



LAHDEN AMMATTIKORKEAKOULU
Lahti University of Applied Sciences

INTRANETIN KÄYTTÄJIEN SUHTAUTUMINEN SOSIAALISEEN INTRANETIIN

Case: Yritys X

LAHDEN
AMMATTIKORKEAKOULU
Liiketalouden ala
Tietojenkäsittelyn koulutusohjelma
Opinnäytetyö
Syksy 2014
Maiju Rantanen

Lahden ammattikorkeakoulu
Tietojenkäsittelyn koulutusohjelma

RANTANEN, MAIJU:

Intranetin käyttäjien suhtautuminen
sosiaaliseen intranettiin
Case: Yritys X

Tietojenkäsittelyn opinnäytetyö, 86 sivua, 9 liitesivua

Syksy 2014

TIIVISTELMÄ

Tämän opinnäytetyön tarkoituksena on selvittää, miten intranetin käyttäjät suhtautuvat suhteellisen uuteen ilmiöön nimeltä sosiaalinen intranet. Käyttäjätutkimus suoritetaan case-yrityksen intranetin käyttäjille. Käyttäjien suhtautumista tarkastellaan lomakekyselyn sekä teemahaastattelun avulla. Opinnäytetyöstä on hyötyä yrityksille ja organisaatioille, jotka suunnittelevat sosiaalisen intranetin käyttöönottoa tai intranetin kehittämistä.

Opinnäytetyön teoriaosuudessa tarkastellaan intranetiä ja sisäistä viestintää yleisellä tasolla. Lisäksi perehdytään intranettiin sisäisen viestinnän välineenä, intranetin käytettävyyteen ja kehittämiseen sekä intranettiin kohdistuviin vaatimuksiin nykyisessä yritysmaailmassa. Sosiaalista intranetiä ja siihen liittyviä ominaisuuksia käsitellään yksityiskohtaisemmin ilmiön kokonaisvaltaisemman hahmottamisen tähden.

Opinnäytetyön tutkimusmenetelmä muodostuu kvalitatiivisen ja kvantitatiivisen menetelmän yhdistelmästä. Yritys X:n intranetin versiopäivityksen myötä intranet muuttuu entistä sosiaalisemmaksi. Käyttäjien suhtautumista sosiaaliseen intranettiin tutkitaan ennen versiopäivitystä, jotta voidaan selvittää, minkälainen on käyttäjien ennakkokäsitys sosiaalisesta intranetistä. Viestintäsuunnittelijan teemahaastattelun avulla saadaan kyselylomakkeen sisältöä tarkennettua. Toimeksiantajan toivomuksesta, kyselyssä kartoitetaan myös intranetin käyttäjätyytyväisyyttä. Tutkimustulokset analysoidaan induktiivisen päättelyn avulla.

Tutkimustulokset osoittivat, että Yritys X:n intranetin käyttäjät kokevat intranetin helppokäyttöiseksi ja ovat siihen melko tyytyväisiä. Intranetin sosiaaliset ominaisuudet eivät juuri kiinnostaneet vanhempaa henkilöstöä. Kokeneet intranetin käyttäjät suhtautuvat positiivisemmin sosiaaliseen intranettiin kuin käyttäjät, jotka käyttävät intranetiä harvemmin tai satunnaisesti. Tulosten perustella voidaan päätellä, että sosiaalinen intranet hyödyttää eniten sellaista yritystä tai organisaatiota, jonka henkilöstön keski-ikä ei ole korkea. Yritys X voi hyödyntää opinnäytetyön tutkimustuloksia jatkokehittäessään intranetiä tulevaisuudessa entistä käyttäjäystävällisemmäksi.

Asiasanat: intranet, sisäinen tiedotus, yhteisöviestintä, sosiaalinen media, käytettävyys, käyttäjätutkimus

Lahti University of Applied Sciences
Degree Programme in Information Technology

RANTANEN, MAIJU: Intranet users' attitude towards social
intranet
Case: Company X

Bachelor's Thesis in Information Technology, 86 pages, 9 pages of appendices

Autumn 2014

ABSTRACT

The purpose of this thesis was to find out how the intranet users in the case company would react to the relatively new phenomenon called the social intranet. The company is referred as Company X. The attitudes of the users were studied with a questionnaire and with an interview. This thesis is useful for companies and organizations that are planning to implement a social intranet or develop their intranet.

The theoretical part of the thesis examines the intranet and organizational communication in general. It also discusses the intranet as a tool for organizational communication, the intranet's usability and renewal, as well as how the intranet responds to the contemporary business world needs. The social intranet and related qualities are discussed in more a detailed way to picture the phenomenon better.

In the empirical section of the study a mixture of qualitative and quantitative approaches were utilized. Company X's aim was to update the intranet to be even more social. The attitudes of the users were studied before the update. In this way the users' preconception about the social intranet could be clarified. User satisfaction was examined as well. An electronic questionnaire and an interview were used as a data collection method. The Communications Designer's theme interview was chosen to support the questionnaire's content and results. Inductive reasoning was used as the method of analysis.

The results indicate that the users of the intranet in Company X are satisfied with the intranet as it is. The users also find the intranet user-friendly. The social features of the intranet are not very appreciated among the elder members of the personnel. Experienced users are most interested in the social intranet and its features. Based on the results of this study, it seems that the social intranet benefits most companies and organizations whose personnel's average age is not high. The result of the research can be used to improve Company X's intranet to become even more user-friendly in the future.

Key words: intranet, organizational communication, social media, usability, user survey

SISÄLLYS

1	JOHDANTO	1
2	TUTKIMUSTEHTÄVÄ	3
2.1	Tutkimuksen taustaa	3
2.2	Tavoitteet ja rajaus	4
2.3	Tutkimusmenetelmät	4
2.4	Tutkimusaineiston analyysi	5
2.5	Tutkimuskysymys	6
2.6	Viitekehys ja aikaisemmat tutkimukset	6
2.7	Case-yritys	8
3	INTRANET JA SISÄINEN VIESTINTÄ	9
3.1	Intranetin määritelmä	9
3.2	Intranet sisäisen viestinnän välineenä	10
3.3	Sisäisen viestinnän rooli ja tavoitteet	11
3.4	Sisäisen viestinnän ongelmat ja haasteet	13
3.5	Intranetin kehittäminen ja uudistaminen	14
3.6	Intranetviestinnän haasteet	15
3.7	Johdon tuki sisäisen viestinnän kehittämiseksi	17
3.8	Intranetin käyttö ja käytettävyys	18
3.9	Intranetiin kohdistuvat odotukset ja vaatimukset	19
4	SOSIAALINEN INTRANET	21
4.1	Yhteisölliset työkalut ja ominaisuudet	22
4.2	Sosiaalisen intranetin hyödyt	23
4.3	Sosiaalisen intranetin uhkakuvat	25
4.4	Atlassian Confluence intranetalustana	26
5	TUTKIMUKSEN SUORITTAMINEN	28
5.1	Teemahaastattelu	29
5.2	Kyselyn toteuttaminen	30
5.3	Kyselyyn liittyvät riskit	30
5.4	Aikataulu	31
6	TUTKIMUSTULOKSET	32
6.1	Teemahaastattelun tulokset	32
6.1.1	Sisäinen viestintä Yritys X:ssä	33

6.1.2	Sosiaalinen intranet	35
6.1.3	Intranetin käytettävyys ja käyttäjätyytyväisyys	37
6.1.4	Intranetin helppokäyttöisyys ja käyttökokemukset	38
6.1.5	Johdon tuki intranetin kehittämiseksi	39
6.2	Yhteenveto teemahaastattelun tuloksista	40
6.3	Kyselyn tulokset	41
6.3.1	Vastaajien taustatiedot	41
6.3.2	Helppokäyttöisyys ja käytettävyys	46
6.3.3	Sosiaalinen intranet	51
6.3.4	Intranetin toiminnallisuus ja ominaisuudet	60
6.3.5	Kehitysehdotukset ja avoin palaute	62
6.3.6	Johdon rooli intranetviestinnässä	64
6.4	Yhteenveto kyselyn tuloksista	65
7	JOHTOPÄÄTÖKSET	69
7.1	Sosiaalisen intranetin vierastaminen	70
7.2	Sosiaalisen intranetin kiinnostavuus	71
7.3	Käyttäjätyytyväisyys	71
7.4	Sisäisen viestinnän kehittäminen	73
7.5	Vertailu aikaisempiin tutkimustuloksiin	74
7.6	Kehitysehdotukset	75
8	YHTEENVETO	77
8.1	Tavoitteiden saavuttaminen	78
8.2	Tutkimuksen hyödynnettävyys	79
8.3	Validiteetti ja reliabiliteetti	80
8.4	Jatkotutkimus	80
	LÄHTEET	82
	LIITTEET	87

1 JOHDANTO

”...ajatellaan, että verkossa tai intranetissä tapahtuva viestintä on jotenkin astetta virallisempaa, koska se on ”kirjallista”. Tämä juuri nostaa kynnyistä osallistua spontaanisti keskusteluihin ja sisällöntuotantoon. Sen sijaan kynnys intranetiin kirjoitteluun ei pitäisi olla sen suurempi kuin työkavereiden kanssa jutusteluun toimistolla.” (Heiska 2013.)

Elämme sosiaalisten yhteisöjen maailmassa. Yhteisöllisyys on ajan trendi ja kaikki halutaan jakaa verkossa. Tämä ajatusmaailma on kulkeutunut myös työpaikoille. Niin kutsuttu sosiaalinen intranet hyödyntää sosiaalisesta mediasta tuttuja työkaluja. Sosiaaliset mediat ovat Internetin yhteisöpalveluita, jonne käyttäjät itse tuottavat sisältöä (Juholin 2009, 76). Sosiaalisessa intranetissä kannustetaan työntekijää avoimuuteen ja yhteisöllisyyteen (Heiska 2013). Yritysten intranetit ovat kehittymässä sosiaalisemmiksi ja panostavat tiimityöhön sekä kollaboraatioon. Etenkin vuosi 2013 on nähty sosiaalisen intranetin vuotena. Sosiaalinen intranet saattaa jopa korvata sähköpostin lähivuosien aikana. (Olander 2013.)

Yritykset päivittävät intranet-järjestelmiään kehittyneimpiin versioihin. Näin on päätetty tehdä myös Yritys X:ssä. Uusi päivitetty intranet tulee olemaan sosiaalisempi, avoimempi ja yhteisöllisempi kuin aiempi versio. Opinnäytetyössä tutkitaan miten käyttäjät suhtautuvat sosiaaliseen intranetiin ennen versiopäivitystä. Käyttäjäkyselyn avulla hahmotetaan intranetin käyttäjien suhtautumista intranetin sosiaalisiin ominaisuuksiin sekä kerätään samalla palautetta ja kehitysehdotuksia intranetin jatkokehitystä varten. Opinnäytetyön loppuosassa esitetään jatkotutkimusehdotus toimeksiantajalle.

Intranetin käyttäjäkysely on erittäin ajankohtainen case-yrityksen versiopäivityksen kannalta. Yritys X pyrkii myös tulevaisuudessa kehittämään intranetiään käyttäjäystävällisemmäksi. Case-yrityksessä on tuotu ilmi kehitysehdotuksia intranetin käytettävyyteen erityisesti intranetin päivittäjien taholta. Myös Yritys X:n IT-osaston henkilökunta on esittänyt useita kehitysehdotuksia.

Opinnäytetyöstä on toimeksiantajalle hyötyä, sillä käyttäjäkyselyn avulla voidaan pyrkiä kehittämään intranetiä tulevaisuudessa käyttäjäystävällisemmäksi (Heistman 2013). Työ on myös ajankohtainen, sillä intranetin merkitys yritysmaailmassa on kasvussa. Nykypäivänä intranetiltä vaaditaan paljon, eikä se ole enää vain intranet, vaan pikemminkin sosiaalisen median kaltainen yhteistyöalusta (Heiska 2013).

Tämä opinnäytetyö käsittelee Yritys X:n intranetin käyttäjien suhtautumista sosiaaliseen intranetiin. Opinnäytetyössä kuvataan suhtautumista intranetiin ennen versiopäivitystä. Näin voidaan muodostaa käsitys käyttäjien mieltymyksistä ja ennakkokäsityksestä ennen varsinaisen versiopäivityksen toteutumista. Käyttäjien suhtautumista tutkitaan Yritys X:n henkilöstölle sähköpostitse lähetettävällä lomakekyselyllä. Lisäksi käyttäjäkyselyn tueksi on valittu yhden työntekijän teemahaastattelu. Teemahaastattelun avulla saadaan myös kyselylomakkeen sisältöä tarkennettua. Työn toimeksiantaja Yritys X toivoo saavansa opinnäytetyöstä arvokasta tietoa käyttäjien mielipiteistä ja tyytyväisyydestä. Mielipiteiden avulla voidaan pyrkiä jatkokehittämään intranetiä. Työn teoriaosuudessa käsitellään intranetiä ja sisäistä viestintää, intranetin käytettävyyttä ja kehittämistä sekä intranetiin kohdistuvia vaatimuksia nykyisessä yritysmaailmassa. Sosiaalinen intranet on opinnäytetyön ydin ja sitä käsitellään teoriaosuudessa yksityiskohtaisemmin.

2 TUTKIMUSTEHTÄVÄ

Opinnäytetyössä tutkitaan intranetin käyttäjien suhtautumista sosiaaliseen intranetiin. Suhtautumista tutkitaan kyselylomakkeen ja teemahaastattelun avulla. Teemahaastattelun aineisto raportoidaan ja analysoidaan teemoittelun avulla. Kyselyn aineistoa analysoidaan koodauksen ja ristiintaulukoinnin avulla. Työssä hyödynnetään induktiivista päättelyä, joka lähtee liikkeelle yksittäisestä havaintojoukosta muodostaen siitä yleistyksen (Hirsjärvi & Hurme 2001, 25).

2.1 Tutkimuksen taustaa

Työn toimeksianto tapahtui joulukuussa 2013, jolloin Yritys X:ään oli suunnitteilla intranetin julkaisujärjestelmän versiopäivitys. Päivitysversion testauksessa ilmeni testiversiossa lukuisia puutteita. Puutteiden ansiosta versiopäivitys lykkääntyi useita kuukausia. Tällöin toimeksiantajalle syntyi idea intranetin käyttäjiin kohdistuvasta tutkimuksesta. Yrityksen IT-osasto vastaa kaikesta intranetiin ja toimintajärjestelmään liittyvästä teknisestä testauksesta.

Yritys X:n viestintäosasto on päävastuussa intranetin sisällön päivittämisestä ja ajankohtaisten uutisten julkaisemisesta. Näiden lisäksi viestintäosasto koordinoi kaikki sisäiseen viestintään liittyvät asiat intranetissä. Varsinaisen versiopäivityksen Yritys X:lle toimittaa ohjelmiston suomalainen toimittajayritys, jonka jälkeen IT-osasto hoitaa intranetin päivityksen. (Heistman 2013.)

Opinnäytetyön aihe on kiinnostava siksi, että sen avulla voidaan tarkastella käyttäjien suhtautumista muuttuvan intranetin maailmaan. Onko sosiaalisempi intranet juuri sitä, mitä käyttäjät toivovat ja tarvitsevat vai pysyttelisivätkö he mieluummin vanhassa intranetissä? Koska elämme jatkuvasti kehittyvän intranetin aikaa, on tärkeää tutkia sitä, ovatko itse intranetin käyttäjät tyytyväisiä nykykehityksen suuntaukseen vai onko ajan trendi vain kehittelijöiden oma mieltymys.

Opinnäytetyön aihe on myös tekijälleen tärkeä, sillä tulevaisuudessa työelämässä intranetin merkitys ja kehittäminen ovat mahdollisesti yhä suuremmassa asemassa. Lisäksi intranetin parissa työskentelevien henkilöiden määrä yrityksissä oletettavasti kasvaa intranetin kehittymisen myötä. Opinnäytetyöstä on hyötyä

muille yrityksille tai organisaatioille, jotka suunnittelevat sosiaalisen intranetin käyttöönottoa tai intranetin kehittämistä.

Yritys X:ssä on tehty aikaisemmin intranetin käyttäjätyytyväisyystutkimus opinnäytetyön muodossa. Aikaisempi tyytyväisyystutkimus liittyy kuitenkin osittain vanhaan intranet-järjestelmään, joka on ollut käytössä viimeksi vuonna 2011. Kyseinen vanha intranet ei ollut sosiaalinen intranet vaan niin kutsuttu ensimmäisen sukupolven intranet. Koska tässä opinnäytetyössä käsitellään vain Atlassian Confluence -julkaisujärjestelmällä toteutettua intranetiä, ei vuoden 2011 intranetin käyttäjätyytyväisyyttä käsitellä. Aikaisemman kyselyn sisältöä voidaan kuitenkin osittain hyödyntää uutta kyselyä muotoiltaessa.

2.2 Tavoitteet ja rajaus

Opinnäytetyön tavoitteena on saada aikaiseksi luotettava tutkimustulos käyttäjien suhtautumisesta sosiaaliseen intranetiin ja muodostaa tulosten pohjalta yleistyksiä, siltä osin kun se on mahdollista. Lisäksi tavoitteena on raportoida esille tulevia kehitysehdotuksia. Toimeksiantajan hyötyminen saaduista tutkimustuloksista on opinnäytetyön pääasiällisin tavoite. Opinnäytetyöstä on tarkoitus saada käyttökelpoista tietoa case-yritykselle intranetin helppokäyttöisyydestä ja käytettävyydestä jatkokehitystä varten.

Tutkimuksen aihealue käsittää intranetin, sisäisen viestinnän ja sosiaalisen intranetin tarkastelun sekä teemahaastattelun ja lomakekyselyn käyttäjien suhtautumisesta. Tutkimustulosten perusteella laaditaan toinen kyselylomake toimeksiantajalle jatkotutkimusta varten. Jatkotutkimuksen toteutus on rajattu tämän tutkimuksen ulkopuolelle. Opinnäytetyössä ei käsitellä varsinaisen julkaisujärjestelmän versiopäivitystä teknisestä näkökulmasta.

2.3 Tutkimusmenetelmät

Opinnäytetyö pohjautuu kerättyyn aineistoon. Aikaisempien tutkimuksien ja kirjallisuuden lisäksi aineistoa kerätään haastattelemalla case-yrityksen henkilöstöä kyselylomakkeen avulla. Lisäksi tietoa kerätään eräältä intranetin

päivittäjältä teemahaastattelun muodossa. Osa lähdeaineistosta on kerätty työharjoittelujakson aikana henkilökohtaisten tiedonantojen muodossa.

Kyseessä on kvalitatiivista ja kvantitatiivista tutkimusmenetelmää yhdistävä tutkimus. Käyttäjäkyselyn tutkimustulosten esittämisessä hyödynnetään kvantitatiivisen tutkimuksen ominaispiirteitä. Kyselylomakkeen sisältöä tukemaan on valittu yhden henkilön teemahaastattelu, joka puolestaan vahvistaa opinnäytetyön kvalitatiivisuutta. Opinnäytetyössä pyritään ymmärtämään kokonaisvaltaisemmin tutkittavaa ilmiötä. Tutkittava ilmiö on sosiaalinen intranet ja miten se koetaan case-yrityksessä.

Tutkimuksen toimeksiantoon sisältyy Webropol-sovelluksen hyödyntäminen käyttäjäkyselyn toteuttamiseksi Yritys X:ssä. Opinnäytetyön toteuttamiseen käytössä olevat resurssit edellyttävät Webropol-sovelluksen käyttöä, joka on toimeksiantajalla jo käytössä. Webropol-sovelluksella voidaan luoda helposti ja nopeasti online-kyselyitä ja kerätä palautetta. Teemahaastattelun tuloksista johdetaan ideoita varsinaisen kyselyn sisältöön. Lisäksi teemahaastattelusta saadaan esitietoa käyttäjien suhtautumisesta sosiaaliseen intranettiin. Teemahaastattelua ja kyselyä tarkastellaan tarkemmin luvussa 5.

2.4 Tutkimusaineiston analyysi

Opinnäytetyössä hyödynnetään induktiivista päättelyä. Induktiivinen päättely lähtee liikkeelle yksittäisestä havaintojoukosta ja muodostaa siitä yleistyksen (Hirsjärvi & Hurme 2001, 25). Teemahaastattelun aineisto analysoidaan teemoittelun avulla, sillä teemahaastattelu on osa opinnäytetyön kvalitatiivista tutkimusmenetelmää. Laadullisen aineiston analysointi ja tulkinta on luontevaa teemoittelun avulla. Teemoittelulla tarkoitetaan aineiston ryhmittelyä muodostuneiden aihepiirien mukaan. (Saaranen-Kauppinen & Puusniekka 2006.) Tässä opinnäytetyössä muodostetaan erilaisia teemoja aikaisemman kirjallisuuden perusteella. Näitä teemoja hyödynnetään myös teemahaastattelussa ja kyselyssä. Teemahaastattelun ja kyselyn tuloksista puolestaan järjestellään teemat uudelleen. Opinnäytetyössä muodostetaan siis teemoja aineistolähtöisesti. Varsinaista koodausta teemojen muodostamiseksi ei ole tarpeellista käyttää, sillä teemat löytyvät aineistosta hyvin selkeästi. Lisäksi aineiston kokoamiseen ei tarvita

teemakortistoa, sillä teemahaastattelu tehdään vain yhdelle henkilölle (Saaranen-Kauppinen & Puusniekka 2006). Teemahaastattelu litteroidaan, jonka jälkeen haastattelun tulokset jaetaan eri teemojen alle. Teemahaastattelun tulosten järjestämiseen käytetään apuna tekstinkäsittelyohjelmaa.

Kyselylomakkeen tuloksia raportoidaan pääsääntöisesti määrällisesti kuvioiden ja taulukoiden muodossa. Avoimia kysymyksiä tarkastellaan yksityiskohtaisemmin. Lisäksi aineistoa analysoidaan koodaamalla eli etsimällä yhteneviä tekstirivejä vastausten joukosta. Induktiivisen päättelyn avulla muodostetaan aineistosta johtopäätöksiä. Kyselyn tuloksista pyritään etsimään ilmiöiden välisiä vaikutussuhteita, tämä tapahtuu ristiintaulukoinnin avulla.

2.5 Tutkimuskysymys

Opinnäytetyön päätutkimuskysymys on: **”Minkälainen on intranetin käyttäjien ennakkokäsitys sosiaalisesta intranetistä?”** Tutkimuskysymys on tyypiltään kuvaileva, sillä se kuvaa ilmiön luonnetta ja tunnuspiirteitä sekä vastaa kysymykseen ”minkälainen”. Kyseessä on deskriptiivinen tutkimus, joka kuvailee kohteen lisäksi sen piilossa olevaa rakennetta tai sen aiempaa kehittymistä. Muita käsiteltäviä apukysymyksiä, joita käsitellään opinnäytetyön teoriaosassa, ovat:

- Mitkä ovat intranetille asetetut vaatimukset nykypäivänä?
- Mitkä tekijät vaikuttavat intranetin helppokäyttöisyyteen ja käytettävyyteen?
- Miten johdon tuki vaikuttaa intranetin kehittämiseen?

2.6 Viitekehys ja aikaisemmat tutkimukset

Opinnäytetyön viitekehys selvittää lukijalle näkökulman, jota tässä nimenomaisessa työssä käytetään. Viitekehys sisältää aiempaan tutkimuskirjallisuuteen perehtymisen, keskeisten käsitteiden määrittelemisen sekä tutkimuksen lähestymistavan kuvaamisen. (Virsta 2006.)

Opinnäytetyö on rajattu käsittelemään sosiaalista intranetiä ja sisäistä viestintää sekä intranetin käyttäjien suhtautumista intranettiin case-yrityksessä. Tutkimus

pohjautuu kerättyyn aineistoon. Tutkimuksen teoriaosuudessa määritellään sisäinen viestintä, intranet ja sosiaalinen intranet käsitteinä sekä perehdytään aiempiin teorioihin intranetin käytettävyydestä ja käyttöönotosta. Lisäksi käydään läpi intranetiin kohdistuvat vaatimukset ja kehityksen suuntaus nykypäivänä. Intranetin päivitetystä versiossa olevien uusien sosiaalisten työkalujen ja toimintojen kautta hahmotetaan yksityiskohtaisempia haastattelukysymyksiä lomakekyselyyn.

Opinnäytetyön kirjallisessa osassa esiintyy käsitteitä, jotka avataan lukijalle aina käsitteen esiintymisen mukaan. Keskeisimmät käsitteet ovat intranet, sisäinen viestintä, sosiaalinen intranet ja sähköinen viestintä. Varsinaista käsitelueteloa ei tässä työssä ole tarpeellista käyttää. Viitekehysten graafinen malli kuvaa opinnäytetyön keskeisimpiä osa-alueita, joista muodostuu koko työn sisältö (KUVIO 1).



KUVIO 1 Opinnäytetyön kokonaisuutta kuvaava viitekehys.

Opinnäytetyön taustalla on aikaisempien tutkimusten pohjalta muodostunut käsitys siitä, että intranetin käyttäjätyytyväisyyteen vaikuttaa intranetin hyödyllisyys, helppokäyttöisyys (Phelps & Mok 1999, 49) ja se, että käyttäjät pystyvät ymmärtämään uuden teknologian vasta sitten, kun pääsevät itse käyttämään sitä (Stenmark 2006, 124). Lisäksi aikaisemmissa tutkimuksissa on havaittu, että johdon tuella on vaikutusta intranetin käyttöön (Phelps & Mok 1999, 47). Tärkeimmät aineistot opinnäytetyössä ovat haastattelun ja kyselyn tulokset. Kirjallisuuskatsauksessa on löytynyt aikaisempia tieteellisiä tutkimuksia intranetin käytettävyydestä ja käyttöönoton epäonnistumisesta ja riskeistä. Opinnäytetyössä käytetään hyväksi yleistä teoriaa intranetin käytettävyydestä.

2.7 Case-yritys

Opinnäytetyön case-yritys on eräs eteläsuomalainen energiayhtiö. Yritys X:n ydintoiminta on tuottaa ja tarjota kaukolämpöä ja sähköä Suomessa asuville asiakkaille. Yhtiön päätuotteita ovat yhteistuotannolla tuotettu sähkö ja kaukolämpö. Yhtiö tuottaa sähköä ja lämpöä voimalaitoksillaan Etelä-Suomessa. Sähköä ja kaukolämpöä tuotetaan osittain kierrätyspolttoaineesta, jonka raaka-aineena on energiajäte. Yksi voimalaitoksista tuottaa sähköä ja prosessihöyryä ympärillä sijaitsevan teollisuuden tarpeisiin. (Yritys X 2014.)

Yritys X hankkii sähköä myytäväksi myös osakkuuksiensa kautta muista energiayhtiöistä, lisäksi sähköä ostetaan pörssistä. Uusiutuvalla energialla tuotetun sähkön osuus Yritys X:n myynnistä on jopa 30 %. Sähkön siirtoverkosta huolehtii Yritys X:n tytäryhtiö. Yritys X on perustettu vuonna 1907. (Yritys X 2014.)

Yritys X tuottaa suurimman osan energiastaan lämmön ja sähkön yhteistuotantona, jolloin saavutetaan ympäristön kannalta paras lopputulos. Kun tavallisesti sähköntuotannon yhteydessä syntyvä lämpö jää hukkaenergiaksi, yhteistuotannossa se otetaan talteen ja käytetään kaukolämmitykseen. Kaikki tämä vähentää merkittävästi ympäristön kuormitusta. Yhteistuotannolla syntyvää sähköä nimitetään hyötysähköksi. (Yritys X 2014.)

Yritys X:n liikevaihto on noin 183,3 miljoonaa euroa. Henkilöstöä yrityksessä on tällä hetkellä 254. Sähköasiakkaita yrityksellä on 89107 ja kaukolämpöverkkoa yli 600 km. (Yritys X 2014.)

3 INTRANET JA SISÄINEN VIESTINTÄ

Intranet ja sisäinen viestintä liittyvät nykypäivänä hyvin paljon toisiinsa. Joissakin yrityksissä lähes kaikki sisäinen viestintä tapahtuu intranetin välityksellä.

Intranetin kautta tieto saavuttaa yhtiön henkilöstön helposti ja nopeasti. Lisäksi intranetin toimivuus tiedostojen ja lomakkeiden varastoimispaikkana on lisännyt sen hyödyllisyyttä ja käytettävyyttä. (Pesonen 2012, 150–151.) Intranetin suosion kasvettua myös sosiaaliset työkalut ja ominaisuudet ovat löytäneet oman paikkansa yhteisöviestinnän verkkopalveluissa (Olander 2013).

Nykyään intranetin ominaisuuksien monipuolistumisen myötä tulisi yrityksissä myös panostaa sisäisen viestinnän rooliin ja tavoitteisiin. Erityisesti muutos- tai kriisitilanteissa tulisi toiminta sisäisessä viestinnässä olla etukäteen tarkkaan harkittua. (Ikävalko 1995, 113; Kuivalahti & Luukkonen 2003, 86.)

Vaikka intranet koetaan sisäisen viestinnän välineenä helpoksi työkaluksi, liittyy siihen myös eräänlaisia riskejä ja uhkia. Sähköisiä työvälineitä ei välttämättä ymmärretä hyödyntää tarpeeksi ja saattaa myös olla, että osaamisen tasossa on puutteita (Hurme 2001, 72; Olander 2013).

Sisäistä viestintää tulisi kehittää yhdessä intranetin kehittämisen rinnalla. Johdon tuella on erityinen merkitys sisäisen viestinnän kehittymiselle. (Tervola 2008.) Lisäksi johto voi toimia esimerkkinä muulle henkilöstölle sisäisen viestinnän osajana intranetissä (Kuivalahti & Luukkonen 2003, 58). Intranetin kehittämisen myötä siihen kohdistuu myös vaatimuksia ja odotuksia. Nykyisessä tietoteknisesti kehittyneessä maailmassa tulisi kaiken toimia nopeasti, hyvin ja helposti. Intranetin käyttäjät odottavat yhä parempia ominaisuuksia ja parempaa käytettävyyttä työyhteisöjen verkkopalveluilta (Tanni 2008; Olander 2013).

3.1 Intranetin määritelmä

Intranet on yhteisön tai organisaation sisäiseen käyttöön tarkoitettu verkkopalvelu tai verkkosivusto. Nykypäivänä intranet löytyy lähes jokaisesta suuremmasta yrityksestä. Intranetiä käytetään pääasiassa yrityksen tai yhteisön sisäiseen viestintään. (Lehmuskallio 2010.)

Nuutisen (1998) mukaan intranetillä ei kuitenkaan ole mitään yleispätevää tai yksiselitteistä määritelmää, koska se on suhteellisen uusi käsite. Intranet on kuitenkin yleistynyt ja muuttunut paljon viime vuosikymmenten aikana, jolloin voidaan yleistää ainakin sen perusominaisuudet sitä määriteltäessä. Intranetiä kuvailtaessa voidaan yleistää määritelmäksi se, että intranet on ainoastaan henkilöstön käyttöön rajattu suojattu verkkopalvelu, joka hyödyntää Internet-teknologiaa (Tilastokeskus 2014). Sosiaalisen median suosion kasvu on vaikuttanut myös intranetin kehitykseen. Nykyisin yritysten intranet voikin olla hyvin paljon sosiaalisen median palvelun kaltainen (Olander 2013).

3.2 Intranet sisäisen viestinnän välineenä

1990-luvulla yritykset alkoivat luoda intranet-ratkaisuja Internet-teknologian yleistymisen myötä. Intranet syntyi tarpeeseen erottaa yrityksen sisäiset asiat Internetin valtavasta tietomäärästä. Intranetin alkuperäisenä tarkoituksena oli helpottaa tiedonsiirtoja ja edistää osaamista yrityksen sisällä. (Samela 1997, 11–12.) Vielä 1990-luvun lopulla intranetiin kuitenkin suhtauduttiin hyvin vastahakoisesti. Tuolloin intranetin sisältö koostui lähinnä johdon raporteista tai oli henkilöstöosaston dokumenttien jakeluväline (Vihtonen 2013).

Sisäisellä viestinnällä tarkoitetaan kaikkea yrityksen sisällä tapahtuvaa viestintää. Sisäinen viestintä on yritysjohdon tärkein tehtävä, sillä sisäisen viestinnän avulla henkilöstö tunnistaa organisaation toiminta-ajatuksen, arvot, vision ja strategian. (Kauhanen 2010, 176.) Sisäinen viestintä voi olla tuloksen tekemiseen liittyvää viestintää tai työyhteisön toimintaa koskevaa viestintää. Sisäinen viestintä voi olla sekä nykyhetkeen liittyvää viestintää että tulevaa keskittynyttä viestintää. Lisäksi sisäinen viestintä voi liittyä menneisiin asioihin. (Åberg 2000, 96). Sisäisen viestinnän tarkoitus on vahvistaa oikeaa yrityskuvaa työntekijöille ja sitä kautta tukea yrityksen toimintaa motivoimalla työntekijöitä yhteisöllisyyteen (Siukosaari 1992, 45).

Nykyisin sisäisen viestinnän välineinä organisaatioissa toimii useasti sähköposti ja intranet. Sähköistä viestintää kutsutaan myös tietokonevälitteiseksi viestinnäksi tai digitaaliseksi viestinnäksi. Näihin lukeutuvat sähköposti, WWW, videokonferenssi ja multimedia. Tietokonevälitteisessä viestinnässä henkilöt

kommunikoivat ja viestivät toistensa kanssa tietokoneiden avulla. (Hurme 2001, 72.)

Intranet on kehittynyt valtavasti sisäisen viestinnän välineenä. Nykyisin intranetiä ei vierasteta kuten 1990-luvulla. Joissakin yrityksissä intranet on voinut jopa korvata sähköpostin käytön kokonaan. Sähköpostin korvaaminen onkin monien yritysten tavoitteena, sillä sähköpostitse lähetettävien tiedostojen määrä on erittäin suuri. Sähköpostien läpikäymiseen kuluu myös tehokasta työaika, jota voitaisiin helposti säästää siten, että tiedostot olisivat saatavilla intranetistä. Sähköposti ei juuri toimi nopeana kommunikointikanavana (Heiska 2013). Usein sähköposteihin vastataan vasta muutaman päivän kuluttua. Nykyisten intranet-järjestelmien mahdollisuudet tuovat keinon tähänkin ongelmaan. Esimerkiksi sosiaalisen intranetin tarjoama Chat-työkalu nopeuttaisi kommunikointia ja näin ollen tehostaisi työaika. (Olander 2013.)

Intranetin avulla voidaan hallita, päivittää ja säilyttää suuria tietomääriä, jotka ovat eri käyttäjäryhmien saatavilla samanaikaisesti. Tästä syystä intranet on erittäin hyödyllinen yrityksen sisäiselle viestinnälle. (Pesonen 2012, 150.) Muita intranetin hyötyjä ovat mm. se, että intranet soveltuu niin pienille kuin suuremmillekin yrityksille ja sen ylläpitokustannukset ovat yleensä pienet. Lisäksi intranetiä on helppo päivittää tarpeen vaatiessa. Suurimmissa yrityksissä tiedottaminen on nopeaa ja monipuolista intranetin eri käyttäjäryhmien ansiosta. (Pesonen 2012, 151.)

3.3 Sisäisen viestinnän rooli ja tavoitteet

Sisäisen viestinnän rooli ja tavoitteet ovat tärkeässä asemassa organisaatiossa etenkin muutostilanteessa (Ikävalko 1995, 113). Muutos organisaatiossa voi vaikuttaa työyhteisön luotettavuuteen tai maineeseen (Juholin 1999, 216; Åberg 2000, 241). Intranetin merkitys muutosjohtamisessa on erityinen, sillä sen kautta voidaan viestiä muutosprosessista tehokkaasti ja lisäksi sen avulla henkilöstö voi purkaa omia tuntemuksiaan esimerkiksi keskustelu- tai kommentointityökaluilla (Kuivalahti & Luukkonen 2003, 86).

Sisäisen viestinnän tavoitteina voidaan pitää esimerkiksi yhteistyötä ja avoimuutta. Jäykkä organisaatorakenne rajoittaa yrityksen sisäisen viestinnän tavoitteiden saavuttamista. Myös yritysjohdon on näytettävä esimerkkiä muille yhteistyöstä ja avoimuudesta. (Ogneva 2011.) Åberg (2000, 21) muistuttaa, että asia on kaksisuuntainen: viestinnän tehtävä on puolestaan tukea työyhteisön tavoitteiden saavuttamista.

Viestinnälle asetetut tavoitteet voivat olla joko määrällisiä tai laadullisia. Esimerkiksi sisäisen tiedottamisen parantaminen siten, että viestintätyytyväisyys kasvaa, on laadullinen tavoite. Jonkin informaation tiivistäminen esimerkiksi siten, että se vie vähemmän tilaa vaikkapa intranetissä, on puolestaan määrällinen tavoite. (Ikävalko 1995, 16; Åberg 2000, 269–270.) Mikäli yrityksessä ei ole määritelty mitenkään sisäisen viestinnän tavoitteita, voi muutos- tai kriisitilanteissa aiheutua vakavia ongelmia. Viestinnän tavoitteet tulisi määritellä mahdollisimman konkreettisesti, sillä niiden avulla voidaan määritellä toimintasuunnitelma esimerkiksi juuri kriisi- ja muutostilanteita varten. Lisäksi tavoitteiden toteuttamiseen tarvitaan selkeä taktiikka, eli miten erilaisissa viestintätilanteissa toimitaan. (Ikävalko 1995, 113.) Mikäli viestinnälle ei ole asetettu tavoitteita, ei myöskään voida arvioida viestinnällä saavutettuja tuloksia. Laadulliset tavoitteet kattavat usein pitemmän aikavälin suunnitelmat, kun taas määrälliset tavoitteet tähtäävät enemmän lähitulevaisuuteen. Sekä laadullisia että määrällisiä tavoitteiden saavuttamista voidaan mitata. Määrällisten tavoitteiden mittaaminen on luonnollisesti helpompaa kuin laadullisten. (Ikävalko 1995, 17.)

Viestinnän tavoitteiden tulisi pohjautua organisaation strategiaan. Toisin sanoen viestintästrategia tukeutuu organisaation liiketoimintastrategiaan. Silloin kun organisaatiolla on selkeät viestinnälliset tavoitteet, myös erinäiset viestinnän osa-alueet onnistuvat, mutta mikäli viestintästrategia on irrallinen organisaation toiminnasta, ei viestintäkään toimi. (Ikävalko 1995, 17.) Yrityksen tulee itse asettaa sisäisen viestinnän tavoitteensa osaksi organisaatiostrategiaa (Juholin 1999, 107–110).

3.4 Sisäisen viestinnän ongelmat ja haasteet

Sähköisen viestinnän välineiden käyttö sisäisessä viestinnässä saattaa aiheuttaa erilaisia haasteita. Joskus sähköisiä välineitä ei ymmärretä hyödyntää tarpeeksi tai mikäli niitä hyödynnetään, saattaa hyödyntäminen olla epätehokasta.

Epätehokkuudella tarkoitetaan tässä esimerkiksi sitä, että sähköpostia kuormitetaan turhaan tiedostoilla, jotka olisivat helposti ladattavissa intranetistä. (Hurme 2001, 72; Olander 2013.)

Eryityisesti vanhanaikaisessa virastomaisessa työyhteisössä, jossa henkilöstön keski-ikä on korkeahko, saattaa sähköisten viestinnän välineiden käyttö olla rajoittunutta tai niiden mahdollisuuksia sisäisessä viestinnässä ei ymmärretä (Heistman 2013). Viestintäkulttuuri onkin riippuvainen siitä, minkälainen itse organisaatio on (Juholin 1999, 63).

Dozier, Grunig & Grunig (1995, 17–18) tyypittelivät organisaatiokulttuurin aikoinaan kahteen eri osaan: osallistavaan ja autoritaariseen kulttuuriin.

Osallistavalle kulttuurille ominaisia piirteitä ovat avoimuus, tiimit, tasa-arvoisuus, yhteinen päätöksenteko sekä vastuunotto. Osallistava kulttuuri luo erinomaiset edellytykset viestinnälle. Autoritaariselle kulttuurille on puolestaan ominaista keskitetty päätöksenteko, kontrolli, valvonta, sulkeutuneisuus ja menneeseen sitoutuminen.

Sisäisen viestinnän niin kutsutut sudenkuopat ovat mm. puutteellinen johdon tuki, puutteellinen tiedottaminen kriisitilanteissa, huhut, sisäisen ja ulkoisen viestinnän sisällön eroavaisuudet, väärrien tiedotuskanavien käyttö, viestinnän puutteellinen suunnittelu sekä puutteellinen viestintä muutosprosesseissa. (Ikävalko 1995, 47; Tervola 2008.)

Wiio (1998, 214) jaottelee viestinnässä ilmenevät häiriöt neljään eri tyyppiin: esteisiin, katoon, vääristymään ja kohinaan. Kyseessä ovat ns. Wiion lait inhimillisestä viestinnästä. Wiio pitää onnistunutta viestintää lähinnä sattumankauppana. Wiion ajatusmaailma perustuu siihen, että viestinnässä on lukuisia häiriötekijöitä ja myös lukuisia epäonnistumiseen johtavia mahdollisuuksia. (Wiio 1998, 224.) Esteillä Wiio tarkoittaa sanoman perille menemisen epäonnistumista. Tämä voi johtua esimerkiksi siitä, että sanoma on

lähetetty väärään osoitteeseen tai se voi myös hukkua matkalla. Kadolla tarkoitetaan sanoman häviämistä vasta sen jälkeen, kun se on toimitettu perille. Kato liittyy sanoman vastaanottajan puutteelliseen tietojenkäsittelytaitoon. Vääristymällä tarkoitetaan sanoman virheellistä tulkintaa. Vääristymä voi johtua esimerkiksi siitä, että sanoman sisältö on liian monimutkainen. Kohinalla tarkoitetaan sanomaan sekoittuvaa ulkopuolista informaatiota, joka voi esimerkiksi olla melua, jolloin vastaanottajan vastaanottokyky häiriintyy. (Wiio 1998, 213–222.)

Sisäisen viestinnän kehittäminen on nähtävä jatkuvana prosessina yrityksessä niin johdon kuin viestintätyöntekijöidenkin osalta. Myös muun henkilöstön tulisi sitoutua toimimaan työssä siten, että sisäinen viestintä onnistuisi parhaalla mahdollisella tavalla. (Safko & Brake 2009, 677.)

3.5 Intranetin kehittäminen ja uudistaminen

Intranetin nopean yleistymisen myötä se on noussut viime vuosina tärkeimmäksi sisäisen viestinnän välineeksi yrityksissä. Vaikka intranet on kehittynyt paljon ja muuttunut yhteisölliseksi foorumiksi, on sen kehittäminen nyt ajankohtaisempaa kuin koskaan. (Juholin 2009, 77.) Koska elämme jatkuvan nopeatempoisen teknologisen kehityksen maailmassa, on tärkeää pysyä mukana kehityksessä myös intranetin osalta (Olander 2013).

Intranetin avulla voidaan tehostaa monia yrityksen prosesseja tai käytäntöjä. Usein käyttäjien tarpeet ovat moninaisia, etenkin suuremmissa organisaatioissa. Tämä asettaa intranetin kehittämislle haasteita, sillä monipuolisuus saattaa johtaa tarpeeseen integroida intranet muihin erilaisiin järjestelmiin (Phelps & Mok 1999, 49; Kuivalahti & Luukkonen 2003, 157). Myös tekniset valmiudet tulee ottaa huomioon intranetiä kehitettäessä tai uudistettaessa. Esimerkiksi järjestelmän skaalautuvuus tai mobiilikäyttö ovat nykyajan vaatimuksia. (Kuivalahti & Luukkonen 2003, 157.)

Teknisten vaatimusten lisäksi on tärkeää ymmärtää intranetin kehittämistä myös liiketoiminnan kannalta. Lisäksi tulee ottaa huomioon erilaisten organisaatiosyksiköiden tarpeet. Ennen intranetin päivitystä tai uuden järjestelmän

käyttöönottoa tulee teknisten edellytysten olla ehdottomasti kunnossa, jotta käyttöönotto sujuisi mahdollisimman luontevasti. (Kuivalahti & Luukkonen 2003, 158; Phelps & Mok 1999, 49.)

Intranetin uudistaminen on ajankohtaista viimeistäänkin silloin, kun intranet ei enää palvele käyttäjiään. Tällainen tilanne syntyy yleensä silloin, kun intranet on muuttunut pelkäksi arkistoksi tai säilytyspaikaksi ja sen rakennepuu on monimutkainen ja epälooginen. Yleensä intranetin uudistamisella tavoitellaan kokonaisvaltaisempaa sisäisen viestintäkanavan tehostamista sekä verkostoitumista ja yhteisöllisyyttä. (Kuivalahti & Luukkonen 2003, 61; Ambientia 2012.)

Intranetin tehokkaaseen käyttöönottoon liittyy useita haasteita. Erityisesti henkilöstön perehdyttäminen muutoksiin tai henkilöstön auttaminen pois aiemmista toimintatavoista on erittäin tärkeää intranetin kehitysprojekteissa (Phelps & Mok 1999, 49; Kuivalahti & Luukkonen 2003, 58). Kun intranettiin rakennetaan uusia toiminnallisuuksia, tulee henkilöstö perehdyttää asiaan. Intranet tulisi nähdä yhtenä organisaation osana, jonka avulla yrityksen erilaiset toiminnot voivat viestiä ja toimia yhteistyössä. (Kuivalahti & Luukkonen 2003, 58.)

3.6 Intranetviestinnän haasteet

Suurin intranetin viestinnällinen haaste on työntekijöiden asenteissa, sillä usein intranet nähdään vain viestintäkanavana, ei niinkään vuorovaikutuksen edesauttajana. Intranetin haasteet liittyvät myös sen käyttöön ja käytettävyyteen. Intranetviestinnän haasteet voidaan jakaa kuuteen eri osa-alueeseen:

1. Tekniikka ja teknologia
2. Digitaalisen viestinnän osaaminen
3. Toimintaprosessin tuominen intranetin osaksi
4. Tiedonjohtaminen
5. Ilmaisun osaaminen
6. Johtamiskulttuuri (Kuivalahti & Luukkonen 2003, 53).

Teknisten haasteiden johdosta viestinnän ammattilaisten tulisi hallita IT-alan peruskäsitteistöä, jotta he kykenisivät ymmärtämään teknisten välineiden ja

ominaisuuksien osan intranetin toimivuudessa. Mikäli yrityksen tekninen infrastruktuuri ei ole kunnossa, on myös intranet-järjestelmän toimivuus mahdotonta (Phelps & Mok 1999, 40; Kuivalahti & Luukkonen 2003, 53). Viestintäammattilaisten ja IT-osaston tulisi voida tehdä saumatonta yhteistyötä intranetviestinnän eteen. Näin ollen myös IT-ammattilaisten tulisi ymmärtää viestinnällisiä haasteita ja pyrkiä kehittämään yrityksen viestintästrategiaa. (Kuivalahti & Luukkonen 2003, 53–54.)

Osaamisen tasoon liittyvät haasteet tarkoittavat tässä yhteydessä tietoteknistä osaamista. Digitaalisen viestinnän osaajina suomalaiset ovat vielä kovin vaatimattomalla tasolla. Tästä hyvänä esimerkkinä on ryhmätyövälineiden epätehokas hyödyntäminen työpaikoilla. Tekniikka ja teknologia mahdollistavat reaaliaikaisen läsnäolon verkossa, mutta siitä huolimatta tarjolla olevia ryhmätyövälineitä ei osata hyödyntää tarpeeksi. (Phelps & Mok 1999, 46; Kuivalahti & Luukkonen 2003, 55.) Tässäkin asiassa voisi johto näyttää esimerkkiä, sillä vain johdon hyvä ja onnistunut esimerkki voi muuttua koko organisaatiota koskevaksi käytännöksi. (Kuivalahti & Luukkonen 2003, 55.)

Prosesseihin liittyvillä haasteilla tarkoitetaan erilaisia prosessitalkoita, joissa yritetään yhtenäistää ja tehostaa liiketoimintatapoja. Näiden prosessitalkoiden lopputulokset tulisi näkyä intranetin osina tai toiminnallisuuksina. Mikäli kuitenkin käy niin, etteivät lopputulokset päädy intranetiin, prosessit jäävät käyttämättömiksi (Phelps & Mok 1999, 48–49; Kuivalahti & Luukkonen 2003, 56). Prosesseja määriteltäessä tulisi hyödyntää intranetin ryhmätyömenetelmiä tehokkaasti ja lopulta saattaa tulokset käytännöksi. Prosessien, bisnesjärjestelmien ja liiketoiminnan ohjausmallien ei tulisi olla irrallaan intranetistä, sillä silloin yleensä syntyy informaation ylikuormitusta, jolloin myös sisäinen viestintä on epätehokasta. (Kuivalahti & Luukkonen 2003, 56.)

Tietojohdamisen suurin haaste on viestintä: miten organisaatiossa opitaan viestimään kaksisuuntaisesti hyödyntäen teknologiaa ja tietojohdamista. Tietojohdaminen on ennen kaikkea organisaation sisäisen tiedon ja informaation tunnistamista, hankkimista, välittämistä ja käyttämistä. Tietojohdamisen on toimittava sisäisen viestinnän ytimenä. (Juholin 1999, 90; Kuivalahti & Luukkonen 2003, 56.)

Ilmaisuun liittyvät haasteet ovat kenties yleisimpiä intranetviestinnän haasteita. Sisällön tuottaminen intranetiin edellyttää kykyä hahmottaa viestinnällisiä kokonaisuuksia. Lisäksi sisällön tuottaminen edellyttää hyvää mediatajua. Sisällöntuottajan tulee ymmärtää miten luodaan luettavaa. (Kuivalahti & Luukkonen 2003, 57.)

Intranet-hankkeissa johdolla on yleensä tärkeä rooli ja sen avulla viestintä saadaan myös onnistumaan. Mikäli johto ei ota osaa intranet-hankkeisiin, ovat intranetin hyödyt olemattomia. Johdon taitava intranetin hyödyntäminen voi auttaa organisaatiota jäseniä näkemään johto persoonallisena ja karismaattisena uudenajan johtona. (Kuivalahti & Luukkonen 2003, 58; Tervola 2008.)

3.7 Johdon tuki sisäisen viestinnän kehittämiseksi

Johdon rooli organisaation sisäisessä viestinnässä on tärkeä. Kaikkea sisäiseen viestintään liittyvää ei tulisi jättää pelkästään viestintäosaston harteille, sillä kyseessä on myös johdon tärkeä työkalu. Useissa yrityksissä viestintä kuitenkin nähdään vain viestintähenkilöstön vastuualueena. (Tervola 2008.) Sisäisen viestinnän toteutus tulisi aina lähteä liikkeelle johdosta (Kuivalahti & Luukkonen 2003, 58).

Johtaminen ja viestintä kulkevat käsi kädessä. Joidenkin mielestä johtaminen ja viestintä ovat yksi ja sama asia. Kun johtajien työaikoja on tutkittu, on saatu selville, että johtajien työajasta noin 80 % on viestintää. Yksi johdon tärkeä viestinnällinen tehtävä onkin vision ja strategian esiintuominen. (Juholin 1999, 85.) Johtaminen ja viestintä eroavat toisistaan kuitenkin siten, että viestinnällä pyritään luomaan organisaatiossa ymmärrystä, kun taas johtamisen tavoitteena on saada henkilöstö työskentelemään organisaation yhteisten tavoitteiden puolesta. Johtaminen ja viestintä tukevat toisiaan, kumpikaan ei onnistu ilman toista. (Juholin 1999, 86.)

Johdon osallistuminen koko organisaatiota koskevaan sisäisen viestinnän kehittämiseen, tai esimerkiksi juuri intranetin uudistamisprojektiin, on erityisen tärkeää projektin onnistuminen vuoksi (Phelps & Mok 1999, 40). Resursseja ja ammattitaitoa tarvitaan ja silloin johdon osallistuminen on välttämätöntä. Johdon

tulisi myös antaa tukensa projektin aikataulun mahdolliselle viivästymiselle, sillä IT-projekteilla on tutkitusti tapana viivästyä (Loh & Koh 2004, 3441–3446).

Viestinnän johtaminen, eli niin kutsuttu tietojohdaminen, vaatii strategian siinä missä muutkin organisaation toiminnot. Viestintästrategialla organisaatio pyrkii saavuttamaan viestinnälleen asettamansa tavoitteet. (Juholin 1999, 90.) Johdon tulisi pohtia myös sitä, miten intranet saadaan palvelemaan yrityksen strategiaa ja kuinka viestintästrategialla voidaan tehokkaasti vastata liiketoiminnan haasteisiin (Kuivalahti & Luukkonen 2003, 49). Johdon puutteellinen tuki johtaa sekä IT-projektien että sisäisen viestinnän epäonnistumiseen, sillä johdon tuki sisältää resurssit kaikille projekteille (Loh & Koh 2004, 3442; Tervola 2008). Usein järjestelmän hankinnassa tarvitaan ulkopuolista apua monessa eri vaiheessa, jolloin johdon tuki esimerkiksi ulkopuolisen konsultin palkkaamiseksi on edellytys (Loh & Koh 2004, 3452).

3.8 Intranetin käyttö ja käytettävyys

Kuten jo luvussa 3.6 kerrottiin, digitaalinen osaaminen on yksi intranetviestinnän haasteista. Erityisesti käyttäjien tietotekninen osaaminen vaikuttaa intranetin ominaisuuksien tehokkaaseen hyödyntämiseen. (Kuivalahti & Luukkonen 2003, 55.)

Yleisesti ottaen käyttäjien suhtautuminen intranetiin vaihtelee. Osa käyttäjistä käyttää intranetiä päivittäin ja rutiininomaisesti, mutta osalle intranetin käyttäminen voi olla turhauttavaa ja epämiellyttävää. Stenmarkin (2006, 117) mukaan käyttäjät saattavat suhtautua passiivisesti intranetiin. Etenkin, jos intranetin käytettävyydessä on koettu ongelmia, käyttäjät passivoituvat tiedon etsimisessä. Lisäksi intranet ei välttämättä tavoita kaikkia työyhteisön jäseniä, esimerkiksi sellaisia, jotka liikkuvat työssään paljon. (Juholin 2009, 78.) Erilaisten käyttäjäryhmien huomioiminen onkin yksi intranetviestinnän perusvaatimus (Pesonen 2012, 150–151).

Phelps & Mok (1999, 49) mukaan intranetin käyttäjätyytyväisyyteen vaikuttaa etenkin intranetin helppokäyttöisyys. Stenmark (2006, 124) puolestaan osoittaa, että käyttäjät pystyvät ymmärtämään uuden teknologian vasta sitten, kun pääsevät

itse käyttämään sitä. Esimerkiksi intranetin uudistamisprojekteissa täytyy huomioida se, että käyttäjiltä kuuluu aikaa uuden omaksumiseen ja lisäksi muutosvastarintaa saattaa esiintyä. Käyttäjät saattavat aluksi olla tyytymättömiä muutoksiin, mutta ajan kuluessa saattavat suhtautua asiaan toisin. (Juholin 1999, 196–198.)

Intranetin käytettävyys on tärkeää työn tehokkuuden kannalta. Mikäli tietoa on vaikea löytää tai sen löytämiseen kuluu paljon aikaa, kertyy organisaatiolle tehokkuushäviötä. (Kuivalahti & Luukkonen 2003, 65.) Intranetin rakennesuunnittelu on olennaista tiedon löytymiselle ja vaikuttaa sitä kautta myös käyttäjätyytyväisyyteen (Kuivalahti & Luukkonen 2003, 61).

Intranetin toiminnallisuutta voidaan verrata sen käytettävyyteen. Periaatteessa hyvä käytettävyys on toiminnallisuutta. Mitä enemmän ominaisuuksia lisätään käyttöliittymään, sitä hankalammaksi käyttö muuttuu. Käytettävyydessä ja toiminnallisuudessa on pohjimmiltaan kyse tehokkaasta ajankäytöstä. Tehokas ajankäyttö sisältää sekä intranet-järjestelmän nopean toiminnan että käyttäjän oman joutuisuuden. (Kuivalahti & Luukkonen 2003, 65–66.) Käyttäjät todennäköisesti käyttävät intranet-järjestelmää tehokkaammin, mikäli ulkoinen käyttöliittymä on suunniteltu laadukkaaksi (Phelps & Mok 1999, 46).

Käyttöliittymän suunnittelu on parasta jättää ammattilaisten huolenaiheeksi, mutta se vaatii organisaatioltakin pohdintaa. Esimerkiksi rakennekaavioiden ja navigointimallien osalta on syytä miettiä miten informaation tulisi virrata. (Kuivalahti & Luukkonen 2003, 65–66.)

Intranetin kehittäminen käyttäjäystävällisemmäksi on varmasti koko organisaation hyväksi. Kehittämisen aikana saattaa tuntua siltä, että resursseja tuhlaantuu, mutta pitkällä aikavälillä työajan käyttö puolestaan tehostuu, kun järjestelmän käyttö ei kuluta enää turhaa aikaa ja käytettävyys muuttuu toiminnallisuudeksi. (Kuivalahti & Luukkonen 2003, 65–66.)

3.9 Intranetiin kohdistuvat odotukset ja vaatimukset

Intranetin käyttäjät tuntuvat haluavan intranetin olevan yhä enemmän työ- ja sähköisen asioinnin väline. Intranetin käyttö pelkästään sisäisen viestinnän

välineenä on menettämässä merkitystään. (Tanni 2008.) Viime vuosina on ilmennyt, että intranet-termistä halutaan jossakin määrin jopa luopua (Tolvanen 2010). Lisäksi intranetiä suunniteltaessa, uudistettaessa tai hankittaessa, tulisi ottaa huomioon nimenomaan käyttäjäkeskeinen näkökulma. Ulkoasun ja sisällön yhteneväisyyteen tulisi kiinnittää entistä enemmän huomiota. (Tanni 2008; Kuivalahti & Luukkonen 2003, 65–66.) Intranetiltä odotetaan nykyään monipuolisuutta. Helppokäyttöisyys, tiedon nopea löytyminen, nopea päivittäminen, käyttötuen saatavilla oleminen ja muut yleisestikin verkkopalveluihin liittyvät käyttäjien asettamat odotukset ja vaatimukset ovat lisääntyneet (Stenmark 2006, 122–123; Tanni 2008).

Sähköinen työpöytä on uudehko termi, joka on jo jonkin verran korvannut intranet-termiä ja etenkin portaali-termiä. Joskus intranetiä nimitetään myös ”informaatiotyöpöydäksi”. Intranet-sanaan saattaa joissakin organisaatioissa liittyä negatiivisia tunteita. Näin saattaa olla esimerkiksi sellaisissa organisaatioissa, joissa aiemmat intranetiin liittyneet hankkeet ja projektit ovat epäonnistuneet. Esimerkin kaltaisissa tapauksissa on ymmärrettävää, että intranet-sanasta halutaan päästä eroon. Toisaalta intranet-sana on myös tuttu vuosikymmenten takaa, jolloin hieman vanhemmatkin henkilöstön jäsenet osaavat ja haluavat sitä käyttää. Sähköinen työpöytä -nimitys saattaisi joissakin organisaatioissa olla liian nykyaikainen ja johtaa epäselvyyksiin. (Tolvanen 2010.) Tolvanen (2010) ehdottaa organisaatioihin seuraavanlaista järjestelyä: intranet-termistä ei kannata kokonaan luopua, mutta esimerkiksi intranetissä olevat ryhmätyötilat voitaisiin eriyttää omiksi kokonaisuuksiksi. Toisaalta sähköinen työpöytä-termi pitää sisällään hieman eri asioita kuin intranet-termi. Täten intranetiä ei kannata alkaa kutsumaan sähköiseksi työpöydäksi muuten vain. Mikäli sitä siksi kutsutaan, sen tulisi sisältää vähintäänkin sähköiset ryhmätyötilat, tehokkaan hakukoneen sekä mahdollisuuden koko organisaation väliseen keskusteluun. Tulevaisuudessa on mahdollista, että yhä useammissa työyhteisöissä siirrytään kohti personoitua sähköisen työpöydän ratkaisua. Kyseinen ratkaisu kokoaa yhteen kaikki työntekijän työpäivän aikana tarvitsemat tiedot ja palvelut sekä toimii alustana tietojärjestelmien käynnistämiseksi ja suorituspaikkana työprosesseille. (Tanni 2008.)

4 SOSIAALINEN INTRANET

Sosiaalisen median suosion myötä yhteisöllisyys ja vuorovaikutus ovat tulleet osaksi yrityksen sisäistä viestintää. Nykypäivänä intranetin tulee mahdollistaa käyttäjille nämä viestinnän tehokeinot. Intranetia voidaan kutsua sosiaaliseksi intranetiksi mikäli se mahdollistaa käyttäjille seuraavat toiminnallisuudet:

- Käyttäjillä on mahdollisuus osallistua sisällön tuotantoon sekä keskusteluun.
- Intranet hyödyntää yhteisöllisiä ominaisuuksia kuten, kommentointi, blogit, sosiaaliset verkostot, mikroblogit, wikit, tagit ja kirjanmerkit.
- Käyttäjien sisällöntuotannosta ja kollaboraatiosta on nostoja esillä intranetin etusivulla. (Ambientia 2012.)

Sosiaalinen intranet tukee käyttäjien välistä yhteistyötä ja korostaa yhteisöllisyyttä. Henkilöstön jäsenet ja heidän tuottamansa sisältö ovat sosiaalisen intranetin ydin. Ero perinteisen intranetin ja sosiaalisen intranetin välillä on se, että sosiaalinen intranet ei enää rakennu erillään olevista käyttäjistä vaan pikemminkin yksiköistä, jotka toimivat erilaisissa rooleissa. Yksiköt luovat, käyttävät ja välittävät intranetin sisältöä ja tietoa. Sosiaalisen intranet perustuu yhteisöllisyyden tuomiseen organisaation sähköisiin kanaviin. Sosiaalisen intranetin hallinnoimisessa on tärkeää aktivoita käyttäjää sekä edistää vuorovaikutusta ja kollaboraatiota käyttäjien välillä. (Ambienta 2013.)

Sosiaalisesta intranetistä käytetään myös termiä intranet 2.0 (Olander 2014). Nykyisin tarjolla olevat intranet-järjestelmät ovat lähes aina ominaisuuksiltaan sosiaalisia (Heiska 2013).

Sosiaalinen intranet ei ole vain yrityksen sähköinen ilmoitustaulu vaan pikemminkin kokonainen sähköinen toimisto. Parhaimmillaan sosiaalinen intranet tarjoaa käyttäjille oman sähköisen työpisteen, jolloin käyttäjän ei tarvitse tallentaa kaikkia tiedostoja ja muistioita omalle työkoneelleen. Lisäksi sosiaalinen intranet tarjoaa ikään kuin sähköisiä projektihuoneita henkilöstön käyttöön. Tämä on erittäin hyödyllinen ominaisuus esimerkiksi työryhmille, jotka työskentelevät fyysisesti kaukana toisistaan. Yksi sosiaalisen intranetin tavoite onkin tehostaa

työaikaan. Vaikkei kahvitaun keskustelut kuulukaan varsinaiseen työaikaan, tarjoaa sosiaalinen intranet mahdollisuuden myös niihin. Erilaisten keskustelumahdollisuuksien kautta työntekijät voivat pitää yhteyttä toisiinsa työntöön lomassa. Kaikki eivät näe tätä asiaa täysin positiivisena, mutta voi olla jopa hyödyllistä, että keskustelua voidaan käydä kätevästi intranetissä siten, että myös yritysjohto näkee sen. Tällöin asiat eivät jää vain muutaman työntekijän väliseksi. Avoin keskustelu intranetissä voi lisäksi olla hyödyllistä lisätiedon keräämiseksi, esimerkiksi ajankohtaisiin asioihin liittyen. Usein kuitenkin avoimen keskustelun estää työntekijöiden suhtautuminen viestimiseen virtuaalisessa maailmassa. Verkossa tapahtuva viestintä nähdään virallisena siksi, että se on niin sanotusti kirjallista. Työntekijöitä pitäisi rohkaista käyttämään intranetin keskustelumahdollisuuksia yhteisöllisyyttä korostamalla, sillä olisi tärkeää, että työntekijät voisivat käydä keskustelua mahdollisimman luonnollisesti riippumatta keskustelupaikasta. (Heiska 2013.)

4.1 Yhteisölliset työkalut ja ominaisuudet

Yksi sosiaalisen intranetin työkalu on henkilökohtainen työtila. Atlassian Confluencessa (jäljempänä Confluence) henkilökohtainen työtila toimii samoin kuten muutkin työtilat, ainoana erona on, että käyttäjä itse hallinnoi omaa työtilaansa. Käyttäjä voi antaa oikeuksia muille käyttäjille omaan työtilaansa tai vaihtoehtoisesti estää muiden käyttäjien pääsyn työtilaansa antamalla oikeuksia muille. Oman työtilan luominen ja käyttöoikeuksien muokkaaminen on Confluencessa helppoa. Oman työtilan hyödyntäminen helpottaa myös päivittäistä työntekoa ja vähentää ylimääräisten dokumenttien käyttöä. Oma työtilaa voi käyttää esimerkiksi muistiinpanojen tekemiseen, blogi-kirjoitusten julkaisemiseen, omien sivujen julkaisemiseen tai tiedostojen jakamiseen toisille käyttäjille. (Atlassian Confluence 2013.)

Kojelaudaksi kutsutaan Confluencella toteutetun verkkopalvelun, kuten esimerkiksi intranetin, etusivua. Kojelaudalta käyttäjä näkee viimeisimmät tiedot erilaisista päivityksistä intranetissä, uusimpien työtilojen luonnit sekä erilaiset muokkaukset ja muut ajankohtaiset toisten käyttäjien tekemät muutokset intranetissä. Mikäli esimerkiksi intranetissä on asetettu etusivuksi jokin toinen

sivu kuin kojelauta, käyttäjä pääsee kojelaudalle klikkaamalla Confluence-logoa. (Atlassian Confluence 2014.) Tulevaisuudessa yksi personoidun sähköisen työpöydän tarkoituksista on, että käyttäjä pääsisi itse vaikuttamaan intranetin kojelaudan sisältöön ja muokkaamaan sitä omiin tarkoituksiinsa sopivaksi (Tolvanen 2010).

Muita yhteisöllisiä ominaisuuksia ja työkaluja Confluencen tarjoamassa sosiaalisessa intranetissä ovat esimerkiksi kokousmuistiinpanot, kommentointi, chat, kokouskutsu, jaettava tiedostolista, tykkää-nappi sekä tag-ominaisuus (Atlassian 2014). Edellä mainitut ominaisuudet ja työkalut ovat hyödyllisiä ja tekevät intranetistä entistä sosiaalisemman verkkopalvelun. Ongelmana saattaa kuitenkin joissakin työyhteisöissä olla se, ettei näitä työkaluja ja ominaisuuksia osata hyödyntää tarpeeksi, jolloin työajan käyttökään ei tehostu (Hurme 2001, 72; Olander 2013).

4.2 Sosiaalisen intranetin hyödyt

Yleisesti ottaen intranetin hyötyinä verrattuna muihin sisäisen viestinnän välineisiin on pidetty mm. kattavuutta, nopeutta sekä tosiaikaista kohdistettavuutta (Kuivalahti & Luukkonen 2003, 51). Muina hyötyinä voidaan pitää esimerkiksi kommunikoinnin ja vuoropuhelun lisääntymistä, työyhteisön sosialisoitumista, johdon ja alaisten lähentämistä, ihmisten globaalista yhdistämistä sekä erilaisten pienryhmien syntymistä. Sosiaalinen intranet myös vähentää päällekkäisen työn tekemistä sekä nopeuttaa ongelmanratkaisua. Sosiaalisen intranetin tehokas hyödyntäminen lisää osallistumista ja työtyytyväisyyttä käyttäjien keskuudessa. (Harjanne 2012.)

Sosiaalisen intranetin avulla etätyöskentely helpottuu. Kokouksissa voidaan käydä myös intranetin välityksellä, eikä aina ole pakko matkustaa paikkakunnalta toiselle. Sosiaalisen intranetin kautta voidaan lisäksi järjestää ns. workshopeja työntekijöille. (Harjanne 2012.) Chui, Manyika, Bughin, Dobbs, Roxburgh, Sarrazin, Sands & Westergren (2012, 28) ovat tutkineet Web 2.0 -sovellusten tuottamia mittavia hyötyjä vuosina 2009–2011. Web 2.0 -termi viittaa Internetin kehittymiseen asiakeskeiseksi, avoimeksi ja yhteisölliseksi verkostoksi. Web 2.0 perustuu ihmisten väliseen kommunikointiin sekä yritysten keskusteluun

kuluttajien kanssa. (Salmenkivi & Nyman 2007, 36–39.) Sosiaalinen intranet on Web 2.0 -sovellus. Sosiaalisen intranetin on raportoitu nopeuttavan tiedon löytymistä, vähentäneen viestintäkustannuksia, nopeuttavan sisäisten asiantuntijoiden tiedon löytämistä, nostavan työntekijöiden tyytyväisyyttä, pienentävän matkakustannuksia ja operatiivisia kustannuksia, lyhentävän tuotteiden ja palveluiden time-to-market ominaisuutta, nostavan uusien tuote- ja palveluinnovaatioiden määrää sekä nostavan liikevaihtoa (KUVIO 2). Lisäksi sosiaalisen intranetin on todettu vähentävän rutiineihin kuluvaan aikaan ja näin ollen tehostavan työaikaa (Chui ym. 2012, 27–29).

Sosiaalisen intranetin ominaisuuksien hyödyntämiseksi voidaan laatia yritysکوhtainen suunnitelma. Tämä on järkevää erityisesti niissä yrityksissä, joissa on todettu käyttäjien olevan epä tietoisia sosiaalisen intranetin mahdollisuuksista. Johdon näyttämä esimerkki sosiaalisen intranetin tehokkaana hyödyntäjänä on hyvä keino saada työyhteisökin kiinnostumaan asiasta. Joskus myös aktiivisten intranetin käyttäjien sosiaalinen toiminta voidaan palkita tai huomioida. (Harjanne 2012.)

Web 2.0 -sovellukset ovat tuottaneet mittavia hyötyjä

% vastaajista, raportoivat seuraavia hyötyjä



KUVIO 2 Web 2.0 -sovellukset ovat tuottaneet mittavia hyötyjä (Chui ym. 2012).

4.3 Sosiaalisen intranetin uhkakuvat

Sosiaalisen intranetin hyödyt ovat kieltämättä erinomaisia. Sosiaalisessa intranetissä liittyy kuitenkin joitakin uhkakuvia, jotka yhteisössä on otettava huomioon. Muutosvastarinta on hyvä esimerkki tällaisesta uhkakuvasta. Työyhteisössä saatetaan ajatella, että tietokoneella työskenteleminen tuhkaa työaikaa. Etenkin työyhteisöissä, joissa työntekijöiden keski-ikä on korkea, saatetaan suhtautua muutokseen negatiivisesti. Yleensä työntekijät, jotka ovat olleet yrityksessä palveluksessa pisimpään, eivät halua muutosta. (Selkäinaho 2014.) Ikävalko (1995, 45) muistuttaa, että ajantasainen tieto pienentää muutosvastarintaa. Muutosvastarintaan voi suhtautua myös myönteisesti, sillä sen avulla voidaan saada selville olemassa olevia heikkouksia ja puutteita liittyen muutoksen kohteena olevaan tapaukseen (Juholin 2009, 136).

Toinen uhkakuva on se, että työntekijät pelkäävät väärän tiedon jakamista ja väärinkäsitysten muodostumista. Toisin kun esimerkiksi puhelimen kautta käydyssä keskustelussa, intranetissä tiedon jakaminen on turvallista, sillä saman asian lukee useampi työntekijä. Tiedon jakaminen puhelimen välityksellä voi todennäköisemmin johtaa väärinkäsityksiin, koska asiasta keskustelelee vain kaksi henkilöä kerrallaan. (Selkäinaho 2014.) Ruuska (1999, 75–77) puolestaan esittää, että nimenomaan sähköiset välineet lisäävät väärinkäsityksiä, sillä ne ovat niin sanotusti kasvottomia. Kuitenkin oikein käytettynä sähköiset välineet voivat olla tehokas viestintäkanava.

Joskus työntekijät pelkäävät sosiaalisessa verkkopalvelussa häirintää. On kuitenkin erittäin epätodennäköistä, että työyhteisön intranetissä häirintää esiintyisi, sillä työntekijät tuntevat usein toisensa hyvin ja esiintyvät omalla nimellään myös intranetissä. Häirintä on todennäköisempää työpaikkojen kahvipöytä- tai sähköpostikeskusteluissa kuin sosiaalisessa intranetissä. (Selkäinaho 2014.) Häirintää todennäköisempänä verkkopalveluissa aiheutuu erilaisia häiriöitä kuten esimerkiksi vääristymää. Vääristymä johtuu väärinymmärryksestä (Wiio 1998, 214). Vääristymän riski on suuri etenkin kaukoviestinnässä (Åberg 2000, 91).

Joissakin työyhteisöissä, joissa työntekijöiden keski-ikä on korkea, vedotaan turhan usein siihen, ettei vanhemmille työntekijöille voi opettaa uusia työskentelytapoja. Usein kuitenkin saatavilla olevat sosiaalisen intranetin ohjelmistot ovat suunniteltu erittäin helppokäyttöisiksi ja käyttäjäystävällisiksi. Mikäli työntekijä on tottunut johonkin sosiaalisen median palveluun, hän todennäköisesti oppii nopeasti käyttämään myös sosiaalista intranetiä. (Selkäinaho 2014.)

Sosiaalisen median palvelussa kirjoittelu ja kommentointi on yleensä vapaampaa ja luontevampaa kuin työyhteisön intranetissä. Usein työntekijät eivät uskalla kommentoida työpaikan asioita avoimesti intranetissä. Sosiaalisen intranetin tarkoituksena on kuitenkin juuri avoimuus ja yhteisöllisyys, siksi sieltä löytyy myös paljon erilaisia työkaluja tähän tarkoitukseen. On hyvä muistaa, ettei kirjoittelun tarvitse olla täydellistä tai ylettömän virallista. Pääasia on, että viestit ovat selkeitä ja helppolukuisia. (Selkäinaho 2014.) On tärkeää kannustaa ja rohkaista työntekijöitä kirjoitteluun sosiaalisessa intranetissä, sillä se lisää yhteisöllisyyden tunnetta työpaikalla ja parantaa työilmapiiriä (Heiska 2013).

4.4 Atlassian Confluence intranetalustana

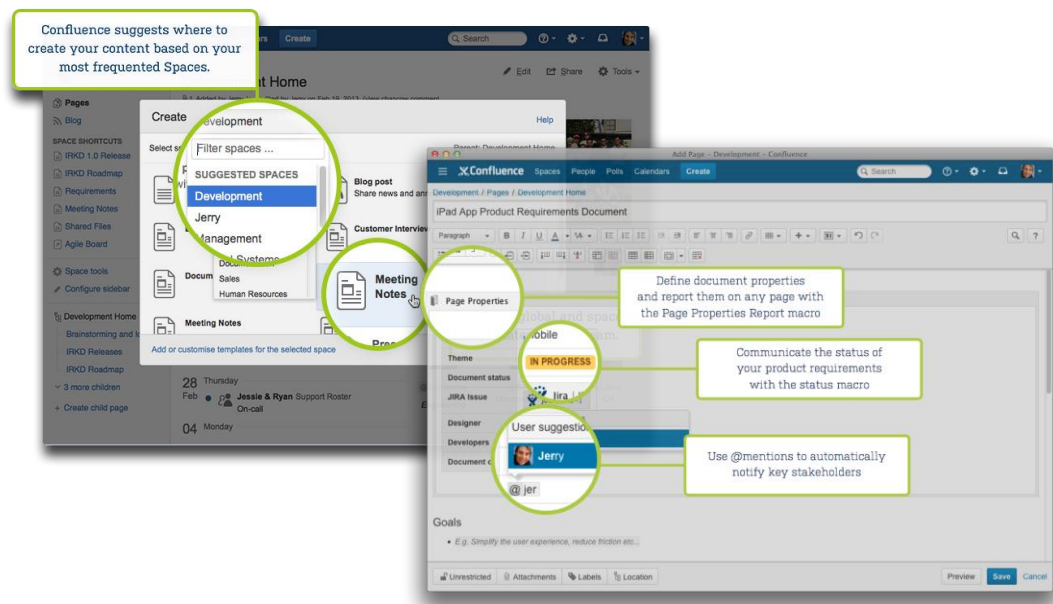
Atlassian Confluence (jäljempänä Confluence) on australialaisen ohjelmistoyrityksen kehittämä organisaatiowikiohjelmisto. Confluence on siis verkkosivusto, jonka sisältöä käyttäjät voivat itse muokata web-selaimellaan. Confluencessa on kiinnitetty huomiota erityisesti yrityskäytössä tarvittaviin ominaisuuksiin, kuten käyttöoikeuksien hallintaan ja integroitavuuteen. (Atlassian 2014.) Yritys X:ssä Confluencetta käytetään intranetalustana.

Confluence-wikiin voidaan luoda dokumentteja käyttäen yksinkertaista merkintäkieltä ja selainta. Confluencessa on käytössä myös tekstinkäsittelyohjelmista tuttu WYSIWYG-editori (What You See Is What You Get), jota käyttämällä sivujen muokkaaminen on tehty helpoksi, koska ei tarvita erityistaitoja tai erillisiä ohjelmia. Editori mahdollistaa kuvien, taulukoiden, matemaattisten yhtälöiden ja jopa hieroglyfien lisäämisen wikisivuille. Confluence on organisaation tapaamispaikka, jossa tiimit voivat esimerkiksi jakaa tai etsiä tietoa projekteihin liittyen. Confluencen tarkoitus on syrjäyttää kokonaan

sähköposti tai jopa kokoukset tiimityöskentelyssä. Viimeisimmässä Confluencen versiossa on mukana integroitu yhteistyöfoorumi, joka on mukautettu toimimaan yhdessä muiden Atlassianin ohjelmistotuotteiden kanssa. Confluence-wikit sopivat erityisen hyvin yhteisölliseen ja prosessuaaliseen tiedon tuottamiseen ja käsittelyyn esimerkiksi opiskelussa ja opetuksessa, tutkimuksessa, hallinnossa, tuotekehityksessä ja viestinnässä. (Atlassian 2014.)

Confluencen uusimpien versioiden ominaisuuksia ovat mm. sosiaalisesta mediastakin tutut Tykkää -napit, kommentointi, ilmoitukset ja profiilikuvat. Muita hyödyllisiä uusia ominaisuuksia ovat multimediatiedostojen upottaminen sekä ”vedä ja pudota” -toiminto. Confluence helpottaa työntekijöiden työtä esimerkiksi Meeting Notes -työkalunsa avulla, jossa muistiinpanoja on helppo kirjata ylös suoraan intranettiin kokouksessa. Uusissa versioissa on paljon ladattavia lisäosia ja makroja, lisäksi CSS-muokkaus, eli tyyli-tiedostojen muokkaaminen, on mahdollista ja wikiin on myös lisätty lähde-editori. (Atlassian 2014.)

Confluence on yhteisöllinen ohjelmisto ja intranetalustana se täyttää kaikki sosiaaliselle intranetille määritellyt toiminnallisuudet. Lisäksi Confluence pyrkii helppokäyttöisyyteen ja käyttäjäystävällisyyteen. Ohjelmisto neuvoo käyttäjää sisällöntuottamisessa ehdottamalla esimerkiksi mihin käyttäjä voi luoda uutta sisältöä (KUVA 1).



KUVA 1 Confluence opastaa käyttäjiänsä (Atlassian 2014).

5 TUTKIMUKSEN SUORITTAMINEN

Opinnäytetyössä tutkitaan Yritys X:n intranetin käyttäjien suhtautumista sosiaaliseen intranetiin. Käytössä oleva intranet-ohjelmiston versio päivitetään uudempaan ja entistä sosiaalisempaan intranetiin. Muutos tapahtuu Atlassian Confluence 3.5.16 -versiosta Confluence 5.1.5 -versioon. Confluencen nykyinen versio on jo jonkin verran sosiaalisempi kuin Yritys X:n ensimmäinen intranet, joka oli toteutettu täysin eri järjestelmällä. Uusi versio täyttää kuitenkin sosiaalisen intranetin ominaisuudet vielä paremmin ja sisältää paljon uusia sosiaalisia ominaisuuksia.

Intranetin käyttäjien suhtautumista tutkitaan intranetin jatkokehitystä varten toimeksiantajan pyynnöstä. Opinnäytetyön aihe on kiinnostava myös tietojenkäsittelyn koulutusohjelman kannalta, sillä sosiaalinen intranet on vielä melko uusi käsite. Intranetin kehityksessä on tapahtunut suuria muutoksia viime vuosina. Sosiaalisen intranetin muodostuminen on yhteiskunnallisesti mielenkiintoinen ilmiö. Opinnäytetyön tutkimustuloksia voidaan hyödyntää esimerkiksi muiden yritysten intranetin suunnittelussa tai sosiaalisen intranetin hyötyjä ja uhkakuvia arvioitaessa.

Intranetiin liittyvät aikaisemmat tutkimukset liittyvät suurimmaksi osaksi intranetin käyttöönottoon ja sen epäonnistumiseen. Käyttäjien suhtautumista juuri sosiaaliseen intranetiin ei ole tutkittu siten, että tutkimustulokset olisivat yleistettävissä. Aikaisempia tutkimustuloksia intranetistä voidaan kuitenkin hyödyntää siltä osin, kun ne liittyvät käyttäjien yleiseen suhtautumiseen ja kokemuksiin intranetistä. Stenmarkin (2006) ja Phelps & Mokin (1999) tieteellisissä artikkeleissa on tutkittu lähinnä intranetin käyttöönottoa ja sen epäonnistumista sekä käyttäjäytyvyyteen vaikuttavia tekijöitä. Lisäksi intranetiä ja sen käytettävyyttä ja käyttöönottoprosessia on tapauskohtaisesti tutkittu jonkin verran aikaisemmissa opinnäytetöissä.

Aineiston keruu tapahtuu Webropol-kyselylomakkeen avulla. Webropolin käyttö kuuluu opinnäytetyön toimeksiantoon. Lisäksi suoritetaan yhden henkilön teemahaastattelu. Kyseinen henkilö toimii case-yrityksessä

viestintäsuunnittelijana. Hän toimii ainoana viestinnän osaston henkilöstön jäsenenä intranetin pääkäyttäjänä Yritys X:ssä.

5.1 Teemahaastattelu

Teemahaastattelu on puolistrukturoitu haastattelumenetelmä. Se on lomake- ja avoimen haastattelun välimuoto (Grönfors 1982, 106). Teemahaastattelu toteutetaan kyselyiden tueksi siitä syystä, jotta saataisiin enemmän yksityiskohtaisempaa tietoa ilmiöstä ja intranetin käyttäjistä. Lisäksi teemahaastattelun avulla saadaan täsmennettyä kyselylomakkeen sisältöä.

Viestintäsuunnittelijan teemahaastattelu etenee ennalta suunniteltujen teemojen mukaisesti. Apukysymyksiä käytetään tutkimuksen etenemisen varmistamiseksi ja hiljaisten hetkien välttämiseksi. Opinnäytetyön teoriaosuudesta johdetut teemat ovat:

1. intranet
2. sisäinen viestintä
3. sosiaalinen intranet
4. intranetin käytettävyys
5. intranetin käyttäjätyytyväisyys
6. intranetin helppokäyttöisyys
7. johdon tuki intranetille
8. intranetin käyttökokemukset

Edellä mainittujen teemojen lisäksi annetaan haastateltavalle vapaa puheenvuoro haastattelun lopuksi (LIITE 1). Edellä mainitut teemat on valittu teemahaastatteluun siksi, että ne muodostavat teoriaosuuden keskeisimmän sisällön. Vaikka opinnäytetyön tutkimuskysymys käsittelee ennakkokäsitystä sosiaalisesta intranetistä, saadaan teemojen avulla selvitettyä laajemmin intranetin käytettävyyttä, helppokäyttöisyyttä sekä sisäisen viestinnän ja tiedottamisen toimivuutta Yritys X:ssä. Toimeksiantaja toivoo saavansa tietoa näistä asioista käyttäjäkyselyn ohella.

Teemahaastattelu tukee opinnäytetyön lomakekyselyä tutkimustuloksia analysoitaessa. Yritys X:n viestintäsuunnittelija on opinnäytetyön aiheen kannalta

erityisessä asemassa yrityksen intranetin pääkäyttäjänä sekä viestinnän asiantuntijana, siksi hänen haastatteleminen on erittäin tärkeää.

Teemahaastattelun aineisto litteroidaan, eli kirjoitetaan puhtaaksi ääninauhalta kirjalliseen muotoon, jotta aineiston käsittely helpottuisi. Litteroitu aineisto tarkastutetaan haastateltavalla mahdollisten väärinkäsitysten estämiseksi.

5.2 Kyselyn toteuttaminen

Kyselylomake toteutetaan Webropol-sovelluksella toimeksiantajan toivomusten mukaisesti. Kysely lähetetään Yritys X:n henkilöstölle sähköpostitse. Sähköpostisaatteella pyritään herättämään vastaanottajien huomio mahdollisimman hyvin, jottei kysely häviäisi lukemattomana muiden sähköpostien joukkoon (LIITE 2). Ennen vastausajan sulkeutumista, henkilöstöä muistutetaan kyselystä vielä erillisellä sähköpostilla. Vastauksien määrää pyritään kasvattamaan palkinnolla, joka arvotaan kaikkien vastanneiden kesken.

Kysely toteutetaan ennen intranetin versiopäivitystä touko-kesäkuun vaihteessa 2014. Kyselyssä tutkitaan käyttäjien suhtautumista ja mielipiteitä intranetiin ja sen tiettyihin ominaisuuksiin. Kysymykset ovat osittain monivalintakysymyksiä ja osittain avoimia kysymyksiä.

Kyselyn sisältö muodostetaan osittain samojen teemojen mukaisesti kuin teemahaastattelukin. Teemahaastattelun tuloksilla saadaan kyselyn sisältöä vielä tarkennettua. Lisäksi kysymyksiä johdetaan opinnäytetyön teoriaosuudesta ja käsiteltävästä ilmiöstä, sosiaalisesta intranetistä ja sen erityisominaisuuksista.

5.3 Kyselyyn liittyvät riskit

Kyselylomakkeiden avulla toteutettavat haastattelut ovat aina riski, sillä kyselyihin saatetaan suhtautua negatiivisesti tai passiivisesti. Etenkin vanhemman kohderyhmän keskuudessa www-kyselyihin saatetaan suhtautua välinpitämättömästi (Aaltola & Valli 2007, 111). Myös Yritys X:n henkilöstön yleinen suhtautuminen kyselylomakkeisiin saattaa olla negatiivinen. Tästä syystä vastaajien palkitseminen onkin perusteltua. Koska kysely lähetetään henkilöstölle

sähköpostitse, saattaa se joiltakin vastaanottajilta jäädä lukematta. Tämä voi puolestaan johtaa huonoon vastausprosenttiin. Usein juuri www-kyselynä toteutettu aineistonkeruu jää vastausprosentiltaan alhaiseksi (Aaltola & Valli 2007, 111). Henkilöstöä muistutetaan sähköpostitse kyselystä vielä ennen sen sulkeutumista, jotta vastausprosenttia saataisiin nostettua.

Kyselyyn liittyy riski myös tutkimustulosten osalta. Osa vastaajista saattaa suhtautua kyselyyn ikään kuin huolettomasti, jolloin tutkimustulokset eivät ole luotettavia heidän vastaustensa osalta. Odotettavissa on myös sellaisia vastauksia, joita ei voida tulkita. Lisäksi kyselylomakkeisiin liittyy usein myös väärinymmärtämisen mahdollisuus. (Aaltola & Valli 2007, 124.) Kyselyn toimivuus pyritään varmistamaan sen testaamisella etukäteen ja lisäksi ohjeistus vastaajille valmistellaan huolellisesti.

5.4 Aikataulu

Webropol-kysely toteutetaan touko-kesäkuun vaihteessa 2014, ennen intranetin versiopäivitystä. Teemahaastattelu toteutetaan ennen kyselyä, jotta kyselylomakkeen kysymyksiä saadaan hahmoteltua ja tarkennettua. Yritys X:n intranet päivitetään syksyllä 2014. Työntekijöiden kesälomien takia, kysely toteutetaan jo keväällä. Kesä- ja heinäkuussa opinnäytetyössä jatketaan kyselyn tutkimustulosten raportointia. Elokuussa tutkimustulokset analysoidaan ja niiden pohjalta muodostetaan johtopäätökset. Syyskuussa opinnäytetyön onnistumista arvioidaan yhteenvedon muodossa, jonka jälkeen työ viimeistellään ja palautetaan arvioitavaksi.

6 TUTKIMUSTULOKSET

Teemahaastattelun rakenne muodostettiin opinnäytetyön teoriaosuudesta johdetuista teemoista (LIITE 1). Haastattelu toteutui onnistuneesti ja sen avulla saatiin esitietoa käyttäjien mahdollisesta suhtautumisesta sosiaaliseen intranettiin. Lisäksi kyselytutkimuksen sisältöä saatiin tarkennettua teemahaastattelun avulla. Teemahaastattelu toteutettiin 31.3.2014 Yritys X:n tiloissa. Teemahaastattelu litteroitiin ja tarkistutettiin haastateltavalla ennen tulosten raportoimista.

Kyselylomakkeen rakenne muodostettiin teemahaastattelun sekä teoriasta johdettujen teemojen avulla. Aikaisempia Yritys X:ssä toteutettuja kyselyitä hyödynnettiin taustatietoihin liittyvien kysymysten osalta, jotta toimeksiantaja voisi halutessaan vertailla kyselyiden vastaajaryhmiä. Kyselylomakkeessa oli yhteensä 37 kysymystä sekä mahdollisuus jättää avointa palautetta intranettiin liittyen (LIITE 3). Kysely toteutettiin Webropol-ohjelman avulla. Kysely oli avoinna kaksi viikkoa toukokuun lopusta kesäkuun alkuun. Vastauksia saatiin tyydyttävä määrä. Vastaukset tallennettiin Microsoft Excel -taulukoihin ristiintaulukoinnin helpottamiseksi. Avoimet vastaukset käsiteltiin erikseen tekstinkäsittelyohjelmalla.

Teemahaastattelun tutkimustulokset analysoidaan teemoittelun avulla ja kyselyn tulokset koodauksen ja ristiintaulukoinnin avulla. Seuraavaksi tutkimustulokset käydään läpi yksityiskohtaisemmin sekä teemahaastattelun että kyselyn osalta.

6.1 Teemahaastattelun tulokset

Yritys X:n viestintäsuunnittelijalle toteutetussa teemahaastattelussa ilmeni paljon hyödyllisiä seikkoja. Teemahaastattelun toteuttaminen ennen kyselyn toteuttamista osoittautui erittäin hyödylliseksi toimenpiteeksi. Koska Yritys X:n viestintäsuunnittelijalla on vankka kokemus intranetin parissa työskentelystä, oli hänen haastattelemine perusteltua.

Viestintäsuunnittelija käyttää intranetiä työssään päivittäin, lähinnä sisällöntuottajana ja päivittäjänä, mutta myös tavallisena työntekijänä. Siksi viestintäsuunnittelijalla on yrityksen muihin työntekijöihin nähden poikkeuksellisen laaja tieto ja ymmärrys intranettiin liittyen. Viestintäsuunnittelija

myös tietää parhaiten muiden käyttäjien käyttäytymisestä intranetissä, koska hän tarkkailee intranetiä työnsä ohessa hyvin paljon.

Teemahaastattelun teemoja olivat sisäinen viestintä, sosiaalinen intranet, intranetin käytettävyys ja käyttäjätyytyväisyys, intranetin helppokäyttöisyys, käyttökokemukset sekä johdon tuki intranetille (LIITE 1). Seuraavaksi analysoidaan teemahaastattelun tutkimustuloksia teemoittain.

6.1.1 Sisäinen viestintä Yritys X:ssä

Sisäisen viestinnän tavoitteita ei ole erityisemmin määritelty Yritys X:ssä.

Sisäinen viestintä ja tiedotus kuitenkin kulkevat hyvin luontevasti intranetin kautta työntekijöille.

”Täällähän aikaisemmin tieto on varmaan kulkenut enemmän hierarkkisesti henkilöltä toiselle. Esimerkiksi tiimipalaverissa rivityöntekijä on saanut esimieheltään tiedon, mutta nykyään se enemmän tapahtuu intranet kautta. Eli se ei ole semmoista hierarkkista, vaan se kulkee suoraan, että on vaan yksi taso.”

Sisäisen viestinnän tavoitteita on kuitenkin määritelty intranetin kanssa vierekkäin toimivalle toimintajärjestelmälle. Toimintajärjestelmä on organisaatiossa yhdessä sovittujen toimintatapojen kooste. Se on niin sanotusti virallisempi järjestelmä kuin intranet ja siitä syystä toimintajärjestelmä myös auditoidaan.

Toimintajärjestelmään liittyy lakisääteisiä seikkoja, kuten esimerkiksi työturvallisuusohjeita. Jokaiselle työntekijälle määritellään ohjeet joihin heidän tulee tutustua. Sisäisen viestinnän rooli on siis erittäin tärkeässä asemassa Yritys X:ssä. Vaikkei sisäisen viestinnän tavoitteita ole määritelty konkreettisesti Yritys X:ssä, on kuitenkin esimerkiksi muutos- ja kriisitilanteisiin varauduttu vakavasti toimintajärjestelmässä. Toimintajärjestelmässä myös määritellään hyvin tarkasti miten erilaisissa tilanteissa toimitaan.

Yritys X:n viestintästrategian tavoitteet pohjautuvat lähinnä toimintajärjestelmään, joka tukee tietysti myös yhtiön liiketoimintastrategiaa. Sisäisen viestinnän toimivuudesta yhtiössä ei siis ole epäselvyyttä. Yritys X:n organisaatiokulttuuri on osallistavaa eli avoimuus, tiimit, tasa-arvoisuus ja yhteinen päätöksenteko kuuluvat yhtiön sisäiseen toimintaan. Koska osallistava kulttuuri luo erinomaiset

edellytyksen viestinnälle, voidaan olettaa, että sisäinen viestintä toimii yhtiössä hyvin.

”...toimintajärjestelmä on hiukan virallisempi kuin intra, sen vuoksi kun se auditoidaan. Meillä on hirveästi kaikenlaisia työhjeita siellä toimintajärjestelmässä, esimerkiksi työturvallisuuteen liittyen, ja yksittäiselle työntekijälle aina esimies määrittelee mitkä dokumentit hänen on luettava ja osattava.”

”Jos tapahtuu onnettomuus, niin pitää pystyä todentamaan, että tämä henkilö on saanut tarpeeksi perehdytystä ja hän on ollut tietoinen asioista. Niin tällaisia tavoitteita voidaan määritellä, että kaikkien pitää lukea tietyt ohjeet.”

”...sitten yleisesti sisäisessä viestinnässä ei ole mitään sen kummempia tavoitteita, mutta toimintajärjestelmä on tietenkin tosi tärkeä osa, koska sehän on ihan tuottavan liiketoiminnan edellytys, että henkilökunta saa tarpeeksi tietoa ja toiminta on organisoitua.”

Toisaalta sisäisessä viestinnässä löytyy myös parannettavaa. Erityisesti Yritys X:n historiasyyt vaikuttavat osittain työntekijöiden hieman vanhanaikaiseen suhtautumiseen sisäiseen viestintään. Vaikka organisaatiokulttuuri onkin osallistavaa, viittaavat nämä historiasyyt autoritaarisen kulttuurin ominaispiirteeseen eli menneeseen sitoutumiseen. Toisaalta tämä koskee lähinnä vain työntekijöitä, jotka ovat olleet yhtiön palveluksessa pisimpään.

”...on ollut semmoinen vanha virastomainen suhtautuminen, eli tehdään vain se oma tontti niin sanotusti eikä muuta, eikä sokeuduta muiden asioihin. Eikä välttämättä olla pidetty sitten sitä viestintää hirveen tärkeässä roolissa, että täällä ei nämä vanhat työntekijät osaa huomioida välttämättä sitä. Eli heitä on nyt pikkuhiljaa siihen sitten totutettu, että tällaisessa niin sanotussa uudessa maailmassa pitää työskennellä vähän eri tavalla, että ei oikein voi linnoittautua sinne omaan huoneeseen ja elää siellä vain, vaan tehdään kaikki yhteistyössä.”

Teemahaastattelun tuloksista liittyen sisäiseen viestintää voidaan olettaa, että odotettavissa on henkilökunnan mielipiteiden kahtia jakautuminen. Osa henkilökunnasta suhtautuu luultavasti positiivisesti ja kokeilunhaluisesti uusiin sosiaalisen intranetin ominaisuuksiin, mutta osa saattaa suhtautua hieman vanhanaikaisesti. Etenkin vanhemmat henkilöstön jäsenet saattavat suhtautua sosiaaliseen intranettiin passiivisesti tai välinpitämättömästi. Myös työntekijät,

jotka eivät liikkuvan työnsä vuoksi käytä intranetiä usein, saattavat suhtautua siihen passiivisesti, koska he eivät todennäköisesti omaa tietoteknistä osaamista tarpeeksi.

6.1.2 Sosiaalinen intranet

Yritys X:ssä on ollut käytössä Atlassian Confluence -ohjelmisto intranetin alustana vuodesta 2011 lähtien. Sitä aikaisempi käytössä ollut intranet-järjestelmä oli niin sanottu ensimmäisen sukupolven intranet. Confluencen aikaisempi versio, joka otettiin käyttöön vuonna 2011, on 3.5.16 ja päivityksen jälkeinen versio on 5.1.5. Confluence on ollut sosiaalinen intranet jo aiemmilta versioiltaan, mutta uusimmissa versioissa, kuten versiossa 5.1.5, sosiaaliset ominaisuudet korostuvat. Confluence on yleisesti koettu edelläkävijäksi, sillä se on käyttäjäystävällinen, uuden ajan intranet-ohjelmisto.

”Hetimitä alusta alkaen olin tosi vakuuttunut siitä, että se oikeasti on helppokäyttöinen ja luonteva työkalu. Se Yritys X:n vanha intranet ei ollut kaksisuuntainen, vaan sellainen, että siellä voi käydä etsimässä tietoa, jos osaa, mutta sitä ei voinut kukaan muu tuottaa, kun joku yksi nimetty sisällöntuottaja. Tämä Confluence on siitä hyvä, että tämä on juuri semmoinen, että sopii Yritys X:lle sen takia, koska halutaan, että henkilökunta on oikeasti mukana siinä sisäisessä viestinnässä, niin tämä on työkalu sitten siihen, että jokainen voi tuottaa sisältöä ja kommentoida tai muokata.”

Toisaalta päivitystä ei tehdä turhaan, sillä Confluencen aiempi versio on käymässä hieman vanhanaikaiseksi ja huonojakin ominaisuuksia löytyy. Erityisesti liitetiedostojen osalta on ohjelmiston toiminta koettu epäloogiseksi. Confluencen versiossa 3.5.16 liitetiedostot joudutaan lataamaan aina uudelleen, sillä ne ovat sivukohtaisia.

”...on jotain bugeja nykyisessä Confluencessa, eli siellä ei kaikki tekstin muotoilut toimi ja esimerkiksi taulukoiden tekeminen on hidasta ja epäloogista. Epälooginen se on monin tavoin ja toivon, että näihin tulee korjauksia. Ei ehkä tässä seuraavassa versiossa vielä, mutta tulevaisuudessa mä toivon, että liitetiedostojen tallennuslogiikkaa voisi muuttaa. Liitetiedostot ei olisi sivukohtaisia, jos olisi mahdollista, vaan järjestelmä vaikka osaisi noutaa niitä suoraan verkkolevyiltä, tai sitten olisi joku mediapankki tai joku semmoinen siinä yhteydessä.”

Henkilöstön suhtautumista muutokseen ei voida aina etukäteen arvioida, mutta koska kyseessä on vain ohjelmiston päivitys eikä koko järjestelmän uusiminen, saattaa intranetin käyttäjien suhtautuminen olla yleisesti positiivisempaa kuin silloin, kun koko järjestelmä vaihdettiin.

”Ihmiset osaa yhä aktiivisemmin käyttää intraa. Kun katson tuota kojelautaa, missä näkyy mitä päivityksiä ihmiset on tehnyt, niin yhä enemmän näkyy nimiä siellä. Silloin aluksi ei oikeen uskallettu päivittää intraa, mutta se kynnyks on nyt ylitetty. Luulen, että tämä tuleva päivitys, sitä ei varmaan osata edes huomioda samalla tavalla kuin ennen. Se tulee olemaan varmasti helpompi.”

Sosiaalisen intranetin tarjoamat sosiaaliset työkalut ovat monipuolisempia päivitetyssä Confluencen versiossa. Käyttäjät saattavat suhtautua näihin uusiin sosiaalisiin työkaluihin hieman varauksella tai ainakin niihin tottuminen saattaa viedä aikaa. Kuten Stenmark (2006, 124) tutkimuksessaan osoitti, käyttäjät pystyvät ymmärtämään uutta teknologiaa vasta sitten, kun pääsevät sitä itse käyttämään. Tästä syystä voisi olla tarpeen kannustaa käyttäjiä rohkeasti kokeilemaan uusia toimintoja. Myös johto voisi toimia edelläkävijänä ja hyvänä esimerkkinä toisille, kokeilemalla ennakkoluulottomasti uusia sosiaalisia ominaisuuksia ensimmäisten joukossa, sillä sosiaalisen intranetin perimmäinen tavoite on kuitenkin tehostaa työaikaa.

”Itse tulen varmasti käyttämään uusia sosiaalisia työkaluja ja varmaan muutama muukin henkilö tulee käyttämään heti alkuun. Mutta kokonaisuutena luulen, että se vie vähän aikaa, kun täällä ihmiset tykkää aika paljon pitää kiinni niistä vanhoista työtavoista. Esimerkiksi se, että tässä uudessa järjestelmässä pystyy ilmeisesti viestimään toiselle ja statuspäivityksiä pystyy laittamaan, niin luulen, että niitä ei ehkä osata luontevasti hyödyntää, ennen kuin joku näyttää mallia. Saa nähdä kauan se vie.”

Teemahaastattelun sosiaalista mediaa käsittelevistä tuloksien perusteella odotettavissa on, että versiopäivitys ei tule olemaan suuri muutos intranetin käyttäjille. Lisäksi mitä luultavimmin päivitys lisää helppokäyttöisyyttä sekä vähentää epäloogisuutta. Toisaalta aikaa uuden oppimiseen ja omaksumiseen luultavasti kuluu. Käyttäjien asennoituminen uusiin sosiaalisen intranetin työkaluihin vaatii myös oman aikansa ja lisäksi esimerkkiä ja rohkaisua tullaan tarvitsemaan.

6.1.3 Intranetin käytettävyys ja käyttäjätyytyväisyys

Intranet ei välttämättä tavoita kaikkia työyhteisön jäseniä, esimerkiksi sellaisia, jotka liikkuvat työssään paljon. (Juholin 2009, 78.) Intranetviestinnässä tulisikin huomioida myös erilaiset käyttäjäryhmät ja heidän tarpeensa. Yritys X:ssä on huomioitu erilaisten työntekijöiden intranetin käyttö siten, että kaikille pyritään tarjoamaan mahdollisuus käyttää intranetiä. Myös erilaisissa arvunnoissa ja kilpailuissa on erilaiset työntekijäryhmät huomioitu.

”Joo, se on kyllä totta, että työntekijät on aika erilaisia. Meillä on esimerkiksi sellaisia ihmisiä, jotka ei niin hirveästi tee toimistossa töitä vaan esimerkiksi putkia vetää tuolla maahan. Ja sitten on paljon toimistotyöläisiä ja kaikkea siltä väliltä. Ei olla kyllä ihan hirveästi huomioitu näitä erilaisia käyttäjiä intran käyttäjäryhmissä, että sama informaatio heille yritetään tuoda, mutta sitten ollaan kyllä parannettu heidän mahdollisuuksia päästä intraan. Eli meillä on esimerkiksi yhteiskäyttöön tietokoneita ruokaloissa ja yritetään kannustaa kaikkia, että vaikka ei olisikaan toimistotyöläinen, niin pystyisi kuitenkin joka aamu intraa lukemaan ja se on mahdollista kaikille. Ja sitten meillä on myös yhteiskäyttötunnuksia tuolla intrassa.”

”...jos on vaikka joku arvonta, missä arvotaan jotain lippuja henkilökunnalle, niin ei voida pistää siihen, että esimerkiksi 50 ensimmäistä voittaa, koska se ei sitten olisi reilua. Sitten pistetään joku aika, että vaikka viiden päivän sisään, että yritetään huomioida sitten muussa toiminnassa eri käyttäjät. Mutta ei ole jaettu käyttäjäryhmiin tätä porukkaa.”

Phelps & Mok (1999, 49) mukaan intranetin käyttäjätyytyväisyyteen vaikuttaa etenkin intranetin helppokäyttöisyys. Yritys X:ssä on koettu käyttäjien olevan tyytyväisempiä Confluenceen kuin aikaisempaan ensimmäisen sukupolven intranet-järjestelmään. Helppokäyttöisyys on vaikuttanut selvästi myös käyttäjätyytyväisyyteen.

”No mun mielestä tästä uudesta järjestelmästä tykätään enemmän kuin siitä vanhasta, että tämä koetaan semmoisena helppokäyttöisenä ja, että löytyy helposti esimerkiksi se miten sivua muokataan ja miten lisätään liitetiedostoja, ettei tarvitse niin kun ohjeita siihen, vaikka käyttäisi harvoin, niin koetaan sillä tavalla helpoksi se. Että siinä mielessä on tykätty tästä.”

Haastattelun ohella haastateltava esitti, että kyselylomakkeessa voisi kysyä tarkentavana kysymyksenä käyttäjiltä haluaisivatko he esimerkiksi koulutusta liittyen sosiaalisen intranetin yhteistyöfoorumeihin ja -toimintoihin liittyen.

”...onkohan henkilökunta tietoinen tarpeeksi siitä, että intrassa voi tehdä myös tällaista (yhteistä työtilaa) ja haluaisivatko siitä koulutusta vai pystyisivätkö he hyödyntämään sitä omassa työssään enemmän, vähän niin kuin tiimitasolla tai vaikka yksinkin. Jos haluaa jotain muistiinpanoja tallentaa, niin toihan on järkevä paikka, kun sieltä ne on sitten aina käytettävissä. Esimerkiksi kotona, ettei tarvitse niitä tietokoneen levyille tallentaa.”

Teemahaastattelun tuloksista koskien intranetin käytettävyyttä ja käyttäjätyytyväisyyttä odotettavissa on, että käyttäjät ovat suhteellisen tyytyväisiä intranettiin ja kokevat sen melko helppokäyttöiseksi. Erilaiset käyttäjäryhmät on pyritty huomioimaan intranetviestinnässä, vaikkei heillä olekaan kaikkia sosiaalisen intranetin ominaisuuksia käytössään, johtuen yhteiskäyttötunnusten rajoitetuista oikeuksista. Lisäksi käyttäjien tietoisuutta erinäisistä saatavilla olevista työkaluista tarvitsee kartoittaa kyselylomakkeessa.

6.1.4 Intranetin helppokäyttöisyys ja käyttökokemukset

Intranetin käytettävyys ja helppokäyttöisyys on tärkeää työn tehokkuuden kannalta. Mikäli tietoa on vaikea löytää tai sen löytämiseen kuluu paljon aikaa, kertyy organisaatiolle tehokkuushäviötä. (Kuivalahti & Luukkonen 2003, 65.) Yritys X:ssä on intranet koettu pääasiassa helppokäyttöiseksi.

”Joo, on helppokäyttöinen ja sitten ehkä tässä uudessa versiossa tosiaankin kiinnostaa erityisesti se vielä helppokäyttöisemmäksi muuttuminen, erityisesti dokumenttien ja sivujen luominen ja juuri nämä tekstin muotoilut, koska ne ovat olleet vähän semmoisia bugeja tässä aikaisemmassa versiossa, mutta nyt varmasti moni asia korjaantuu.”

Intranetin rakennesuunnittelu on olennaista tiedon löytymiselle ja vaikuttaa sitä kautta myös käyttäjätyytyväisyyteen (Kuivalahti & Luukkonen 2003, 61). Yritys X:ssä intranetin rakennepuu koetaan avaintekijäksi helppokäyttöisyydelle. Lisäksi sosiaalisesta mediasta tuttujen työkalujen ja ominaisuuksien on koettu lisäävän helppokäyttöisyyttä, sillä ne ovat monille jo ennestään tuttuja.

”No yleisellä tasolla helpoksi tietenkin tekee se rakenne, että

minkälainen hakemistopuu siellä on tai miten se hierarkia siellä sivuissa menee ja tietenkin sitten hakutoiminto, että se on yksi todella tärkeä. Monesti se haku on se helpoin tapa löytää, mutta joskus, kun ei tiedä mitä on hakemassa, niin sivujen ja sisällön hierarkia ja loogisuus on tosi tärkeitä kanssa.”

”Nyt varsinkin kun tosiaan tämä sosiaalinen media on kaikilla hallussa, niin jos se intra on samantyyppinen, niin se varmasti tekee siitä helppokäyttöisemmän. Että ei tarvitse keksiä pyörää uudestaan.”

Yritys X:ssä on koettu henkilöstön jo tottuneen jonkin verran uuden ajan intranetiin. Lisäksi helppokäyttöisyyden uskotaan paranevan entisestään päivityksen jälkeen. Sosiaalisen intranetin kokonaisvaltaiseen omaksumiseen kuitenkin oletetaan kuluvan hieman aikaa.

”Nyt kun henkilökunta pikkuhiljaa oppii, että voi tehdä asioita muutenkin, kun miten on aina tehty, niin se lisää tätä helppokäyttöisyyttä. Otetaan kaikki irti sitten tästä sosiaalisesta intrasta, sitten kun opitaan mieltämään se vähän erilaisena, ettei yritetäkään mieltää sitä enää Wordin jatkeena.”

Teemahaastattelun helppokäyttöisyyteen ja käyttökokemuksiin liittyvien tutkimustulosten perusteella voidaan odottaa, että käyttäjät kokevat intranetin suhteellisen helppokäyttöiseksi ja ovat osittain jo tottuneet tiettyihin sosiaalisen intranetin ominaisuuksiin. Odotettavissa on kuitenkin se tosiasia, että käyttäjät tarvitsevat aikaa uusien asioiden omaksumiselle.

6.1.5 Johdon tuki intranetin kehittämiseksi

Yritys X:ssä johdon tuki sisäisen viestinnän ja intranetin kehittämiseksi on ollut vahva etenkin toimintajärjestelmän osalta. Lisäksi johdon ja viestintäosaston välinen yhteistyö toimii erinomaisesti.

”Johdon tuen huomaa varsinkin ehkä enemmän siitä, että toimintajärjestelmää on selvästi kehitetty viime vuosina, että on haluttu järkeistää sitä ja se on osa tällaista suurempaa projektia, jossa vähennetään työtapaturmia ja toimitaan tämän standardoidun OH-SAS 18001:2007 mukaan. Se on sellainen sertifioitu turvallisuusjärjestelmä ja osasy siihen, että on ollut johtokin kiinnostunut kehittämään tällaista järjestelmää, missä luontevasti toimii tämä henkilökunnan tiedottaminen ja siinä samassa sitten menee intranetin kehitys. Että johdon tuki on kyllä ollut. Ja johto osallistuu kyllä ihan tarpeeksi tähän

kehittämiseen, ja ihan johtoryhmätasolla näitä on käsitelty.”

Teemahaastattelun johdon tukea koskevien tuloksien perusteella voidaan todeta, että Yritys X:n johto osallistuu sisäisen viestinnän kehittämiseen ja pitää myös intranetin kehitystä tärkeänä.

6.2 Yhteenveto teemahaastattelun tuloksista

Kuviossa 3 on koottu yhteen teemahaastattelun tärkeimmät tulokset.



KUVIO 3 Yhteenveto teemahaastattelun tuloksista.

6.3 Kyselyn tulokset

Lomakekysely intranetin käyttäjille toteutettiin Webropol-sovelluksella touko-kesäkuun vaihteessa 2014 (LIITE 3). Vastauksia Webropol-kyselyyn tuli yhteensä 104 kappaletta, jolloin kyselyn vastausprosentiksi saatiin 43,2 %. Vastausprosentti oli toimeksiantajan edustajan mielestä yllättävän korkea verrattuna aikaisempiin yhtiössä toteutettuihin kyselyihin.

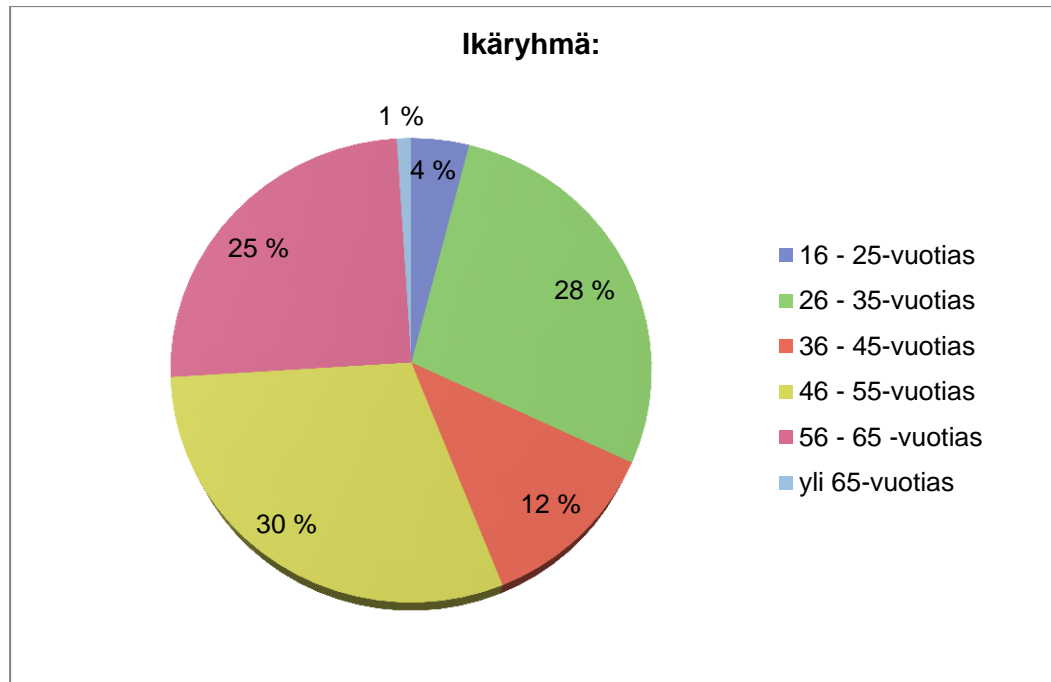
Kysely lähetettiin sähköpostitse kaikille Yritys X:n työntekijöille, joilla on sähköpostitili käytössään. Heitä oli yhteensä 241 henkilöä. Kaiken kaikkiaan yhtiön palveluksessa on 254 henkilöä. Vastausmäärästä voidaan päätellä, että henkilöstöä kiinnostaa intranettiin liittyvät asiat ja he ovat mielellään mukana vaikuttamassa intranetin kehittämiseen. Kysely oli avoinna kaksi viikkoa ja henkilöstöä muistutettiin vastaamisesta vielä ennen kyselyn sulkeutumista.

Osa vastanneista vastasi jokaiseen tai lähes jokaiseen kyselylomakkeen avoimeen vastaukseen tulkitsemattomasti. Näiden henkilöiden vastaukset poistettiin kokonaan tutkimustuloksista. Poistettujen vastausten jälkeen tulkittavia vastauksia oli yhteensä 100 kappaletta, jolloin lopulliseksi vastausprosentiksi saatiin 41,5 %.

6.3.1 Vastaajien taustatiedot

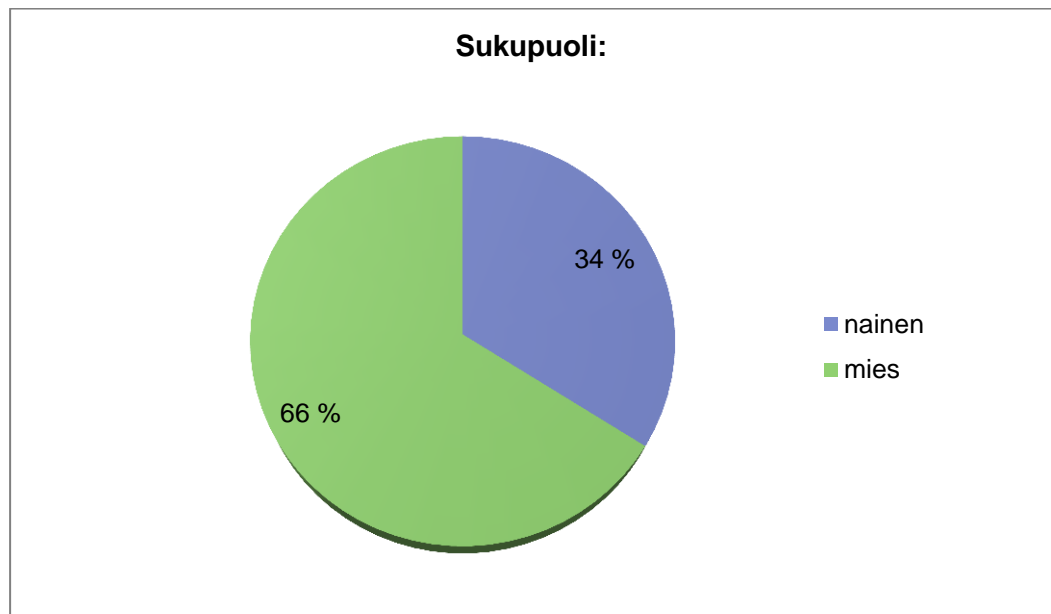
Kuviossa 4 on kuvattu vastaajien ikäryhmät. Koska hyväksyttäviiä vastauksia saatiin yhteensä 100 kappaletta, on vastaajien lukumäärä (n) numeraalisesti sama kuin vastaajien prosentuaalinen osuus. Vastaajista suurin osa oli iältään 46 – 55-vuotiaita. Toiseksi suurin ikäryhmä oli 26 – 35-vuotiaat. Kolmanneksi suurin ikäryhmä oli 56 – 65-vuotiaat. (KUVIO 4.)

Yritys X:n henkilöstön keski-ikä vuonna 2013 oli 49 vuotta. Henkilöstön korkeahko keski-ikä selittää myös vastaajien ikäjakaumaa. Vuonna 2013 yli 60-vuotiaita henkilöitä oli Yritys X:n palveluksessa 36. (Yritys X 2014.)



KUVIO 4 Vastaajien ikäryhmät.

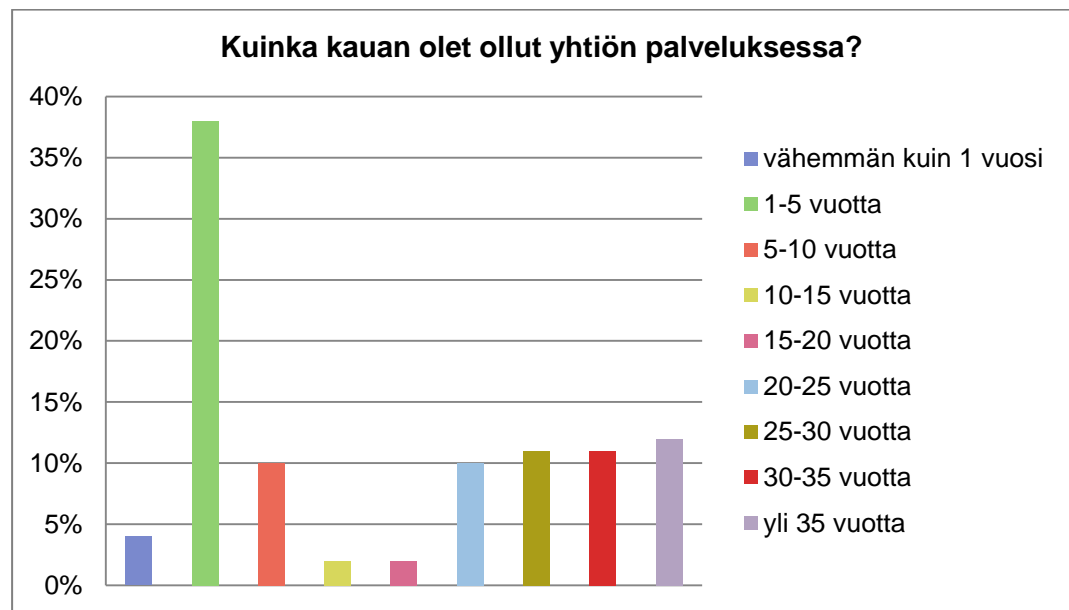
Vastaajista suurin osa oli miehiä (KUVIO 5). Yritys X:n koko henkilöstöstä miehiä on 76 % (Yritys X 2014).



KUVIO 5 Vastaajien sukupuoli.

Suurin vastaajien edustama henkilöstöryhmä oli toimihenkilö. Heitä oli yhteensä 48 %. Toiseksi suurin henkilöstöryhmä vastaajien keskuudessa oli työntekijä, heitä oli 27 %. Ylempiä toimihenkilöitä oli vastanneiden joukossa 20 %. Lisäksi vastauksia saatiin myös johtoportaasta, heitä oli vastanneissa 3 %. Muu -ryhmään kuuluvia oli vastanneiden joukossa 2 %.

Vastaajista 38 % oli ollut yhtiön palveluksessa 1-5 vuotta. Muutoin vastaajien palvelusvuosissa oli melko suurta vaihtelua. (KUVIO 6.)

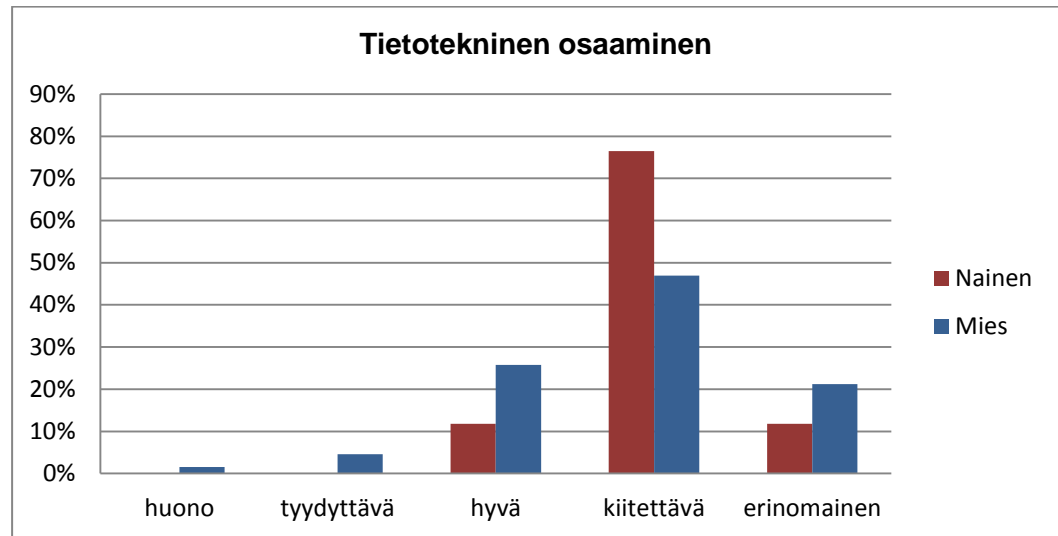


KUVIO 6 Vastaajien palvelusvuodet yhtiössä.

Suurin osa vastaajista koki omat tietotekniset valmiutensa tietokoneen käyttäjänä hyväksi sekä kärsivällisyyteensä hyväksi. Asteikolla 1-5 osaamisen keskiarvoksi tietokoneen käytössä saatiin 3,88 ja kärsivällisyyden keskiarvoksi 3,66 (TAULUKKO 1). Vain yksi vastaaja koki oman tietoteknisen osaamisensa huonoksi. Naiset arvioivat tietoteknistä osaamistaan hieman paremmaksi kuin miehet. Naisista 100 % arvioi tietoteknisen osaamisensa hyväksi, kiitettäväksi tai erinomaiseksi ja miehistä 94 % arvioi samoin. Kuviossa 7 on havainnollistettu naisten ja miesten osaamista graafisessa muodossa. Tulokset muodostettiin ristiintaulukoinnin avulla.

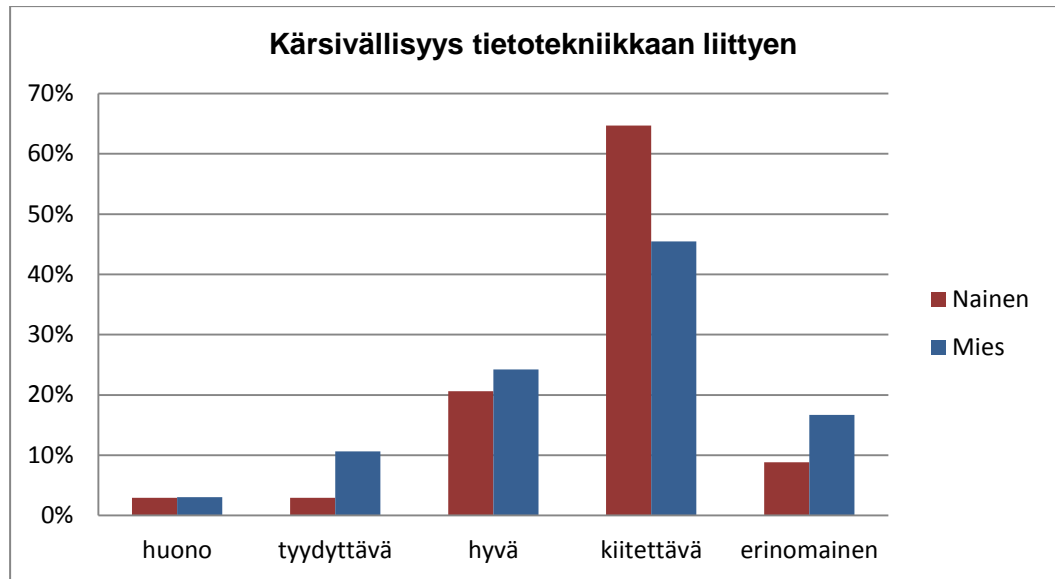
	1	2	3	4	5		Yhteensä	Keskiarvo
Huono osaaminen	1	3	21	57	18	Erinomainen osaaminen	100	3,88
Huono kärsivällisyys	3	8	23	52	14	Erinomainen kärsivällisyys	100	3,66

TAULUKKO 1 Vastaajien tietotekninen osaaminen ja kärsivällisyys.



KUVIO 7 Naisten ja miesten arviot tietoteknisestä osaamisesta.

Kärsivällisyyttä arvioitaessa vain 3 % vastaajista piti kärsivällisyyttään huonona tietokoneella työskentelyyn liittyen. Naisista suurin osa, 65 %, piti kärsivällisyyttään kiitettävänä. Yleisesti naiset arvioivat kärsivällisyyttään paremmaksi kuin miehet. Naisista 94 % piti kärsivällisyyttään hyvänä, kiitettävänä tai erinomaisena. Miehistä 86 % piti kärsivällisyyttään hyvänä, kiitettävänä tai erinomaisena. Kuviossa 8 on havainnollistettu naisten ja miesten kärsivällisyyden arviointia. Tulokset muodostettiin ristiintaulukoinnin avulla.



KUVIO 8 Naisten ja miesten arviot kärsivällisyydestä tietotekniikkaan liittyen.

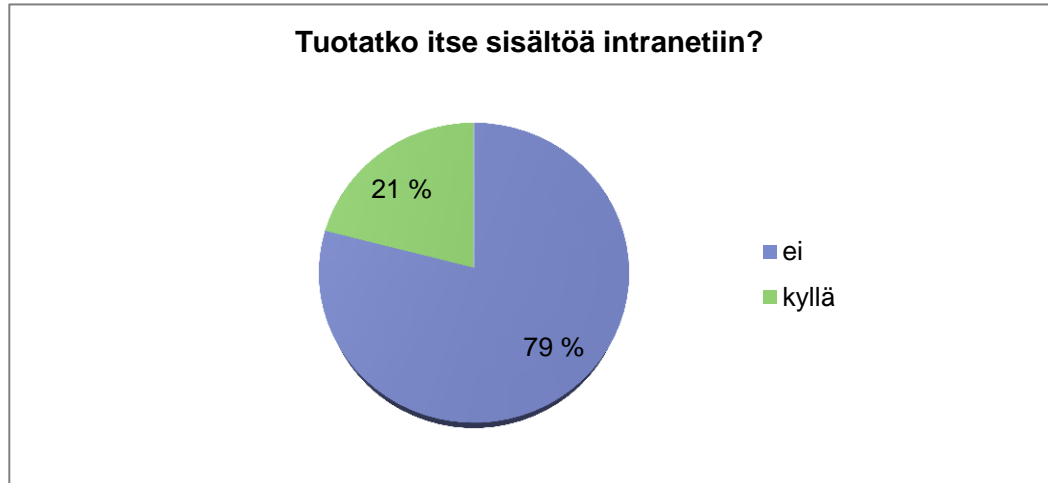
Vastaajista suurin osa käyttää tietokonetta työssään päivittäin. Vastaajista kukaan ei käytä tietokonetta työssään harvemmin kuin viikoittain. (KUVIO 9.)



KUVIO 9 Vastaajien tietokoneen käyttö.

Vastaajista vain 21 % kertoi tuottavansa itse sisältöä intranettiin (KUVIO 10). Näistä 21 %, jotka kertoivat tuottavansa sisältöä itse intranettiin, seitsemän kertoi tuottavansa sitä noin kerran kuussa. Vastaajista kolme kertoi tuottavansa sisältöä

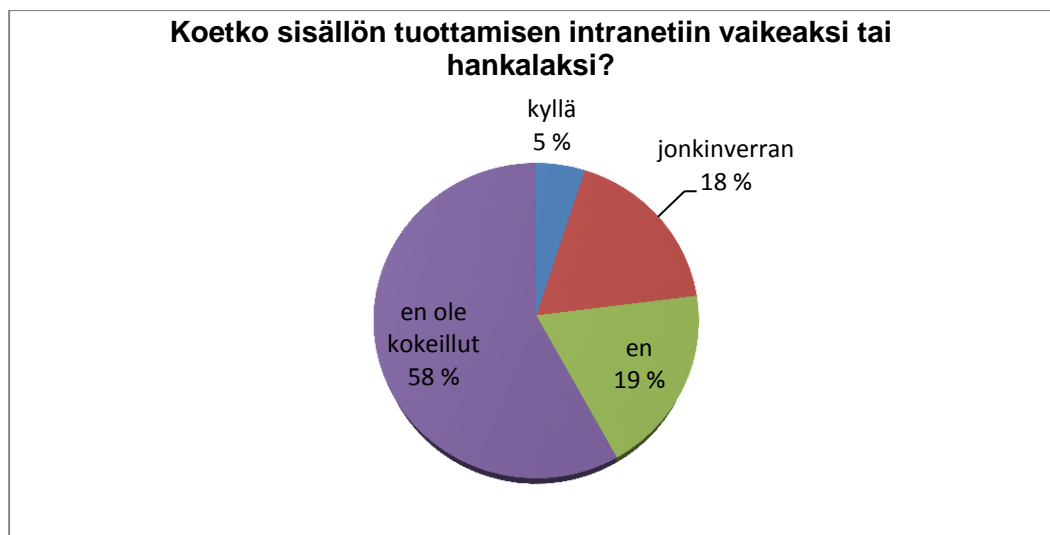
noin kerran viikossa. Kymmenen vastaajaa kertoi tuottavansa sisältöä satunnaisesti, harvoin tai joskus. Yksi vastaaja kertoi tuottavansa sisältöä noin kolme kertaa viikossa. Intranetin sisällöntuottajista oli naisia 9 % ja miehiä 12 %.



KUVIO 10 Vastaajien toimiminen sisällöntuottajina.

6.3.2 Helppokäyttöisyys ja käytettävyys

Yleisesti intranet koettiin vastaajien keskuudessa helppokäyttöiseksi, mutta sisällön tuottaminen koettiin hieman vaikeaksi. Vastaajista 58 % ilmoitti, ettei ole kokeillut lainkaan sisällön tuottamista intranettiin (KUVIO 11). Vastaajista ne, jotka tuottavat itse sisältöä intranettiin kokivat, ettei sisällön tuottaminen ole hankalaa. Hankalimmaksi sisällön tuottamisen kokivat 46 – 55-vuotiaat. Lisäksi miehet kokivat sisällöntuottamisen hieman vaikeammaksi kuin naiset.



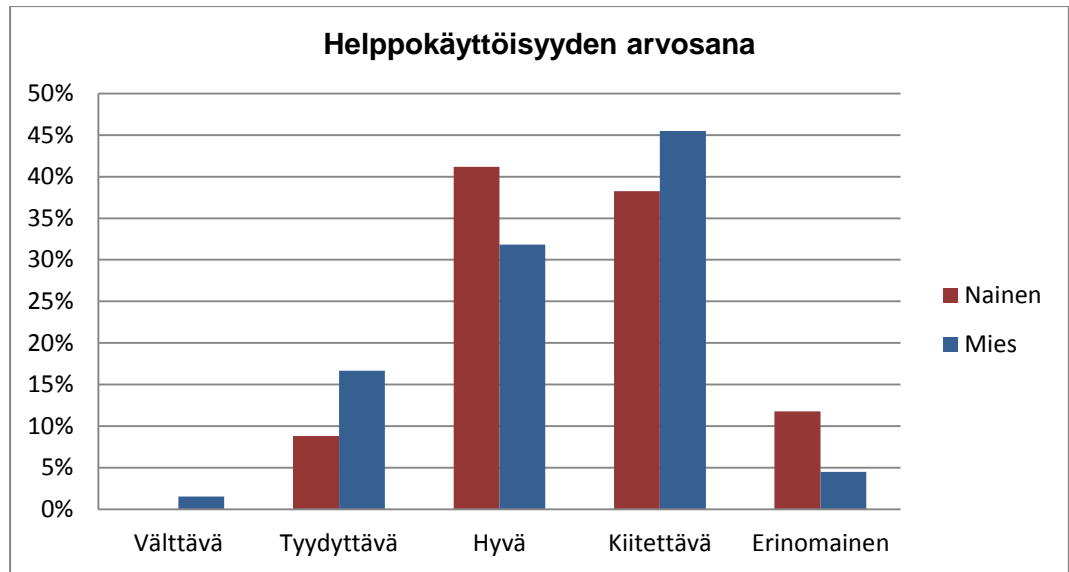
KUVIO 11 Sisällön tuottamisen vaikeus tai hankaluus.

Arvosanaksi intranet sai helppokäyttöisyydestään 3,41 asteikolla 1-5 (TAULUKKO 2). Helppokäyttöisyyttä on arvosteltu asteikolla: 1=välttävä, 2=tyydyttävä, 3=hyvä, 4=kiitettävä, 5=erinomainen. Intranet koetaan siis helppokäyttöisyydeltään hyväksi. Helppokäyttöisempänä intranetiä pitivät ne vastaajat, jotka tuottavat itse sisältöä intranettiin. Nämä 21 % vastaajista antoi arvosanan keskiarvoksi 3,47.

	1	2	3	4	5		Yhteensä	Keskiarvo
Välttävä	1	14	35	43	7	Erinomainen	100	3,41

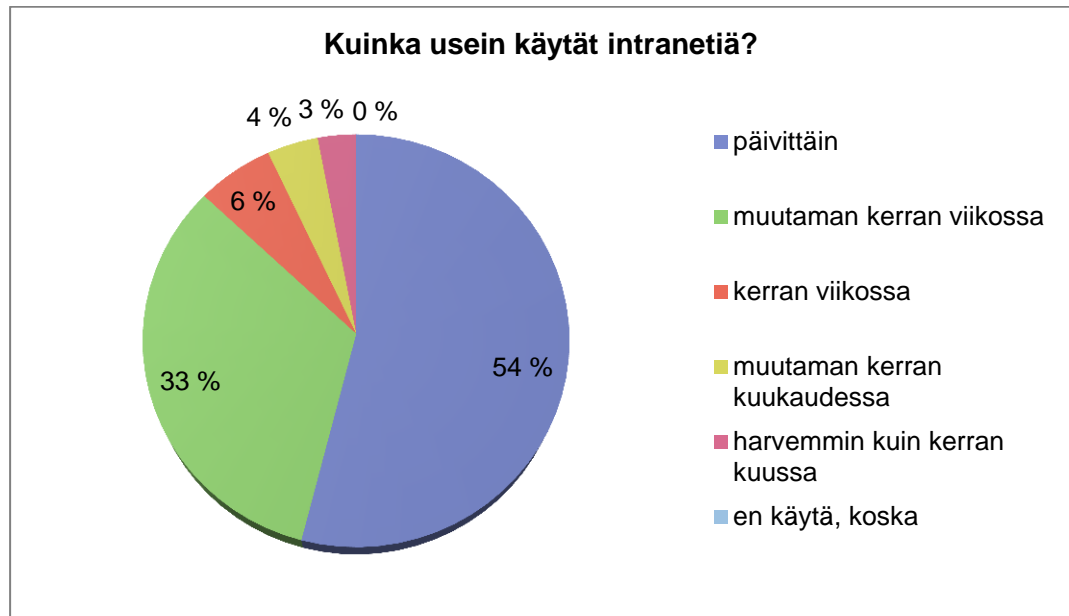
TAULUKKO 2 Intranetin helppokäyttöisyyden arvosana.

Suurin osa vastaajista oli tyytyväisiä intranettiin ja sen helppokäyttöisyyteen. Välttävän arvosanan antoi vai yksi vastaaja. Tyydyttävän arvosanan antoi vastaajista 14 %. Naiset pitävät intranetiä hieman helppokäyttöisempänä kuin miehet. Naisista 91 % antoi intranetille arvosanaksi hyvä, kiitettävä tai erinomainen ja miehistä samat arvosanat antoi 82 %. Kuviossa 12 on havainnollistettu naisten ja miesten arviointia graafisessa muodossa. Tulokset muodostettiin ristiintaulukoinnin avulla.



KUVIO 12 Naisten ja miesten antamat arvosanat helppokäyttöisyydestä.

Vastaajista suurin osa, 54 %, kertoi käyttävänsä intranetiä päivittäin. Vastaajien joukossa oli melko vähän sellaisia intranetin käyttäjiä, jotka käyttävät intranetiä harvemmin kuin kerran kuussa. (KUVIO 13.)



KUVIO 13 Intranetin käyttö.

Kyselylomakkeessa kysyttiin avoimella vastauksella tarkemmin, mitä tietoa käyttäjät yleensä etsivät intranetistä. Yleisimmät vastaukset selvitettiin koodauksen avulla. Eniten intranetistä etsitään ajankohtaisia uutisia sekä

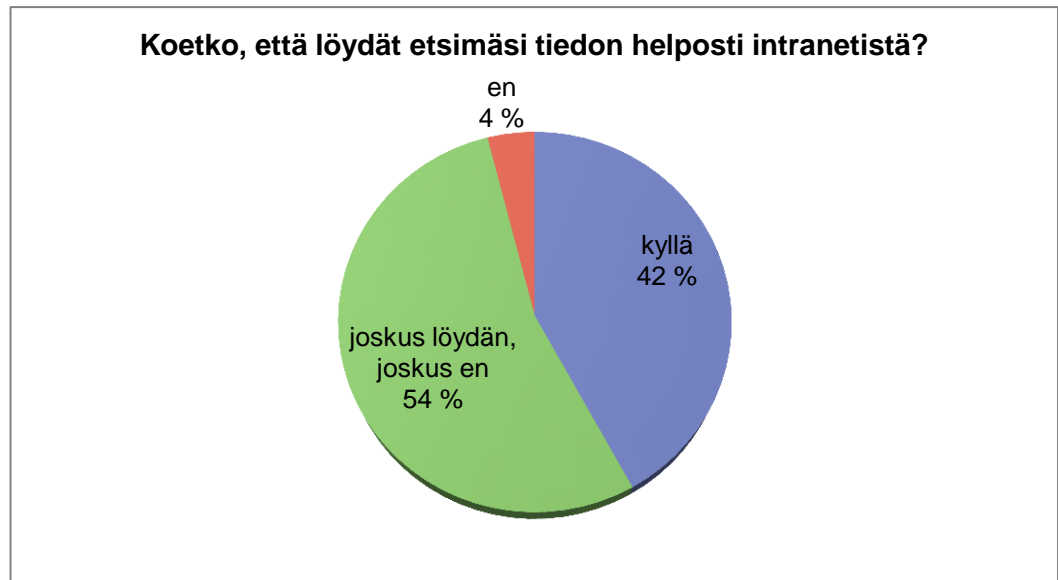
tiedotteita ja ohjeita. Lisäksi ruokalista kiinnostaa käyttäjiä päivittäin. Toimintajärjestelmän ohjeet ovat kolmanneksi eniten haettuja tietoja. Lomakkeita ja henkilöstöasioita etsitään myös melko useasti.

Kuviossa 14 on esitetty eniten kiinnostavimmat aiheet intranetissä. Kiinnostavimpien ja etsityimpien aiheiden tulokset tukevat toisiaan. Ajankohtaista -palstaa pidettiin kiinnostavimpana ja sitä myös etsitään intranetistä eniten. Vastaajia kiinnosti myös toimitusjohtajan katsaus sekä ruokalista. HelpDesk tiedottaa -palsta sijoittui neljänneksi kiinnostavuudessaan. Intranetin kojelauta ei juuri kiinnostanut vastaajia. Jokin muu -vastauksen valinneet kertoivat kiinnostaviksi myös oman alan uutiset, toimintajärjestelmän sekä yleiset ohjeet. (KUVIO 14.)



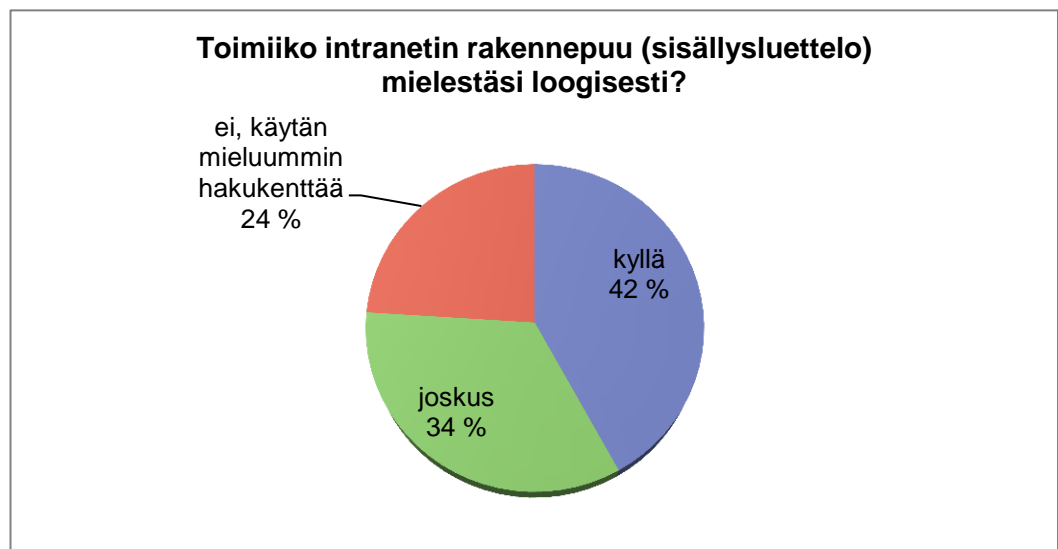
KUVIO 14 Kiinnostavimmat aihealueet intranetissä.

Tiedon löytäminen intranetistä koettiin kuitenkin osittain haasteelliseksi. Jotkin asiat löytyvät helpommin kuin toiset. Vastaajista 54 % koki, että joskus tieto löytyy helposti ja joskus taas ei. Vastaajista 42 % koki, että tieto löytyy intranetistä helposti. (KUVIO 15.) Vastaajista he, jotka kokevat tiedon löytyvän huonosti, kertoivat sen johtuvan puutteellisesta hakutoiminnosta. Puutteellisuus hakutoiminnossa johtuu vastaajien mukaan siitä, ettei hakusanoilla löydy oikeita tuloksia.



KUVIO 15 Tiedon löytyminen intranetistä.

Intranetin rakennepuu koettiin kuitenkin suurimmaksi osaksi loogiseksi. Vastaajista 24 % käyttää mieluummin hakutoimintoa, kuin rakennepuuta. (KUVIO 16.) Suurin osa vastaajista käyttää intranetiä päivittäin.



KUVIO 16 Intranetin rakennepuun loogisuus.

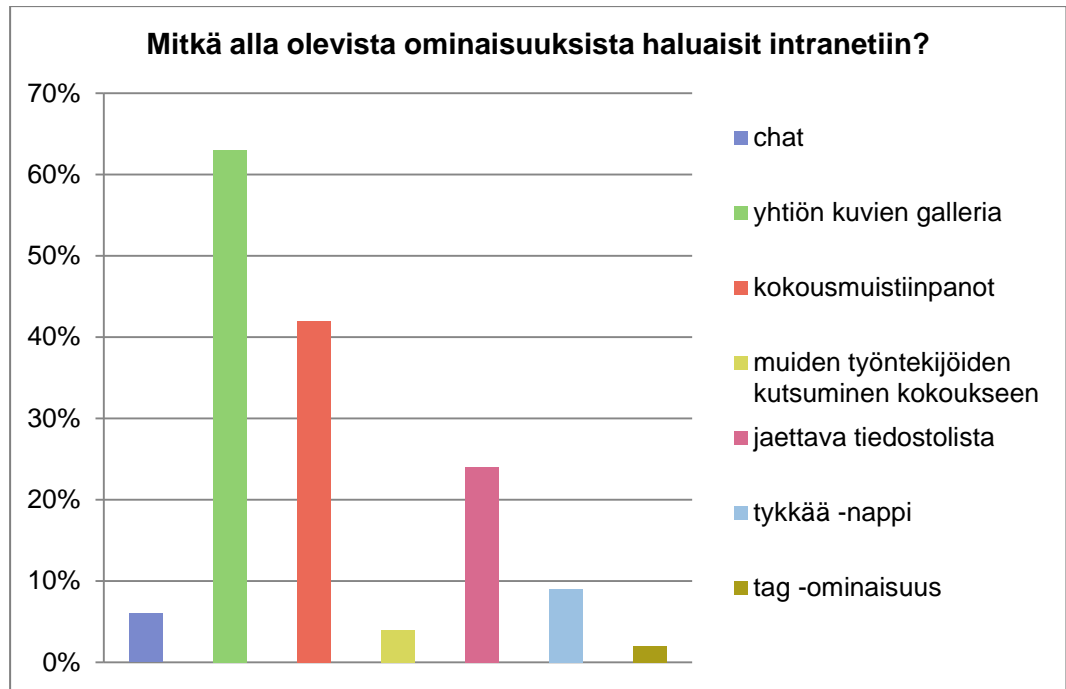
Vastaajat kokivat saavansa melko hyvin tietoa intranetin välityksellä yhtiön sisäisistä asioista. Vastaajista kuitenkin 15 % koki, ettei yhtiön sisäisistä asioista saa tarpeeksi tietoa intranetin kautta. (KUVIO 17.) Näistä 15 % muutama vastaaja koki, että omista asioista saa usein lukea aikaisemmin muista medioista, kuten sanomalehtien internetsivuilta, kuin yhtiön omasta intranetistä.



KUVIO 17 Yhtiön sisäiset asiat intranetissä.

6.3.3 Sosiaalinen intranet

Confluencen sosiaalisista ominaisuuksista ei oltu vastaajien joukossa erityisen kiinnostuneita. Eniten vastaajat olivat kiinnostuneita kokousmuistiinpano-ominaisuudesta. Keskustelu-ominaisuudet eivät olleet kiinnostavia. Sen sijaan käyttäjiä kiinnosti kuvagalleria, jossa voisi selaila yhtiön omien tapahtumien kuvia. Kuvagalleria ei varsinaisesti ole sosiaalisen intranetin ominaisuus, mutta se valittiin vaihtoehtojen joukkoon toimeksiantajan edustajan ehdotuksesta. Chat, tykkää-nappi ja tag-ominaisuus sai kiinnostusta vain muutamalta vastaajalta. (KUVIO 18.)

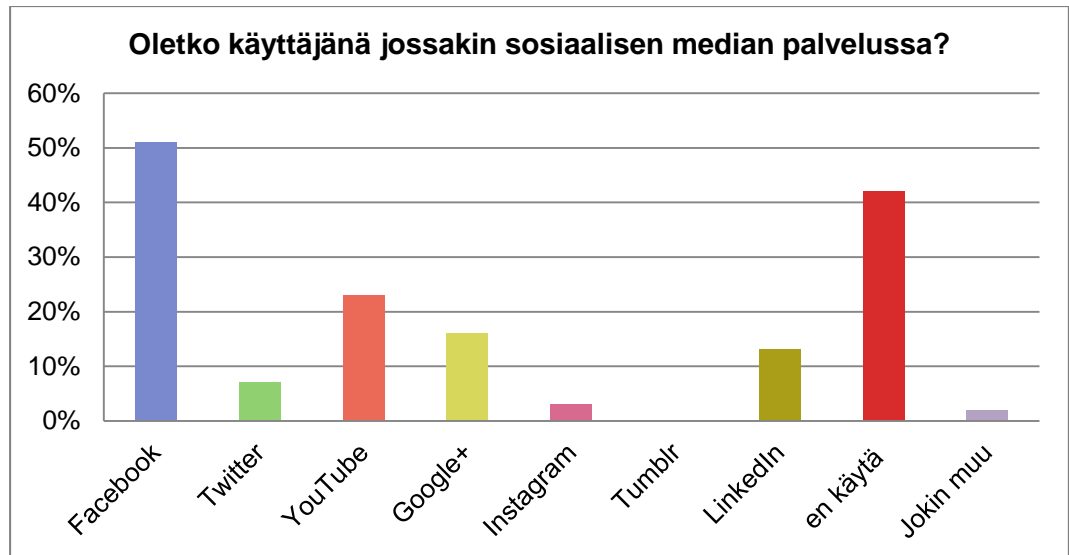


KUVIO 18 Confluencen sosiaalisten ominaisuuksien kiinnostavuus.

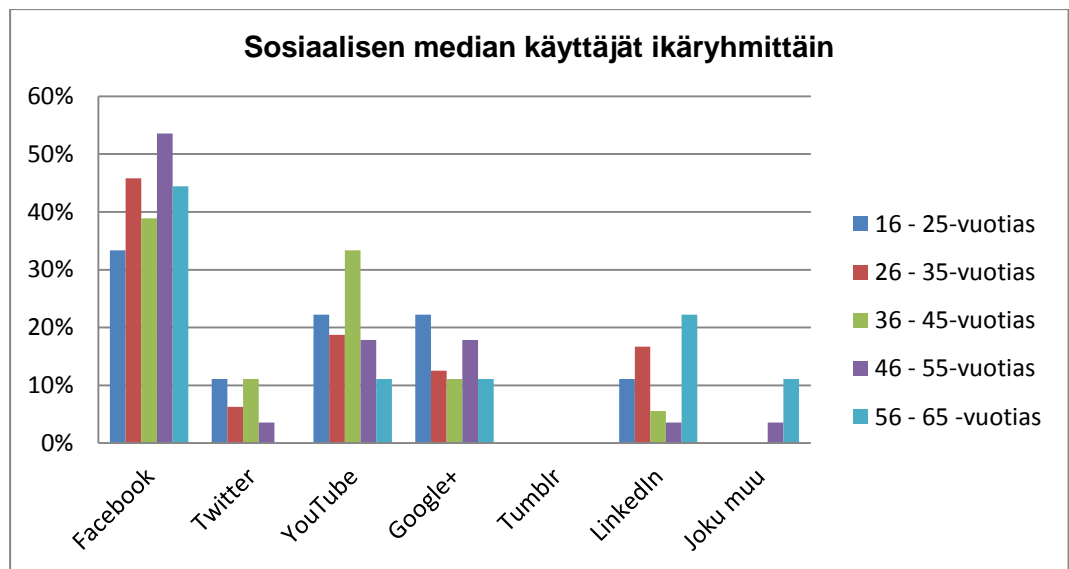
Kyselyssä selvisi, että vastaajista 51 % käyttää Facebook-palvelua. Facebook oli sosiaalisen median palveluista käyttäjien keskuudessa suosituin. Melko suuri osa vastaajista, 42 %, ei käytä mitään sosiaalisen median palvelua. (KUVIO 19.)

Vastaajat, jotka kertoivat käyttävänsä jotakin sosiaalisen median palvelua, kertoivat käyttäytyvänsä siellä enimmäkseen tarkkailijan roolissa, eli avoin kirjoittelu sosiaalisiin medioihin ei ole vastaajilla tapana. Tämä selittänee myös hieman passiivisen suhtautumisen intranetin kommentointi ja status-päivitys mahdollisuuksiin.

Ristiintaulukoinnin avulla saatiin tarkempaa tietoa eri ikäryhmien sosiaalisten medioiden käytöstä. Vastaajien suurin sosiaalisten medioiden käyttäjäryhmä oli 26 – 35-vuotiaat. Kyseinen ryhmä käyttää monia eri palveluita. Vastaajista yli 65-vuotiaat eivät käyttäneet sosiaalisen median palveluja lainkaan. (KUVIO 20.)



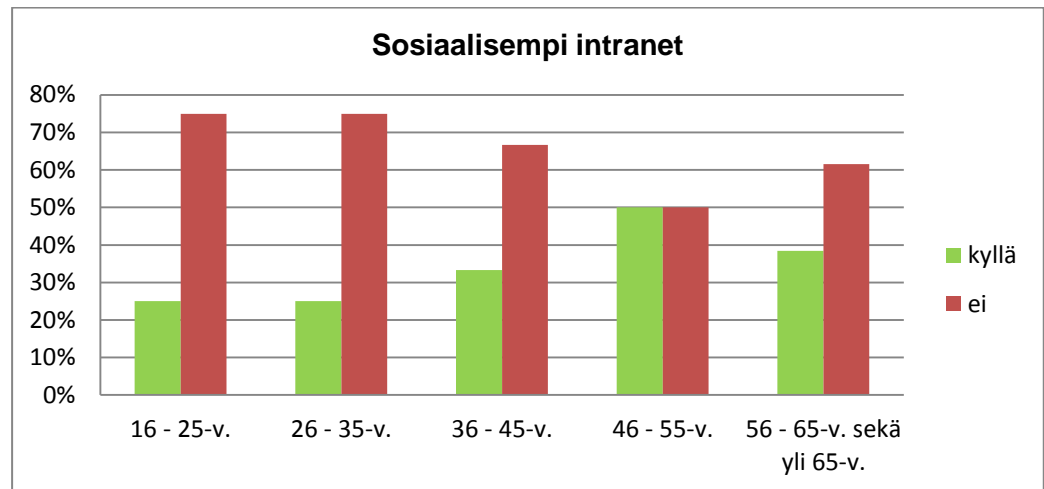
KUVIO 19 Suosituimmat sosiaalisten medioiden palvelut.



KUVIO 20 Sosiaalisen median käyttö ikäryhmittäin.

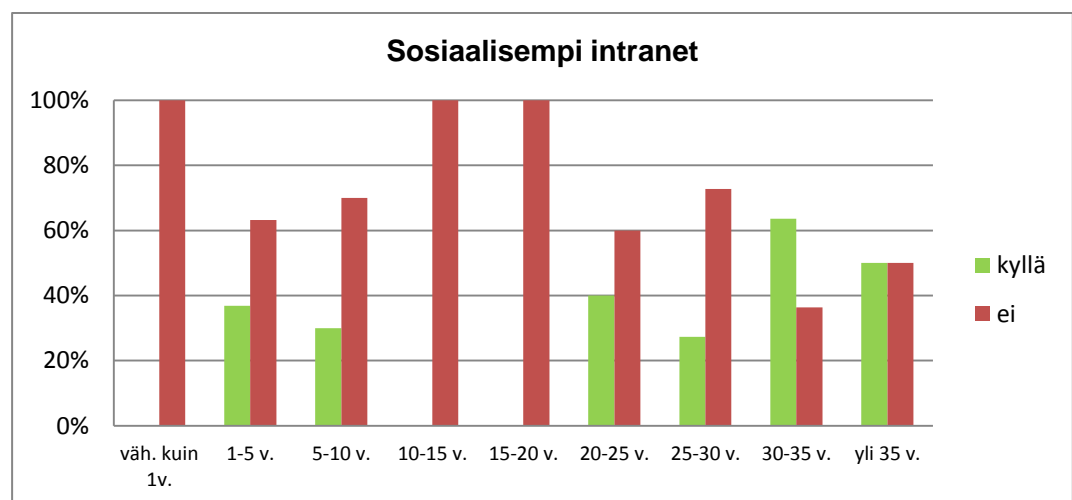
Vastaajista 63 % oli sitä mieltä, ettei Yritys X:n intranetiä tarvitse muuttaa enempää sosiaalisen intranetin suuntaan. Ristiintaulukoinnin avulla saatiin tarkempaa tietoa siitä, miten vastaajien eri ikäryhmät suhtautuivat sosiaalisempaan intranettiin (KUVIO 21). Eniten sosiaalisempaan intranettiin suhtautuivat

positiivisemmin ikäryhmistä 46 – 55-vuotiaat. Tulos on yllättävä verrattuna sosiaalisen intranetin ominaisuuksien kiinnostavuuteen.



KUVIO 21 Suhtautuminen sosiaalisempaan intranettiin.

Kun tarkastellaan samaa suhtautumista sosiaalisempaan intranettiin vastaajien palvelusvuosien mukaan, nähdään, että positiivisemmin intranetin muuttamiseen sosiaalisempaan suuntaan suhtautuivat 30–35 vuotta yhtiön palveluksessa työskennelleet (KUVIO 22). Kun taas vähemmän kuin yhden vuoden tai 10–15 vuotta sekä 15–20 vuotta työskennelleet eivät ole kiinnostuneita muutoksesta. Tämä voi tarkoittaa myös sitä, että nykyiseen intranettiin ja sen sosiaalisuuteen ollaan tyytyväisiä.



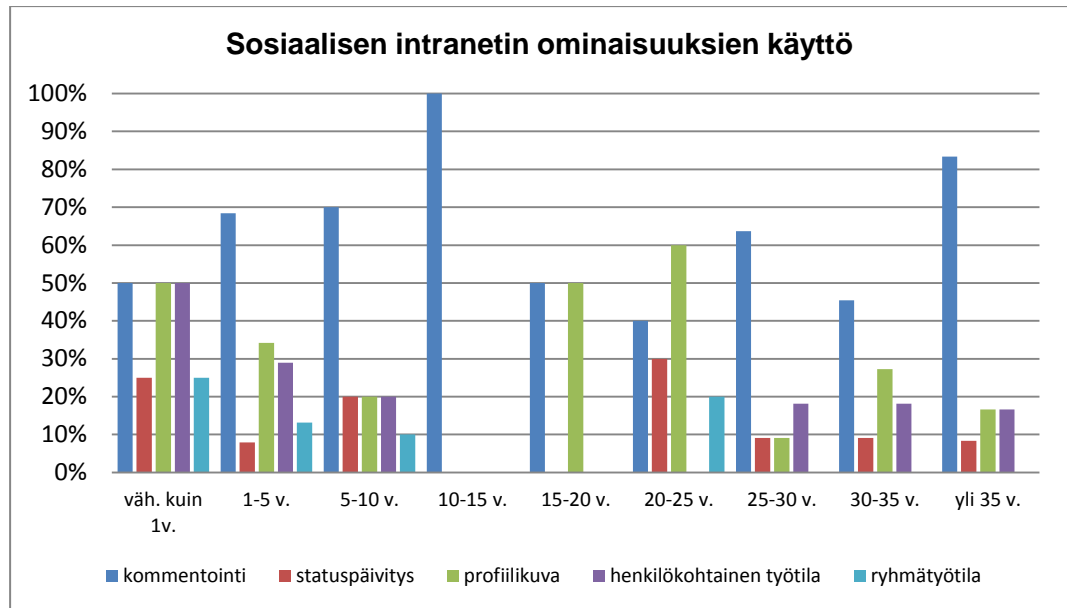
KUVIO 22 Suhtautuminen sosiaalisempaan intranettiin palvelusvuosien mukaan.

Vaikka kommentointi intranetissä koettiin osittain turhaksi ominaisuudeksi, se oli kuitenkin muista sosiaalisen intranetin ominaisuuksista käytetyin. Vastaajista 47 % oli käyttänyt kommentointia intranetissä. (KUVIO 23.) Kyselyssä tiedusteltiin vastaajilta avoimessa kysymyksessä, miksi he eivät ole käyttäneet kommentointi tai statuspäivitys -ominaisuutta. Yleisin syy oli ”Ei ole ollut aihetta” tai ”Ei ole ollut mitään sanottavaa”. Kyselyn vastauksista ilmeni, että kysymykset olisi pitänyt selventää vastaajille perinpohjaisesti, sillä monet vastaajista eivät tieneet mikä on statuspäivitys tai kommentointikenttä. Tämä osoittaa, että näistä asioista voitaisiin käyttäjiä informoida enemmän. Kommentointi ja statuspäivitykset koettiin turhiksi, koska vastaajat kokivat, ettei heillä ole mitään sanottavaa.



KUVIO 23 Sosiaalisen intranetin ominaisuuksien käyttö.

Ristiintaulukoinnin avulla nähdään, että monipuolisemmin sosiaalisen intranetin ominaisuuksia ovat käyttäneet ne käyttäjät, jotka ovat työskennelleet yhtiössä joko vähemmän kuin yhden vuoden tai 1-5 tai 5-10 vuotta (KUVIO 24).



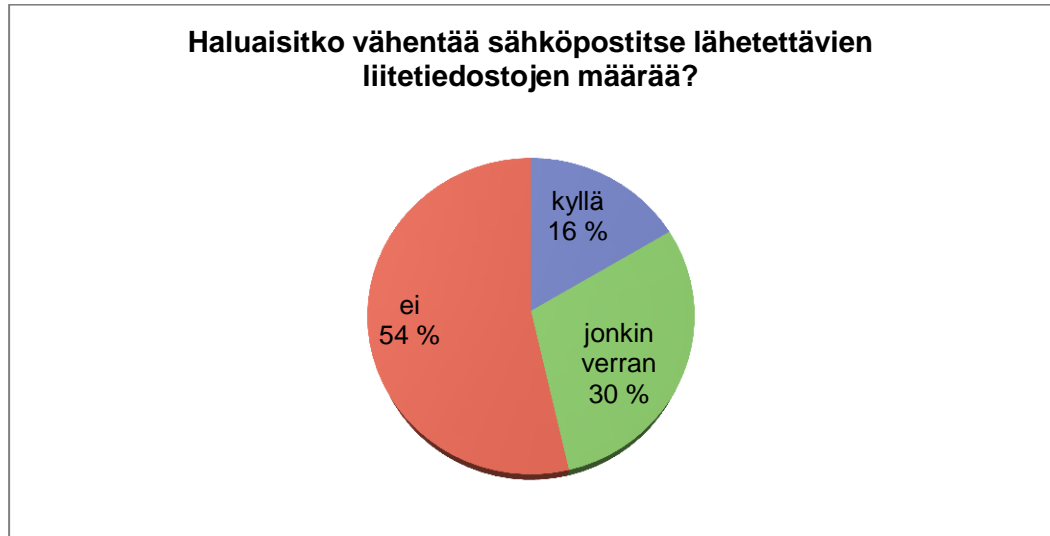
KUVIO 24 Sosiaalisten ominaisuuksien käyttö eri palvelusvuosien kesken.

Vastauksista ilmeni käyttäjien tietämättömyys intranetin ominaisuuksiin liittyen. Jotkin käyttäjät eivät tiedäneet, minkälaisia ominaisuuksia intranetissä on mahdollista käyttää. Kuitenkin kysyttäessä vastaajilta kokevatko he tarvitsevansa lisäkoulutusta johonkin intranetin toimintoon tai ominaisuuteen liittyen, 86 % koki, ettei sellaiseen ole tarvetta. Vaikka edellisestä kysymyksestä selvisi, että sosiaalisen intranetin ominaisuudet eivät olleet tuttuja käyttäjille, he eivät halua koulutusta asiasta. Vastaajat, jotka kokivat tarvitsevansa lisäkoulutusta, esittivät, että koulutus voisi liittyä esimerkiksi henkilökohtaiseen työtilaan, tiedon tuomiseen intranettiin, dokumenttien laatimiseen sekä toimintajärjestelmän päivittämiseen.

Atlassian Confluence oli käyttäjille melko tuntematon, eikä monikaan käyttäjä ollut hyödyntänyt Confluence omaa ohjeistusta intranetin käytöstä. Vastaajista 65 % ei tiennyt mikä on Confluence. Myös tiimityöskentelyssä hyödynnettävä jaettu työtila oli monille tuntematon ominaisuus. Vastaajista 46 % ei tiennyt mikä on jaettu työtila.

Sähköpostin käytön vähentäminen liittyy olennaisesti sosiaalisen intranetin hyötyihin ja ominaisuuksiin. Mikäli kaikki tarvittavat lomakkeet ja tiedostot

löytyisivät intranetistä, ei sähköpostitse tarvitsisi enää lähettää niin paljon liitetiedostoja. Vastaajat eivät kuitenkaan olleet erityisen kiinnostuneita sähköpostitse lähetettävien liitetiedostojen vähentämisestä. Vastaajista 54 % ei halunnut vähentää liitetiedostojen määrää sähköpostissa. Vastaajista kuitenkin 30 % halusi vähentää liitetiedostojen määrää jonkin verran. (KUVIO 25.) Positiivisimmin sähköpostitse lähetettävien liitetiedostojen määrän vähentämiseen suhtautuivat ne henkilöt, jotka toimivat intranetissä sisällöntuottajina.



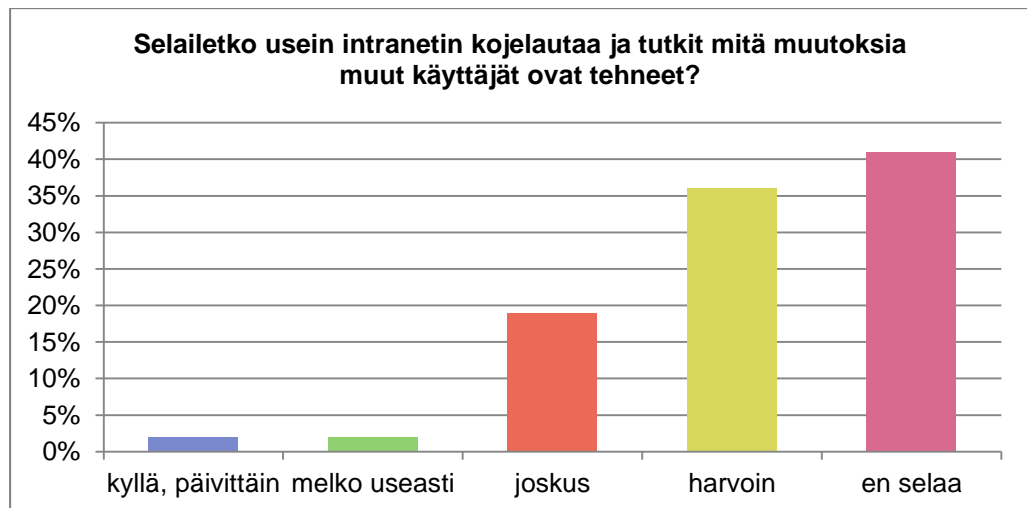
KUVIO 25 Sähköpostin liitetiedostojen määrän vähentäminen.

Sähköpostin käytön korvaaminen sosiaalisen intranetin avulla ei kiinnostanut vastaajia. Vastaajista 51 % ei halunnut, että intranet korvaa sähköpostin käytön kokonaan. Vastaajista 48 % kuitenkin halusi, että intranet korvaisi sähköpostin käyttöä osittain, muttei kokonaan. Vain 1 % vastaajista halusi, että sähköpostin käyttö korvattaisi kokonaan intranetissä. (KUVIO 26.) Positiivisimmin sähköpostin korvaamiseen intranetillä suhtautuivat ne henkilöt, jotka toimivat intranetin sisällöntuottajina. Sisällöntuottajista 71 % koki, että intranet voisi korvata sähköpostin käytön ainakin osittain.



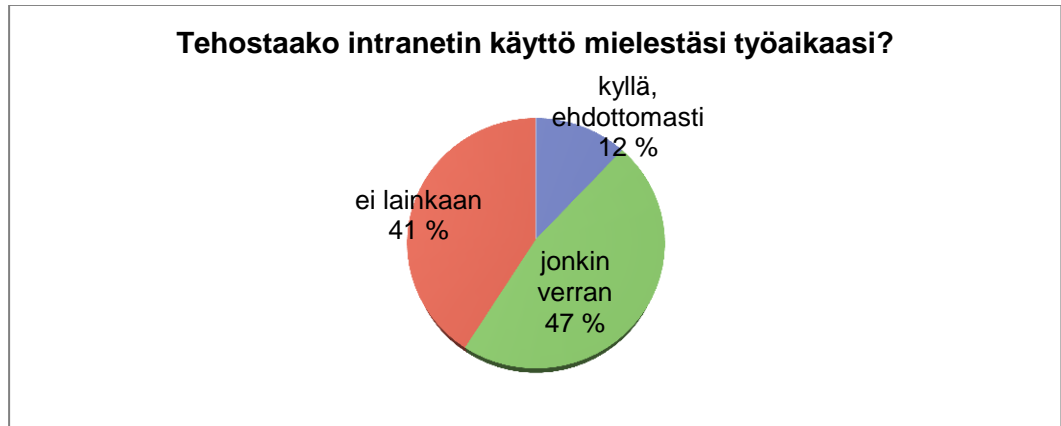
KUVIO 26 Sähköpostin korvaaminen intranetillä.

Kyselyn tuloksista selvisi, ettei osa intranetin käyttäjistä tunne kojelautaa -termiä. Kysyttäessä Kojelaudan toiminnan loogisuudesta, osa vastaajista ei osannut vastata mitään. Suurin osa kuitenkin koki kojelaudan toimivan melko loogisesti. Kyselystä ilmeni myös, etteivät käyttäjät juurikaan selaa kojelaudalla näkyviä päivityksiä tai muutoksia. (KUVIO 27.)



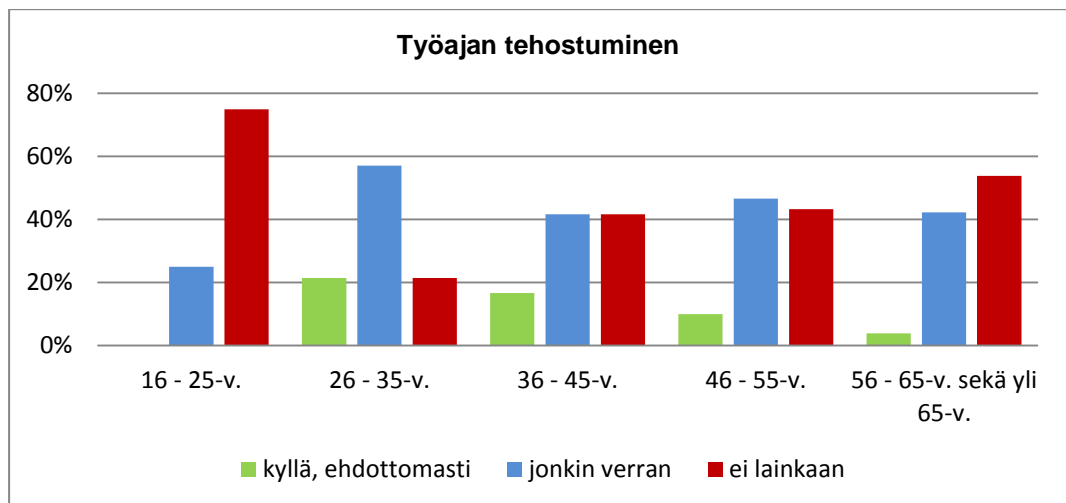
KUVIO 27 Kojelaudan selaaminen.

Sosiaalisen intranetin yksi hyöty on se, että oikein käytettynä se tehostaa työntekijöiden työaika. Vastaajista 47 % koki, että nykyinen intranet tehostaa työaika jonkin verran, kun taas 41 % koki, ettei intranet tehosta työaika lainkaan (KUVIO 28).



KUVIO 28 Työajan tehostuminen intranetin avulla.

Ristiintaulukoinnin avulla nähdään kuinka eri ikäryhmät suhtautuivat siihen, tehostaako intranetin käyttö työaika vai ei (KUVIO 29). 16 – 25-vuotiaista suurin osa oli sitä mieltä, ettei intranetin käyttö tehosta lainkaan työaika. Kyseisen ikäryhmän edustajia oli vastaajien joukossa hyvin vähän, heitä oli yhteensä 4 %. Positiivisimmin työajan tehostumiseen intranetin avulla suhtautuivat 26 – 35-vuotiaat vastaajat.



KUVIO 29 Suhtautuminen työajan tehostumiseen ikäryhmittäin.

Sosiaalisen intranetin ja niin kutsutun sähköisen työpöydän tarkoitus on tulevaisuudessa pyrkiä entistä käyttäjäystävällisemmäksi ja yksilöllisemmäksi. Intranetin etusivun muokkaaminen ja järjestely käyttäjän omiin tarpeisiin soveltuvaksi ei kuitenkaan ollut vastaajien mielestä kiinnostavaa. Vastaajista 66 % ei halunnut muokata omaa intranetin etusivuaan. Vain 34 % halusi yksilöllisemmän aloitussivun intranettiin. Intranetin sisällöntuottajina toimineet henkilöt suhtautuivat kaikkein positiivisimmin oman aloitussivun muokkaamiseen.

6.3.4 Intranetin toiminnallisuus ja ominaisuudet

Kyselyssä kysyttiin avoimen kysymyksen muodossa käyttäjien kohtaamia toiminnallisuuteen liittyviä ongelmia intranetin käytössä. Samankaltaisia vastauksia etsittiin koodauksen avulla. Suurin osa vastaajista, 62 %, ei ollut kohdannut toiminnallisia ongelmia intranetin käytössä. Tästä voidaan päätellä, että intranet on helppokäyttöinen ja toimii hyvin. Vastaajista 12 % kertoi toiminnallisten ongelmien liittyvän hakuominaisuuteen ja hakusanoihin sekä sisällön löytämiseen. Nykyisen intranetin hakuominaisuus koettiin puutteelliseksi, kuten jo aikaisemmin on tullut ilmi. Lisäksi osa vastaajista, 6 %, kertoi toiminnallisten ongelmien liittyvän Toimintajärjestelmään ja ohjeiden lukemiseen. Vastaajista 3 % kertoi liitetiedostojen lataamisessa olevan toiminnallisia ongelmia. Vastaajista 2 % kertoi, että käytössä oleva Confluencen versio on vanha ja siksi siihen liittyy toiminnallisia puutteita. Vastauksissa ilmeni myös, että toiminnallisia ongelmia on ilmennyt eri selaimia käytettäessä sekä sivujen päivittämisessä selaimessa. Eräässä vastauksessa esitettiin toivomus käyttökoulutuksen järjestämisestä.

”En ole osallistunut intranetin ylläpitokoulutuksiin, mutta työtehtävien niin vaatiessa olen työtoverin opastamana oppinut päivittämään tietoja intraan. Näissä tilanteissa osaamattomuuteni vuoksi en ole aina onnistunut tallentamaan tietoja. Intranetin käyttökoulutuksia voisi järjestää aika ajoin.”

Vaikka aiemmin kysyttäessä käyttäjiltä kokevatko he tarvitsevansa koulutusta tai lisäinformaatiota johonkin intranetin ominaisuuteen tai toiminnallisuuteen liittyen, vastaajista suurin osa oli sitä mieltä, ettei koulutusta tarvita. Kuitenkin

tutkimustulokset kertovat, että monella intranetin käyttäjällä on puutteellisia tietoja tai taitoja intranetin ominaisuuksista ja käyttömahdollisuuksista.

Intranetin hyviä ominaisuuksia kysyttäessä käyttäjiltä hieman yllättäväksi vastaukseksi ilmeni hakuominaisuus. Vastaajista 9 % oli sitä mieltä, että hakutoiminto on intranetissä hyvä ominaisuus.

”Vaikka haku ei aina annakaan toivottua tulosta, on tämä intranetin paras ominaisuus. Esimerkiksi oman alan ajankohtaiset uutiset ovat erittäin hyvä ominaisuus.”

Vastaajista 19 % mainitsi intranetin hyväksi ominaisuudeksi ajankohtaiset uutiset ja tiedotteet. Intranetin selkeys ja ulkoasu olivat myös hyvien ominaisuuksien joukossa. Vastaajista 13 % mainitsi intranetin selkeyden.

”Intranet on hyvä ajankohtaisten yhtiön sisäisten ja ulkoisten asioiden ja uutisten lähde ja toisaalta työkalu tiedon jakamiseen ja tuottamiseen. Hyväntuokoinen.”

”Melko selkeä, ulkoasu yhtenäinen eli ei ärsytä. Tietoa löytyy, vanhenemisongelmaa on joillakin sivuilla.”

”Ajankohtainen tieto heti kaikkien luettavissa. Aloitan työpäiväni sähköpostin ja intranetin etusivun lukemisella.”

Lisäksi intranetin etusivu ja se, että intranet avautuu aina, kun selaimen käynnistää, olivat hyvien ominaisuuksien joukossa. Tosin etusivun sisältöön liittyvät viimeaikaiset muutokset eivät miellyttäneet kaikkia käyttäjiä.

”Etusivun nopealla silmäyksellä tiedon saanti. Oman alan uutiset painui päivityksessä turhan piiloon, It- asioista en nyt tiedä, onko niiden arvo pääsivun arvoinen. . .”

Muita mainittuja intranetin hyviä ominaisuuksia olivat helppokäyttöisyys, suuri tietomäärä sekä tietopankkina ja tiedotuskanavana toimiminen.

Kysyttäessä intranetin käyttäjiltä intranetin huonoista ominaisuuksista, 44 % vastasi, ettei huonoja ominaisuuksia ole. Vastaajista 11 % esitti jälleen hakutoiminnon heikkouden huonoksi ominaisuudeksi. Sisällön löytämisen vaikeus sekä intranetin rakennepuun monimutkaisuus nousivat myös esille. Lisäksi liian suuri tietomäärä, sekavuus ja epäloogisuus olivat huonoja ominaisuuksia.

”En tiedä miksi ja miten on intranetiä suunniteltaessa ja käyttöönotettaessa päädytty nykyiseen rakenteeseen. En ole mieltänyt puurakennetta.”

Eräissä vastauksessa epäiltiin intranetin parissa työskentelyn vievän työaikaa muilta töiltä.

”Saattaa viedä henkilökunnan työaikaa muilta töiltä! Toimintajärjestelmää on silti käytettävä niiden, joilla on vastuita ohjeista ja tiedottamisesta, eli kuuluu työnkuvaan.”

Lisäksi se, että käyttäjät pääsevät intranetissä ja siihen liittyvässä toimintajärjestelmässä muokkaamaan myös sellaisia dokumentteja, joita heidän ei pitäisi muokata, nousi esiin yhtenä huonona puolena. Joskus käyttäjä saattaa ikään kuin vahingossa muokata jotakin dokumenttia tai ohjetta puutteellisen tietoteknisen taitonsa vuoksi.

”Toimintajärjestelmän ohjeiden muokkausmahdollisuus on aiheuttanut hieman työtä meille ohjeiden laatijoille, tarkastajille ja hyväksyjille. Kun lukijat pääsevät muokkaamaan, vaikkakin vahingossa ohjeita. Kyse kai sellaisista lukijoista, jotka muutenkin laativat ohjeita. Aika paljon "tavaraa" koko systeemissä.. jääköhän ohjeet unholaan pidemmän päälle...?”

6.3.5 Kehitysehdotukset ja avoin palaute

Kyselyssä tiedusteltiin intranetin käyttäjiltä, minkälaista parannusta tai kehitystä he haluaisivat nähdä intranetissä tulevaisuudessa. Vastaajista 43 % ei osannut sanoa mitään kehitysehdotusta. Seuraavassa on esitetty muutamia parannus- ja kehitysehdotuksia sekä avointa palautetta intranetistä.

Kuten jo aiemmin on tullut ilmi, vastaajat olivat melko tietämättömiä Confluencessa olevista mahdollisuuksista. Esimerkiksi henkilökohtainen tai jaettu työtila on ominaisuus, jonka käyttöä selvästi tarvittaisiin, mutta sen olemassa olosta ei välttämättä olla tietoisia. Jaetun työtilan hyödyntämisestä olisi erityisesti apua tiimityöskentelyssä. Kehitysehdotuksista kysyttäessä ilmeni, etteivät kaikki käyttäjät ole osanneet hyödyntää jo olemassa olevia ominaisuuksia.

”Jokaiselle tiimille omat sivut jonne voi itse kirjata ajankohtaiset asiat. Tästä olisi iso apu asiakaspalvelulle, jolla tiedotettavia asioita päivän aikana paljon esim. vikatilanteet

yms.”

”Intra voisi toimia aktiivisemmin informaatiokanavana projekteissa. Tällä hetkellä ulkopuolisen tahon kanssa tehdään yhteistyötä ja sähköpostiviestejä jaetaan eli kopioidaan eri henkilöille. Sähköpostiviesteissä vaihdettuihin tietoihin saattaa olla tarvetta palata myöhemmin, mutta kysymykseen ”kenen sähköpostissa on viimeisin versio päätetystä asiasta?” ei ole helppo löytää vastausta.”

”Omat osiot esim. tuotanto/liiketoiminta/ jne.. Näihin osioihin voisi luoda järkevän puurakenteen, jonka alle saa talletettua kutakin toimintoa palvelevaa tietoa. Voisi vähentää verkkolevyjen sekamelskaa.”

Monet käyttäjistä ovat tyytyväisiä intranetiin sellaisena kuin se on. Kuitenkin työajan kuluminen intranetin kanssa työskentelyyn koettiin hieman negatiivisena asiana.

”Intrasta löytyy kyllä ilmeisesti riittävästi erilaista tietoa kunhan joskus ehtisi sitä tutkia. On turha kuvitella että nykyisessä kiireisessä työaikataulussa voisi sitä lähteä penkomaan ja haeskelemaan erilaisia tietoja.”

”Niiden keiden kuuluu päivittää mm. ohjeita, ei siihen ole välttämättä aikaa.”

Sosiaalinen intranet saattaa myös luoda käyttäjille vaikutelman siitä, että intranet olisi kuin mikä tahansa muu sosiaalisen median palvelu, jossa ei työskennellä vaan kulutetaan ja tuhlataan aikaa turhanpäiväisiin asioihin.

”Pienimuotoisella käytöllä OK! Toimintajärjestelmä on toimiva. Jos laajennetaan liikaa, niin on tunne, että intrassa puuhastelu vie pois työaikaa jostakin yhtiölle tärkeämmästä työstä! Ihmiset tuhlaavat aikaansa (myös työaikaa) tällaisiin ”sosiaalisiin medioihin”. Henkilökohtaiset tapaamiset yms. ”vanhanaikaiset” systeemit ovat pitkällä juoksulla parempia. Kännykässä on tarpeelliset viestintäominaisuudet ja PC:n puhelinta ja Lync ohjelmaa voi hyödyntää.”

”Intraa enemmän pitäisi keskittyä työntekoon. Sosiaalisen median surffailu työaikana ei kuulu työnantajan kustantamiin viihdepalveluihin.”

Ajankohtaisista uutisista ja tiedotteista intranet sai kehuja hyviä ominaisuuksia kysyttäessä. Käyttäjät esittivät kuitenkin parannusehdotuksia uusien tiedotteiden

ilmoittamiseen. Uudet uutiset eivät välttämättä erotu vanhojen joukosta nopealla silmäyksellä.

”Ehkä voisi selkeämmin ilmoittaa uusista uutisista tai helpdeskin tiedotuksista. En tiedä auttaako se, mutta turhan monesti joutuu toistamaan samoja asioita, jotka on jo tiedotettu intraan. Se voi tosin olla toimintatapakysymys, johon ei intralla pysty vaikuttamaan.”

”Intranet saisi olla selkeämpi. Nyt ei aina edes huomaa kunnolla jos uutisia on tullut.”

Käyttäjät toivoivat parannuksia intranetin selkeyteen nimenomaan tietopankkina toimimisessa. Ohjeiden ja lomakkeiden tulisi löytyä vaivattomasti ja nopeasti. Intranetin rakennetta haluttiin selkeämmäksi.

”Ihan hyvä kanava ajankohtaisten asioiden viestittämiseen, mutta toimintaohjeiden ja tärkeän tiedon varastona sekava ja vaikeaselkoinen.”

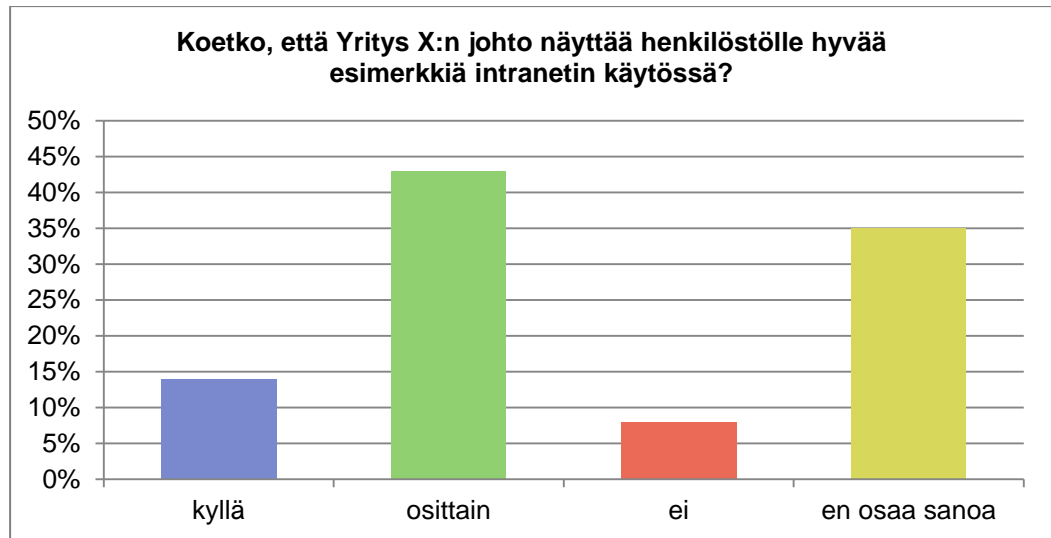
Kehitysehdotuksissa esille tuli em. lisäksi keskustelupalsta, kirpputoripalsta ja kuvagalleria, hakutoiminnon parantaminen ja rakennepuun selkeyttäminen sekä helppokäyttöisyyden lisääminen. Oman aloitussivun muokkaamista työntekijän omiin tarkoituksiin sopivaksi pidettiin myös hyvänä kehitysideana. Lisäksi toivottiin enemmän käyttäjien itsensä osallistumista intranetin kehittämiseen. Eräs parannusehdotus oli, että Confluencen versiopäivityksiä tulisi ottaa nopeammin käyttöön, jotta toiminnallisilta ongelmilta vältyttäisiin jatkossa.

6.3.6 Johdon rooli intranetviestinnässä

Johdon näyttämä esimerkki sisäisessä viestinnässä saattaa ohjata koko henkilöstön toimintaa ja käyttäytymistä intranetissä (Kuivalahti & Luukkonen 2003, 55).

Mikäli yhtiö haluaa pyrkiä lisäämään sosiaalisuutta ja yhteisöllisyyttä intranetviestinnässään, tulisi johdon näyttää koko henkilöstölle hyvää esimerkkiä.

Vastaajista 43 % oli sitä mieltä, että johto näyttää osittain hyvää esimerkkiä intranetin käytössä. Vastaajista 8 % oli kuitenkin sitä mieltä, ettei johto näytä hyvää esimerkkiä ja sitä tulisi kenties parantaa. (KUVIO 30.)



KUVIO 30 Johdon esimerkki intranetviestinnässä.

6.4 Yhteenveto kyselyn tuloksista

Suuri osa kyselyyn vastanneista oli ikäryhmältään 46 – 55 -vuotiaita. Lisäksi miehiä oli vastanneissa enemmän kuin naisia. Palvelusvuosiltaan suuri vastaajaryhmä oli 1 – 5 vuotta yhtiössä työskennelleet ja suurin henkilöstöryhmä oli toimihenkilöt. Vastaajat kokivat tietoteknisen osaamisensa pääasiassa hyväksi. Naiset arvioivat osaamistaan hieman paremmaksi kuin miehet. Samoin kärsivällisyys tietotekniikkaan liittyen koettiin hyväksi ja naiset arvioivat kärsivällisyyttään hieman paremmaksi kuin miehet. Vastaajista suurin osa, 95 %, käyttää tietokonetta työssään päivittäin. Vastaajista 21 % tuottaa itse sisältöä intranettiin. Sisällöntuottajina toimineet henkilöt kokivat intranetin helppokäyttöisemmäksi kuin ne, jotka eivät tuota sisältöä intranettiin.

Yritys X:n intranetin käyttäjät ovat melko tyytyväisiä nykyiseen intranettiin. Vastaajat kokivat intranetin helppokäyttöiseksi. Sisällön tuottaminen koettiin kuitenkin hieman hankalana etenkin niiden vastaajien keskuudessa, jotka ovat kokeilleet sisällön tuottamista hyvin vähän. Vastaajista 58 % ei ole lainkaan kokeillut sisällön tuottamista intranettiin. Eniten vaikeaksi tai hankalaksi sisällön tuottamisen kokivat 46 – 55-vuotiaat. Lisäksi miehet kokevat sisällöntuottamisen hieman vaikeammaksi kuin naiset.

Naiset pitivät intranetiä helppokäyttöisempänä kuin miehet. Suurin osa vastaajista käyttää intranetiä päivittäin. Eniten intranetissä kiinnostavat ajankohtaiset uutiset ja tiedotteet sekä ohjeet. Kojelauta ei juuri kiinnosta intranetin käyttäjiä.

Tiedon löytäminen intranetistä koettiin hieman haasteelliseksi ja sattumanvaraiseksi. Joskus tieto löytyy, joskus taas ei. Ongelmana pidetään puutteellista hakutoimintoa ja hakusanojen toimimattomuutta. Rakennepuu koettiin toimivaksi ja loogiseksi, tosin siinä koettiin olevan parantamisen varaa. Yrityksen sisäisistä asioista koettiin saavan tarpeeksi tietoa. Useissa avoimissa vastauksissa ilmeni kuitenkin ulkoisten medioiden nopeampi tiedottaminen yhtiön sisäisistä asioista.

Confluencen sosiaaliset ominaisuudet eivät juuri kiinnostaneet vastaajia. Kokousmuistiinpano -ominaisuus sai eniten kiinnostusta kaikista vaihtoehdoista. Vastaajista 51 % käyttää Facebook-palvelua. Facebookin käyttäjiä löytyy kaikista muista ikäryhmistä paitsi yli 65-vuotiaista. Vastaajista 42 % ei käytä lainkaan sosiaalisen median palveluita. Ne vastaajat, jotka käyttävät sosiaalista mediaa, käyttäytyvät siellä lähinnä tarkkailijan roolissa, eivätkä kirjoittele tai kommentoi juurikaan. Avoin kirjoittelu ei ole siis sen yleisempää sosiaalisessa mediassa kuin intranetissäkään. Vastaajista 26 – 35 -vuotiaat käyttävät sosiaalisen median palveluita monipuolisemmin. Vanhemmat ikäryhmät käyttävät sosiaalista mediaa selvästi vähemmän. Vastaajista 63 % ei kuitenkaan halunnut muuttaa intranetiä sosiaalisempaan suuntaan. Positiivisimmin sosiaalisempaan intranettiin suhtautuivat ikäryhmältään 46 – 55 -vuotiaat sekä 30 – 35 vuotta yhtiön palveluksessa työskennelleet. Kommentointi koettiin intranetissä hieman turhanpäiväiseksi, mutta sosiaalisen intranetin ominaisuuksista kommentointi oli kuitenkin käytetyin. Suurin osa niistä vastaajista, jotka eivät olleet käyttäneet kommentointia tai statuspäivitystä, kokivat, ettei heillä ole mitään sanottavaa.

Lisäksi kyselyssä selvisi, ettei monikaan vastaaja ollut käyttänyt henkilökohtaista työtilaa tai ryhmätyötilaa. Kuitenkin juuri kyseisille ominaisuuksille löytyy tarvetta. Avoimissa kysymyksissä ilmeni, että monet vastaajista tarvitsisivat käyttöönsä juuri jaettavan työtilan. Avointen kysymysten avulla ilmeni myös se, että vaikka vastaajista suurin osa koki, etteivät he tarvitse lisäinformaatiota tai koulutusta intranetin ominaisuuksiin liittyen, lisäinformaatio olisi kuitenkin

tarpeen. Vastaajista jopa 86 % koki, etteivät he tarvitse lisäkoulutusta intranettiin liittyen. Kuitenkin tutkimustulokset selvästi osoittavat, että lisäinformaatiota tarvitaan etenkin intranetin erilaisista toiminnoista. Ne vastaajat, jotka kokivat tarvitsevansa lisäkoulutusta, kokivat sitä tarvittavan etenkin henkilökohtaiseen työtilaan, ryhmätyötilaan, tiedon tuomiseen intranettiin, dokumenttien laatimiseen sekä toimintajärjestelmän päivittämiseen liittyen. Monipuolisemmin intranetin eri ominaisuuksia olivat käyttäneet vähemmän kuin 1 vuoden yhtiössä työskennelleet sekä 1-5 vuotta työskennelleet.

Confluence oli vastaajille selkeästi vieras termi. Lisäksi 46 % vastaajista ei tiennyt mikä on jaettu työtila. Vastaajista 52 % ei halunnut vähentää sähköpostitse lähetettävien liitetiedostojen määrää. Tämä voi toisaalta tarkoittaa sitä, että liitetiedostot löytyvät sähköpostista helpommin tai nopeammin, kuin intranetistä puutteellisen hakutoiminnon vuoksi. Vastaajista 29 % halusi kuitenkin vähentää liitetiedostojen määrää jonkin verran. Vastaajista 51 % ei halunnut intranetin korvaavan sähköpostin käyttöä kokonaan. Vastaajista 48 % puolestaan halusi, että intranet korvaisi sähköpostin käyttöä osittain. Mielipiteet sähköpostin korvaamisesta jakaantuivat melko tasaisesti puolesta ja vastaan. Kojelauta -termi ei ole vastaajille kovin tuttu.

Vastaajista 47 % koki, että intranet tehostaa työaikaa jonkin verran ja 41 % koki, ettei intranet tehosta työaikaa lainkaan. Vastaajista 26 – 35 -vuotiaat suhtautuivat positiivisimmin työajan tehostumiseen intranetin avulla. Vastaajista 66 % ei halunnut muokata intranetin aloitussivua omanlaisekseen, vaikka se saattaisi helpottaa ja nopeuttaa intranetin käyttöä.

Toiminnallisuudesta kysyttäessä vastaajilta saatiin hyviä huomiota avoimien vastausten muodossa. Vaikka 62 % vastaajista ei ollut kohdannut mitään toiminnallisia ongelmia intranetissä, saatiin avoimilla vastauksilla kuitenkin selvyyttä siihen, miksi intranet koetaan osittain hankalaksi. Esille nousivat erityisesti hakutoiminnon puutteellinen toiminta sekä toimintajärjestelmän ohjeiden lukemiseen liittyvät ongelmat. Intranetin hyvinä puolina esille tulivat ajankohtaisuus, tiedottaminen, nopea saatavilla oleminen, tiedonsaaminen, helppokäyttöisyys, suuri tietomäärä sekä tietopankkina toimiminen ja hakutoiminto. Vaikka hakutoiminto koettiin puutteelliseksi, sen olemassaolo

kuitenkin koetaan hyväksi asiaksi. Myös suuri tietomäärä koettiin joissakin vastauksissa huonoksi ominaisuudeksi. Muita huonoja ominaisuuksia olivat sisällön löytämisen vaikeus, sekavuus ja epäloogisuus. Mielipiteet jakautuivat kahtia myös hyvien ja huonojen ominaisuuksien osalta. Toiset vastaajat pitivät joitakin ominaisuuksia huonoina, kun taas toiset pitivät niitä hyvinä. Lisäksi avointen vastausten avulla esiin nousi myös epäilyksiä työajan tuhlaantumisesta intranetiä käytettäessä. Etenkin sosiaalisuuteen liittyen epäiltiin intranetin tuhlaavan aikaa työnteolta eikä lainkaan tehostavan sitä.

Kehitysehdotuksia kysyttäessä ilmeni mm. jaetun työtilan käytön tarve. Vastaajista osa ei ollut tietoisia henkilökohtaisesta työtilasta tai sen jakamisesta muiden käyttöön. Muutama vastaaja koki sosiaalisen intranetin ehdottomasti huonona ja negatiivisena asiana. Muita kehitysehdotuksia olivat uusien tiedotteiden selkeämpi erottaminen vanhoista, intranetin rakenteen selkeyttäminen, lomakkeiden ja ohjeiden nopeampi löytyminen, keskustelupalsta, kuvagalleria sekä hakutoiminnon parantaminen. Lisäksi Confluencen päivitysversioiden nopeampi käyttöönotto oli kehitysehdotusten joukossa.

Vastaajista 43 % koki johdon roolin intranetin käyttäjänä osittain hyvänä ja 14 % koki sen hyvänä. Johdon antama esimerkki intranetviestinnässä koettiin siis suurimmaksi osaksi positiiviseksi. Mikäli johto näyttäisi myös esimerkkiä intranetin uusien ominaisuuksien käytössä, saattaisivat käyttäjätkin suhtautua niihin positiivisemmin.

7 JOHTOPÄÄTÖKSET

Opinnäytetyön tutkimustulokset osoittivat, että vastaajista kokeneimmat intranetin käyttäjät suhtautuivat positiivisemmin sosiaaliseen intranetiin kuin sellaiset käyttäjät, jotka käyttävät intranetiä harvemmin tai satunnaisesti. Vaikka yhteisöllisyys onkin nostanut suosiotaan viime vuosina, eivät kuitenkaan kaikki työntekijät ole sosiaalisia luonteeltaan. On olemassa myös työntekijöitä, jotka ottavat työn vain työnä, eivätkä halua sekoittaa siihen mitään ylimääräistä. Epäsosiaalisuuttakin esiintyy työpaikoilla ja se on täysin hyväksyttävää kaiken ylisosiaalisuuden keskellä. (Juholin 2009, 171.)

Opinnäytetyön odotettavissa ollut tutkimustulos, joka muodostettiin aikaisemman kirjallisuuden ja teemahaastattelun perusteella oli, että käyttäjät saattavat suhtautua sosiaalisessa intranetissä käytävään avoimeen keskusteluun varauksellisesti. Tämä väittämä piti paikkansa. Odotettavissa oli myös vastaajien mielipiteiden kahtia jakautuminen. Osa vastaajista suhtautui positiivisesti ja kokeilunhaluisesti uusiin sosiaalisen intranetin ominaisuuksiin, mutta osa suhtautui hieman vanhanaikaisesti tai passiivisesti. Sukupuolella ei tutkimustulosten perusteella ollut vaikutusta juuri sosiaaliseen intranetiin suhtautumisessa. Sukupuolten väliset eroavaisuudet liittyivät pääosin osaamisen, kärsivällisyyden ja helppokäyttöisyyden arvioimiseen. Naiset arvioivat osaamistaan ja kärsivällisyyttään hieman paremmaksi kuin miehet.

Opinnäytetyön tutkimuskysymys on: ”Minkälainen on intranetin käyttäjien ennakkokäsitys sosiaalisesta intranetistä?”. Kysymys on tyypiltään kuvaileva. Tutkimustulosten perusteella voidaan tähän tutkimuskysymykseen vastata, että käyttäjien mielipiteet jakaantuivat kahtia sosiaalisen intranetin puolesta ja vastaan. Vastaajien ennakkokäsitys sosiaalisesta intranetistä vaihtelee. Osalla vastaajista näyttäisi olevan ennakkokäsitys, että sosiaalinen intranet tuhlaa työaikaa eikä hyödytä yhtiön liiketoimintaa. Osa vastaajista puolestaan ymmärtää sosiaalisen intranetin mahdollisuudet parantaa tiimityöskentelyä ja näin ollen tehostaa työaikaa. Yhtiössä, jossa on paljon erilaisia työntekijäryhmiä ja jossa henkilöstön ikäjakauma on laaja, on mielipiteiden kahtia jakautuminen ymmärrettävää. Vaikka suurin osa vastaajista ei ollut kiinnostunut intranetin muuttamisesta sosiaalisempaan suuntaan, ei kuitenkaan voida yleistää mielipiteen koskevan koko

yhtiön henkilöstöä. Sillä vaikka vastaajat suhtautuivat kielteisesti intranetin muuttamiseen sosiaalisempaan suuntaan, he samalla kuitenkin toivoivat intranetiin sellaisia parannuksia, jotka kuuluvat sosiaalisen intranetin ominaispiirteisiin.

Tutkimustulosten perusteella voidaan muodostaa käsitys siitä, miten intranetin käyttäjät tulevat suhtautumaan intranetin versiopäivitykseen. Muutos ei tule olemaan käyttäjille suuri, mutta siitä huolimatta kannattaa käyttäjiä perehdyttää etukäteen. Etenkin siksi, että monet nykyisen intranetin ominaisuuksista olivat osalle käyttäjistä vieraita. Vastaajista 51 % käyttää Facebook -palvelua. Mikäli työntekijä on tottunut johonkin sosiaalisen median palveluun, hän todennäköisesti oppii nopeasti käyttämään myös sosiaalista intranetiä. Vastaajista nuorimmat eli 26 – 35 -vuotiaat käyttävät sosiaalisen median palveluita monipuolisemmin. Odotettavissa on, että nuoremmat intranetin käyttäjät tottuvat uuteen Confluencen versioon nopeasti.

7.1 Sosiaalisen intranetin vierastaminen

Erityisesti vanhempien vastaajien keskuudessa oli havaittavissa vierastusta sosiaalisen intranetin ilmiölle. Nämä vastaajat eivät ehkä ole tottuneet kasvaneeseen yhteisöllisyyteen. Mikäli he eivät ole käyttäjinä missään sosiaalisen median palvelussa, on sosiaalisen intranetin vierastaminen ymmärrettävää. Yritys X:ssä henkilöstön keski-ikä on korkeahko, mikä selittää osittain sosiaalisen median palveluiden vierastamista vastaajien keskuudessa. Suurin osa vastaajista ei ollut kiinnostunut siitä, että intranetiä muutettaisiin sosiaalisempaan suuntaan. Sosiaalinen intranet on käsitteenä myös melko vieras ja se saatetaan sekoittaa liiaksikin sosiaalisen median palveluun. Termi saattaa näin ollen myös aiheuttaa negatiivista suhtautumista joidenkin intranetin käyttäjien keskuudessa.

Tiimityöskentelyn helpottaminen, työajan tehostaminen, ongelmanratkaisun nopeuttaminen ja päällekkäisen työn tekemisen vähentäminen ovat sosiaalisen intranetin hyötyjä. Näitä hyötyjä ei kuitenkaan saavuteta, mikäli oikeita työvälineitä ei osata tai ymmärretä käyttää. Sosiaalinen intranet on toki sosiaalisen median kaltainen yhteistyöalusta, mutta sen tarkoitus ei ole viihteellinen, vaan sen päätavoite on tehostaa työaikaa (Heiska 2013). Intranetin sekoittaminen

sosiaalisen median palveluun saattaa estää joitakin käyttäjiä omaksumaan sosiaalisen intranetin hyödyllisenä työvälineenä.

Kuten tutkimustuloksissa ilmeni, vastaajien keskuudessa oli myös niitä, joiden mielestä sosiaalinen intranet tuhlaa kallista työaika. Nämä henkilöt rinnastivat sosiaalisen intranetin Facebookin kaltaiseksi verkkopalveluksi, jossa kulutetaan työaika ”surffailemalla”. Työntekijöiden vanhanaikainen suhtautuminen muuttuviin työskentelytapoihin voi estää yritystä tai organisaatiota kehittymästä nykyaikaiseksi yhteisölliseksi edelläkävijäksi. Tulosten perusteella voidaan tehdä se johtopäätös, että keski-ikästään korkean henkilöstön keskuudessa ei olla tarpeeksi vastaanottavaisia sosiaaliselle intranetille, jolloin sosiaalisen intranetin tuomat edut jäävät hyödyntämättä.

7.2 Sosiaalisen intranetin kiinnostavuus

Eniten sosiaalisesta intranetistä ja sen ominaisuuksista olivat kiinnostuneet keski-ikäiset vastaajat sekä vastaajat, jotka ovat olleet yhtiön palveluksessa vähemmän kuin vuoden tai 1-5 vuotta. Vaikka kaikki edellä mainituista vastaajaryhmistä eivät olleet kiinnostuneita intranetin muuttamisesta sosiaalisemmaksi, olivat he kuitenkin kiinnostuneita sosiaalisen intranetin ominaisuuksista. Lisäksi ne vastaajat, jotka käyttävät intranetiä eniten ja toimivat sisällöntuottajina, suhtautuivat sosiaaliseen intranetiin positiivisimmin. Tämä saattaa johtua siitä, että sisällöntuottajat yleensä hahmottavat paremmin viestinnällisiä kokonaisuuksia ja heillä on ns. mediatajua (Kuivalahti & Luukkonen 2003, 57). Sisällöntuottajat suhtautuivat positiivisesti sähköpostin liitetiedostojen vähentämiseen, sähköpostin käytön korvaamiseen sekä intranetin oman aloitussivun muokkaamiseen. Lisäksi sisällöntuottajat kokivat intranetin helppokäyttöisemmäksi kuin muut intranetin käyttäjät. Vaikkeivät sisällöntuottajat olleet erityisen kiinnostuneita intranetin muuttamisesta sosiaalisempaan suuntaan, he kuitenkin olivat eniten kiinnostuneita sosiaalisen intranetin ominaisuuksista ja mahdollisuuksista.

7.3 Käyttäjätyytyväisyys

Vastaajat ovat melko tyytyväisiä nykyiseen intranetiin ja pitävät sitä helppokäyttöisenä. He kuitenkin toivoisivat parannuksia nykyiseen intranetiin.

Parannukset liittyvät pääosin toiminnallisuuteen ja käytettävyyteen. Esimerkiksi hakutoiminnon parantaminen esiintyi monen käyttäjän kehitysehdotuksissa. Mikäli tietoa on vaikea löytää tai sen löytämiseen kuluu paljon aikaa, kertyy organisaatiolle tehokkuushäviötä (Kuivalahti & Luukkonen 2003, 65). Vaikka vastaajista suurin osa oli sitä mieltä, ettei intranetin tarvitse muuttua sosiaalisemmaksi kuin se on, he samalla esittivät toivomuksia paremmista ominaisuuksista, jotka ovat nimenomaan sosiaalisen intranetin ominaisuuksia tai mahdollisuuksia. Näitä ominaisuuksia olivat esimerkiksi tiimityöskentelyyn tarkoitettut työskentelytilat.

Tutkimustulosten perusteella Yritys X:n intranet palvelee käyttäjiään hyvin, vaikka pieniä puutteita siinä ilmeneekin. Uuden versiopäivityksen myötä puutteet todennäköisesti vähenevät ja helppokäyttöisyys lisääntyy. Parhaillaan sosiaalinen intranet tarjoaa käyttäjille helppokäyttöisyyden lisäksi monipuolisuutta, erilaisia tiimityöskentelymahdollisuuksia sekä helpotusta etätyöskentelyyn. Sosiaalinen intranet ei kuitenkaan ole vain ajan trendi, joka on kehittynyt sosiaalisen median suosion rinnalla, sillä joissakin yrityksissä sosiaalinen intranet on parhaillaan nostanut yrityksen liikevaihtoa ja pienentänyt erilaisia kustannuksia.

Vaikka Yritys X:lle laadittuun käyttäjäkyselyyn vastanneet henkilöstön jäsenet ovatkin melko tyytyväisiä nykyiseen intranetiin, he eivät ehkä täysin käsitä sosiaalisen intranetin mahdollistamia ominaisuuksia ja hyötyjä. Sosiaalisen intranetin tehokas hyödyntäminen lisää osallistumista ja työtyytyväisyyttä käyttäjien keskuudessa sekä parantaa työilmapiiriä (Harjanne 2012; Heiska 2013).

Intranetin käyttäjätyytyväisyyteen vaikuttaa hyödyllisyyden ja helppokäyttöisyyden (Phelps & Mok 1999, 49) lisäksi se, että käyttäjät pystyvät ymmärtämään uuden teknologian vasta sitten, kun pääsevät sitä itse kokeilemaan (Stenmark 2006, 124). Käyttäjille tulee siis antaa aikaa uuden omaksumiseen ennen mahdollisen jatkotutkimuksen suorittamista. Jatkotutkimuksesta kerrotaan enemmän luvussa 8.

7.4 Sisäisen viestinnän kehittäminen

Nykyisin intranetiin ei enää suhtauduta niin vastahakoisesti kuin 1990-luvulla. Kuitenkin vanhempien työntekijöiden keskuudessa halutaan pitää kiinni perinteisistä työtavoista, eikä olla halukkaita muutokseen. Minkälainen itse organisaatio on, sellainen on myös viestintäkulttuuri (Juholin 1999, 63). Yritys X:ssä organisaatiokulttuuri on osallistavaa eli avoimuus, tiimit, tasa-arvoisuus ja yhteinen päätöksenteko kuuluvat yhtiön sisäiseen toimintaan. Koska osallistava kulttuuri luo erinomaiset edellytyksen viestinnälle, voidaan olettaa, että sisäinen viestintä toimii yhtiössä hyvin. Erityisesti yrityksen historiasyyt vaikuttavat osittain vastaajien hieman vanhanaikaiseen suhtautumiseen sisäiseen viestintään. Vaikka organisaatiokulttuuri onkin osallistavaa, viittaavat nämä historiasyyt autoritaarisen kulttuurin ominaispiirteeseen eli menneeseen sitoutumiseen.

Yleensä intranetin uudistamisella tavoitellaan kokonaisvaltaisempaa sisäisen viestintäkanavan tehostamista sekä verkostoitumista ja yhteisöllisyyttä (Kuivalahti & Luukkonen 2003, 61; Ambientia 2012). Viestinnän kehittäminen vaatii myös henkilöstön sitoutumista (Safko & Brake 2009, 677). Henkilöstöä tulisi perehdyttää ja auttaa pois vanhoista työskentelytavoista, jotta intranetiä voitaisiin kehittää (Kuivalahti & Luukkonen 2003, 58). Intranetin kehittämistä ollaan Yritys X:ssä kiinnostuneita, sen näkee esimerkiksi kyselyn vastausprosentista. Käyttäjien tarpeet ovat moninaisia ja se asettaa intranetin kehittämislle haasteita. Käyttäjien tulisi nähdä intranet yhtenä organisaation osana, jonka avulla yrityksen erilaiset toiminnot voivat viestiä ja toimia yhteistyössä (Kuivalahti & Luukkonen 2003, 58). Suurin intranetin viestinnällinen haaste onkin työntekijöiden asenteissa, sillä usein intranet nähdään vain viestintäkanavana, ei niinkään vuorovaikutuksen edesauttajana (Kuivalahti & Luukkonen 2003, 53).

Vaikka kommentointi oli vastaajien keskuudessa käytetyin sosiaalisen intranetin ominaisuus, esiintyi kommentointiin liittyen jonkun verran vierastamista. Intranetiin kirjoittelua vierastetaan, koska sitä pidetään ikään kuin virallisempänä, sillä se tapahtuu virtuaalisesti kaikkien työntekijöiden sekä johdon nähden. Intranetin ja sisäisen viestinnän kehittymisen kannalta kuitenkin spontaani keskustelu olisi tärkeää. Työntekijöitä pitäisi rohkaista käyttämään intranetin keskustelumahdollisuuksia yhteisöllisyyttä korostamalla, sillä olisi tärkeää, että

työntekijät voisivat käydä keskustelua mahdollisimman luonnollisesti riippumatta keskustelupaikasta. (Heiska 2013.)

Sähköisten viestinnän välineiden käyttö voisi yhtiössä olla tehokkaampaa. Kaikkia saatavilla olevia välineitä ei nimittäin ymmärretä hyödyntää. Epätehokkuutta esiintyy mm. sähköpostin kuormittamisessa ylimääräisillä liitetiedostoilla. Lisäksi ryhmätyövälineiden epätehokas hyödyntäminen on erittäin yleistä monilla työpaikoilla. Tekniikka ja teknologia mahdollistavat reaaliaikaisen läsnäolon verkossa, mutta siitä huolimatta tarjolla olevia ryhmätyövälineitä ei osata hyödyntää tarpeeksi. Intranetiin liittyvistä riskeistä suurin on osaamiseen ja ymmärtämiseen liittyvä riski. (Kuivalahti & Luukkonen 2003, 55.) Intranetin hyöty työajan tehostajana on mitätön, jos osaamisen tasossa on puutteita.

Johdon puutteellinen tuki on yleinen sisäisen viestinnän sudenkuoppa (Tervola 2008). Yritys X:ssä johto tukee sisäisen viestinnän ja intranetin kehittämistä. Johto voisi kuitenkin näyttää hieman enemmän esimerkkiä intranetviestinnässä muulle henkilöstölle, sillä johdon taitava intranetin hyödyntäminen voi auttaa organisaatiota jäseniä näkemään sosiaalisen intranetin uudella tavalla. Joitakin sudenkuoppia yhtiön sisäisessä viestinnässä kuitenkin esiintyy, sillä sisäisen ja ulkoisen viestinnän sisällön eroavaisuuksista saatiin palautetta kyselylomakkeen useammassa avoimessa vastauskohdassa.

7.5 Vertailu aikaisempiin tutkimustuloksiin

Vertailtaessa tämän opinnäytetyön tutkimustuloksia aikaisempiin tutkimustuloksiin, jotka liittyvät intranetin käyttäjätyytyväisyyteen ja käyttäjien kokemuksiin, tutkimustulokset tukevat niitä tuloksia, joiden mukaan käyttäjätyytyväisyyteen vaikuttavat intranetin hyödyllisyys ja helppokäyttöisyys ja että johdon tuella on vaikutusta intranetin käyttöön (Phelps & Mok 1999, 47–49). Lisäksi tulokset tukevat sitä teoriaa, että käyttäjät pystyvät ymmärtämään uuden teknologian vasta sitten, kun pääsevät itse käyttämään sitä (Stenmark 2006, 124). Sama käsitys muodostettiin, kun tutkittiin käyttäjien vastauksia liittyen sosiaalisen intranetin ominaisuuksiin. Osa vastaajista ei tiennyt joistakin olemassa olevista työkaluista, jolloin he eivät myöskään ymmärtäneet kyselyn kaikkia

kysymyksiä. Tämän opinnäytetyön tutkimustulokset ovat yleistettävissä ainakin niiltä osin, kun ne liittyvät intranetin helpokäyttöisyyteen ja käyttäjätyytyväisyyteen.

7.6 Kehitysehdotukset

Vaikka Yritys X:n intranet on jo sosiaalinen intranet, se voisi olla kehittyneempi ja nykyaikaisempi. Tulevaa päivitystä siis tarvitaan. Nykyinen Confluencen versio on hieman vanhentunut. Vaikka kyseessä on versiopäivitys, saattaa se viedä yllättävän paljon aikaa. Ennen intranetin päivittämistä tulisi teknisten edellytysten olla kunnossa. Sillä välin, kun teknisiä edellytyksiä valmistellaan, voisi intranetin käyttäjiä perehdyttää erilaisista ominaisuuksista, kuten esimerkiksi henkilökohtaisesta työtilasta ja sen jakamisesta muille. Etenkin tiimityöskentelyyn tarkoitetuista uusista työvälineistä käyttäjiä tulisi informoida etukäteen. Tutkimustuloksissa ilmeni, että vastaajia kiinnosti erityisesti Kokousmuistiinpano -työkalu. Kyseisestä työkalusta tulisi järjestää perehdytystä joko ennen versiopäivitystä tai sitten heti päivityksen jälkeen, jotta käyttäjät oppisivat mahdollisimman nopeasti hyödyntämään sitä.

Confluence on nimenomaan tarkoitettu sosiaaliseksi intranetiksi. Se sisältää kaikki sosiaalisen intranetin ominaisuudet ja mahdollistaa esimerkiksi sähköpostin käytön vähentämisen tarvittaessa. Ohjelmiston tiimityöskentelymahdollisuuksia kannattaisi hyödyntää enemmän. Tätä kautta voitaisiin työaikaakin tehostaa. Lisäksi kojelautaa voisi kehittää siten, että käyttäjät oppisivat tarkkailemaan sitä enemmän. Kojelauta termi ei ehkä ole täysin ymmärrettävä. Intranetin hakutoiminto on olennaisessa osassa tiedon etsimiselle ja vaikuttaa sitä kautta myös käyttäjätyytyväisyyteen. Hakutoiminnon ja hakusanojen parantaminen on ajankohtaista uuden versiopäivityksen myötä. Lisäksi sosiaalisen intranetin ominaisuuksien hyödyntämiseksi voidaan laatia suunnitelma. Tämä on järkevää erityisesti niissä yrityksissä, joissa on todettu käyttäjien olevan epätietoisia sosiaalisen intranetin mahdollisuuksista. Joskus myös aktiivisten intranetin käyttäjien sosiaalinen toiminta voidaan palkita. (Harjanne 2012.)

Stenmark (2006, 123) huomauttaa tutkimuksessaan, että pelkästään uuden teknologian saaminen käyttöön ei riitä käyttäjien asenteiden muuttamiseen. Uuden

teknologian lisäksi käyttäjien tulisi löytää uudenlaisia työskentelytapoja intranetissä. Kuten Harjanne (2012) mainitsee, käyttäjien rutiininomaisia työskentelytapoja tulisi yrittää muuttaa kannustamalla, palkitsemalla tai muutoin huomioimalla.

8 YHTEENVETO

Opinnäytetyön tarkoituksena oli tarkastella Yritys X:n intranetin käyttäjien suhtautumista sosiaaliseen intranettiin ennen intranetin versiopäivitystä. Tarve tutkimukselle syntyi, kun Yritys X:ään oli suunnitteilla intranetin julkaisujärjestelmän versiopäivitys. Versiopäivityksen lykkääntyessä alkuperäisestä aikataulustaan teknisten ongelmien vuoksi, muodostui mahdollisuus käyttäjätutkimuksen toteuttamiselle.

Opinnäytetyön keskeinen sisältö muodostui teoriaosuudessa käsitellyistä teemoista, jotka olivat intranet, sisäinen viestintä, sosiaalinen intranet, intranetin käytettävyys, toiminnallisuus ja helppokäyttöisyys, johdon tuki intranetille sekä intranetin käyttökokemukset ja käyttäjätyytyväisyys. Teemojen avulla muodostettiin teemahaastattelun ja käyttäjäkyselyn sisällöt. Teemahaastattelun tuloksien avulla saatiin kyselylomakkeen sisältöä tarkennettua. Opinnäytetyön tutkimusmenetelmä muodostui kvalitatiivisen ja kvantitatiivisen menetelmän yhdistelmästä. Aineistoa analysoitiin teemoittelun, koodauksen ja ristiintaulukoinnin avulla. Johtopäätökset muodostettiin induktiivisen päättelyn avulla. Teemahaastattelun ja käyttäjäkyselyn tulokset tukivat toisiaan.

Opinnäytetyön tärkeimmät tulokset, jotka muodostettiin sekä teemahaastattelun että käyttäjäkyselyn aineistosta olivat, että kokeneimmat intranetin käyttäjät suhtautuivat sosiaaliseen intranettiin positiivisemmin ja vastaanottavaisemmin kuin sellaiset käyttäjät, jotka käyttävät intranetiä harvemmin tai satunnaisesti. Intranetin sisällöntuottajat suhtautuivat sosiaaliseen intranettiin kaikkein positiivisimmin. Tuloksissa ilmeni myös, että vanhemmat vastaajat tai vastaajat, jotka olivat olleet yrityksen palveluksessa pisimpään, eivät olleet erityisen kiinnostuneita sosiaalisesta intranetistä. Iältään 26 – 35-vuotiaat käyttivät sosiaalisen median palveluita monipuolisemmin. Mikäli intranetin käyttäjä on käyttäjänä jossakin sosiaalisen median palvelussa, hän todennäköisesti oppii käyttämään myös sosiaalista intranetiä nopeasti. Näiden tulosten perusteella pääteltiin, että sosiaalinen intranet hyödyntää eniten sellaista yritystä tai organisaatiota, jonka henkilöstön keski-ikä ei ole korkea.

Opinnäytetyön tutkimuskysymykseen saatiin vastaus. Käyttäjien ennakkokäsitys sosiaalisesta intranetistä vaihtelee. Mielenpiteet jakaantuivat sosiaalisen intranetin puolesta ja vastaan. Käyttäjien suhtautumiseen vaikuttaa osittain käyttäjien ikä, palvelusvuodet yhtiössä sekä kokeneisuus intranetin käytössä. Sukupuolella ei havaittu olevan erityistä merkitystä juuri sosiaaliseen intranetiin suhtautumisessa.

Yhtiössä, jossa on paljon erilaisia työntekijäryhmiä ja jossa henkilöstön ikäjakauma on laaja, on odotettavissa mielenpiteiden kahtia jakautumista. Vaikka suurin osa vastaajista ei ollut kiinnostunut intranetin muuttamisesta sosiaalisempaan suuntaan, ei kuitenkaan voida yleistää mielenpiteen koskevan koko yhtiön henkilöstöä. Yleistystä ei voida muodostaa siksi, että vaikka käyttäjät vastasivat kielteisesti intranetin muuttamiseen sosiaalisempaan suuntaan, he samalla kuitenkin toivoivat intranetiin sellaisia parannuksia, jotka kuuluvat sosiaalisen intranetin ominaispiirteisiin. Tulosten perusteella muodostettiin johtopäätös, että keski-ikältään korkean henkilöstön keskuudessa ei olla tarpeeksi vastaanottavaisia sosiaaliselle intranetille, jolloin sosiaalisen intranetin tuomat edut jäävät hyödyntämättä.

8.1 Tavoitteiden saavuttaminen

Opinnäytetyön tavoitteena oli saada aikaiseksi luotettava tutkimustulos käyttäjien suhtautumisesta sosiaaliseen intranetiin sekä muodostaa tulosten pohjalta yleistyksiä ja johtopäätöksiä, siltä osin kun se on mahdollista. Lisäksi tavoitteena oli raportoida käyttäjien mielenpiteitä ja kehitysehdotuksia toimeksiantajalle.

Opinnäytetyön päätavoite oli toimeksiantajan hyödyttäminen saaduilla tutkimustuloksilla, joiden avulla toimeksiantaja voi kehittää intranetiään.

Määritellyt tavoitteet saavutettiin suurimmaksi osaksi onnistuneesti.

Tutkimustulos on luotettava ja se hyödyttää toimeksiantajaa. Koska kyselyn vastausprosentti oli hyvä, tuloksista voitiin muodostaa joitakin yleistyksiä. Täysin yksiselitteistä vastausta siihen, miten käyttäjät suhtautuvat sosiaaliseen intranetiin ei ole helppo muodostaa, sillä käyttäjiä on monenlaisia ja heidän ennakkokäsityksensä vaihtelee. Johtopäätöksien avulla saatiin kuitenkin hyvä käsitys siitä, mitkä tekijät vaikuttavat käyttäjien erilaiseen suhtautumiseen.

Vaikka kyselytutkimukseen liittyy aina riskejä, onnistui Webropol-kyselyn toteuttaminen hyvin ja vastauksia saatiin riittävä määrä. Vain neljän vastaajan vastaukset jouduttiin poistamaan tulosten joukosta. Kyselyssä ei esiintynyt merkittävästi katoa, sillä kyselyn vastaanottajat vastasivat aktiivisesti kyselyyn. Vääristymää kuitenkin esiintyi jonkin verran, sillä osa kysymyksistä oli ymmärretty tai tulkittu väärin. Avointen kysymyksien ja palautteen avulla saatiin kuitenkin selvyys siitä, mitkä kysymykset aiheuttivat väärinymmärryksiä, jolloin vastauksia saatiin tarkennettua ja täydennettyä.

8.2 Tutkimuksen hyödynnettävyys

Opinnäytetyöstä on toimeksiantajalle hyötyä, sillä käyttäjäkyselyn tutkimustulosten perusteella voidaan intranetiä tulevaisuudessa kehittää entistä käyttäjäystävällisemmäksi. Tulosten perusteella luotiin myös ennakkokäsitys siitä, miten intranetin käyttäjät tulevat suhtautumaan uuteen versiopäivitykseen.

Opinnäytetyön tutkimustulokset hyödyntävät toimeksiantajan lisäksi muita yrityksiä ja organisaatioita, jotka suunnittelevat sosiaalisen intranetin käyttöönottoa tai intranetin kehittämistä. Tulosten avulla voidaan myös punnita sosiaalisen intranetin hyötyjä ja käyttöönottoon liittyviä uhkakuvia.

Tutkimustulosten perusteella voidaan ennakoida yrityskohtaisesti sosiaalisen intranetin vastaanottoa henkilöstön keskuudessa. Mikäli yrityksen henkilöstön keski-ikä on korkeahko, kuten Yritys X:ssä, voi suhtautuminen sosiaaliseen intranetiin olla vastaavanlainen. Mikäli yrityksen henkilöstö muodostuu nuoremasta väestöstä, todennäköisemmin sosiaalinen intranet kiinnostaa enemmän ja sen avulla voidaan jopa nostaa yrityksen liikevaihtoa.

Opinnäytetyön aihe on ajankohtainen, sillä sosiaalinen intranet on yhteiskunnallisesti mielenkiintoinen uusi ilmiö. Opinnäytetyön aihe hyödyntää myös tietojenkäsittelyn koulutusohjelmaa, sillä intranetin merkitys yritysmaailmassa on kasvussa ja tulevaisuudessa sen kehittämiseen tullaan panostamaan entistä enemmän.

8.3 Validiteetti ja reliabiliteetti

Tutkimuksen validiteetilla tarkoitetaan tutkimuksen pätevyyttä. Jotta mittari olisi validi, sen tulisi kuvata mahdollisimman hyvin sitä ilmiötä, jota halutaan mitata. (KvantiMOTV 2008.) Opinnäytetyön tutkimustulokset täydentävät työn taustalla olevia teorioita siitä, että intranetin käyttäjätyytyväisyyteen vaikuttaa intranetin hyödyllisyys ja helppokäyttöisyys (Phelps & Mok 1999, 49) ja se, että käyttäjät pystyvät ymmärtämään uuden teknologian vasta sitten, kun pääsevät itse käyttämään sitä (Stenmark 2006, 124). Lisäksi tulokset tukevat sitä taustateoriaa, että johdon tuella on vaikutusta intranetin käyttöön (Phelps & Mok 1999, 47). Voidaan siis sanoa, että tutkimustulos on validi ja että tutkimus on pätevää.

Reliabiliteetti tutkimuksessa tarkoittaa mittausprosessin luotettavuutta. Reliabiliteetilla tarkoitetaan tutkimusmenetelmän ja käytettyjen mittareiden kykyä saavuttaa tuloksia. (KvantiMOTV 2008.) Käyttäjäkyselyn reliabiliteettia vahvistaa se, että kyselyn kysymykset olivat kaikille vastaajille samat. Lisäksi sekä validiteettia että reliabiliteettia vahvistaa se, että kvalitatiivista ja kvantitatiivista tutkimusmenetelmää yhdistelemällä saatiin yksityiskohtaisempaa tutkimusaineistoa aikaiseksi. Reliabiliteettia kuitenkin vähentää se, että tutkimustuloksia ei voida yleistää koko yhtiön henkilöstöön, sillä ei ole tiedossa, ketkä henkilöstön jäsenistä jättivät vastaamatta kyselyyn. Lisäksi reliabiliteettia vähentää se, että kyselyn kysymyksissä esiintyi jonkin verran vääristymää.

8.4 Jatkotutkimus

Intranetin uudistamisprojekteissa täytyy huomioida se, että käyttäjät saattavat aluksi olla tyytymättömiä muutoksiin, mutta ajan kuluessa saattavat suhtautua asiaan toisin. Opinnäytetyön tutkimustulosten perusteella on laadittu toimeksiantajalle toinen kysely jatkotutkimusta varten. Kyselylomake on valmisteltu Webropol-ohjelmaan opinnäytetyön laatijan toimesta. Toisen kyselylomakkeen avulla voidaan tutkia onko käyttäjien suhtautuminen sosiaaliseen intranettiin muuttunut versiopäivityksen jälkeen (LIITE 4).

Toisessa kyselylomakkeessa keskitytään pääasiassa käyttäjätyytyväisyyden kartoittamiseen ja intranetin helppokäyttöisyyteen. Kysymysten avulla voidaan

tutkia sitä, onko käyttäjien suhtautumisessa tapahtunut muutosta positiivisempaan suuntaan. Lisäksi kyselyssä halutaan kartoittaa sosiaalisen intranetin ominaisuuksien käyttöä, jotta voidaan selvittää, tarvitaanko esimerkiksi lisäkoulutusta. Ensimmäisen ja toisen kyselyn vastauksia voidaan vertailla helposti Webropol-ohjelman avulla, käyttäen hyväksi vastaajien antamia nimimerkkitietoja. Ensimmäiseen kyselyyn vastanneet henkilöt antoivat nimimerkin kyselylomakkeen kohdassa 6 (LIITE 3). Toisessa kyselylomakkeessa vastaajia pyydetään antamaan sama nimimerkki uudelleen. Näin samojen vastaajien suhtautumista voidaan vertailla ja nähdään onko muutosta tapahtunut.

Vastausten eroja voidaan tutkia Webropol-ohjelmassa vastaajakohtaisesti tai erilaisten vastaajaryhmien kesken. Ohjelmassa on itsessään vastaajaryhmien vertailuun tarkoitettu hyödyllinen työkalu, jonka avulla saadaan tarvittavat tiedot esimerkiksi ristiintaulukointia varten. Ohjelmassa voidaan valita, mitkä eri vastausehdot esitetään raportissa. Näin voidaan esimerkiksi eri ikäryhmien välisiä mielipiteitä vertailla keskenään. Nimimerkkien avulla voidaan tutkia yksityiskohtaisemmin vastaajien mielipiteiden mahdollista muuttumista, vertailemalla ensimmäisen ja toisen kyselyn vastauksia toisiinsa. Lisäksi Webropol-ohjelmassa voidaan eri vastaajien vastauksia suodattaa tarpeen vaatiessa.

Jatkotutkimus on hyödyllinen, sillä sen avulla saadaan tärkeää tietoa siitä, onko intranetin käyttäjätyytyväisyys noussut ja onko helppokäyttöisyys lisääntynyt. Lisäksi Stenmarkin (2006, 124) teoria siitä, että käyttäjät ymmärtävät uuden teknologian vasta sitten, kun pääsevät itse käyttämään sitä, voidaan saada vahvistettua toisen kyselyn toteuttamisen jälkeen.

Sosiaalisen intranetin tehokas hyödyntäminen nostaa yrityksen liikevaihtoa, alentaa erilaisia kustannuksia ja lisää työtyytyväisyyttä (Harjanne 2012). Kenties sosiaalisemman intranetin myötä myös kynnyks kirjotteluun ja kommentointiin laskee, jolloin henkilöstön yhteisöllisyys kasvaa.

LÄHTEET

Painetut lähteet:

Aaltola, J. & Valli, R. 2007. Ikkunoita tutkimusmetodeihin 1: Metodien valinta ja aineistonkeruu: virikkeitä aloittelevalle tutkijalle. Jyväskylä: PS-kustannus.

Dozier, D., Grunig, L. & Grunig, J. 1995. Manager's Guide to Excellence in Public Relations and Communication Management. New Jersey: Lawrence Erlbaum Associates.

Grönfors, M. 1982. Kvalitatiiviset kenttätutkimusmenetelmät. 2. painos. Juva: Werner Söderström Osakeyhtiö.

Hirsjärvi, S. & Hurme H. 2001. Tutkimushaastattelu: Teemahaastattelun teoria ja käytäntö. Helsinki: Helsinki University Press.

Hirsjärvi, S., Remes, P. & Sajavaara, P. 2007. Tutki ja kirjoita. 13. osin uudistettu painos. Helsinki: Tammi.

Hurme, P. 2001. Online Public Relations: Emerging Organizational Practices. Corporate Communications: An International Journal.

Ikävalko, E. 1995. Käytännön tiedottaminen: yhteisöviestinnän käsikirja. 4. painos. Helsinki: Inforviestintä Oy.

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

Juholin, E. 2009. Viestinnän vallankumous: löydä uusi työyhteisöviestintä. 2. painos. Helsinki: WSOYpro.

Kauhanen, J. 2010. Henkilöstövoimavarojen johtaminen. 10. painos. Helsinki: WSOYpro.

Kuivalahti, T. & Luukkonen, J. 2003. Intra. Helsinki: Inforviestintä Oy.

Loh, T. & Koh, S. 2004. Critical elements for a successful enterprise resource planning implementation in small- and medium-sized enterprises. International Journal of Production Research. Volume 42, NO. 17. Taylor & Francis Ltd.

- Pesonen, P. 2012. Yritysviestinnän säännöt. 1. painos. Helsinki: Edita Publishing Oy.
- Phelps, R. & Mok, M. 1999. Managing the risk of intranet implementation: An empirical study of user satisfaction. Journal of Information Technology. Volume 14, Issue 1. Routledge, Ltd.
- Ruuska, K. 1999. Projekti hallintaan. 3. uudistettu painos. Helsinki: Suomen Atk-kustannus Oy.
- Safko, L. & Brake, D. K. 2009. The Social Media Bible. Tactics, tools & strategies for business success. Hoboken, New Jersey: John Wiley & Sons, Inc.
- Salmenkivi, S. & Nyman, N. 2007. Yhteisöllinen media ja muuttuva markkinointi 2.0. 2. painos. Helsinki: Talentum.
- Samela, J. 1997. Intranet toiminnan kehittämisen välineenä. 1. painos. Espoo: Suomen Atk Kustannus.
- Siukosaari, A. 1992. Yritysviestinnän opas. 4. tarkistettu painos. Helsinki: Tietosanoma Oy.
- Wiio, O. A. 1998. Johdatus viestintään / Osmo A. Wiio. 6.-8. painos. Helsinki: Weilin + Göös.
- Yritys X. 2014. Vuosikertomus 2013. Yritys X.

Elektroniset lähteet:

Ambientia. 2012. Sosiaalinen intranet - Yhteisöllisyyttä ja aitoa vuorovaikutusta sähköiseen viestintään [viitattu: 8.3.2014]. Saatavissa:

<http://www.sosiaalinenintranet.fi/tietoa/>

Atlassian. 2014. Products: Confluence [viitattu: 20.4.2014]. Saatavissa:

<https://www.atlassian.com/software/confluence>

Atlassian Confluence. 2013. Setting Up your Personal Space. Atlassian Documentation [viitattu: 28.7.2014]. Saatavissa:

<https://confluence.atlassian.com/display/DOC/Setting+Up+your+Personal+Space>

Atlassian Confluence. 2014. Dashboard. Atlassian Documentation [viitattu: 28.7.2014]. Saatavissa: <https://confluence.atlassian.com/display/DOC/Dashboard>

Chui, M., Manyika, J., Bughin, J., Dobbs, R., Roxburgh, C., Sarrazin, H., Sands, G., Westergren, M. 2012. The social economy: Unlocking value and productivity through social technologies. McKinsey Global Institute [viitattu: 21.7.2014]. Saatavissa:

http://www.mckinsey.com/insights/high_tech_telecoms_internet/the_social_economy

Harjanne, K. 2012. Sosiaalinen intranet. Slideshare: Sulava Oy [viitattu: 21.7.2014]. Saatavissa: <http://www.slideshare.net/Sulava/sosiaalinen-intranet-webinaaripptx>

Heiska, A. 2013. Sosiaalinen intranet ei ole ilmoitustaulu, vaan sähköinen toimisto. Ambientia Blog [viitattu: 9.2.2014]. Saatavissa: <http://blog.ambientia.fi/2013/01/24/sosiaalinen-intranet-ei-ole-ilmoitustaulu-vaan-sahkoinen-toimisto/>

KvantiMOTV. 2008. Mittaaminen: Mittarin luotettavuus. Yhteiskuntatieteellinen tietoarkisto, Menetelmäopetuksen tietovaranto [viitattu 26.8.2014]. Saatavissa: <http://www.fsd.uta.fi/menetelmaopetus/mittaaminen/luotettavuus.html#validiteetti>

Lehmuskallio, S. 2010. Intranet. Kielijelppi - jelppiä akateemiseen viestintään [viitattu: 16.2.2014]. Saatavissa: <http://www.kielijelppi.fi/verkkoviestinta/intranet>

Nuutinen, M. 1998. Intranet. Teknillinen Korkeakoulu [viitattu: 12.2.2014]. Saatavissa: <http://www.tml.tkk.fi/Studies/Tik-110.300/1998/Essays/intranet.html>

Ogneva, M. 2011. The Cultural Imperative For A Social Business. The Yammer Blog [viitattu: 13.2.2014]. Saatavissa: <https://about.yammer.com/yammer-blog/cultural-imperatives-for-social-business/>

- Olander, I. 2013. Hyvästi sähköposti, tervetuloa sosiaalinen intranet. Sometek [viitattu: 12.2.2014]. Saatavissa: <http://sometek.fi/hyvasti-sahkoposti-tervetuloa-sosiaalinen-intranet/>
- Olander, I. 2014. Intranet 2.0 - sosiaalinen intranet / extranet. Sometek [viitattu: 8.3.2014]. Saatavissa: <http://sometek.fi/sosiaalinen-intranet-2-0/>
- Saaranen-Kauppinen A. & Puusniekka A. 2006. KvaliMOTV - Menetelmäopetuksen tietovaranto. Tampere: Yhteiskuntatieteellinen tietoarkisto [viitattu: 22.8.2014]. Saatavissa: http://www.fsd.uta.fi/menetelmaopetus/kvali/L7_3_4.html
- Selkänaho, H. 2014. Yhteisömanageri: Varaudu vastaamaan sosiaalisen intranetin uhkakuviin! Tietotyömaa, Sininen Meteoriitti [viitattu: 28.7.2014]. Saatavissa: <http://tietotyomaa.meteoriitti.com/2014/01/29/yhteisomanageri-varaudu-vastaamaan-sosiaalisen-intranetin-uhkakuviin/>
- Stenmark, D. 2006. Corporate intranet failures: Interpreting a case study through the lens of formative context. International Journal of Business Environment [viitattu: 9.3.2014]. Saatavissa: <http://gup.ub.gu.se/records/fulltext/43028/43028.pdf>
- Tanni, T. 2008. Yhteenvedo esiselvitysraportista ja NC-julkaisujärjestelmän vastaavuudesta asetettuihin vaatimuksiin [viitattu: 28.7.2014]. Saatavissa: <http://www.pshp.fi/download.aspx?ID=20593&GUID=%7B0F1931BE-1179-4132-9B1C-3AE5EAE0D0BC%7D>
- Tervola, M. 2008. Johtaminen: Vältä sisäisen viestinnän sudenkuopat. Yhteistyössä Talouselämä & fakta, Talentum [viitattu: 20.4.2014]. Saatavissa: <http://www.talouselama.fi/tyoelama/valta+sisaisen+viestinnan+sudenkuopat/a2057773>
- Tolvanen, P. 2010. Käsitteet ojennukseen: Sähköinen työpöytä, intranet vai informaatiotyöpöytä? Intranet-ostajan opas - Avaimet onnistuneen intranet-projektin läpivientiin [viitattu: 24.7.2014]. Saatavissa: <http://intranet-ostajanopas.fi/2010/09/05/kasitteet-ojennukseen-sahkoinen-tyopoyta-intranet-vai-informaatiotyopoyta/>

Virsta - Virtual Statistics. 2006. Teoreettinen viitekehys. Tilastokeskuksen ja Helsingin ammattikorkeakoulu Stadian Tilastollinen tiedonkeruu -verkko-oppimateriaali [viitattu 12.2.2014]. Saatavissa:

<http://www.stat.fi/virsta/tkeruu/02/03/>

Suulliset lähteet:

Heistman, O. 2013. Viestintäsuunnittelija. Yritys X. Haastattelu 31.12.2013.

Vihtonen, J. 2013. Verkkoviestintä -opintojakson luento. Lahden ammattikorkeakoulu, liiketalouden laitos 13.3.2013.

LIITTEET

LIITE 1. Teemahaastattelurunko

Sivu 1/2:

Teemahaastattelukysymykset Yritys X:n viestintäsuunnittelijalle.

1. Taustatiedot:

- a. Kuinka kauan olette työskennelleet yrityksessä?
- b. Kuvaile tyotehtävääne.

2. INTRANETIN KÄYTTÖ

- a. Kertoisitko työskentelystäne intranetin parissa?
- b. Mihin käytätte intranetiä?

3. SISÄINEN VIESTINTÄ YRITYS X:SSÄ

- a. Mitkä ovat sisäisen viestinnän tavoitteet Yritys X:ssä?
- b. Mikä on sisäisen viestinnän rooli Yritys X:ssä?
- c. Mitä toivotte sisäiseltä viestinnältä?
- d. Onko sisäisessä viestinnässä mielestänne jotain parannettavaa?

4. SOSIAALINEN INTRANET

- a. Mikä Confluencessa on hyvää, entä mikä huonoa?
- b. Miten oletatte henkilöstön suhtautuvan uuteen sosiaalisempaan intranetiin?
- c. Mitä toivotte uudelta versiolt?
- d. Uskotko, että tulette käyttämään paljon uusia sosiaalisia työkaluja?
- e. Oletteko itse päässeet vaikuttamaan johonkin uuden version ominaisuuteen tai toiminnallisuuteen?

5. INTRANETIN KÄYTETTÄVYYS

- a. Mitkä ovat kehittämisen kohteet intranetin toiminnallisuudessa?

6. KÄYTTÄJÄTTYTYVÄISYYS

- a. Huomioidaanko erilaiset käyttäjäryhmät intranetviestinnässä?
- b. Mikä on käsityksenne henkilöstön tyytyväisyydestä nykyiseen intranetiin?
- c. Mitä haluaisitte erityisesti kysyä käyttäjiltä?

7. HELPPOKÄYTTÖISYYS

- a. Mikä tekee intranetin käytöstä helppoa?
- b. Onko nykyinen versio mielestänne helppokäyttöinen?
- c. Mitkä ominaisuudet lisäävät mielestänne helppokäyttöisyyttä uudessa versiossa?

8. KÄYTTÖKOKEMUKSET

- a. Mitä mieltä olette intranetin nykyisestä versiosta?
- b. Hyvät puolet?
- c. Huonot puolet?


9. JOHDON TUKI INTRANETILLE

- a. Koetteko, että Yritys X:ssä johdon tuki intranetin kehittämiseksi on tärkeää?
- b. Osallistuuko johto mielestänne tarpeeksi intranetin kehittämiseen?

10. Vapaa sana:

- a. Tuleeko Teille mieleen jotain lisättävää?

LIITE 2. Sähköposti-saate kyselyn vastaanottajille



Hei,

työntekijöille on tänään avattu intranetin käyttöön liittyvä kysely. Kyselyyn pääset klikkaamalla alla olevaa linkkiä.

Viestintäharjoittelija Maiju Rantanen tekee Lahden ammattikorkeakoulun opinnäytetyötäan . Opinnäytetyön aiheena on "Intranetin käyttäjien suhtautuminen sosiaaliseen intranettiin". Opinnäytetyön tutkimusosuudessa tarkastellaan sosiaalisia ominaisuuksia ja käyttäjien suhtautumista niihin. Kyselyllä kartoitetaan käyttäjien mielipiteitä ja kokemuksia anonyymisti. Kyselyn tuloksia käytetään avuksi kehittämisessä, joten kannattaa antaa palautetta.

Kaikkien kyselyyn vastanneiden kesken arvotaan Maglite XL 50 -taskulamppu. Mikäli haluat osallistua arvontaan, jätäthän myös sähköpostiosoitteesi kyselyn lopussa olevaan tekstikenttään. Kaikki vastaukset käsitellään luottamuksellisesti ja nimettömästi. Sähköpostiosoitetta käytetään ainoastaan arvonnassa.

Kyselyyn vastaaminen kestää noin 15 minuuttia. Vastaaminen on erittäin tärkeää intranetin jatkokehitystä varten. Vastausaikaa on 5.6.2014 saakka, jolloin kysely sulkeutuu.

Tarvittaessa lisätietoa voit kysyä sähköpostitse viestintäsuunnittelija .

Kiitos arvokkaasta ajastasi ja palautteestasi!

Ystävällisin terveisin

Viestintäsuunnittelija

Maiju Rantanen
Viestintäharjoittelija

[Aloita kysely](#)

LIITE 3. Webropol-kyselylomake

Sivu 1/4:

Käyttäjäkysely

Tällä kyselyllä on tarkoitus kartoittaa intranetin käyttäjien kokemuksia ja mielipiteitä.

Kysely on kaksiosainen: toinen osa julkaistaan päivituksen jälkeen. Toivomme, että vastaat molempiin kyselyihin. Anna itsellesi nimimerkki kyselyiden tutkimustulosten vertailua varten kohdassa 6.

Kaikkien molempien kyselyihin vastanneiden kesken arvotaan **Maglite XL 50** -taskulamppu. Mikäli haluat osallistua arvontaan, täytähän sähköpostiosoitteesi lomakkeen lopussa olevaan tekstikenttään.

Kyselyyn vastaaminen kestää noin 10-15 minuuttia. Vastaukset käsitellään luottamuksellisesti ja nimettömästi.

Kiitos arvokkaasta ajastasi!

1. Ikäryhmä: *

- 16 - 25-vuotias
- 26 - 35-vuotias
- 36 - 45-vuotias
- 46 - 55-vuotias
- 56 - 65-vuotias
- yli 65-vuotias

2. Sukupuoli: *

- nainen
- mies

3. Henkilöstöryhmä: *

- Työntekijä
- Toimihenkilö
- Ylempi toimihenkilö
- Johto
- Muu

4. Yksikkö: *

-
-
-
-
-
-
-
- Talous ja hallinto
- Muu

5. Kuinka kauan olet ollut yhtiön palveluksessa? *

- vähemmän kuin 1 vuosi
- 1-5 vuotta
- 5-10 vuotta
- 10-15 vuotta
- 15-20 vuotta
- 20-25 vuotta
- 25-30 vuotta
- 30-35 vuotta
- yli 35 vuotta

6. Kirjoita tähän nimesi tai nimimerkki, jota käytät myös toisessa, myöhemmin julkaistavassa kyselyssä: *

Nimimerkkiä käytetään tutkimustulosten vertailussa, jotta nähdään ovatko mielipiteet muuttuneet. Muistathan kirjoittaa nimimerkin itsellesi ylös!

16 merkkiä jäljellä

7. Arvioi tietokoneen ja -ohjelmien käyttötaitoasi työtehtävissä sekä kärsivällisyyttäsi tietokoneen käyttöön liittyen asteikolla 1-5: *

	1	2	3	4	5	
Huono osaaminen	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Erinomainen osaaminen
Huono kärsivällisyys	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Erinomainen kärsivällisyys

8. Kuinka usein käytät tietokonetta työssäsi? *

- päivittäin
- viikottain
- muutaman kerran kuukaudessa
- harvemmin kuin kerran kuukaudessa
- en lainkaan, koska liikun työssäni paljon

9. Tuotatko itse sisältöä ? *

Jos vastasit kyllä, kerro kuinka usein.

- ei
- kyllä

10. Koetko sisällön tuottamisen vaikeaksi tai hankalaksi? *

- kyllä
- jonkin verran
- en
- en ole kokeillut

Seuraava ->

käyttäjäkysely

11. Anna arvosana heppokäyttöisyydestä: *

1=välttävä, 2=tyydyttävä, 3=hyvä, 4=kiitettävä, 5=erinomainen

Välttävä 1 2 3 4 5 Erinomainen

12. Kuinka usein käytät ? *

- päivittäin
- muutaman kerran viikossa
- kerran viikossa
- muutaman kerran kuukaudessa
- harvemmin kuin kerran kuussa
- en käytä , koska

13. Mitä tietoa yleensä etsit ? *

14. Mitkä alla olevista vaihtoehtoista kiinnostavat sinua eniten ? *

Voit valita useamman kuin yhden.

- Ajankohtaista
- HelpDesk tiedottaa
- Toimitusjohtajan katsaus
- Kojelaut
- Ruokalista
- Jokin muu, mikä?

15. Koetko, että löydät etsimäsi tiedon helposti ? *

- kyllä
- joskus löydän, joskus en
- en, miksi?

16. Koetko saavasi tarpeeksi tietoa sisäisistä asioista kautta? *

Jos vastatsit ei, täydennä tekstikentään miten asiaa voisi parantaa.

- kyllä
- melko hyvin
- en

17. Toimiiko rakennepuu (sisällysluettelo) mielestäsi loogisesti? *

- kyllä
- joskus
- ei, käytän mieluummin hakukentää

<-- Edellinen Seuraava -->

käyttäjäkysely

18. Mitkä alla olevista ominaisuuksista haluaisit _____ ? *

- chat
- kuvagalleria
- kokousmuistilpanot
- muiden työntekijöiden kutsuminen kokoukseen
- jaettava tiedostollista
- tykkää -nappi
- tag -ominaisuus

19. Oletko käyttäjänä jossakin sosiaalisen median palvelussa? *

- Facebook
- Twitter
- YouTube
- Google+
- Instagram
- Tumblr
- LinkedIn
- en käytä sosiaalisen median palveluja
- Jokin muu, mikä?

20. Jos olet käyttäjänä jossain sosiaalisen median palvelussa, kerro miten käyttydyt: kirjoitteletko usein julkisille palstoille vai oletko enemmän seuraajan tai tarkastelijan roolissa?

21. Koetko, että _____ tulisi olla yhteisöllisempi ja sosiaalisempi kuin se tällä hetkellä on? *

- kyllä
- ei

22. Mitä alla olevista ominaisuuksista olet käyttänyt _____ ? *

- kommentointi
- statuspäivitys
- profiilikuva
- henkilökohtainen työtila
- ryhmätyötila

23. Jos et ole käyttänyt kommentointi tai statuspäivitys -ominaisuutta, kerro miksi?

24. Koetko tarvitsevasi lisäinformaatiota tai koulutusta johonkin _____ toimintoon liittyen? *

- en
- kyllä, mihin

25. Oletko hyödyntänyt Confluencen tarjoamia omia käyttöohjeita _____ erilaisista toiminnoista? *

- kyllä
- en
- mikä on Confluence?

26. Oletko hyödyntänyt tiimityöskentelyssä jaettava työtilaa? *

- kyllä
- en
- en, enkä tiedä mikä se on

27. Haluaisitko vähentää sähköpostitse lähetettävien liitetiedostojen määrää?

- kyllä
- jonkin verran
- ei

28. Haluaisitko, että _____ korvaisi sähköpostin käytön yhtiön sisäisessä viestinnässä? *

- kyllä
- ei
- voisi osittain korvata, mutta ei kokonaan

29. Toimiiko Kojelauta mielestäsi loogisesti? *

- kyllä
- melko loogisesti
- ei

30. Selailletko usein _____ Kojelautaa ja tutkit mitä muutoksia muut käyttäjät ovat tehneet? *

- kyllä, päivittäin
- melko useasti
- joskus
- harvoin
- en selaa

31. Tehostaako _____ käyttö mielestäsi työaikaasi? *

- kyllä, ehdottomasti
- jonkin verran
- ei lainkaan

32. Haluaisitko, että tulevaisuudessa voitit itse muokata _____ aloitussivusta omiin tarkoituksiisi sopivan? *

- kyllä
- ei

käyttäjäkysely

33. Oletko kohdannut joitakin toiminnallisia ongelmia käyttäessäsi? *

34. Mitkä ovat hyvät ominaisuudet? *

35. Onko jotain huonoja ominaisuuksia? *

36. Minkälaisia parannuksia haluaisit nähdä tulevaisuudessa? *

37. Koetko, että johto näyttää henkilöstölle hyvää esimerkkiä käytössä? *

- kyllä
- osittain
- ei
- en osaa sanoa

38. Lopuksi voit antaa vapaamuotoista palautetta:

39. Mikäli haluat osallistua arvontaan, jätä sähköpostiosoitteesi.

Sähköposti

Vahvista vastausten lähetyksen

LIITE 4. Jatkotutkimuksen kyselylomake

Sivu 1/2:

käyttäjäkysely, osa 2

Keväällä julkaistiin intranetin käyttäjille kysely, jossa kartoitettiin kokemuksia ja mielipiteitä ennen sen päivitystä. Tämä on kyselyn toinen osa, jossa tarkastellaan ovatko mielipiteet ja kokemukset muuttuneet. Kysymykset ovat osittain samoja, kuin ensimmäisessä kyselyssä.

Muistathan käyttää samaa nimimerkkiä, jonka annoit ensimmäisessä kyselyssä. Nimimerkki annetaan kyselyn kohdassa 1. Saman nimimerkin käyttäminen on erittäin tärkeää tutkimustulosten vertailuja varten.

Kaikkien molempiin kyselyihin vastanneiden kesken arvotaan **Maglite XL 50** -taskulamppu. Mikäli haluat osallistua arvontaan, jätä sähköpostiosoitteesi lomakkeen lopussa olevaan tekstikenttään.

Kyselyyn vastaaminen kestää noin 10 minuuttia. Vastaukset käsitellään luottamuksellisesti ja nimettömästi. Pakolliset kysymykset on merkitty pienellä sinisellä tähdellä. Kysymyksistä suurin osa on pakollisia.

Kiitos arvokkaasta ajastasi!

1. Kirjoita tähän nimesi tai nimimerkki, jota käytit myös ensimmäisessä kyselyssä. *

Nimimerkkiä käytetään tutkimustulosten vertailussa, jotta nähdään ovatko mielipiteet muuttuneet.

2. Anna arvosana helppokäyttöisyydestä: *

1=välttävä, 2=tydyttävä, 3=hyvä, 4=kiitettävä, 5=erinomainen

Välttävä 1 2 3 4 5 Erinomainen

3. Koetko, että löydät etsimäsi tiedon helpommin kuin aikaisemmin, ennen päivitystä? *

- kyllä
 joskus löydän, joskus en
 en
 en osaa sanoa

4. Onko rakennepuun (sisällysluettelon) toiminta parantunut tai muuttunut loogisemmaksi? *

- kyllä
 ei
 ei, käytän mieluummin hakukenttää
 en osaa sanoa

5. Tuntuuko teistä siltä, että on muuttunut helpokäyttöisemmäksi? *

- kyllä
 jonkin verran
 ei
 en osaa sanoa

6. Onko dokumenttien laatiminen mielestäne helpottunut? *

- kyllä
 osittain
 ei
 en osaa sanoa

7. Onko tekstieditori muuttunut helpokäyttöisemmäksi? *

Tekstieditori avautuu silloin kun luodaan esimerkiksi uusi sivu tai blogikirjoitus.

- kyllä
 ei
 en osaa sanoa

8. Mitä alla olevista ominaisuuksista olet käyttänyt ? *

- kommentointi
 statuspäivitys
 profiilikuva
 henkilökohtainen työtila
 ryhmätyötila
 kokousmuistiinpano
 kokouskutsu
 jaettava tiedostolista
 tykkää -nappi
 tag-ominaisuus
 en mitään

Seuraava -->

käyttäjäkysely, osa 2

9. Koetko tarvitsevasi lisäkoulutusta tai lisäinformaatiota jostakin kysymyksessä 8 luetelluista ominaisuuksista? Jos vastasit kyllä, kerro mihin? *

- ei
 kyllä

10. Osaatko jakaa henkilökohtaisen työtilasi muille käyttäjille? *

- kyllä
 en osaa
 en tiedä mikä on henkilökohtainen työtila

11. Haluaisitko, että korvaisi sähköpostin käytön yhtiön sisäisessä viestinnässä? *

- kyllä
 ei
 voisi korvata osittain, muttei kokonaan

12. Selailletko usein Kojelautaa ja tutkit mitä muutoksia muut käyttäjät ovat tehneet? *

- kyllä, päivittäin
 melko useasti
 joskus
 harvoin
 en selaa
 en tiedä mikä on Kojelauta

13. Onko tiedon tuominen intranettiin helpottunut? *

- kyllä
 ei
 en osaa sanoa

14. Tuntuuko siltä, että sähköpostista lomakkeet ja muut tiedostot löytyvät helpommin, kuin ? *

- kyllä
 ei
 en osaa sanoa

15. Tehostaako käyttö mielestäsi työaikaasi? *

- kyllä, ehdottomasti
 jonkin verran
 ei lainkaan

16. Lopuksi voit antaa vapaamuotoista palautetta :

17. Mikäli haluat osallistua arvontaan, jätä sähköpostiosoitteesi.

Sähköposti

Vahvista vastausten lähetyk