. Mielenkiinnosta tutkittiin myös muutamia kysymyksiä kahden muuttujan avulla ristiintaulukointia hyväksi käyttäen. Eli, esimerkiksi miten asema tai toimiala vaikuttivat sisäisten ohjeiden tuntemiseen tai siihen, millä laitteella ohjeita mieluiten käytetään. (Vilka 2021, 141.)

Lisäksi analysoitiin avointen kysymysten tulokset. Myös avointen kysymysten aineisto tiivistettiin. Avoimet vastaukset kvantifioitiin, eli käsiteltiin laadullisin menetelmin jaotteleamalla aineistosta nousevia asioita teoriakäsitteiden alle.

Määrälliset taulukot kirjoitettiin auki eli tulkittiin tekstiksi opinnäytetyöhön. Tulkinta tehtiin sekä prosenttiluvuista että vastaajien määristä. Sekä laadullisen ja määrällisen aineiston perusteella pyrittiin löytää käytännöllisiä kehitysehdotuksia tutkimusongelmiin.

Kun opinnäytetyön tekijä on järjestänyt, yhdistellyt tms. aineiston valitsemallaan tavalla, alkaa aineistokoosteiden tekeminen. Aineistokoosteita tehtäessä havaitaan mahdolliset aineiston ryhmittelyn tai koodauksen ongelmat. Onko aineisto saman tasoista, puuttuuko siitä jotain, onko jotain aineistossa jokin poikkeava asia vai tarvitseeko mahdollisesti muokata alaryhmiä tai niiden määrää. (Ruusuvuori ym. 2010, 24.) Kun opinnäytetyön tekijällä on tietty näkökulma, mistä hän lähestyy aineistoa sekä tavoite, mitä etsiä aineistosta, pitäisi aineistosta nousta ratkaisuja tutkimusongelmaan analyysivaiheessa (Kananen 2017, 148–149).

Kun aineisto on analysoitu opinnäytetyön tekijän tekemien valintojen mukaan, analyysin tulokset ja niiden tulkinnat kirjoitetaan auki ja kytketään aiemmin kirjoitettuun teoriaan ja tutkimukseen (Eskola 2018, 22–26). Luokittelu sinällään ei ole analysointia (Ruusuvuori ym. 2010, 19). Laadullisessa tutkimuksessa on monia erilaisia tutkimustyyppisiä ja tutkimustyyppi määrää mitä tutkimuksessa tarkastellaan. Usein kuitenkin käytetään saman tyyppisiä analysointitapoja, joista tärkeimmät Hirsjärven ja Hurmeen (2014, 153) mukaan ovat alaryhmien analysointi, kehityskulun analysointi, metaforien käytön laskeminen, asteikointi sekä teemoittelu. Tässä tutkimuksessa analysointia tehtiin erilaisista aineistoista jaotellen teoriakäsitteiden teemoihin ja tutkittiin mitkä aihealueet erityisesti nousivat esiin määrällisen tutkimuksen jälkeen. Kehitysehdotuksien luomiseen käytettiin analysoitua aineistoa yhdistäen kirjoitettuun teoriaan.

## **5.8 Tietosuoja**

Tutkimukseen osallistuminen on aina vapaaehtoista ja kaikkia tutkimukseen osallistuvia on informoitava tutkimuksen tarkoituksesta ja aineiston käyttämisestä. Kaikilta tutkimukseen osallistuvilta pyydetään joko kirjallinen tai suullinen lupa aineiston käyttämiseen. (Vilka 2021, 115.) Ennen aineistonkeruuta, tehdään tietosuojasuojailmoitus, jossa kerrotaan, mitä tietoja tutkimuksessa kerätään, mihin niitä käytetään, kuka tietoja käsittelee, kuinka kauan tietoja

säilytetään ja mitä tiedoille tapahtuu tutkimuksen valmistuttua. Käytännössä opinnäytetyön tekijä on rekisterinpitäjä. Aineistoa säilytetään opinnäytetyön julkaisemiseen saakka, jonka jälkeen kaikki kerätty aineisto hävitetään. (Vilka 2021, 116.)

Työn tilaajan kanssa käydään lävitse mitä tietoja yrityksestä voidaan kertoa opinnäytetyössä. Sekä henkilökohtaisten että sähköpostihaastattelujen alussa käydään kirjallisesti lävitse, saako opinnäytetyön materiaaleissa mainita haastateltavan nimen ja aseman yrityksessä. Samassa pyydetään suostumus osallistua tutkimukseen sekä käydään lävitse mihin ja miten tietoja kerätään, kuka niitä käsittelee, mihin kerättyä tietoa käytetään sekä kauanko tietoja säilytetään. Sähköisen kyselylomakkeen alkuun tulee myös tietosuojailmoitus, jossa kerrotaan kyselyn tarkoitus sekä mihin ja miten tietoja kerätään. Sähköinen kysely suoritetaan anonymisti, eli henkilötietoja ei kerätä. Aineistoa käsittelee ainoastaan opinnäytetyön tekijä. Mitään tutkimukseen kuulumatonta tietoa ei kerätä. (Vilka 2021, 116–117.) Kaikki aineisto säilytetään salasanojen takana ammattikorkeakoulun tarjoamalla pilvialustalla, ei opinnäytetyön tekijän tietokoneella. Kaikki aineisto poistetaan ja tuhotaan tietoturvallisesti opinnäytetyön hyväksymisen jälkeen. Tämän tutkimuksen liitteenä on käytetty tietosuojaseloste.

## **6 TUTKIMUKSEN TULOKSET**

Tässä tapaustutkimuksessa kerättiin aineistoa sähköisen kyselylomakkeen, benchmarkingin sekä muutamien haastattelujen avulla. Nykyistä tilannetta kartoitettiin sähköpostihaastattelun avulla opinnäytetyön tilaajan edustajalta. Lisäksi teorian, nykytilanteen ja toimialabenchmarkingin avulla rakennettiin sähköisen kyselyn kysymykset. Käytännössä kvalitatiivinen eli määrällinen kysely vahvisti kvantitatiivisen eli laadullisen aineiston viitoittamaa tulosta käytävyyden haasteista käytännön työympäristössä. Näin molempien tutkimustapojen avulla saatiin syvempää ymmärrystä tutkittavaan ilmiöön tapaustutkimuksen avulla. (Kananen 2015, 323–324.)

## 6.1 Benchmarking

Toiminnallista oman toimialan benchmarkingia tehtiin haastattelemalla Suur-Savon ja Etelä-Karjalan (EeKoo) osuuskauppojen edustajia. Molemmat haastateltavat olivat noin 40–55-vuotiaita naisia, jotka työskentelevät alueosuuskauppojen konttoreissa ja ovat tekemisissä sisäisten ohjeiden kanssa työnsä puolesta. Haastateltavat on valittu sen mukaan, ketä kyseisten osuuskauppojen talousjohtajat suosittelivat haastateltavaksi.

Haastateltaville lähetettiin haastattelupyynnöt sähköpostitse ja sovittiin sopivat haastatteluajat. Haastattelija lähetti kalenterikutsut, haastateltavan informointi- ja suostumuslomakkeet sekä haastattelun teemat etukäteen haastateltaville. Haastattelut toteutettiin välimatkojen takia Teamsin välityksellä ja nauhoitettiin haastateltavien suostumuksella. Molemmissa haastatteluissa käytiin samat teemat lävitse sekä haastattelija esitti lisäksi muutamia tarkentavia kysymyksiä. Litterointi tehtiin mahdollisimman pian haastattelujen jälkeen sanasta saan. Litteroinnissa ei kuitenkaan ole käytetty isoja kirjaimia eikä välimerkkejä kielioopin mukaisesti ajan säästämiseksi litterointivaiheessa.

Molemmissa osuuskaupoissa sisäiset ohjeet ovat sähköisenä sPointissa, mutta lisäksi EeKoolla käytössä toimintaohjekansio, jossa on tulostettuina tärkeimmät ohjeet ja johon kerätään lukukuittaukset työntekijöiltä. Toimipaikan esihenkilön vastuulla on pitää toimintaohjekansio ajan tasalla. Suur-Savolla on taas työsuojeluohjeet tulostettuina sekä osa tiedotteina ilmoitustauluilla. Molemmissa osuuskaupoissa on sPointissa rajatut käyttöoikeudet työntekijän aseman mukaisesti, eli esimerkiksi esihenkilöillä on ohjeistuksia mihin työntekijöillä ei ole näkyvyyttä.

Käytännössä molempien osuuskauppojen henkilöstön tulisi teoriassa tietää, mistä sisäiset ohjeet löytyvät, mutta haasteeksi koettiin sPointin hakutoiminnot sekä se, että viestintäkanavia on paljon. Myös ohjeiden lukijat ovat erilaisia ihmisiä, joilla on erilainen logiikka ja asioita ymmärretään eri tavalla. Näin ollen saatetaan kysyä tai kaivata vielä tarkennuksia ohjeisiin. Molemmissa osuuskaupoissa sisäiset ohjeet on luokiteltu omiin kansioihinsa sPointissa. Myös tässä ihmisten erilainen logiikka aiheuttaa haasteita ohjetta etsittäessä.

Molemmissa osuuskaupoissa sisäisiä ohjeita päivitetään sitä mukaa kuin muutoksia tulee. Lisäksi pyritään kerran vuodessa käymään kaikki ohjeet läpi ja tarkistamaan, että ne ovat päivitetty. Päivityksistä on vastuussa se, jonka tekemä ohjeistus on, eli esimerkiksi HR päivittää henkilöstöohjeet. Päivityksistä ja muutoksista viestitään sähköpostilla vähintään esimiehille sekä Workplacen kautta. Esihenkilöiden vastuulla on jalkauttaa tieto työntekijöille ja huolehtia mahdollisten uusien ohjeiden käyttöönotosta. Uusille työntekijöille sisäisistä ohjeista kerrotaan perehdytyksessä pääasiat.

Haasteita sPointin löydettävyyden lisäksi olivat myös ohjeiden ajan tasalla oleminen toimipaikoissa. Eli muistavatko esihenkilöt päivittää mahdolliset kirjalliset ohjeet ilmoitustaululle/kansioon ja hävittää vanhat ohjeet. Molemmissa osuuskaupoissa sisäiset ohjeet ovat toistaiseksi vain suomeksi ja esihenkilön vastuulla on käydä tarvittavat ohjeet läpi myös sellaisten työntekijöiden kanssa, joiden äidinkieli ei ole suomen kieli. Mahdollisesti lähitulevaisuudessa työvoiman kansainvälistymisen myötä, voi myös tämä nousta haasteeksi.

Viimeiseksi kysyttiin, miten kyseisissä osuuskaupoissa kehitetään sisäisiä ohjeita. EeKoo pyrkii selvittämään, missä muodossa tulevaisuudessa sisäiset ohjeet olisivat helpoimmin henkilökunnan saavutettavissa. Suur-Savo taas julkaisee oman sähköisen kansion ilmoitustaulumateriaaleista, jolloin esihenkilöiden helpompi pitää toimipaikkojen ilmoitustauluilla vain ajankohtainen materiaali esillä. Benchmarkinghaastatteluilla saatiin arvokasta perustietoa ja ymmärrystä tutkittavasta asiasta ja sen antaman esiymmärryksen sekä kirjoitetun teorian avulla pystyttiin tekemään määrällisen tutkimuksen perustana olevan kyselylomakkeen kysymykset (Kananen 2015, 324–325).

## **6.2 Sähköinen kysely**

Tässä tutkimuksessa kerättiin materiaalia sähköisen kyselylomakkeen avulla. Kysely toteutettiin 22.5.–11.6.2023. Kyselylinkki lähetettiin kaikkien toimipaikkojen esihenkilöille sekä toimipaikkojen sähköposteihin. Lisäksi linkki julkaistiin Kymen Seudun Osuuskaupan Workplace/Workchat-ryhmissä, joihin opinnäytetyön tekijällä oli julkaisu-oikeus. Kyselyyn vastaamisesta muistutettiin muutaman kerran kyselyn avaamisen jälkeen. Kysely toteutettiin anonyymisti,



joten vastaajia tai heidän vastauksiaan ei pystytä identifioimaan. Kyselyn sulkeuduttua vastauksia oli yhteensä 91 kappaletta.

#### Kyselyyn vastanneiden taustatiedot

Kyselyyn vastanneista suurin osa oli odotetusti naisia toimipaikkojen sukupuolijakauman perusteella. Naisia kyselyyn vastanneista oli lähes 86 %, miehiä 13 % sekä muuta sukupuolta yksi vastaaja, kuten taulukosta 1 voi havaita.

Taulukko 1. Kyselytutkimuksen sukupuolijakauma

	Frekvenssi	%
Nainen	78	85,7
Mies	12	13,2
Muu	1	1,1
<b>Yhteensä</b>	<b>91</b>	<b>100,0</b>

Taulukko 2 kuvaa vastaajien ikäjakaumaa. Vastaajia oli vähiten nuorissa ikäluokissa, eli alle 30-vuotiaita. Vanhemmat ikäluokat olivat kyselyssä tasaisesti edustettuina alla olevan taulukon mukaisesti. Suurin ikäluokka oli 41–50-vuotiaat (29,7 %). Yhtä paljon vastaajia oli ikäluokissa 31–40-vuotiaat (27,5 %) ja yli 50-vuotiaat (27,5 %).

Taulukko 2. Vastaajien ikäjakauma

	Frekvenssi	%
alle 20 v.	2	2,2
20-30 v.	12	13,2
31-40 v.	25	27,5
41-50 v.	27	29,7
yli 50 v.	25	27,5
<b>Yhteensä</b>	<b>91</b>	<b>100,0</b>

Vastaajien asema jakautui tasaisesti esi- ja apulaiseshenkilöiden (36,3 %) ja työntekijöiden kesken (37,4 %). Sen jälkeen tulivat erilaiset vastaavat, joita oli lähes viidesosa (19,8 %), kuten taulukosta 3 voidaan havaita.

Taulukko 3. Vastaajan asema

	Frekvenssi	%
Esihenkilö tai apulaiseshenkilö	33	36,3
Vuorovastaava, myyntiryhmävastaava, vuoropäällikkö tai muu vastaava	18	19,8
Asiantuntija tai vastaava	3	3,3
Työntekijä	34	37,4
Johtotehtävissä tai hallinnossa	3	3,3
<b>Yhteensä</b>	<b>91</b>	<b>100,0</b>

Kymen Seudun Osuuskauppa toimii useilla eri toimialoilla ja vastaajia saatiin kaikilta toimialoilta, kuten taulukossa 4 on nähtävillä. Noin 60 prosenttia vastaajista työskentelee pääsääntöisesti päivittäistavarakaupassa (60,4 %). Liikennemyymälä- ja polttonestekaupassa työskentelee 14,3 prosenttia ja majoitus- ja ravitsemisalalla 11 prosenttia. Lisäksi vastaajia oli rauta-, maatalous tai puutarhakaupasta, S-pankista, erikoistavarakaupasta sekä KSO:n konttorilta. KSO:ssa on mahdollista ottaa vastaan työvuoroja myös oman toimialan ulkopuolelta eli esimerkiksi liikennemyymälän työntekijä ottaa lisävuoroja Prismasta. Tämän vuoksi kysyttiin pääsääntöistä toimialaa kyselyssä.

Taulukko 4. Vastaajan pääasiallinen toimiala

	Frekvenssi	%
Päivittäistavarakauppa (Prisma, S-market, Sale)	55	60,4
Majoitus- tai ravitsemistoiminta	10	11,0
Liikennemyymälä tai polttonestekauppa	13	14,3
Rauta-, maatalous- tai puutarhakauppa	4	4,4
Erikoiskauppa ja -palvelut (Sokos, Emotion, Hiuspalvelut yms.)	3	3,3
S-pankki	2	2,2
Markkinointi, viestintä, HR, tukitoiminnot, IT, kiinteistö	3	3,3
Hallinto	1	1,1
<b>Yhteensä</b>	<b>91</b>	<b>100,0</b>

Viimeisenä taustojen kartoituskysymyksenä haluttiin selvittää, kuinka kauan vastaajat ovat työskennelleet KSO:ssa. Suurimmalla osalla oli jo pidempi työura KSO:ssa, kuten alla oleva taulukko 5 kertoo. Yli 20 vuotta osuuskaupan palveluksessa olleita oli 34,1 prosenttia ja 11–20 vuotta lähes 32 prosenttia (31,9 %).

Taulukko 5. Työskentelyaika Kymen Seudun Osuuskaupassa

	Frekvenssi	%
0-2 vuotta	4	4,4
3-5 vuotta	12	13,2
6-10 vuotta	15	16,5
11-20 vuotta	29	31,9
Yli 20 vuotta	31	34,1
<b>Yhteensä</b>	<b>91</b>	<b>100,0</b>

Kysymyksellä haluttiin varmistaa, että kaikki kyselyyn vastanneet eivät ole uusia työntekijöitä, jolloin sisäiset ohjeet eivät välttämättä olisi vielä tuttuja.

Sisäisten ohjeiden käytettävyyteen liittyvät kysymykset

Seuraavaksi kyselyssä selvitettiin KSO:n sisäisten ohjeiden käytettävyyttä. Käytettävyydellä tarkoitetaan tässä tutkimuksessa, miten helposti, vaivattomasti ja nopeasti ohjeet ovat löydettävissä. Hyvä käytettävyys säästää henkilöstön työaika parantaen samalla myös tehokkuutta, työn mielekkyyttä ja mahdollisesti myös asiakaskokemusta.

Aluksi selvitettiin nykytilannetta eli tiedetäänkö ylipäänsä, mistä sisäiset ohjeet löytyvät. Vastaajista valtaosa (89 %) tiesi, mistä sisäiset ohjeet löytyvät, mutta loput (11 %) eivät tiedä mistä etsiä sisäisiä ohjeita, kuten taulukko 6 osoittaa.

Taulukko 6. Tiedätkö mistä sisäiset ohjeet löytyvät

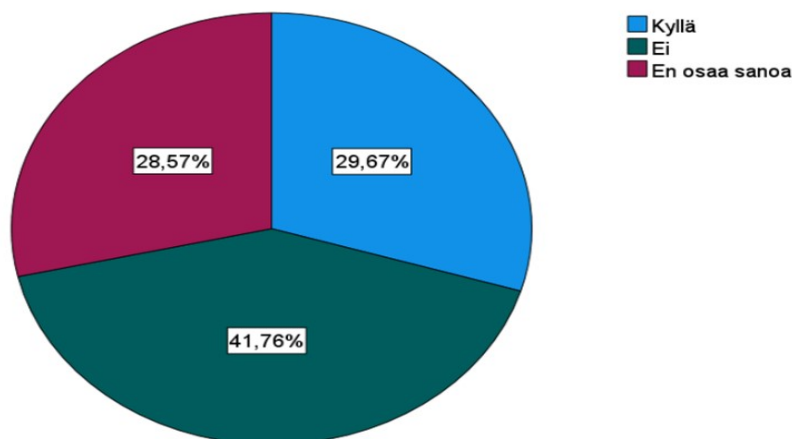
	Frekvenssi	%
Kyllä	81	89,0
En	10	11,0
<b>Yhteensä</b>	<b>91</b>	<b>100,0</b>

Tämän jälkeen kysyttiin kuinka usein vastaajat tarvitsevat työssään sisäisiä ohjeita. Suurin osa tarvitsee sisäisiä ohjeita työssään silloin tällöin, kuten taulukosta 7 voi havaita. Vain noin viisi prosenttia vastaajista tarvitsee sisäisiä ohjeita päivittäin työssään. Osa ohjeista osataan pääosin ulkoa ja tarvittaessa tarkistetaan jokin asia sisäisistä ohjeista. Noin kolme prosenttia vastaajista ei tarvitse koskaan sisäisiä ohjeita työssään.

Taulukko 7. Kuinka usein sisäisiä ohjeita tarvitaan työssä

	Frekvenssi	%
Päivittäin	5	5,5
Viikottain	17	18,7
1-3 kertaa kuukaudessa	30	33,0
1-10 kertaa vuodessa	36	39,6
En koskaan	3	3,3
Yhteensä	91	100,0

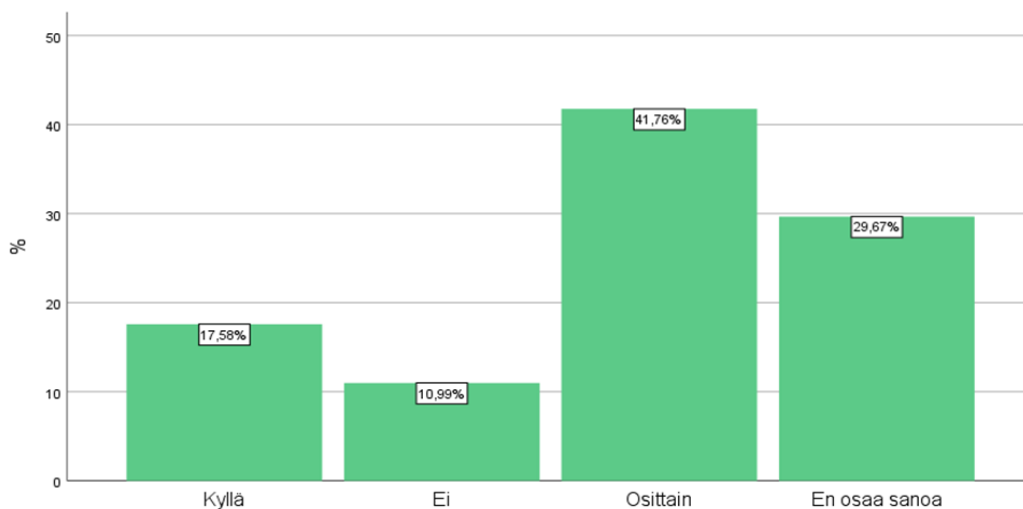
Perehdytyksessä käydään läpi paljon uusia asioita ja vastaajilta kysyttiin, kerrotaanko perehdytyksessä riittävästi KSO:n sisäisistä ohjeista. Vastaukset menivät melko tasan, kuten alla olevasta kuvasta 2 nähdään. Lähes 40 prosenttia (41,8 %) oli sitä mieltä, että ei kerrota. Lähes kolmannes (29,7 %) taas sitä mieltä, että ohjeista kerrotaan riittävästi perehdytyksen yhteydessä ja loput 28,6 prosenttia ei osaa sanoa mielipidettään asiaan.



Kuva 1. Kerrotaanko perehdytyksen yhteydessä riittävästi sisäisistä ohjeista

Suuri osa Kymen Seudun Osuuskaupan sisäisistä ohjeista sijaitsee S-ryhmän intranet sivustoilla sPointissa. Jokaisella osuuskaupalla on omat sivustot, joihin pääsevät määritellyt käyttäjät. KSO:n sPoint sivustolla sisäiset ohjeet ovat jaoteltu omiin alaryhmiinsä, jotka ovat: henkilöstö, taloushallinto, vähittäiskaupan tuki, turvallisuus ja tietosuoja, viestintä, kiinteistötoiminnot, IT-toiminnot sekä kassa- ja rahaohjeet. Vastaajilta haluttiin selvittää, ovatko sisäiset ohjeet jaoteltu loogisesti, jotta haluttua ohjetta osataan etsiä oikeasta kansioista. Kuvan 3 mukaan vastaajista yli 40 prosenttia (41,8 %) oli sitä mieltä, että osa on ja osa ei ole loogisesti jaoteltuina. Lähes kolmannes (30 %) ei osannut sanoa

mielipidettä. Alle 20 prosenttia (17,6 %) oli sitä mieltä, että kaikki ovat loogisilla paikoillaan ja loput 11 prosenttia kokivat, että ohjeet eivät ole loogisesti jaoteltuna sPointissa, kuten kuva 3 osoittaa.



Kuva 2. Ovatko sisäiset ohjeet loogisesti jaoteltu sPointissa

Sisäisten ohjeiden löydettävyyttä kysyttiin myös vastaajilta. Alla olevan taulukon 8 mukaan suurin osa (85,7 %) vastaajista toivoisi, että sisäiset ohjeet löytyisivät nykyistä helpommin ja loput 14,3 prosenttia olivat sitä mieltä, että ne nykytilanteessa löytyvät riittävän helposti.

Taulukko 8. Pitäisikö KSO:n sisäiset ohjeet olla vielä helpommin kaikkien työntekijöiden löydettävissä

	Frekvenssi	%
Kyllä	78	85,7
Ei, löytyvät jo riittävän hyvin.	13	14,3
<b>Yhteensä</b>	<b>91</b>	<b>100,0</b>

KSO:n sisäisten ohjeiden käytettävyys arvioitiin kyselyssä arvoasteikolla 1–5. Erinomaista arvosanaa ei antanut yksikään vastaajista. Lähes puolet (49,5 %) antoivat arvosanaksi Hyvä (3). Tyydyttävän (2) antoi arvosanaksi lähes kolmannes (28,6 %) ja Erittäin hyvän (4) vajaa viidennes (18,7 %) vastaajista. Alla olevasta taulukosta 9 käy ilmi, että myös muutama (3,3 %) Välttävä (1) arvosana annettiin sisäisten ohjeiden käytettävyydelle.

Taulukko 9. Minkä arvosanan antaisit KSO:n sisäisten ohjeiden käytettävyydelle

	Frekvenssi	%
1 Välttävä	3	3,3
2 Tyydyttävä	26	28,6
3 Hyvä	45	49,5
4 Erittäin hyvä	17	18,7
Yhteensä	91	100,0

Keskiarvoksi käytettävyydelle tuli 2,84.

#### Sisäisten ohjeiden saavutettavuuteen liittyvät kysymykset

Sisäisten ohjeiden tulee olla myös selkeät ja ymmärrettävät. Ohjeita lukevat erilaiset henkilöt, joilla saattaa olla erilainen ajattelutapa, kyky hahmottaa luke- maansa sekä erilainen tausta, kuten esimerkiksi äidinkieli. Vastaajia pyydettiin arvioimaan KSO:n sisäisten ohjeiden selkeys ja ymmärrettävyys arvoas- teikolla 1–5. Yli puolet (54,9 %) vastaajista koki sisäiset ohjeet arvosanan Hyvä (3) arvoiseksi kuten taulukosta 10 voidaan havaita, yli kolmannes (34,1 %) Erittäin hyväksi ja kaksi prosenttia Erinomaisiksi. Tyydyttävän (2) antoi va- jaa kahdeksan prosenttia (7,7 %) ja välttävän yksi prosentti vastaajista. Kes- kiarvo sisäisten ohjeiden selkeydelle ja ymmärrettävyydelle oli 3,29 %.

Taulukko 10. Arvosana sisäisten ohjeiden selkeydelle ja ymmärrettävyydelle

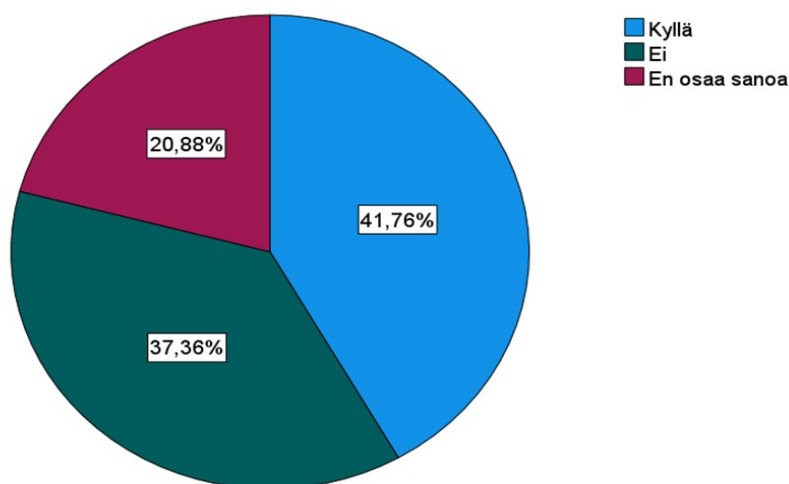
	Frekvenssi	%
1 Välttävä	1	1,1
2 Tyydyttävä	7	7,7
3 Hyvä	50	54,9
4 Erittäin hyvä	31	34,1
5 Erinomainen	2	2,2
Yhteensä	91	100,0

Kyselyssä haluttiin selvittää myös, että viestitäänkö sisäisistä ohjeista riittä- västi henkilöstön mielestä vai haluttaisiinko enemmän informatiivista viestin- tää. Kysymykseen, viestitäänkö ohjeiden muutoksista riittävän ajoissa, vastat- tiin alla olevan taulukon 11 mukaisesti. Yli kolmannes (35,2 %) kokee, että muutoksista viestitään ajoissa ja vajaa puolet (42,9 %) kokee, että niistä ei viestitä ajoissa. Loput (22 %) eivät osaa sanoa mielipidettään.

Taulukko 11. Viestitäänkö sisäisten ohjeiden muutoksista riittävän ajoissa

	Frekvenssi	%
Kyllä	32	35,2
Ei	39	42,9
En osaa sanoa	20	22,0
Yhteensä	91	100,0

Lisäksi kysyttiin, viestitäänkö työntekijöille riittävästi sisäisten ohjeiden muutoksista. Kuva 4 osoittaa, että lähes puolet (41,8 %) kokee, että muutoksista viestitään tarpeeksi henkilökunnalle. 37,4 prosenttia kaipaa lisää viestintää ja loput 20,9 prosenttia eivät osaa sanoa.



Kuva 3. Viestitäänkö muutoksista riittävästi henkilökunnalle

Nykytilanteessa sisäistä ohjeista saadaan kyselyn perusteella tietoa eniten esihenkilöiltä (30,8 %). Lisäksi osa etsii tiedon itse sPointista (23,1 %) ja taulukon 12 mukaan seuraavaksi eniten tietoa saadaan työkavereilta (13,2 %). Tärkeitä viestintäkanavia ovat myös Workplace/Workchat (11 %) ja konttori/tuki-toiminnot (11 %). Vajaa yhdeksän prosentti (8,8 %) löytää tietoa oman toimipaikan ohjeista ja reilu kaksi prosenttia (2,2 %) sähköpostitse.

Taulukko 12. Mistä vastaaja saa tarvittaessa tietoa sisäisistä ohjeista

	N	%
Esihenkilöiltä	56	30,8%
Työkavereilta	24	13,2%
sPointista	42	23,1%
Workplacesta/Workchatistä	20	11,0%
Konttorilta/tukitoiminnoista	20	11,0%
Sähköpostilla	4	2,2%
Omasta toimipaikasta löytyvistä ohjeistuksista	16	8,8%
<b>Yhteensä</b>	<b>182</b>	<b>100,0%</b>

Tässä kysymyksessä vastaajat saivat valita kaksi vaihtoehtoa.

#### Sisäisten ohjeiden viestintään liittyvät kysymykset

Kyselyssä haluttiin selvittää myös mitä viestintävaihtoehtoja vastaajat kokisivat vaivattomimmiksi käyttää sisäisiä ohjeita koskien. Vastaajat saivat valita kaksi vaihtoehtoa. Melko tasaisesti vastaukset jakoutuivat *KSO yleinen Workplace/Workchat* ryhmän kautta (21,1 %), esihenkilön kautta (20 %), oman työsähköpostin kautta (20 %) ja *Workplace/Workchat KSO Sisäiset ohjeet* ryhmän kautta (18,9 %). Nykytilanteessa viimeksi mainittua ryhmää ei ole olemassa. Myös muut vaihtoehdot ovat saaneet vähäisempää kannatusta, kuten alla olevasta taulukosta 13 havaitaan. Sisäisiä tulostettavia tiedotteita toivoo noin seitsemän prosenttia (7,4 %) vastaajista. Ohjeiden alkuun tietoa päivityksistä haluaisi vajaa kuusi prosenttia (5,7 %) vastaajista ja koulutuksia toivoo neljä prosenttia.

Taulukko 13. Mistä kanavista vastaajat toivovat viestintää koskien sisäisiä ohjeita

	N	%
Esihenkilön kautta	35	20,0%
Ohjeiden alussa tieto päivityksistä	10	5,7%
Työsähköpostilla	35	20,0%
sPointissa	5	2,9%
Workplacessa/Workchatissä KSO yleinen ryhmässä	37	21,1%
Workplacessa/Workchatissä KSO oma kanava sisäisten ohjeiden viestintään	33	18,9%
Sisäiset tulostettavat tiedotteet	13	7,4%
Teams tai muut koulutukset	7	4,0%
<b>Yhteensä</b>	<b>175</b>	<b>100,0%</b>



Haluttiin myös selvittää, millä laitteella työntekijät kokisivat helpoiten pääsevänsä lukemaan sisäisiä ohjeita työpaikallaan. Taulukosta 14 käy ilmi, että ylivoimaisesti suosituin on tietokone (68,1 %). Mobiililaitteista kannatusta saivat Kamu-käsipääte (15,4 %) sekä työpuhelin (12,1 %). Joku muu -vaihtoehtoon tulivat vastauksiksi oma puhelin sekä oma sovellus ohjeille.

Taulukko 14. Millä laitteella vastaaja pääsisi helpoimmin käyttämään sisäisiä ohjeita työpaikallaan

	Frekvenssi	%
Työpaikan tietokone/kannettava	62	68,1
Työpuhelin	11	12,1
Kamu	14	15,4
Joku muu, mikä?	4	4,4
<b>Yhteensä</b>	<b>91</b>	<b>100,0</b>

Suurin osa vastaajista (72,5 %) ei ole käyttänyt KSO:n sPointia mobiililaitteilla. Reilu neljännes (27,5 %) on käyttänyt sivustoa mobiililaitteella, kuten taulukko 15 näyttää.

Taulukko 15. Onko vastaaja käyttänyt sPoint sivuja mobiililaitteella

	Frekvenssi	%
Kyllä	25	27,5
En	66	72,5
<b>Yhteensä</b>	<b>91</b>	<b>100,0</b>

Mikäli edelliseen kysymykseen vastasi kyllä, tuli vastaajalle lisäkysymys sivuston toiminnasta mobiililaitteella. Vastaukset menivät lähes tasan, kuten alla olevasta taulukosta 16 voi nähdä. Sivuston toimintaan mobiililaitteella tyytyväisiä oli 60 prosenttia ja 40 prosenttia kaipaa kehitystä sPointin mobiilikäyttöön.

Taulukko 16. Onko sPoint toiminut hyvin myös mobiililaitteella

	Frekvenssi	%
Kyllä	15	60,0
Ei	10	40,0
<b>Yhteensä</b>	<b>25</b>	<b>100,0</b>

Ristiintaulukoinnilla pyrittiin selvittämään vaikuttaako vastaajan ikä siihen, tietääkö vastaaja mistä sisäiset ohjeet löytyvät. Kontingenssikertoimeksi tuli

0,298, joten voidaan tulkita, että vastaajan ikä ei merkittävästi vaikuta asiaan kuten myös taulukosta 17 voidaan todeta.

Taulukko 17. Vaikuttaako vastaajan ikä tietoisuuteen sisäisten ohjeiden sijainnista

		Vastaajan ikä					Yhteensä
		alle 20 v.	20-30 v.	31-40 v.	41-50 v.	yli 50 v.	
Tiedätkö mistä KSO:n sisäiset ohjeet löytyvät?	Kyllä	1	9	21	26	24	81
	En	1	3	4	1	1	10
Yhteensä		2	12	25	27	25	91

Kontingenssikertoimeksi saatiin 0,302 kun ristiintaulukoitiin vastaajan työskentelyvuodet KSO:ssa siihen, tiedetäänkö mistä sisäiset ohjeet löytyvät. Tässäkin voidaan todeta taulukon 18 perusteella, että merkittävää riippuvuutta ei näiden asioiden kesken ole.

Taulukko 18. Vaikuttaako työskentelyaika tietoisuuteen sisäisten ohjeiden sijainnista

		Tiedätkö mistä KSO:n sisäiset ohjeet löytyvät?		Yhteensä
		Kyllä	En	
Kauanko olet työskennellyt KSO:ssa?	0-2 vuotta	3	1	4
	3-5 vuotta	8	4	12
	6-10 vuotta	14	1	15
	11-20 vuotta	26	3	29
	Yli 20 vuotta	30	1	31
Yhteensä		81	10	91

Sen jälkeen tutkittiin, onko vastaajan iällä ja sisäisten ohjeiden käyttölaiteella keskinäistä yhteyttä. Taulukon 19 perusteella ikäryhmästä huolimatta mieluiten käytetään työpaikan tietokonetta. Kontingenssikertoimeksi tuli 0,365 eli tekijöillä on heikkoa riippuvuutta keskenään.

Taulukko 19. Vaikuttaako vastaajan ikä siihen millä laitteella sisäisiä ohjeita mieluiten käytetään

		Millä laitteella pääsisit helpoimmin lukemaan tarvittaessa sisäisiä ohjeita työpaikalla?				Yhteensä
		Työpaikan tietokone/kannettava	Työpuhelin	Kamu	Joku muu, mikä?	
Ikä?	alle 20 v.	0	1	1	0	2
	20-30 v.	10	2	0	0	12
	31-40 v.	17	2	5	1	25
	41-50 v.	20	4	2	1	27
	yli 50 v.	15	2	6	2	25
Yhteensä		62	11	14	4	91

Lisäksi ristiintaulukoitiin vastaajan toimiala ja millä laitteella vastaaja parhaiten pystyisi sisäisiä ohjeita hyödyntämään. Kuten taulukosta 20 voi havaita, Kamu-käsiopäätteet ovat pääosin vähittäiskaupan työväline. Kontingenssikertoimeksi tuli 0,496 eli näillä on havaittavissa lievää riippuvuutta keskenään.

Taulukko 20. Työskentelypaikan vaikutus sisäisten ohjeiden käyttämislaitteeseen

		Millä laitteella pääsisit helpoimmin lukemaan tarvittaessa sisäisiä ohjeita työpaikalla?				Yhteensä
		Työpaikan tietokone/kannettava	Työpuhelin	Kamu	Joku muu, mikä?	
Missä työskentelet pääasiallisesti?	Päivittäistavara-kauppa (Prisma, S-market, Sale)	35	4	13	3	55
	Majoitus- tai ravitsemistoiminta	8	2	0	0	10
	Liikennemyymälä tai polttonestekauppa	10	2	1	0	13
	Rauta-, maatalous- tai puutarhakauppa	3	1	0	0	4
	Erikoiskauppa ja -palvelut (Sokos, Emotion, Hiuspalvelut yms.)	3	0	0	0	3
	S-pankki	1	0	0	1	2
	Markkinointi, viestintä, HR, tukitoiminnot, IT, kiinteistö	1	2	0	0	3
	Hallinto	1	0	0	0	1
<b>Yhteensä</b>		<b>62</b>	<b>11</b>	<b>14</b>	<b>4</b>	<b>91</b>

Viimeiseksi tehtiin ristiintaulukointi siitä että, vaikuttiko vastaajan asema siihen, että koettiin sisäisten ohjeiden muutoksista viestittävän riittävän ajoissa. Kontingenssikertoimeksi tuli 0,264 eli tässä ei ole huomioitavaa riippuvuutta keskenään ja vastaajien asema ja vastaukset jakautuvat melko tasaisesti, kuten alla olevasta taulukosta 21 voidaan havaita.

Taulukko 21. Vaikuttaako vastaajan asema ja miten koetaan viestinnän ajoitus koskien sisäisiä ohjeita

	Vastaajan asema					Yhteensä
	Esihenkilö tai apulaiseshenkilö	Vuorovastaava, myyntiryhmävastaava, vuoropäällikkö tai muu vastaava	Asiantuntija tai vastaava	Työntekijä	Johtotehtävissä tai hallinnossa	
Kyllä	12	7	1	10	2	32
Ei	15	8	0	15	1	39
En osaa sanoa	6	3	2	9	0	20
	<b>33</b>	<b>18</b>	<b>3</b>	<b>34</b>	<b>3</b>	<b>91</b>

Ristiintaulukoinnilla pyrittiin selvittämään kokevatko esihenkilöt saavansa tietoa riittävän ajoissa sisäisten ohjeiden muutoksista.

Sisäisiin ohjeisiin liittyvät avoimet kysymykset

Avoimeen kysymykseen, mikä KSO:n sisäisissä ohjeissa on hyvää, tuli vastauksia 23 kappaletta. Parasta oli ohjeiden selkeys (seitsemän vastaajaa). Toiseksi nousivat ohjeiden paikallisuus, eli koskevat juuri omaa osuuskauppaa sekä lisäksi HR-käsikirja koettiin hyväksi. HR-käsikirjaan on koottu erilaisia työnsuhteeseen liittyviä asioita. Lisäksi mainittiin ohjeiden tarkkuus, laajuus, yksityiskohtaisuus, tiedon oikeellisuus, yhtenäiset ohjeet, paikkansa pitävät otsikoinnit ja pystyy aina tarkistamaan asian myöhemminkin ohjeista.

“Selkeitä ja silti yksityiskohtaisia.”

“Jos vain jaksaa etsiä, niin ohjeita on todennäköisesti kyllä kaikenlaisiin tilanteisiin. Toki itse, kun jonkun verran ohjeita käytän työssäni, myös niiden etsiminen suhteellisen kivuttomasti sujuu, mutta varmasti harvemmin ohjeita käyttävälle se on haastavaa.”

“Kiva jos jaksaa lukea ne, vähän lyhyemmät tiivistelmät olisi paikallaan. Niin paksu nivaska, ettei pysty edes nitomaan yhteen.”

Toiseksi kysyttiin, että mitä kehitettävää KSO:n sisäisissä ohjeissa on. Vastauksia oli 29 kappaletta, joista 20 koki, että sisäisten ohjeiden löydettävyyttä pitäisi parantaa. Hakutoimintoa ja hakusanoja pitäisi lisätä sPointiin. Tämän lisäksi toivottiin enemmän viestintää ohjeiden päivityksistä. Nyt koetaan, että sPointissa jonkin verran vanhentunutta tietoa, mitä ei ole poistettu. Käytettävyyttä ja löydettävyyttä toivottiin kehitettävän nykypäivään sekä sisäisistä ohjeista pikaohjeita tai tiivistelmiä ja että ne löytyisivät nopeasti yhdestä paikasta.

“Ohjeita ja muuta materiaalia aivan liikaa. Nopeasti ohjeen löytäminen ei onnistu. Taukotilaan seinät tapetoitu ohjeilla ja raportilla, joten silmä tottuu siihen informaatiotulvan.”

“Hakuominaisuudet ovat huonot, usein hakee vähemmän relevanttia tietoa eli hakusanojen lisääminen erimuodoissaan parantaisi varmaan hakua. Käytettävyys on rajattua työtehtävän/aseman mukaisesti, joten kaikkea tarvittavaa ei aina ole saatavilla ilman esihenkilöä. Se hankaloittaa tiedonsaantia silloin, kun esihenkilö ei ole samassa vuorossa tai hän on vapaalla.”

” Löydettävyys sPointista, hakutoiminto ei tunnista hakusanoja, jos et tiedä tarkkaa sanaa.”

Toivottiin myös, että olisi aikaa lukea ohjeita ja pidettäisiin huoli, että toimipaikoissa myös luettaisiin ohjeet läpi säännöllisesti. Näin kaikissa toimipaikoissa pitäisi olla teoriassa käytössä samat toimintatavat.

”Hankala löytää ja pääsääntöisesti meillä onkin toimipaikassa tu-  
lostettuna tai esimerkiksi tietokoneelle tallennettuna useimmiten  
tarvittavat olevat ohjeet, jotta ne löytyvät helposti.”

”Ohjeistusten olemassaolosta voisi tiedottaa paremmin ja jotenkin  
varmistaa, että henkilöstö myös lukisi ohjeistukset. Esimerkiksi  
tiedän, että KSO:n hotelleissa törmätään jatkuvasti sellaiseen,  
että on varattu henkilökuntahintaiset huoneet koko seurueelle,  
vaikka vain yksi olisi siihen oikeutettu ja sitten pahastutaan, kun  
kerrotaan, että näin ei voi toimia ja hinnat korjataan oikeiksi. Luu-  
len, että tässä on taustalla juuri se, että ohjeistuksia ei ole luettu  
tai lukemisesta on jo liikaa aikaa.”

”Sisäisten ohjeiden levitys 'kentälle' niin, että kaikki toimipaikat ja  
toimialat noudattaisivat samaa ohjetta (esimerkkinä laskutus: itse  
haen laskutusluvan, vastauksena 'menee tarkasteluun' ja tulee  
hylkäävä päätös luottoluokkaan perustuen. Asiakas ihan äskettäin  
asioinut eri toimialan toimipaikassa ja siellä laskutettu ilman tar-  
kasteluja).”

Viimeisenä avoimena kysymyksenä oli, puuttuuko mielestäsi jostain aiheesta  
ohjeistus/pitäisikö jotain ohjetta kehittää tai päivittää. Vastauksia tähän kysy-  
mykseen oli 16 kappaletta. Viisi vastaajaa, oli tyytyväisiä nykyisiin ohjeisiin.  
Ohjeita toivottiin kassalippaan sisältöön, aikaviivelippaan käyttöön ja myymä-  
län sisäisen turvallisuuden ohjeisiin, enemmän ohjeita majoituspuolen asi-  
oista, hyvistä tavoista ja puhetyylistä työpaikalla sekä henkilökunnan ruokai-  
lusta. Myös KSO:n perehdytysmateriaalia odotettiin yhä julkaistavaksi. Lisäksi  
toivottiin, että kaikki sisäisissä ohjeissa olisi merkintä, milloin ne on päivitetty  
tai tarkastettu.

” Kaikki voisi käydä läpi ja merkitä esimerkiksi, milloin on viimeksi  
tarkistettu. Jotta tietää että tämä on ajantasainen, vaikka muok-  
kaus olisi tehty 4 v. sitten.”

Koska vastaajia oli henkilöstömäärään nähden vähän, voi tuloksia pitää suun-  
taa antavina eikä täysin edustavina. Kuitenkin aineistosta nousi selkeästi tietyt  
kehitystä vaativat asiat.

## 7 JOHTOPÄÄTÖKSET JA KEHITYSEHDOTUKSET

Tämän tapaustutkimuksen tavoitteena olo tuottaa kehittämissuhteita Ky-  
men Seudun sisäisten ohjeiden käytettävyyden kehittämiseksi. Tutkimuksessa  
selvitettiin, miten tällä hetkellä sisäisten ohjeiden käytettävyys, ymmärrettä-  
vyys ja saavutettavuus koetaan. Tutkimusongelmana oli, miten parantaa Ky-  
men Seudun Osuuskaupan sisäisten ohjeiden käytettävyyttä. Seuraavassa  
pohditaan millaisia johtopäätöksiä teorian ja kerätyn aineiston vuoropuhelusta  
nousi esiin analysoinnin perustella sekä kehitysehdotukset.

### 7.1 Sisäiset ohjeet ja niiden kehittämissuhteet

Ohjeiden tulee olla kirjallisia, helposti löydettävissä ja saatavissa, ajan tasalle  
päivitettyjä sekä tarkoituksenmukaisia, jotta henkilöstö voi niitä hyödyntää päi-  
vittäisessä työssään (Ratsula 2016, 29–30). KSO:n sisäiset ohjeet koskevat  
omaa paikallista osuuskauppaa ja niitä koettiin pääosin olevan riittävästi. Osa  
jopa kaipasi tiivistelmiä ohjeista.

KSO:n sPointissa on sisäisiä ohjeita, joissa näkyy ohjeen luomis päivä, joka  
saattaa olla useamman vuoden takaa. Näiden kohdalla tulee epäily, onko  
ohje vielä ajan tasalla. Samoin kaivattiin KSO:n yhtenäistä perehdytysmateri-  
aalia, jonka avulla saataisiin yhtenäiset käytännöt eri toimipaikkoihin. Sisäi-  
sistä ohjeista ja sovitusta toimintatavoista olisi hyvä myös järjestää kertaus-  
koulutusta säännöllisin väliajoin (Ahokas 2012, 28). Koulutuksen avulla lisä-  
tään ymmärrystä, miksi asioita tehdään tietyillä tavoilla ja vahvistetaan ohjaus-  
kulttuuria (Ratsula 2021, 158).

Kehittämissuhteina seuraavat aineistosta nousseet asiat, eli kaikissa sisäi-  
sissä ohjeissa olisi hyvä olla merkintä, milloin ohje on viimeksi tarkastettu ja  
kaikki tarkastettaisiin säännöllisesti vähintään kerran vuodessa ja samalla  
merkitään tarkistuspäivä. Näin myös ohjeen lukija voi luottaa, että löytynyt  
ohje on ajan tasalla. Ohjeet tulisi vähintään kerran vuodessa arvioida ja päivit-  
tää (Koivu ym. 2010, 150).

## 7.2 Perehdytys ja koulutus

KSO:n eri toimialojen esihenkilöpäiville voisi ottaa kerran vuodessa sisäisistä ohjeita koskevan katsauksen tai kertauksen. Esihenkilöt ovat avainasemassa tarvittavan tiedon jakamisessa henkilöstölle. Esihenkilöillä on usein saatavilla tietoa ajallisesti sekä määrällisesti enemmän ja se on laadukkaampaa kuin työntekijöillä. (Juholin 2008, 96.) Esihenkilöillä on kaikkein suurin vastuu sisäisten ohjeiden ja yhtenäisten toimintatapojen jalkauttamisessa toimipaikkoihin. Kun esihenkilöillä on yhteinen ymmärrys toimintatavoista, on helpompi myös viestiä niistä työntekijöille. (Dahlman & Heide 2021, 25.)

Työvuoroihin voisi suunnitella jokaiselle työntekijälle koulutustunnit esimerkiksi kerran vuodessa, jolloin luetaan HR-käsikirja ja omaan työhön liittyvät sisäiset ohjeet läpi. Esimerkiksi kaikki kassalla työskentelevät lukisivat *kassa- ja raha-ohjeen*. Normaalin työn ohessa ei useinkaan ole mahdollisuutta lukea tai omaksua isompia kokonaisuuksia. Käyttäjän vastuulla on kuitenkin lukea ohjeistukset (Pyhälähti 2002). Mikäli jotain kysymyksiä ohjeista herää, niistä voisi keskustella kysymyksistä oman esihenkilön kanssa. Yrityksen tavoitteiden ja eettisten toimintaperiaatteiden mukaisesti tiedotusten ja koulutusten tulisi tavoittaa koko henkilöstö (Ratsula 2016, 30).

Lisäksi KSO:n yhtenäisen perehdytysmateriaalin julkaiseminen. Näin saataisiin tasalaatuisempaa perehdytystä ja yhtenäisiä toimintatapoja paremmin jalkautettua kaikkiin toimipisteisiin. Ihminen mallioppii toisten tekemisestä helpommin, kuin että lukisi kirjallisia ohjeita esimerkiksi intranetistä (Ratsula 2016, 30). Perehdyttäjien olisi tutustuttava sekä perehdytysmateriaaliin, että sisäisiin ohjeisiin ennen perehdytysten aloittamista. Näin myös perehdytys olisi laadukasta ja myös muu henkilökunta voisi mallioppia perehdytyksestä ja perehdyttäjän toimintatavoista. Tällä hetkellä 42 prosenttia kyselyyn vastanneista oli sitä mieltä, että sisäisistä ohjeista ei kerrota perehdytyksessä tarpeeksi. Sen lisäksi 11 prosenttia kyselyyn vastanneista ei tiedä mistä etsiä KSO:n sisäisiä ohjeita. Perehdytyksessä tulee valtavan paljon uutta asiaa työntekijälle. Mutta mahdollisesti omaan työhön liittyviin sisäisiin ohjeisiin tutustuminen voisi olla esimerkiksi kuukauden päästä perehdytyksestä, kun osa-

taan jo perusasiat omassa työssä. Tärkeää olisi, että myös perehdytysmateriaalit päivitetään heti, kun muutos tapahtuu ja laitetaan jakeluun toimipaikkoihin. Hyvä perehdytys on myös osa saavutettavuutta.

### 7.3 Viestintä

Hyvä sisäinen viestintä on päivittäisten toimintojen perusta ja yksi yrityksen menestystekijä (Dahlman & Heide 2021, 2). Sisäisten ohjeiden muutoksista ja päivityksistä toivottiin enemmän viestintää. Tällä hetkellä eniten tietoa sisäisistä ohjeista saadaan esihenkilöiltä (61,5 %), sPointista (46,2 %) sekä työkaivereilta (26,4 %). Tällä hetkellä myös koetaan, että muutoksista ei tiedoteta aina riittävän ajoissa. Tähän voi olla myös osittain syynä korona-ajan viestintä, joka on vielä henkilöstön muistissa. Silloin muutokset ohjeissa tapahtuivat tunteissa ja se vaati sekä esihenkilöiltä että työntekijöiltä nopeita muutoksia toimintatapoihin sekä tehokasta tiedonkulkua työyhteisössä.

Kehitysehdotuksena sisäisiä ohjeita koskevaan viestintään olisi erityisesti esihenkilöille hyvissä ajoin viestiminen työ sähköposteihin sekä tieto esihenkilöiden omaan Workplace-ryhmään, jotta mahdolliset muutokset ehditään viestimään henkilöstölle ja mahdolliset ohjeet päivittää ajoissa. Työyhteisöviestintä on tärkeä osa yrityksen liiketoiminnan sekä tavoitteiden saavuttamiseksi (Lohtaja-Ahonen & Kaihovirta-Rapo 2012, 14).

Yrityksillä tulisi olla toimiva viestintäprosessi, joka tavoittaa koko henkilöstön ja jonka välityksellä henkilöstö saa ajantasaiset ohjeet ja toimintatavat (Ratsula 2021, 153). Olisikin hyvä rakentaa tietynlainen viestintästrategia sisäisistä ohjeista viestimiseen. Eli viestintä menisi aina saman kaavan mukaan ja viestintään oikeissa viestintäkanavissa. Näin mahdollistetaan viestinnän onnistuminen. Kun henkilöstö saa yrityksen virallisia tiedotuskanavia pitkin riittävästi oikein toteutettua viestintää, jää epävirallisten kanavien tehtäväksi vain täydentää saatua viestintää. Mikäli virallista viestintää ei ole riittävästi tai se ei tavoita henkilöstöä, epävirallisissa kanavissa saattaa viesti muuttua tai värittyä paikansa pitämättömäksi. (Lohtaja-Ahonen & Kaihovirta-Rapo 2012, 51–52.)

Sisäisten ohjeiden viestintää ja teemoja tulisi toteuttaa ja nostaa tietoisuuteen jatkuvasti ja hyödyntää erilaisia viestintäkeinoja, sillä usein henkilöstö kokee



saavansa liian vähän tietoa ohjeistuksista ja niiden muutoksista (Ratsula 2021, 158–159). Henkilöstön mielestä tavoittavimmat viestintäkanavat ovat kyselyn perusteella Workplace/Workchat (joko *KSO yleinen* tai kokonaan oma ryhmä *KSO sisäiset ohjeet*), esihenkilöt ja työsähköposti. Näiden kolmen kanavan yhdistelmällä viestinnän tulisi tavoittaa henkilöstö tehokkaasti. Myös esimerkiksi pelkästään sisäisen puhelinluettelon päivityksestä pitäisi viestiä, sillä sekin on tärkeä työväline ja lisää saavutettavuutta.

Viestintäkanavien valinnassa ja metodien valinnassa tulee ottaa huomioon, kenelle viestitään, mitä ja milloin (Ratsula 2021, 153). Workplacessa on mahdollista myös kiinnittää julkaisuja, jolloin esimerkiksi *KSO yleinen* ryhmässä voisi olla kiinnitetty julkaisu, jossa päivitykset ovat kootusti löydettävissä. Lisäksi, kun viestitään Workplaceen jonkin ohjeen päivittymisestä, voisi siinä olla linkki kyseiseen ohjeeseen. Näistä voisi olla oma kiinnitetty julkaisunsa Workplacessa, jossa on päiväys, mikä ohje ja mistä osin päivitetty sekä linkki ohjeeseen. Digitaalisten työympäristöjen kehittäminen voi tuntua suurelta panostukselta, se voi kuitenkin maksaa itsensä moninkertaisesti yritykselle takaisin tuottavuuden, työssä viihtymisen ja tuloksen muodossa (Raia 2017, 75).

#### **7.4 Käytettävyys**

Käytettävyys on ominaisuus, joka kuvaa kuinka vaivattomasti jotakin asiaa tai palvelua käytettäessä päästään haluttuun tulokseen (Kuutti 2003, 13). Kyselyyn vastanneista 34 prosenttia ei löydä työssään tarvittavia ohjeita vaivattomasti. KSO:n sisäisten ohjeiden käytettävyys saikin keskiarvon 2,8 asteikolla 1–5.

Eniten kehitettävää havaittiin olevan juuri käytettävyydessä. Tämä nousi jo toimialabencmarkingin haastatteluissa esiin. Käytännön työssä hyvä käytettävyys parantaa työntekijän työn suorittamista ja samalla tehokkuutta (Jokela 2011, 19). Tällä hetkellä ohjeita ei löydetä helposti ja nopeasti silloin, kun niitä työssä tarvittaisiin. Työntekijöillä menee työaika turhaan ohjeiden etsimiseen ja se on turhauttavaa sekä tehotonta.

Usein intranetissä on uutisia yrityksestä, linkkejä työkaluihin tai ohjelmistoihin, tietoa henkilökunnasta ja johdosta, sisäisen valvonnan ohjeita ja käytäntöjä,

lomakkeita, käsikirjoja, tiedostoja ja tarkistuslistoja, yrityksen puhelinluettelo sekä tietoa yrityksestä ja sen toimialoista (Dahlman & Heide 2021, 108–109). Intranet on yrityksen sisäinen sähköinen työpöytä ja viestintäväline, johon yleensä kerätään työntekijöiden työhönsä tarvitsemat tiedotteet, tiedostot ja sisäiset ohjeet (Gassen 2022, 78–79). S-ryhmän sisäisen intranetin sPointin hakutoiminnot ja/tai hakusanat eivät ole riittävän tehokkaat. Intranetin suurimmaksi haasteeksi nousee useimmiten tarvittavan tiedon löytäminen nopeasti (Gassen 2022, 97–100). Sisäiset ohjeet löytyvät huonosti hakusanoilla ja voidaan joutua etsimään useampi kansion läpi, ennen kuin etsittävä ohje löydetään. Lisäksi ohjeita on myös muualla kuin sPointissa, kuten turvaoppaissa sekä sTurvassa, eli kaikki ohjeet eivät ole samassa paikassa.

Kehittämisehdotuksena olisi luoda nykyisten lisäksi yksi kansio lisää sPointiin, johon tulee kaikille yhteiset sisäiset ohjeet joko aihealueittain tai aakkosittain sisällysluettelon tai hakemistopuun mallisesti. Ohjeen otsikkoa klikkaamalla ohje aukeaa. Tähän luetteloon voidaan lisäksi linkittää myös muualla olevat sisäiset ohjeet, kuten kassaohjeet ja turvallisuusohjeet. Tämän kansion voisi myös tallettaa pikakuvakkeeksi toimipaikkojen tietokoneiden näytöille sekä esimerkiksi Kamu-käsipäätteisiin. Näin sisäiset ohjeet olisivat yhden klikkauksen päässä ja aina ajan tasalla, kun pikalinkki vie suoraan ohjeeseen, eikä tarvitse miettiä hakusanoja.

Lisäksi samanlaisen kansion voi tehdä jokaisen toimialan omiin ohjeisiin samanlaisella hakemistorakenteella. Positiivinen käyttäjäkokemus digitaalisista alustoista lisää työntekijän tehokkuutta ja työn mielekkyyttä. Vastaavasti huono käyttäjäkokemus vähentää tuottavuutta ja mahdollisesti lisää kyseisen alustan välttämistä työn teossa. (Raia 2017, 71.) Mahdollisesti myös voisi kehittää KSO:n sPoint sivuston käytettävyyttä mobiililaitteissa. Vapaa-ajalla ihmiset käyttävät helppokäyttöisiä, nopeita ja toimivia sovelluksia esimerkiksi viestintään. Työpaikoilla tehtäviä teknologiauudistuksia pitäisikin käsitellä sen mukaan, mikä on työntekijän näkökulmasta toimivin ratkaisu. (Gassen 2022, 253–254.)

## 7.5 Saavutettavuus

Kymen Seudun Osuuskaupan sisäiset ohjeet koetaan pääosin selkeiksi ja ymmärrettäviksi. Ymmärrettävyydellä tarkoitetaan, että sivuston toiminta ja sen tiedot ovat käsitettäviä ja sisältö ennakoitua sekä johdonmukaista (Voutilainen 2020, 123). Kyselyyn vastanneista 86 prosenttia koki ohjeet selkeiksi ja ymmärrettäviksi. Keskiarvoksi selkeydelle ja ymmärrettävyydelle annettiin 3,3 asteikolla 1–5.

Hyvä ohje on yksiselitteinen ja -tulkintainen, selkeä, looginen ja käyttäjän näkökulmasta tehty (Pyhälähti 2002). Eli johtopäätöksenä voidaan sanoa, että sisällöltään nykyiset ohjeet ovat hyvät ja selkeät. Käyttökelpoinen teksti, joka on ymmärrettävä, lisää saavutettavuutta. Saavutettavassa palvelussa on vastaavasti helposti ymmärrettäviä ja käytettäviä tekstejä. (Hirvonen & Kinnunen 2020, 18–19.) Toki ihmisillä on erilaisia logiikoita ja tapoja jäsentää asioita.

Ymmärrettävyydellä tarkoitetaan, että sivuston toiminta ja sen tiedot ovat käsitettäviä ja sisältö ennakoitua sekä johdonmukaista (Voutilainen 2020, 123). Mikäli henkilöstö kansainvälistyy huomattavasti lähiaikoina tai henkilöstöllä on kohtuullisen paljon erilaisia rajoitteita tai määrätään lisää lakisääteisiä velvoitteita, voidaan tulevaisuudessa kehittää saavutettavuutta erilaisin menetelmin. Saavutettavuusdirektiivi ei tällä hetkellä koske yrityksiä tai yhteisöjä, mutta on suositeltavaa kuitenkin laatia saavutettavuusseloste, jossa käydään lävitse muun muassa digitaaliset sivustot ja niiden saavutettavuuden tilanne säännöllisin väliajoin.

## 7.6 Toimenpidesuositukset

Tiivistettynä tämän opinnäytetyön perusteella suositellaan seuraavia toimenpiteitä.

- Sisäiset ohjeet tarkastetaan vuosittain ja merkitään milloin päivitetty tai tarkastettu.
- Esihenkilöt jalkauttavat yhteiset toimintatavat kaikkiin toimipaikkoihin.
- Omaan työhön liittyvät sisäiset ohjeet luetaan läpi kerran vuodessa.
- Yhtenäinen perehdytysmateriaali ja perehdytyksen toimintatavat koko osuuskauppaan.
- Sisäisille ohjeille ja niiden päivityksille oma viestintästrategia ja -kanavat.
- Pikalinkkikansio, jossa kaikkiin ohjeisiin ajantasaiset linkit. Pikakuvake tietokoneille ja Kamuihin.

- Saavutettavuusselosteen avulla käydään lävitse sivustojen saavutettavuus säännöllisin väliajoin.

Muutamista kehitysehdotuksista saisi esimerkiksi viestinnän, tietojenkäsittelyn tai liiketalouden korkeakouluharjoittelijalle harjoitteluprojektin, jonka aikana voi käytännössä toteuttaa yhden kehitysehdotuksen. Mahdollisesti myös kehittämis- tai toimintatutkimuksena opinnäytetyön, miten yksi kehittämissuositus kerrallaan viedään käytäntöön sekä seurattaisiin sen toimivuutta ja käyttäjien kokemuksia kehitysehdotuksen toteuttamisen jälkeen. Toivottavaa olisi, että erityisesti käytettävyyteen liittyviä ehdotuksia toteutettaisiin lähitulevaisuudessa, jotta henkilöstö pystyisi käyttämään työaikaansa tehokkaammin ja työn tuottavuus sekä asiakaspalvelukokemus paranisi, kun sisäiset ohjeet olisivat tehokkaasti käytettävissä.

## 7.7 Tutkimuksen luotettavuuden arviointi

Tapaustutkimuksen luotettavuuden arviointiin ei ole määritelty ennalta omia kriteerejä, joten luotettavuutta arvioidaan sekä laadullisten että määrällisten menetelmien avulla (Kananen 2013, 114). Myöskään laadullisen tutkimuksen luotettavuusarviointia varten ei ole ennalta määriteltyä arviointimenetelmää tai ohjetta. Luotettavuuden käsite on otettava huomioon jo tutkimusta suunniteltaessa ja tutkimuksen lopussa tehdään luotettavuustarkastelu. Koko tutkimuksen ajan on tärkeää dokumentoida, miten tutkimus on toteutettu sekä perusteella tehdyt päätökset ja miten niihin päädyttiin. (Kananen 2017, 174–176.) Tätä tutkimusta tehtäessä on aineistoa kerätty ennalta tehdyn tutkimussuunnitelman mukaisesti ja kaikki tutkimuksen vaiheet ja päätökset on dokumentoitu tutkimuksen tekijän parhaan osaamisen mukaan.

Koko tutkimusprosessin aikana on kiinnitettävä huomiota aineiston eettisyyteen. Tutkimukseen osallistuvia henkilöitä on informoitava, mihin tarkoitukseen ja millaista aineistoa kootaan. Tutkimukseen osallistuvilta kerätään suostumus aineiston keräämiseen ja käyttöön. Aineistoa on koottava, käsiteltävä, säilytettävä ja hävitettävä eettisesti. (Vilkkä 2021, 115.) Haastateltaville on etukäteen lähetetty tietosuojailmoitus, sekä kysytty lupa aineiston käyttöön haastattelujen alussa. Haastateltavat on anonymisoitu. Kyselytutkimuksessa kerrottiin,

että vastaamalla kyselyyn annetaan lupa käyttää vastauksia opinnäytetyön aineistona. Lisäksi kaikki kyselyyn vastanneet hyväksyivät tietosuojailmoituksen. Kaikki kyselyn vastaukset ovat kerätty anonymisoidusti sekä mahdolliset tunnistetiedot ovat poistettu ja hävitetty tietoturvaohjeiden mukaisesti.

Tärkeää on muistaa myös lähdekritiikki ja asianomaiset viittaukset käytettäviin aineistoihin (Vilkkä 2021, 115). Uskottavuuteen liittyvät tutkittavien riittävä kuvailu, arvio kerätyn aineiston totuuden mukaisuudesta ja tutkimuksen sovellettavuus, pysyvyys ja neutraalius (Tuomi & Sarajärvi 2002, 162). Opinnäytetyön tekijä on valinnut lähteensä parhaan taitonsa mukaan ja pyrkinyt sekä lähdekritiikkiin, että oikeanlaisiin viittauksiin käytettyihin lähteisiin. Lähes kaikki teoriassa käytetyt lähteet ovat kirjoja tai artikkeleita.

Määrällisen aineiston kohdalla pitää arvioida aineiston luotettavuutta sekä pyrkiä mahdollisimman oikeisiin ja oikein kohdennettuihin kysymyksiin. Sisällölliset, tilastolliset, kielelliset, kulttuurilliset sekä tekniset seikat vaikuttavat mittauksen luotettavuuteen. (Vehkalahti 2014, 40.) Kysymykset on tehty teorian sekä haastatteluissa nousseiden ilmiöiden perusteella, ja niillä on pyritty kysymään oikeita asioita tutkimusongelman ratkaisemiseksi. Käytännössä tässä opinnäytetyössä käytettiin sekä laadullista että määrällistä tutkimusotetta ja näin pyrittiin saamaan vahvistusta tutkimustuloksille. Lisäksi pyrittiin saamaan syvempää ymmärrystä tutkimuksen kohteesta ja keräämään laadullisella tutkimuksella pohjaa määrälliselle tutkimukselle, kuten kyselyn kysymyksille. Kysymyksistä ei juurikaan tullut palautetta, joten ne ovat olleet ymmärrettäviä.

Aineistoa kerätään, kunnes tutkimusongelma on ratkaistu, eli aineiston määrän ratkaisee aineisto sisältöineen kyllääntyessään eli saturoituessa. Saturatio tarkoittaa, että aineistosta ei enää nouse lisähaastatteluilla tai muilla aineiston hankinnan menetelmillä mitään uutta tutkimusongelmaan. Saturatio on myös eräs tutkimuksen luotettavuuden vahvistamistapa. (Kananen 2017, 176–180.) Kyselytutkimus toi saturatiota aineistoon opinnäytetyön tekijän mielestä riittävästi eikä uusia ilmiöitä noussut. Tämän perusteelle ei lisähaastatteluja tehty. Tätä päätöstä puolsi myös AMK-tasoisien opinnäytetyön aiheen sekä pituuden rajaus.

Opinnäytetyön tekijän on arvioitava koko opinnäytetyön prosessin ajan tutkimuksen, aineiston ja teorian luotettavuutta sekä omia valintoja ja rehellisyyttä sekä luotettavuutta. Opinnäytetyön tekijän puolueettomuus on tärkeää luotettavuutta arvioitaessa, sillä opinnäytetyön tekijän arvot vaikuttavat tutkimuksen aikana tehtyihin valintoihin. Opinnäytetyön tekijän on avattava tutkimukseen mahdollisesti vaikuttavat arvot ja tehdä tutkimuksesta läpinäkyvä. (Vilkkä 2021, 198.)

Arvioitavuus tehdään tutkimuksen dokumentaation ja perusteluiden avulla. Opinnäytetyön tekijän rehellisyys ovat yksi luotettavuuden kriteeri, jonka vuoksi opinnäytetyön tekijän on arvioitava koko tutkimuksen ajan jokaista päätöstä, valintaa ja ratkaisua. Tällöin tutkimuksen luotettavuutta arvioidaan koko ajan ja opinnäytetyön tekijän pitää kirjallisesti pystyä perustelemaan millaisesta aineistosta, millaiset valinnat, millaisin perustein, mitä ratkaisut ovat olleet ja miten niihin on päädytty sekä arvioimaan näiden päätösten onnistumista. (Vilkkä 2021, 197.)

Opinnäytetyön tekijän tulee ottaa myös muut mahdollisesti tutkintaan vaikuttaneet ulkoiset tekijät sekä opinnäytetyön tekijästä itsestään johtuneet tekijät (Tuomi & Sarajärvi 2002, 162). Tutkimukseen vaikuttavia tekijöitä ovat muun muassa tutkimuksen tilaaja, tutkimuksen tarkoitus, perusjoukon ja otoksen koot, valitut otanta- ja tiedonkeruumenetelmät, tutkimukseen vaikuttavat ulkoiset muuttujat, tutkimuksen ajankohta, vastausprosentti, kysymykset ja vastausvaihtoehdot, mahdolliset painotusmenetelmät, lukujen muotoilu, valitut tunnusluvut ja muut tutkimukset aiheesta (Heikkilä 2014, 73–79). Tämän opinnäytetyön tekijä on työskennellyt KSO:ssa ja sitä edeltäneessä Osuuskauppa Ympäristössä yhteensä lähes 30 vuotta. Opinnäytetyön tekijällä on työnsä puolesta myös näkemyksiä ja kokemusta aiheeseen liittyen, vaikka ei sisäisten ohjeiden parissa työskentelekään. Tästä huolimatta opinnäytetyön tekijä on pyrkinyt mahdollisimman puolueettomaan ja neutraaliin ajattelutapaan opinnäytetyötä kirjoitettaessa, eikä työnantaja ole vaikuttanut opinnäytetyön tekemiseen tarkoituksellisesti. Kuitenkin varmasti jollain tasolla opinnäytetyön tekijän ajatukset ovat voineet vaikuttaa tiedostamatta opinnäytetyöhön. Kerätyn määrällisen aineiston perusteella kuitenkin oletettavasti muutkin olisivat tulleet lähes samoihin johtopäätöksiin.

Tulkinnan ristiriidattomuudessa tutkimuksen luotettavuutta lisää, mikäli toinen tutkija saa saman lopputuloksen tai johtopäätöksen tutkimukselle (Kananen 2017, 176–180). Käytännössä tiettyä laadullista tutkimusta ei voi täysin toistaa samanlaisena, sillä jokainen tutkimus on ainutkertainen kokonaisuus aineistoi-  
neen, luokitteluihin, analyysiin ja tutkijan näkökulmiin sekä valintoi-  
neen (Vilkkä 2021, 197). Tulosten siirrettävyys toiseen vastaavaan kontekstiin on yksi laadullisen tutkimuksen luotettavuuden kriteeri (Tuomi & Sarajärvi 2002, 162). Haastattelut sekä kyselytutkimus olisi toistettavissa, mutta koska vastaajia ei voida identifioida, ei samoja vastaajia eikä näin myöskään vas-  
tauksia olisi täysin saatavilla.

Tapaustutkimuksen tuloksia ei voi siirtää toisiin vastaaviin ilmiöihin, eikä tulok-  
set ole yleistettävissä (Laine ym. 2007, 63). Tapaustutkimuksen tuloksia so-  
velletaan usein käytännössä ja niiden lähtökohta onkin usein toiminnallinen  
(Metsämuuronen 2007, 17). Aikaisemmat tutkimukset voivat vahvistaa tutki-  
muksessa saadun ratkaisun, mikäli niissä on saatu samansuuntaisia tuloksia  
(Kananen 2017, 176–180). Täysin samaan kontekstiin liittyviä tutkimuksia oli  
hyvin haastavaa löytää. Varsinkin käytettävyydestä löytyy melko vähän uu-  
dempaa tutkimusmateriaalia varsinkaan suomeksi. Luotettavuutta ja vakiintu-  
neisuutta lisää ulkopuolisen henkilön arviointi tutkimusprosessin toteutumi-  
sesta sekä tutkimuksen tuotoksista (Tuomi & Sarajärvi 2002, 162). Tätä tutki-  
musta tulevat arvioimaan työn tilaaja sekä opinnäytetyön arvioitsijat.

Tutkimuksen luotettavuutta voidaan lisätä kolmiomittauksen eli triangulaation  
avulla. Siinä ilmiötä lähestytään useammasta eri suunnasta, eli se on monime-  
netelmäinen tutkimustapa, kuten tapaustutkimus on. Tarkoituksena on vahvis-  
taa tutkimustulos, mikäli yhdellä tavalla ei saada tarpeeksi tai tarpeeksi laadu-  
kasta tietoa ilmiöstä. Mikäli tutkittava ilmiö on laaja, voidaan tarvita triangulaa-  
tiota. Triangulaation eli monistrategisen tutkimusotteen haasteina voivat olla  
saatujen tulosten ristiriitaisuus ja virhemahdollisuuden kasvaminen. (Kananen  
2017, 155–156.)

Menetelmätriangulaatiossa yhdistetään määrällistä sekä laadullista tutkimusta.  
Aineistotriangulaatiossa pyritään saamaan monipuolinen kuva tutkimuskoh-  
teesta yhdistelemällä kerättyä ja olemassa olevaa aineistoa. (Vilkkä 2021,  
101.) Triangulaatiossa siis kerätään aineistoa eri menetelmin eri osapuolilta ja

pyritään näin lisäämään tulosten luotettavuutta tutkimuksessa (Kananen 2015, 359–360). Tässä tutkimuksessa on hyödynnetty menetelmätriangulaatiota, jossa on hyödynnetty benchmarkingin sekä haastattelujen että kyselyn perusteella saatua aineistoa ja havaittu samojen haasteiden nousevan esiin, suurimpana sisäisten ohjeiden käytettävyys.

Reliabiliteetilla tarkoitetaan tutkimuksen tulosten pysyvyyttä, eli jos tutkimus tehtäisiin uudelleen, olisivatko tulokset samanlaiset. Kuitenkin, jos mittausten välillä on esimerkiksi olosuhteet muuttuneet, voi tutkimuskertojen välille tulla eroja. Asiat muuttuvat ajan kuluessa, jolloin reliabiliteetti laskee, mutta se johtuu todellisista muutoksista. (Heikkilä 2014, 119–120.)

Määrällisessä tutkimuksessa reliabiliteettiin voi vaikuttaa mahdolliset mittausvirheet, jotka voivat olla satunnaisia tai systemaattisia. Satunnaisessa mittausvirheessä vastaaja on esimerkiksi lukenut kysymyksen huonosti tai vastannut väärään kysymykseen. Systemaattinen mittausvirhe on mahdollinen, mikäli esimerkiksi kyselylomakkeen kysymys on väärin muotoiltu ja vastaajat ymmärtävät kysymyksen väärin. Luotettavuutta voi alentaa aineiston käsittely-, mittaus- ja otanta virheet sekä peitto- ja katovirheet. (Heikkilä 2014, 176.)

Määrällisessä tutkimuksessa tutkimus voitaisiin toistaa, mikäli kaikki tutkimuksen vaiheet ovat dokumentoitu riittävällä tarkkuudella. Näin pystytään todentamaan tutkimuksen reliabiliteetti. Opinnäytetyössä tutkimuksen vaiheet tulee dokumentoida kirjallisesti sekä perustella ratkaisut teoriaan ja kerättyyn aineistoon pohjautuen. (Kananen 2011, 119–123.) Tämän tutkimuksen toistettavuuden vaikuttaa eniten aika. Eli jokin asia on voinut muuttua tämän ja mahdollisesti toistettavan tutkimuksen välillä. Kuitenkin kaikki kyselyn kysymykset ovat dokumentoitu tämän opinnäytetyön liitteeksi, eli tutkimuksen pystyisi myös toistamaan samanlaisena. Kyselyyn vastanneiden anonymiteetin vuoksi ei kuitenkaan saataisi juuri samoja henkilöitä vastaamaan kyselyyn, joten vastaukset voisivat olla hieman erilaiset, varsinkin avointen kysymysten perusteella.

Validiteetti eli oikeiden asioiden tarkoittaa, että tutkitaan sitä, mitä on luvattu (Vehkalahti 2014, 41). Tutkimuksen validius varmistetaan tutkiminen käyttämällä oikeita tutkimusmenetelmiä, oikeita mittareita sekä mitataan oikeita asioita. Määrällisessä tutkimuksessa on tärkeää, että mitataan oikeilla mittareilla,



oikeita mitattavia määreitä. Myös validiteetin kannalta on tärkeää dokumentoida koko opinnäytetyön prosessi mahdollisimman tarkasti koko tutkimustyön aikana sekä hyödyntää vahvaa teoriapohjaa tutkimustyössä. (Kananen 2011, 121.)

Tässä tutkimuksessa olisi voinut käyttää erilaisia lähestymistapoja tai tutkimusmenetelmiä, mutta tapaustutkimus oli opinnäytetyön tekijän mielestä paras lähestymistapa tähän tutkimusongelmaan. Pelkästään määrällisenä tutkimuksena olisi pystynyt tekemään paljon erilaisia mittareita, mutta ottamalla mukaan laadullisen näkökulman, sai aiheeseen sen kaipaamaa syvyyttä. Ulkoista validiutta olisi voinut parantaa suurempi kyselyyn vastanneiden määrä. Myös vastaajien määrä vaikuttaa siihen, että tuloksia voidaan pitää vain suuntaantavina. Luotettavuuden kuvaamisessa käytetään validiteettia, joka kuvaa kuinka hyvin tutkimuksessa on onnistuttu mittaamaan sitä mitä piti mitata. Eli kuinka onnistuneita kysymykset olivat kyselytutkimuksessa ja saatiinko niiden avulla vastaus tutkimusongelmaan. (Heikkilä 2011, 177.) Kyselyn kysymykset olivat onnistuneita ja niitä oli sopiva määrä. Kysymysten avulla pystyttiin saamaan arvokasta tietoa, mitä asioita tulisi kehittää jatkossa koskien KSO:n sisäisiä ohjeita.

## **8 LOPUKSI**

Tämän opinnäytetyön kirjoittajan mielestä tutkimusongelmaan löytyi hyviä käytännöllisiä kehittämisehdotuksia, joita toivottavasti myös viedään käytäntöön. Valitettavasti kaikkia opinnäytetyön tilaajan toiveita ei pystytty toteuttamaan esimerkiksi haastattelujen määrästä, sillä aineistoa kertyi paljon ja opinnäytetyön aihe ja sen aineistomäärä on rajattava. Mahdollisesti aineiston määrän rajaamiseksi olisi aiheesta voinut tehdä pelkästään määrällisen tutkimuksen.

Tämä opinnäytetyö on ollut opinnäytetyön tekijälle melkoinen ajankäytöllinen palapeli kirjoittamisen, työn ja vapaa-ajan suhteen. Eniten aikaa on mennyt sopivien lähteiden etsimiseen ja niiden lukemiseen. Lisäksi jo ensimmäisessä seminaarissa tuli selväksi, että tämän aiheen kanssa ei mennä siitä mistä aita on matalin. Ensin haasteena oli riittävän teorian kasaan saaminen ja lopuksi haasteeksi tuli tiivistämisen vaikeus. Tämä oli myös opinnäytetyöntekijälle en-

simmäinen opinnäytetyö, joten myös se loi haasteita muun muassa opinnäytetyön rakenteen suhteen. Ajankäytön suunnittelemisen sen sijaan onnistui, sillä tarkoituksella ajallisesti suunniteltiin pitempi aika opinnäytetyön tekemiseen erityisesti vuorotyön, opinnäytetyön ajoituksen ja kevään viimeisten opintojaksojen suorittamisen vuoksi.

Opinnäytetyön aineiston keräämisessä käytetty erilaisia menetelmiä ja haastettu opinnäytetyön tekijää. Oppia on kertynyt paljon erityisesti tutkimusmenetelmistä sekä tieteellisestä kirjoittamisesta ja opinnäytetyön rakenteesta. Paljon on tullut oppia myös muun muassa saavutettavuudesta sekä käytettävyydessä ja mitä kaikkea ne pitävät sisällään. Lisäksi opinnäytetyön tekijä on henkisesti kehittänyt kärsivällisyyttä, palautteen sietokykyä sekä pitkämielisyyttä. Opinnäytetyön tekijä on tällä hetkellä helpottunut, että opinnäytetyö on valmis, sillä prosessi on ollut pitkä ja välillä vaatinut erityistä mielen hallintaa. Toivottavasti tästä opinnäytetyöstä on käytännön hyötyä niin työn tilaajalle kuin myös opinnäytetyön tekijälle tulevaisuuden työtehtävissä.

Jatkossa aiheeseen liittyen on mahdollista jatkaa tutkimusta tekemällä esimerkiksi toiminta- tai kehittämistutkimuksia rajattuina aina yhteen kehittämis ehdotukseen kerrallaan, joissa kehittämis ehdotus viedään käytäntöön ja kerättäisiin käyttäjien kokemuksia kehitysehdotuksen toteuttamisen jälkeen Näin tulevista tutkimuksista ei tulisi liian laaja-alaisia, vaan riittävän rajattuja. Ehdotuksista löytyisi esimerkiksi viestinnän, tietotekniikan tai liiketalouden opiskelijalle aiheita harjoitteluihin sekä opinnäytetöihin.

## LÄHTEET

Ahokas, N. 2012. Yrityksen sisäinen valvonta. Helsinki: Edita.

Dahlman, S. & Heide, M. 2021. Strategic Internal Communication. London: Routledge.

Eskola, Jari 2018. Laadullisen tutkimuksen juhannustaiat: laadullisen aineiston analyysi vaihe vaiheelta. Teoksessa Valli, Raine (toim.) Ikkunoita tutkimusmetodeihin 2. Näkökulmia aloittelevalle tutkijalle tutkimuksen teoreettisiin lähtökohtiin ja analyysimenetelmiin. Jyväskylä: PS-kustannus.

Etelä-Karjalan Osuuskauppa. 2023. EeKoo etusivu. WWW-dokumentti. Saatavissa: <https://eekoo.fi/> [viitattu 29.6.2023].

Filenius, M. 2015. Digitaalinen asiakaskokemus. Jyväskylä: Docendo.

Gassen, R. 2022. Digitaalinen työympäristö. Näin taivutat teknologian yrityksen tarpeisiin. Helsinki: Alma Talent Oy.

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

Hirsjärvi, S. & Hurme, H. 2011. Tutkimushaastattelu Teemahaastattelun teoria ja käytäntö. Helsinki: Gaudeamus Helsinki University Press.

Hirvonen, M. & Kinnunen, T. 2020. Saavutettava viestintä yhteiskunnallista yhdenvertaisuutta edistämässä. Helsinki: Gaudeamus.

Jokela, T. 2011. Navigoi oikein käytettävyyden vesillä. Pello: Väylä-Yhtiöt Oy.

Juholin, E. 2008. Löydä uusi työyhteisöviestintä. Helsinki: WSOY.

Kananen, J. 2011. Kvantti: Kvantitatiivisen opinnäytetyön kirjoittamisen käytännön opas (Jyväskylän ammattikorkeakoulun julkaisuja 118). Jyväskylä: Jyväskylän ammattikorkeakoulu.

Kananen, J. 2013. Case-tutkimus opinnäytetyönä (Jyväskylän ammattikorkeakoulun julkaisuja 143). Jyväskylä: Jyväskylän ammattikorkeakoulu.

Kananen, J. 2015. Opinnäytetyön kirjoittajan opas (Jyväskylän ammattikorkeakoulun julkaisuja 202). Jyväskylä: Jyväskylän ammattikorkeakoulu.

Kananen, J. 2017. Laadullinen tutkimus pro graduna ja opinnäytetyönä (Jyväskylän ammattikorkeakoulun julkaisuja 234). Jyväskylä: Jyväskylän ammattikorkeakoulu.

Kankaanpää, S. & Piehl, A. 2011. Tekstintekijän käsikirja: Opas työssä kirjoitaville. Helsinki: Suomen yritysikirjat.

Kauhanen-Simanainen, A. 2003. Informaatioarkkitehtuuri. Helsinki: CIM kustannus.

Koivu, E., Ranta-aho, M. & Vuoti, H. 2010. Väärinkäytösriskit hallintaan. Helsinki: Tietosanoma.

Kotimaisten kielten keskus/Kotus. s.a. Vinkkejä ohjeiden tekijöille. WWW-dokumentti. Saatavissa: [www.kotus.fi/ohjeet/virkakieliohjeita/ohjeita\\_ohjeiden\\_tekijoille](http://www.kotus.fi/ohjeet/virkakieliohjeita/ohjeita_ohjeiden_tekijoille) [viitattu 11.3.2023].

Krug, S. 2014. Don't make me think Revisited. New Jersey: New Riders Publishing.

Kuutti, V. 2003. Käytettävyys, suunnittelu ja arviointi. Helsinki: Talentum.

Kymen Seudun Osuuskauppa. 2023. Etusivu. WWW-dokumentti. Saatavissa: <https://kymenseudunosuuskauppa.fi/> [viitattu 10.3.2023].

Laiho, M. & Vähämäki M. 2021. Miksi en opi riittävän nopeasti? Myönteiset ja kielteiset oppimisspiraalit ja työpaikan oppimisen tilat digitalisoituvassa toimistotyössä. Ammattikasvatuksen aikakauskirja, 23 (3), 28—51. PDF-dokumentti. Saatavissa: <https://journal.fi/akakk/article/view/111706> [viitattu 2.3.2023].

Laine, M., Bamberg, J. & Jokinen, P. (toim.) 2007. Tapaustutkimuksen taito. Helsinki: Gaudeamus Helsinki University Press.

Lohtaja-Ahonen, S. & Kaihovirta-Rapo, M. 2012. Tehoa työelämän viestintään. 2. uudistettu painos. Helsinki: Alma Talent Oy.

Metsämuuronen, J. 2008. Laadullisen tutkimuksen perusteet. Helsinki: International Methelp Ky.

Mikale, N., Tuominen, K., Malmberg, L. & Niva, M. 2011. Benchmarking käytännössä. E-kirja. Saatavissa: <https://ebookcentral.proquest.com/lib/xamk-ebooks/detail.action?docID=3384349> [viitattu 22.3.2023].

Mooij de, M., Kortesmäki, T., Lammi, M., Lautamäki, S., Pekkala, J. & Sinkkonen, I. 2005. Kompassina asiakas. Näkemyksiä ja kokemuksia käyttäjälähtöisyydestä. Helsinki: Teknologiateollisuus.

Osuuskauppa Suur-Savo. 2023. WWW-dokumentti. Saatavissa: <https://suur-savo.fi/> [viitattu 29.6.2023].

Otala, L. & Pöysti, K. 2012. Kilpailukyky 2.0. Kilpailukykyhyppy yhteisöllisillä toimintatavoilla. Helsinki: Helsingin seudun kauppakamari Oy.

Pyhälähti, M. 2002. "Käyttö- ja kokoamisohjeet-haaste tekstintekijälle" Kielikello, 3. Verkkolehti. Saatavissa; <https://www.kielikello.fi/-/kaytto-ja-kokoamisohjeet-haaste-tekstintekijalle> [viitattu 11.3.2023].

Raia, M. 2017. Providing a better digital experience for employees. Strategic HR review, 16(2). PDF-dokumentti. Saatavissa: <https://www.emerald-com.ezproxy.xamk.fi/insight/content/doi/10.1108/SHR-01-2017-0004/full/html> [viitattu 28.2.2023].

Ratsula, N. 2016. Compliance. Helsinki: Talentum.

Ratsula, N. 2021. Sisäinen valvonta. Käsikirja tulokselliseen organisaation ohjaukseen. Helsinki: Edita.

Ruusuvuori, J, Nikander, P. & Hyvärinen, M. (toim.) 2010. Haastattelun analyysi. Tampere: Vastapaino.

Selovuo, K. 2019. Saavutettavuusopas. Helsinki: Kari Selovuo.

Sihvonen, J. & Uusi-Hautamaa, L. 2019. Väärinkäytökset yrityksissä. Helsinki: Alma Talent.

Sinkkonen, I., Kuoppala, H. Parkkinen J. & Vastamäki, R. 2006. Käytettävyyden psykologia. 3. painos. Helsinki: Edita.

Strellman, U. & Svinhufvud, K. 2020. Kupliva kirjoittaminen. Iloa ja tehoa työelämän teksteihin. Helsinki: Art House.

Taponen, M. 2023. Sisäinen tarkastaja. Sähköpostikeskustelut 14.3.-11.4.2023. Kymen Seudun Osuuskauppa.

Tuomi, J. & Sarajärvi, A. 2018. Laadullinen tutkimus ja sisällönanalyysi. Helsinki: Tammi.

Vehkalahti, K. 2014. Kyselytutkimuksen mittarit ja menetelmät. Helsinki: Finn Lectura.

Vilka, H. 2021. Tutki ja kehitä. 5. painos. Jyväskylä: PS-kustannus.

Voutilainen, T. 2020. Digitaalisten palvelujen sääntely. Helsinki: Alma Talent.

**Kymen Seudun Osuuskaupan sisäisten ohjeiden kehittäminen**

Pakolliset kysymykset merkitty tähdellä (\*)

Hei,

olen Anne Honkanen ja teen opinnäytetyötä koskien Kymen Seudun Osuuskaupan sisäisiä ohjeita. Opinnäytetyössä on tarkoitus selvittää miten KSO:n sisäisiä ohjeita ja niiden helppokäyttöisyyttä voitaisiin kehittää. Sisäisiä ohjeita ovat esimerkiksi henkilökuntaetuja koskevat ohjeet, HR-käsikirja, kassaneuvonta ja myynnintilitysohjeet, asiakaslaskutuksen ja myyntireskontran ohjeet, työharjoitteluohjeet sekä erilaiset muut toimintaohjeet. Kyselyyn vastaaminen vie noin 5–10 minuuttia. Muistathan kyselyn lopussa lähettää vastauksesi ja osallistua kahden 25 euron suuruisen S-ryhmän lahjakortin arvontaan jättämällä yhteystietosi. Yhteystietosi eivät linkity vastauksiisi, joten niitä ei voida yhdistää vastauksiisi.

Kyselyyn vastataan anonyymisti, eikä vastauksia voida kohdentaa vastaajiin. Kyselyyn vastaaminen on täysin vapaaehtoista ja voit keskeyttää vastaamisen milloin tahansa. Tutkimustuloksia käytetään opinnäytetyössä sellaisessa muodossa, jossa yksittäistä vastaajaa ei voida tunnistaa. Kaikki kyselyn materiaali tuhoetaan opinnäytetyön julkaisun jälkeen tietosuojaohjeiden mukaisesti. Tietoja ei luovuteta muille osapuolille.

**Tiedätkö mistä KSO:n sisäiset ohjeet löytyvät (esimerkiksi HR-käsikirja)?**

\*

Kyllä

En

**Kuinka usein tarvitset sisäisiä ohjeita työssäsi? \***

Päivittäin

Viikoittain

1–3 kertaa kuukaudessa

1–10 kertaa vuodessa

En koskaan

**Löydätkö tarvittaessa KSO:n sisäiset ohjeet helposti? \***

- Kyllä
- En
- En tarvitse sisäisiä ohjeita

**Minkä arvosanan antaisit KSO:n sisäisten ohjeiden käytettävyydelle (eli kuinka helposti ja nopeasti löydät tarvittavan ohjeen)? \***

- 1 Välttävä
- 2 Tyydyttävä
- 3 Hyvä
- 4 Erittäin hyvä
- 5 Erinomainen

**Ovatko KSO:n sisäiset ohjeet mielestäsi selkeät ja ymmärrettävät? \***

- Kyllä
- Ei

**Minkä arvosanan antaisit KSO:n sisäisten ohjeiden selkeydelle ja ymmärrettävyydelle? \***

- 1 Välttävä
- 2 Tyydyttävä
- 3 Hyvä
- 4 Erittäin hyvä
- 5 Erinomainen

**Kerrotaanko mielestäsi perehdytyksen yhteydessä riittävästi KSO:n sisäisistä ohjeista? \***

- Kyllä
- Ei
- En osaa sanoa

**Mistä saat tarvittaessa tietoa KSO:n sisäisistä ohjeista? Voit valita kaksi (2) vaihtoehtoa. \***

- Esihenkilöiltä
- Työkavereilta
- sPointista
- Workplacesta/Workchatistä
- Konttorilta/tukitoiminnoista
- Sähköpostilla
- Puhelimitse
- Omasta toimipaikasta löytyvistä ohjeistuksista
- Jostain muualta, mistä? \_\_\_\_\_

**Viestitäänkö KSO:n sisäisten ohjeiden muutoksista/päivityksistä mielestäsi riittävästi työntekijöille? \***

- Kyllä
- Ei
- En osaa sanoa

**Viestitäänkö KSO:n sisäisten ohjeiden muutoksista riittävän ajoissa? \***

- Kyllä
- Ei
- En osaa sanoa

**Missä toivoisit ensisijaisesti viestittävän KSO:n sisäisten ohjeiden muutoksista/päivityksistä? Voit valita kaksi (2) vaihtoehtoa. \***

- Esihenkilön kautta
- Ohjeiden alussa tieto päivityksistä
- Työsähköpostilla
- sPointissa
- Workplacessa/Workchatissä KSO yleinen ryhmässä
- Workplacessa/Workchatissä KSO oma kanava sisäisten ohjeiden viestintään
- Sisäiset tulostettavat tiedotteet
- Teams tai muut koulutukset
- Joku muu, mikä? \_\_\_\_\_

**Onko sPointissa olevat sisäiset ohjeet loogisesti jaoteltu alaryhmiin? \***

- Kyllä
- Ei
- Osittain
- En osaa sanoa

**Pitäisikö KSO:n sisäiset ohjeet olla vielä helpommin kaikkien työntekijöiden löydettävissä? \***

- Kyllä
- Ei, löytyvät jo riittävän hyvin

**Millä laitteella pääsisit helpoimmin lukemaan tarvittaessa sisäisiä ohjeita työpaikalla? \***

- Työpaikan tietokone/kannettava
- Työpuhelin
- Kamu



Tapa

Joku muu, mikä? \_\_\_\_\_

**Oletko käyttänyt KSO:n sPoint sivua mobiililaitteella? \***

Kyllä

Ei

**Mikä KSO:n sisäisissä ohjeissa on hyvää?**

---

---

**Mitä kehitettävää KSO:n sisäisissä ohjeissa on (esim. toteutuksessa, löydettävyydessä, käytettävyydessä tai toiminnallisuuksissa)?**

---

---

**Puuttuuko mielestäsi jostain aiheesta ohjeistus/pitäisikö jotain ohjetta kehittää tai päivittää?**

---

---

**Kauanko olet työskennellyt KSO:ssa? \***

0–2 vuotta

3–5 vuotta

6–10 vuotta

11–20 vuotta

Yli 20 vuotta

**Missä työskentelet pääasiallisesti? \***

Päivittäistavarakauppa (Prisma, S-market, Sale)

Majoitus- tai ravitsemistoiminta

Liikennemyymälä tai polttonestekauppa

Rauta-, maatalous- tai puutarhakauppa

Erikoiskauppa ja -palvelut (Sokos, Emotion, Hiuspalvelut yms.)

S-pankki

Markkinointi, viestintä, HR, tukitoiminnot, IT, kiinteistö

Hallinto

Joku muu

**Oletko \***

Esihenkilö tai apulaisesihenkilö

Vuorovastaava, myyntiryhmävastaava, vuoropäällikkö tai muu vastaava

Asiantuntija tai vastaava

Työntekijä

Johtotehtävissä tai hallinnossa

Joku muu

**Sukupuoli? \***

Nainen

Mies

Muu

**Ikä? \***

alle 20 v

20–30 v

31–40 v

41–50 v

yli 50 v

**Tietosuojaseloste (avautuu uuteen ikkunaan).**

[https://ksamk-my.sharepoint.com/:b:/g/personal/canho003\\_edu\\_xamk\\_fi/EXvTm-QUlqRBKuawbNufIGwMBoeJ5qnXmgDiRV1ihLf3oRA?e=1OAo6p](https://ksamk-my.sharepoint.com/:b:/g/personal/canho003_edu_xamk_fi/EXvTm-QUlqRBKuawbNufIGwMBoeJ5qnXmgDiRV1ihLf3oRA?e=1OAo6p)

**Muistathan palata takaisin kyselyyn ja lähettää vastauksesi.**

**Olen tutustunut tietosuojaselosteeseen ja hyväksyn tietojeni käytön tutkimuksessa. \***

**Jos haluat osallistua lahjakorttien arvontaan, täytä yhteystietosi. Yhteystietoja ei voida yhdistää kyselyn vastauksiin.**

Etunimi

Sukunimi

Matkapuhelin

Sähköposti

## **TUTKIMUSTIEDOTE**

### **Kymen Seudun Osuuskaupan sisäisten ohjeiden käytettävyyden kehittäminen**

#### **Tutkimuksen tekijät**

Anne Honkanen, opiskelija

Xamk - Kaakkois-Suomen ammattikorkeakoulu, Liiketalous, Patteristonkatu 3 D,  
50101 Mikkeli

Yhteyshenkilö tutkimukseen liittyvissä kysymyksissä:

Anne Honkanen, opiskelija Puh. +358 40 719 2773, canho003@edu.xamk.fi

#### **Tutkimuksen tarkoitus**

Tämän tutkimuksen tarkoituksena on selvittää sisäisten ohjeiden käytettävyyttä, saavutettavuutta sekä mitkä asiat vaikuttavat käyttäjäkokemukseen. Tutkimuksessa käytetään kyselylomaketta sekä haastatteluita.

#### **Pyyntö osallistua tutkimukseen**

Pyydämme sinua osallistumaan tähän tutkimukseen. Sinulla on mahdollisuus tehdä kysymyksiä tutkimuksesta, kun olet perehtynyt tähän tiedotteeseen ja tiedotteen liitteinä olevaan tietosuojaselosteeseen, mikäli tutkimuksessa käsitellään henkilötietoja. Tämän jälkeen sinulta pyydetään suostumus tutkimukseen osallistumisesta.

#### **Vapaaehtoisuus**

Tutkimukseen osallistuminen on täysin vapaaehtoista ja voit keskeyttää tutkimuksen koska tahansa. Mikäli keskeytät tutkimuksen tai peruutat suostumuksen, keskeyttämiseen ja suostumuksen peruuttamiseen mennessä kerättyjä tietoja ja näytteitä voidaan käyttää osana tutkimusaineistoa.

#### **Tutkimustuloksista tiedottaminen**

Tutkimustuloksia ja kerättyä aineistoa voidaan käyttää ja hyödyntää sellaisessa muodossa, jossa yksittäistä tutkittavaa ei voida tunnistaa. Kysymyksessä on opinnäytetyö, joka julkaistaan Theseuksessa.

#### **Tutkittavan oikeudet**

##### **Henkilötietojen käsittelyperuste: Tutkittavan suostumus**

Oikeus saada pääsy tietoihin

Oikeus oikaista tietoja

Oikeus tietojen poistamiseen (tietosuoja-asetus sisältää tutkimustarkoitukseen liittyvän erityisen poikkeuksen tähän liittyen)

Oikeus rajoittaa tietojen käsittelyä

Oikeus siirtää tiedot järjestelmästä toiseen (ei koske täysin manuaalista henkilötietojen käsittelyä)

##### **Henkilötietojen käsittelyperuste: Käsittely on tarpeen yleistä etua koskevan tieteellisen tutkimuksen suorittamiseksi**

Oikeus saada pääsy tietoihin

Oikeus oikaista tietoja