



SISÄISEN VIESTINNÄN KEHITTÄMINEN INTRANETIN AVULLA

**Case: Keski-Suomen keskussairaala,
Ruokapalvelun liikelaitos Caterina**

Virpi Ahonen

**Opinnäytetyö
Helmikuu 2009**

Liiketalous



Tekijä(t) AHONEN, Virpi	Julkaisun laji Opinnäytetyö	
	Sivumäärä 95	Julkaisun kieli Suomi
	Luottamuksellisuus <input type="checkbox"/> Salainen _____saakka	
Työn nimi SISÄISEN VIESTINNÄN KEHITTÄMINEN INTRANETIN AVULLA Case: Keski-Suomen keskussairaala, Ruokapalvelun liikelaitos Caterina		
Koulutusohjelma Tietojenkäsittelyn koulutusohjelma		
Työn ohjaaja(t) KARHULAHTI, Mika		
Toimeksiantaja(t) Ruokapalvelun liikelaitos Caterina		
Tiivistelmä <p>Työn tavoitteena oli organisaation sisäisen viestinnän kartoittaminen ja kehittäminen. Kehittämistyössä tutkittiin organisaation viestintää havainnoimalla, haastatteleamalla ja kyselytutkimuksilla. Tutkimuksessa edettiin intranet-sivuston suunnittelusta ja sivuston rakentamisesta intranetin sisällön tuottamiseen, tutkimusta tukevaa lähdemateriaalia hyödyntäen.</p> <p>Kvalitatiivisesti ja kvantitatiivisesti suuntautunut tutkimus toteutettiin v. 2003 - 2008 välisenä aikana tapaustutkimuksena Keski-Suomen keskussairaalan Ruokapalvelun liikelaitos Caterinalle. Kvalitatiivisen tutkimuksen keskeisistä piirteistä tutkimuksessa toteutettiin kokonaisvaltaisella tiedon hankinnalla syyskuussa 2003. Vastaukset ensimmäiseen kyselyyn saatiin seitsemältä henkilöltä kymmenestä. Kvantitatiivista tietoa tilastoitiin viestintäkanavien käytön määristä.</p> <p>Tutkimusvaiheiden ja johtopäätösten kautta kartoitettiin toisen kyselytutkimuksen kohderyhmät. Otokseen valituille henkilöille lähetettiin linkki sähköpostitse sairaanhoitopiiriin intranetissä olevaan kyselyyn. Kyselylomake oli avoinna loka - marraskuussa 2003 ja siihen vastasi 22 osastonsihteerää ja 26 ruokayhdyshenkilöä. Vastausprosentti oli 49 %. Aineistosta tehtiin analysointi ja johtopäätökset.</p> <p>Lopuksi ruokapalvelun johdolle toteutettiin vuoden 2003 kaltainen kysely sähköpostitse 18.12.2008 – 23.1.2009. Kyselyssä selvitettiin lisäksi jo viisi vuotta käytössä olleen intranetin toimivuutta. Kyselyyn vastasi kuusi henkilöä kymmenestä.</p> <p>Tutkimuksen tuloksena saavutetut hyödyt ilmenevät ensisijaisesti ruokapalvelun sisäisen viestinnän tehostumisena: dokumenttien löytymisenä helposti ja keskitetysti samasta paikasta, tietojen ajantasaisuutena ja tiedonsaannin nopeutena.</p>		
Avainsanat (asiasanat) organisaation viestintä, sisäinen viestintä, suunnittelu, kehittäminen, verkkoviestintä, intranet		
Muut tiedot		

Author(s) AHONEN, Virpi	Type of Publication Bachelor's Thesis	
	Pages 95	Language Finnish
	Confidential <input type="checkbox"/> Until _____	
Title DEVELOPING INTERNAL COMMUNICATION THROUGH THE INTRANET Case: Central Finland Central Hospital, Health Care District catering services		
Degree Programme Business Information Systems		
Tutor(s) KARHULAHTI, Mika		
Assigned by Health Care District catering services		
<p>Abstract</p> <p>The aim of thesis was mapping and developing internal communication in an organization. The development process was examined by the means of personal observation, interviews and questionnaires. The aim was followed from the layout designing and creating the intranet pages to the producing the contents of the intranet.</p> <p>Qualitatively and quantitatively directed research was made as a case study in Central Finland Hospital's Health Care District catering services between 2003 and 2008. The essential feature of qualitatively directed research was carried out as all-inclusive information gathering. Replies of the first questionnaire were received from seven persons out of ten. Quantitative information was gathered in statistical form from the use of the different information channels.</p> <p>The second questionnaire study was mapped through the research and conclusions. The people who were in the sample group were informed via e-mail about the questionnaire located in Central Hospital's intranet. The questionnaire form was open from November till December in year 2003 and replies were received from 22 ward secretaries and 26 persons in the catering service from the wards in Central Finland Hospital. The answering percentage was 49.</p> <p>The final questionnaire like in 2003 was made on 18th November in 2008. The reply time for questionnaire lasted 23rd January in 2009. It was sent via e-mail to the catering service personnel in managerial position. The aim of the questionnaire was also to investigate intranet's function in the past five years. Replies were received from six persons out of ten.</p> <p>The results of the research are concrete ascertained mainly as effectiveness in internal communication and in work. In addition the documents are found easier when they are concentrated in the same place and updated information can be found faster.</p>		
Keywords organization communication, internal communication, design, development, network communication, intranet		
Miscellaneous		

SISÄLTÖ

SISÄLTÖ	1
1 JOHDANTO	7
1.1 Organisaatioviestintä	7
1.2 Kiitokset yhteistyöstä	8
2 RUOKAPALVELUN LIIKELAITOS TARJOAA ASIAKASLÄHTÖISIÄ VAIHTOEHTOJA	10
2.1 Tausta	10
2.2 Liikeidea	11
3 TUTKIMUSASETELMA	13
3.1 Aikaisempi tutkimus	13
3.2 Tutkimuksen tavoitteet ja tehtävät	14
3.3 Tutkittavan alueen rajaus	15
3.4 Tutkimusmenetelmät	15
3.4.1 Tapaustutkimus	16
3.4.2 Kvalitatiivinen tutkimus	16
3.4.3 Kvantitatiivinen tutkimus	17
3.5 Tutkimuskysymykset	18
4 INTRANET	19
4.1 Mediaelementit ja interaktiivisuus	19
4.2 Intranetin kehitysvaiheita viestinnällisestä näkökulmasta	20
4.2.1 Vaihe 1: Yksikkökohtaiset pioneerit	20
4.2.2 Vaihe 2: Konsernitasoinen staattinen toteutus.....	21
4.2.3 Vaihe 3: Sisällönhallintajärjestelmä käyttöön	21
4.2.4 Vaihe 4: Personointi eri kohderyhmille ja prosessien mukaanotto.....	22
4.2.5 Vaihe 5: Työpaikan kojelauta, visio, jossa on bisneksen mittarit ja ohjaamisen työkalut	23

4.3	Intranetin lähtökohdat	24
4.4	Intranetin käyttöönoton hyödyt	25
4.5	Intranet – strateginen vaikutus- ja viestintäkanavana.....	26
4.6	Intranet-viestinnän haasteet.....	27
4.6.1	Tekniikka ja teknologia.....	27
4.6.2	Digitaalisen viestinnän osaaminen.....	28
4.6.3	Toimintaprosessien tuominen intranetin osaksi.....	28
4.6.4	Tiedon johtaminen	29
4.6.5	Ilmaisun osaaminen.....	29
4.6.6	Johtamiskulttuuri	29
4.7	Intranetin soveltamisvaiheita	30
5	SANTRA – KESKI-SUOMEN SAIRAANHOITOPUIRIN INTRANET	32
5.1	Santra-palvelujen tavoitteet	33
5.2	Arkiston perustaminen.....	34
5.3	Yksikkösivujen ulkoasu ja sisältö (Santra-yksiköt).....	34
5.4	Käyttöoikeudet ja päivittäminen.....	35
5.5	Www-sisällön tuottaminen	36
6	RUOKAPALVELUN INTRANETIN TOTEUTTAMISEN LÄHTÖKOHDAT	39
6.1	MediKes - terveydenhuollon yhteisöverkko	39
6.2	Viestinnän lähtökohdat ruokapalvelun intranetin suunnittelussa.....	40
6.3	Verkkoviestinnän lähtökohta	40
7	TUTKIMUKSEN METODIT JA TOTEUTUKSEN PÄÄVAIHEET.....	42
7.1	Työharjoittelu, palaverit, haastattelut ruokapalvelun henkilökunnalle.	42
7.2	Kysely ruokayhdyshenkilöille ja osastosihteereille.....	43
7.3	Intranet-sivuston ulkoasu ja sisältö	43
7.4	Loppukysely intranetin viiden vuoden käytön jälkeen	43

8	HAASTATTELUN TOTEUTUS	45
8.1	Haastattelun taustatyö.....	45
8.2	Haastattelutulokset ja niiden analysointi.....	46
8.2.1	Käytetyimmät viestintäkanavat ja niiden tehokkuus työssä.....	46
8.2.2	Käytetyimmät viestintäkanavat yhteydenpidossa ruokapalvelun muihin henkilöihin ja niiden tehokkuus työssä	49
8.2.3	Työssä eniten käytetyt viestintäkanavat sairaanhoitopiirin muihin yksiköihin ja niiden tehokkuus työssä	51
8.2.4	Vapaat kommentit viestinnästä ja viestinnän kanavista.....	53
8.2.5	Ruokapalvelun viestinnän kehittäminen intranetin avulla	54
9	KYSELYN TOTEUTUS SAIRAANHOITOPIIRIN INTRANETISSÄ.....	57
9.1	Kyselyn tausta ja työvaiheet: HTML-kyselylomake ja tulosten haku SQL-palvelimen tietokannasta Excel-taulukoihin	57
9.2	Kyselyn osat	58
9.3	Kyselyn tulosten analyysi	59
9.3.1	Osastonsihteerien ja ruokayhdysheiköiden käyttämät viestintäkanavat ruokapalveluun	59
9.3.2	Missä määrin tietoa kysytään ruokapalvelun henkilökunnalta?	62
9.3.3	Avoimet kommentit ruokapalvelun kanssa viestinnästä.....	64
9.3.4	Viestintäkanavat, joiden kautta tietoa löydetään ruokapalvelusta.....	65
9.4	Loppukyselyn osat	68
9.5	Loppukyselyn analysointi.....	68
9.5.1	Ruokapalvelun käytetyimmät viestintäkanavat ja niiden tehokkuus työssä.....	69
9.5.2	Intranet viestintäkanavana: käyttökokemuksia intranetistä ja Ruokapalvelun omien yksikkösivujen sisällöstä ja soveltuvuudesta työhön.....	71
10	TUTKIMUSKYSYMYSTEN ANALYSOINTI.....	73
10.1	Millainen on organisaation viestintäkanavien käyttö?.....	73
10.2	Millainen on hyvä organisaation intranetin sisältö?	74

10.3 Miten intranet vaikuttaa organisaation toimintoihin?.....	75
11 OPINNÄYTETYÖN POHDINTA JA TULEVAISUUDEN	
KEHITTÄMISNÄKYMÄT	76
LÄHTEET	80
LIITTEET	83
Liite 1. Kysely osastonsihteeille ja ruokayhdyshenkilöille.....	83
Liite 2. Kyselyn tietojen tallennus SQL-tietokantaan	89
Liite 3. Intranetprojektin vaihematriisi: vaiheiden eri lopputulokset ja niiden	
suhteet toisiinsa.....	90
Liite 4 Ruokapalvelun intranetin omasivun ulkoasun ja sisällön	
suunnittelumalli.....	91
Liite 5 Ruokapalvelun intranetin ulkoasun ja sisällön suunnittelumalli	
sairaanhoitopiirin muille yksiköille	92

KUVIOT

KUVIO 1. Mediaelementit eli digitaalisen viestinnän maailmanpyörä	19
KUVIO 2. Esimerkkikuva erään järjestelmän loogisesta arkkitehtuurista.....	25
KUVIO 3. Santran sivustorakennetta.....	33
KUVIO 4. WWW-sivujen suunnittelukolmio	37
KUVIO 5. Käytetyimpiä viestintäkanavia ruokapalvelussa vuonna 2003.....	48
KUVIO 6. Viestintäkanavien käyttö yhteydenpidossa ruokapalveluun/osastonsihteerit	
.....	61
KUVIO 7. Viestintäkanavien käyttö yhteydenpidossa	
ruokapalveluun/ruokayhdyshenkilöt.....	62
KUVIO 8. Käytetyimmät kanavat, joiden kautta tietoa löydetään/osastonsihteerit	66
KUVIO 9. Käytetyimmät kanavat, joiden kautta tietoa löydetään/ruokayhdyshenkilöt	
.....	67
KUVIO 10. Käytetyimpiä viestintäkanavia ruokapalvelussa vuonna 2008.....	70

KÄSITTEET

EXTRANET = kumppaniverkko, on myös internetin tekniikkaa käyttävä ratkaisu, jossa verkon käyttöoikeudet ja palvelut on rajattu yrityksen ja liikekumppaneiden väliseksi. Extranet parantaa tiedonvälitystä yhteistyökumppaneiden välillä. (A++ Trainer – Tietotekniikan perusteet 2000, 49.)

INTERNET = maailmanlaajuinen tietoverkkoja yhdistävä verkko, jonka välityksellä siirretään mm. sähköposti ja www-sivut (Net. verkkoviestinnän käsikirja 1999, 11).

INTRANET = intranet eli omaverkko on internetin tekniikalla (sähköposti, web-selaimet) toteutettu yrityksen sisäinen verkko. Intranetiin voidaan rakentaa yrityksen omat WWW-sivut, jotka ovat vain työntekijöiden käytettävissä. (A++ Trainer – Tietotekniikan perusteet 2000, 49.)

INTRANET-PALVELU = yrityksen sisäiseen käyttöön tarkoitettu verkkopalvelu. (Net. verkkoviestinnän käsikirja 1999, 219).

OPERATIIVINEN (TOIMINNALLINEN) VERKKOPALVELU = verkkopalvelu, jonka hyöty perustuu palvelussa tehdyn toimenpiteen vaikutukseen jossain reaali maailman kohteessa (Net. verkkoviestinnän käsikirja 1999, 220).

SQL (Structured Query Language) = kieli, jolla voidaan muokata tietokannan rakennetta, kysellä tietokannan tietoja tai päivittää tietokannan tietoja (AB+ Trainer – Tietokannat Access 2001, 2).

TCP/IP (Transmission Control Protocol Internet Protocol) = Internetissä käytetty protokollaperhe, jota käyttäen tietokoneet voivat siirtää tietoa toisilleen ja joka muodostaa koko Internetin perustan. Protokollan TCP-osa (kuljetuskerros) pilkkoo siirrettävän tiedon paketeiksi, minkä jälkeen sen alla oleva IP-kerros huolehtii pakettien välittämisestä verkon yli oikeaan osoitteeseen. (IT-tietosanakirja 2003, 669.)

URL (Uniform Resource Locator) = Internetissä käytetty osoitusmekanismi, joka yksilöi käytettävän siirtoprotokollan, palvelimen nimen, hakemistorakenteen ja yksittäisen tiedoston. Www-tekniikassa sekä palvelimen osoite että hyperlinkkien kohteet

ilmoitetaan URL-osoitteina. URL-tekniikan avulla voidaan osoittaa mikä tahansa maailman www-palvelin ja siellä oleva tiedosto. URL-osoite alkaa protokollalla, joka voi olla esimerkiksi http tai ftp. Protokollan jälkeen tulee kaksoispiste, kaksi kautta- viivaa ja palvelimen DNS-nimi. Yksinkertaisin mahdollinen URL-osoite kertoo vain protokollan ja nimen (esimerkiksi <http://www.pjoy.fi>). (IT-tietosanakirja 2003, 719.)

VERKKOPALVELU (saitti, www-palvelu, webbipalvelu, nettipalvelu, www-sivut, webbisivut, nettisivut, kotisivut...) = World Wide Webissä oleva sisältö- ja sivukoko- naisuus, jonka sisällöntuottajat ja vastuuhenkilöt ovat erotettavissa muiden sivukoko- naisuuksien sisällöntuottajista ja vastuuhenkilöistä. Erottuu usein muista verkkopalve- luista myös osoitteen, ulkoasun ja toiminnallisuuden osalta. (Net. verkkoviestinnän käsikirja 1999, 221.)

VIESTINNÄLLINEN VERKKOPALVELU = verkkopalvelu, jonka hyöty perustuu ruudulla näkyvään tai kaiuttimista kuuluvaan sisältöön (Net. verkkoviestinnän käsikir- ja 1999, 221).

1 JOHDANTO

Viestinnässä kanava on mikä tahansa keino, jolla sanoma välitetään lähettäjältä vastaanottajalle. Useiden kanavien käyttö samanaikaisesti yleensä vahvistaa sanomaa.

1.1 Organisaatioviestintä

Moni asia ja erityisesti tekniikka on muuttunut viimeisten kymmenien vuosien aikana niin yksilö- kuin organisaatioviestinnässäkin. Organisaation (Wiio 1994, 161) oletetaan järjestelmällisesti pyrkivän tiettyihin päämääriin, tavoitteisiin.

Viestintä on olennainen osa organisaation perusedellytyksistä. Organisaatio koostuu useista osajärjestelmistä, kuten ihmisistä, erilaisista laitteista sekä käsitejärjestelmistä ja näiden yhdistelmistä. Osajärjestelmät kytkeytyvät toisiinsa ja järjestelmän ympäristöön viestinnän avulla. Viestintä on organisaation liitäntätekijä, joka yhdistää organisaation osajärjestelmiä toimivaksi kokonaisuudeksi. (Wiio 1994, 161 - 162.)

Pitkällä aikavälillä viestinnän kehitykseen vaikuttavat muun muassa tekniikan tuomat mahdollisuudet ja markkinoiden tarpeet. Ne luovat edellytyksiä innovaatioille. Sähköisen viestinnän monimutkaisemmassa teknisessä kehityksessä tarvitaan usein mittavampia investointeja infrastruktuuriin kuin painetun viestinnän teknisessä kehityksessä. Yrityskulttuurin pitäisi pystyä kehittymään siten, että se pystyisi hyödyntämään viestinnän teknisen kehityksen. 2000-luvulla "älykkään viestinnän aikakautena" viestinnän eri sektoreilla vallitsee samojen avainteknologioiden hyödyntäminen ja tekninen integroituminen. (Sitra 1990, 1, 11.)

Tämän tutkimuksen tärkeänä lähtökohtana on Keski-Suomen keskussairaalan sairaanhoitopiirin viestintä – strategia ja ohjeet –asiakirja (2003 - 2007), joka on ohjeistus sairaanhoitopiirin viestinnästä. Verkkoviestinnät ohjeet ovat osa edellä mainittua asiakirjaa. (Keski-Suomen sairaanhoitopiiri. Internet-sivut 2004, tarkennukset 2007.) Keski-Suomen sairaanhoitopiirin viestinnän tehtävänä on mm. tukea perustehtävän toteuttamista eli potilaiden hoitoa sekä välittää tietoa sairaaloiden sisällä sekä sairaan-

hoitopiirin ja sen kanssa yhteistyötä tekevien ryhmien kesken. (Keski-Suomen sairaanhoitopiiri. Internet-sivut 2003.)

Kuivalahti ja Luukkonen (2003, 14) kiteyttävät osuvasti intranetin viestintäkanavana, jonka avulla pyritään edistämään organisaation ruoansulatusta: ”saattamaan tieto eri muodoissaan ravitsemaan sen puutteessa olevia oikeaan aikaan, oikeassa muodossa ja oikeassa paikassa”.

1.2 Kiitokset yhteistyöstä

Kauniit ja makoisat kiitokset koko ruokapalvelun liikelaitoksen johtajalle, ruokapalvelupäälliköille, sihteerille, ravitsemustyöntekijälle, kahvila-ravintola Caterinan työntekijöille, muulle henkilöstölle, tietohallinnolle ja koko sairaanhoitopiirin väelle etenkin ruokayhdyshenkilöille ja osastonsihteeereille ja samalla ruokapalvelun asiakkaille, joita koko ruokapalvelun liiketoiminta palvelee. Ruokapalvelun tavoitteena on palvella asiakkaitaan edelleenkin asiakaslähtöisesti olemassa olevia resursseja mahdollisimman tehokkaasti hyödyntäen. Viestitään ydinosamisesta lainsäädännölliset, tuotannolliset, toiminnalliset ja muutkin käytettävissä olevat resurssit huomioiden.

Kiitokset myös ammattikorkeakoulun entisille ja nykyisille opettajille siitä yhteistyöstä, joka antoi hyvän tietotason jatkaa elämässä ja myös mahdollisissa tulevilla opinnoissa eteenpäin. Varsinkin iloisesti mieleen jäänyt asia on opintotoimiston henkilökunnan aktiivinen rooli opiskelija-asioissa ja yhteydenpidossa. Se myös kannusti jatkamaan opintoja sinnikkäästi eteenpäin.

Lopuksi ison kunnian ja kiitoksen ansaitsevat lapseni, jotka olivat opintojeni alkaessa v. 1999 kolme- ja viisivuotiaita. Kävimme opiskeluni ohessa yhdessä läpi niin seitsemän vuoden remontoinnin itse tehden, suuren elämänmuutoksen ja muuton. Keskityminen opintoihini vaati rauhoittumista tekemään yhtä asiaa kerrallaan, vaikka se ei täysin tainnut onnistuakaan. Jälkipolviani ja myös muita niin nuoria kuin iäkkäämpiäkin opiskelijoita haluan innostaa opiskelemaan, jos siihen suinkin on halukkuutta. Opiskelijana ja perheellisenäkin elää, mutta kalliimmista matkoista ja luksuselämästä joutuu useimmiten tinkimään. Tosin positiivisesti ajateltuna siitäkin oppii nauttimaan elämän perusasioista. Voi myös havaita, että opiskelu on elinikäistä ja myös palkitse-

vaa. Itsestään täytyy myös pitää huolta ja mahdollisuuksien mukaan voi virkistäytyä terveellisen, edullisen ja ravitsevan ruoan merkeissä Keski-Suomen keskussairaalassa sijaitsevassa ruokapalvelu Caterinassa.

2 RUOKAPALVELUN LIKELAITOS TARJOAA ASIAKASLÄHTÖISIÄ VAIHTOEHTOJA

2.1 Tausta

Tradenomin opintoihin liittyvä viiden kuukauden mittainen työharjoittelu sekä kesäloman sijaisuus Keski-Suomen keskussairaalan liikelaitoksen ruokapalvelukeskus Caterinan toimistossa vuonna 2003 antoi hyvät valmiudet koko tutkimuksen tekemiselle ja kehittämistyölle. Osallistuin muun muassa vierastarjoilulomakkeen Excel-sähköpostiversion kehittämiseen ja toimin ruokapalvelukeskuksen mikrotukihenkilönä.

Tämän tutkimuksen lähtökohtana on sairaanhoitopiirin viestinnän, etenkin verkkoviestinnän uudistuksen aloittaminen vuonna 2002. Viestinnän ohjeet oli tarkoitus saada ajan tasalle ja myös helposti kaikkien saataville sekä intra- että internetiin. Verkkoviestinnän ohjeet olivat vielä luonnosvaiheessa vuonna 2003. Sairaanhoitopiirin intranet Santra oli tuolloin jo käytössä, mutta yksikkökohtaiset sivustot sisältöineen olivat vielä tekemättä suurimmalle osalle sairaanhoitopiirin yksiköistä. Yksikkökohtaiset intranet-sivustot tehtiin valmiiseen toimivaan verkkoon, organisaation sisäiseen internetiin, kuten Clason ja Ek (1999, 77) intranetin määrittelevät. Sairaanhoitopiirin ensimmäiset ja vielä vuonna 2003 käytössä olevat kotisivut otettiin käyttöön 4.11.1997, jolloin ei ollut suosituksia sisällöstä eikä suunnittelustakaan.

Tietohallinnon projektiryhmän kokouksessa 29.10.2003 käsiteltiin sairaanhoitopiirin verkkopalvelun uudistamista. Lähtökohtana oli, että sairaanhoitopiirin eri yksiköihin tuotetaan yksikkökohtaiset intranet-sivustot sisältöineen. Sisällön päivittäminen tapahtuisi myös kustakin sairaanhoitopiirin yksiköstä käsin kunkin yksikön nimetyn ylläpitäjän omilla käyttäjätunnuksilla. (Juutilainen 2003.)

2.2 Liikeidea

Sisäinen liiketoiminnan eriyttäminen

Jyväskylän kaupungin toimintojen liikelaitostuminen alkoi jo vuoden 1993 tienoilla. Kunnallisia liiketoimintoja voitiin eriyttää ulkoisen liiketoiminnan malleilla, kuten perustamalla osakeyhtiö, osuuskunta, säätiö tai kuntayhtymä. Ruokapalvelun kohdalla toteutettiin puolestaan sisäinen liiketoiminnan eriyttäminen eli palvelutoiminnan liikelaitostaminen, mikä merkitsi toiminnallisten ja taloudellisten tavoitteiden asettamista kunnan, valtuuston vahvistamassa, talousarviossa. (Havia 2003.)

Keski-Suomen keskussairaalan uusi ruokapalvelukeskus, entinen ravintohuollon tu-losyksikkö, aloitti toimintansa uusissa tiloissa ja uusilla laitteilla kesäkuussa 2002. Ruokapalvelun liikelaitoksen nimeksi annettiin Caterina, joka tulee sanoista "Catering" ja "nautinto". Ruokapalvelu Caterina on catering-alan yritys, joka tarjoaa nautinnollisia ruoka- ja kahvihetkiä asiakkailleen. Keskussairaalan ruokapalvelukeskus Caterina ei ole pelkästään henkilöstöravintola, vaan sinne voi tulla nauttimaan ravitsemuksellisestikin monipuolisista ja maukkaista ateriakokonaisuuksista salaattien, leipien, juomien ja jälkiruokien kera. Ruokapalvelukeskuksen kahvila-ravintola Caterinan asiakkaina käy potilaiden omaisia ja muitakin ei henkilökuntaan kuuluvia asiakkaita. (Sarén 2003.)

Ruokapalvelukeskuksen suunnittelu alkoi samaan aikaan ruokapalvelun liikelaitostumisen kanssa. Hyvät kokemukset pesulan liikelaitostamisesta, tarvekartoitus ja halu joustavampaan ruokapalvelun organisointiin olivat kannustavia voimia liikelaitostamiselle. Suuret muutokset huomioon ottaen ensimmäinen toimintavuosi meni tulostavoitteiden mukaisesti. Kehittämisen kohteista kartoitettiin kapasiteetin käytön tehostaminen, palvelujen markkinointi, toimintaprosessien parantaminen ja atk-järjestelmien käytön tehostaminen. (Sarén 2003.)

Tämän tutkimuksen käynnistyttyä vuonna 2003 ruokapalvelun liikelaitokseen kuuluivat keskussairaalan, Kinkomaan, Kangasvuoren, Sisä-Suomen ja Haukkalan sairaaloiden ruokapalveluyksiköt. Jo tuolloin keskussairaalan ruokapalvelukeskus Caterinassa tuotettiin keskussairaalan potilaiden, henkilökunnan ja vieraiden ruokapalvelu. Palveluista mainittakoon vielä vierastarjoilut ja neljän kabinetin vuokraus kokouskäyttöön. Ruokapalvelukeskus Caterinan hoidossa on nyt vuonna 2008 ruokapalvelu keskussai-

raalassa, sädesairaalassa, Kinkomaan, Haukkalan ja Kangasvuoren sairaaloissa sekä tämän vuoden alusta lähtien Kyllön terveysasemalla. (Keski-Suomen sairaanhoitopiiri. Internet-sivut. Ruokapalvelu Caterina 2008.)

3 TUTKIMUSASETELMA

Opinnäytetyö lähtee liikkeelle organisaatioviestinnän määrittelystä lähdeaineistoihin perustuen. Tämän jälkeen esitellään tutkimuksen kohdeorganisaatio. Tässä luvussa selvitetään aluksi lyhyesti tähän tutkimukseen liittyvä sairaanhoitopiirissä aiemmin toteutettu viestintätutkimus. Tutkimuksen tavoitteiden ja tutkittavan alueen rajauksen jälkeen esitellään työhön valitut tutkimusmenetelmät ja tutkimuksen alussa itse määritellyt tutkimuskysymykset, joihin tutkimuksen edetessä haetaan vastauksia. Intranet-käsitettä hahmotetaan historian valossa, edeten kohdeorganisaation viestinnän lähtökohtiin ja tutkimuksen vaiheisiin sekä käytännön työn kuvaamiseen. Tutkimuskysymysten analysoinnissa kootaan yhteen tutkimuksen keskeiset elementit tutkimusmenetelmien pohjalta.

3.1 Aikaisempi tutkimus

Keski-Suomen sairaanhoitopiirissä käynnistettiin vuonna 2002 sairaanhoitopiirin strategisen ohjelman uudistamisprosessi toimialueiden ja vastuualueiden prosessina organisaation eri tasoille vuoden 2003 puolelle saakka. Perustana oli sairaanhoitopiirin strateginen ohjelma, josta johdettiin viestintäohjelman arvot, periaatteet ja strategiat. Viestintäohjelma piti saada ajan tasalle ja yhteneväiseksi strategisen ohjelman kanssa. Tätä uudistamisprosessia alettiin selvittää tutkimalla sairaanhoitopiirin johdon viestintää. (Kärkkäinen 2002.)

Selvitys siitä, tavoittaako johdon sanoma kohteensa suoritettiin kyselytutkimuksena elo-syyskuussa 2002 sairaanhoitopiirin intranet-verkon (Santran) kautta myös sähköpostia apuna käyttäen. Tutkimus toteutettiin yhteisöviestinnän koulutuksen projektityönä. Tutkimuksessa mitattiin tiedon kulkua esimiehille ja heidän kokemuksiin tiedon välittämisestä sairaanhoitopiirin johdolle. Kysely käynnistettiin harkinnanvaraisella otannalla 50 henkilölle. Vastajina olivat osastonhoitajat, vastualueen johtajat, ylilääkärit, ylihoitajat, luottamushenkilöt ja työsuojeluvaltuutettu. (Kärkkäinen 2002.)

Tutkimuksen tulokset osoittivat, että johdon viestinnän keskeiset asiat koettiin pääasiassa erittäin tärkeiksi tai tärkeiksi. Kuitenkin tärkeinä pidettyjen asioiden osalta tiedon saanti koettiin vähäiseksi. Näin ollen tiedon saantia ja välittymistä tulisi kehittää etenkin muutosasioissa. Tiedon välittyminen työyksiköistä sairaanhoitopiiriin johdolle koettiin hitaaksi ja asioita jäi hoitamattakin. Olemassa olevia viestintäkanavia käytettiin varsin hyvin. Kyselyssä korostuivat sairaanhoitopiiriin johtoryhmän muistioiden, oman esimiehen, hallituksen esityslistojen, sairaanhoitopiiriin intranetin Santran ja itselle saadun materiaalin tärkeys. (Kärkkäinen 2002.)

3.2 Tutkimuksen tavoitteet ja tehtävät

Tämän tutkimuksen tarkoituksena on tutkia ruokapalvelun sisäistä viestintää ja rakentaa sen pohjalta pääasiassa ruokapalvelun sisäistä viestintää helpottava ja tehostava oma tietokantapohjainen intranet-sivusto ja sen sisältö.

Käytännössä intranet vähentäisi paperisten dokumenttien käsittelystä ja ylläpidosta koituvia kustannuksia, työ- ja materiaalmääriä sekä muiden mahdollisten päällekkäisten ja aikaa vievien asioiden tekemistä. Intranet tarjoaa myös tehokkaan, käytöltään edullisen oman yksikön sisäisen dokumenttiarkiston ja viestintäkanavan, jossa tiedot ovat helposti saatavissa ja päivitettävissä ajan tasalle. Tärkeitä paperisia dokumentteja muunnetaan sähköiseen muotoon ja tehdään myös uutta materiaalia (pdf, word, excel). Isohkona projektina tämän opinnäytetyön tekijä on mukana kokoamassa ruokapalvelun ravitsemussuunnittelijan kanssa ruokavaliokäsikirjan sisältöä, joka muunnetaan myös sähköiseen muotoon. Ruokapalvelullakin tulee olemaan yksi pääkäyttäjä, joka hallitsee sivuston päivitykset, kuten tiedostojen lisäykset, muutokset ja poistot.

Intranetin toimivuus voi merkitä myös liikevaihdon lisääntymistä. Tarkoitus on kaikin puolin edistää ja tehostaa ruokapalvelun viestintää ja nimenomaan verkkoviestinnän rakentamista ja sen tehokasta käyttöä hyödyntäen käytössä olevia resursseja, kuten ATK-laitteita ja -ohjelmistoja. Samalla tekniikan on tarkoitus helpottaa päivittäin tehtäviä työrutiineja mahdollisimman hyvin.

Kaikkien työvaiheiden jälkeen asetetut tavoitteet ja niiden tulokset ovat todennettavissa valmiina ruokapalvelun intranet-sivustona sisältöineen. Lisäksi tavoitteena on löytää ja tuoda esille mahdolliset jatkokehittämistoimenpiteet.

3.3 Tutkittavan alueen rajaus

Tutkimuksen ulkopuolelle jää ulkoisen viestinnän kehittäminen, kuten esim. viestintä terveyskeskuksiin. Tutkimuksen edetessä mahdollisesti esille tulevia lisätutkimuksia tai kehittämistarpeita tai muita vastaavia asioita ei toteuteta osana tätä tutkimusta. Tutkimuksessa ei käsitellä tarkemmin sairaanhoitopiirin verkkoviestinnän kanavista julkista internet-verkkopalvelua, ekstranetiä MediKes tai MediKes-SosKes (2008) eikä Santran yksikkösivujen sairaanhoitopiirin henkilökunnan vierailijasivusto sisältöä.

Tutkimuksessa ei käydä läpi web-palvelun testausta, sivuston selaamiseen käytettäviä päätelaitteita ja selainohjelmistoja tai muita ohjelmistoratkaisuja. Sairaanhoitopiirin kuuluva Tietohallinto (2003) huolehtii niistä kaikkien sairaanhoitopiirin yksikköjen osalta sitä mukaa kuin yksikkösivuja tehdään. Myös tietoturvaratkaisut ja niiden testaukset hoitaa kaikilta osin Tietohallinto (2003).

Lähdeaineisto käsittelee organisaation viestintää, viestinnän tehokkuuden merkitystä ja kehittämistä tehokkaan teknologian kehittyvässä maailmassa sekä intranetin rakentamista ja hyödyntämistä tehokkaasti yrityksen liiketoiminnan eri osa-alueilla. Lähdeaineisto painottuu pitkälti sairaanhoitopiiriä käsittävään verkkoviestintään ja ohjeistukseen.

3.4 Tutkimusmenetelmät

Tutkimuksessa käytetään pääosin kvalitatiivista ja kvantitatiivista tutkimusmenetelmää. Osittain tutkimusmenetelmät ovat päällekkäisiä. Opinnäytetyö tiivistyy tutkimuksen johtopäätösten ja analyysien tekemiseen ja mahdollisten käytännön ratkaisui-

jen tekemiseen, hyödyn aikaansaamiseen. Tutkimusmenetelmänä tässä tutkimuksessa on myös toimintatutkimus.

3.4.1 Tapaustutkimus

Tutkimus suoritetaan tapaustutkimuksena, koska kyseessä on tutkimus ruokapalvelujen liikelaitokselle Caterinalle. Menetelmällisistä valinnoista tutkimus on myös kartoittava, selittävä ja kehittävä menetelmä. P. ja A. Järvinen suosittavat teoksessaan Yinin (1989) mukaan kokeilucasein toteuttamista ennen varsinaista casein tutkimista. (Järvinen P. & A. 2004, 81.)

Tässä tutkimuksessa käytetään useita lähteitä löydösten tueksi, kuten dokumentteja, haastatteluja, vapaa havainnointia ja myös johdon tiimipalavereissa osallistuvaa havainnointia.

3.4.2 Kvalitatiivinen tutkimus

Kvalitatiivisen tutkimuksen keskeinen piirre on kokonaisvaltainen tiedon hankinta. Laadulliseen tutkimukseen saadaan kerättyä objektiivista tietoa aistihavainnoin ja loogisella päättelyllä havaintoihin perustuen. Kohdejoukko valitaan tarkoituksenmukaisesti. Päätöksentekoon tarvittavaa ajantasaista tietoa saadaan kokoamalla aineisto todellisissa tilanteissa, kuten haastatteluissa ja ruokapalvelun johdon tiimipalavereissa tutkimuksen eri vaiheissa. Näin saadaan kerättyä myös kvantitatiivista tietoa viestintäkanavien käytön määristä. Suunnitelmia voidaan myös hioa ja muuttaa näissä palavereissa olosuhteiden mukaisesti. Tältä osin tutkimussuunnitelma muotoutuu tutkimuksen edetessä. (Hirsjärvi, Remes & Sajavaara 2004, 155.)

Hirsjärvi ja muut (2004, 152) määrittävät laadullisen tutkimuksen lähtökohdaksi todellisen elämän kuvaamisen. Tämän lisäksi he viittaavat kvalitatiivisen tutkimuksen perusajatukseen, jota tässäkin tutkimuksessa tavoitellaan: ”... pyrkimyksenä pikemmin löytää tai paljastaa tosiasioita kuin todentaa jo olemassa olevia (totuus) väittämiä.” Hirsjärvi ja muut (2004, 149) esittävät yleisen käytännön, jonka mukaan selittävässä ja vertailevissa tutkimuksissa käytetään hypoteeseja. Tässä tutkimuksessa tehdään vertailuja vastaajaryhmien sisällä, ja myös välillä. Hypoteeseja ei suoranaisesti aseteta, vaa-

an perusteluja tutkimuskysymyksille haetaan erilaisen lähdeaineiston ja erilaisten asiayhteyksien välimaastosta.

3.4.3 Kvantitatiivinen tutkimus

Johtopäätökset aiemmin työpaikalla toteutetuista havainnoinnista ja haastatteluista antavat kvantitatiivisen tutkimuksen tekemiselle keskeistä tietoa aineiston keruun suunnitelmaan. Edellisten tutkimusvaiheiden ja johtopäätösten kautta kartoitetaan kyselytutkimukseen kohderyhmät. Sairaanhoidopiirin käytössä olevan sähköpostin välityksellä lähetetään linkki sairaanhoidopiirin intranetissä olevaan kyselytutkimukseen. Tämän jälkeen tehdään muuttujien taulukointi ja aineiston käsittely tilastoitavaan muotoon, havaintoaineiston analysointi ja päätöksenteko.

Tutkimuksessa toteutetaan lopuksi ruokapalvelun johdolle kvalitatiivinen ja osin kvantitatiivinen kyselytutkimus, jossa kartoitetaan ruokapalvelun intranetiä viestinnän välineenä ja kanavana. Tarkoituksena on selvittää haastattelun avulla erityisesti intranetin toimivuutta ja hyödyllisyyttä ruokapalvelun sisäisessä viestinnässä. Mahdollisesti esille tulevat muutos- ja selvitystarpeet pyritään tuomaan esille.

Kvantitatiivisen tutkimuksen osalta tässä tutkimuksessa ei käytetä hypoteeseja. Toki täytyy myöntää, että tutkimusmenetelmiä suunniteltaessa tietynlaisia ennakoarvauksia ja johtopäätöksiä tuli mietittyä ennen tutkimuksen käynnistymistä. Varsinkin työpohjaisen kokemuksen kautta tutkimusaihe tuli tutuksi, ja joidenkin asioiden syitä ja suhteita oli näin ollen mahdollista vertailla etukäteen. Hirsjärvi ja muut (2004, 149) mukaan metodikirjallisuudessa ei tutkijalle anneta selkeitä ohjeita hypoteesien käytöstä. He antavatkin yleisen käytännönohjeen, että kuvailevassa ja kartoittavassa tutkimuksessa, jota tämä tutkimus myös on, ei aseteta hypoteeseja. Näin ollen tässä tutkimuksessa tutkimuskysymysten asettelulla voidaan katsoa olevan tärkeä merkitys tutkimuksen toteutuksessa myös kvantitatiivisen tutkimuksen osalta.

3.5 Tutkimuskysymykset

Kun viestintää kehitetään intranetin avulla, tulee kehitystyön pohjautua käyttäjien tarpeisiin. Tähän lähtökohtaan perustuen määritellään tutkimuskysymykset. Tutkimuksen avulla haetaan vastausta seuraaviin tutkimuskysymyksiin:

1. Millainen on organisaation viestintäkanavien käyttö?
2. Millainen on hyvä organisaation intranetin sisältö?
3. Miten intranet vaikuttaa organisaation toimintoihin?

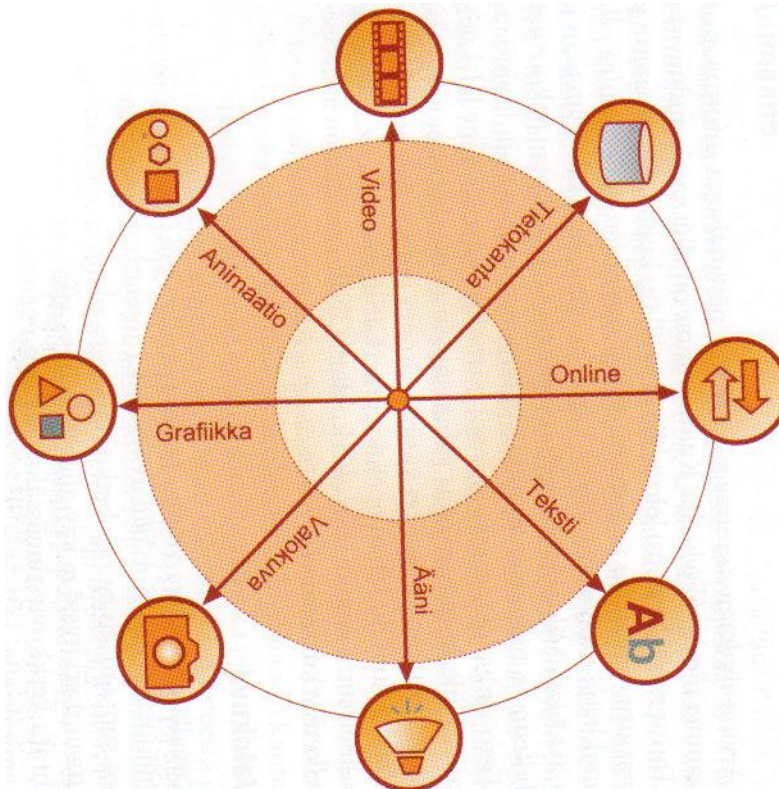
Ensimmäisen kysymyksen avulla selvitetään eri viestintäkanavien käyttöä sisäisessä viestinnässä. Tästä tutkimuksesta saatavaa tietoa hyödynnetään toisen kysymyksen tarkastelussa ja intranetin sisällön määrittelyssä. Toisessa kysymyksessä pohditaan nimenomaan, millainen olisi tutkittavan organisaation tarpeita vastaava intranet. Kolmannessa kysymyksessä selvitetään organisaation tarpeiden pohjalta suunnitellun ja tehdyn intranet-sivuston toimivuutta yrityksen prosesseissa. Kysymyksessä tarkastelun lähtökohtana on viestinnällinen näkökulma. Näiden kolmen tutkimuskysymysten tarkastelu esitetään analysointiosiossa, luvusta 10 alkaen haastattelujen, kyselytutkimuksen, intranet-sivuston suunnittelun ja sisällön tuottamisen ja loppukyselyn jälkeen.

4 INTRANET

Intranet voidaan rakentaa useista viestinnän elementeistä. Hyvään lopputulokseen voidaan päästä huomioimalla viestinnän ja liiketoiminnan perusasiat.

4.1 Mediaelementit ja interaktiivisuus

Mediaelementit mahdollistavat interaktiivisten palvelujen käytön verkkoviestinnässä. Vuorovaikutteisuutta on monta tasoa. Esimerkiksi interaktiivisessa palvelussa käyttäjä voi syöttää tietoa tietokantaan. Tietoa voidaan myös jalostaa osana viestintäprosessia.



KUVIO 1. Mediaelementit eli digitaalisen viestinnän maailmanpyörä (Kuivalahti & Luukkonen 2003, 19)

Mitä enemmän digitaalisia viestintäkanavia käytetään hyödyksi organisaation toiminnissa, sitä enemmän on kiinnitettävä huomiota sisäisen viestinnän menetelmiin ja

välineisiin. Kuivalahti & Luukkonen (2003, 18 - 22) näkevät tärkeinä asioina voimavarojen kohdentumisen mediaelementtien käyttöön ja vuorovaikutteisuuden tasoon.

4.2 Intranetin kehitysvaiheita viestinnällisestä näkökulmasta

Intranetin suunnittelussa on tärkeää tietää intranetin vaiheittaisia kehityskaskelia organisaatioissa.. Intranetin sisältö riippuu paljon organisaation koosta: pienessä organisaatiossa tieto kulkee henkilöltä toiselle muitakin kanavia pitkin, kun taas suuressa organisaatiossa hyvin toteutetun intranetin merkitys on todennäköisesti suurempi.

Organisaation on kehityttävä vaiheistettuun intranetin käyttöön sitä mukaa kuin uutta teknologiaa voidaan hyödyntää. Teknologiat ja järjestelmät muuttuvat, mutta viestinnälliset perusarvot säilyvät ja samoin ihmisten välinen kommunikointikyky ja -halu. Kuivalahti ja Luukkonen esittävät intranetin kehityksen viestinnällisestä näkökulmasta seuraavien viiden vaiheen kehityskulkuna. (Kuivalahti & Luukkonen 2003, 22 - 23.)

4.2.1 Vaihe 1: Yksikkökohtaiset pioneirit

Vasta 1990-luvun puolen välin jälkeen intranet tuli tutuksi yritysten sisäisessä viestinnässä. Yritysjohdo ei vielä osannut hahmottaa intranetin operatiivista eikä strategista roolia omasta näkökulmastaan. Erilliset intranetit sekoittivat viestintää entisestään eri henkilöstöryhmien, osastojen ja yksilöiden välillä. (Kuivalahti & Luukkonen 2003, 25 - 26.)

Yrityksen erilliset, viestinnälliset yhteismitattomat intranet-ratkaisut aiheuttivat intranetin käytettävyyden katoamisen ja turhautumista tiedon etsinnässä. Yrityksen eri vastualueiden strategioita suhteessa intranet-kehitykseen ei pystytty määrittelemään. Myös viestintästrategian rooli sisäisen viestinnän näkökulmasta oli epämääräinen. Intranetin ensimmäisen, yksilökeskeisten intranetien rakenteluvaiheen lopulla alettiin vaatia, että tiedon oli vastattava myös liiketoiminnan vaatimuksia ja organisaation rakenteita. Myös käyttäjien monipuolistuvat tarpeet oli otettava huomioon. Alettiin keskittyä bisneshyötyihin, viestinnällisiin perusasioihin ja tietotekniikan edellyttämään järjestelmäosaamiseen. Näin ollen yrityksen sisällä yksittäisten ihmisten teke-

mistä ja oman toimen ohella ylläpitämistä intranet-sivustoista alkoi muotoutua uusi viestintämalli. (Kuivalahti & Luukkonen 2003, 28 - 30.)

4.2.2 Vaihe 2: Konsernitasoinen staattinen toteutus

Intranetin toteutuksen kehittyessä ulkoasun ja rakenteen suunnitteluun käytettiin ulkoisia toimittajia. Sisältö tehtiin edelleen hankalilla html-välineillä ja sisältövastaavia oli vähän tietojen päivittämiseen. Konsernitasoinen intranet-strategian käyttö jäi siten tässä vaiheessa vähäiseksi yksikkökohtaisten intranetien jatkaessa toimintaansa yhteisen strategian vielä puuttuessa. (Kuivalahti & Luukkonen 2003, 23.) Verkkoteknologian hyödyntäminen ymmärrettiin jo strategisena asiana ja panostettiin myös sisäiseen viestintään. Intranetiä ei vielä oikein osattu ajatella johtamisen välineeksi eikä viestintämenetelmäksi. Se oli pelkkä tiedotuskanava. Intranet-strategia olisi pitänyt tehdä henkilöstöjohdon (HR), viestintäjohtajan ja IT-johtajan yhteistyönä. (Kuivalahti & Luukkonen 2003, 31 - 33.)

Kiristynyt markkinatilanne kansainvälistyvässä muutoksessa pakotti yritykset miettimään, kuinka esimerkiksi viestiä nopeammin ja tehokkaammin henkilöstölle sen hetkistä ja tulevista muutoksista, yhteisistä toimintamalleista ja yhtenäistämiskäytännöistä. Yritysjohdolle alkoi miettiä intranetin käyttöä yrityksen sisäisessä viestinnässä ja hyvän intranetin merkitystä myös johtamisen välineenä. Verkkoteknologiaa alettiin käyttää strategisena välineenä. Intranetin toisen kehitysvaiheen kohdalla Kuivalahti ja Luukkonen (2003, 34) toteavat, että oltiin jo matkalla konsernitason staattisista ja pysähtyneistä intranet-hankkeista prosessimaisempaan julkaisemiseen ja julkaisunhallintaan.

4.2.3 Vaihe 3: Sisällönhallintajärjestelmä käyttöön

Sisällönhallinnan myötä määriteltiin vastuut, oikeudet ja hyväksymiskäytännöt. Kun sisällönhallintajärjestelmä hajautettiin laajemmin organisaatioon, tiedon löytäminen ja sisältörakenne pirstaloituivat. Web-sivujen määrällisestä tuottamisesta menttiin vähitellen hallitumpaan tapaan tuottaa, julkaista ja ylläpitää sisältöjä. Sovittiin viestinnällisistä pelisäännöistä. Tehtiin tarkempaa työtä segmentoinnissa ja intranetin käytön seurannassa. Web ymmärrettiin jo paremmin yritysten strategisena viestintäkanavana.

Intranetejä tehtiin nyt teknologia-pohjalta julkaisujärjestelmäominaisuuksin. (Kuivalahti & Luukkonen 2003, 23, 35.)

Sisältöjen teknisen hallinnan ja jakelun kannalta nämä dynaamiset, tietokantapohjaiset intrat olivat lähes yhtä kankeita kuin staattiset sivustot. Intranetin osalta ei voitu vielä puhua dynaamisesta päätöksenteosta. Yritysten sisäisillä sivustoilla ei osattu hyödyntää intranetin ominaispiirteitä. Intranetin osalta ei vielä vastuutettu strategisia päättäjiä eikä vaadittu osaamisen ostamista ja asiantuntevaa julkaisemista. Hoidettiin intranetin tietosisältö, käyttöoikeudet ja julkaisuominaisuudet. Viestinnällisesti staattiset intranet-sivustot eivät kyenneet vielä paljoa käyttämään digitaalisen viestintäkanavan vuorovaikutteisuuksia. (Kuivalahti & Luukkonen 2003, 36 - 37.)

4.2.4 Vaihe 4: Personointi eri kohderyhmille ja prosessien mukaanotto

Personointi merkitsee intranet-hankkeessa muun muassa intranetin käytettävyyttä (toiminnallisuutta), käyttäjäystävällisyyttä, vuorovaikutteisuutta, kaksisuuntaisuutta ja kunkin käyttäjän erikoistarpeiden huomioimista. Sisällöt kohdistetaan käyttäjille esimerkiksi toimipisteen sijainnin tai työn kuvan avulla. Yrityksen intranetien on tarjottava käyttäjien haluamaa tietoa ja tieto on myös esitettävä käyttäjien haluamalla tavalla. Intranetissä on usein esimerkiksi työprosessien kuvaukset ja niiden ohjeet. Nämä kuvaukset on tärkeää saada osaksi päivittäisiä työtehtäviä. Näin ollen intranetin kehittäminen on paljolti johtamisen väline. (Kuivalahti & Luukkonen 2003, 24, 39, 41; ks. myös Nielsen 2009.)

Yrityksen liiketoiminnan strategian ja prosessien kautta lähtevä intranetin asiasisältö viestii parhaimmillaan yrityksen henkilöstölle yrityksen oikean brändin eli kaiken sen tiedon ilmentymän, joka liittyy esimerkiksi yrityksen tuotteeseen tai palveluun. Yrityksen brändi tehdään intranetin avulla osaksi jokapäiväisiä työtehtäviä. Kuivalahti ja Luukkonen (2003, 40) perääkin tässä yhteydessä yritysjohton kyvykkyyttä ja tilanneherkkyyttä kaksisuuntaisessa viestinnässä.

Käyttäjän joustava vaikuttaminen yli organisaation rajojen luo yksilön osaamisen kehittymisen myös organisaation osaamisen kehittymiseksi. Intranet muuttuu entistä läpinäkyvämmäksi ja demokratisoi työyhteisön työskentelyprosesseja ja viestintää: tieto ja prosessit tulevat kaikkien saataville. Intranet antaa kuvan organisaation nykyi-

sestä toiminnasta. Kuivalahti ja Luukkonen (2003, 40 - 42) nostavat esille projektihallintakyvyn personoitujen ja prosessilähtöisten intranetien toteutuksissa. On kyettävä myös yrityksen eri osa-alueiden yhdistymiseen.

4.2.5 Vaihe 5: Työpaikan kojelauta, visio, jossa on bisneksen mittarit ja ohjaimisen työkalut

Intranet on hyödynnettävissä yrityksen liiketoiminnassa ja myös julkisessa hallinnossa. Intranet nivoutuu osaksi yrityksen operatiivisia järjestelmiä. Keskeiset, ajantasaiset toiminnan mittarit voivat olla intranetissä kaikkien ulottuvilla. Yrityksen strategisen johdon on tehtävä digitalisoitumisen linjaukset osaksi pitkän tähtäimen liiketoimintasuunnitelmia. (Kuivalahti & Luukkonen 2003, 24, 44.)

Digitalisoituminen on aloitettava johdon strategiatyöstä ja viestinnästä. Digitaalisessa työpöydässä, kojelaudassa, mahdolliset uudetkin teknologiset ratkaisut voidaan hyödyntää parhaiten ottamalla ne käyttöön viestinnän näkökulmasta ajateltuna. Verkkoa ja tekniikkaa on osattava käyttää luovan viestinnän välineenä ja kanavana. Digitalisoituminen on määriteltävä viestinnän näkökulmasta ja valjastettava osaksi yrityksen prosessien määrittelyä ja arkikäytäntöä pitkällä tähtäimellä. Kuivalahti ja Luukkonen (2003, 43 - 45) esittävät tärkeänä asiana sen, kuinka yrityksen digitaalisessa työpöydässä kaikkien järjestelmien on tuettava hajautettua etäkäyttöä vaivatta kaikissa mahdollisissa rajapinnoissa.

Intranetin kustannusten takaisin saantia voidaan mitata intranetin ja perinteisten viestintäkanavien tehokkuutta ja kustannuksia vertailemalla. McGovern (2002) painottaa kuinka toimivan ja tehokkaan intranetin rakentamiseen tarvitaan pitkän ajan strategia eli toimintasuunnitelma. Tähän ei riitä 3–6 kuukautta, vaan tarvitaan 3–5 vuoden suunnitelma.

Mc Govern (2002) tähdentää, että organisaation viestintää, organisaation ydintoimintaa ei voi muuttaa hetkessä edes intranet. Pitkän ajan kuluessa muodostuneet käytännötkään eivät muutu nopeasti. Kaikessa viestinnässä luottamus on kaikkein tärkeintä niin tiedon löytymisessä kuin sen hallinnassakin.

4.3 Intranetin lähtökohdat

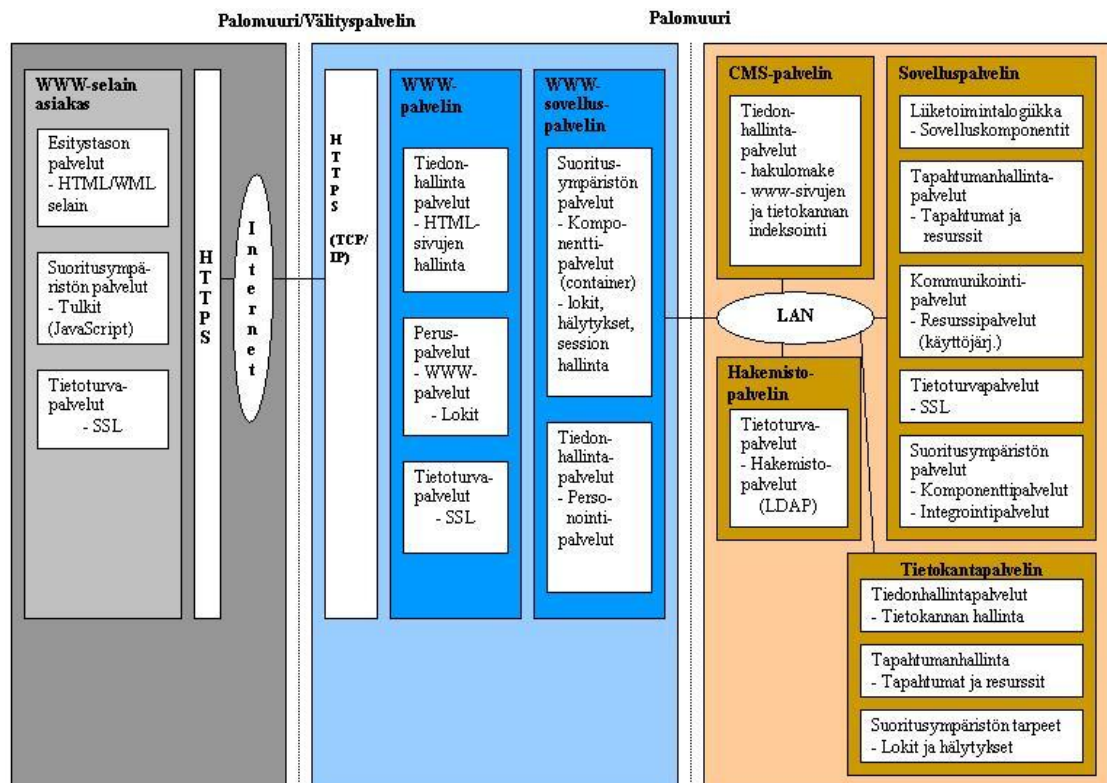
Intranetin kaikkien osien keskinäiseen kommunikointiin tarvitaan perinteinen, vähintään kahden tai useamman tietokoneen muodostama verkko, kaapeleita ja ohjelmia. Koska intranetissä tapahtuvassa tiedonsiirrossa hyödynnetään internetissä käytettäviä standardeja, ei ohjelmistojen ja laitteistojen tarvitse olla jollakin lailla yhteensopivia keskenään kuten perinteisessä verkossa. Täten on myös mahdollista kytkeä useita erilaisia verkkoratkaisuja yhteen. (Clason & Ek 1999, 1 - 2.)

Viestinvälitykseen luotu internetin perusstandardi on html- (Hyper Text Markup Language) kieli. Html-kuvauskielellä kuvataan tiedon esiintyminen selainohjelmien avulla internetissä. Kuivalahti ja Luukkosen kuvaaman mediaelementtimallin mukaan (2003, 19) html-kieli mahdollistaa animaatioiden, videoiden, audio- ja muiden mediaelementtien katselun ja kuuntelun www-sivuilla myös interaktiivisesti eli vuorovaikutteisesti.

Käyttäjien tunnistusta (päätelaitteet ja muut koneet) varten luotiin TCP/IP-protokolla (Transmission Control Protocol/Internet Protocol), jonka avulla tietokoneiden välinen tiedonsiirto on mahdollista eri reittejä pitkin. (Kuivalahti & Luukkonen 2003, 16 - 17.) Intranetissä on myös käytössä muun muassa ohjelmistoja, jotka eivät perustu internetin standardiprotokolliin eli verkossa tapahtuvaan datan ja viestien siirtämiseen liittyviin liikennöintisääntöihin. Clason ja Ek (1993, 3) näkevät intranetin yhdeksi tavaksi kehittää organisaatiota tietoa jakamalla, levittämällä tietoa organisaation sisällä ja myös luomalla yhteisyyden tunnetta.

Internetissä verkko-osoite URL (Uniform Resource Locator) on käyttäjäkohtainen nimi, joka perustuu numeeriseen arvoon TCP/IP, esimerkiksi 010.234.458.84. Helppimpi on käyttää esimerkiksi [URL:a](http://www.yritys.fi) www.yritys.fi, joka voisi olla tuon edellisen TCP/IP:n numeerinen arvo. Intranet ei ole varsinainen datajärjestelmä eikä myöskään paikallisverkko. Clason ja Ek (1999, 19 - 20) tähdentävät tietojärjestelmän olemassaolon ja toimivan verkkojärjestelmän olevan intranetin toiminnan edellytys.

Intranet-projektinkin teknisessä dokumentoinnissa on tehtävä huolellisesti arkkitehtuurin ja käytettyjen komponenttien dokumentaatio. Kuivalahden ja Luukkosen esimerkkikuvassa nähdään yrityksen järjestelmän looginen arkkitehtuuri. (Kuivalahti & Luukkonen 2003, 174 - 175. Kuvaa muokattu ulkoasultaan selkeämmäksi Ahonen 2009.)



KUVIO 2. Esimerkkikuva erään järjestelmän loogisesta arkkitehtuurista (Kuivalahti & Luukkonen 2003, 175)

4.4 Intranetin käyttöönoton hyödyt

Hyvin suunnitellussa intranetissä tiedot löytyvät nopeasti ja mihin vuorokauden aikaan tahansa, jos intranet on kytketty internetiin. Internetselainohjelmalla tapahtuva asiakirjan tarkastelu on joustavampaa. Tämä edellyttää käyttäjälle annettavia riittäviä oikeuksia tiedon sijaintipaikkaan. Sisäiset ja ulkoiset tiedot ovat näin ollen saatavilla käyttäjän kannalta paremmin. Yrityksen eri yksiköiden välisen kommunikoinnin hel-

pottuminen ja päätöksenteon nopeutuminen ovat myös intranetin käyttöönotosta koituvia etuja. (Clason & Ek 1999, 4 – 5.)

Koska tieto kulkee pääasiassa digitaalisessa muodossa, se vähentää papereiden käsitte-lyä. Intranetissa on usein muuan muassa yrityksen henkilöstölle tarkoitettua yritykses-tä kertovaa tietoa, ohjeita, lehtiartikkeleita ja muuta informaatiota henkilöstön käyt-töön. (Clason & Ek 1999, 5.) Kuivalahti ja Luukkonen (2003, 47) määrittelevät yri-tyksen intranetin keskeisimmiksi sisällöiksi ja toiminnoiksi:

1. Omat työnteon tavoitteet ja tulokset
2. Yrityksessä käynnissä olevat muutosprosessit
3. Oman työn tekemiseen liittyvät keskeiset tiedot ja työkalut
4. HR-tiedot (henkilöstöjohtaminen)
5. Vapaa-ajan toiminta
6. Mahdollisuus keskusteluun ja ajatusten purkamiseen
7. Business intelligence – esim. ulkoiset tietolähteet, kuten markkina-analyysit
8. Dokumentaation ja muun materiaalin hallinta
9. Osaamisen kehittäminen

4.5 Intranet – strateginen vaikutus- ja viestintäkanavana

Intranet, organisaation sisäisenä tiedotuskanavana, on kattava, nopea ja tosiaikaisesti kohdistettavissa. Organisaation yritysstrategian viestimisessä intranet on hyödynnettävissä koko organisaation kanavaksi. Kuivalahti ja Luukkonen (2003, 46) huomautta-vat, että intranetin ei ole tarkoitus korvata muita sisäisen viestinnän viestintäkanavia, vaan sen lisäksi olisi hyödynnettävä kunkin kanavan parhaat ominaisuudet viestin perille saamiseksi.

Strategia kuvaa yrityksen toiminta-ajatusta, toiminnan ydinvoimaa ja visiota eli tule-vaisuuden kuvaa. Strategia heijastuu yrityksen ulkopuolelle ja siitä muodostuu yrityk-sen tuotenimi, nimi ja siihen liittyvän tunnuksen tunnettuus eli brändi, jolla yritys ta-voittelee voittoa. Intranetin tulisi olla nimenomaan johdon itsensä käyttämä väline kaikessa viestinnässä organisaation toiminnan eri tasoilla. Yritysjohdon on saatava

intranet palvelemaan yrityksen strategiaa. Viestintästrategia antaa hyvän välineen yhtenäistää yrityksen sisäiset toiminnot tehokkaammiksi ja vastaamaan yrityksen liiketoiminnan haasteisiin. (Kuivalahti & Luukkonen 2003, 49.)

4.6 Intranet-viestinnän haasteet

Viestintäkanavana intranetin on myös katettava yrityksen kaikki toiminnot, kuten esimerkiksi dokumenttienhallinta, henkilöstöhallinto, henkilöstön kehittäminen, osaamisen kehittäminen ja tietojohdaminen (Kuivalahti & Luukkonen 2003, 49).

Viestintää on perinteisesti pidetty erillisenä niin sanotun todellisen näkyvän työn teosta. (McGovern 2005). Intranetiä ei mielletty osaksi yritysstrategiaa eikä sen nähty tuottavan todellista hyötyä.

Kuivalahti ja Luukkonen (2003, 46) jakavat intranet-viestinnän haasteet kuuteen osa-alueeseen: tekniikka ja teknologia, digitaalisen viestinnän osaaminen, toimintaprosessien tuominen intranetin osaksi, tiedon johtaminen, ilmaisun osaaminen, johtamiskulttuuri.

4.6.1 Tekniikka ja teknologia

Intranet on vuorovaikutuksen edesauttaja, jonka kehittäminen vaatii resursseja ja ammattilaisia. Intranet on yksi monista viestintäkanavista, jossa tietotekniikka on välikappale, ei itseisarvo. Yhdenmukainen tekninen taustajärjestelmä eli infrastruktuuri, tekninen kokonaisuus ja hyvä viestintästrategia ovat perustana toimivalle intranetille. Yritysmailmassa myös teknologialta tulisi odottaa tuottoja. (Kuivalahti & Luukkonen 2003, 53 - 54.)

McGovern (2004) on huolissaan siitä, kuinka nykyään tekniikka syrjäyttää liian usein ihmisen juuri kustannussyistä. Organisaatio voi myös vähentää operationaalisia kuluja. Nämä toimenpiteet valitettavasti usein vähentävät ostouskollisuutta. Harva ihmisistä haluaa kommunikoida pelkästään koneiden kanssa. Uusien asiakkaiden hankkimisesta aiheutuu puolestaan lisäkuluja. Sokeasti teknologiavetoisessa liiketoiminnassa tekniikka voi tuoda ja ratkaista aivan yhtä monta ongelmaa. Monet ihmiset kuitenkin

ajattelevat uusien laitteiden tai ohjelmien ratkaisevan kaikki ongelmat. McGovern kehottaakin meitä käyttämään teknologiaa helpottamaan elämäämme ja tekemään elämämme rikkaammaksi. Hän muistuttaa, että niin kauan kuin on ihmisiä, on myös ihmissuhteita, joita koneet eivät korvaa. (McGovern 2004.)

Osaamisen kehittäminen on toteutettava kohderyhmän tarpeita vastaavaksi. Teknologisten ratkaisujen on oltava liitettävissä muihin olemassa oleviin ratkaisuihin, kuten HR-järjestelmiin (henkilöstöresurssit), viestintämalleihin ja intranetin yleiseen käyttöliittymään. Integroitu, yhtenäinen toimintajärjestelmä, teknologiamalli mukautuu tulevaisuuden tarpeisiin. Tärkeää on käytön ohella muokattavuus ja toistettavuus. Kuivalahti ja Luukkonen kuvaavat teknologian kolmitahoisena prosessina: hallinnon malli (käyttö, käyttäjätieto, sisältö), oppijan malli (oppisisältö, kuten materiaali, ryhmätyövälineet ja kalenteri) sekä sisältötuotannon ja ylläpidon malli (kouluttajan malli). (Kuivalahti & Luukkonen 2003, 111 - 112.)

4.6.2 Digitaalisen viestinnän osaaminen

Digitaalisen viestinnän kanava, menetelmät ja välineet olisi saatava palvelemaan viestinnän päämääriä. Kuivalahti ja Luukkonen (2003, 55) kuvaavat yritysjohtoon roolin aktiivisena intranetin käyttäjänä kaikissa asioinneissa olevan avainasia digitaalisen viestinnän käyttöön ottamisessa organisaation eri tasoilla.

Myös intranet-hankkeessa on tehtävä hyvä viestintäsuunnitelma. Uusien menetelmien ja välineiden tehokkaan käytön varmistamiseksi on näistä osoitettava käytännön hyötyä sekä organisaatiolle että yksilöille. (Kuivalahti & Luukkonen 2003, 106.)

4.6.3 Toimintaprosessien tuominen intranetin osaksi

Kuivalahti ja Luukkonen (2003, 41) esittävät intranetin antavan kuvan organisaation toiminnasta. Näitä toimintoja voidaan myös mitata ja tilastoida intranetissä. Näin ollen intranetissä on nähtävissä reaaliaikainen kuva organisaation tilasta. Prosessit ja tieto, kuten rutiiniohjeet, ovat kaikkien ulottuvilla.

Intranetiä ja ryhmätyöskentelymenetelmiä tulisi hyödyntää tehokkaasti jo prosessien määrittelyvaiheessa. Tulokset on tuotava käytäntöön osaksi päivittäistä intranet-

työskentelyä. Prosessien, liiketoimintajärjestelmien ja liiketoiminnan ohjausmallien on toimittava harmoniassa keskenään, ei erillisinä osina. (Kuivalahti & Luukkonen 2003, 56.)

4.6.4 Tiedon johtaminen

Yrityksen on virtaviivaistettava prosessinsa yrityksen toiminnan lähtökohdista ja hallittava yrityksen tietovirtoja. Tiedon johtamisen on siis oltava osana yrityksen viestintää ja prosesseja. (Kuivalahti & Luukkonen 2003, 56.)

Käytettävyys eli toiminnallisuus ja käyttöliittymä eli käytettävyyden ulkoinen ilmenismuoto ovat erittäin tärkeitä kokonaisuuksia tietojohdamisessa. Tiedon eli osaamisen johtaminen, viestinnän ja tietohallinnon kolminaisuus voisi Kuivalahti ja Luukkosen (2003, 65 - 66, 118) mukaan tuoda toimivan ratkaisun yrityksen tietovirtojen hallintaan intranetin kautta.

4.6.5 Ilmaisun osaaminen

Kuivalahti ja Luukkonen (2003, 57) pitävät tärkeänä sisällöntuottajien kykyä hahmottaa vuorovaikutteinen viestinnällinen kokonaisuus. Viestinnällä on hallittava viestintäkanavaa ja sen mahdollisuuksia.

IT-johdon osaaminen on teknologiassa, viestintävastaavien viestinnässä. Viestintäjohdon olennainen tehtävä on toimia yhteistyössä tietohallinnon kanssa intranetin toiminnan yhtenäistämiseksi yrityksen harmoniseksi kokonaisuudeksi ja tämän sanoman viestimiseksi koko yrityksessä. (Kuivalahti & Luukkonen 2003, 122.)

4.6.6 Johtamiskulttuuri

Jo intranet-projektin aloitusvaiheessa ja projektin edetessä on yritysjohto pidettävä ajan tasalla projektin etenemisestä, vaikka yksityiskohdat kiinnostavatkin enemmän intranet-projektissa työskenteleviä tahoja. Kuivalahti & Luukkosen mukaan (2003, 147) yritysjohto saadaan näin sitoutettua mieltämään intranet osaksi yrityksen toimintoja ja käyttämään sitä sitten myöhemmin työskentelyssään esimerkillisesti hyväksyen. (Kuivalahti & Luukkonen 2003, 147.)

Yrityksen viestinnän onnistumiseksi on johdon oltava osa intranetin toiminnallisuutta. Intranetin uusiin toimintatapoihin on myös järjestettävä perehdyttämistä. Intranetin toiminnot on sidottava harmoniseksi osaksi yrityksen kaikkea jokapäiväistä työskentelyä ja viestintää. (Kuivalahti & Luukkonen 2003, 58.)

4.7 Intranetin soveltamisvaiheita

Intranetin rakentaminen aloitetaan usein organisaation yhteisen tiedon julkaisulla. Sisäiset hakemistot ja luettelot muutetaan nopeasti saatavaan, ajan tasalla olevaan sähköiseen online-muotoon. Tästä ei koidu painamis- tai jakelukustannuksia, kuten perinteisessä paperijakelussa. Dokumenttien julkaisu ja järjestely helpottuu ja monipuolistuu kehittyneen teknologian avulla. Tyypillistä intranetissä olevaa aineistoa ovat myös yritystoimintaan liittyvät toiminnot, kuten markkinointi ja myynti, sekä sisäistä viestintää tukeva informaatio. (Hannus ym. 1996, 95.)

Intranetissä asiakirjojen jakeluun käytetään usein web-palvelimelle sijoitettua hakemistorakennetta asiakirjoihin tai yhdistetään intranet asiakirjojen käsittelyssä käytäviin tietokantoihin. Intranetin käyttäjälle näkyvät ja käsiteltävät tiedot riippuvat asiakirjojen julkaisuustasosta. Intranetin avulla on mahdollista linkittää keskenään organisaation sisäisiä järjestelmiä, ja tieto on saatavilla yhtenäisen selainrajapinnan kautta. Intranetin toiminnallisuutta voidaan tehostaa web-ohjelmoinnin avulla. (Clason & Ek 1999 6, 8.)

Web-strategian rakentamisessa on mietittävä, kuinka se tukee tai edistää liiketoimintaa. Strategian tarkoituksena on jäsentää, kuinka liiketoiminnan tai palvelun tulisi muokautua internet-aikakauteen. Tämän prosessin toteuttavat yksikön johto, tietohallinto ja asiaan liittyvät henkilöt. Oman yksikön näkemys on välttämätöntä oman toiminnan tarpeiden kartoittamisessa tällä alueella. Intranetin avulla on tarkoitus saavuttaa tiedonkulun paraneminen ja itseohjautuvuus organisaatiossa. Intranet on organisaation sisäinen verkko, ja oppivan organisaation itseohjautuvuuden on noudatettava organisaation päämäärien mukaista aihepiiriä. (Samela 1999, 13, 119.)

Perusverkkoratkaisun perustaminen vaatii investointeja, joiden hyötyjä ei välttämättä voida etukäteen yksilöidä. Verkosta luodaan perusta, jonka avulla organisaation eri

yksiköt voivat tiedottaa toiminnastaan perustamiensa omien sivustojen kautta.

Etenkin suurissa organisaatioissa yksiköille annetaan tekniset välineet ja alkukäynnistystuki. Sivustojen sisällön tuottaminen jää yksiköiden vastuulle. Jokin osastojen tai yksiköiden välinen asia voi jäädä selvittämättä, koska tietoa on vaikea saada. Verkossa oleva tieto on sen sijaan helposti saatavilla. (Samela 1999, 119.)

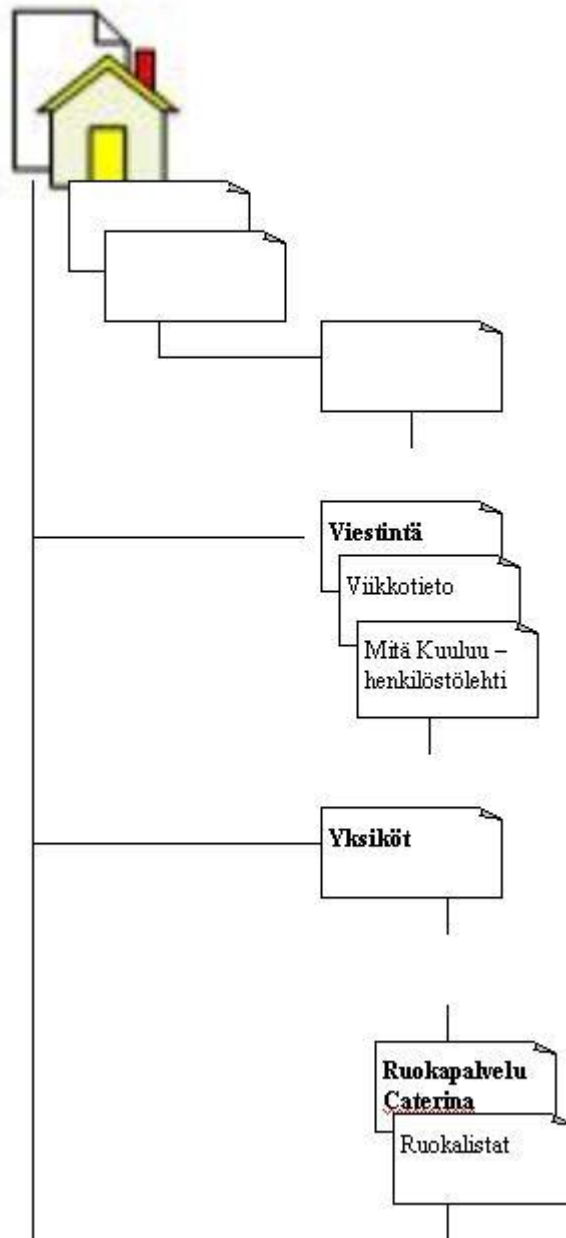
5 SANTRA – KESKI-SUOMEN SAIRAANHOITOPII- RIN INTRANET

Santra on intranet-verkkopalvelu, joka toimii Keski-Suomen sairaanhoitopiirin suljetussa verkossa. Santra- ja Medikes (2003) -palvelut avautuvat samalla henkilökohtaisella käyttäjätunnuksella. Sairaanhoitopiirin ylläpitämät ja hallinnoimat Santra-palvelut avautuvat vain sairaanhoitopiirin henkilöstölle.

Santra-intranetin yksikkösivut

Santraan voidaan myös perustaa vastuualuekohtaisia yksikkösivuja. Ruokapalvelujen liikelaitos on sairaanhoitopiiriin organisaatioon kuuluva liikelaitos. Myös ruokapalvelun yksikkösivut perustuvat käyttäjätunnistukseen. Yksikkösivut voivat jakautua kahteen osaan: oman vastuualueen käyttäjille tarkoitettuun osioon ja sairaanhoitopiirin työntekijöille tarkoitettuun niin sanottuun vierailijaosioon. (Keski-Suomen sairaanhoitopiiri. Internet-sivut. Sairaanhoitopiirin viestintä 2004 - 2007.) Ruokapalvelulla ei ole käytössä vierailijaosiota, mutta se on mahdollista tehdä. (Silvasti 2009.)

Santra –itsenäinen sivusto (site)



KUVIO 3. Santran sivustorakennetta

5.1 Santra-palvelujen tavoitteet

Keskeinen asia viestinnän edistämisessä ja tehostumisessa Santra-palveluissa on sähköisesti julkaistun materiaalin aktiivinen käyttö. Santran aktiivinen käyttö mahdollis-

taa myös viestinnän ajantasaisuuden. (Keski-Suomen sairaanhoitopiiri. Internet-sivut. Sairaanhoitopiirin viestintä 2004 - 2007.)

Intranet – yrityksen informaatorakenteen perusta

Sairaanhoitopiirin intranetista voidaan puhua myös intranet-portaalina, kuten Nielsen (2004) kuvaa intranetiä yrityksen tiedonvälityksen infrastruktuurina. Intranetiä voidaan hyödyntää monipuolisesti niin yrityksen eri tehtävissä kuin työntekijäryhmien välisenä kommunikointikanavanakin. Intranetin hyöty ei saisi olla pelkästään päivän ruokalistan löytymisessä vaan sen tulee olla nimenomaan tärkein menetelmä työssä tarvittavan tiedon löytämiseksi. (Nielsen 2004, 276.)

5.2 Arkiston perustaminen

Santran yksikkösivujen perustamisessa on kolme päävaihetta: arkiston perustaminen, yksikkösivujen sisältö (oma/vieras) sekä käyttöoikeudet ja päivittäminen. Arkistolle on perustettu hakemisto Web-palvelimen (ksmedikes) tiedostojärjestelmään. Yksikkösivujen pohjana ovat oletussivut edellä mainitussa hakemistossa. Arkistoa varten on luotu TRIP-tietokanta (ksaxp7), johon on määritelty käyttöoikeudet. Trip-tietokantaa hallitaan pääteyhteydellä. Sinne perustetaan tietokanta ja määritellään käyttäjät, joilla on ylläpito-oikeudet. Aspilla tehdään ohjaus, jolla tunnistetaan, kuka on oma/vieras eli ohjataan käyttäjä oma/vieras sivulle. Tällä tutkitaan käyttäjätunnusta. (Juutilainen 2003.)

Kun MediKesiin perustetaan uusi käyttäjä, jokaisesta syötetään tietoa. Käyttäjätunnuksesta katsotaan vastuualuekoodia, ja sen perusteella tunnistetaan käyttäjä ja se mille sivulle käyttäjä ohjataan. (Juutilainen 2003.)

5.3 Yksikkösivujen ulkoasu ja sisältö (Santra-yksiköt)

Verkkopalvelusivun ulkoasu

Ruokapalvelun intranet-sivustoa suunnitellessa on otettava huomioon, että sekä ulkoasu että sisältö ovat tunnistettavissa sairaanhoitopiirin tuottamiksi verkkopalve-

lusivuiksi. Verkkopalvelusivut toteutetaan NetCommunity-ohjelmistolla. Ruoka-palvelun intranet-sivuston tekemiseen käytetään tyylitiedostoja kuten kaikissa sairaanhoitopiirin verkkopalvelusivujen ulkoasun toteutuksessa. (Keski-Suomen sairaanhoitopiiri. Internet-sivut. Sairaanhoitopiirin viestintä 2004 - 2007.)

Verkkopalvelusivun sisältö

Sairaanhoitopiirin yksikkö- ja osastosivujen olisi oltava löydettäviä sekä palvelevia niin sisällön kattavuudessa, ajantasaisuudessa kuin informatiivisuudessa. Sivujen tulee olla myös selkeitä, tiiviitä ja ulkoasultaan yhteneväisiä. Sivuston sisällön tulisi olla laadukasta. Yksikön yhteystietojen pitäisi löytyä helposti. Yksikkösivun tärkeä osa on niin sanottu toimipaikka, sen tarjoamat palvelut ja niiden saatavuus, joka muodostaa automaattisen palvelu- ja toimipaikkahakemiston. (Keski-Suomen sairaanhoitopiiri. Internet-sivut. Sairaanhoitopiirin viestintä 2004 - 2007.)

Santran etusivulla ovat mm. ajankohtaiset uutiset, tiedotteet, tapahtumat, koulutukset, muu sisältö, kuten ruokalistat, Viikkotieto. Santra-palveluista on pääsy myös eri sovelluksiin, kuten toiminnan suunnitteluun, seurantaan ja tietovarastoon sekä muiden organisaatioiden tarjoamiin palveluihin, kuten Terveysporttiin. Santran muu sisältö tukee sairaanhoitopiirin työntekijöiden työtä. Siellä ovat mm. henkilöstöhallinnon ohjeet, hallinnon asiakirjat ja rekrytointi. Santraan, sairaanhoitopiirin sisäiseen palveluporttiin on jatkossakin helppo liittää uusia palveluita verkkoon. (Keski-Suomen sairaanhoitopiiri. Internet-sivut. Sairaanhoitopiirin viestintä 2004 - 2007.)

5.4 Käyttöoikeudet ja päivittäminen

Kunkin yksikön kanssa sovitaan yksikkösivuille tulevan aineiston päivitysoikeudesta käyttäjätasolla. Tiedostojen lisäys ja poisto tapahtuu samoilta sivuilta kuin yksikkösivujen käyttökin. Tällöin ei erillistä päivitysohjelmaa tarvita. Tietokannassa olevaa asiakirjaa ei voi muokata. Tiedostot voivat olla Word-, Excel-, PowerPoint- ja kuva-tiedostoja. (Juutilainen 2003.)

Käyttäjän ei välttämättä tarvitse tietää missä organisaatiossa palvelu tai tieto tuotetaan, sillä esimerkiksi yhteystietojen haku kattaa kaikki järjestelmän sivustot automaattises-

ti. Erillisten intranetien sisällöt tuottavat paikalliset sisällöntuottajat ja ylläpitäjät. Palvelukokonaisuudesta palvelinlaitteiden, päivitysten ja järjestelmäylläpidon osalta vastaa Keski-Suomen sairaanhoitopiirin liikelaitos MediKes (vuodesta 2008 alkaen). Intranetien omat palvelut eivät näy muille käyttäjille. (Keski-Suomen sairaanhoitopiiri. Internet-sivut. Sairaanhoitopiirin viestintä 2004 - 2007.)

Pääsääntöisesti kaikki palvelun sivut, niin sanotut sisältödokumentit, avautuvat samaan selainruutuun. Mikäli linkin kohde on jonkin muun tahon tuottama, se avautuu uuteen ikkunaan. Myös pdf-, Word- ym. liitetiedostot sekä osa Trip-dokumenttiarkistojen palveluista avautuvat uusiin selainikkunoihin. (Keski-Suomen sairaanhoitopiiri. Internet-sivut. Sairaanhoitopiirin viestintä 2004 - 2007.)

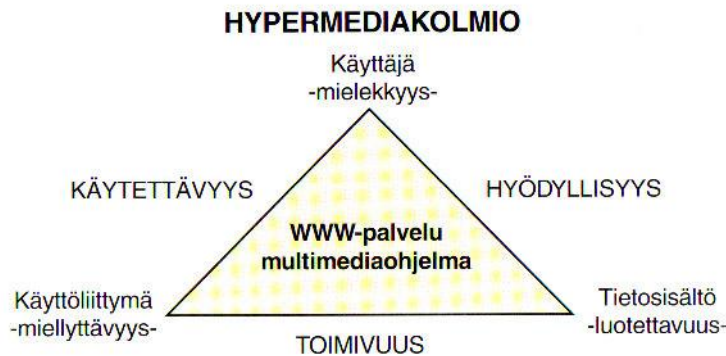
5.5 Www-sisällön tuottaminen

Intranet on internetin tekniikalla toteutettu omaverkko. Intranet on yrityksen sisäinen verkko, jonka palveluita käytetään esimerkiksi WWW-selaimella. Yrityksen työntekijöillä voi olla käytössään intranetissä yrityksen omat WWW-sivut. (Keskikiikonen 2000 49, 50 - 51.) Ruokapalvelun intranet-sivusto toteutetaan jo toimivalla sairaanhoitopiirin internet-palvelun teknologialla. Verkkopalvelut mahdollistavat monipuolisen viestinnän toteuttamisen. (Jussila & Leino 1999, 37.)

Verkkopalvelut voivat olla viestinnällistä tai operatiivista. Tällaista erottelua ei perinteisessä viestinnässä ole tarvittu. Ruokapalvelun viestintä on viestinnällistä verkkopalvelua, jossa palvelun hyöty perustuu käyttäjän näkemään (teksti, kuvat) ja mahdollisesti kuulemaan (äänet) sisältöön. (Jussila & Leino 1999, 32 - 33.) Koska tässä tutkimuksessa kehitetään ruokapalvelun sisäistä viestintää ja intranetiä, jossa on viestinnällinen sisältö, ei operatiivista verkkopalvelua, kuten esimerkiksi verkkokauppa, tässä yhteydessä käsitellä.

Malmirae ja Nikkilä (1999, 241 - 243) toteavat, että kotisivujen teossa on ensimmäiseksi määriteltävä, mitä käyttöä varten ne tulevat, mitä tietoa niille laitetaan, kenelle kotisivut on tarkoitettu. Niin yksityisen henkilön kuin organisaationkin WWW-sivujen ulkoasun ja sisällön toteutuksessa käytetään samoja ohjelmia ja tekniikoita. WWW-

sivujen suunnittelun apuna voidaan käyttää Malmirakeen ja Nikkilän (1999, 242) esittämää WWW-sivujen suunnittelukolmiota eli hypermediakolmiota.



KUVIO 4. WWW-sivujen suunnittelukolmio (Nikkilä & Malmirae 1999, 242)

Suunnittelukolmiosta näkyy WWW-sivujen kolme tärkeintä osa-aluetta: kohderyhmä, tietosisältö ja käyttöliittymä. Tässä tutkimuksessa intranet-sivuston käyttäjät eli kohderyhmä on ruokapalvelun henkilökunta. Intranet-sivuston tietosisältöä selvitetään haastatteluilla, palavereilla (muun muassa ruokapalvelun johtoryhmä) ja kyselyillä (ruokayhdyshenkilöt ja osastonsihteerit). Sitten voidaankin jo suunnitella käyttöliittymä ja itse WWW-sivut. (Nikkilä & Malmirae 1999, 242 - 244.)

Sairaanhoitopiirin verkkopalvelusivujen kokonaisuuteen kuuluvat julkiset verkkopalvelusivut (internet), MediKes, Santra, yksikön sivut ja lisäksi erillinen dokumenttitarasto, TRIP-tietokanta. Sisällöntuottaja voi tehdä sisältöä samanaikaisesti kaikkiin edellä mainittuihin viestinnän kanaviin. Sisällöstä voidaan julkaista vain tietty osa esimerkiksi julkisilla verkkosivuilla ja muu osa Satrassa ja/tai MediKesissä. (Keski-Suomen sairaanhoitopiiri. Internet-sivut. Sairaanhoitopiirin viestintä 2004 - 2007.)

Verkkosivujen oman alueensa, esim. vastualue tai erikoisala, vastuullisia sisällöntuottajia ovat omistajat eli työryhmä tai erikseen nimetty henkilö. Sairaanhoitopiirin viestinnästä vastaava viranhaltija on verkkosivujen päätoimittaja. Verkkoviestintää ohjaa ja kehittää verkkotoimitus. Sisällöntuottajien tehtävä on suunnitella ja laatia oman alueensa verkkosivujen sisältö yleisesti annettuja ohjeita noudattaen. Ylläpitäji-

en tehtävä on siirtää sisältö teknisesti verkkosivulle sekä tietojen päivitys. Sairaanhoidopiirin verkkoviestinnässä on myös huomioitava yksityisyyden suoja, salassapito- ja tietosuojasäännökset ja sairaanhoidopiirin ohjeet. (Keski-Suomen sairaanhoidopiiri. Internet-sivut. Sairaanhoidopiirin viestintä 2004 - 2007.)

6 RUOKAPALVELUN INTRANETIN TOTEUTTAMISEN LÄHTÖKOHDAT

Intranet-sivuston suunnittelun lähtökohdat ovat pitkälti samat kuin internet-sivuston suunnittelussa. Intranet-sivustot pitää suunnitella WWW-suunnittelun periaatteita noudattaen. Yrityksen intranetissä kuin WWW-sivustoilla on erilaista tietoa. Intranetin on tuettava yrityksen mahdollisimman tuottavaa työtä. (Nielsen 2000, 264.)

6.1 MediKes - terveydenhuollon yhteisöverkko

Internet-selainohjelman, kuten Internet Explorer, avulla käynnistettävä MediKes on ensimmäinen terveydenhuollon yhteisöverkko Suomessa. Vuonna 1999 käyttöön otetun tietoverkon palveluita käyttävät Keski-Suomen sairaanhoitopiiri ja Keski-Suomen terveyskeskukset. Sairaanhoitopiirillä oli käytössä lähes 3000 MediKes-käyttäjätunnusta syyskuussa 2002. Terveyskeskuksissa vastaava käyttäjämäärä oli vajaa 2000. (Keski-Suomen sairaanhoitopiirin intranet 2003.)

MediKes-palvelujen kanssa samassa toimintaympäristössä ovat Santra-nimiset intranet-sivut, jotka ovat käytössä vain Keski-Suomen sairaanhoitopiirissä. Laajempi intranet-sivusto MediKes on käytössä puolestaan kaikissa Keski-Suomen alueen terveyskeskuksissa. MediKesin ja Santran palveluiden käyttäjäksi kirjaudutaan yhdellä henkilökohtaisella käyttäjätunnuksella. (Häyrinen & Juutilainen 2002, 3.)

Keski-Suomen sairaanhoitopiiriin kuuluvan tietohallinnon yksikkö aloitti toimintansa maakunnallisena terveydenhuollon tietohallinnon liikelaitoksena 1.1.2008, nimellä MediKes. Tuolloin laajan intranetin MediKesin, terveydenhuollon yhteisöverkon, nimeksi muutettiin Internetso. Sairaanhoitopiirin yksiköt, sairaanhoitopiirin liikelaitokset, kuten ruokapalvelujen liikelaitos, sekä alueen terveyskeskukset ovat liikelaitos MediKesin asiakkaita. MediKes vastaa mm. kaikista sairaanhoitopiirin tietotekniikka-toiminnoista. (Keski-Suomen sairaanhoitopiiri. Internet-sivut 2008.)

6.2 Viestinnän lähtökohdat ruokapalvelun intranetin suunnittelussa

Ruokapalvelujen liikelaitos on Keski-Suomen sairaanhoitopiiriin kuuluva itsenäinen tulosvastuullinen yksikkö, joka noudattaa sairaanhoitopiirin viestinnän ohjeita (Keski-Suomen sairaanhoitopiiri. Internet-sivut. Viestintä sairaanhoitopiirissä 2008):

Viestintä ymmärretään osaksi jokapäiväistä toimintaa, joka on vastavuoroista tiedonkulkua, se on osa sairaanhoitoa ja se kuuluu jokaisen työyhteisön jäsenen työhön. Viestintä on sairaanhoitopiirin sisäistä ja ulkoista tiedonvälitystä, tiedottamista sekä sairaanhoitopiirin imagon ja kehitysvision 2010 tukemista eli profiloitua.

Sairanhoitopiirissä toteutetaan hajautettua viestinnän organisointia. Sisäistä viestintää johtaa ja siitä vastaa sairaanhoitopiirin tasolla sairaanhoitopiirin johtaja yhteistyössä viestinnän koordinoinnista vastaavan viranhaltijan sekä tietohallinnon kanssa. Toimialueilla, vastuualueilla ja vastuuyksiköissä sisäistä viestintää johtavat ao. esimiehet.

Ruokapalvelun viestintään vaikuttavat sairaanhoitopiirin viestintää ohjaavat lait, kuten esimerkiksi: laki potilaan asemasta ja oikeuksista, kuntalaki, julkisuuslaki, henkilötietolaki, laki yksityisyyden suojasta työelämässä, laki kunnallisesta viranhaltijasta ja hallintolaki. (Keski-Suomen sairaanhoitopiiri. Internet-sivut. Viestintä sairaanhoitopiirissä 2008.)

6.3 Verkkoviestinnän lähtökohta

Verkkopalvelut jaetaan internetiin, extranetiin ja intranetiin kohderyhmien mukaan (Jussila & Leino 1999, 37). Extranetissa verkon käyttöoikeudet ja palvelut on rajattu yrityksen ja liikekumppaneiden väliseksi (Keskikiikonen 2000, 14, 49). Tämän tutkimuksen ulkopuolelle jää internetin tekniikkaa käyttävä extranet eli kumppaniverkko. Käytännössä kaikilla ruokapalvelutyöntekijöillä on mahdollisuus saada henkilökohtaiset käyttäjätunnukset, joilla on mahdollista päästä niin ruokapalvelun omille yksiköisivuille kuin extranetiin ja internetiin.

Sairaanhoitopiirin viestintästrategiassa määritellään verkkoviestintä tärkeänä ja liisääntyvänä osana sairaanhoitopiirin viestintää. Verkkoviestinnän ohjeet, jotka on annettu vuonna 2004 ja tarkennettu vuonna 2007, ovat osa sairaanhoitopiirin Viestintästrategia ja -ohjeet asiakirjaa. Verkkoviestintää ohjaavat lisäksi yleinen tietosuoja-lainsäädäntö, sairaanhoitopiirin tietosuojaohjeet sekä muut viestinnän erityisalueiden ohjeet, mm. graafiset- ja tietosuojaohjeet. (Keski-Suomen sairaanhoitopiiri. Internet-sivut. Sairaanhoitopiirin viestintä 2004 - 2007.)

Sairaanhoitopiirin viestintästrategiassa määritellään viestintä aktiivisena, luotettavana, vuorovaikutteisena ja avoimena. Myös ruokapalvelun liikelaitoksen on huomioitava viestinnässä omat yksikkökohtaiset tiedontarpeensa. Tiedon oikea-aikaisuus, ymmärrettävyys sekä palautteenantamismahdollisuus ovat myös tärkeä osa viestinnässä. Kirjallisen ja sähköisen viestinnän oikea hyödyntäminen tukee suullista viestintää. (Keski-Suomen sairaanhoitopiiri. Internet-sivut. Sairaanhoitopiirin viestintä 2004 - 2007.)

Tutkimuksessa käsitellään Keski-Suomen sairaanhoitopiirin verkkoviestinnän kanavista sairaanhoitopiirin sisäistä tietoverkkoa, sisäisen viestinnän välinettä, intranet Santraa. Santrassa kohderyhmänä on koko sairaanhoitopiirin henkilökunta. Työn kohteena ovat ruokapalvelun liikelaitoksen intranetin yksikkö- eli oma sivusto ja niiden sisältö. Tällöin kohderyhmänä on vastualueen eli ruokapalvelun liikelaitoksen henkilökunta. Santran yksikkösivujen tarkoitus on toimia vastualueen sähköisen viestinnän ja arkistoinnin välineenä. (Keski-Suomen sairaanhoitopiiri. Internet-sivut. Sairaanhoitopiirin viestintä 2004 - 2007.)

7 TUTKIMUKSEN METODIT JA TOTEUTUKSEN PÄÄVAIHEET

Tässä osiossa tiivistetään havainnollisesti tutkimuksessa käytetyt metodit ja tutkimuksen päävaiheet. Lähtöasetelmana on ruokapalvelun sisäisen viestinnän kartoittaminen, ruokapalvelun intranet-sivuston ulkoasun suunnittelu ja toteutus sekä intranetin sisällön tuottaminen.

7.1 Työharjoittelu, palaverit, haastattelut ruokapalvelun henkilökunnalle

Tutkimuksen toteutus jakaantuu neljään suurempaan kokonaisuuteen. Ensimmäisen vaiheen taustatiedot saadaan ruokapalvelussa tehdyn työharjoittelun ja myös kesätyön kautta. Jotta ilmiön, tässä tapauksessa viestinnän, luonne tulisi mahdollisimman hyvin esille, metodiksi valitaan vapaasti luonnollisen työympäristön toimintaan mukautuvaa osallistuvaa havainnointia. Näistä havainnoista saadaan aineistoa ja ideoita tutkimuksen seuraaviin vaiheisiin.

Ruokapalvelun henkilökunnalle, lähinnä ruokapalvelupäälliköille, sihteerille, ruokapalvelun ravitsemussuunnittelijalle tehdään haastatteluja viestintäkanavien käytöstä. Samalla kartoitetaan ruokapalvelun omien intranet-sivujen sisältö. Myös ruokapalvelun sisäisissä palavereissa, joissa on mukana myös ruokapalvelun johtaja, käsitellään opinnäytetyön vaiheita ja toteutusta. Tällä tavoin osallistuvalla, täydellisellä havainnoinnilla saadaan ensiarvoisen tärkeää tietoa organisaation viestinnällisten ilmiöiden luonteesta ja kohderyhmän valmiuksista intranetin hyödyntämiseen organisaation strategisena ja sosiaalisena viestintäkanavana.

7.2 Kysely ruokayhdyshenkilöille ja osastosihteereille

Tutkimuksen toisessa vaiheessa toteutetaan kysely sähköpostin kautta sairaanhoitopiirin intranettiin ruokayhdyshenkilöille ja osastosihteereille. Tätä varten on tehtävä kyselyjen web-sivustot sairaanhoitopiirin intranettiin ja mietittävä myös, miten tulokset saadaan tietokannasta käsiteltäväksi ja analysoitavaksi aineistoksi. Aineistoa kerätään kyselynä, joka Hirsjärvi ja muut (2004, 182) mukaan tunnetaan keskeisenä survey-tutkimuksen menetelmänä. Kysymykset esitetään kaikille vastaajille täsmälleen samalla tavalla sähköisellä kyselomakkeella.

7.3 Intranet-sivuston ulkoasu ja sisältö

Kolmannessa vaiheessa tuotetaan ruokapalvelun intranet sivuston ulkoasu sairaanhoitopiirin viestintäohjeistuksen sivuston ulkoasuun liittyviä ohjeita noudattaen. Jussila ja Leino (1999, 24) korostavat, että verkossa julkaistavan tiedon sisällön pitää olla 100-prosenttisesti koko organisaation hyväksymää. Käytännössä tämä tarkoittaa Keski-Suomen sairaanhoitopiirissä tietohallinnon asiantuntijoiden määrittämiä yhtenäisiä koko sairaanhoitopiirin intranetsivustojen ulkoasua ja sisältöä koskevia ohjeita. Ruokapalvelun sivustosta vastaa puolestaan nimetty sisällöntuottaja ja ylläpitäjä.

Tässä vaiheessa tuotetaan myös ruokapalvelun sivuston sisältö tehtyjen haastattelujen ja kyselyiden tuloksia hyödyntäen. Kunkin yksikön toiminnasta on tiedotettava vähintään perustiedot. Sivuston suunnittelussa tulee myös ottaa huomioon palautteen ja sähköisen asioinnin mahdollisuus. Sivujen sisällön tulee olla myös ajantasaista, asiallista, luotettavaa ja esteetöntä eli myös näkövammaisten saavutettavissa. Keski-Suomen sairaanhoitopiiri. Internet-sivut. Sairaanhoitopiirin viestintä 2004 - 2007.)

7.4 Loppukysely intranetin viiden vuoden käytön jälkeen

Tutkimuksen viimeisessä eli neljännessä vaiheessa kartoitetaan ruokapalvelun henkilökunnan intranetin käytön kokemuksia ruokapalvelun omien intranet yksikkösivujen

osalta. Tähän kyselyyn osallistuvat kuten viisi vuotta sitten ruokapalvelupäälliköt, ruokapalvelun ravitsemussuunnitteluja ja ruokapalvelun sihteeri.

Itse kyselyä ei toteutettu vuoden 2003 kaltaisena osallistuvana havainnointina, ennalta lähetettyjen kysymysten tiimoilta siitäkin syystä, että loppukyselyn toteutusajankohta osui vuoden vaihteeseen, jolloin monen työtehtävän kannalta oli vuoden kiireisintä aikaa. Niinpä sekä vastaajaryhmän että tutkijan kannalta mielekkäintä oli suorittaa kysely niin sanottuna standardoituna etäkyselynä. Kysely koostui yhdestä puolistrukturoidusta ja yhdestä avoimesta kysymyksestä.

Kysymykset lähetettiin erillisenä tiedostona sähköpostitse 18.12.2008 ja vastaukset piti palauttaa viimeistään 15.1.2009. Vastausaikaa kuitenkin vielä jatkettiin 23.1.2009 saakka, minkä jälkeen tehtiin kyselyn yhteenveto ja analysointi. Asiaa käsitellään tarpeen mukaan ruokapalvelun tiimipalaverissa, johon kyselyyn vastaajat osallistuvat.

Tarkoituksena oli selvittää kuinka intranet palvelee sekä ruokapalvelun johtoa että sitä kautta tuotantoa ja viestintää. Loppuhaastattelussa pyrittiin selvittämään, olisiko intranet esimerkiksi hyödynnettävissä uudella tavalla johdon ja tuotannon prosesseihin. Tutkimuksessa selvitettiin ruokapalvelun viestinnän ja ruokapalvelun johdon lähtökohdista, olisiko intranetiin tarve tehdä joitakin sisällöllisiä tai toiminnallisia muutoksia. Loppututkimuksen vaiheessa ei enää toteutettu mahdollisia intranetin uusia kehittämistarpeita.

8 HAASTATTELUN TOTEUTUS

Tässä ja seuraavassa luvussa käydään läpi tutkimuksen lopputulokseen eli ruokapalvelun intranet-sivuston tuottamiseen johtaneet työvaiheet. Työkokemuksen, havainnoinnin, haastattelujen perusteella saatiin tietoa ruokapalvelun sisäisessä viestinnässä käytävistä kanavista sekä viestinnän kehittämistarpeista. Nämä tulokset autoivat nimenomaan ruokapalvelun oman intranetin yksikkösivujen ulkoasun ja sisällön tuottamisessa.

8.1 Haastattelun taustatyö

Tutkimuksen haastattelu tehtiin elo-syyskuun aikana vuonna 2003 ruokapalvelun johtajalle, ruokapalvelun viiden yksikön eli Keski-Suomen Keskussairaalan , Kangasvuoren, Kinkomaan, Haukkalan ja silloisen Sisä-Suomen ruokapalvelupäälliköille, ruokapalvelun ravitsemussuunnittelijalle ja ruokapalvelun sihteerille eli yhteensä kymmenele henkilölle. Vastaajista oli seitsemän ruokapalvelupäällikköä. Kysymykset käsitelivät sekä ruokapalvelun että sairaanhoitopiirin viestintää ja olemassa olevien viestintäkanavien käyttöä.

Haastattelu tehtiin pääosin avoimena kysymyslomakkeena, joka laitettiin etukäteen sähköpostissa tutustumista varten 31.8.2003. Koska keskeinen vastaajajoukko oli pieni, haastattelu oli tarkoitus käydä kunkin vastaajan kanssa läpi hänelle parhaiten sopimalla tavalla. Haastattelun vastaukset palautettiin sähköpostitse, puhelimitse haastatteluna, osittain puhelimitse ja osittain työnjohdon tiimipalaverissa tai pelkästään työnjohdon tiimipalaverissa. Suurin osa vastauksista saatiinkin sovitusti ennen palaveria tietohallinnon edustajan ja ruokapalvelun sihteerin kanssa 11.9.2003. Haastattelun tulokset käytiin läpi tiimipalaverissa 18.9.2003. Palaverissa annettiin myös vastauksia joihinkin kysymysosioihin, jos vastaukset olivat jääneet vajavaisiksi tai osittain vastaamatta.

8.2 Haastattelutulokset ja niiden analysointi

Hirsjärvi ja muut (2004, 127) tuovat esille metodologiset ja teoreettiset lähtökohdat – osiossa, kvalitatiivisen tutkimuksen käyttämisestä kvantitatiivisen tutkimuksen esiko-keena. Tällä tavoin kvantitatiivinen ja kvalitatiivinen tutkimus nähdään toisiaan täydentävinä suuntauksina ja pyritään takaamaan mitattavien seikkojen tarkoituksenmukaisuus tutkimuksen ongelmien kannalta. Tutkimuksen henkilöille se ilmenee mitattavien seikkojen tarkoituksenmukaisuutena. Tässäkin tutkimuksessa edetään havainnoinnin ja haastattelun kautta määrällisen aineiston tarkasteluun.

Neljän haastateltavan vastaus tuli etukäteen sähköpostitse. Kolme haastateltavaa vastasi johdon tiimipalaverissa ennen haastattelun tulosten yhteenvetoa. Vastauksia saatiin siis seitsemältä haastateltavalta kymmenestä määräaikaan mennessä. Vastausprosentti oli näin ollen 70 %. Kaikki kymmenen haastateltavat ottivat kuitenkin jotain kantaa haastatteluun viimeistään 18.9. johdon tiimipalaverissa. Haastattelua pidettiin tärkeänä heidän työtehtäviään ja viestintää ajatellen. Intranetin kaltaiselle viestintäkanavan hyödyntämiselle oli haastattelututkimuksen edetessä jo ilmeinen tarve. Kaikille haastatteluun osallistujille intranet oli ajankohtainen asia ja osin myös uusi ja haasteellinen viestintäkanava.

8.2.1 Käytetyimmät viestintäkanavat ja niiden tehokkuus työssä

Ensimmäisessä kysymyksessä vastaajia pyydettiin valitsemaan yhdeksästä viestintäkanavasta vähintään kolme tärkeintä työssä tiedon etsimisessä käyttämäänsä viestintäkanavaa. Annettujen viestintäkanavien lisäksi vastaajilla oli mahdollisuus kirjoittaa tai kertoa jokin muu käyttämänsä viestintäkanava tai mahdollisesti useampiakin. Tämän lisäksi vastauksia oli mahdollista täydentää omilla kommenteilla. Eniten työssä käytettyjä viestintäkanavia tiedon etsimisessä olivat:

- palaverit, kokoukset, tiedotus- ja koulutustilaisuudet
- sähköposti (MS Outlook).
- ilmoitustaulu (seinällä oleva)

Tässä yhteydessä mainittiin myös tarve sähköpostin käytön opetteluun. Huomattakoon myös se, että ilmoitustaulu mainittiin käytetyimpien viestintäkanavien joukossa.

Toiseksi eniten työssä hyödynnettyjä viestintäkanavia tiedon etsimisessä olivat:

- puhelin
- sähköposti
- intranet
- palaverit, kokoukset, tiedotus- ja koulutustilaisuudet
- perehdyttämisaineistot, pysyvät säännöt ja ohjeistot, yleis- ja ohjekirjeet.

Kolme seitsemästä vastanneesta haastateltavasta käytti puhelinta tarvittavien tietojen hankkimisessa. Toiseksi eniten käytettyjen viestintäkanavien joukossa olivat sääntöjen, ohjeiden ja ohjekirjeiden tyyppiset materiaalit. Yhtä tärkeiksi viestintäkanaviksi tiedon hankkimisessa listattiin sisäposti sekä palaverit ja tämän tyyppiset tilaisuudet. Joku vastaajista mainitsi myös intranet Santran.

Tärkeänä asiana tuli esille myös ruokapalvelun omien yksikkösivujen tekeminen. Jos ruokapalvelulla olisi omat yksikkösivustot, intranetiä voisi käyttää enemmän. Vapaassa kommentoinnissa toivottiin myös selkeästi intranetin käytön yleistymistä. Yksikkösivujen sisällöksi toivottiin mm. perehdyttämisaineistoja, pysyviä sääntöjä ja ohjeistoja sekä yleis- ja ohjekirjeitä. Moni vastaajista harmitteli, että paperista aineistoa oli joskus vaikea löytää ja paperit olivat myös helposti hukassa.

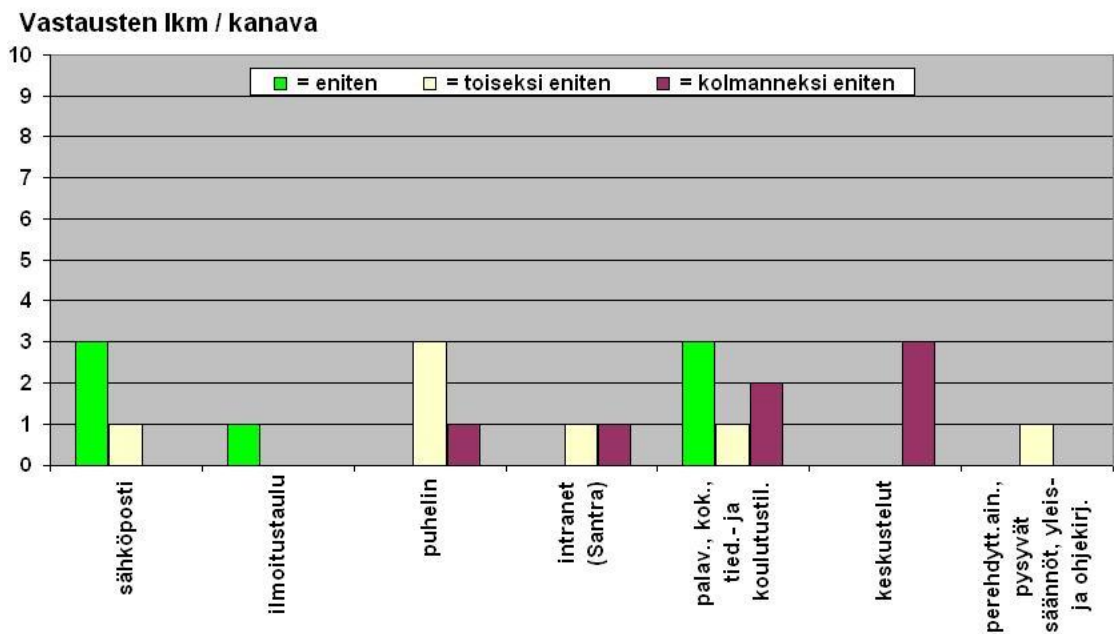
Kolmanneksi eniten työssä käytettyjä viestintäkanavia tiedon etsimisessä olivat puolestaan:

- keskustelut (kasvotusten, käytäväkeskustelut jne.)
- palaverit, kokoukset, tiedotus- ja koulutustilaisuudet
- puhelin
- intranet (Santra).

Tässäkin kohtaa kolme seitsemästä vastanneesta piti keskusteluja kolmanneksi tärkeimpänä tiedonhankkimiskanavana. Myös intranet Santra mainittiin. Osa vastaajista puolestaan käytti tiedon etsimisessä vähiten sisäpostia ja jopa puhelinta.

Ensimmäisen kysymysoSION yhteenvetona voitiin todeta, että niin sanotut perinteiset ja yleensäkin organisaatioissa paljon käytetyt viestintäkanavat kuten sähköposti ja palaverit, kokoukset, tiedotus- ja koulutustilaisuudet olivat tiedon etsimisessä eniten käytettyjä viestintäkanavia (katso kuvio 5). Keskustelut ja puhelin olivat myös paljon käytettyjä viestintäkanavia. Kaaviossa on vain haastateltavien mainitsema viestintäkanavat.

Käytetyimpiä viestintäkanavia / ruokapalvelu v. 2003



KUVIO 5. Käytetyimpiä viestintäkanavia ruokapalvelussa vuonna 2003 (n=7)

8.2.2 Käytetyimmät viestintäkanavat yhteydenpidossa ruokapalvelun muihin henkilöihin ja niiden tehokkuus työssä

Toisessa kysymyksessä vastaajia pyydettiin valitsemaan yhdeksästä viestintäkanavasta vähintään kolme tärkeintä työssä käyttämäänsä viestintäkanavaa yhteydenpidossa ruokapalvelun muuhun henkilökuntaan eli lähinnä ruokapalvelun tuotannon ja kahvila-ravintola Caterinan henkilökuntaan. Annettujen viestintäkanavien lisäksi tässäkin kysymyksessä vastaajilla oli mahdollisuus kirjoittaa tai kertoa muitakin käyttämiään viestintäkanavia. Vastauksia oli myös mahdollista täydentää omilla kommenteilla. Ruokapalvelun koko henkilökunnan keskuudessa eniten käytetyiksi viestintäkanaviksi mainittiin muun muassa:

- ilmoitustaulu (seinällä oleva)
- keskustelut (kasvotusten, käytäväkeskustelut jne.)
- sähköposti (MS Outlook).

Kysymyksessä selvitettiin myös miten vastaajat kokivat käytetyt viestintäkanavat riittävän tehokkaiksi työtehtävien hoitamisen kannalta ruokapalvelun keskuudessa. Tärkeä kanava ruokapalvelun henkilökunnan keskuudessa oli sähköposti. Yksi vastaajista piti puolestaan sähköpostia hitaana yhteydenpitovälineenä oman henkilökunnan keskuudessa. Mainittakoon vielä, että sähköpostia käytettiin paljon viestinnässä, mutta tutkimustulosten mukaan viestinnässä ja tiedon etsimisessä se oli jonkin verran vähäisempi kuin esimerkiksi palaverit, kokoukset, tiedotus- ja koulutustilaisuudet. Sähköpostin käyttöä kommentoitiin myös seuraavasti:

”Voisi käyttää enemmän.”

”Hyvä tapa. Plussana se, että asioista jää haluttaessa dokumentti.”

”Ok, paitsi kaikilla ei ole tunnuksia”.

”Sähköposti ts. työtä helpottaisi, jos esim. kokit lukisivat sähköpostia.”

Keskusteluista kasvotusten ruokapalvelun henkilökunnan keskuudessa annettiin muun muassa seuraavia kommentteja:

”Harvoin löytyy yhteistä aikaa”.

”Ei aina hyvä ts. ongelmana tavoittaa oikeaan aikaan oikeat henkilöt.”

Joidenkin vastaajien mielestä seinällä oleva ilmoitustaulu tai sisäposti oli vähiten käytettyjä viestintäkanavia ruokapalvelun henkilökunnan välisessä viestinnässä. Ruokapalvelun tuotantokerroksessa ilmoitustaulu oli käytössä, mutta muuten sitä ei juuri käytetty. Toiseksi eniten käytetyiksi viestintäkanaviksi oman henkilökunnan keskuudessa mainittiin:

- sähköposti (MS Outlook)
- puhelin
- palaverit, kokoukset, tiedotus- ja koulutustilaisuudet.

Puhelinta pidettiin nopeana viestinnän kanavana, mutta se ei aina tavoittanut varsinkin kiireisillä hetkillä. Joskus puhelimenkin välityksellä viestit kulkivat tehokkaasti. Eräs vastaajista koki, että puhelin oli nopea, jos tavoitti oikean henkilön, mutta ruokapalvelussa oli ongelmana, ettei tavoittanut oikeaa henkilöä.

Kolmanneksi eniten käytetyiksi viestintäkanaviksi mainittiin muun muassa:

- puhelin
- palaverit, kokoukset, tiedotus- ja koulutustilaisuudet
- keskustelut (kasvotusten, käytäväkeskustelut jne.).

Ruokapalvelun johtajan, ruokapalvelupäälliköiden, sihteerin ja ruokapalvelun ravitsemussuunnittelijan välisessä viestinnässä ruokapalvelun johtoryhmän kokoukset ja tiimipalaverit olivat tärkeitä. Oltiin myös sitä mieltä, että palaverien ja vastaavien tilaisuuksien ongelmana oli saada kaikki asianosaiset yhtä aikaa paikalle.

Ruokapalvelun koko henkilökunnan välisessä viestinnässä perehdyttämisineistoja, pysyviä sääntöjä ja ohjeistoja, yleis- ja ohjekirjeitä oli joskus vaikea löytää. Myös tästä syystä haastattelussa tuli esille halukkuutta intranetin lisääntyvään käyttöön. Ruokapalvelullahan ei ollut vielä omia yksikkökohtaisia intranetsivuja nimenomaan heidän yksikkönsä väliseen viestintään ja tiedon hallintaan.

Annetuista tuloksista voidaan havaita, että ruokapalvelun keskinäisessä viestinnässä eniten, toiseksi ja kolmanneksi eniten käytettyjen viestintäkanavien kesken ei ollut suuria eroja. Heidän välilleen olivat viestintäkanavina vakiintuneet ennen kaikkea, puhelin, palaverit, kokoukset, tiedotus- ja koulutustilaisuudet. Tosin täytyy muistaa, että seitsemästä haastatteluun vastanneesta viisi oli ruokapalvelupäällikköjä. Pitkästi jo työtehtävien luonteen ja kiireellisyydenkin vuoksi esimerkiksi sisäposti ja vaikkapa YT-elinten ja ammattijärjestöjen tiedotteet olivat vähän käytettyjä tiedonlähteitä ja viestintäkanavia ruokapalvelun keskuudessa ja sisäisessä viestinnässä. Sisäpostia käytettiin lähinnä tiedotteiden lähettämiseen. Ongelmana olivat hitaus ja se, saavuttaa-ko sisäposti asianomaisia henkilöitä.

8.2.3 Työssä eniten käytetyt viestintäkanavat sairaanhoitopiirin muihin yksiköihin ja niiden tehokkuus työssä

Kysymyksessä kartoitettiin ruokapalvelussa käytettyjen viestinnän kanavien tehokkuutta sairaanhoitopiirin muihin yksiköihin. Vastaajia pyydettiin vielä täydentämään kysymystä omilla kommenteilla koskien viestintäkanavien tehokkuutta työtehtävien hoitamisen kannalta. Tärkeimpiä kymmenestä valmiiksi annetuista viestintäkanavista sairaanhoitopiirin muihin yksiköihin olivat:

- sähköposti
- puhelin
- kirjeposti
- keskustelut (kasvotusten, käytäväkeskustelut jne.)
- palaverit, kokoukset, tiedotus- ja koulutustilaisuudet
- perehdyttämisineistot, pysyvät säännöt ja ohjeistot, yleis- ja ohjekirjeet.

Sähköpostia pidettiin valtaosin nopeana ja myös tehokkaana, mutta se ei tavoittanut kaikkia. Erään vastaajan kommentissa voisi olla selitys tähän:

”Nopea väline, mutta kaikki eivät välttämättä lue sähköpostia, vaikka heillä osoite onkin”.

Sähköpostin hyvänä puolena pidettiin muun muassa sitä, että sähköpostista jäävät dokumentit ja vastapuoli voi miettiä vastauksen vähän myöhemminkin itselle sopivana ajankohtana. Joku vastaajista piti sähköpostia tämän päivän välttämättömänä viestintäkanavana.

Lähes puolet vastaajista kertoi puhelimen olevan työssä toiseksi eniten käytetty viestintäkanava sairaanhoitopiirin yksiköihin. Puhelinta pidettiin joskus tehokkaana, mutta se ei aina tavoittanut. Joidenkin mielestä puhelin oli nopea ja helppo väline, jos tavoitti oikean ihmisen. Myös se tuli esille, että usein oli vaikea tietää milloin osastolle oli hyvä aika soittaa, jolloin sähköposti oli puhelinta parempi viestintäkanava. Eri osastoilla olevien kollegojen kanssa puhelin oli hyvä viestintäväline. Puhelimen sanottiin myös tukevan sähköpostia.

Kirjeposti nousi kolmanneksi eniten käytetyksi viestintävälineeksi työtehtävien hoidossa sairaanhoitopiirin muihin yksiköihin. Kirjepostia pidettiin perinteisenä viestintävälineenä. Se oli pääosin hidas ja työläs lähettää. Varsinkin lomien tai vastaavien aikaan kirjeposti ei tavoittanut oikea-aikaisesti. Tiedotteet ja koulutusinfot menivät vielä usein sisäpostina. Joku arveli, että ehkä myöhemmin ne menisivät joskus sähköpostina. Tiedotteet päättyivät usein osastojen ilmoitustauluille.

Keskusteluja ei juuri ollut ja niitä käytiin satunnaisesti kollegojen kesken heitä tavattaessa. Yksi vastaajista kertoi keskustelujen olevan tärkeitä, koska asiakkaan tunteminen toi luotettavuutta.

Palavereja pidettiin kokouksia harvinaisempana viestintäkanavana. Koulutustilaisuudet olivat yleensä hyviä, mutta ei aina kovin tehokkaita. Varsinaisia keskustelutilaisuuksia ei juurikaan pidetty. Ruokayhdyshenkilökoulutuksia kerrottiin olevan neljä kertaa vuodessa muiden infotilaisuuksien lisäksi. Palaverit ja kokoukset olivat siis

joillekin tärkeä viestinnän keino, mutta ongelmana oli saada kaikki asianosaiset yhtä aikaa paikalle.

Perehdyttämisaineistoja, pysyviä sääntöjä ja ohjeistoja, yleis- ja ohjekirjeitä pidettiin vaikeaselkoisina. Niitä oli vaikea saada riittävän ymmärrettäviksi. Kommentteja esitettiin myös siitä, että jotkin pysyvät ohjeet olivat hyviä välineitä silloin, jos osastolla osattiin niitä käyttää. Ongelmana mainittiin esimerkiksi seuraavaa:

”Päivittäminen ongelma ts. miten saada uudet ohjeet tms. perille jokaiselle osastolle.”

Tässä voidaan nähdä nimenomaan intranetin hyödyllisyys. Tärkeät dokumentit ja ohjeet olisivat melko vaivattomasti saatavilla ja nopeasti päivitettävissä intranetin kautta. Ja mikä tärkeintä, intranet tarjoaisi nopean ja halvan jakelukanavan perinteisen painotuotteen rinnalle, varsinkin jos kysymyksessä on suuri painoserä sairaanhoitopiirin osastoille.

8.2.4 Vapaat kommentit viestinnästä ja viestinnän kanavista

Sairaanhoitopiirin intranetiä ei käytetty vielä paljon. Santra arvioitiin hyväksi, jos se olisi aktiivisessa käytössä. Intranetin käyttö oli epävarmaa ja sen käyttöä haluttiin opetella enemmän. Koettiin myös että sairaanhoitopiirin intranetikään ei aina tavoita. Positiivisena puolena Santrasta löydettiin hyvin esillä olevat koulutustilaisuudet. Lisäksi joidenkin työryhmien muistiot olivat kätevästi luettavissa intranetissä. Osa intranetin käyttäjistä piti suurimmalta osin Santraa hyvänä ja aina saatavilla olevana viestintäkanavana. Intranetin käytön toivottiin myös yleistyvän. Monen vastaajan toiveena esitettiin ruokapalvelun omien sivujen perustamista. Tärkeänä asiana viestinnän kehittämisestä kirjoitettiin myös seuraavasti:

”Ruokalajien sisältötiedot intranettiin! Tämä on isoasia, ja vaatii aikaa päästä tähän, mutta joskus tulevaisuudessa ehkä !?”

Myös resepteistä haluttiin tietoja esimerkiksi intranettiin ja tulevaisuudessa mahdollisesti Aromi-ohjelmankin kautta. Lisäksi toivottiin, että jos osastolla oleva hoitaja kir-

jaisi potilaspalautteen. Kommentteina toivottiin myös viikonloppuna mahdollisuutta soittaa ATK-päivystäjälle.

8.2.5 Ruokapalvelun viestinnän kehittäminen intranetin avulla

Aikaisemmat kysymykset olivat pohjustusta ruokapalvelun tulevan intranetin sisällön kartoittamiseksi. Seuraavilla kolmella avoimella kysymyksellä haluttiin tarkentaa ruokapalvelun mielipiteitä ja toiveita omien yksikkökohtaisten sivujen sisällöksi. Ruokapalvelun henkilökunnalla oli jo vahva työssä osaaminen, ja tämän tutkimuksen tavoitteisiin kuului nimenomaan intranetin soveltuminen käytännön työn tukemiseen perustuen viestinnällisiin lähtökohtiin.

Ensimmäisessä kysymyksessä haluttiin kartoittaa asiakkaiden kysytyimpiä asioita ruokapalvelun henkilökunnalta. Eniten tiedusteltuja asioita olivat ruokien ja leivonnaisten ohjeet. Tietoa haluttiin muun muassa tuotteiden, aterioiden, kahvitarjoilujen, ulosmyytävien tuotteiden ja vuokrattavien kabinettien hinnoista. Kysytyjä olivat myös tuotteiden ostomahdollisuus mukaan ja kahvilaravintolan aukioloajat.

Henkilöstöruokailun osalta kysyttiin ruokalajien koostumuksista. Haluttiin tietää aineosat ja joskus myös ravintosisältö, esimerkiksi suolan määrä. Tiedusteltiin myös ruokien sopivuutta erityisruokavalioihin ja neuvoja, miten toimittaisiin allergian kanssa. Joku mainitsi myös keittiöön tulleista kysymyksistä lihan kotimaisuusasteen suhteen. Joskus kyseltiin myös ruokalistojen löytyvyyttä internetistä. Ruokapalvelun henkilökunnalta kysyttiin sairaanhoitopiirin sisällä tietojärjestelmien toimivuutta ja sitä, kenelle voi soittaa missäkin asiassa. Kysymyksiä saatiin myös tietokoneohjelmista. Ruokapalvelun henkilökunnan keskuudessa kysytty asia oli muun muassa omavalvonnan ohjeet.

Toiseen avoimeen kysymykseen siitä, voitaisiinko ruokapalvelun henkilökunnalle asiakkailta tuleviin kysymyksiin antaa tietoa intranetissä, vastaukset olivat pääosin myönteisiä. Tässä asiassa toivottiin intranetin käytön vaivattomuutta ja ehdotettiin mm. tietoja ruokalajikohtaisista aineosista/ravintosisällöstä ruokalistakohtaisesti. Tämän tyyppisen käytännön mainittiin olevan jo käytössä Helsinki Cateringissä.

Lopuksi kartoitettiin ruokapalvelun tarpeita intranetiin. Tärkeimpiä intranetiin toivottuja asiakokonaisuuksia mainittiin:

- ohjeet, muistiot, sopimukset, koulutuskalenteri, vuosilomat yms.
- toimintaohjeet esim. tietojärjestelmät, omavalvontaohjeet, Äidinmaitokeskus
- ruokalistat/potilasruokalistat/aineosat/ravintosisältö
- kahvila-ravintola Caterinan/ruokasalin aukioloajat ja hinnat
- ajankohtaista esim. tiedotteet/ruokayhdyshenkilötoiminta
- ruokavaliokäsikirja (tämä olikin jo toteuttamassa ensin paperisena ja sitten sähköisessä muodossa)
- palvelujen esittely
- asiakkaiden kysymykset ja vastaukset
- henkilöstön nimet, osoitteet ja puhelinnumerot
- työvuorotaulukko esim. nimitasolla
- Flexim-avaimen käyttö
- tietojärjestelmät.

Kaiken kaikkiaan vastauksista heijastuu ruokapalvelun johdon halu ja tarve saada työssä tarvittavat tiedot keskitetyksi oman intranet-sivuston sisällöksi. Tämän opin näytetyön alussa, intranet-osiossa, hahmotettiin ensin intranetin kehitysvaiheita, lähtökohtia, hyötyjä ja intranetiä strategisena vaikutus- ja viestintäkanavana kirjallisiin ja elektronisiin lähteisiin perustuen. Sen jälkeen pureuduttiin intranet-viestinnän haasteisiin muun muassa teknologian ja tiedon johtamisen kautta. Haastattelutyö tehtiin nimenomaan esimiestasolla oleville, koska esimiestason vaikutus intranetin käyttöön- otolle ja käytölle nähtiin myös asiaa käsittelevissä tiedonlähteissä merkityksellisenä väylänä strategisten tavoitteiden saavuttamisessa.

Ulkoisen viestinnän tutkiminen jätettiin myöhemmin tämän tutkimuksen ulkopuolelle. Tässä yhteydessä ulkoisella viestinnällä tarkoitettiin sairaanhoitopiirin ulkopuolisia yhteistyökumppaneita. Tässä tutkimuksessa ei käsitellä myöskään sairaanhoitopiirin extranetia. Haastattelussa kuitenkin kysyttiin extranetin (MediKes) käyttöä. Extranetia (MediKes) ei tuolloin käytetty paljon. Myös sitä haluttiin opetella käytettävän enemmän esimerkiksi työtilauksia tehtäessä. Internetin osalta mainittiin muuan muassa se,

että hakuja tulisi opetella enemmän. Osa vastaajista käytti puolestaan internetiä päivittäin ja jatkuvana tiedonhakuväylänä.

9 KYSELYN TOTEUTUS SAIRAANHOITOPUIRIN INTRANETISSÄ

Kyselyssä kerättiin tietoa käytetyimmistä viestintäkanavista ruokapalvelun henkilökunnan kanssa ja annettiin mahdollisuus viestinnän kehittämiseen vapaiden kommenttien kautta. Kyselyn tarkoituksena oli kerätä käytännön työssä saatua tietoa ruokapalvelun asiakkailta, ruokapalvelun kanssa työskenteleviltä sairaanhoitopiirin yksiköiltä. Tavoitteena oli myös koota asiakkaiden esittämiä toiveita ruokapalvelun intranet-sivustolle.

9.1 Kyselyn tausta ja työvaiheet: HTML-kyselylomake ja tulosten haku SQL-palvelimen tietokannasta Excel-taulukoihin

Kysely toteutettiin Keski-Suomen keskussairaalan osastojen ruokayhdyshenkilöille ja osastonsihteereille 31.10. – 28.11.2003. Näillä sairaanhoitopiirin sidosryhmillä on merkittävä osa sairaanhoitopiirin ja ruokapalvelun henkilökunnan välisessä viestinnässä, jonka voidaan katsoa kuuluvan ruokapalvelun sisäiseen viestintään.

WWW-sivujen koodaus (HTML, CSS-tyylisivut)

Kyselystä tehtiin html-lomake, jossa käytettiin css-tyylitiedostoja kyselytutkimuksen sivun ulkoasun tekemiseen. Vastaaajille lähetettiin sähköpostitse linkki html-koodatulle kyselylomakkeelle. Vastaukset laitettiin kertymään sairaanhoitopiirin tietohallinnon avustuksella Sql-palvelimen tietokantaan, josta vastaukset ohjattiin kyselyn päätyttyä Excel-taulukkolaskentaohjelmaan analysointia varten.

Kyselyjen vastaukset tietokannasta Excel-taulukoihin

Kysely toteutettiin osastojen ruokayhdyshenkilöille ja sairaanhoitopiirin osastonsihteereille sairaanhoitopiirin tietohallinnon yksikön SQL-palvelimen (katso SQL kohdassa Käsitteet) tietokantaan. Liitteessä numero kaksi on lyhyt kuvaus kyselyn tulosten tallennuksesta SQL-tietokantaan eli siitä kuinka kyselyn tiedot oli mahdollista

kerätä ja saada kätevimmin analysoitaviksi jo olemassa olevia tietovararastoja ja tietokantayhteyksiä käyttäen. (Lilja 2003.)

9.2 Kyselyn osat

Kyselylomakkeessa on neljä kysymyskokonaisuutta. Kysymykset esitetään strukturoituina ja strukturoitujen ja avoimien kysymysten välimuotoina, jolloin vastausvaihtoehtojen jälkeen esitetään avoin kysymys. Yksi kysymys on pelkästään avoin kysymys (katso liite 1). Kysymysten avulla selvitettiin käytössä olevia viestintäkanavia ja sitä, missä määrin kyseisiä kanavia käytettiin viestinnässä ja tiedon hankinnassa ruokapalvelun kanssa. Haluttiin selvittää myös ruokapalvelu Caterinan palveluihin, tuotteisiin ja niiden saatavuuteen liittyviä asioita.

Ensimmäinen kysymysosio kokonaisuus koostui kahdeksasta kysymyksestä. Aikaisempien haastattelujen ja työkokemukseni kautta saatiin kattavasti selville mahdolliset viestintäkanavat yhteydenpidossa ruokapalvelun henkilökuntaan. Näiden viestintäkanavien käyttöä ja nimenomaan käytön tiheyttä kysyttiin osastonsihteereiltä ja ruokayhdyshenkilöiltä. Käyttäjien mielipiteet viestintäkanavien käytöstä ovat tärkeitä, koska intranetin on tarkoitus tukea muita viestintäkanavia, eikä korvata niitä.

Toinen kysymysosio koostui kymmenestä kaksiosaisesta kysymyksestä. Kysymyksillä tarkasteltiin kuinka usein ruokapalvelun henkilökunnalta kysytään tietoa muun muassa ruokapalvelu Caterinan palveluista, tuotteista ja myös ruokapalvelun toimintaan liittyvistä asioista. Lisäksi vastaajia pyydettiin tarkentamaan, missä he kokivat saavansa tietoa kunkin kysyttävän asian kohdalla. Tähän kysymykseen oli tarjolla neljä vaihtoehtoa alkaen ”ei saa tietoa” ”täysin riittävästi” -vaihtoehtoihin.

Kolmannessa kysymysosiossa oli avoin kysymys, jossa haluttiin kysyä vastaajien kommentteja ruokapalvelun kanssa tapahtuvasta viestinnästä. Siinä haluttiin myös selvittää vastaajien toiveita käytettävistä viestintäkanavista omassa työskentelyssä. Tällä kysymyksellä haettiin myös mahdollista vastaajien itsensä esittämään halukkuutta intranetin käytöstä omassa työssään ja nimenomaan viestinnässä ruokapalvelun henkilökunnan kanssa. Vastauksessa oli mahdollisuus laittaa kysymysten tiimoilta heränneitä ajatuksia viestinnän osalta.

Neljännessä kysymysosiossa oli yhdeksän kysymystä, joista viimeisessä oli avoin kysymysvaihtoehto. Näissä kysymyksissä tarkennettiin tärkeimpien viestintäkanavien käyttöä etsittäessä tietoa ruokapalvelusta. Arviointi tapahtui valitsemalla neljästä vaihtoehdosta vastaajalle sopivin vaihtoehto ”ei koskaan” -vaihtoehdosta edeten ”usein” -vaihtoehtoon.

9.3 Kyselyn tulosten analyysi

Tämän luvun sisältönä ovat kyselystä saadut vastaukset, niiden yhteenvedot ja analysointi. Kyselystä lähetettiin sähköpostitse linkki Keski-Suomen sairaanhoitopiirin intranetissä olevaan kyselyyn yhteensä 98 henkilölle. Heikkilä (2005, 18) korostaa sitä seikkaa, että www-kysely on paikallaan, mikäli internet tavoittaa kohderyhmän hyvin. Koska toteutetun kyselyn kohderyhmällä oli käytössä sähköposti, internet ja intranet, ja sähköpostia käytettiin suhteellisen paljon, niin kyselyyn oli näin helpompi vastata myös vähemmän intranetiä käyttävän. Sähköpostissa lähetetyn linkin valinnalla päästiin suoraan web-kyselylomakkeeseen, jolloin vastaajan ei tarvinnut ensin etsiä tai esimerkiksi sattumalta löytää kyselyä intranetistä.

Osastonsihteereille ja ruokayhdyshenkilöille suunnattuun kyselyyn vastasi kaikkiaan 48 henkilöä vajaan neljän viikon aikana. Heistä oli osastonsihteereitä 22 ja ruokayhdyshenkilöitä 26. Kokonaisvastausprosentti oli 49 %. Vastaajaryhmien vastausprosentteja tarkasteltaessa käy ilmi että, osastonsihteerien vastausprosentti oli 46 % ja ruokayhdyshenkilöiden 54 %. Kyselylomake on kokonaisuudessaan tämän opinnäytetyön liitteessä numero yksi.

9.3.1 Osastonsihteerien ja ruokayhdyshenkilöiden käyttämät viestintäkanavat ruokapalveluun

Vastanneista osastonsihteereistä 50 % ilmoitti usein käytetyksi viestintäkanavaksi ruokapalvelun kanssa sähköpostin (katso kuvio 6). Puhelinta käytti usein 23 % sihteereistä. Useimmiten käytetyistä viestintäkanavista kirjepostin, tulostimen sekä palaverien, kokousten, tiedotus- ja koulutustilaisuuksien osuudeksi saatiin 9 % vastanneista. Melko usein käytetyiksi viestintäkanaviksi sihteerit mainitsivat puhelimen, 41 % ja kirjepostin tai vastaavan, 36 %. Sähköpostin ja keskustelujen osuus oli puolestaan 19

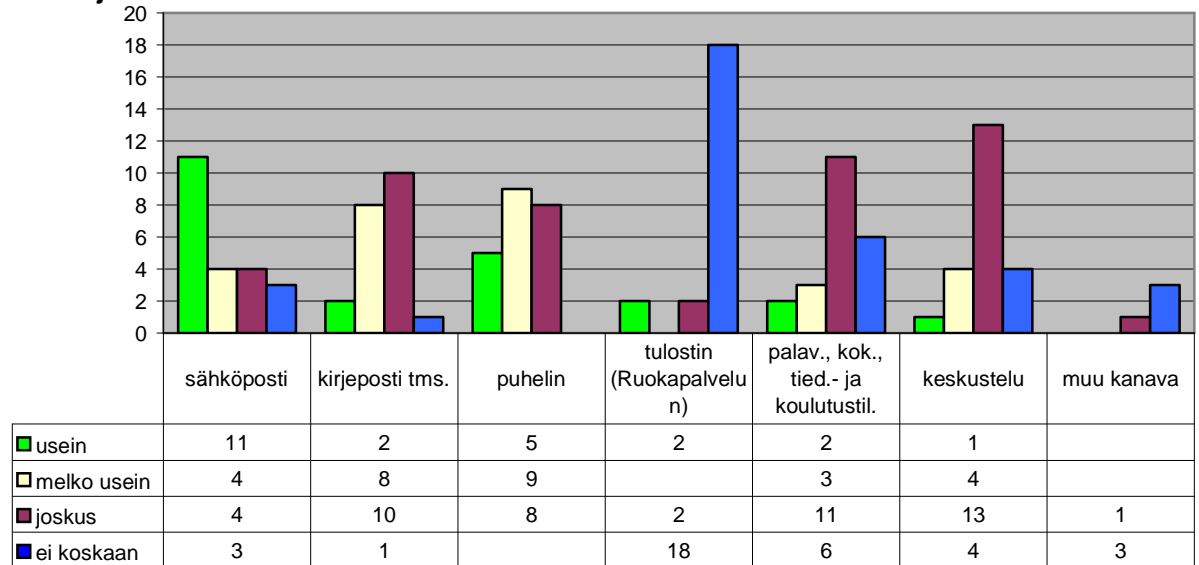
%. Palaverien, kokousten, tiedotus- ja koulutustilaisuuksien osuudeksi saatiin 4 % melko usein käytettyjen viestintäkanavien joukossa. Huomattakoon se, että 14 % vastanneista sihteereistä ei käyttänyt koskaan sähköpostia yhteydenpidossa ruokapalveluun. Tästä ongelmasta mainittiin myös haastattelun yhteydessä ruokapalvelun henkilökunnan puolelta. Joku ruokapalvelun henkilökunnasta mainitsi nimenomaan, että jos kaikki lukisivat sähköpostinsa, tieto tavoittaisi kohderyhmänsä. Tästä voisi päätellä, että sähköpostia ei aina ehditty lukea ajoissa tai joskus jopa ollenkaan, mikä aiheutti ongelmia asioiden hoidossa sähköpostitse. Kolme osastonsihteerä ilmoitti, etteivät käyttäneet koskaan muita kuin kyselyssä mainittuja viestintäkanavia. Vastauksista oli poimittavissa myös viitteitä viestintäkanavien käytön suhteen. Jotkut viestintätavat ja -kanavat koettiin työtehtävien hoitamisen kannalta vajavaisiksi. Asiaa kommentoitiin lähinnä paperisten ja sähköisten dokumenttien käsittelyn osalta muun muassa seuraavasti:

”Tarjoilutilauskaavaketta voisi kehittää niin, että siihen voisi laittaa useamman tarjoilun tilaukset yhtä aikaa ettei joka tilausta tarvitsisi erikseen lähettää.”

”Kirjepostia käytetään ainoastaan allekirjoitettujen vieraanvaraisuuspäätösten lähettämisessä, kun asia on sovittu sähköpostitse/puhelimitse.”

Viestintäkanava yhteydenpidossa Ruokapalveluun/sihteerit

Vastaajien lkm / kanava

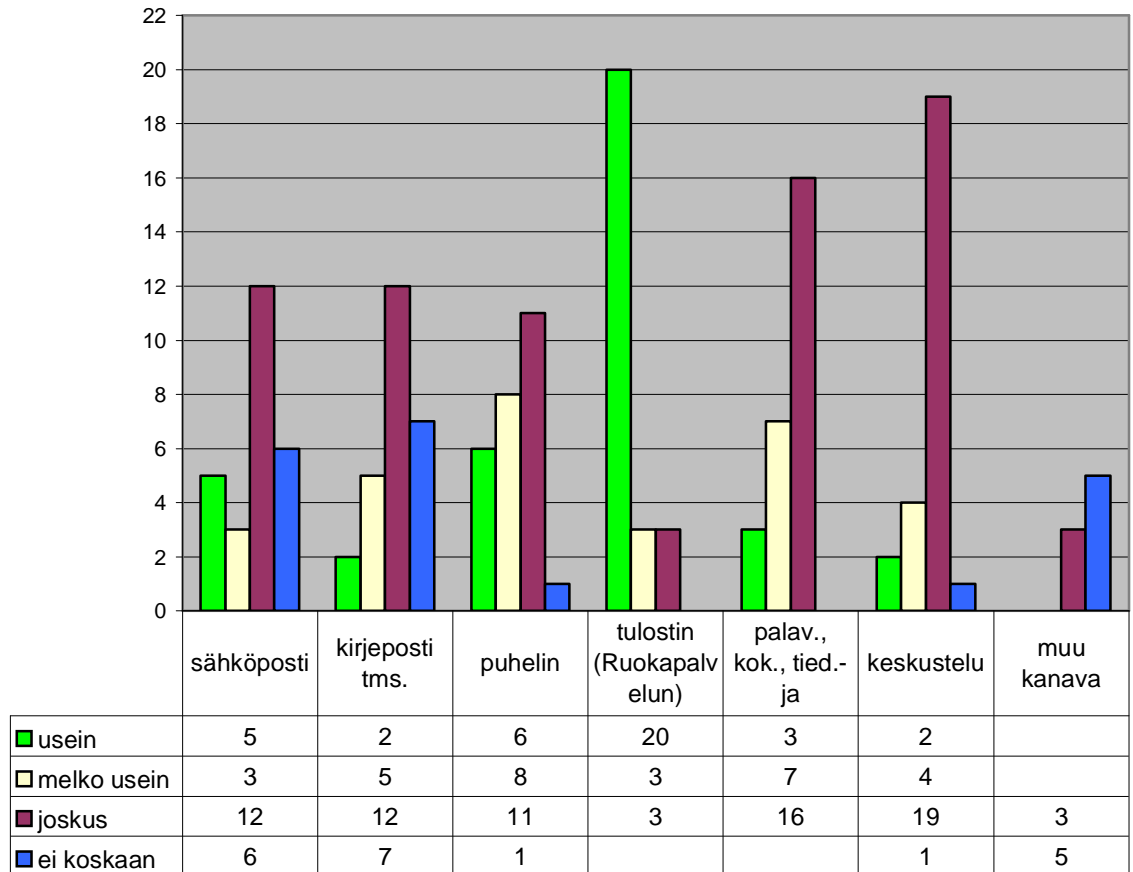


KUVIO 6. Viestintäkanavien käyttö yhteydenpidossa ruokapalveluun/osastonsihteerit (n=22)

Ruokayhdyshenkilöistä jopa 77 % vastasi käyttävänsä usein ruokapalvelun kirjoittimelle tulostusta viestinnässään ruokapalvelun kanssa (katso kuvio 7). Tämän vastaajaryhmän kohdalla usein käytettynä viestintäkanavana puhelimen osuus oli 24 %, sähköpostin 19 %, palaverien, kokousten, tiedotus- ja koulutustilaisuuksien 12 %. Kirjepostin tai muun sellaisen ja keskustelujen osuudeksi usein käytettynä viestintämuotona ilmoitettiin molemmissa 8 %. Ruokayhdyshenkilöiden vastauksissa on huomioitava, että 24 % vastanneista ei käyttänyt sähköpostia ollenkaan viestinnässä ruokapalveluun. Tästä vastaajaryhmästä ei laittanut kirjepostia tai vastaavaa 27 % vastaajista. Ruokayhdyshenkilöistä kaksi kommentoi muuksi viestintäkanavaksi käynnin ruokapalvelussa. Viisi vastaajaa ilmoitti, etteivät käyttäneet koskaan muita kuin kyselyssä mainittuja viestintäkanavia.

Viestintäkanavat yhteydenpidossa ruokapalveluun / ruokayhdyshenkilöt

Vastaaajien lkm / kanava



KUVIO 7. Viestintäkanavien käyttö yhteydenpidossa ruokapalveluun/ruokayhdyshenkilöt (n=26)

9.3.2 Missä määrin tietoa kysytään ruokapalvelun henkilökunnalta?

Kolmannessa kysymyksessä kartoitettiin kymmenellä kaksiosaisella kysymyksellä lähinnä keskussairaalan ruokapalvelukeskus Caterinan palveluihin, tuotteisiin, vieras-tarjoiluihin, kabinettien varauksiin liittyviä asioita (katso liite 1). Kysymyksiä oli myös ruokapalvelun henkilökuntaan ja heidän tavoitettavuuteen liittyen. Kutakin kysymystä pyydettiin arvioimaan asteikolla 1 - 4 (usein - ei koskaan). Sen jälkeen kunkin kysymyksen jälkeen pyydettiin arvioimaan saiko mainitun asian kohdalla tarpeeksi tietoa asteikolla 1 - 4 (täysin riittävästi - ei saa tietoa).

Tämän kysymyksen vastauksista tuli esille sekä osastonsihteereillä että ruokayhdysenkilöillä se, että kysytyihin asioihin saatiin vastaukset jokseenkin riittävän hyvin tai täysin riittävästi. Usein kysytyiksi asioiksi osastonsihteerit ilmoittivat vierastarjoiluihin liittyvät asiat, 23 %, kabinettien varaukset, 14 %, Caterinan palvelut, 9 %. Ruokayhdysenkilöt eivät maininneet yhtään usein kysyttyä asiaa ruokapalvelusta. Näistä vastauksista voidaan päätellä, että viestintä sujui suhteellisen hyvin, ja tärkeimmistä, usein toistuvista asioista oli jo tietoa ja niistä ei tarvinnut usein kysyäkään. Lisäksi vastaajien työtehtävistäkin johtuen esimerkiksi vierastarjoiluihin liittyviä asioita jouduttiin käsittelemään usein. Vaikka vierastarjoiluun liittyvä sähköinen lomake tehtiinkin, niin kyselyn vastausten perusteella tämä olisi tärkeää saada yhtenäisesti intranettiin kaikkien ulottuville.

Sihteerien kysymykset olivat melko usein esimerkiksi vierastarjoiluihin liittyviä asioita, 41 %, kuka vastaa mistäkin asiasta, 32 % tai johonkin tiedotteeseen tai ohjeeseen liittyvä asia, 27 %. Ruokapalvelun viestinnälle ja viestinnälle yleensä voinee kokonaisuudessaan antaa hyvän arvosanan. Ruokayhdysenkilöiden melko usein kysytyt asiat koskivat muun muassa ruokapalvelun henkilöiden nimiä, osoitteita, puhelinnumeroita tai vastaavia asioita ja Flexim-avaimeen liittyviä asioita, 15 %, kabinettien varauksiin liittyviä asioita, 12 %.

Sihteerien joskus kysytyistä asioista liittyi Caterinan tuotteiden, aterioiden hintoihin 82 %, Caterinan tuotteiden ostomahdollisuuteen 73 % ja johonkin tiedotteeseen tai ohjeeseen 68 %. Ruokayhdysenkilöt ilmoittivat joskus kysytyjen asioiden koskevan muun muassa Caterinan palveluja, 81 %, ruokapalvelun henkilöiden nimiä, osoitteita ja puhelinnumeroita, 77 % ja vastuualueita, 73 %. Molempien vastaajaryhmien kohdalla lähes kaikista mainituista asioista kysyttiin joskus.

Sihteerien taholta, ei koskaan kysytyjä asioita olivat muun muassa Flexim-avaimen käyttö, 86 %, Caterinan aukioajat, 45 % ja ruokapalvelun henkilökunnan nimet, osoitteet ja puhelinnumerot, 36 %. Ruokayhdysenkilöiden ei vastausten mukaan tarvinnut kysyä tietoa koskaan johonkin tiedotteeseen tai ohjeeseen liittyviä asioista 65 %, Caterinan tuotteiden ostomahdollisuuksista, 50 % ja vierastarjoiluihin liittyvistä asioista, 35 %.

9.3.3 Avoimet kommentit ruokapalvelun kanssa viestinnästä

Kyselyn tässä osiossa haluttiin kartoittaa vastaajien omia mielipiteitä ja toiveita viestintäkanavien suhteen. Osastonsihteerit olivat pääosin tyytyväisiä ruokapalvelun kanssa asioidessaan. Sihteereiltä saatiin muun muassa seuraavia kommentteja:

”Santra on kätevin viestintäkanava. Ei sido vastapuolta ja voi itselle sopivana aikana käydä katsomassa. Kaikilla ei tosin ole ”omaa” mikroa, joten paperisenakin pitäisi tiedottaa riittävästi (Viikkotieto ja ilmoitustaulut).”

”Eri ryhmille kohdennettuja info-tilaisuuksia, etenkin harvemmin tarvittavista/käytetyistä spesiaalipalveluista.”

”Olen paljon yhteydessä ruokapalvelun tiettyihin henkilöihin. Asiat sujuvat mielestäni hyvin ja vuorovaikutus on molemminpuolista. Kumpikin osapuoli uskaltaa kysyä asioista. Koska koulutustilaisuuksiamme on paljon, kahvi ja ruoka-asioissa joudummekin olemaan paljon yhteydessä ruokapalveluun. Käytännöt ovat muotoutuneet ajan saatossa ja puolin ja toisin ollaan yhteydessä.”

”Santra on hyvä vielä silloinkin, kun jään eläkkeelle.”

”Yhteydenpito on toiminut hyvin. Sekaannuksia on joskus ollut, mutta niistä on selvitty. Pääsääntöisesti olen erittäin tyytyväinen saamaani palveluun. Pikemminkin korjaamista saattaisi olla täällä tilaajapäässä.”

”Nykyinen viestintä kattaa mielestäni hyvin niin henkilökunnan kuin asiakkaiden tarpeet. Ruokalistojen sisällöstä tosin olisi kiva myös saada vastaava kysely.”

Tutkimuksessa tuli esille intranet Santran hyödyllisyys ja kätevyys ruokayhdysheikköiden työskentelyssä. Kommenteissa tulee selkeästi esille, että viestintäkäytännöt ovat jo muotoutuneet vuosien varrella työtehtävien luonteen mukaan. Asioista kysytään paljon ja asiat hoituvat pitkälti rutiininomaisella ja osaavalla otteella.

Ruokayhdyshenkilöistä jotkut vastaajista toivoivat sähköpostin ja puhelimen käytön lisäämistä viestinnästä ruokapalvelun kanssa. Viestinnästä kommentoitiin esimerkiksi seuraavasti:

”Puhelimessa tavoittaa nopeammin. Lisäksi se on luotettavampaa.”

”...palvelu pelaa ruokapalvelukeskuksen kanssa hyvin.”

”Itse pidän sähköpostista eniten & tavoitettavuus on paras.”

9.3.4 Viestintäkanavat, joiden kautta tietoa löydetään ruokapalvelusta

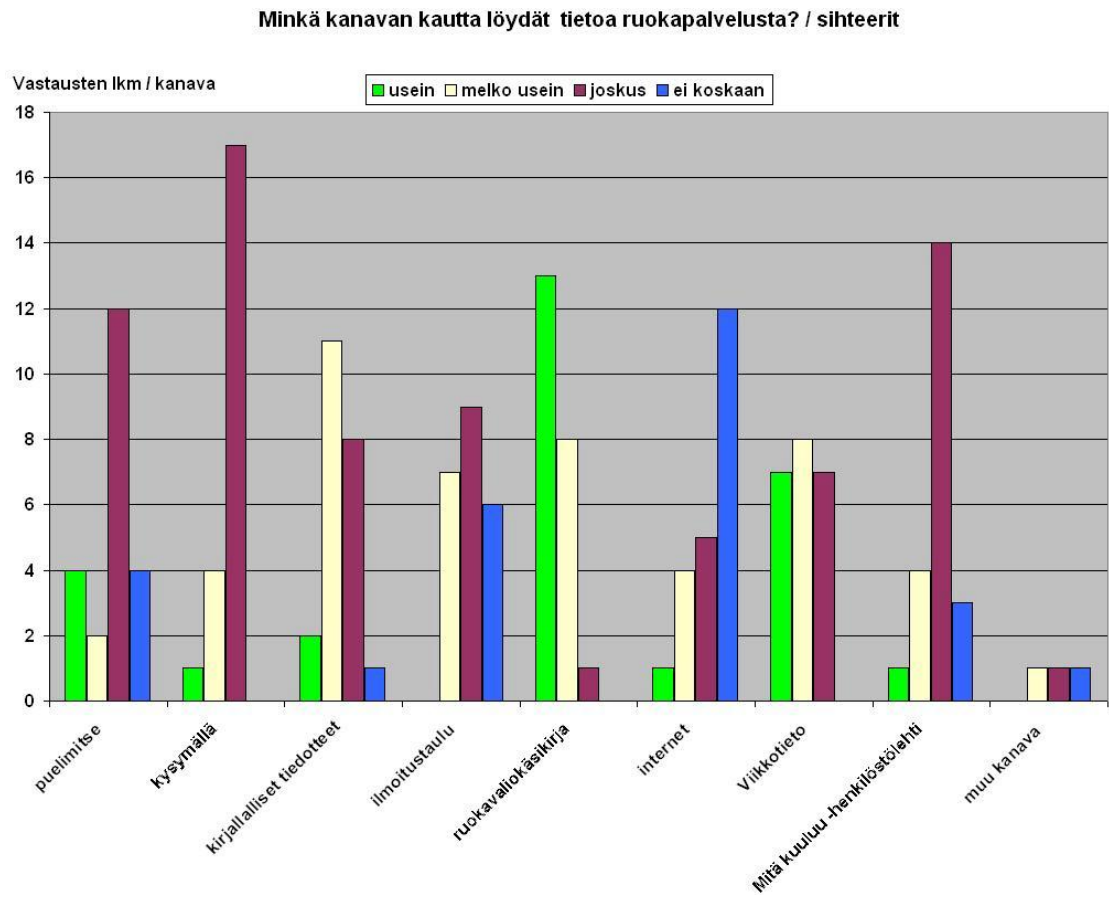
Tiedon löytymistä ruokapalvelusta eri viestintäkanavien kautta pyydettiin arvioimaan asteikolla 1 - 4 (usein - ei koskaan). Osastonsihteereistä 59 % käytti työssään usein ruokavaliokäsikirjaa tarvittavien tietojen etsimisessä (katso kuvio 8). Toiseksi käytettiin Viikkotietoa, jonka osuus oli 32 %. Kolmanneksi useimpana viestintäkanavana tiedon löytymisessä mainittiin puhelin, 18 %.

Melko usein käytettynä viestintäkanava kirjallisten tiedotteiden osuus oli suurin eli 50 %. Toiselle sijalle melko usein käytettyjen viestintäkanavien ryhmässä tulivat ruokavaliokäsikirja ja Viikkotieto, joiden molempien käyttö tiedon etsimisessä oli 36 %. Seinällä olevan ilmoitustaulun käyttö oli lähes samaa luokkaa kuin edellisten eli 32 %.

Tietoa etsittiin joskus kysymällä ruokapalvelun henkilökunnalta eli tässä saatiin 77 %:n vastaajamäärä kaikista vastanneista sihteereistä. Mitä kuuluu -henkilöstölehti joskus käytettynä viestinlähteenä sai arvon 64 %. Kolmantena joskus käytettynä kanavana tämän kysymyksen kohdalla oli puhelin, 55 %.

Vastanneista sihteereistä jopa 55 % ilmoitti, ettei käytä koskaan internetiä tiedon etsimiseen ruokapalvelusta. Tämä on ymmärrettävää, koska internetissä ei ole paljon osastonsihteerien työssä tarvitsemaa tietoa ruokapalvelusta. Ilmoitustaulua ei käyttänyt koskaan 27 % sihteereistä. Puhelinta ei käyttänyt 18 % kyselyyn vastanneista sihteereistä. Yksi vastaajista ilmoitti muuna viestintäkanavana kysyvänsä melko usein ja

yksi vastaajista joskus oman toimiston toisilta sihteereiltä ruokapalveluun liittyvää tietoa.



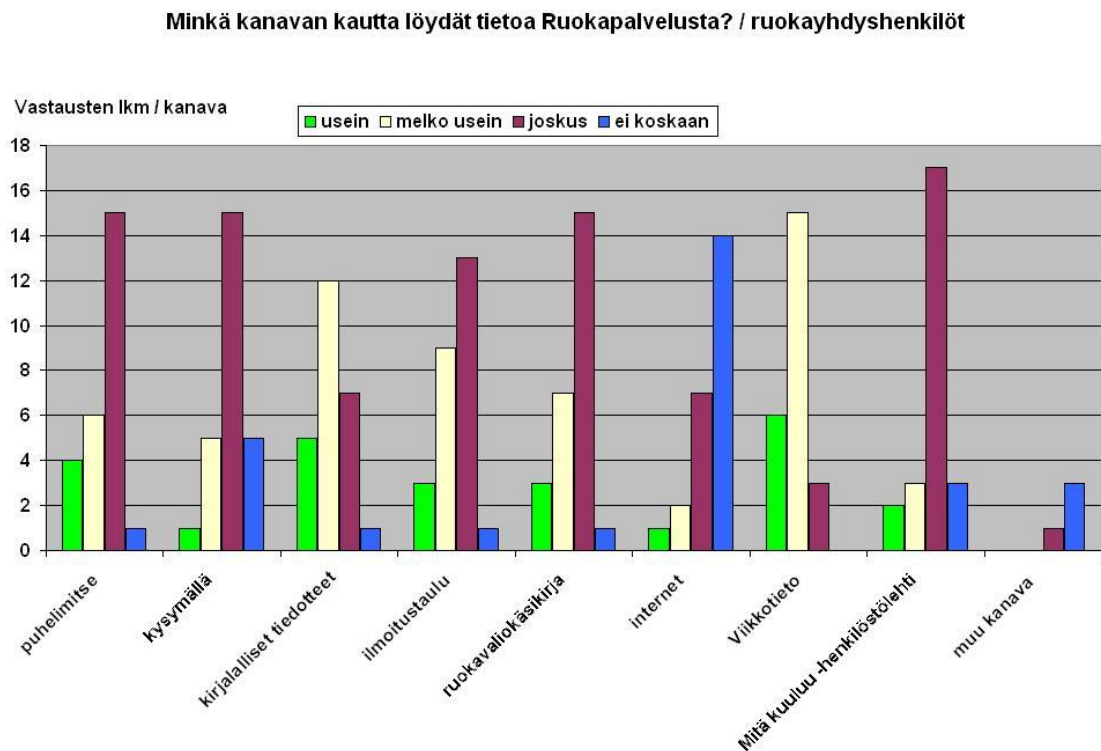
KUVIO 8. Käytetyimmät kanavat, joiden kautta tietoa löydetään/osastonsihteerit (n=22)

Ruokayhdyshenkilöistä vastaavasti 23 % käytti työssään usein Viikkotietoa tarvittavien tietojen etsimisessä (katso kuvio 9). Toiseksi eniten usein käytetyistä viestintäkanavista mainittiin kirjalliset tiedotteet, 19 %. Lähes samaan ylsi kolmantena kanavana kysyminen ruokapalvelun henkilökunnalta, 15 %.

Melko usein käytetyistä viestintäkanavista tuli selkeästi ensimmäiseksi Viikkotieto 58 %:n osuudella kaikista vastanneista ruokayhdyshenkilöistä. Lähes samaan edellisen

kanssa ylsivät kirjalliset tiedotteet, joiden osuus oli 48 %. Kolmantena melko usein käytetyistä viestintäkanavista mainittiin seinällä oleva ilmoitustaulu, 35 %.

Joskus käytetyistä viestintäkanavista Mitä kuuluu -henkilöstölehden osuudeksi saatiin 65 %. Melkein samaan ylsivät tasavertaisesti puhelin, kysyminen henkilökunnalta ja ruokavaliokäsikirja 58 %:lla. Joskus käytettynä viestintäkanavana mainittiin seinällä oleva ilmoitustaulu, 50 %. Ruokayhdyshenkilöistä 58 % ilmoitti, ettei käytä koskaan internetiä tiedon etsimiseen ruokapalvelusta.



KUVIO 9. Käytetyimmät kanavat, joiden kautta tietoa löydetään/ruokayhdyshenkilöt (n=26)

Osastonsihteerien ja ruokayhdyshenkilöiden välillä ei ollut huomattavia eroja vastauksissa tiedon löytymisessä eri viestintäkanavia hyväksikäyttäen. Neljännen kysymyksen viestintäkanavien kohdalla kuusi vastaajaa ei valinnut mitään vaihtoehtoa. Tämä saattaa johtua siitä, että joitakin kysymyksiä vain jäi väliin tai valinnan kohdalla tapahtui jotain ja valinta jäi siten tekemättä.

Kokonaisuudessaan viestintäkanavien käyttöä ja hyödyllisyyttä arvioivat vastaukset viittaavat siihen, että viestintäkanavien käyttöä pohdittiin työtehtävien mahdollisimman joustavan suorittamisen näkökulmasta katsottuna. Vastauksista tuli myös esille työtehtävien luonteen mukaan vakiintuneet viestintäkanavat. Tutkimuksen kohteena olevaa intranet Santraa osattiin hyödyntää tarpeen mukaan jo suhteellisen hyvin perinteisten viestintäkanavien rinnalla. Tältä pohjalta katsottuna intranet Santra kattoi pitkälti ne viestinnälliset tarpeet, johon sitä jo käytettiin. Ehkäpä mahdollisten työtehtävien ja työympäristössä tapahtuvien muutosten myötä intranetiä hyödyntävät myös ne henkilöt, jotka eivät sitä vielä paljoa työssään käyttäneet. On toki huomioitavaa, että kaikissa työtehtävissä ei välttämättä tarvittu intranetiä, eikä sen käytön opettelua.

9.4 Loppukyselyn osat

Loppukysely lähetettiin sähköpostitse ruokapalvelun toimiston sihteerille, ruokapalvelun ravitsemussuunnittelijalle, keskussairaalan, Kangasvuoren, Kinkomaan ruokapalveluyksikön päälliköille sekä Haukkalan sairaalan jakelukeskuksen ruokapalvelupäälliköille. Kysely tehtiin vuoden 2003 tehdyn haastattelun pohjalta. Ensimmäisessä kysymyksessä selvitettiin vastaavanlaisesti työssä käytetyimpiä viestintäkanavia. Vastaa- jia pyydettiin valitsemaan annetuista yhdeksästä viestintäkanavasta vähintään kolme käytetyintä viestintäkanavaa. Valittuja viestintäkanavia pyydettiin myös kommentoimaan ja vastaajilla oli myös mahdollisuus ilmoittaa muukin käyttämänsä vaihtoehtoinen viestintäkanava.

Toisessa, avoimessa kysymyksessä haluttiin kysyä vastaajien mielipiteitä intranetistä viestintäkanavana. Kysymyksellä haluttiin kartoittaa ruokapalvelun johdon kokemuksia intranetistä ja omien yksikkösivujen sisällöstä ja soveltuvuudesta heidän työhönsä. Vastaa- jia pyydettiin myös kertomaan mahdolliset tarpeet ja kehittämisideat.

9.5 Loppukyselyn analysointi

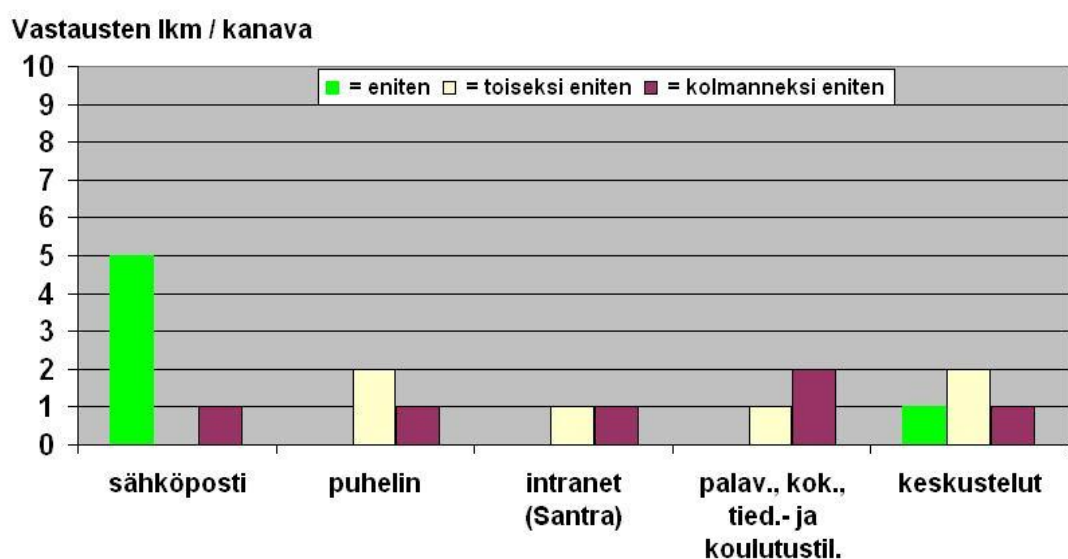
Tässä luvussa käsitellään loppukyselystä saadut vastaukset ja niiden analysointi. Kysely lähetettiin sähköpostitse kymmenelle ruokapalvelun toiminnoista vastaaville esi-

miehille ja henkilöille: ruokapalvelun johtajalle, sihteerille, ravitsemussuunnittelijalle ja seitsemälle ruokapalvelupäällikölle. Vastauksia saatiin yhteensä kuudelta henkilöltä. Näin ollen vastausprosentiksi saatiin 60 %. Kohderyhmäksi haluttiin sama kohderyhmä kuin vuoden 2003 haastattelussa, koska oli tarkoitus tutkia kuinka tuolloin toteutetut ruokapalvelun oma intranet-sivusto palveli nimenomaan ruokapalvelun viestinnällisiä tarpeita. Loppukyselyn tehtävänä oli tehdä yhteenvetoa vuoden 2003 ja vuoden 2008 haastattelun ja kyselyn välillä ja näin yrittää löytää mahdollisia intranetin tuomia etuja päivittäiseen työskentelyyn ja löytää mahdolliset kehittämistarpeet ja myös toteutettavissa olevat muutokset.

9.5.1 Ruokapalvelun käytetyimmät viestintäkanavat ja niiden tehokkuus työssä

Toteutetun kyselyn perusteella voidaan havaita, että sähköposti on edelleen käytetyimpiä viestintäkanavia ruokapalvelun viestinnässä (vertaa myös luku 8.2. ja kuvio 4). Vastauksista voidaan myös todeta, että kasvotusten tapahtuva viestintä, kuten keskustelut, palaverit, kokoukset, tiedotus- ja koulutustilaisuudet koettiin hyviksi ja halutuiksi viestintäkanaviksi. Intranet Santran osalta on ilo todeta, että se koettiin tehokkaana viestintäkanavana ja tiedonhakupaikkana (katso kuvio 10). Kaaviossa on vain vastaajien kyselyn yhteydessä mainitut viestintäkanavat.

Käytetyimpiä viestintäkanavia / ruokapalvelu v. 2008



KUVIO 10. Käytetyimpiä viestintäkanavia ruokapalvelussa vuonna 2008 (n=6)

Vastaajien kommentit kolmen käytetyimmän viestintäkanavan osalta esitettiin lähinnä kunkin viestintäkanavan hyödyllisyyden näkökulmasta tarkasteltuna seuraavasti:

”1, sähköposti, helppo ja nopea tiettyjen asioiden hoitamiseen ”

”1, sähköposti, nopea ja saa saman tien monelle eri henkilölle saman viestin”

”sähköposti 1. Nopein ja kattavin tavoitettavuus → saa tarvittaessa tiedon onko asianomainen lukenut viestin t. jos ei ole tavoitettavissa niin myös sen tiedon saa”

”2, keskustelut (kasvotusten, käytäväkeskustelut jne.), työn luonne vaatii keskusteluihin nopeasti muuttuvissa pienissä asioissa”

”2, intranet (Santra), nopea, tavoittaa suuria kohderyhmiä kerralla, viestin voi lukea se joka tietoa tarvitsee”

”3, puhelin, voi tarkistaa sen, mitä sähköpostissa voi ymmärtää väärin”

”3, keskustelut (kasvotusten, käytäväkeskustelut jne.), keskusteluissa voi saada tarkempaa tietoa ja nopeammin kuin sähköpostissa”

Vastausten perusteella sähköpostin voimaan helppona ja nopeana viestinvälittäjänä luotettiin edelleen. Oli mielenkiintoista tutkia kommentteja intranet Santran ja ruokapalvelun omien yksikkökohtaisten sivujen sisällöstä ja viestinnällisestä toimivuudesta päivittäisessä työskentelyssä. Vertailukohtanaan oli vuonna 2003 toteutettu haastattelu ja myös kysely. Tuolloin tuli jo esille ruokapalvelun tarve saada omat, viestintää ja tiedon hakua helpottavat yksikkökohtaiset intranet-sivustot käyttöön.

9.5.2 Intranet viestintäkanavana: käyttökokemuksia intranetistä ja Ruokapalvelun omien yksikkösivujen sisällöstä ja soveltuvuudesta työhön

Loppukyselyn kommentteissa käy selkeästi ilmi, että intranet on ollut jo menneenä viitenä vuotena ja tulee myös olemaan tärkeä osa ruokapalvelun ja koko sairaanhoitopiirin viestintää. Annettujen vastausten mukaan varsinkin ruokapalvelun omien intranet-sivujen Trip-tietokanta on palvellut hyvin ruokapalvelun tarpeita. Intranetistä ja tarkemmin ruokapalvelun omista intranet-sivuista saadut kommentit viittaavat siihen, että intranetin sisältöön oltiin myös tyytyväisiä, niin tiedottamisessa kuin tiedon löytymisessä omaan työhön. Tosin yhdessä vastauksessa pohdittiin tiedon löytymisen tärkeyttä tulevaisuudessa, tiedon määrän jatkuvasti kasvaessa. Tätä ongelmaa valotettiin jo toisen tutkimuskysymyksen kohdalla, haettaessa vastausta siihen, millainen on hyvä intranetin sisältö. Positiivista palautetta intranetistä tietopankkina esitettiin muun muassa seuraavin kommentein:

”Hyvä viestintäkanava silloin kun halutaan tiedottaa isoa asiakaskuntaa. Lisäksi trip arkisto on erittäin hyvä yhteisten asioiden ylläpitoalue.”

”Kaikki julkiset asiakirjat olisi hyvä saada Santraan, niin löytyisi samasta paikasta. Tosin täytyisi myös muistaa siivota aika ajoin - esim. laittaa vuosittain kansioihin.”

”Ruokapalvelun omat sivut hyvä, varsinkin trip, josta löytyy hyvin tietoa omaan työhön.”

Intranetin käytöstä ”Ei kokemusta” -kommentti kuvastanee sitä, että intranet ei näyttänyt olevan käytännön työtehtävien hoitamisen kannalta olennaisin viestintäkanava, vaikka se koettiin hyvin tärkeäksi tiedonhakukanavaksi. Intranet koettiin kuitenkin suurelta osin, niin lähdeaineistosta saatujen alkuoletusten kuin vastaajien kommenttien perusteella, hyvin tärkeäksi tiedon ylläpitoaikaksi ja työvälineeksi. Intranetiä haluttiin myös edelleen kehittää entistä palvelevammaksi ja työtehtäviä helpottavammaksi viestintäkanavaksi.

Kokonaisuudessaan, tutkimuskysymysten valossa, intranet Santra on vastaajien mukaan tehokas viestintäkanava ja väline. Intranetin tärkeyteen muun verkkoviestinnän

kehittämisen ohella viittaa myös ruokapalvelun sihteerin esittämät tulevaisuuden visiot:

Suunnittelempa parhaillaan Caterinan omia www-sivuja, jotta asiakas löytäisi meidät helpommin (suora osoite, ei missään ksshp:n sisällä). Jatkossa varmaan shp:n www-sivuilta tulee siis linkki Caterinan www-sivuille.

Santraa varmaan käytämme jatkossakin shp:n sisäisessä viestinnässä ja ehkä sieltäkin linkki meidän omille sivuille, niin ei tarvitse kaikkea muistaa päivittää moneen kertaan. Santraan siis jäisi vain se tieto, joka koskee pelkästään sairaanhoitopiiriä. Ja Santraan jäävät sitten myös ne Caterinan oman henkilökunnan sivut eli Trip-arkisto, jota toivottavasti käytämme jatkossa enenevässä määrin.

10 TUTKIMUSKYSYMYSTEN ANALYSOINTI

Tässä osiossa pyritään vastaamaan tämän koko tutkimuksen alussa määriteltyihin kolmeen tutkimuskysymykseen. Tutkimuskysymyksiä tarkastellaan myös teoreettisesta näkökulmasta katsottuna.

10.1 Millainen on organisaation viestintäkanavien käyttö?

Haastattelujen ja etenkin intranetissä toteutetun kyselytutkimuksen vastausten ja teorian perusteella organisaation viestintäkanavien tulisi tukea organisaation toiminta-ajatusta, päämääriä aina organisaation johdosta työntekijätasolle saakka. Intranetin ei pitäisi olla teknisistä lähtökohdista toteutettava tiedon säilytyspaikka, vaan sen on tuettava myös organisaation perinteisiä, ei digitaalisia viestintämuotoja.

Viestintä on avainasia niin yritysten kuin organisaatioidenkin toiminnassa. Viestintäkanavien kohdalla voidaan pikemminkin tutkia eri viestintäkanavien soveltuvuutta organisaation toimintaan. Mitä suuremmasta organisaatiosta on kysymys, sitä haastavampaa ja monimutkaisempaa viestintä voi olla. Organisaatioissa on omat viestintäsääntönsä ja käytäntönsä. Useasti organisaation eri osastojen välillä on omat ja varsin tehokkaatkin viestintäkanavat käytössä. Ongelmaksi voi muodostua tiedon kulkeminen eri osastojen välillä. Tuotannon puolella on omat jokapäiväiset kiireensä. Raaka-aineiden on tultava ajoissa tuotantoon ja itse tuotannon on toimittava rutiininomaisen tehokkaasti. Tiedon saanti ja välittyminen ajoissa on myös tuotannon puolella todella tärkeää. Esimerkiksi johdon ja markkinoinnin tehtävät painottuvat enemmän viestinnälliseen osaamiseen. Kaikkien sidosryhmien työssä korostuu viestintäkanavien käytön nopeus ja tehokkuus.

Nykyään intranet on melkein pä itestään selvyys etenkin suurissa organisaatioissa. Perinteisen seinällä olevan ilmoitustaulu on voinut hävitä käytöstä lähes kokonaan sähköisen ilmoitustaulun korvattua sen. Kaikkea tietoa ei aina jaksa etsiä edes sähköisessä muodossa, jos kyseessä on esimerkiksi päivän ruokalistan katsominen. Paperiset

ruokalistat voivat olla jossain lähellä henkilöstöruokalaa, josta voi vielä tarkistaa päivän tai viikonkin tarjonnan. Organisaation viestintäkanavia ja niiden käyttöä tutkitessa auttaa suuresti, jos on perehtynyt työn kautta organisaation toimintaan. Tällöin pystyy helpommin havainnoimaan ja ymmärtämään organisaation viestinnän käytännöt. On myös helpompi huomata viestinnän puutteet ja myös organisaation toiminnan kannalta toimiva viestintä. Ajan hermoilla pysymiseen niin viestinnässä, kuin liiketoiminnassa vaikuttaa myös kokonaistalouden kehitys. Ymmärretäänkö organisaation viestinnän merkitys vasta laman kourissa kamppaillessa, kuten (Dyer 2008) asian kiteyttää:

”Is this recession where everyone finally realizes that the communication function is vital to getting an organization through hard times. ...”

10.2 Millainen on hyvä organisaation intranetin sisältö?

Intranetin sisällön tulee olla organisaation toiminnan kannalta merkityksellistä, ajantasaista ja myös kiinnostavaa, jotta intranetiä voitaisiin hyödyntää organisaation eri toiminnoissa mahdollisimman tehokkaasti. Intranetin pitää olla myös viihdyttävä. Pirstystä työpäivään voi tuoda esimerkiksi siellä oleva kirpputori- ja vapaa-ajan keskustelupalsta. Näitä myös usein tarjotaan sekä yritysten että organisaatioidenkin intranetisivuilla. Parhaimmillaan intranet on nopea, paikka- ja aikasitoutumaton viestintäkanava, joka tarjoaa myös olennaista ja monipuolista informaatiota koko organisaation henkilöstölle.

Intranetin sisältö ei saisi paisua hallitsemattomaksi ja sokkeloiseksi tieto- ja viestintäväyläksi. Pienemmissä organisaatioissa, joissa ei ole kuin yksi sisällön päivittäjä, tätä ongelmaa ei niin helposti todennäköisesti synnykään. Kun viestinnän säännöt ovat selkeät ja intranetin sisältöön, ylläpitoon ja intranetin kokonaisuuteen liittyvät säännöt luodaan alusta alkaen selkeiksi ja noudatettaviksi, intranetin organisointi pysyy paremmin hallinnassa ja palvelee yrityksen prosesseja kaikilla tasoilla. Kaikesta huolimatta ison organisaation, ehkä vähemmässä määrin pienen organisaation, intranet voi paisua hallitsemattomaksi tietopankiksi, josta on vaikea löytää haluttuja tietoja.

10.3 Miten intranet vaikuttaa organisaation toimintoihin?

Intranetin suunnittelun lähtökohtien tulisi olla mietitty nimenomaan organisaation tarpeiden pohjalta. Organisaatiota ei tulisi ohjata intranetin tekniikan, ominaisuuksien tai toiminnallisuuksien mukaan, vaan intranetin pitäisi muotoutua organisaation tarpeiden ja prosessien mukaan ja tukea muiden viestintäkanavien käyttöä. Wikipediassa (2009) mainitaan, kuinka useimmat organisaatiot näkevät intranetin strategisen merkityksen organisaation menestymiselle ja näin ollen panostavat huomattavia voimavaroja intranetin suunnitteluun ja toteuttamiseen. Koska intranetin tulisi olla johdon strateginen työkalu, pitäisi organisaation johdon olla sitoutunut intranetin käyttämiseen ja kehittämiseen. Tämän tutkimuksen kohteena olevan organisaation johtoon katsotaan läheisesti kuuluvan esimiestason ja vastaavan toimenkuvan henkilöt.

Intranetin asiallisen ja ajantasaisen sisällön ylläpitäminen ja muokkaaminen vaatii myös työtä. Sivuston ylläpitämiselle tulisi olla tarpeeksi aikaa. Kun intranet rakennetaan yrityksen tarpeet huomioiden, intranetin ylläpitokin nähdään tärkeänä osana organisaation jokapäiväistä toimintaa. Intranet ei ole kaiken alku tai loppu, vaan sen tulisi olla tärkeänä osana yrityksen muita toimintoja. Koska intranetin tulisi olla strateginen väline, on perusteltua tutkia myös intranetin vaikutusta henkilöstön työhön.

Intranetistä tulisikin löytää mahdollisuuksia hyödyntää sitä nopeana viestinnän väylänä ja myös koko organisaation viestinnän yhtenäistäjänä. Jos organisaation toiminnot sujuvat jouhevasti esimerkiksi palavereissa, sähköpostilla tai myös muita organisaation käyttämiä perinteisiä viestintäkanavia käyttäen, ei ole järkevää syrjäyttää niitä uusilla ja teknisesti tehokkailla digitaalisilla viestintävälineillä ja -kanavilla. Kun intranet on otettu organisaation käyttöön muiden viestintäkanavien rinnalle, olisi hyödyllistä jos aikaa ja resursseja käytettäisiin tämänkin viestintäkanavan käytön tutkimiseen. Jos esimerkiksi organisaation toiminnassa on tapahtunut muutoksia, voitaisiin löytää intranetistäkin uusia hyödyntämisen alueita. Jos taas jostain intranetin osiosta ei ole hyötyä organisaation toiminnassa, se osa voitaisiin vaikka jättää pois. Tällöin voitaisiin helpottaa sivuston sisällön ylläpitäjän työtä, jos tietoa ei esimerkiksi enää jostain syystä tarvita.

11 OPINNÄYTETYÖN POHDINTA JA TULEVAISUUDEN KEHITTÄMISNÄKYMÄT

Jo työharjoittelun aikana tuli selvästi esille se, että ruokapalvelulla oli suuri tarve saada paperiset muistiot, ohjeet ja muut työssä tarvittavat dokumentit sähköiseen muotoon. Ison organisaation eri yksikköjen välinen viestintä yksinomaan paperisina tiedotteina ja dokumentteina oli työllistävää ja myös hidasta. Jokaisen viestintäkanavan kohdalla tapahtuu joskus tiedonkatkoksia, viesti ei mene perille tai se ei tavoita kohderyhmäänsä ajoissa. Viesti voi myös vääristyä tai muuta vastaavaa.

Tutkimuksen tuloksista on konkreettisesti todettavissa saavutetut hyödyt ensisijaisesti ruokapalvelun sisäisen viestinnän tehostumisena, etenkin dokumenttien löytymisenä helposti ja keskitetysti samasta paikasta, tietojen ajantasaisuutena ja tiedonsaannin nopeutena. Koska ruokapalvelulla ei ollut omia intranet-yksikkösivuja, sähköinen viestintä tapahtui pitkälti sähköpostin avulla. Ruokapalvelun liikelaitostuminen sairaanhoitopiiriin kuuluvana itsenäisenä, tulosvastuullisena yksikkönä antoi hyvän lähtökohdan ruokapalvelun oman viestinnän tehostamiselle ja täten oman intranet sivuston rakentamiselle. Samalla kun ruokapalvelun oman yksikköjen sisäinen viestintä tehostuu, sillä on myös ilmeisen selvä vaikutus ulkoisen viestinnän tehostumiseen ja kehittämiseen.

Vuoden 2003 haastattelu saatiin toteutettua työn lomassa ja tiimipalavereissa ruokapalvelun johdolle. Myös sairaanhoitopiirin tietohallinnon edustajia oli yhteistyössä mukana, kun intranet-sivustoa ja intranetin sisältöä suunniteltiin ja vuoden 2003 kysely toteutettiin sairaanhoitopiirin intranettiin ruokayhdyshenkilöille ja osastonsihteeille. Kyselyn tulokset olisi voitu siirtää suoraan esimerkiksi SPSS-ohjelmaan ja analysoida kvantitatiivisesti, lukuun ottamatta avoimia kysymyksiä. Tämän kaltaista analysointia ei kuitenkaan toteutettu, vaan käytettiin Excel-pylväsdiagrammeja havainnollistamaan kvantitatiivisesti mitattavia tuloksia. Ruokayhdyshenkilöille ja osastonsihteeille ei suoritettu uusintakyselyä, koska tutkimuksen pääpaino oli ruokapalvelun esimiestason viestinnän tutkimisessa. Lisäksi tutkimus olisi paisunut aivan liian laajaksi, eikä uusintakyselyn toteuttamiseen näin ollen ollut mahdollisuutta lähinnä aika- ja voimavararesurssien puutteen vuoksi. Aineistoa olisi voitu myös ristiintaulukoida, suorittaa jokin riippumattomuustesti ja mahdollisesti luokitella aineisto uudelleen esi-

merkiksi vastausvaihtoehtojen määrän suhteen. Riippumattomuutta olisi voitu tutkia esimerkiksi siitä, että onko vastaajien asemalla vaikutusta ruokapalvelun kanssa käytettyjen viestintäkanavien suhteen.

Tämän tutkimuksen aloitus vuonna 2003 ajoittui sopivasti Keski-Suomen sairaanhoitopiirin viestintäohjelman uudistamisen tienoille, joka aloitettiin vuonna 2002 ja joka jatkui vuoden 2003 puolelle. Viestinnän menetelmien kehittymisen myötä oli tarve saada myös yksikkökohtaiset intranet-sivustot käyttöön. Oli mielenkiintoista kokea, kuinka isossa organisaatiossa eri yksikköjen kesken asiat hoidettiin puolin ja toisin ilman omia intranet-sivustojakin. Myös joulukuussa 2008 aloitettu loppukysely ruokapalvelun johdolle sujui kätevästi sähköpostin kautta ruokapalvelun sihteerin avustuksella.

Koko tutkimuksen toteuttaminen yli viiden vuoden aikana ei kuitenkaan ollut ongelma, koska ruokapalvelun johdolle vuonna 2003 tehdyn haastattelun tulokset esitettiin asianosaisille heti tutkimuksen jälkeen. Työkokemuksen, haastattelun ja kyselyistä saatujen tulosten pohjalta oli tärkeää ensin saada ruokapalvelun omat dokumentit sähköiseen muotoon ja intranetiin. Enemmänkin tutkijan omana huolenaiheena oli ruokayhdyskunnille ja osastonsihteeille sairaanhoitopiirin intranetin kautta vuonna 2003 toteutetun kyselytutkimuksen tarkemman analyysin julkaisematta jääminen. Tulokset saatiin kuitenkin analysoitua riittävän tarkasti tutkimuksen edetessä.

Osastonsihteeille ja ruokayhdyskunnille ei enää toteutettu uutta kyselyä vuoden 2008 loppukyselyn yhteydessä, koska koko tutkimuksen painopiste oli enemmän ruokapalvelun oman henkilökunnan näkemyksillä ja kokemuksilla ruokapalvelun omien yksikkösivujen rakentamisesta. Vuonna 2003 tehty kysely enemmänkin vahvisti käytännön työn kautta saatuja kokemuksia ruokapalvelun kanssa viestimisestä. Saaduissa vastauksistahan ei saatu mitään toisistaan erityisen poikkeavaa, lisätutkimusta ja pohdintaa vaativaa informaatiota.

Vuoden 2008 lopussa tehdyssä loppukyselyssä ruokapalvelun johdolle kysymyksiä oli kaksi neljän sijaan, koska vuoden 2003 kyselyä haluttiin tiivistää ja näin helpottaa kynnystä vastata loppukyselyyn. Lisäksi ensimmäisessä haastattelussa huomattiin, että vastaajilla ei tahtonut löytyä aikaa vastaamiseen, vaikka ruokapalvelun johto piti haastattelua ja koko tutkimusta tärkeänä. Intranet-sivut sisältöineen oli kunkin yksikön

tehtävä itse. Työharjoittelun ja työnteon ohella ruokapalvelun intranet-sivuston suunnittelu ja rakentaminen sujui luontevasti. Sivuston suunnittelu sivustoiheen, ja pääpiirteissään myös sisältöineen saatiin tehtyä suunnitellun aikataulun mukaisesti. Sivusto valmistui ruokapalvelussa työskentelyn aikana ja sairaanhoitopiirin viestintä- ja intranet-projektien tavoitteita ja aikatauluja mukaillen. Kokonaisuudessaan tutkimuksen tekeminen vaati opinnäytetyöhön suunnitellun 15 opintopisteen työn. Vaikka opinnäytetyön teossa olikin viiden vuoden tauko, tutkimus valmistui noin puolessa vuodessa työn ohella sekä päätoimisesti opiskellen.

Tutkimuskysymykset tukivat riittävän hyvin koko tutkimuksen toteuttamista. Tutkimuskysymykset auttoivat intranetin sisällön suunnittelussa ja eri tutkimusvaiheiden toteuttamisessa ja tutkimuksen kulun seurannassa. Kysymykset olivat lähinnä syventävän pohdinnan apuna koko tutkimuksen toteutuksessa. Tutkimuksen teon kannalta oli varsin palkitsevaa löytää eri lähteistä tukea oman tutkimuksen toteutuksessa. Tietoa löytyi itse asiassa usein juuri oikeaan aikaan niistä asioista joista tuntui, että ne liittyivät kulloiseenkin tutkittavaan asiaan.

Jo työskennellessäni ruokapalvelussa vuonna 2003 tuli esille myös talousviestinnän kehittämistarvetta. Määrät eivät menneet suoraan seurantaan, vaan ne saatiin kappalemäärinä eri osajärjestelmästä. Näistä kaikista järjestelmistä suoraan saatavat ATK-raportit helpottaisivat talousviestintää. Kun tiedot saataisiin vietyä myös intranettiin, se voisi tuoda merkittävää ajansäästöä tietojen vaivattomampana ja nopeampana saamisena johdon käyttöön ja päätöksentekoon.

Kassajärjestelmän osan kehittämistarve tuli esille palaverissa ruokapalvelun sihteerin kanssa (Viinikainen 2008). Tuotannon puolen tietokoneohjelmien tai joidenkin moduulien liittäminen intranettiin voisi tuoda hyötyä sekä tuotantoon että tilaajapuolelle. Näin ollen jatkotutkimuksen kannalta olisi mielenkiintoista perehtyä ruokapalvelun ulkoisen viestinnän tutkimiseen ja kehittämiseen.

Tutkimuksen ja sen aikana toteutettujen käytännön hyötyjen lisäksi tutkimus antaa kokonaiskuvan ruokapalvelun viestinnästä ja myös jatkokehittämistarpeista. On huomioitava, että tämän tutkimuksen laadulliset ja määrälliset arvot ovat luonteeltaan subjektiivisia. Kaikkien toiveita ja tarpeita ei voida huomioida tasapuolisesti. Toivon, että tämä tutkimus antaa tarpeen mukaan virikkeitä viestinnän edelleen tutkimiseen ja

kehittämiseen, ja että intranet mahdollistaa entistäkin paremmat edellytykset viestinnällisten ja strategisten haasteiden ratkaisemiseen.

LÄHTEET

- Clason, M. & Ek, J. 1999. Intranet. Organisaation sisäisen kommunikaation toteuttaminen internet-tekniikan avulla. Opi helposti intranet. Vantaa: Schildts Kustannus – Pagina.
- Dyer; K. December 2008/January 2009. SCM, Vol. 13, issue 1. Change: the hidden opportunity for Communicators. Viitattu 7.2.2009. <http://janet.amkit.fi>, JaNet-tietokanta, E-aineisto, lehdet.
<http://proquest.umi.com.ezproxy.jamk.fi:2048/pqdweb?did=1633743641&sid=1&Fmt=6&clientId=47006&RQT=309&VName=PQD>
- Hannus, J., Huomo, T., Korhonen, J., Kortensniemi, A., Lamminmäki, S., Mäkelin, M. & Vuoria, A. 1996. Internet ja intranet yritystoiminnassa. Visio, soveltamiskohteet, tekniikat, menetelmät. Espoo: HM&V Research.
- Heikkilä, T., 2005, 18. Tilastollinen tutkimus. 5 – 6 . painos. Helsinki: Edita Prima.
- Hirsjärvi, S., Remes, P. & Sajavaara, P. 2004. Tutki ja kirjoita. Helsinki: Kustannusosakeyhtiö Tammi.
- Häyrynen, E. & Juutilainen, A. 2002. Santra- ja Medikesopas 9, 3. Keski-Suomen sairaanhoitopiiri Tietohallinto.
- Jussila, M. & Leino, A. 1999. Net. Verkkoviestinnän käsikirja. Hämeenlinna: Karisto.
- Juutilainen, A. 2003. Keski-Suomen sairaanhoitopiiri, tietohallinto. Palaveri/haastattelu ruokapalvelukeskus Caterinassa 11.11.2003.
- Havia, M.-L. 5.11.2003. Jyväskylä. Jyväskylän kaupungin tiedotuslehti. Pääkirjoitus. Liikelaitostaminen osa kaupungin toimintojen organisointia. 7, 2.
- Järvinen, P. & A. 2004. Tutkimustyön metodeista. Tampere: Opinpajan kirja.
- Keski-Suomen sairaanhoitopiiri. Sairaanhoitopiiri. Tiedotus- ja viestintä. Viitattu 25.9.2003. www.ksshp.fi.
- Keski-Suomen sairaanhoitopiiri joulukuu 2004. Mitä kuuluu –henkilöstölehti 8, 9. Viitattu 20.12.2008.
<http://www.ksshp.fi/Public/download.aspx?ID=3483&GUID={a4807f8b-f886-4401-9541-de12d8f8d3fb}>
- Keski-Suomen sairaanhoitopiiri. Internet-sivut. Ruokapalvelu Caterina, 2008. Viitattu 13.9.2008.
<http://www.ksshp.fi/Public/default.aspx?contentid=2471&nodeid=24777&templateid=-1>.
- Keski-Suomen sairaanhoitopiiri. Sairaanhoitopiirin viestintä. Strategia ja ohjeet 2003 - 2007. Viitattu 13.9.2008.

<http://www.ksshp.fi/Public/download.aspx?ID=3437&GUID={a959493e-921c-4777-ae5-4af971203b7b}>).

Keski-Suomen sairaanhoitopiiri. Verkkoviestinnän ohjeet 12.6.2004, tarkennukset 4.4.2007. Viitattu 29.9.2008.

<http://www.ksshp.fi/Public/download.aspx?ID=3439&GUID={84bb0b91-37a5-496d-b25f-e32853dcd224}>).

Keski-Suomen sairaanhoitopiiri. Viestintä sairaanhoitopiirissä. Viitattu 24.9.2008.

<http://www.ksshp.fi/Public/default.aspx?nodeid=24905&culture=fi-FI&contentlan=1>.

Keskikiikonen, M., 2001. AB+ Trainer – Tietokannat Access. Edita Oyj, IT Press. Jyväskylä: Gummerus Kirjapaino Oy.

Kuivalahti, T. & Luukkonen, J. 2003. Intra. Inforviestintä.

Kärkkäinen, M.-L. Keski-Suomen sairaanhoitopiiri joulukuu 2002. Mitä kuuluu – henkilöstölehti, 8, 5.

Lilja, T., 2003 Keski-Suomen keskussairaala, Tietohallinto. Ohjelmointikoodiesimerkki kyselytutkimuksen tietojen tallennuksesta SQL-tietokantaan. Vs: Sähköpostiviesti 1.12.2003. Vastaanottaja: V. Ahonen.

McGovern, G. 2002. New Thinking: Intranet communication versus traditional communication. Viitattu

20.12.2008. http://www.gerrymcgovern.com/nt/2002/nt_2002_11_25_intranet_questions.htm.

McGovern, G. 2004. New Thinking: Technology not answer to every problem. Viitattu 20.12.2008.

http://www.gerrymcgovern.com/nt/2004/nt_2004_12_06_technology.htm.

McGovern, G. 2005. New Thinking: Why is corporate communications seen as fluffy?

Viitattu 20.12.2008 <http://www.gerrymcgovern.com/nt/2005/nt-2005-10-03-corporate-communications.htm>.

Nielsen, J., 2000. WWW-suunnittelu. Alkuperäisteoksen nimi on Designing Web Usability. Authorized translation from the English language edition published by New Riders Publishing. IT Press.

Nielsen, J, 2009. 10 Best Intranets of 2009. Personalization and Customization. Viitattu 1.2.2009. http://www.useit.com/alertbox/intranet_design.html.

Nikkilä, T. & Malmirae P. 1999. Internet. Internetin peruskirja. Porvoo: WSOY.

Samela, J. 1999. Internet - nettijärjestelmän rakentaminen. Helsinki: IT Press.

Silvasti, S. 2009. Keski-Suomen sairaanhoitopiiri liikelaitos MediKes, keskussairaala, järjestelmäasiantuntija. Santran rakenteesta. Sähköpostiviesti 28.1.2009. Vastaanottaja: V. Ahonen.

Sitra (Suomen itsenäisyyden juhluvuoden 1967 rahasto SITRA), 1990. Uusi viestintä. Viestinnän uudet tuotteet ja palvelut. Osaraportti 4:Viestinnän kokonaiskehitys. Jyväskylä: Gummerus Kirjapaino Oy.

Viinikainen, S. 2008. Palaveri. Keski-Suomen sairaanhoitopiiri, ruokapalvelu Caterina, toimistosihteeri. Vs: Santran yksikkösivut. Sähköpostiviesti 6.8.2008. Vastaanottaja: V. Ahonen.

Viinikainen, S. 2009. Keski-Suomen sairaanhoitopiiri, ruokapalvelu Caterina, toimistosihteeri. Vs: Tulevaisuuden visiot. Sähköpostiviesti 28.1.2009. Vastaanottaja: V. Ahonen.

Wiio, O. 1994. Johdatus viestintään. Weilin+Göös. Porvoo: WSOY.

Wikipedia. <http://en.wikipedia.org/wiki/Intranet>. Viitattu 8.2.2009.

LIITTEET

Liite 1. Kysely osastonsihteereille ja ruokayhdyshenkilöille



Tervetuloa vastaamaan Ruokapalvelun sisäisen ja ulkoisen viestinnän kehittämis -kyselyyn.

Ikkuna kannattaa suurentaa koko työpöydän kokoiseksi, jotta lomake näkyy paremmin.

Koska vastaaminen tapahtuu nimettömänä, pidä huoli että vastaat kyselyyn vain kerran.

Aloita tästä

Jos lomakkeen käytössä tulee ongelmia, ota yhteyttä atk-suunnittelija Tomi Liljaan, p. 2906



RUOKAPALVELUN SISÄISEN JA ULKOISEN VIESTINNÄN -KYSELY

Vastaaaja:

- Sihteeri
 Ruokayhdyshenkilö

1. Valitse kunkin viestintäkanavan kohdalla sopivin vaihtoehto yhteydenpidossa ruokapalvelun henkilökuntaan

sähköposti

- Ei koskaan Joskus Melko usein Usein

kirjeposti tms.

- Ei koskaan Joskus Melko usein Usein

puhelin yhteydenpidossa ruokapalvelun henkilökuntaan

- Ei koskaan Joskus Melko usein Usein

tulostin (tulostat ruokapalvelun kirjoittimelle tms.)

- Ei koskaan Joskus Melko usein Usein

palaverit, kokoukset, tiedotus- ja koulutusilaisuudet

- Ei koskaan Joskus Melko usein Usein

keskustelu

- Ei koskaan Joskus Melko usein Usein

muu, mikä kanava?

- Ei koskaan Joskus Melko usein Usein

Kommentoi, jos et käytä jotain edellä mainituista viestintäkanavista yhteydenpidossa ruokapalveluun.

Asiaan liittyvät muutkin kommentit tervetulleita!

2. Missä määrin kysyt tietoa ruokapalvelun henkilökunnalta

Caterinan palveluista?

- Ei koskaan Joskus Melko usein Usein

jos kysyt, niin missä määrin koet saavasi tietoa tässä asiassa?

- Ei saa tietoa Liian vähän Jokseenkin riittävästi Täysin riittävästi

Caterinan aukioloajoista?

- Ei koskaan Joskus Melko usein Usein

jos kysyt, niin missä määrin koet saavasi tietoa tässä asiassa?

- Ei saa tietoa Liian vähän Jokseenkin riittävästi Täysin riittävästi

Caterinan tuotteiden, aterioiden hinnoista?

- Ei koskaan Joskus Melko usein Usein

jos kysyt, niin missä määrin koet saavasi tietoa tässä asiassa?

- Ei saa tietoa Liian vähän Jokseenkin riittävästi Täysin riittävästi

Caterinan tuotteiden ostomahdollisuudesta?

- Ei koskaan Joskus Melko usein Usein

jos kysyt, niin missä määrin koet saavasi tietoa tässä asiassa?

- Ei saa tietoa Liian vähän Jokseenkin riittävästi Täysin riittävästi

Vierastarjoiluihin liittyvistä asioista?

- Ei koskaan Joskus Melko usein Usein

jos kysyt, niin missä määrin koet saavasi tietoa tässä asiassa?

- Ei saa tietoa Liian vähän Jokseenkin riittävästi Täysin riittävästi

Kabinettien varauksista (esim. hintatietoja)?

- Ei koskaan Joskus Melko usein Usein

jos kysyt, niin missä määrin koet saavasi tietoa tässä asiassa?

- Ei saa tietoa Liian vähän Jokseenkin riittävästi Täysin riittävästi

Johonkin tiedotteeseen tai ohjeeseen liittyvästä asiasta?

- Ei koskaan Joskus Melko usein Usein

jos kysyt, niin missä määrin koet saavasi tietoa tässä asiassa?

- Ei saa tietoa Liian vähän Jokseenkin riittävästi Täysin riittävästi

Ruokapalvelun henkilöiden nimiä, osoitteita, puhelinnumeroita tms.?

- Ei koskaan Joskus Melko usein Usein

jos kysyt, niin missä määrin koet saavasi tietoa tässä asiassa?

- Ei saa tietoa Liian vähän Jokseenkin riittävästi Täysin riittävästi

Kuka vastaa mistäkin asiasta?

- Ei koskaan Joskus Melko usein Usein

jos kysyt, niin missä määrin koet saavasi tietoa tässä asiassa?

- Ei saa tietoa Liian vähän Jokseenkin riittävästi Täysin riittävästi

Fleximin käytöstä?

- Ei saa tietoa Liian vähän Jokseenkin riittävästi Täysin riittävästi

jos kysyt, niin missä määrin koet saavasi tietoa tässä asiassa?

- Ei saa tietoa Liian vähän Jokseenkin riittävästi Täysin riittävästi

3. Muuta kommentoitavaa viestinnästä ruokapalvelun kanssa.

(Esim. Onko mielestäsi jokin viestinnän keino, jota toivoisit käytettävän enemmän työssäsi yhteydenpidossa ruokapalveluun?)

4. Minkä kanavan kautta löydät tietoa ruokapalvelusta

puhelimitse henkilökunnalta

Ei koskaan Joskus Melko usein Usein

kysymällä henkilökunnalta

Ei koskaan Joskus Melko usein Usein

kirjalliset tiedotteet

Ei koskaan Joskus Melko usein Usein

ilmoitustaulu (seinällä oleva)

Ei koskaan Joskus Melko usein Usein

ruokavaliokäsikirja

Ei koskaan Joskus Melko usein Usein

Internet

Ei koskaan Joskus Melko usein Usein

Viikkotieto

Ei koskaan Joskus Melko usein Usein

Mitä kuuluu -henkilöstölehti

Ei koskaan Joskus Melko usein Usein

Muu mikä?

Ei koskaan Joskus Melko usein Usein

Valmis



Kiitos vastauksestasi! Lomake on toimitettu jatkokäsiteltäväksi.

Voit sulkea tämän ikkunan.

Liite 2. Kyselyn tietojen tallennus SQL-tietokantaan (Lilja, T., sähköposti 2003)

Excel-taulukot ohessa. Jos joku menee vielä vastaamaan kyselyyn, tulee ilmoitus että kysely on päättynyt.

Sql-kantaan tallennus tehdään lyhyesti kuvattuna näin:

- 1) tehdään sql-serverille tarvittaessa uusi kanta, tai ainakin uusi taulu kyselyä varten (tarvittavine kenttineen jne.)
- 2) tehdään tarvittaessa palvelimelle odbc-yhteys kantaan
- 3) sopivalla ohjelmointikielellä avataan kanta kirjoitusta ja/tai lukua varten koodissa, suoritetaan halutut sql-kyselyt ja lopuksi suljetaan yhteys kantaan.

Esimerkiksi ASP-koodilla (Active Server Pages) avaus voidaan tehdä esim. näin:

```
Set DBConn = Server.CreateObject("ADODB.Connection")DBConn.Open kanta,  
tunnus, salasana
```

missä kanta on sql-kannan nimi, ja tunnus ja salasana sellaiset joilla kantaa pääsee operoimaan.

Sen jälkeen voidaan tehdä sql-kyselyjä esim. näin:

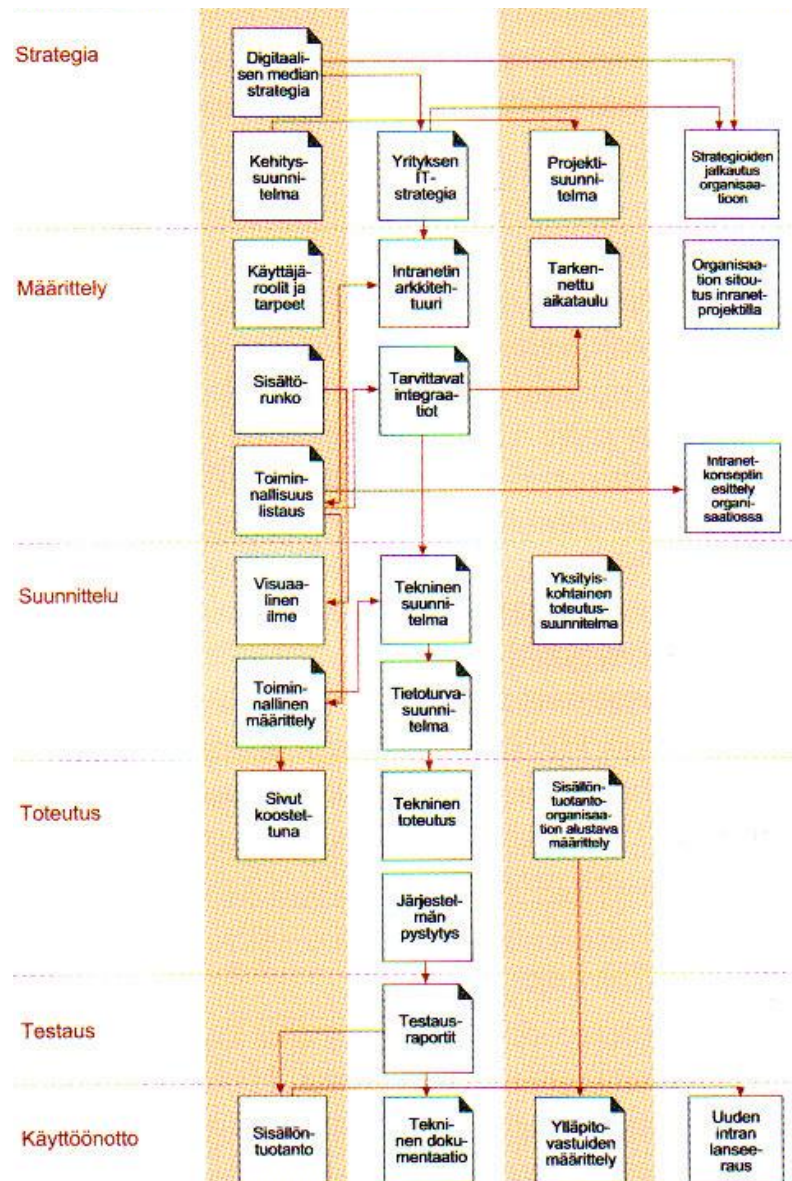
```
DBConn.Execute("SELECT * FROM testitaulu WHERE nimi = 'Tomi'")
```

Kyselyjen aineistoa tallettaessa käytetään toki INSERT-komentoja, joilla kyselylomakkeelta luettu data kirjoitetaan haluttuihin taulun kenttiin.

Ja lopuksi yhteys tietokantaan suljetaan:

```
DBConn.Close
```

Liite 3. Intranetprojektin vaihematriisi: vaiheiden eri lopputulokset ja niiden suhteet toisiinsa (Kuivalahti & Luukkonen 2003, 163)



Liite 4 Ruokapalvelun intranetin omasivun ulkoasun ja sisällön suunnittelumalli



Uutta / Ajankohtaista

Ruokapalvelun uudet intranet-sivut

Ruokapalvelun sivuja kehitetään parhaillaan.

Aloite/palaute



[Lähetä palautetta](#)

Muistio

[Jory](#)

Ohjeet

[Ruokavaliokäsikirja ruokapalvelulle](#)

[Evään käyttöohje](#)

[Omavalvonta](#)

[Perehdytys](#)

Esittelymateriaalit

[Organisaatiokalvot](#)

[PowerPoint-esitys](#)

Koulutukset

[Kalenteri](#)

[Ohjelmat](#)

Talous

[Osavuosisikatsaus](#)

Liite 5 Ruokapalvelun intranetin ulkoasun ja sisällön suunnittelu- malli sairaanhoitopiirin muille yksiköille



Uutta / Ajankohtaista

Ruokapalvelun uudet intranet-sivut

Ruokapalvelun sivuja kehitetään parhaillaan.

Yhteystiedot

[Henkilökunta](#)
[Puhelinluettelo](#)

[Palvelujen esittely](#)

Aloite/palaute



[Lähetä palautetta](#)

Ravintolat

[KS](#)
[KIS](#)
[HA](#)
[KVS](#)
[SIS](#)

Ohjeet

[Ruokavaliokäsikirja](#)
[Myslin käyttöohje](#)
[Äidinmaitokeskus](#)
[Flexim-ruokailujärjestelmä](#)
[Tarjoilutilaukset](#)
[Kabinettivaraukset](#)
[Ruoan lämpötilanmittauslomake](#)
[Omavalvontaohje](#)

Tiedotteet

[Ruokayhdyshenkilötoiminta](#)
