

YRITYKSEN SISÄISEN VIESTINNÄN VAIKUTUS TYÖTYTYVÄISYYTEEN

Janne Soininen

Tiivistelmä

Tekijä(t) Soininen, Janne	Julkaisun laji Opinnäytetyö, AMK Sivumäärä 55 sivua, 6 liitesivua	Valmistumisaika Syksy 2019
Työn nimi Yrityksen sisäisen viestinnän vaikutus työtyytyväisyyteen		
Tutkinto Tradenomi		
Tiivistelmä <p>Tämän opinnäytetyön tarkoituksena oli selvittää, miten sisäinen viestintä vaikuttaa työtyytyväisyyteen toimeksiantajayrityksessä. Lisäksi tutkittiin sekä sisäisen viestinnän että työtyytyväisyyden nykytilaa yrityksessä ja etsittiin mahdollisia kehityskohteita niihin liittyen.</p> <p>Työn teoriaosuus jaettiin kahteen osaan eli ensin käsiteltiin sisäisen viestinnän teoriaa ja sen jälkeen työtyytyväisyyden teoriaa. Sisäisen viestinnän osuudessa tarkasteltiin sen määritelmää, tavoitteita ja eri kanavia. Lisäksi käytiin läpi esimiesviestintää ja sisäisen viestinnän haasteita. Työtyytyväisyyden kohdalla käsiteltiin sen määritelmää, eri osa-alueita ja kahta tunnettua teoriaa. Myös työmotivaatiota tarkasteltiin tässä osuudessa.</p> <p>Tutkimusmenetelmänä käytettiin kvantitatiivista tutkimusmenetelmää. Tutkimus suoritettiin kyselylomakkeella, joka jaettiin henkilöstölle sähköpostin välityksellä. Tutkimus keskittyi nimenomaan työntekijän näkökulmaan, joten esimiehet ja organisaation johto jätettiin kyselyn ulkopuolelle.</p> <p>Tutkimuksen tulosten perusteella voidaan todeta, että sisäinen viestintä ja työtyytyväisyys toimivat melko hyvin kohdeyrityksessä. Tärkeimpinä kehityskohteina nähtiin sisäisen viestinnän kanavien monipuolisempi käyttö sekä ylipäättään selkeämpi ja avoimempi viestintätyyli. Täten henkilöstön olisi helpompi keskittyä itse työhön ja työtyytyväisyys paransi.</p>		
Asiasanat sisäinen viestintä, työtyytyväisyys, esimiesviestintä		

Abstract

Author(s) Soininen, Janne	Type of publication Bachelor's thesis	Published Autumn 2019
	Number of pages 55 pages, 6 pages of appendices	
Title of publication The effect of company's internal communication on job satisfaction		
Name of Degree Bachelor of Business Administration		
Abstract <p>The purpose of this study was to explore how internal communication affects job satisfaction in the case company. In addition, the thesis investigated the present state of internal communication and job satisfaction in the company and attempted to find out possible development areas concerning the two themes.</p> <p>The theoretical background of the thesis consists of two parts. The first part focuses on the definition and goals of internal communication as well as its different channels. Managerial communication and challenges in internal communication are also discussed in this part. The second part deals with job satisfaction and especially its definition, different sectors and two well-known theories. Work motivation is usually linked with job satisfaction and is therefore also included.</p> <p>The study used quantitative research methods. The data was collected by a questionnaire which was shared via email to the employees. Managers and directors were left out of the survey. 52 respondents out of possible 124 completed the survey which means that the response rate was 41,9 %. The study was carried out in autumn 2019.</p> <p>Based on the results of the study, it can be concluded that the employees are mainly satisfied with the internal communication and job satisfaction in the case company. The study also showed that more channels of internal communication could be used besides email. This would help the employees to adopt new information better. In addition, communication could be clearer and more open. This would have a positive effect on job satisfaction.</p>		
Keywords internal communication, job satisfaction, managerial communication		

SISÄLLYS

1	JOHDANTO.....	1
2	SISÄINEN VIESTINTÄ.....	3
2.1	Sisäisen viestinnän määritelmä ja merkitys.....	3
2.2	Sisäisen viestinnän tavoitteet ja tehtävät	4
2.3	Sisäisen viestinnän kanavat.....	5
2.3.1	Suullinen viestintä.....	6
2.3.2	Kirjallinen viestintä	7
2.3.3	Sähköinen viestintä.....	8
2.4	Esimiesviestintä.....	11
2.4.1	Muutosviestintä.....	12
2.5	Haasteet ja ongelmakohdat sisäisessä viestinnässä.....	13
3	TYÖTYTYTYVÄISYYS.....	15
3.1	Työtyytyväisyyden määritelmä	15
3.2	Työmotivaatio	15
3.3	Maslowin tarvehierarkia	16
3.4	Herzbergin kahden faktorin teoria	18
3.5	Työtyytyväisyyden osa-alueet.....	18
3.5.1	Palkka ja palkitseminen	18
3.5.2	Työilmapiiri ja työympäristö.....	20
3.5.3	Tunnustukset ja palaute.....	21
4	TUTKIMUS	23
4.1	Tutkimusmenetelmät	23
4.2	Kyselylomake	23
4.3	Tutkimuksen suunnittelu ja toteutus	24
5	TUTKIMUSTULOKSET.....	26
5.1	Taustamuuttajat	26
5.2	Sisäinen viestintä.....	29
5.3	Työtyytyväisyys	38
6	JOHTOPÄÄTÖKSET JA KEHITYSEHDOTUKSET	50
7	YHTEENVETO	53
	LÄHTEET	54
	LIITTEET	56

1 JOHDANTO

Sisäisellä viestinnällä ja työtyytyväisyydellä on aina ollut iso rooli työelämässä, ja nykypäivänä se on jopa korostunut. Tietoa liikkuu eri kanavia pitkin suuria määriä päivittäin, joten yrityksillä tulisi olla selkeä suunnitelma siitä, mitä ja miten työntekijöille viestitetään. Työtyytyväisyydellä on puolestaan yhteys moneen työelämän ilmiöön, kuten työmotivaatioon, suoritusastoon ja henkilökunnan vaihtuvuuteen.

Tämän opinnäytetyön tavoitteena on tutkia toimeksiantajayrityksen sisäistä viestintää ja työtyytyväisyyttä. Työn toimeksiantajana toimi maailmanlaajuisesti operoiva kuljetus- ja logistiikka-alan yritys, joka työllistää noin 60 000 työntekijää yli 90 eri maassa. Tämä tutkimus suoritettiin kuitenkin yhtiön Suomen päätoimipisteessä, joka sijaitsee Vantaalla. Pää-tutkimusongelmana haluttiin selvittää, miten yrityksessä sisäinen viestintä vaikuttaa työtyytyväisyyteen. Alatutkimusongelmiksi muodostuivat seuraavat kysymykset:

- Mikä on sisäisen viestinnän ja työtyytyväisyyden nykytila yrityksessä?
- Miten sisäistä viestintää ja työtyytyväisyyttä voitaisiin tulevaisuudessa kehittää?

Aiheeni valinta opinnäytetyötä varten perustui osin siihen, että siitä ei aikaisemmin ollut tehty tutkimusta kohdeyrityksessä. Toisaalta sisäinen viestintä ja työtyytyväisyys ovat henkilökohtaisestikin kiinnostavia teemoja, joten näistä syistä valitsin työni aiheen. Koin, että varsinkin näin suuressa yrityksessä olisi tarvetta sisäistä viestintää ja työtyytyväisyyttä käsittelevälle tutkimukselle, sillä isossa työyhteisössä yksittäisen ihmisen mielipiteet eivät välttämättä nouse kovin helposti esiin. Lisäksi sisäinen viestintä ja työtyytyväisyys ovat aina ajankohtaisia aiheita, ja yritysten pitäisi ylipäättään kiinnittää niihin enemmän huomiota.

Opinnäytetyö koostuu kahdesta osasta: teoriaosuudesta ja tutkimusosuudesta. Sisäisen viestinnän osalta teoriaosuudessa käydään läpi sisäisen viestinnän määritelmää, merkitystä, tavoitteita ja sen eri kanavia. Lisäksi käsitellään esimiesviestintää ja sitä, millaisia haasteita sisäisessä viestinnässä voi kohdata. Työtyytyväisyyden teoriaosuudessa tarkastellaan työtyytyväisyyden määritelmää, kahta aiheeseen liittyvää teoriaa ja työmotivaatiota. Myös työtyytyväisyyden eri osa-alueita on käsitelty.

Tutkimusosuudessa hyödynnettiin kvantitatiivista tutkimusmenetelmää. Tutkimuksen suorittamista varten laadittiin kyselylomake, joka jaettiin sähköpostin välityksellä etukäteen rajatulle joukolle henkilöstöstä ja näin saatiin kerättyä tarvittava aineisto. Tutkimus keskittyi nimenomaan työntekijän näkökulmaan ja mielipiteisiin, joten esimiehille ja johdolle kyselylomaketta ei jaettu. Tutkimuksen tuloksista tehtiin johtopäätöksiä, joista ilmenivät sekä

hyvät että kehitettävät asiat toimeksiantajan sisäisestä viestinnästä ja työtyytyväisyydestä. Kehitettäviä kohteita varten pohdittiin keinoja niiden kohentamiseen, jotta yrityksen sisäisen viestinnän ja työtyytyväisyyden tasoa saataisiin nostettua entistä paremmaksi.

2 SISÄINEN VIESTINTÄ

2.1 Sisäisen viestinnän määritelmä ja merkitys

Sisäinen viestintä kuvaa työyhteisön tai mikä tahansa organisaation sisäistä tiedonkulkua ja vuorovaikutusta. Se on erittäin laaja ilmiö, jolla on vaikutusta kaikkiin yrityksen toimintoihin. Sisäistä viestintää pidetään olennaisena osa-alueena johtamisessa ja esimiestyössä ja sen tarkoituksena on myös hallita ja jalostaa tietoa sekä motivoida ja sitouttaa ihmisiä tehtäviinsä ja yhteisöönsä. (Juholin 1999, 13.)

Sisäinen viestintä muodostaa kokonaisvaltaisen viestinnän ytimen yrityksessä. Ytimen ympärille rakentuu ulkoinen viestintä, jolla tarkoitetaan markkinointiviestintää ja yritysviestintää. Sisäisen viestinnän onnistuminen näkyy heti yrityksen ulkopuolelle ja täten se vaikuttaa suuresti eri sidosryhmien mielikuvaan yrityksestä ja sen tarjoamista palveluista sekä tuotteista. Sisäisen viestinnän tulee siis tukea sekä markkinointi- että yritysviestintää. (Isohookana 2007, 221.)

Toimintaympäristö muuttuu yrityksissä jatkuvasti, joten hyvin tärkeää on muuttaa strategiaa ja toimintoja sen mukaan. Viestintä muutostilanteissa onkin yksi johdon ja esimiesten erityishaasteista. Ylipäätään eri osastojen ja funktioiden välisen viestinnän tulee toimia mallikkaasti, jos halutaan saavuttaa yhteiset tavoitteet. Sisäinen viestintä on asia, joka koskettaa kaikkia; johtoa, esimiehiä ja jokaista yksittäistä työntekijää. Se on viestintää ylhäältä alas ja alhaalta ylös sekä osastolta ja funktiolta toiselle. Siksi on tärkeää, että jokainen yksilö tuntee oman roolinsa ja vastuunsa sisäisen viestinnän kokonaisuudessa. (Isohookana 2007, 221-222.)

Yhteisön sisäiseen viestintään kuuluu yhteystoimintaa ja tiedotusta, joilla yhteisö pitää yhteyttä henkilöstöön ja välittää sanomia talon sisälle. Läheisesti sisäiseen viestintään liittyy myös sisäinen markkinointi, jonka avulla henkilöstölle tehdään tutuksi muun muassa yhteisön visio, arvot, tavoitteet, toiminta, tuotteet ja palvelut. Aloittavien työntekijöiden perehdyttäminen nähdään tärkeänä sisäisen viestinnän tehtävänä, kuten myös sisäinen luotaus, jolla tarkoitetaan henkilöstön ajatusten ja mielipiteiden kuuntelemista. Lisäksi sisäiseen viestintään kuuluu luonnollisesti työtiedotus, joka on pelkästään suoritukseen liittyvää tiedon välittämistä. (Siukosaari 2002, 65.)

Sisäistä viestintää kutsutaan myös nimellä työyhteisöviestintä. Työyhteisöviestinnän merkitys on korostunut yhteiskunnan ja työelämän suurten muutosten myötä. Globaalin maailman muutokset vaikuttavat jokaiseen, eivätkä työyhteisöt ole enää suljettuja tiloja. Työyhteisöjä ei voi myöskään rajata selkeästi, vaan työtä tehdään erilaisissa tiimeissä ja verkostoissa, jotka ylittävät organisaatorajoja. Viestintä on kehittynyt suuresti ajan saatossa ja

varsinkin viestintäteknologian kehitys on muuttanut käsitystä viestinnästä. Vanhanaikainen ylhäältä alas tiedottaminen ei enää toimi. Suomalaisissa työyhteisöissä liikutaan yhä enemmän kohti monikulttuurisuutta, ja maantieteellisestä läheisyydestä huolimatta kulttuurierot voivat olla huomattavia, mutta ne pitää kuitenkin hyväksyä. Organisaatioiden laajentuessa kohdataan vielä suurempia haasteita, kun yhteistyö eri kulttuurien kanssa alkaa. (Juholin 2009a, 140.)

2.2 Sisäisen viestinnän tavoitteet ja tehtävät

Sisäinen viestintä on työyhteisön viestinnän tärkein osaamisalue ja tavoitteellinen toiminto, ja sen merkitys on kasvanut jatkuvasti. Yhteisön sisäisellä viestinnällä lisätään tietoisuutta ja tunnettavuutta koko henkilöstön keskuudessa, jotta voidaan vaikuttaa seuraaviin asioihin:

1. työ- ja talohingun vahvistaminen
2. yhteistyön tehostaminen
3. tuloksenteon varmistaminen
4. työilmapiirin ja me-hengen parantaminen
5. yhteisökuvan rakentaminen
6. oikean tiedon ja ilmapiirin välittyminen henkilölähiverkoille (Siukosaari 2002, 65.)

Kortetjärvi-Nurmen, Kurosen ja Ollikaisen (2008, 106.) mukaan sisäisen viestinnän tavoitteet voidaan jakaa karkeasti kolmeen osaan: tiedonkulku, vuorovaikutus ja sitoutuminen. Sisäisellä viestinnällä varmistetaan, että jokainen saa kaipaamansa tiedot tehtävän suorittamista varten tai että tiedot ovat helposti löydettävissä. Viestinnän tavoite on myös varmistaa, että henkilö tuntee työnsä olevan merkittävää, jotta hän voi mieltää itsensä osaksi yksikköä ja yrityksen kokonaisuutta. Viestinnän avulla on koko ajan pyrittävä vaikuttamaan siihen, että kaikki henkilöstössä havaitsevat omien työtehtävien tärkeyden suhteessa koko yrityksen tehtäviin ja tavoitteisiin.

Toinen oleellinen tavoite sisäisessä viestinnässä on luoda ja ylläpitää avointa vuorovaikutusta yrityksessä. Tätä kautta voidaan vaikuttaa positiivisesti me-henkeen ja ihmisten halun tehdä työtä sekä kannustaa henkilöstöä kehittämään omaa työtä ja työyhteisöä. Avoinmuuden peruspilari on se, että tieto ja viestit pääsevät kulkemaan estoitta johdon ja alaisen välillä, kuten myös vaakatasossa eri toimipisteiden, yksiköiden ja työryhmien kesken. Vuorovaikutusta tapahtuu sekä virallisissa että epävirallisissa yhteyksissä. Virallisiin tapahtumiin voidaan lukea esimerkiksi palaverit, tiedotustilaisuudet, kokoukset ja

sähköpostiviestit. Satunnaisempaa vuorovaikutusta käydään esimerkiksi lounas- kahvipöytä- ja käytäväkeskusteluissa. (Kortetjärvi-Nurmi ym. 2008, 106-107.)

Kolmantena tavoitteena sisäisellä viestinnällä on tukea yrityksen arvoja, strategiaa ja visiota. Tämä liittyy erityisesti johtamisviestintään eli kerrotaan yrityksen tavoitteista, tuloksista ja tulevaisuuden suunnitelmista. Asioita tulisi kuitenkin käsitellä yhdessä henkilöstön kanssa, sillä ainoastaan ylhäältä annetut arvot eivät muuta asenteita tai käytännön toimia. Ihmisten tarvitsee pohtia ja keskustella arvoista ja toiminnan tavoitteista perusteellisesti, jotta he pystyvät sisäistää ne. Vision toteutumiseen tarvitaan ihmisten ymmärrys ja usko siihen sekä halu toteuttaa sitä. Sitoutumiseen ei riitä pelkkä tiedon antaminen, vaan ihmisten tulee myös ymmärtää ja hyväksyä se. (Kortetjärvi-Nurmi ym. 2008, 107.)

2.3 Sisäisen viestinnän kanavat

Mitä paremmin yritys onnistuu valitsemaan viestiinsä ja sen kohderyhmälle oikeat viestintäkanavat, sitä paremmin organisaation viestintä toimii. Ongelmana on usein liiallinen tiedon määrä. Jos työntekijä kokee, että tietoa tulvii monesta paikasta, kaiken tiedon vastaanottaminen ja hallitseminen käy hankalaksi. (Lohtaja-Ahonen & Kaihovirta-Rapo 2012, 49.)

Jokaisella yrityksellä on oma viestintäkulttuuri, jonka perusteella viestinnän kanavat määräytyvät. Jotkut yritykset suosivat kasvokkaisviestintää, toiset puolestaan laittavat tärkeät tiedot intranettiin. Joissain paikoissa tietoja haetaan tietyiltä avainhenkilöiltä. Oman työyhteisön kulttuurin perusteella saadaan osviittaa siitä, millä tavoin viestejä välitetään. Käytäntöjä ei kuitenkaan kannata orjallisesti noudattaa, sillä joukossa voi olla heikostikin toimivia kanavia. Tärkeää on löytää sopivat kanavat eri viestintätilanteisiin. (Lohtaja-Ahonen ym. 2012, 49.)

Organisaatioissa on paljon viestinnän kanavia ja paine kanavien lisäämiseen on suuri. Monesti ajatellaan, että asioita voidaan parantaa käyttämällä yhä enemmän erilaisia sähköisiä ja graafisia kanavia, mutta usein tämä osoittautuu harhaluuloksi. (Juholin 1999, 35.) Jokaisessa viestintätilanteessa on pohdittava huolella oikeanlaiset kanavat. Kanavaa mietittäessä on otettava huomioon muun muassa viestinnän tavoite, kohderyhmä, sanoma, aikataulu ja eri osapuolten maantieteellinen sijainti. Yleensä järkevintä on käyttää eri kanavien yhdistelmää, jotta saadaan varmistettua sanoman perillemeno. Turhaa kanavien käyttöä tulee välttää, sillä se on vain ajan tuhlausta ja sekoittaa vastaanottajaa. (Isohokana 2007, 226.)

2.3.1 Suullinen viestintä

Suullista viestintää pidetään varsin tehokkaana viestintäkeinona ja siihen liittyy puhumista sekä kuuntelemista. Jos ihminen pääsee kertomaan toiselle ihmiselle asiansa suoraan kasvotusten, siitä syntyy yleensä keskustelua ja asian esittäjä saa saman tien kuulla palautteen ja sitä kautta todeta, että vastaanottaja on saanut sanoman ja myös ymmärtänyt sen. Hän voi myös saada lupauksen tai tiedon siitä, minkälainen vaikutus sanomalla tulee olemaan. Välitön palaute tekeekin suullisesta viestinnästä hyvin arvokkaan viestintämuodon. (Siukosaari 2002, 92.)

Tärkeää on varmistaa, että kuulija todellakin kuuntelee hänelle kerrottavan asian eikä keskity mihinkään muuhun samanaikaisesti. Yleinen melu tai muu häiriö voi myös heikentää viestin vastaanottamista. Puhuminen ja kertominen ovat erinomaisia tiedotusmuotoja varsinkin pienissä yhteisöissä. Usean kymmenen henkilön työpaikassa jokaisen tavoittaminen henkilökohtaisesti ja heidän kanssaan keskusteleminen ei ole enää mielekästä ajankäyttöä. (Siukosaari 2002, 92.)

Osastokokous

Osastokokous on hyödyllinen viestinnän kanava silloin, kun kokouksia pidetään säännöllisesti tiettyinä ajankohtina, esimerkiksi kerran viikossa. Niissä käsitellään ajankohtaisia, joko päiväistä työtä koskevia asioita, joten kokoontumisia tulisi järjestää melko usein. Samalla ehkäistään myös erinäisten huhujen liikkumista, kun tietovajetta ei ehdi syntyä. Osastokokouksen etuna on se, että ajatuksia ja mielipiteitä voidaan vaihtaa kasvotusten, jolloin viestit välittyvät myös sanattomaksi ja palautetta voidaan antaa heti. Tuttujen ihmisten kesken asioita on mahdollista käsitellä luottamuksellisesti, mikä helpottaa oman mielipiteen ilmaisua. (Kortetjärvi-Nurmi ym. 2008, 110.)

Tiedotustilaisuus

Tiedotustilaisuus järjestetään yleensä silloin, kun halutaan kertoa koko henkilöstöä tai useaa yksikköä koskevia asioita. Esimerkiksi yhteistoimintaneuvotteluiden päätyttyä pidetään tiedotustilaisuus. Kutsu tapahtumaan lähetetään tarpeeksi ajoissa, jotta kukin osanottaja voi halutessaan valmistella itseään kiinnostavia kysymyksiä tilaisuuden aiheeseen liittyen. Tilaisuuden loppuun varataan aikaa keskustelulle, vaikka usein keskustelu jää muutama kysymykseen ja vastaukseen johtuen suuresta osanottajamäärästä ja tilaisuuden virallisesta luonteesta. Jos käsiteltävä aihe on arka, niin jälkipuintia on syytä jatkaa pienemmissä ryhmissä tai henkilökohtaisissa keskusteluissa. (Kortetjärvi-Nurmi ym. 2008, 111.)

Työtoverit ja verkostot

Työtoverit ovat työyhteisön keskeinen viestintäkanava ja -verkosto, jonka arvosta ei ole yksimielistä mielipidettä. Joissakin organisaatioissa työtovereilta koetaan kuultavan enemmän tietoa kuin olisi edes tarve. Syy on luultavasti siinä, että kollegoilta saatua informaatiota ei arvosteta riittävästi. Työtoverien välisellä viestinnällä on monia nimiä, kuten puskaradio, viidakkorumpu tai epäviralliset kanavat. (Juholin 1999, 145.)

2.3.2 Kirjallinen viestintä

Kirjallisissa kanavissa tietoa välitetään tekstimuodossa. Esimerkkejä tästä ovat muun muassa raportit, muistiot ja tiedotteet. (Lohtaja-Ahonen ym. 2012, 50.)

Sisäinen tiedote

Tiedote tehdään silloin, kun halutaan varmistaa tiedon kulku henkilöstölle samanlaisena määrättyssä ajassa. Tiedote voi sisältää esimerkiksi uutisen uudesta nimityksestä tai yrittösyöstöstä. Tiedote voi myös olla tiedotus uudesta toimintaohjeesta tai muutoksista työajoissa. Tiedotteet on laadittava houkutteleviksi ja helppolukuisiksi, jotta ne herättävät mielenkiintoa ja ovat vaivattomasti ymmärrettävissä. (Siukosaari 2002, 104-105.)

Ennen tiedotteen laatimista tiedotteen tekijän on syytä selvittää, kenelle tiedote tehdään, miksi se tehdään, miten se tehdään ja mikä on tiedotteen aihe sekä julkaisuajankohta. Tiedotetta tehdessä on tärkeää pyrkiä rajaamaan tiedotteen sanoma sopivan lyhyeksi ja kirjoittaa asian ydin otsikkoon, jotta ihmiset kiinnittäisivät siihen huomion. Olennaisimmat seikat tulee olla ensimmäisessä kappaleessa ymmärrettävässä muodossa. Ylipäätään koko tiedotteen sanoma tiivistetään muutamaaan kappaleeseen ja väliotsikkoja on myös hyvä käyttää huomioarvon lisäämiseksi. (Siukosaari 2002, 105-106.)

Henkilöstölehti

Henkilöstölehteä julkaistaan joko painettuna tai verkossa. Se ilmestyy muutaman kerran vuodessa ja sen tarkoituksena on taustoittaa yrityksen asioita ja parantaa me-henkeä. Henkilöstölehdessä luodaan erilaisia katsauksia ja kuvaillaan syvemmin muissa kanavissa kerrottuja asioita. Se voi myös sisältää tietoa esimerkiksi asiakkaista, kilpailutilanteesta ja tuotteista sekä palveluista. Yhteisöllisyyden tunnetta pyritään lisäämään tekemällä juttuja yrityksessä työskentelevistä henkilöistä ja kertomalla vapaa-ajan aktiviteeteista ja harrastusmahdollisuuksista. (Isohookana 2007, 241.)

Tiedotuslehti

Tiedotuslehti ja henkilöstölehti ovat käsitteinä jokseenkin samankaltaisia, mutta eron niiden välille tekee julkaisutiheys. Tiedotuslehti ilmestyy henkilöstölehteä useammin, esimerkiksi kerran kahdessa viikossa. Se myös sisältää ajankohtaisempaa tietoa, mutta ei ole ulkoasultaan yhtä tyylielty kuin henkilöstölehti. Nykypäivänä tiedotuslehti julkaistaan yhä useammin sähköisessä muodossa. (Kortetjärvi-Nurmi ym. 2008, 113.)

Ilmoitustaulu

Ilmoitustaulu on hyvin perinteinen tiedottamisen kanava, jonka merkitys monissa yrityksissä on vähentynyt. Ilmoitustauluja näkee yritysten tiloissa, mutta nykyään niissä on pysyväisohjeita, esimerkiksi ohjeet hälytystilanteen varalle ja ns. kiva tietää -tietoa, kuten ruokalista ja yritykseen liittyviä mielenkiintoisia lehtiartikkeleita. Yrityksissä, joissa suurin osa henkilöstöstä ei pääse sähköiseen verkkoon, ilmoitustaulut ovat edelleen tärkeä keino verkosta tulostettujen tiedotteiden välittämiseen. Tällaista käytäntöä voidaan harjoittaa esimerkiksi rakennustyömaalla. (Kortetjärvi-Nurmi ym. 2008, 113.)

2.3.3 Sähköinen viestintä

Sähköinen viestintä on mahdollistanut viestinnän reaaliaikaisuuden ja saanut tiedottamisesta avoimempaa ja jatkuvampaa aiempaan verrattuna. Sähköpostin ja verkkoviestinnän ansiosta entistä useampi organisaation jäsen toimii tiedontuottajana ja -välittäjänä. Tämän takia asiantuntemusta vaaditaan koko yrityksen tason ohella myös kaikissa tiimeissä ja yksiköissä. (Kortetjärvi-Nurmi ym. 2008, 103.)

Sähköposti

Sähköposti oli monelle ihmiselle ensi kosketus digitaaliseen viestintään työpaikalla tai harrastuksissa. Aluksi se miellettiin uutena foorumina, jonka avulla voidaan käydä tosiaikaista keskustelua ja ajatustenvaihtoa, vaikka tosiasiasa se on vain kirjeen sähköinen versio. Sähköpostin käytön huima kasvu on tylsyttänyt alkuperäistä ideaa, sillä ihmiset eivät kykene lukemaan kymmeniä tai jopa satoja sähköposteja päivässä, jolloin viestinnän tehokkuus kärsii. Toisaalta sähköpostiin kohdistetaan liian suuria odotuksia, kun suurissa ryhmissä koitetaan keskustella ja ratkoa ongelmia. (Juholin 2009b, 77.)

Sähköposti on nopea ja halpa keino välittää tietoa. Sen tehokas käyttö edellyttää kuitenkin pelisääntöjä, jotta vältetään turhia viestejä. Yhtenä tärkeänä seikkana on miettiä, miten tiedon jakelu hoidetaan. Sähköposti sopii hyvin kahden ihmisen tai ryhmän väliseen viestintään, kun taas intranetillä on helpompi tavoittaa koko yhteisö. Viestin perillemeno voidaan parantaa keksimällä ytimekäs otsikko, josta selviää viestin sisältö. Itse viesti tulee kirjoittaa selkeästi ja kirjoitustyyli valitaan vastaanottajan ja tilanteen mukaan. Tärkein asia

kerrotaan heti alkuun. Aluksi vastaanottajaa kannattaa puhutella ja loppuun lisätään oma allekirjoitus. (Siukosaari 2002, 212-213.)

Intranet

Intranet on organisaation sisäinen verkko, jota ulkopuoliset henkilöt eivät voi käyttää. Intranet on noussut hyvin tärkeäksi sisäisen viestinnän kanavaksi, ja se on osaltaan vähentänyt sähköpostin käyttöä. Rutiininomaiset asiat pystytään katsomaan intranetistä sen sijaan, että niistä kysyttäisiin joltain henkilöltä sähköpostin välityksellä. Suhtautuminen intranetiin kuitenkin vaihtelee. Jotkut käyvät siellä lähes päivittäin tarkistamassa mahdolliset, uudet ajankohtaiset tiedotteet. Jotkut taas kokevat intranetin käytön vaikeana, kun tietoa ei löydy helposti tai se päivittyy hitaasti. (Juholin 2009b, 77-78.)

Microsoft Skype, Teams ja Yammer

Microsoftin omistama Skype on ohjelmisto, jolla voidaan soittaa puheluita, videopuheluita ja lähettää pikaviestejä. Soittaminen on ilmaista, kunhan se tapahtuu tietokoneelta tietokoneelle. Skype on erinomainen yhteydenpitoväline työpaikoilla, sillä viestit menevät heti perille ja vastauksetkin saadaan yleensä melko pikaisesti. Käyttäjä voi valita missä tilassa muut näkevät hänet (aktiivinen, älä häiritse, näkymätön), mikä helpottaa tietoisuutta hänen tavoitettavuudestaan. Skypessä voi myös päättää sallitaanko puhelut tai viestit kailta vaiko pelkästään omilta yhteystiedoilta. Työpaikoilla Skype-palvelun nimi on todennäköisesti Skype for Business, joka sisältää monia etuja. Esimerkiksi kollegoiden yhteystiedot löytyvät automaattisesti ohjelmasta ja videokokouksiin voi osallistua kerralla enemmän henkilöitä. (Huuha, 103-107.)

Microsoft Teams on yrityksille suunnattu palvelu, joka yhdistää ihmiset, keskustelut, sisällön ja tiimien tarvitsemat työkalut, jotta tiimien olisi helpompi tehdä yhteistyötä ja saavuttaa enemmän. Ennen kaikkea Teams tarjoaa nykypäivän tiimeille modernin tavan keskustella. Se tukee pysyvien keskustelujen lisäksi myös ketjutettuja keskusteluja, joihin kaikki pystyvät osallistumaan. Skype on sisällytetty sovellukseen, joten puhe- ja videoneuvotteluja voidaan myös järjestää. Teamsia voidaan pitää hyvänä ryhmätyön keskuksena, sillä se yhdistää laajasti Office365:n toiminnot ja muun muassa Excel, Powerpoint, Sharepoint sekä Word sisältyvät Teamsiin. Teamsin työtiloja voi mukauttaa tiimin tarpeiden mukaan, esimerkiksi välilehtien avulla käytetyt asiakirjat ja pilvipalvelut on helppo löytää. (Microsoft 2016.)

Yammer on Microsoftin omistuksessa oleva yrityksiä ja yhteisöjä varten kehitetty sosiaalinen verkkoalusta, jonka käyttöliittymä on pitkälti Facebookin kaltainen. Yammer mahdollistaa sisäisten verkostojen ja viestintäalustoiden luomisen organisaatioon. Näitä kanavia

hyödyntämällä pienet ja isot yhteisöt voivat keskenään vuorovaikuttaa, tutustua, keskustella ja jakaa materiaalia. Yammeria käytetään yksityiseen viestintään erilaisissa sisäisissä yhteisöissä ja sen käyttöä varten vaaditaan lisenssi. Omalle organisaatiolle voidaan erimerkiksi luoda oma verkosto ja tarvittaessa sen alle ulkoinen verkosto. Vaihtoehtoisesti oman organisaation verkoston sisälle voidaan luoda suljettu sisäinen ryhmä. Vaikka Yammer onkin suljettu alusta, siihen on sisällytetty monia sosiaalisesta mediasta tuttuja käytäntöjä, kuten eri julkaisujen jakamista, kommentointia ja tykkäämistä sekä oman verkoston uutisten seuraamista. (Joutsenvirta & Myyry 2016.)

Facebook ja WhatsApp

Facebook on vuonna 2004 perustettu sosiaalisen median verkkosivusto, jossa käyttäjät voivat muun muassa tehdä tilapäivityksiä, kommentoida julkaisuja, jakaa linkkejä muihin sivustoihin, julkaista omia valokuvia sekä keskustella reaaliajassa muiden käyttäjien kanssa. Facebook on hyvin käyttäjäystävällinen palvelu ja avoinna kaikille. Sinne rekisteröityminen on ilmaista. Facebookissa käyttäjä voi hankkia itselleen kavereita, jolloin hänen kaverinsa näkevät, mitä käyttäjä on omalla tilillään julkaissut. Sama toimii tietysti myös toiseen suuntaan. Facebook on kätevä työkalu kommunikointiin ihmisten kanssa, sillä siellä pystyy juttelemaan chat-tyyppisesti joko kahden kesken tai ryhmässä. Facebookilla on kuukausittain yli kaksi miljardia aktiivista käyttäjää. (Nations 2019.)

Työyhteisöissä Facebookin ryhmäkeskustelut ovat suurelle osalle tuttu tapa viestiä tietyn avoimen tai suljetun ryhmän välillä tärkeistä asioista. Facebook-ryhmä on hyvin yksinkertainen kanava keskustelujen käymistä varten, mutta haittapuolena siinä on se, että työasioihin liittyviä uutisia alkaa näkyä käyttäjän henkilökohtaisessa Facebook-uutisvirrassa. Tästä huolimatta monilla työpaikoilla suositaan Facebookin ryhmäkeskusteluja yhtenä kanavana työasioista viestittelemiseen juurikin sen helppokäyttöisyyden takia. (Valtari 2016.)

WhatsApp on Facebookin omistama monikäyttöinen pikaviestinpalvelu, joka on suunniteltu älypuhelimille. Se on yksi suosituimmista saatavilla olevista chat- ja puhelinsovelluksista. WhatsApp käyttää joko puhelimen omaa internetyhteyttä tai WiFi-verkkoa toimiakseen ja se on Facebookin tapaan ilmainen palvelu. WhatsAppin avulla käyttäjä pystyy lähettämään ja vastaanottamaan viestejä, soittamaan ääni- ja videopuheluita sekä jakamaan kuvia, videoita, dokumentteja tai omaa sijaintiaan. Keskustelu on mahdollista joko yksityisesti tietyn henkilön kanssa tai ryhmässä, jonka maksimikoko on 256 ihmistä. WhatsApp on alustariippumaton sovellus eli eri käyttöjärjestelmän omaavat voivat kommunikoida keskenään. Palvelun hyviin puoliin kuuluu myös sille kehitetty työpöytäsovellus eli WhatsAppia voi halutessaan käyttää tietokoneella. (Dove 2019.)

Viime vuosina erilaisten mobiilisovellusten käyttö sisäiseen viestintään on lisääntynyt useimmilla työpaikoilla. Yksi yleisimmistä, ellei jopa yleisin tähän tarkoitukseen on WhatsApp. Syynä tähän on sovelluksen helppokäyttöisyys, sillä kynnys viestin lähettämiseen on melko matala. Tästä voi tosin koitua jonkinasteista viestitulvaa eli työpaikan ryhmäkeskusteluun lähetetään olennaisten viestien lisäksi ei niin tärkeitä viestejä, jotka kuitenkin kaikki ryhmän jäsenet saavat luettavakseen. Vaikka WhatsApp onkin hyvin suosittu ja vaihtaton tapa viestiä työyhteisön kesken, se ei aina välttämättä ole se paras keino. Monissa tilanteissa esimerkiksi sähköpostiviesti tai puhelu voi olla tarkoituksenmukaisempi vaihtoehto. (Vallinkoski 2019.)

2.4 Esimiesviestintä

Esimiehen rooli on huomattavasti erilainen verrattuna muihin työyhteisön jäseniin. Esimiehen tehtävänä on olla välittävä linkki yksikkönsä ja muun organisaation sekä toimintaympäristön välillä. Hän on sekä viestin tuoja että viestin viejä niin horisontaalisessa kuin pystysuorassa suunnassa. Esimieheltä odotetaan normaalia enemmän kommunikaatiota ja henkilökohtaista läsnäoloa, sillä hän toimii oman tiimensä keskiössä. Tilanteita, joissa esimies kohtaa alaisiaan viestintään liittyvissä asioissa, ovat esimerkiksi rekrytointi, perehdyttäminen, palaverit, tavoite- ja tuloskeskustelut sekä päivittäiset tiedotukset. Esimiesviestinnän aiheet voidaan jakaa karkeasti ottaen viiteen ryhmään:

1. koko organisaation strategia, tulos, suunnitelmat ja muutokset
2. oman yksikön tai tiimin suunnitelmat, tulos ja muutokset
3. päivittäisviestintä oman yksikön tai tiimin kanssa
4. yksilöiden työhön, uraan ja kehittymiseen painottuvat seikat
5. vaikeiden asioiden läpikäyminen tiimi- ja yksilötasolla (Juholin 2009a, 162.)

Esimiesviestinnän vahvuus on omaan yhteisöön kuuluminen ja sitoutuminen, joihin sen merkitys myös perustuu. Esimiesviestintä sisältää enemmän kasvokkaisviestintää kuin yksikään muu viestinnän muoto ja tietyissä tilanteissa esimiehen ei edes odoteta viestivän kirjallisesti. Sen avulla saavutetaan aito vuorovaikutus osapuolten kesken. Esimiehen rooli ja tapa kommunikoida vaikuttavatkin suuresti tiimin tai yksikön yhteishenkeen. Innostava esimies voi esimerkillään saada ryhmänsä mukaan ja tällöin yhteisen tavoitteen saavuttaminen on kaikille mielekkäämpää. (Juholin 2009a, 163-164.)

Pääosin esimiestyö on ajantasatiedon vaihdantaa. Mikään väline ei korvata sitä, kun esimies itse ja ensimmäisenä kertoo ajankohtaiset uutiset. Esimiehen tulee kuitenkin

käsittää, että asemansa ja tehtävänsä vuoksi hänellä on etulyöntiasema työyhteisössään. Hän omistaa laadullisesti jäsentyneempää tietoa kuin monet muut ja saa myös kuulla erinäisistä asioista ennen alaisiaan. Lisäksi tiedon määrä on suurempi, koska tehtäväkuvastaan johtuen esimies osallistuu keskusteluihin, joihin kaikille ei ole pääsyä. (Juholin 2009b, 96.)

Hyvin olennainen kysymys esimiehelle on se, että mikä tieto on tärkeää kenellekin. Sen arviointi on viestintäosaamisen keskeisempiä elementtejä. Ajantasaistieto on hyvin akuuttia ja sitä pitäisi välittää organisaatiossa nopeasti eteenpäin. Toisaalta yksilöiden kuormittamista ja puuduttamista tiedolla tulisi välttää. Esimiehen on tunnettava oma organisaationsa ja yhteisönsä, jotta hän pystyy määrittämään asioiden tärkeyden. Yksinkertaisella asioiden ryhmittämisellä voi helpottaa kiireellisen tiedon välittymistä tosiaikaisesti, kun taas vähemmän tärkeät asiat voivat odottaa. On myös hyvä muistaa, että esimies ei suinkaan ole yksin. Hänellä on organisaatiossa työtovereita, joiden kanssa voi päättää miten asioista keskustellaan ja keiden kanssa. (Juholin 2009b, 97.)

2.4.1 Muutosviestintä

Muutos herättää ihmisissä yleensä monenlaisia tunteita. Jotkut pitävät sitä ikävänä asiana, joka järkyttää turvallisuuden tunnetta, toiset taas uskovat sen olevan mahdollisuus johonkin uuteen. Joillekin muutos voi olla hyvinkin neutraali asia, joka ei liikuta tai kosketa juuri ollenkaan. Usein muutoksista ollaan jotain mieltä, oli se sitten niiden pitämistä oikeana ratkaisuna, turhana häiriönä tai jo valmiiksi epäonnistuneena. Sysäys muutokseen voi tulla organisaation sisältä, omistajilta, hallitukselta, työyhteisön jäseniltä, tai ulkopuolelta, asiakkailta tai päättäjiltä. (Juholin 2009b, 125.)

Esimiehen työssä muutokset ovat nykypäivänä hyvin tavanomaisia käytäntöjä ja niiden johtaminen on osa esimiehen perustehtäviä. Ilman johtamista muutoksia on mahdotonta toteuttaa. Taitava muutosjohtaja on dynaaminen ja osaa katsoa tulevaisuuteen. Hän pystyy havainnollistamaan kokonaiskuvan muutoksesta, näkemään vaikeiden asioiden yli ja selventämään muutoksen tavoitteet. Muutoksiin on kuitenkin valmistauduttava hankkimalla hyvät muutosjohtamisen taidot. Jos esimiehellä on oikeanlaiset kyvyt ja taidot johtaa muutosta ammattimaisesti, tällöin muutokset myös tulevat onnistumaan. (Pirinen 2014, luku 4.)

Muutoksen aikana viestintä on asia, joka yleensä kerää eniten kritiikkiä. Henkilöstön mielestä viestintä ei ole avointa tai heitä ei tiedoteta tarpeeksi reaaliaikaisista asioista. Esimiehen kuuluukin olla muutoksessa aktiivinen ja keskustella eri näkökulmista henkilöstön kanssa. Kun asioista puhutaan selkeästi ja hyvässä hengessä, alkaa yhteinen ymmärrys

muutoksen tavoitteista ja päämääristä löytymään. Joskus muutosviestintä jää vain tiedon jakamisen tasolle, mikä ei vielä luo tarpeeksi ymmärrystä. Tällöin ihmiset lähtevät helposti tulkitsemaan esimiehen viestejä, sanoja ja eleitä, joiden kautta tehdään johtopäätöksiä, jotka saattavat aiheuttaa epävarmuutta työyhteisössä. (Pirinen 2014, luku 4.)

Muutosprosessin kuluessa työntekijä vastaanottaa suuret määrät erilaista informaatiota ja siitä kaikesta on hankalaa poimia se itselle olennainen tieto. Esimiehen tehtävänä on suodattaa tietotulvasta tärkeät asiat ja konkretisoida ne työntekijälle helposti ymmärrettävään muotoon. Joskus työntekijä ei välttämättä ymmärrä kaikkia liiketoiminnan termejä, joten yhteinen kieli on hyvä sopia. Muutoksessa käytetyt käsitteet ja niiden merkitykset on selvennettävä henkilöstön kesken, jotta työntekijän on vaivattomampi sitoutua muutokseen, kun hän tietää, mitä kaikkia asioita muutos koskee. (Pirinen 2014, luku 4.)

Vaikka esimies onkin eturintamassa muutoksien myllertäessä, työntekijöillä on myös vastuu viestinnästä. Viestintä on kaksisuuntaista ja siten viestin vastaanottajankin tulee ottaa vastuu viestin perille menosta. Työntekijä ei voi vain jäädä odottamaan tiedon saamista ja syyttää sen puutteesta esimiestään. Esimies voi kuitenkin rohkaista työntekijää etsimään aktiivisesti tietoa, jotta hän ymmärtäisi sen tärkeyden ja vaikutuksen uuteen tilanteeseen. (Pirinen 2014, luku 4.)

2.5 Haasteet ja ongelmakohdat sisäisessä viestinnässä

Talouselämän artikkelissa Maija Ilmoniemi listaa asioita ja tapoja, jotka tuottavat haasteita sisäisessä viestinnässä. Pahin virhe on se, jos yrityksen johto väistelee vastuuta viestinnästä. Viestintäihmisiä ei saa jättää yksin vastuuseen tiedottamisesta, vaan esimiehen on tehtävä alaisilleen selväksi yrityksen tavoitteet. Avoimella tiedon jakamisella motivoidaan ja sitoutetaan henkilöstöä. Pohja avoimeen viestintään luodaan yrityksen vahvoina aikoina. Kun ihmiset ymmärtävät liiketoimintaa, he pystyvät suhtautumaan negatiivisiin uutisiin neutraalimmin. (Tervola 2008.)

Viestinnän epäonnistuessa huhut alkavat liikkua työyhteisössä ja korvaavat puutteellisen tiedon. Erityisesti suurten muutosten, kuten lomautusten tai fuusioitumisen aikaan, erinäisiä huhuja tulee esille ja ne pilaavat työilmapiiriä ja laskevat työn tehokkuutta. Huonoin asia on se, että huhujen pyöriessä oikeita viestejä on mahdotonta saada läpi. Oikeanlainen tiedotuskanava vaikuttaa myös suuresti tiedon perillemenoon. Sähköpostin ja intranetin avulla tiedonkulku on helpottunut, mutta varsinkin sähköpostin käyttöön tulee kiinnittää huomiota. Jokainen henkilö tulkitsee viestejä omalla tavallaan ja siten väärinymmärryksiäkin voi sattua. Esimiesten tulee kertoa vaikeat asiat aina kasvotusten. (Tervola 2008.)

Leif Åbergin mukaan (2006, 111-112) yksi sisäisen viestinnän haasteista on tietojen liikkuminen. Harvoissa yrityksissä tietoa liikkuu tarpeeksi, mikä aiheuttaa uutistyhjiöitä. Ihmiset tajuaavat, että jotain on meneillään, mutta heille ei kerrota siitä. Tällöin juuri puskaradio lähete kehittymään, mutta se voidaan katkaista nopealla, aktiivisella ja luotettavalla tiedotuksella.

Tietovarastot ja verkot aiheuttavat myös haasteita. Jotkut tietokannat on hajautettu ja tiedon tarvitsijoilla on niihin pääsy suoraan verkon kautta tai tietokannan hoitajan kautta. Pääasiassa tiedot siirretään varastoon, joihin kohdistuu yksilöllisiä tiedontarpeita. Näiden heräämistä on kuitenkin vaikea ennakoida (Åberg 2006, 112.)

Esimies on ratkaisevassa roolissa oman yksikkönsä ja muun työyhteisön välillä. Hän tuntee yksikkönsä toiminnan ja hänen vastuullaan onkin tiedon toimittaminen juuri omalle yksikölle. Lisäksi esimies kuuntelee osastonsa näkökantoja ja vie niitä ylöspäin. Tältä osin myös esimiehet voidaan nähdä haasteena sisäiselle viestinnälle. (Åberg 2006, 112.)

3 TYÖTYTYTYVÄISYYS

3.1 Työtyytyväisyyden määritelmä

Yksi vanhimmista ja eniten tutkituista myönteisistä työhyvinvoinnin kuvaajista on työtyytyväisyys. Sillä mitataan yleisesti ottaen sitä, kuinka paljon työntekijät joko pitävät tai eivät pidä työstään. Aivan ensimmäiset työtyytyväisyyden tutkimukset ulottuvat 1930-luvulle asti ja siitä lähtien työtyytyväisyyttä on tarkasteltu monista eri näkökulmista. (Feldt, Kinnunen ja Mauno 2005, luku 2.)

Tutkimusten varhaisvaiheessa uskottiin yleisesti siihen, että työtyytyväisyyden syntyyn vaikuttaa se, miten työ tyydyttää yksilön tarpeita. Tarpeiden tyydyttämiseen liittyvät lähestymistavat ovat kuitenkin väistyneet ja nykyään työtyytyväisyyden mielletään olevan työhön kohdistuva myönteinen asenne. Tunneperäiset elementit korostuvat ja henkilö ei enää työskentele ainoastaan tarpeidensa tyydyttämisen vuoksi, vaan myös halusta saavuttaa tavoitteet, jotka hän on itse työlleen nimennyt. (Feldt ym. 2005, luku 2.)

Työtyytyväisyys on kiinteästi sidoksissa henkilöstön vaihtuvuuteen ja poissaolojen määrään yrityksessä. Mitä paremmin työntekijät viihtyvät työssään, sitä epätodennäköisemmin he ovat halukkaita vaihtamaan työpaikkaa. Työtyytyväisyys vaikuttaa henkilön päätökseen pysyä tietyssä työssä. Ihmiselle on luonnollista arvioida omaa työtilannetta ja puntaroida eri vaihtoehtoja joko työhön jäämisen tai työpaikan vaihdon suhteen. Silloin kun ihminen kokee, että hän ei ole tarpeeksi tyytyväinen nykyiseen työtilanteeseen ja muita työtilaisuuksia olisi tarjolla runsaasti, hän mitä todennäköisemmin päätyy työpaikan vaihtoon. Tyytymättömänä omaan työhönsä ihmisen poissaolot saattavat myös lisääntyä ja kiinnostus saapumisesta työpaikalle laskee. (Juuti 2006, 34.)

3.2 Työmotivaatio

Ihminen etsii luontaisesti kaikelle tekemiselleen merkityksiä ja selityksiä. Jos tekeminen ei tunnu mielekkäältä, motivoituminen kyseiseen tehtävään ei onnistu. Ihminen haluaa tehdä työtä, joka koostuu seuraavista asioista: työstä saatava palkkio, työhön liittyvät sopivat tavoitteet, työn riittävä haasteellisuus ja työympäristön hyvähenkisyys. Nämä asiat kun toteutuvat, ihminen viihtyy työssään ja on motivoitunut tekemään hyviä suorituksia. (Viitala 2014, luku 1.)

Motivaatiota on pidetty avainsanana yritysten pyrkiessä kehittämään työpanosta. Motivaatio on yksilön sisäinen voima, joka suuntaa ja virittää toiminnan. Taitojen ja kykyjen lisäksi työntekijällä pitää olla halua työskennellä, jotta hän voi tuottaa laadukasta tulosta.

Kehittyminen ja uuden oppiminen ovat myös tärkeitä tekijöitä työn edistymisessä. (Viitala 2014, luku 1.)

Sisäinen motivaatio

Sisäiseksi motivaatioksi kutsutaan tilaa, jossa tyydytystä saa itse työstä ja sen aikaansaannoksista. Ihminen tuntee voimakasta sisäistä motivaatiota, jos hän kokee saavansa suurta tyytyväisyyttä saavutuksistaan, joihin hän on itse tyytyväinen. Sisäinen motivaatio pohjautuu syviin itsensä toteuttamisen ja kehittämisen tarpeisiin. Tällöin ulkoiset tunnukset eivät välttämättä herätä niin suurta innostusta. (Viitala 2014, luku 1.)

Perusolemukseltaan ihminen on oppiva olento, joka haluaa uusia mahdollisuuksia oppia lisää, ikään kuin todistaakseen omat kykynsä. Nämä voivat olla mitä tilanteita tai toimintaa tahansa. Toiselle sisäinen motivaatio herää esimerkiksi uusien laitteiden keksimisestä, toinen taas pyrkii lisäämään suorituskyykyään lempiruuhilulajissaan. (Viitala 2014, luku 1.)

Ulkoinen motivaatio

Ulkoinen motivaatio painottuu ulkoisten palkkioiden tavoitteluun. Niitä voivat olla palkat tai muut taloudelliset edut, arvostus ja turvallisuus. Palkkiot tulevat ihmisen ulkopuolelta, minkä johdosta ihmisen täytyy ponnistella niiden saamiseksi. Mitä kiinnostavampi ja houkuttelevampi palkkio on, sitä motivoituneempi henkilö tekemään töitä sen eteen. Myös fyysinen hyvinvointi, turvallisuus ja sosiaaliset suhteet liittyvät vahvasti motivaation tasoon työelämässä. Varsinkin silloin kun työstä on tullut rutiiniomaista ja tasapaksua, ulkoisten palkkioiden merkitys korostuu ja työntekijät alkavat kiinnostua niistä entistä enemmän. (Viitala 2014, luku 1.)

3.3 Maslowin tarvehierarkia

Tarveteorioiden oletuksena on, että ihmisillä on jotakuinkin samanlainen tarverakenne. Tarveteorioissa tarpeen katsotaan olevan sisäinen tila, jonka johdosta jotkin vaihtoehdot tuntuvat haluttavilta. Jos tarvetta ei voida tyydyttää, siitä koituu jännitteitä, jotka aikaansaavat pyrkimyksiä puutostilan korjaamiseksi. Yksi tunnetuimmista motivaatioteorioista on yhdysvaltalaisen Abraham Maslowin tarvehierarkia, joka perustuu viiteen eri tasoon: fysiologiset tarpeet, turvallisuus, liityntä, arvostus ja itsensä toteuttaminen. (Juuti 2006, 45.)

Fysiologiset tarpeet sisältävät elämän perinteiset biologiset tarpeet, kuten ruoan, juoman ja vaatetuksen hankkiminen. Fysiologiset tarpeet ovat hyvin perustavaa laatua, mutta samalla myös rajallisia siinä mielessä, että ihminen tarvitsee näitä tarpeita vain tiettyyn pisteeseen saakka. Tarpeita on kuitenkin tyydytettävä yhä uudelleen melko lyhyinä

ajanjaksoina. Jotta energiaa riittäisi ylemmän asteen tarpeisiin, on ensin pystyttävä tyydyttämään biologiset perustarpeet. (Juuti 2006, 46.)

Fysiologisten tarpeiden tyydyttämisen jälkeen ihminen keskittyy turvallisuuden tarpeisiin. Niihin kuuluvat esimerkiksi pyrkimykset varmistaa ympäristön turvallisuus, oma taloudellinen turvallisuus tai ennakoitavuus sosiaalisissa suhteissa. Olennaista turvallisuuden tarpeissa on ymmärtää sekä emotionaalinen että fyysinen turvallisuus. Turvallisuuden tarpeetkaan eivät ole äärettömiä, vaan kun ne on tiettyyn rajaan asti saavutettu, ne eivät enää motivoi. (Juuti 2006, 46.)

Kun säilymisen ja turvallisuuden tarpeet on tyydytetty, ihminen alkaa kiinnostumaan liittynästä ja sosiaalisuudesta. Näihin kuuluvat tarpeet ystävydestä, suhteista, toisistaan pitämisestä ja rakkaudesta. Liittynän tarpeiden avulla ihminen kokee kuuluvansa johonkin ryhmään tai yhteisöön. Nämä tarpeet ovat puolestaan rajattomia ja ylettyvät sekä työelämään että vapaa-aikaan. Työpaikalla ihmisuhteet voivat aiheuttaa voimakkaan motivoivan merkityksen ihmiselle ja liittynän tarpeilla pyritään sosiaalistamaan ihmisiä organisaation sisällä. Lisäksi työn merkitys ihmiselle näyttäytyy usein hänen sosiaalisten yhteyksiensä välityksellä. (Juuti 2006, 46.)

Vallan, huomion ja statuksen saavuttaminen liittyy keskeisesti arvostuksen tarpeisiin. Arvostukseen yhdistyvät sellaiset seikat kuten itsensä kunnioittaminen, itsevarmuus ja itsenäisyys. Arvostuksen tarpeiden tyydyttäminen saa aikaan itsevarmuutta ja kyvykkyyttä, mutta toisaalta niiden tyydyttymättömyys aiheuttaa alemmuutta ja avuttomuuden tunnetta. (Juuti 2006, 47.)

Arvostuksen tarpeet näyttelevät isoa roolia organisaatiossa. Henkilöt, jotka yrittävät onnistua tehtävissään ja saamaan arvostetun aseman, tyydyttävät arvostuksen tarpeitaan. Arvostuksella on myös merkitystä sosiaalisia suhteita ajatellen. Työyhteisössä on hyvin arvostettuja henkilöitä, joilla on muita enemmän valtaa. Parhaimman motivaation kannalta olisi olennaista pyrkiä siihen, että yhä useammalla henkilöllä olisi mahdollisuus tyydyttää arvostuksen tarpeitaan sosiaalisissa suhteissa. (Juuti 2006, 47.)

Henkilöt pystyvät toteuttamaan itseään, jos he ovat tunnistanee omat voimavaransa ja pyrkivät kehittämään kykyjään mahdollisuuksien mukaan. Koska ihmisiä on olemassa paljon erilaisia ihmisiä omine vahvuuksineen ja heikkouksineen, itsensä toteuttamisen sisältö vaihtelee suuresti riippuen ihmistyyppistä. Yleensä haluttavat tarpeet ovat jollain tavalla demonisia eli ihminen ajautuu ajattelemaan asioita, joita hän ei kuitenkaan saavuta. Itsensä toteuttaminen onkin tietyssä mielessä luova prosessi ja ihminen pyrkii kehittymään siksi miksi hän voi kehittyä. (Juuti 2006, 47.)

3.4 Herzbergin kahden faktorin teoria

Yhdysvaltalainen Frederick Herzberg esitti yhdessä kollegoidensa kanssa tunnetun mallin, jonka mukaan työmotivaation sisältöön vaikuttavat tekijät voidaan jakaa kahteen osaan; tyytyväisyys- ja tyytymättömyystekijöihin. Toinen termi tyytyväisyystekijöille on motivaatiotekijät ja ne liittyvät itse työhön saaden aikaan myönteisyyttä ja hyvää asennetta työntekijässä. Tyytymättömyys- eli hygieniatekijät eivät kosketa varsinaisia työtehtäviä, vaan fyysisistä ja psykologista työympäristöä. Nämä työn ulkopuoliset tekijät aiheuttavat henkilössä tyytymättömyyttä ja negatiivista asennetta. (Lämsä & Päivike 2013, 84.)

Herzbergin teorian mukaan eri tekijät vaikuttavat työtyytyväisyyteen ja -tyytymättömyyteen. Motivaatiotekijät lisäävät työtyytyväisyyttä, joten niihin panostamalla voidaan nostaa motivaation tasoa. Hygieniatekijät puolestaan heikentävät motivaatiota ja synnyttävät tyytymättömyyttä. Jos tyytymättömyyttä halutaan vähentää, on ensiksi vaikutettava juuri hygieniatekijöihin. Kun ne ovat otolliset, niin motivaatiotekijöitä on paljon helpompi muuttaa. (Lämsä ym. 2013, 84.)

Esimerkkinä yllä olevasta käy henkilö, joka on tyytymätön palkkaansa, mutta sen nostaminen luonnollisesti vähentäisi tyytymättömyyttä. Toisaalta korotus lisää tyytyväisyyttä vain tietyksi ajaksi, sillä hiljalleen ihminen tottuu uuteen palkkaansa ja sen taso muodostuu itsestäänselvyydeksi. Mielenkiintoinen ja haastava työnkuva sen sijaan voi toimia ihmisen työtyytyväisyyden lähteenä pitkänkin aikaa. Molempien tekijöiden pitää siis olla tasapainossa samanaikaisesti, jotta korkea tyytyväisyys ja tyytymättömyyden poistaminen voidaan saavuttaa, (Lämsä ym. 2013, 84.)

3.5 Työtyytyväisyyden osa-alueet

3.5.1 Palkka ja palkitseminen

Palkitseminen on hyvin laaja käsite ja se kattaa taloudellisten etujen lisäksi myös aineettomat seikat, lähinnä sosiaaliset ja urapalkkiot. Periaatteessa henkilön työnkuvan ja työn laadun pitäisi vaikuttaa hänen palkitsemiseensa, mutta nykypäivänä työvoiman kysyntä ja tarjonta vaikuttavat yhä enemmän palkitsemiseen ja varsinkin rahapalkan määrään. Palkitseminen nähdään yhtenä suurimmista henkilöstövoimavarojen johtamisen osa-alueista ja palkitsemiskeinoja on monia erilaisia. (Kauhanen 2012, 108.)

Palkitsemista käytetään organisaation menestyksen tukemiseen ja henkilöstön kannustamiseen. Palkitsemisen pitäisi toimia sytykkeenä henkilöstölle, jotta he sitoutuisivat toimimaan organisaation arvojen ja tavoitteiden mukaisesti. Jos palkitsemisperusteet on harjattu oikeudenmukaisesti, palkitseminen auttaa organisaatiota menestymään.

Panostamalla palkitsemiseen oikealla tavalla toimintaa voidaan kehittää kilpailukyvyyn ylläpitämiseksi sekä lyhyellä että pitkällä aikavälillä. (Kauhanen 2012, 108.)

Palkitsemiskeinot jaotellaan yleensä kahteen osaan. Ne ovat taloudelliset palkitsemiskeinot ja aineettomat palkitsemiskeinot. Palkalla tarkoitetaan tehdystä työstä saatua vastinetta. Se voidaan maksaa rahana, luontoisetuna tai muuna vastikkeena, jolla on taloudellista arvoa. Palkan tärkeys pohjautuu siihen, että sillä voidaan tyydyttää useita tarpeita. Raha ei ainoastaan vaikuta positiivisesti työntekijän perustarpeisiin ja taloudelliseen turvallisuuteen, vaan myös arvostuksen ja vallan tarpeet saavat nostetta siitä. (Kauhanen 2012, 114-116.)

Rahapalkka merkitsee eri ihmisille eri asioita. Jotkut ihmiset ovat valmiita työskentelemään huonoimmissakin työoloissa, kunhan siitä saatava korvaus on kunnollinen. Joillekin tärkeämpää on työsuhteen pysyvyys ja mahdollisuus kehittyä työssään. Palkka tarjoaa kuitenkin kaikille turvallisuutta ja jatkuvuutta sekä taloudellisen perustan elämän rakentamiselle. (Viitala 2014, luku 4.)

Haastava prosessi yrityksille on yleensä palkan määrittely. Siinä pitäisi ottaa huomioon työn vaatavuus, henkilön kyvyt ja osaaminen sekä työn merkitys liiketoiminnalle. Maksettujen palkkojen tulisi perustua niihin liittyvien velvollisuuksien lisäksi myös niiden suhteelliseen arvoon palkkamarkkinoilla ja samanlaisista tehtävistä maksettuihin palkkoihin muualla. Tämän takia yrityksessä tuleekin olla erillinen palkitsemisstrategia, johon suunnitellaan yleiset ja pitkän aikavälin periaatteet palkitsemisen suhteen. (Viitala 2014, luku 4.)

Rahapalkan lisäksi taloudellista arvoa työntekijä voi saada niin sanotusta epäsuorasta palkkauksesta. Sitä työnantaja tarjoaa palkan lisäksi ja sillä on välitön ja yksiselitteinen taloudellinen arvo. Epäsuoraan palkkaukseen kuuluvat esimerkiksi ravintoetu, autoetu, puhelinetu ja asuntoetu. Nämä edellä mainitut edut kuuluvat verotuksen piiriin, joten niistä työnantajan on tehtävä ennakonpidätys. Työnantaja voi tarjota myös monia verottomia etuja, jos ne ovat tavanomaisia, kohtuullisia ja koko henkilöstön saatavilla. Näitä ovat esimerkiksi lakisääteistä kattavampi terveydenhuolto, vapaa-ajan harrastustoiminta, henkilälennus organisaation tuotteista ja palveluista, huoltokonttoripalvelu ja henkilöstölainat. (Kauhanen 2012, 119.)

Aineettomat palkitsemiskeinot liittyvät lähinnä työuraan ja sosiaalisiin palkkioihin. Motivaatioteorioiden mukaan niiden merkitys on linjassa työntekijän palkan nousun kanssa. Kun tulot kasvavat, niin palkan merkitys useimmiten pienenee ja muiden tekijöiden merkitys korostuu. Toinen aineettomista palkitsemiskeinoista eli työura voidaan jakaa vielä neljään eri tekijään, jotka koetaan palkitsemisenä. Nämä ovat työ sinänsä, itsensä kehittäminen, kasvupolut ja etenemismahdollisuudet sekä mahdollisuus lisätuloihin. Sosiaaliset palkkiot

sisältävät puolestaan statussymboleita, kiitosta ja muuta tunnustusta, tyytyväisyyttä työtehtäviin sekä sosiaalisia suhteita. (Kauhanen 2012, 135-137.)

3.5.2 Työilmapiiri ja työympäristö

Työpaikan ilmapiiri voidaan käsittää organisaatiossa työskentelevien yksilöiden havaintojen kokonaisuutena. Se koostuu organisaatioilmapiiristä, esimiehen johtamistyylistä ja työyhteisöstä. Saman organisaation sisällä saattaa olla erilaisia ilmapiirejä, mutta niistä voidaan erottaa tietynlaiset ominaisuudet. Näitä ovat muun muassa rakenne, vastuu, palkitseminen, kannustaminen ja ristiriitojen ratkaiseminen. Ilmapiiri muodostaa linkin organisaatiotason ja henkilön välille. Toisaalta käsitteenä ilmapiiri on melko moniulotteinen ja sen mittaaminen on havaittu jokseenkin hankalaksi. (Rauramo 2008, 124-125.)

Työilmapiiri liittyy hyvin keskeisesti työpaikalla toisensa kohtaavien ihmisten tunteisiin. Hyvä ilmapiiri koostuu myönteisistä tunteista, huono ilmapiiri negatiivisista. Jokaisella henkilöllä on omat tunteensa; niin työntekijällä, esimiehellä, johtoportaaseen kuuluvalla, kuin myös asiakkaalla tai muulla organisaation sidosryhmäläisellä. Tunteiden ilmaisemista saatetaan kuitenkin varoa tai jopa pelätä. Ajatellaan, että työilmapiiristä keskusteleminen voi johtaa liialliseen tunteiden ruotimiseen. (Aro 2018, 29.)

On aivan normaalia, että ihminen kokee työssään sekä myönteisiä että kielteisiä tunteita. Molemmat tunteet kuuluvat terveelliseen työilmapiiriin. Yksinomaan positiivisen ilmapiirin tavoittelemisen on todellisuudessa ongelma, sillä tällöin ”pakkopositiivisuuteen” turvaudutaan ahdistuksen tai jopa epätoivon välttelemiseksi. Ihmisen perusoikeus on tuntea kielteisiä tunteita, kun siihen on aihetta. Työilmapiirin liittyminen tunteisiin on yksi syy siihen, minkä takia työilmapiiriasioista voi olla vaikea puhua. Tunteita ei kuitenkaan pidä pelätä, vaan niitä olisi tärkeä kuulla ja ymmärtää niiden viesti. (Aro 2018, 29-30.)

Yleinen työilmapiiri osoittaa jotakin merkittävää yhteisössä vallitsevasta yleisestä luottamuksesta ja perusasenteesta työtä ja työpaikkaa kohtaan. Yleistä työilmapiirin laatua on helppo havaita lyhyenkin vierailun aikana, ja myös asiakaspalvelun ja muiden sidosryhmien toimimisen kanssa siitä saa tietynlaisen kuvan. Työilmapiiri, kuten työhyvinvointi yleisestikin, on seurausta työoloista. Jotta työilmapiiriä voidaan parantaa, katse pitää siirtää työilmapiiristä itse työhön ja organisaatioon, sillä toimenpiteiden kohdentaminen pelkästään työilmapiiriin ei auta. Tärkeää silti on hyvän työilmapiirin asettaminen päämääräksi ja sen eteen kaikkien organisaatioiden jäsenien tulee sitoutua ja nähdä vaivaa. (Aro 2018, 40-41.)

Työympäristö käsittää fyysisen ja teknisen työympäristön, toiminnallisen työympäristön sekä psyykkisen ja sosiaalisen työympäristön. Hyvä työympäristö on terveellinen,

turvallinen, viihtyisä ja tarkoituksenmukainen. Se mahdollistaa omalta osaltaan täysipainoisen ja laadukkaan työnteon ja samalla tukee sekä työtä että sen tekijää. Työympäristön kehittämisellä voidaan parantaa varsinaiseen työnteeseen keskittymistä. Fyysisen, teknisen ja toiminnallisen työympäristön kehittämisen kannalta tärkeitä kohteita ovat työtilan toimivuus, järjestys ja siisteys sekä kalusteiden ja työvälineiden rakenteet ja ominaisuudet. (Rauramo 2008, 101.)

Työpaikan pitäminen siistinä edesauttaa turvallisuutta. Iso osa tapaturmista liittyy liukastumisiin, kompastumisiin ja kaatumisiin. Siisteys ja järjestys parantavat myös työn sujuvuutta. Aikaa ei mene hukkaan etsiessä turhia tavaroita ja puhtaissa sekä asianmukaisissa tiloissa on paljon miellyttävämpi työskennellä. Hyvä siisteys ja järjestys tarkoittaa lyhyesti sitä, että jokaiselle tavaralle on oma paikkansa ja hyödyttömät tavarat siivotaan pois. Työympäristöön liittyy myös monia altisteita, jotka vaikuttavat työkuormitukseen. Näitä ovat muun muassa melu, värinä, säteily, lämpöolot ja valaistus. (Rauramo 2008, 101-102.)

3.5.3 Tunnustukset ja palaute

Jokaista työntekijää kiinnostaa se, että mitä häneltä työssään odotetaan ja miten hän nuo odotukset täyttää. Yksinkertaisimmillaan palaute kertoo, että kuinka hyvin työssä on onnistuttu. Palautteen kautta välittyy tietoa siitä, millä tavoin omaa työtä pitäisi kehittää ja mitä asioita pidetään tärkeinä tai tavoittelemisen arvoisena. Jos työntekijä ei saa palautetta tai sitä annetaan epämääräisesti, hänelle voi tulla tunne, että työpanosta ei arvosteta tarpeeksi tai pidetä merkittävänä. Esimiehen tehtävänä on toimia palautteen antajana ja pyrkiä tiedostamaan, että millaisia reaktioita palaute tai sen puuttuminen saa aikaan. On toki huomioitava, että palautetta saadaan muiltakin osapuolilta, kuten asiakkailta, toimittajilta ja kollegoilta. (Hakonen, N., Hakonen, A., Hulkko-Nyman ja Ylikorkala 2014, luku 2.)

Antamalla tunnustusta hyvin hoidetusta työstä viestitetään työntekijälle ja miksei myös koko työyhteisölle siitä, että millaisia työsuorituksia halutaan ja tarvitaan. Myönteisessä palautteessa keskitytään onnistumisiin ja sitä kautta voidaan vahvistaa haluttua toimintaa sekä itseluottamusta. Tällöinkin palaute kannattaa ilmaista mahdollisimman selkeästi ja kohdistaa esimerkiksi siihen, miten työ tehtiin ja miten tavoitteet saavutettiin. Parhaiten toimivissa tiimeissä ja työyhteisöissä myönteistä palautetta jaetaan moninkertaisesti muihin verrattuna, mikä on osaltaan niiden hyvän toiminnan salaisuus. (Hakonen, N ym. 2014, luku 2.)

Työyhteisössä joudutaan välillä kohtamaan myös vaikeampia tilanteita ja yhteisön henkinen hyvinvointi ei koostu ainoastaan positiivisista kokemuksista. Kielteisen palautteen antaminen koetaan helposti epämiellyttävänä, mutta se on lopulta esimiehen tehtävä huolehtia rajoista ja puuttua asiaan. Kun kielteistä palautetta annetaan, tärkeää olisi kiinnittää huomio tavoitteisiin ja toiveisiin eikä saman tien syyllistää työntekijää. Yleensä kielteisestä palautteesta puhutaan termillä korjaava tai rakentava palaute, jonka tarkoituksena ei kuitenkaan ole kaunistella asiaa, vaan saada ymmärtämään, että kielteinen palaute ei aina merkitse kielteistä tapahtumaa. Kun keskustellaan avoimesti kritiikin kohteena olevasta asiasta, se voi avata eri osapuolille erilaisia näkemyksiä ja korjata väärinkäsityksiä. Usein palautteen saaja myös kehittyy ja oppii uutta tätä kautta. (Hakonen, N ym. 2014, luku 2.)

Palautteen antaminen on harvoin helppoa, joten se vaatii henkilöltä hyviä ihmistaitoja. Oikealla tavalla ja oikeassa tilanteessa annettu palaute kuitenkin hyödyttää molempia osapuolia. Palautteen avulla ihminen pystyy tarkastelemaan itseään ja omaa käytöstään toisesta näkökulmasta. Kun palautetta halutaan antaa tehokkaasti, sen tulisi olla kuvaavaa, oikea-aikaista ja yksityiskohtaista sekä keskittyä käyttäytymiseen ja sen seurauksiin. Tällöin palautteen vastaanottaja saa parhaiten mahdollisuuden kehittyä ja oppia uutta. Toisaalta, oli sitten kyse korjaavasta tai positiivisesta palautteesta, sen vastaanottaminen voi olla joillekin hankalaa aivan kuten sen antaminenkin. (Sistonen 2008, 167-169.)

4 TUTKIMUS

Tutkimuksen tavoitteena oli selvittää, miten sisäinen viestintä vaikuttaa työtyytyväisyyteen toimeksiantajayrityksen sisällä. Tarkoituksena oli myös tutkia näiden kahden eri osa-alueen nykytilaa yrityksessä ja etsiä mahdollisia kehityskohteita niihin liittyen. Kohdeyritys on perustettu Tanskassa vuonna 1976 ja se toimii kuljetus- ja logistiikka-alalla. Maailmanlaajuisesti yritys työllistää noin 60 000 henkilöä yli 90 eri maassa. Yritys jakautuu kolmeen eri divisioonaan, jotka keskittyvät tahoillaan maantiekuljetuksiin, lento- ja merikuljetuksiin sekä varastointiin ja logistisiin kokonaisratkaisuihin. Suomessa yrityksellä on toimipisteet seitsemässä eri kaupungissa.

4.1 Tutkimusmenetelmät

Tätä tutkimusta varten tutkimusmenetelmäksi valittiin kvantitatiivinen eli määrällinen tutkimus. Sitä käytettäessä voidaan selvittää kysymyksiä, jotka liittyvät lukumääriin ja prosentiosuuksiin, kuitenkin siten, että otoksen tulisi olla riittävän suuri ja edustava. Aineistoa kerätään usein standardoiduilla tutkimuslomakkeilla, joissa vastausvaihtoehdot on valmiiksi esitetty. Asioita kuvataan numeeristen suureiden avulla ja tuloksia on mahdollista havainnollistaa taulukoilla ja kuvilla. Tilastollisen päättelyn keinoin pystytään yleistämään aineistosta saatuja tuloksia laajempaan joukkoon. (Heikkilä 2014, 15.)

Määrällisessä tutkimusmenetelmässä on muutama oleellinen seikka, jotka vaikuttavat merkittävästi tutkimuksen onnistumiseen. Tärkeää on laatia hyvä tutkimussuunnitelma, sillä suunnitelma ohjaa kyselylomakkeen tekemistä. Keskeisimpiä asioita tutkimussuunnitelman kannalta ovat täsmällisen tutkimusongelman asettaminen, tutkimusaineiston keräämisen suunnittelu ja analysointitavan päättäminen. Koko tutkimusprosessissa keskeisiä vaiheita ovat muun muassa johtopäätösten tekeminen aiemmista tutkimuksista, teorian ja käsitteiden määrittely, aineiston järjestäminen tilastolliseen muotoon sekä päätelmien tekeminen tilastolliseen aineistoon pohjautuen. (Vilkkä 2015, 114.)

4.2 Kyselylomake

Kvantitatiivisessa tutkimusmenetelmässä kyselylomake on tavallisin tapa kerätä aineistoa. Kyselylomaketutkimuksessa vastaaja lukee kirjallisesti esitetyn kysymyksen ja vastaa siihen myös kirjallisesti. Tällä tavalla aineistoa kannattaa kerätä hyvin suurelta ja hajallaan olevalta ihmisjoukolta. Tätä tapaa käytetään myös silloin, kun tutkimuksessa käsitellään arkaluontoisia kysymyksiä. Kyselylomaketta käytettäessä saadaan se etu, että vastaaja jää aina anonyymiksi. Suurimpana riskinä on puolestaan vastausprosentin jääminen

alhaiseksi, jolloin puhutaan tutkimusaineiston kadosta. Lisäksi vastauslomakkeiden palautuksissa voidaan havaita viiveitä. (Vilkkä 2015, 94.)

Kyselylomakkeen huolellinen suunnittelu on hyvin tärkeä osa koko määrällistä tutkimusta. Lomakkeen suunnittelu edellyttää, että tutkija tietää tutkimuksensa tavoitteen eli sen, mihin kysymyksiin aiotaan etsiä vastauksia. Kysymykset voivat olla monivalintakysymyksiä, avoimia kysymyksiä tai sekamuotoisia kysymyksiä. Monivalinnoissa vastaajalle annetaan valmiit vastausvaihtoehdot ja monivalintakysymysten kysymysmuoto on standardoitu eli vakioitu. Standardoiduilla kysymyksillä haetaan kysymysten vertailukelpoisuutta. Avointen kysymysten tarkoituksena on saada vastaajilta vapaita mielipiteitä, joissa vastaamista ei juurikaan rajoiteta. Sekamuotoisissa kysymyksissä osa vastausvaihtoehdoista on annettu. Tämä tapa on toimiva silloin, kun kaikkia vastausvaihtoehtoja ei välttämättä tunneta. (Vilkkä 2015, 105-106.)

Kyselylomakkeen kysymykset tulee muotoilla tavalla, joka on vastaajalle tuttu. Siksi kohderyhmän tuntemus on tärkeää. Kysymysten järjestyksellä on myös merkitystä, sillä tietynlainen johdonmukaisuus kysymyksissä helpottaa vastaamista. Kysymyksiä laadittaessa on tärkeää pohtia, että millaista tietoa tarvitaan ja millaista ei. Jokaisen kysymyksen kohdalla kannattaa miettiä, että onko tämä tutkimusongelman kannalta oleellinen kysymys ja mitä sillä tarkalleen ottaen mitataan. (Vilkkä 2015, 107.)

Yleensä ongelmaksi kyselylomakkeissa koituu kahden asian kysyminen samassa kysymyksessä. Tällöin vastaajan on vaikea hahmottaa, miten tai kumpaan kysymykseen hän vastaisi. Tutkija puolestaan ei voi tietää, mihin vastaaja on vastannut, jolloin tiedon analysointi ei yksinkertaisesti onnistu. Kyselyn kannalta onkin ensiarvoista, että vastaajan ei tarvitsisi vastatessaan miettiä, mitä tutkija kysymyksellään on tarkoittanut. (Vilkkä 2015, 107.)

4.3 Tutkimuksen suunnittelu ja toteutus

Tutkimuksen aiheen keksittyäni ehdotin sitä toimeksiantajalleni, joka otti aiheen hyvin vastaan ja hyväksyi sen. Päätin toteuttaa tutkimuksen laatimalla kyselylomakkeen ja jakamalla sen sähköpostin välityksellä yrityksen työntekijöille. Kyselyn tein Webropol-alustalla, joka oli tullut tutuksi aikaisimmista opiskeluprojekteista. Työn tarkoituksena oli selvittää sisäisen viestinnän ja työtyytyväisyyden tilaa nimenomaan työntekijöiden näkökulmasta, joten päällikötason ja johdon henkilöt jätettiin kyselystä pois.

Toimeksiantajayritys jakautuu yhteensä kolmeen divisioonaan. Tutkimus kohdistettiin kuitenkin liikennepuolen henkilöstölle, joten yhden divisioonan työntekijöille kyselyä ei jaettu. Vaikka yrityksellä on toimipisteitä ympäri Suomea, päätin lähettää lomakkeen pelkästään

työntekijöille Vantaalla, jossa itsekin työskentelen. Vantaan konttori on kuitenkin selkeästi yrityksen suurin Suomessa ja halusin keskittyä tutkimaan työn aihetta toimipaikkakohtaisesti.

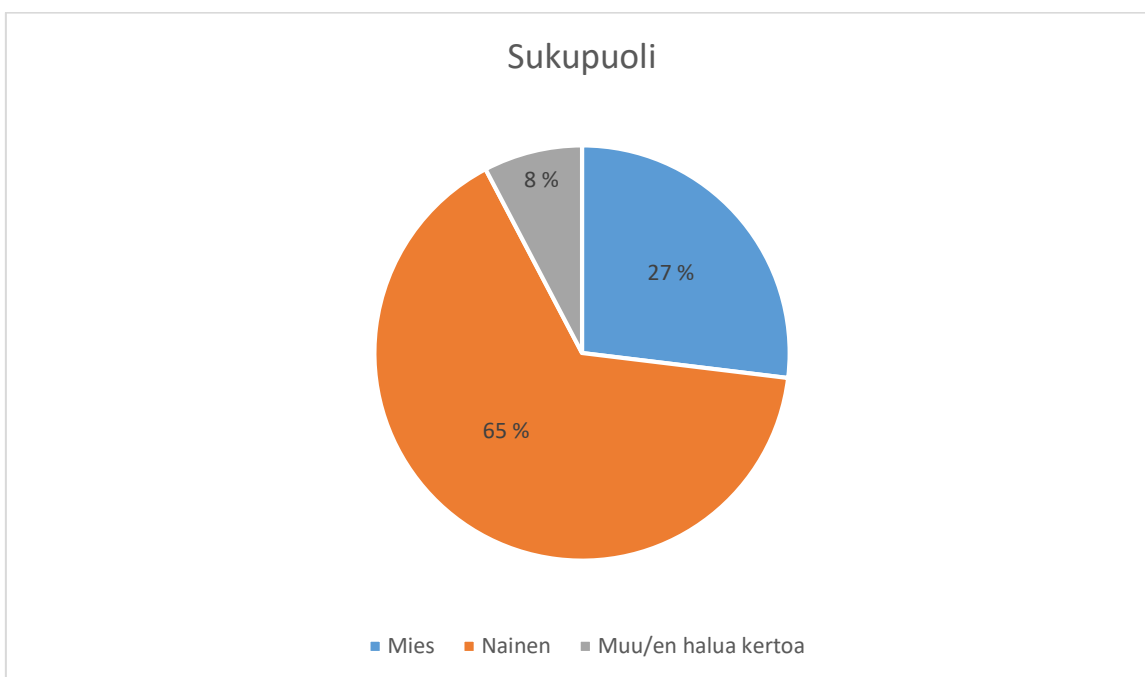
Tutkimusta varten laadittu kyselylomake tehtiin sillä ajatuksella, että se käsittelisi kattavasti sekä sisäistä viestintää että työtyytyväisyyttä. Aluksi kysyttiin kuitenkin vastaajien taustatietoja eli sukupuolta, ikää, työssäoloaika ja sitä osastoa, jossa työskentelee. Tämän jälkeen vuorossa oli sisäiseen viestintään liittyviä väittämiä. Näissä väittämissä vastaajalla oli mahdollisuus valita vaihtoehto väliltä 1-5, jossa 1 tarkoittaa, että henkilö on täysin eri mieltä väittämän kanssa ja 5 tarkoittaa, että henkilö on täysin samaa mieltä. Kohdeyritys oli hiljattain muuttanut uusiin toimitiloihin, joten tähän liittyvään viestintään oli myös laadittu muutama väite. Väittämien jälkeen lomakkeessa käsiteltiin sisäisen viestinnän kanavia. Vastaaja sai valita ensin kolme tärkeintä kanavaa, joiden kautta hän kokee saavansa tietoa ja sitten kolme kanavaa, joiden kautta hän haluaisi saada tietoa.

Työtyytyväisyyden osalta kaava oli samantyyppinen eli ensin työntekijä pääsi vastaamaan erilaisiin väittämiin koskien työtyytyväisyyttä. Myös näihin oli annettu vastausvaihtoehdot skaalalla 1-5. Väittämien jälkeen oli kaksi kysymystä, joissa haluttiin tietää työtyytyväisyyden osa-alueista. Vastaaja sai valita ne osa-alueet, joihin hän oli erityisen tyytyväinen työpaikalla ja myös ne, joissa hän koki olevan kehitettävää. Kyselyn lopussa oli kentät avoimille vastauksille, joihin sai kirjoittaa vapaasti hyviä ja huonoja puolia sekä kehitysehdotuksia koskien yrityksen sisäistä viestintää ja työtyytyväisyyttä.

Tutkimus suoritettiin aikavälillä 2.9.-13.9.2019 eli työntekijöillä oli kaksi viikkoa aikaa vastata kyselyyn. Kun esimiehet ja johto jätetään pois laskuista, kohdeyrityksen kahden divisonan palveluksessa Vantaan toimipisteellä työskentelee yhteensä 124 henkilöä eri osastoilla. Näistä kyselyyn vastasi 52 henkilöä, jolloin vastausprosentiksi muodostui 41,9.

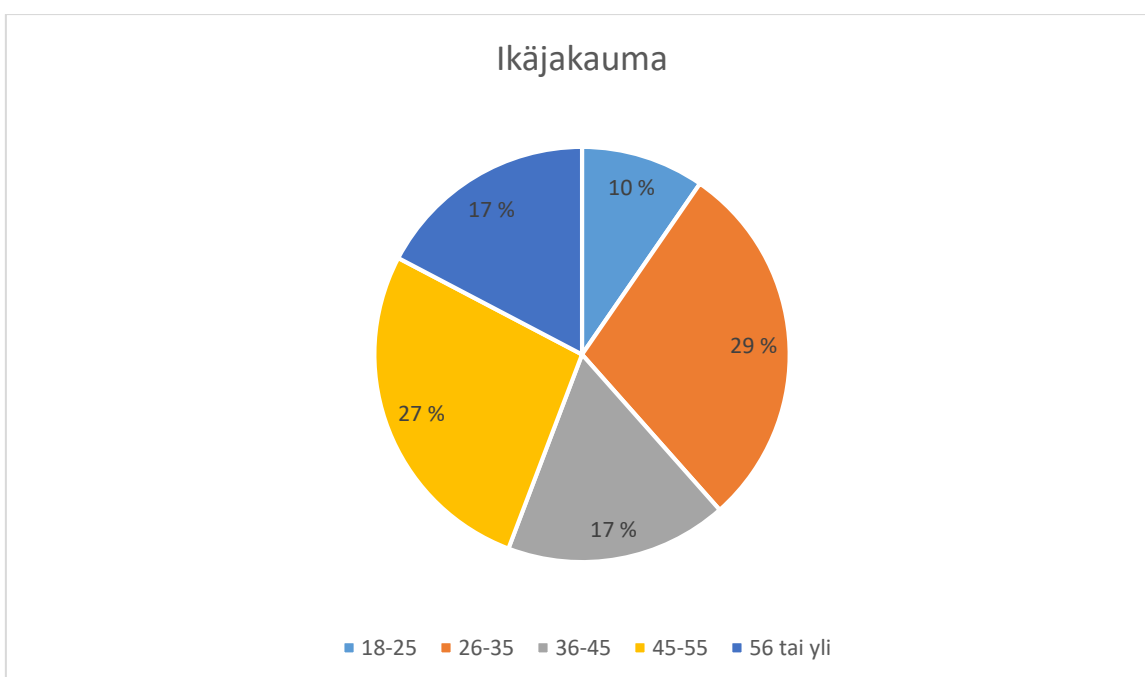
5 TUTKIMUSTULOKSET

5.1 Taustamuuttajat



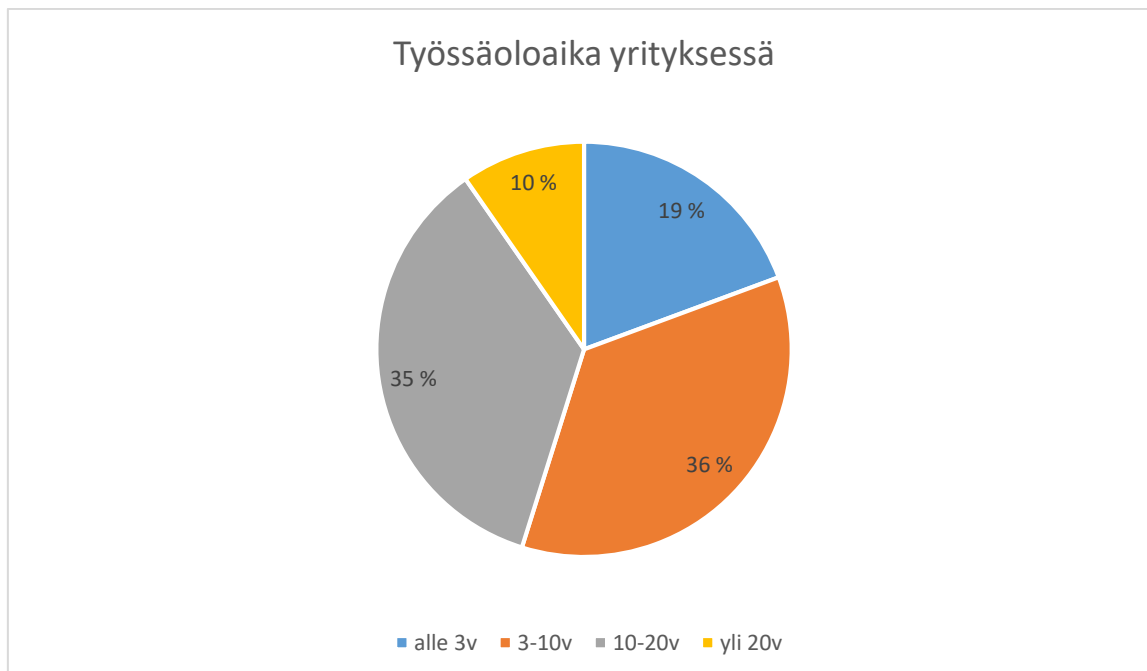
Kuvio 1. Vastaajien sukupuoli (n=52)

Tutkimukseen vastanneista noin kaksi kolmasosaa eli 65 % oli naisia. 27 % vastaajista oli miehiä ja 8 % muun sukupuolisia tai he eivät halunneet sukupuoltaan ilmoittaa.



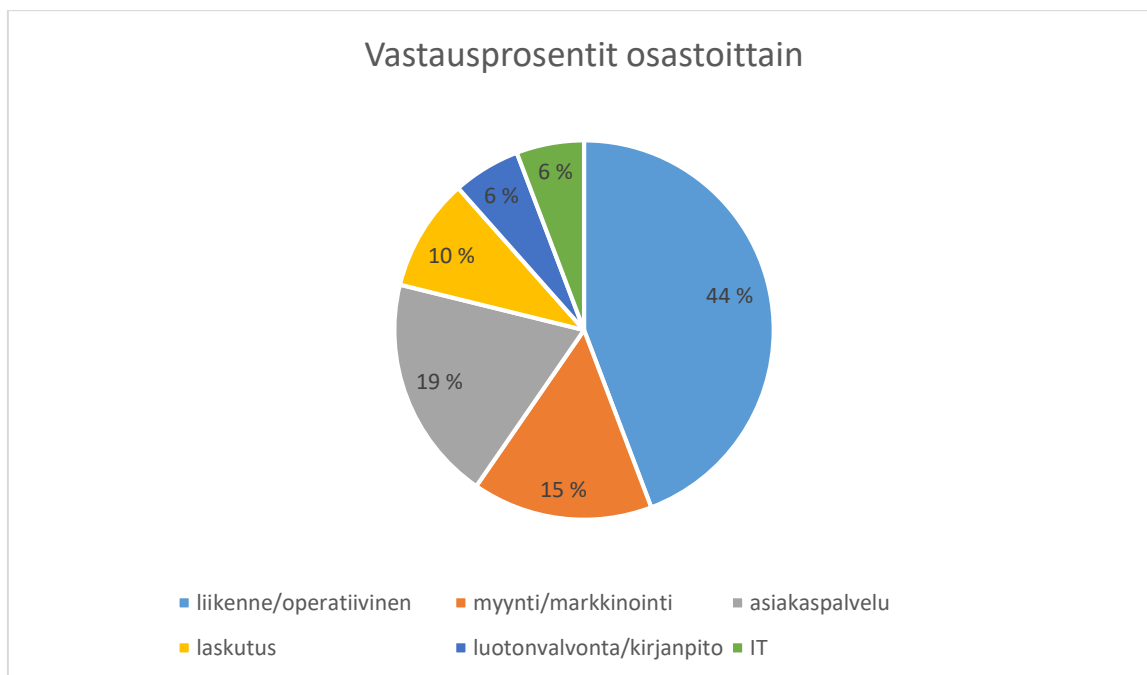
Kuvio 2. Ikäjakauma (n=52)

Ikärakenne tutkimukseen vastanneiden kesken jakautui melko tasaisesti. Suurimmat vastausosuudet olivat ikäryhmillä 26-35 (29 %) ja 45-55 (27 %). 36-45-vuotiaita oli vastaajien keskuudessa 17 %, kuten myös yli 56-vuotiaita. Alle 25-vuotiaat olivat pienin ryhmä, sillä heidän osuutensa vastanneista oli 10 %.



Kuvio 3. Työssäoloaika yrityksessä (n=52)

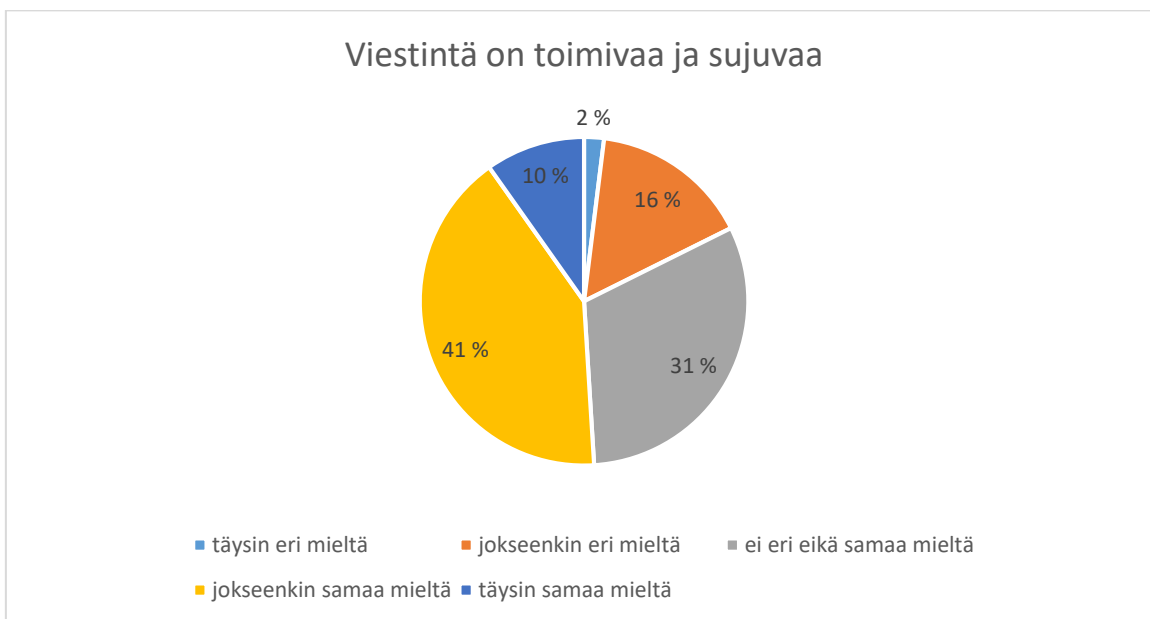
Suurin osa vastanneista oli työskennellyt yrityksessä kolmen ja kahdenkymmenen vuoden välillä. Eniten vastaajia sijoittui aikaan 3-10v (36 %) ja hieman vähemmän aikaan 10-20v (35 %). Alle kolme vuotta yrityksen palveluksessa toimineita oli vastaajista 19 % ja yli 20 vuotta työskennelleiden osuus oli pienin eli 10 %.



Kuvio 4. Vastausprosentit osastoittain (n=52)

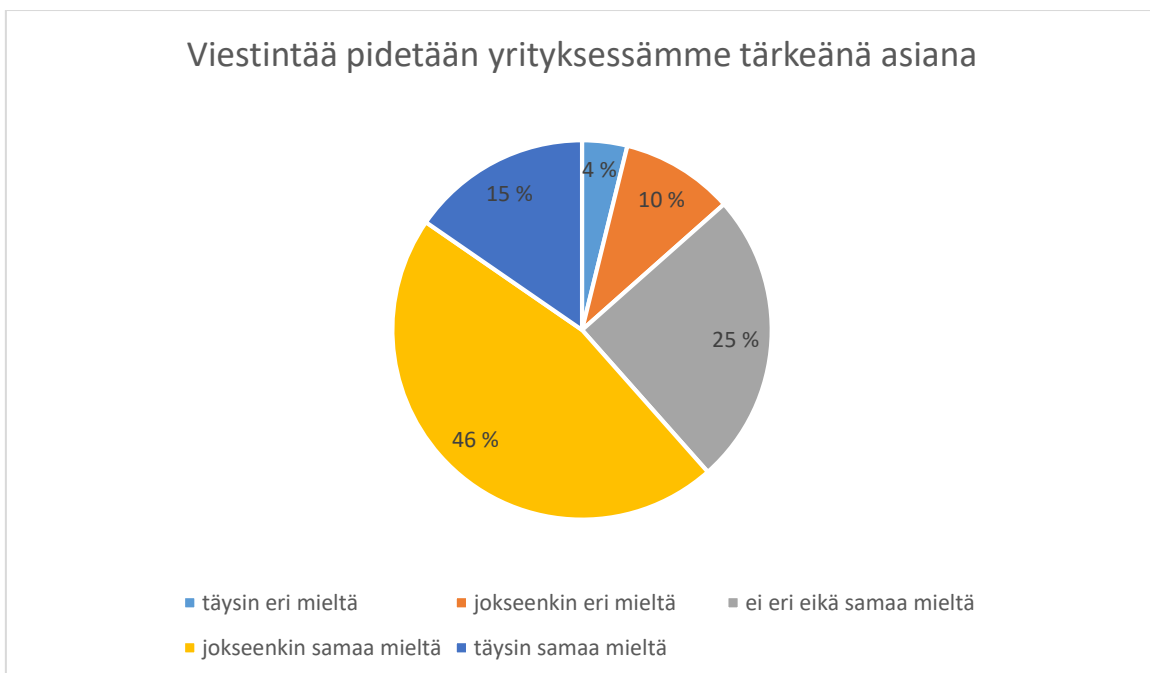
Selvästi eniten tutkimukseen osallistuneista työskentelee operatiivisissa tehtävissä liikenteenhoitajina. Heidän osuutensa oli 44 %, jonka jälkeen vastausprosentit jakautuivat suhteellisen tasaisesti. Toiseksi suurin osa työskentelee asiakaspalvelussa (19 %) ja kolmanneksi suurin osa myynnissä/markkinoinnissa (15 %). Laskutuksessa töitä tekee 10% vastaajista, kun taas pienimmät osuudet jäivät luotonvalvontaan ja kirjanpitoon sekä IT-osastolle. Molemmista ryhmistä vastaajia oli 6 % kokonaismäärästä.

5.2 Sisäinen viestintä



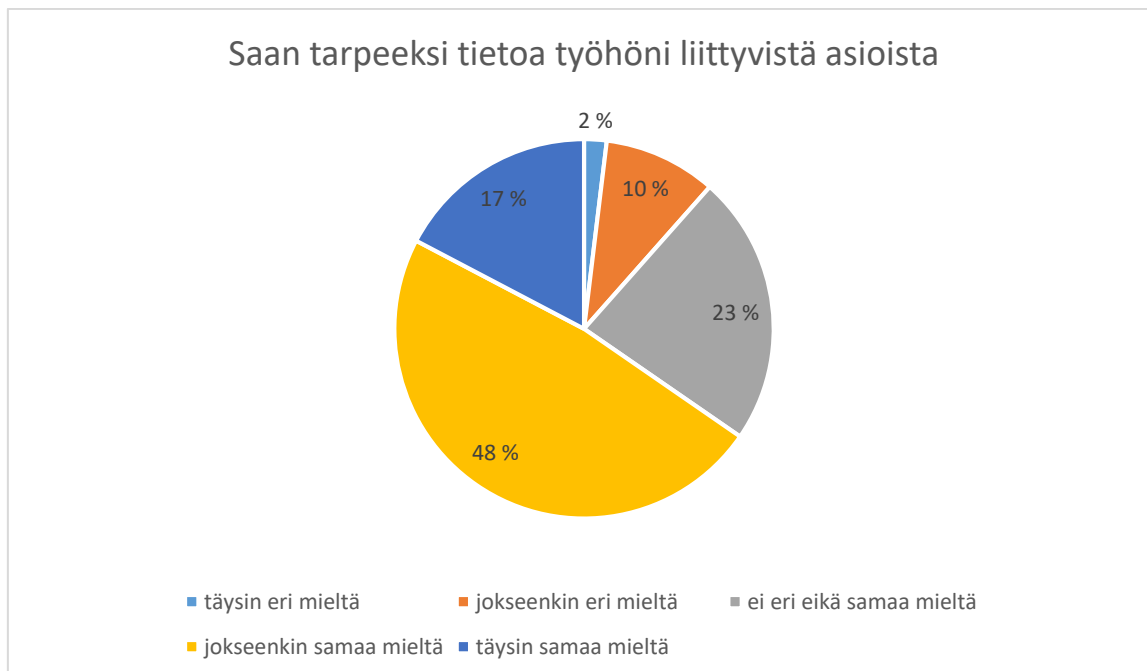
Kuvio 5. Viestintä on toimivaa ja sujuvaa (n=51)

Vastaajista 41 % oli jokseenkin samaa mieltä siitä, että sisäinen viestintä yrityksessä on toimivaa ja sujuvaa. 31 % puolestaan ei ollut eri eikä samaa mieltä ja 16 % oli jokseenkin eri mieltä viestinnän toimivuudesta ja sujuvuudesta. Väittämän kanssa täysin samaa mieltä olleita oli 10 % ja täysin eri mieltä kaksi prosenttia.



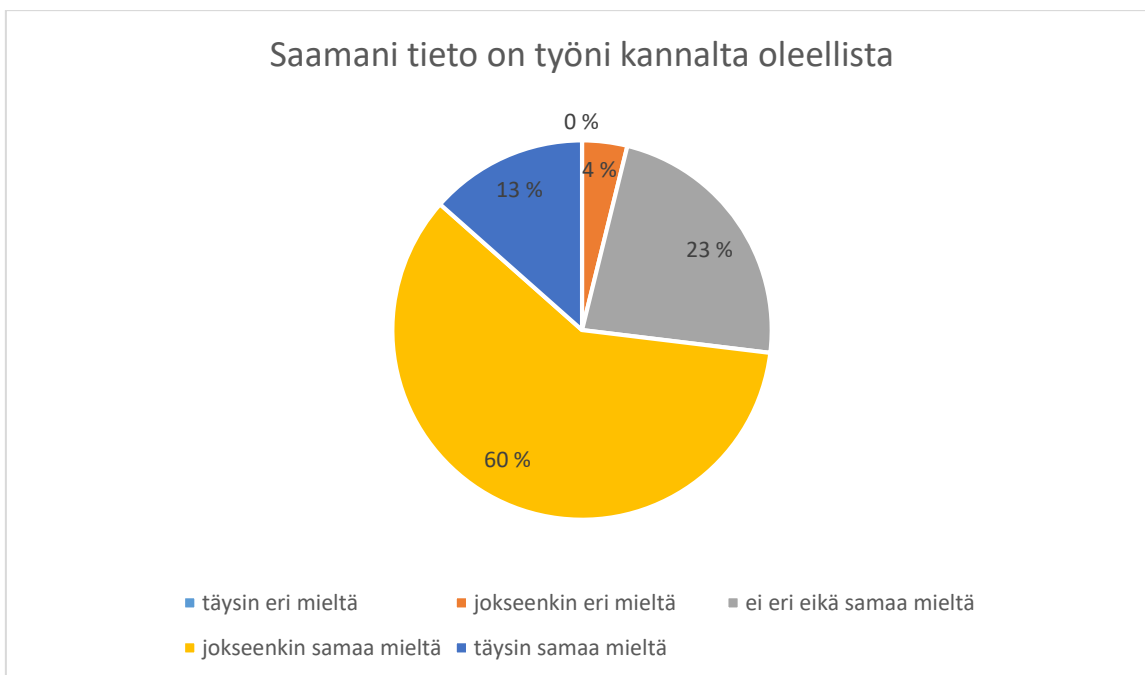
Kuvio 6. Viestintää pidetään yrityksessämme tärkeänä asiana (n=52)

Vajaa puolet vastaajista eli 46 % oli joksinkin samaa mieltä siitä, että viestintää pidetään tärkeänä asiana yrityksessä. Neljäsosa vastaajista eli 25 % ei kokenut olevansa eri eikä samaa mieltä asiasta. Täysin samaa mieltä viestinnän pitämisestä tärkeänä oli 15 %, kun taas 4 % oli täysin eri mieltä. Vastaajista 10 % oli joksinkin eri mieltä väittämästä.



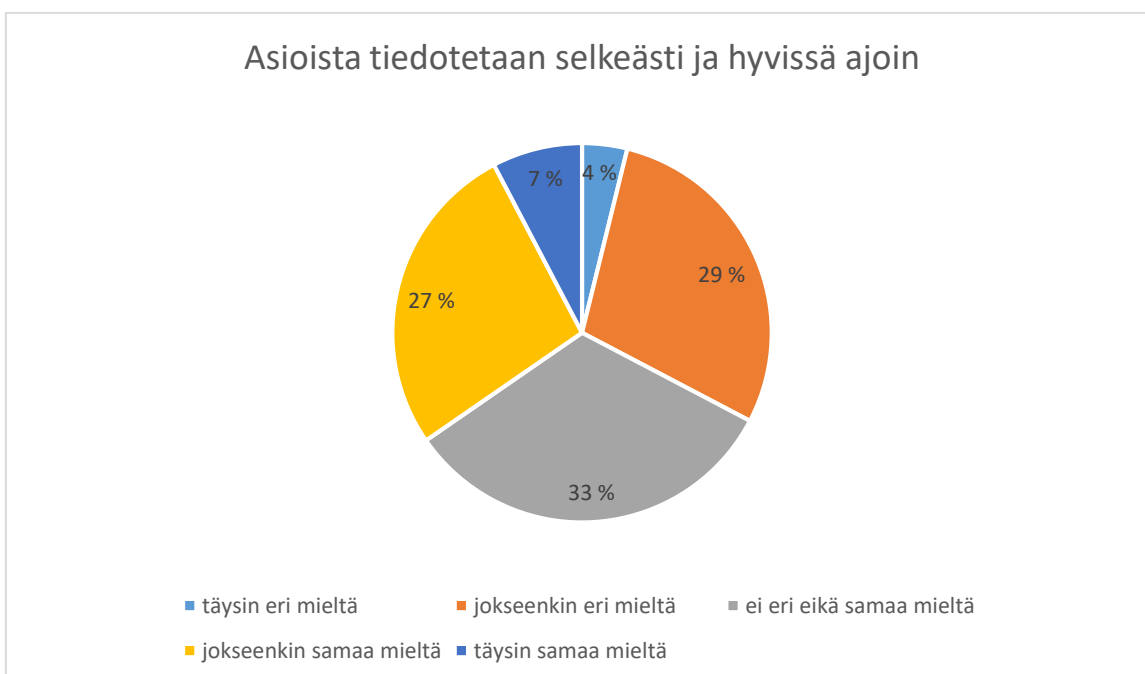
Kuvio 7. Saan tarpeeksi tietoa työhöni liittyvistä asioista (n=52)

Tutkimukseen osallistuneista 48 % oli joksinkin samaa mieltä siitä, että työhön liittyvistä asioista saadaan tarpeeksi tietoa. 23 % ei ollut eri eikä samaa mieltä. 17 % vastaajista koki olevansa täysin samaa mieltä väittämän kanssa. Jokseenkin eri mieltä vastaajista oli 10 % ja täysin eri mieltä vain kaksi prosenttia.



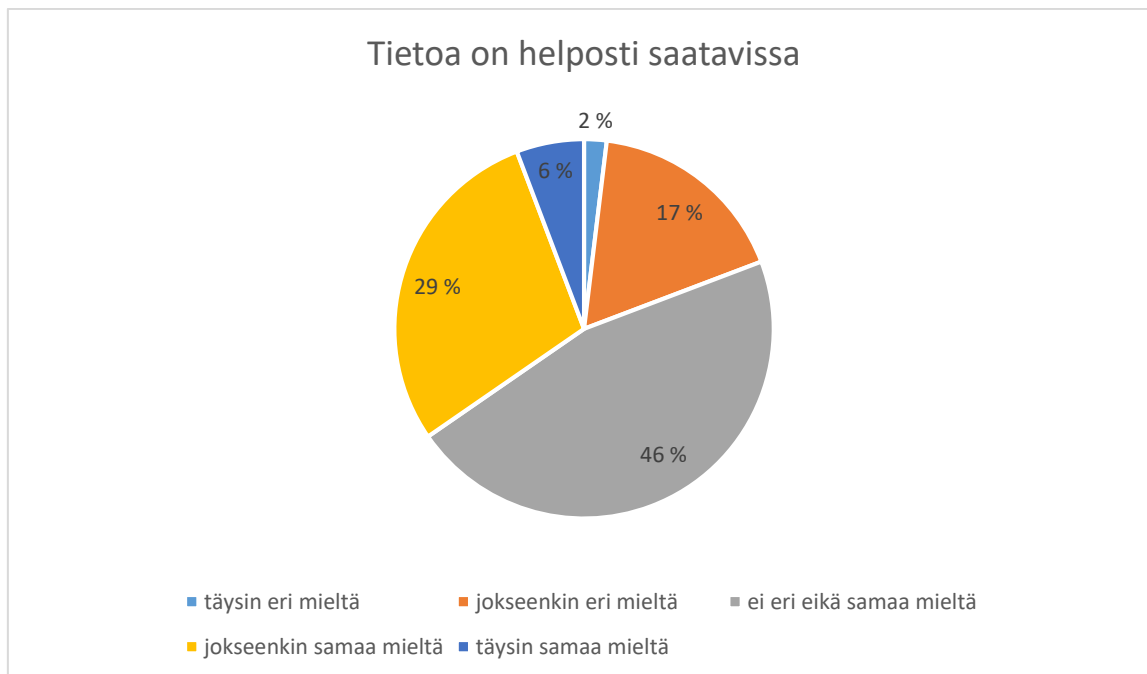
Kuvio 8. Saamani tieto on työni kannalta oleellista (n=52)

Selkeä enemmistö eli 60 % oli jokseenkin samaa mieltä väittämästä: ”Saamani tieto on työni kannalta oleellista.” 23 % ei ollut eri eikä samaa mieltä. 13 % tunnusti olevansa täysin samaa mieltä siitä, että saatava tieto on työn kannalta oleellista. Väittämän suhteen 4 % oli jokseenkin eri mieltä ja yksikään vastaaja ei ollut täysin eri mieltä.



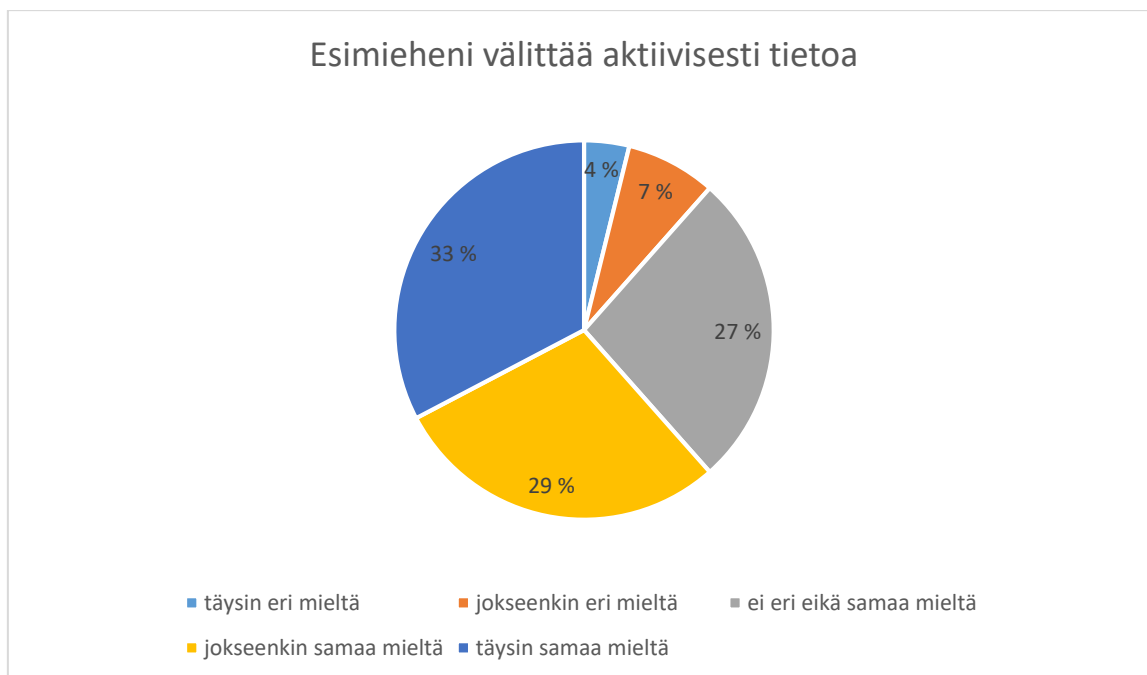
Kuvio 9. Asioista tiedotetaan selkeästi ja hyvissä ajoin (n=52)

Kolmannes vastaajista eli 33 % ei ollut eri eikä samaa mieltä siitä, että tiedotetaanko asioista selkeästi ja hyvissä ajoin. Jokseenkin eri mieltä (29 %) ja jokseenkin samaa mieltä (27 %) olevia oli vastaajien keskuudessa lähes sama määrä. 7 % oli täysin samaa mieltä väittämän kanssa, kun taas 4 % oli täysin eri mieltä.



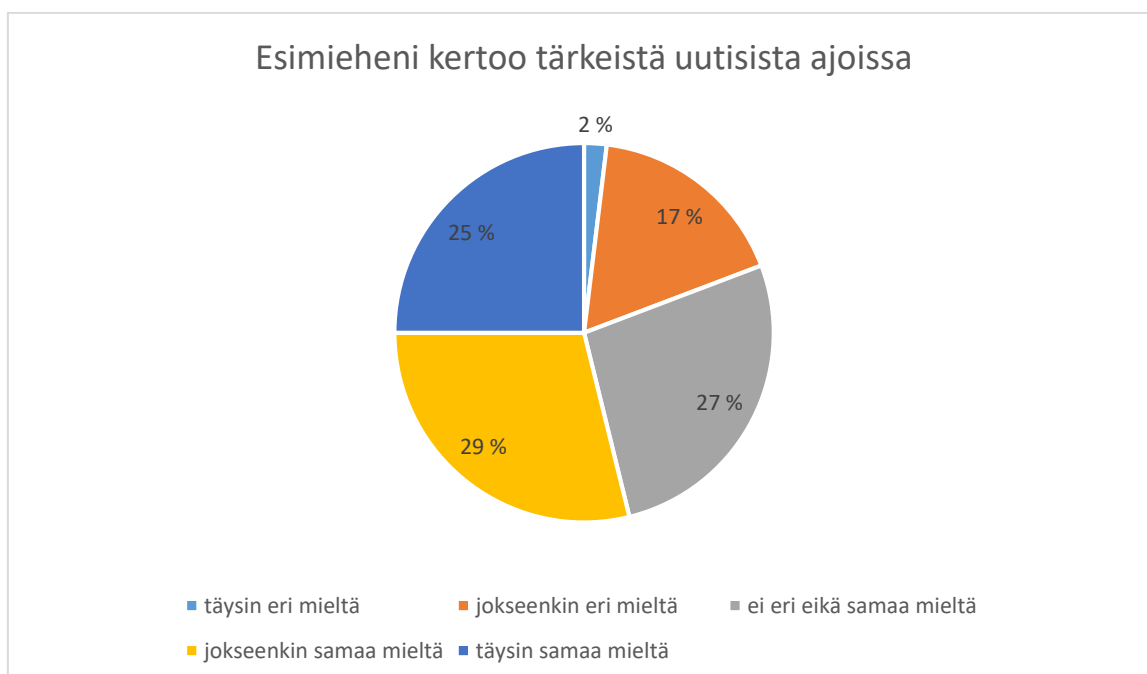
Kuvio 10. Tietoa on helposti saatavissa (n=52)

46 % vastaajista ei kokenut olevansa eri eikä samaa mieltä siitä, että onko tietoa helposti saatavissa yrityksen sisällä. Jokseenkin samaa mieltä väittämästä oli 29 % ja jokseenkin eri mieltä 17 %. 6 % tunsivat olevansa täysin samaa mieltä siitä, että tietoa on helposti saatavissa ja 2 % puolestaan täysin eri mieltä.



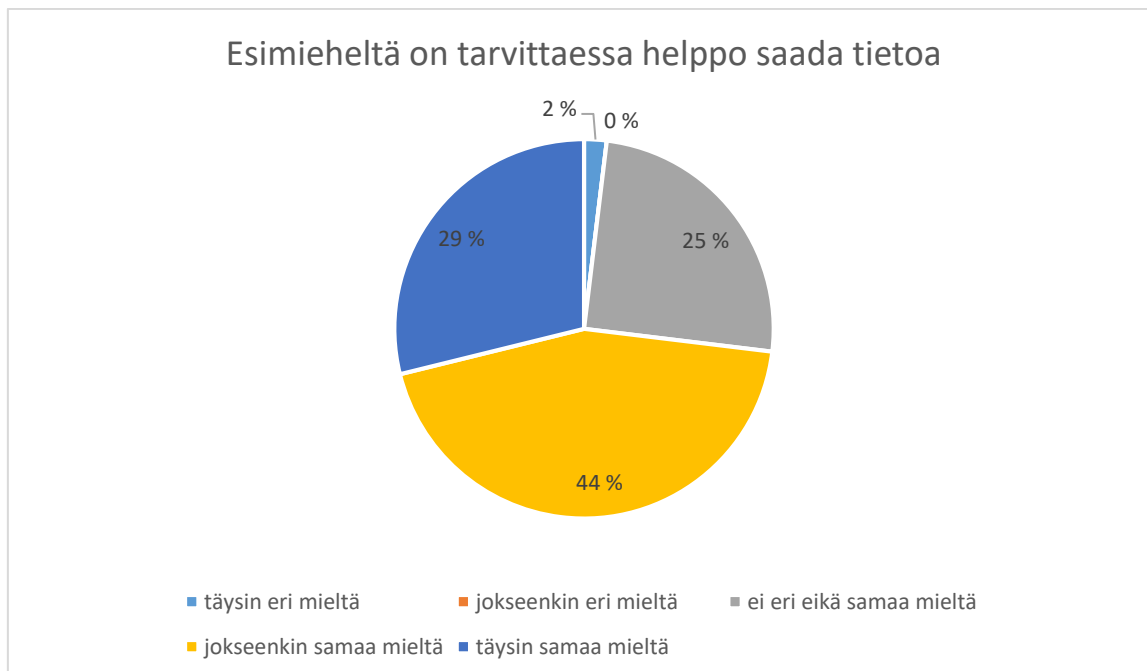
Kuvio 11. Esimieheni välittää aktiivisesti tietoa (n=52)

33 % tutkimukseen osallistuneista oli täysin samaa mieltä siitä, että oma esimies välittää aktiivisesti tietoa. Jokseenkin samaa mieltä samasta väittämästä oli 29 %. Ei eri eikä samaa mieltä olleiden osuus oli 27 % ja jokseenkin eri mieltä olleiden 7 %. Täysin eri mieltä vastaajista oli 4 %.



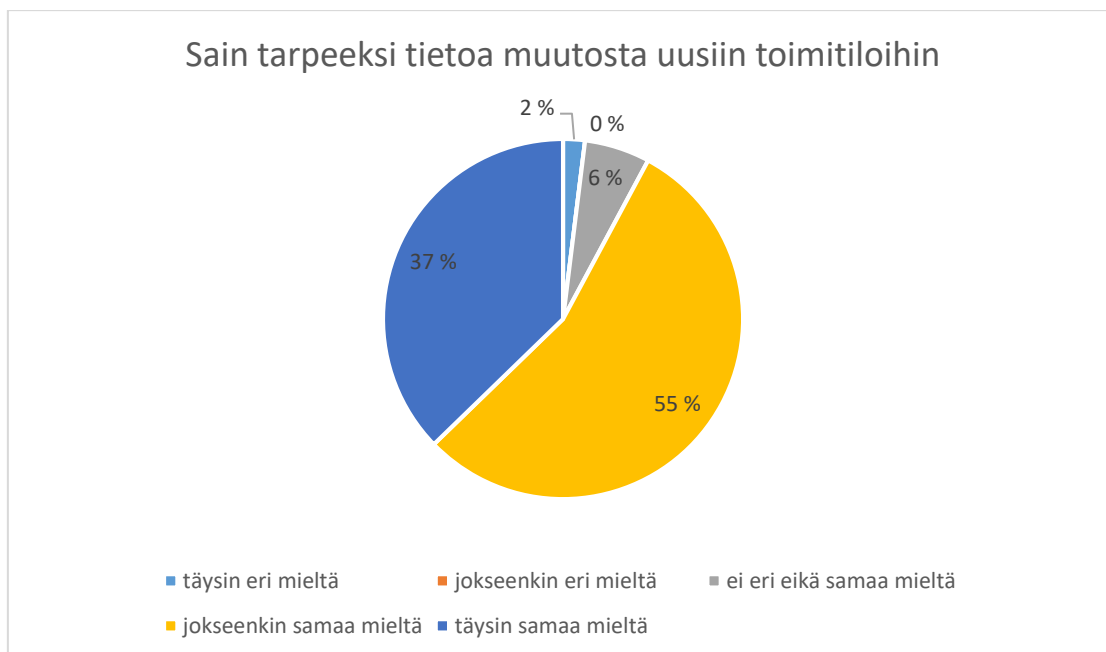
Kuvio 12. Esimieheni kertoo tärkeistä uutisista ajoissa (n=52)

Jokseenkin samaa mieltä väittämän ”Esimieheni kertoo tärkeistä uutisista ajoissa” kanssa oli 29 % vastaajista. 27 % ei ollut eri eikä samaa mieltä ja puolestaan 25 % oli täysin samaa mieltä. Jokseenkin eri mieltä siitä, että oma esimies kertoo tärkeistä uutisista ajoissa, oli 17 % vastaajista ja täysin eri mieltä vain 2 %.



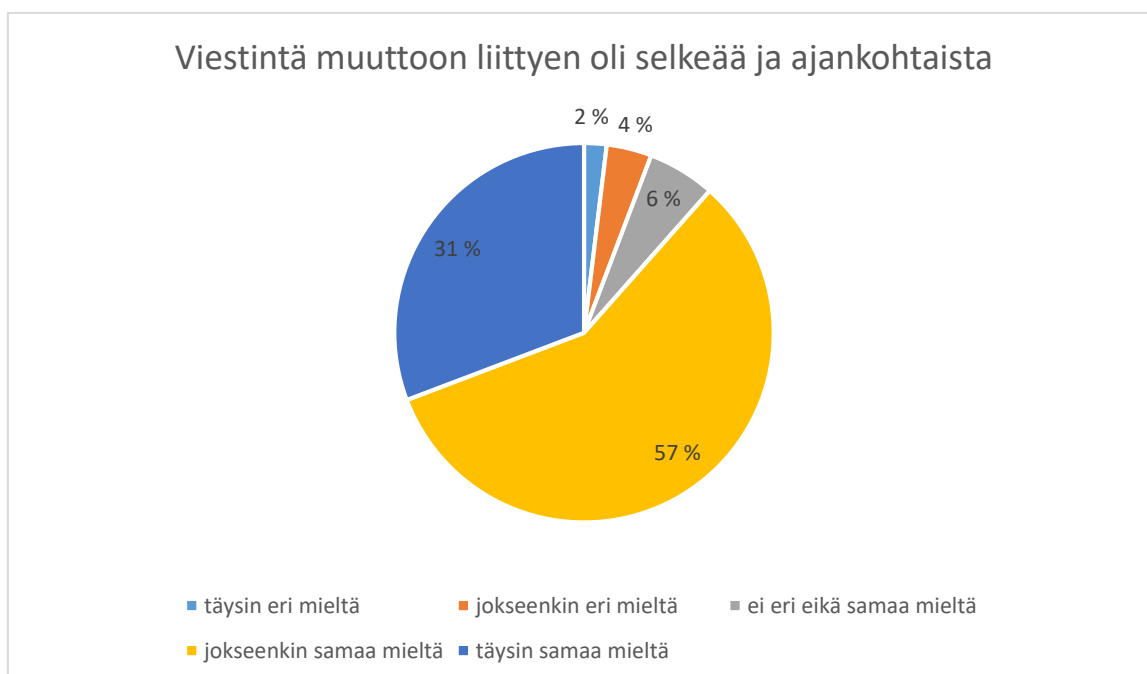
Kuvio 13. Esimieheltä on tarvittaessa helppo saada tietoa (n=52)

44 % vastaajista oli jokseenkin samaa mieltä siitä, että esimieheltä on tarvittaessa helppo saada tietoa, kun taas 29 % oli täysin samaa mieltä. Ei eri eikä samaa mieltä olleita oli 25 %. 2 % oli täysin eri mieltä väittämän kanssa ja kukaan vastanneista ei ollut jokseenkin eri mieltä.



Kuvio 14. Sain tarpeeksi tietoa muutosta uusiin toimitiloihin (n=51)

Yli puolet vastaajista eli 55 % oli jokseenkin samaa mieltä siitä, että he saivat tarpeeksi tietoa muutosta uusiin toimitiloihin. 37 % oli asiasta täysin samaa mieltä ja 6 % ei kokenut olevansa eri eikä samaa mieltä. 2 % oli täysin eri mieltä väittämän suhteen ja jokseenkin eri mieltä olevia ei vastaajien keskuudesta löytynyt.



Kuvio 15. Viestintä muuttoon liittyen oli selkeää ja ajankohtaista (n=52)

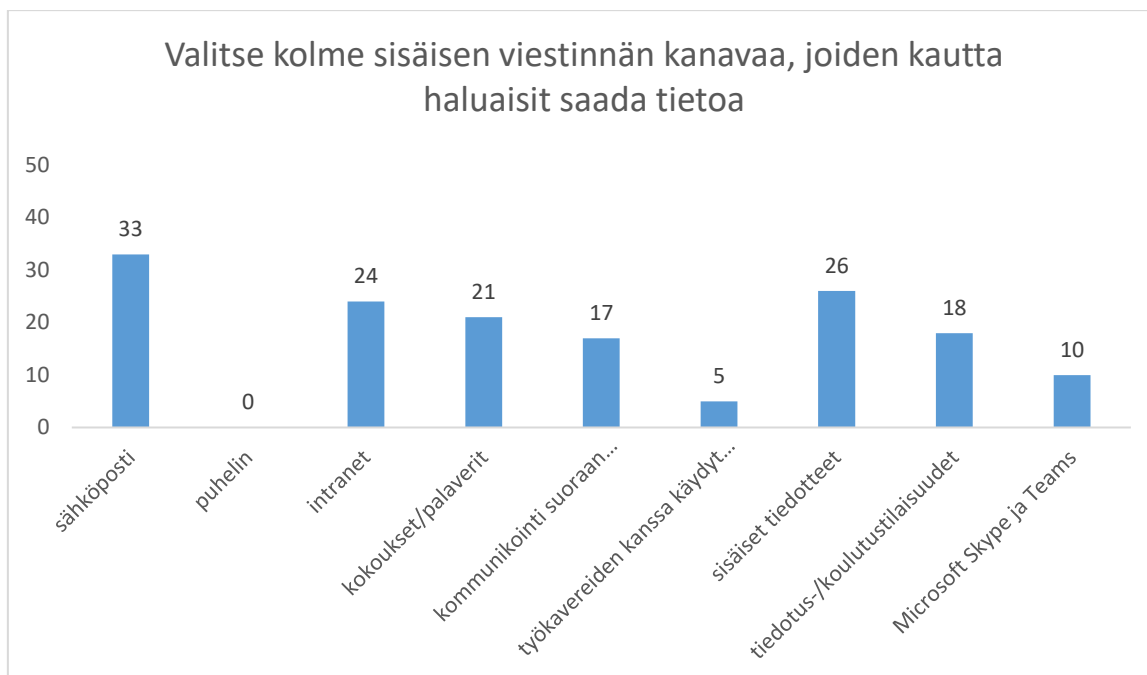
57 % vastaajista oli jokseenkin samaa mieltä siitä, että viestintä muuttoon liittyen oli selkeää ja ajankohtaista. Samasta väittämästä 31 % oli täysin samaa mieltä. Ei eri eikä

samaa mieltä vastanneita oli 6 %. 4 % oli puolestaan jokseenkin eri mieltä ja 2 % täysin eri mieltä.



Kuvio 16. Valitse itsellesi kolme tärkeintä sisäisen viestinnän kanavaa, joiden kautta saat tietoa koskien työtä ja työpaikkaasi (n=52)

Yllä olevassa kuviossa näkyy sisäisen viestinnän kanavia, joista vastaajien tuli valita itselleen kolme tärkeintä. Kriteerinä oli tiedon saaminen koskien työtä ja työpaikkaa. Selvästi tärkein kanava vastaajien keskuudessa oli sähköposti. Yhteensä 52 vastaajasta 45 valitsi tämän vaihtoehdon. Seuraavaksi suosituimmat kanavat olivat kokoukset/palaverit (27 vastaajaa), työkavereiden kanssa käydyt keskustelut (24) ja yrityksen oma intranet (22). 13 henkilöä valitsi kolmen tärkeimmän kanavan joukkoon sisäiset tiedotteet ja 11 valitsi suoraan esimiehen kanssa käydyn kommunikoinnin. Microsoft Skype tai Teams keräsi kahdeksan vastaajaa ja tiedotus-/koulutustilaisuudet viisi. Puhelinta yksikään vastaaja ei kokenut tärkeäksi sisäisen viestinnän kanavaksi.



Kuvio 17. Valitse kolme sisäisen viestinnän kanavaa, joiden kautta haluaisit saada tietoa (n=52)

Seuraavaksi haluttiin selvittää, että minkä sisäisten viestinnän kanavien kautta työntekijät haluaisivat saada tietoa koskien työtä ja työpaikkaa. Vastaajat saivat valita kolme mieluisinta vaihtoehtoa. Tässäkin tapauksessa sähköposti oli suosituin kanava 33:lla valinnalla. Toiseksi halutuin kanava oli sisäiset tiedotteet, jonka kautta 26 vastaajaa haluaisi saada tietoa. Intranetin kannalla oli 24 vastaajaa, kokousten/palaverien 21 ja tiedotus-/koulutusilaisuuksien 18 vastaajaa. 17 henkilöä valitsi kommunikoinnin suoraan esimiehen kanssa halutuimpiin tiedonsaantikanaviin ja 10 henkilöä valitsi Microsoft Skype ja Teamsin. Viisi kyselyyn osallistunutta valitsi puolestaan työkavereiden kanssa käytyt keskustelut. Puhelin sisäisen viestinnän kanavana ei tässä tapauksessa saanut ollenkaan kannatusta.

Kyselyyn vastanneilla oli lopussa mahdollisuus kirjoittaa vapaasti kommentteja liittyen yrityksen sisäiseen viestintään. Selkeimmin kommentteista erottui tyytymättömyys sähköpostiviestintään ja viestinnän ajoitukseen, joista alle on poimittu oleelliset esimerkit.

”Työpaikkaan / tehtäviin koskevat muutosten tiedotus tapahtuu usein liian myöhään - välillä jopa niin, että muilla osastoilla tiedetään jo muutoksesta ennen kuin itse tekijä tietää.”

”Sähköpostiviestintää pitäisi tarkentaa ja tehostaa. Esim. viesteissä usein monta ihmistä cc:nä ja monta ihmistä saattaa seurata täysin turhaan pitkää keskusteluketjua.”

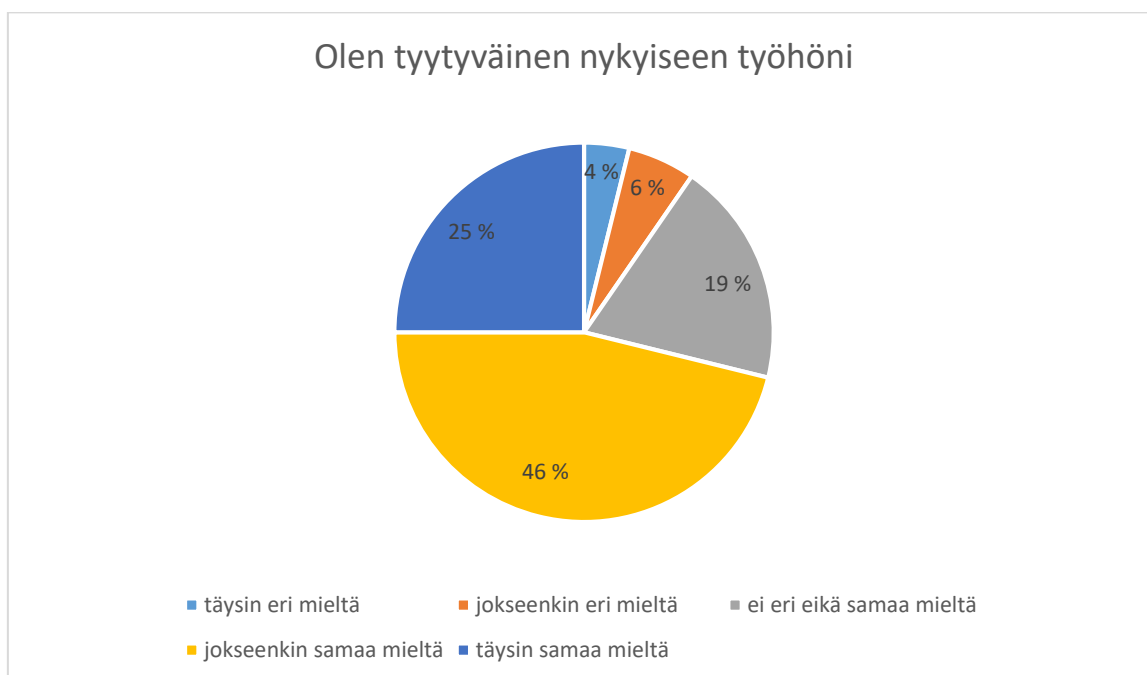
”Sähköpostirumba on melkoinen. Välillä tuntuu unohtuneen otsikon tärkeys (mitä viesti koskee) sekä kenelle viesti lähetetään. Jos lähettää viestin sekä henkilölle suoraan että

ryhmään, johon hän kuuluu, menee todennäköisesti jonkun aikaa välittää viesti, joka on jo toimitettu suoraankin.”

”Sähköpostitiedotteet ovat joskus erittäin pitkiä ja aikaa vieviä. Jos ne vaativat reagoitua lähettäjän suuntaan, tulisi ne lähettää paremmalla varoitusajalla ja välttää kiireisiä loma- tuurauskesonkeja.”

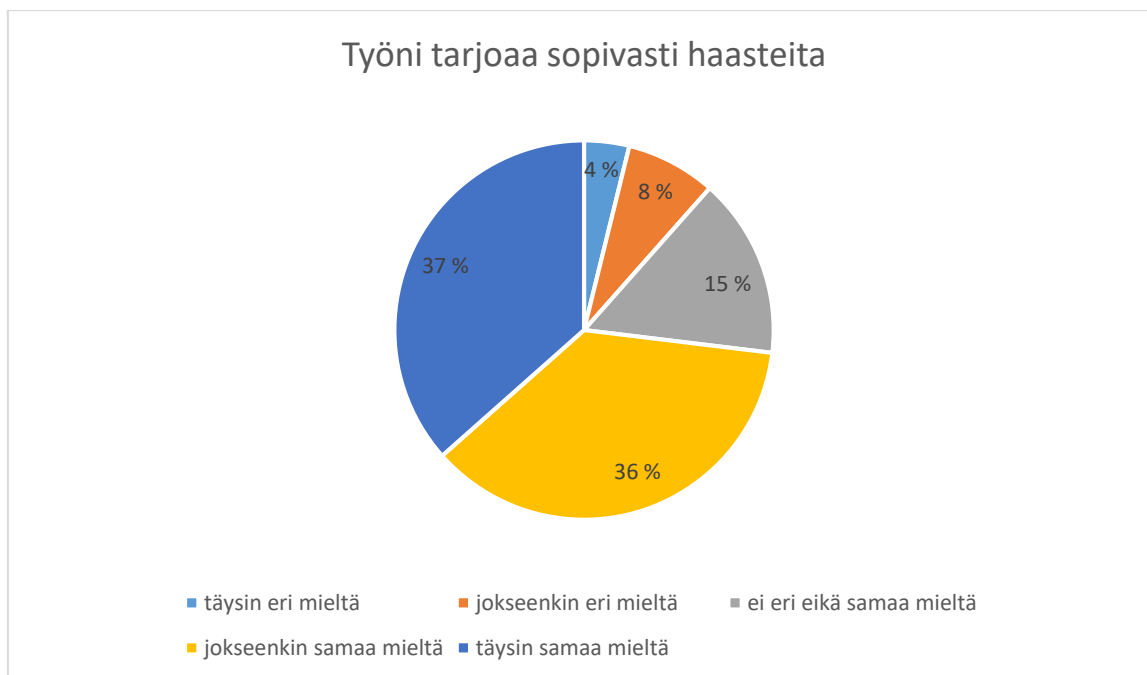
”Enemmän kommunikointia/palavereja eri osastojen välillä, muillekin kuin päällikkötasolle. Nyt tieto kulkee aika huonosti.”

5.3 Työtyytyväisyys



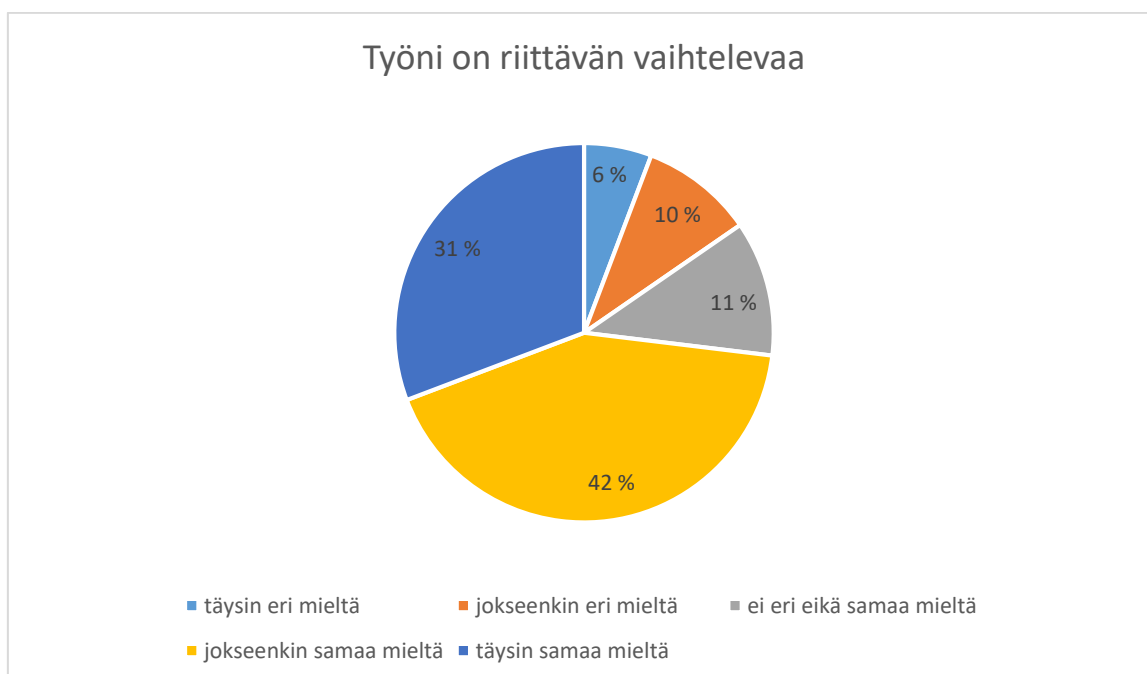
Kuvio 18. Olen tyytyväinen nykyiseen työhöni (n=52)

Vastaajista 46 % oli jokseenkin samaa mieltä siitä, että nykyiseen työhön voi olla tyytyväinen. Täysin samaa mieltä asiasta oli 25 %. Ei eri eikä samaa mieltä olevia oli vastaajien keskuudessa 19 %. Jokseenkin eri mieltä väittämästä oli 6 % ja täysin eri mieltä 4 %.



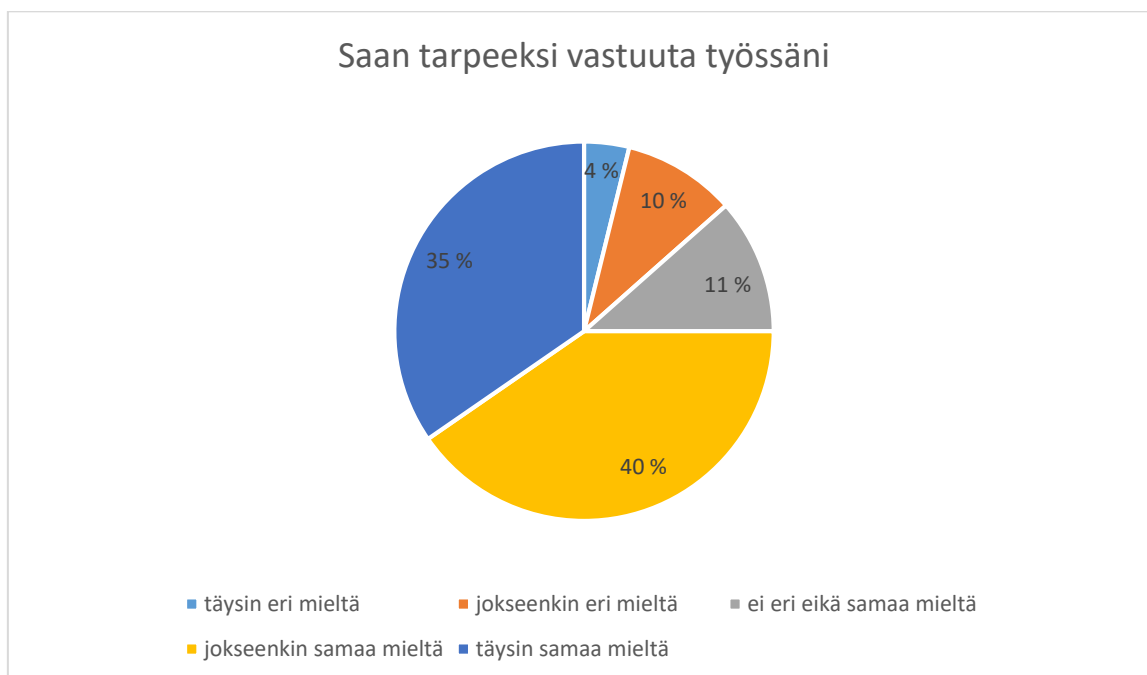
Kuvio 19. Työni tarjoaa sopivasti haasteita (n=52)

Tutkimukseen osallistuneista 37 % oli täysin samaa mieltä siitä, että työ tarjoaa sopivasti haasteita. Jokseenkin samaa mieltä olevia oli vain hieman vähemmän eli 36 %. 15 % vastaajista ei kokenut olevansa eri eikä samaa mieltä. Väittämän kanssa jokseenkin eri mieltä oli 8 % ja täysin eri mieltä 4 %.



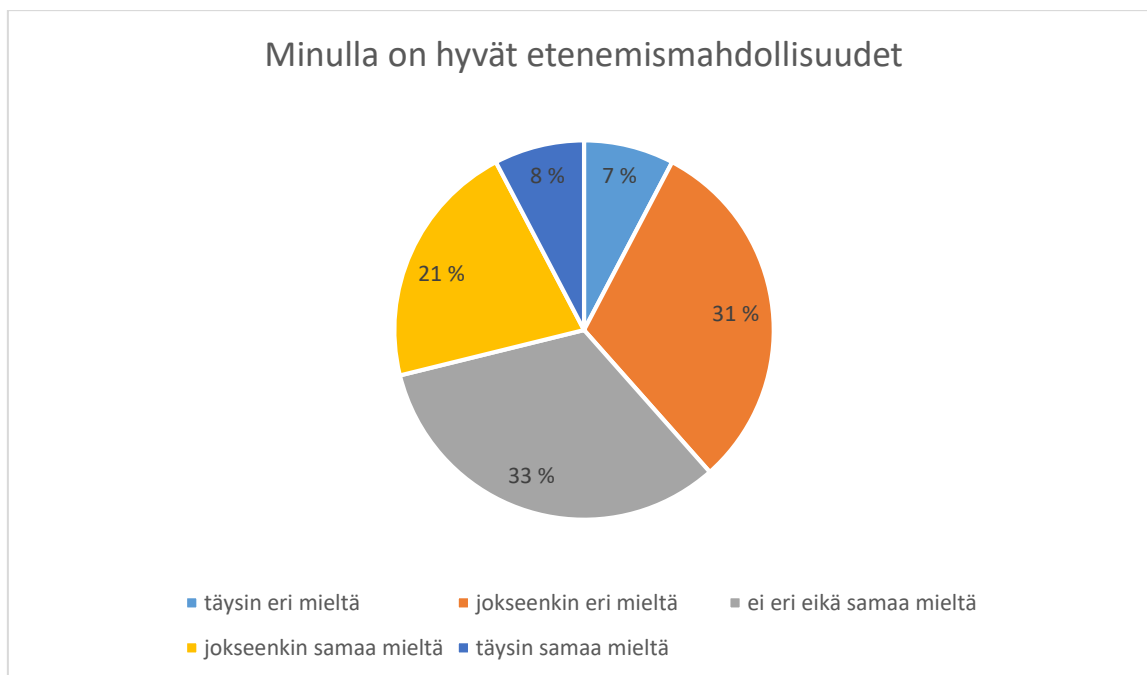
Kuvio 20. Työni on riittävän vaihtelevaa (n=52)

Vastaajista 42 % oli jokseenkin samaa mieltä siitä, että työ on riittävän vaihtelevaa, kun taas 31 % oli täysin samaa mieltä. Ei eri eikä samaa mieltä olevien osuus oli 11 %. Jokseenkin eri mieltä väittämästä oli 10 % ja täysin eri mieltä 6 %.



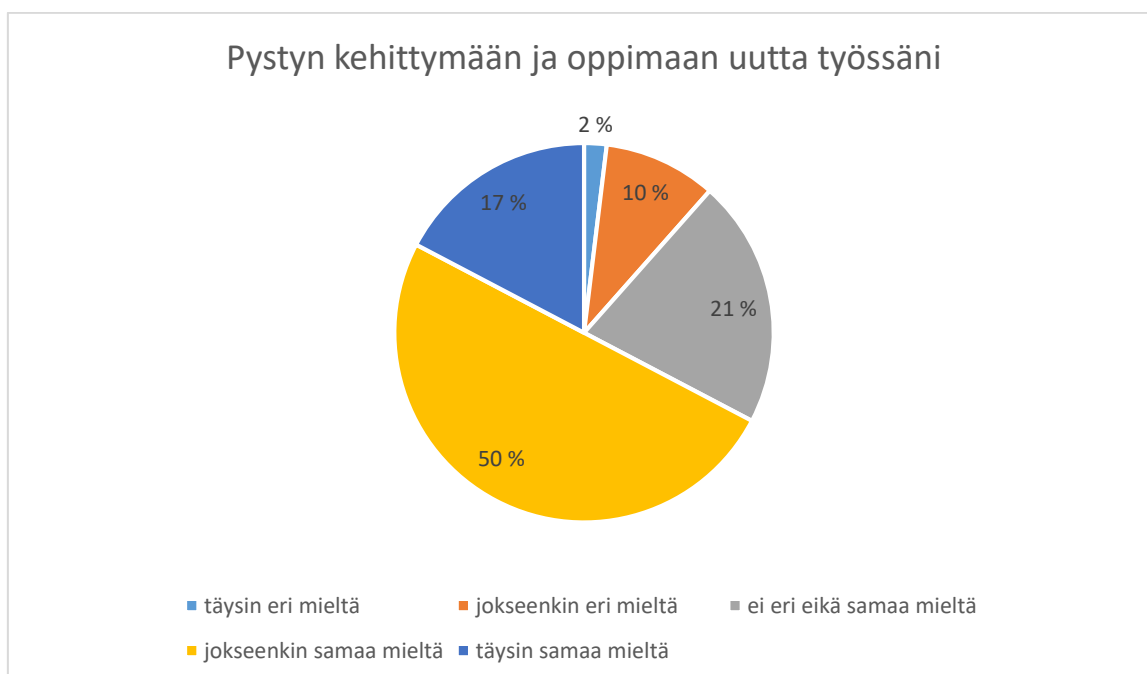
Kuvio 21. Saun tarpeeksi vastuuta työssäni (n=52)

Jokseenkin samaa mieltä väittämän ”Saun tarpeeksi vastuuta työssäni” kanssa oli 40 % vastaajista. Täysin samaa mieltä oli puolestaan 35 %. Ei eri eikä samaa mieltä olevia oli 11 % vastaajista. 10 % tunsu olevansa jokseenkin eri mieltä väittämästä ja täysin eri mieltä olleita oli 4 %.



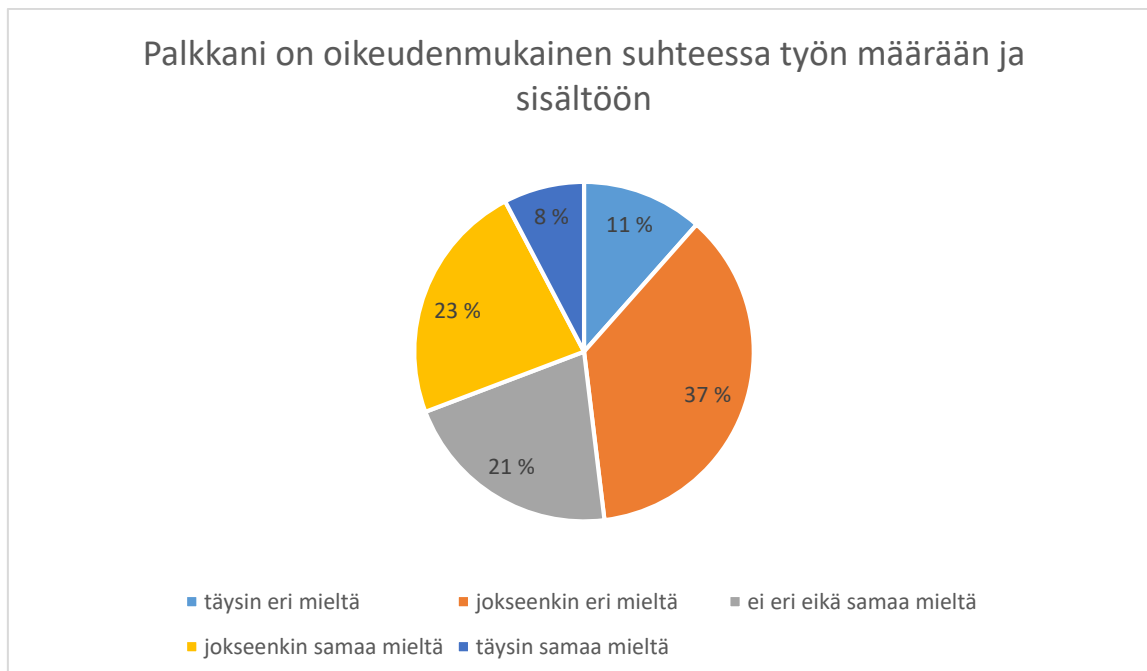
Kuvio 22. Minulla on hyvät etenemismahdollisuudet (n=52)

33 % vastaajista ei kokenut olevansa eri eikä samaa mieltä siitä, että onko itsellä hyvät etenemismahdollisuudet. Jokseenkin eri mieltä väittämästä oli 31 % ja jokseenkin samaa mieltä 21 %. Täysin samaa mieltä hyvistä etenemismahdollisuuksista oli 8 % ja täysin eri mieltä 7 %.



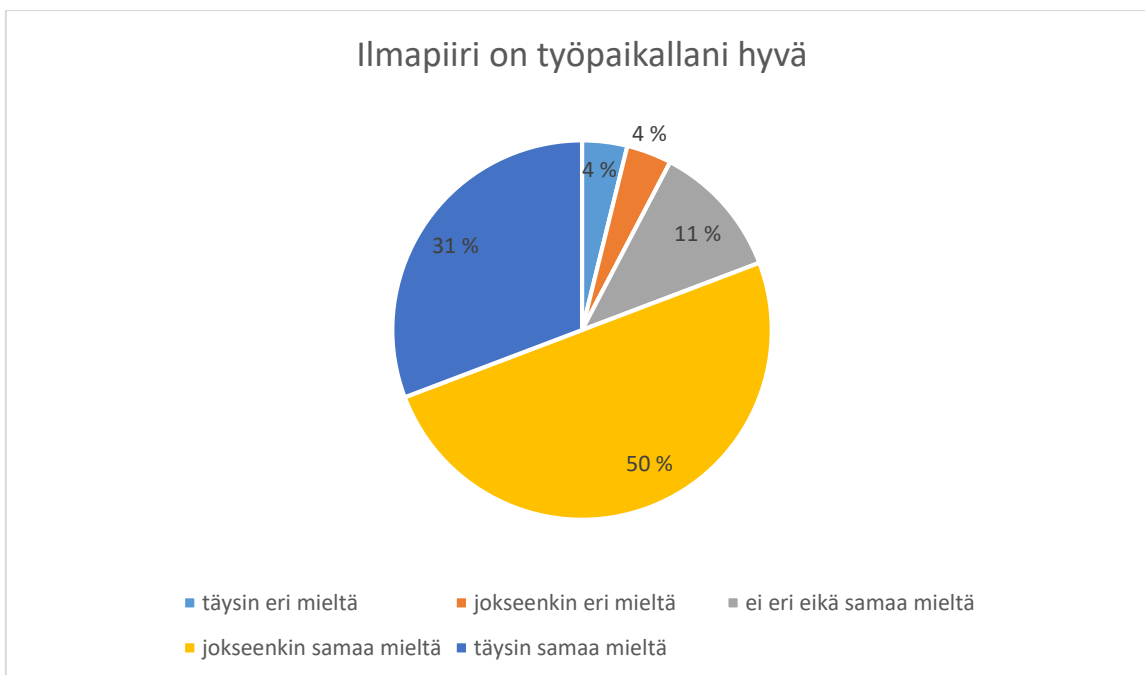
Kuvio 23. Pystyn kehittymään ja oppimaan uutta työssäni (n=52)

Puolet vastaajista eli 50 % oli jokseenkin samaa mieltä siitä, että työssä pystyy kehittymään ja oppimaan uutta. 21 % ei ollut eri eikä samaa mieltä. Täysin samaa mieltä väittämästä oli 17 %. Jokseenkin eri mieltä olleiden osuus oli 10 % ja täysin eri mieltä olleiden 2 %.



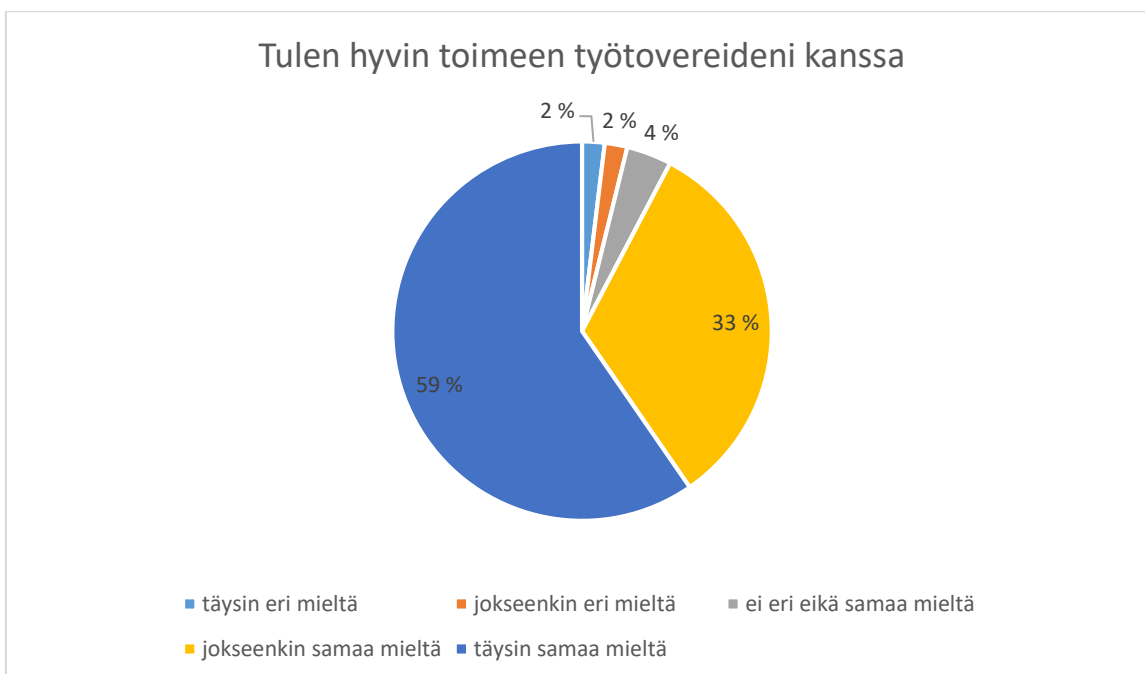
Kuvio 24. Palkkani on oikeudenmukainen suhteessa työn määrään ja sisältöön (n=52)

Kyselyyn vastanneista 37 % oli jokseenkin eri mieltä siitä, että palkka on oikeudenmukainen suhteessa työn määrään ja sisältöön, kun taas jokseenkin samaa mieltä olevia oli 23 %. 21 % ei ollut eri eikä samaa mieltä. Väittämän kanssa täysin eri mieltä oli 11 % ja täysin samaa mieltä 8 %.



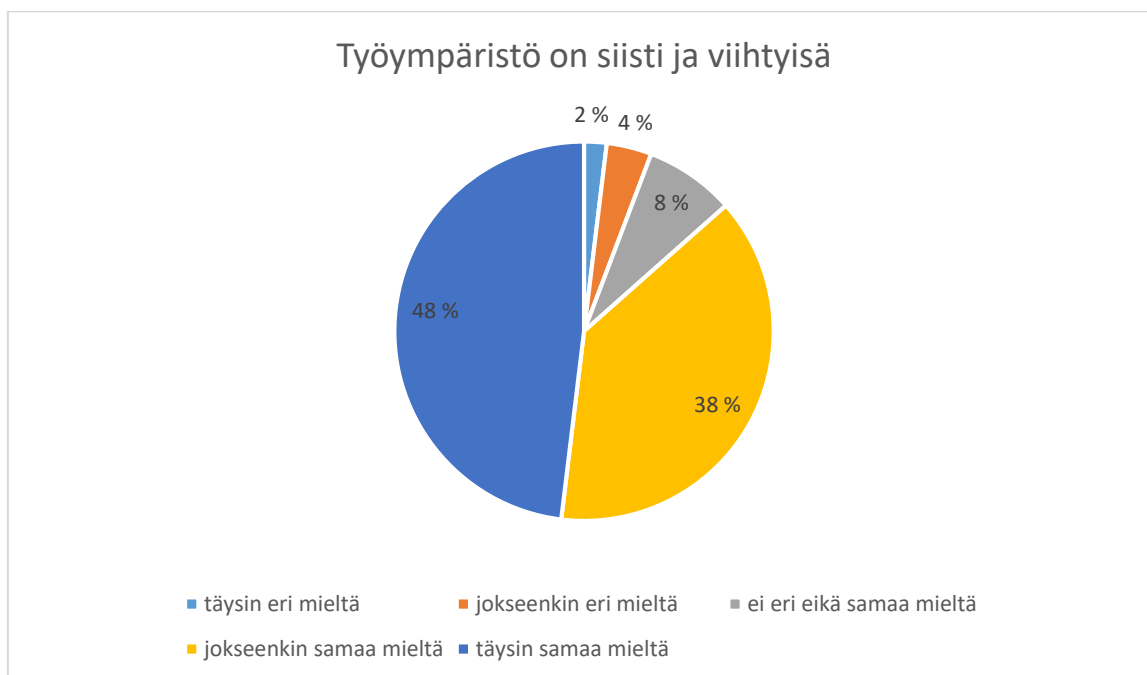
Kuvio 25. Ilmapiiri on työpaikallani hyvä (n=52)

50 % vastaajista oli jokseenkin samaa mieltä siitä, että ilmapiiri työpaikalla on hyvä. Täysin samaa mieltä väittämästä oli 31 % ja 11 % ei ollut eri eikä samaa mieltä. Sekä jokseenkin eri mieltä että täysin eri mieltä olevia oli vastaajien keskuudessa 4 %.



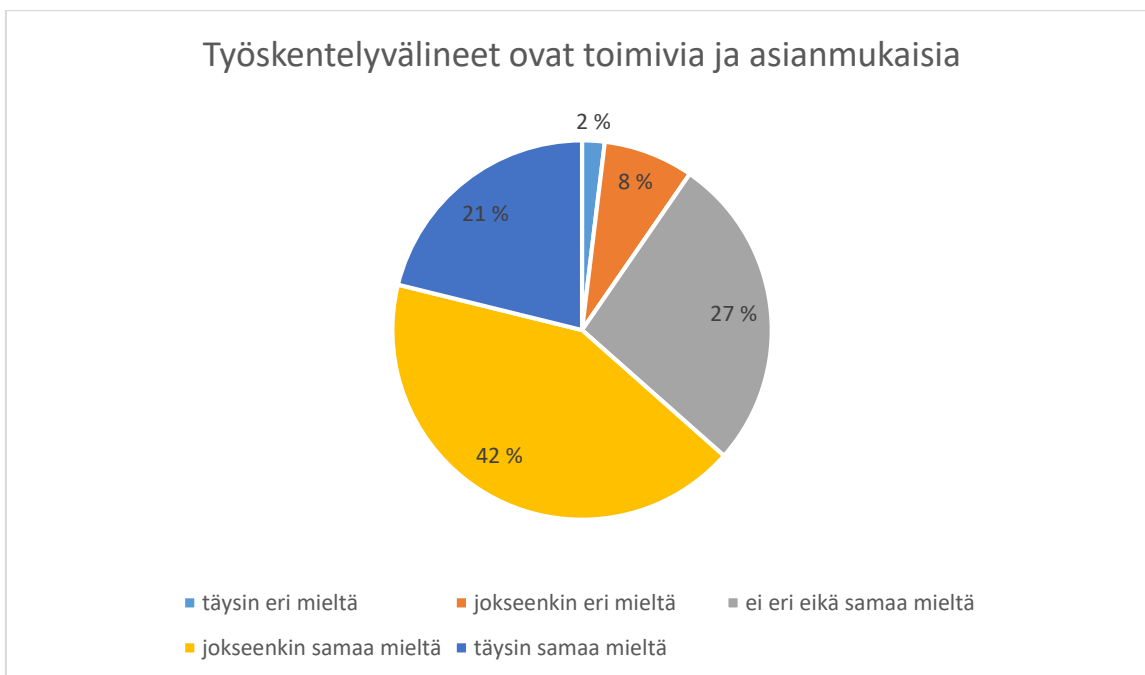
Kuvio 26. Tulen hyvin toimeen työtovereideni kanssa (n=52)

59 % vastaajista oli täysin samaa mieltä siitä, että työtovereiden kanssa tulee hyvin toimeen. 33 % oli jokseenkin samaa mieltä asiasta ja 4 % ei ollut eri eikä samaa mieltä. Sekä jokseenkin eri mieltä että täysin eri mieltä olevien osuus oli 2 % vastanneista.



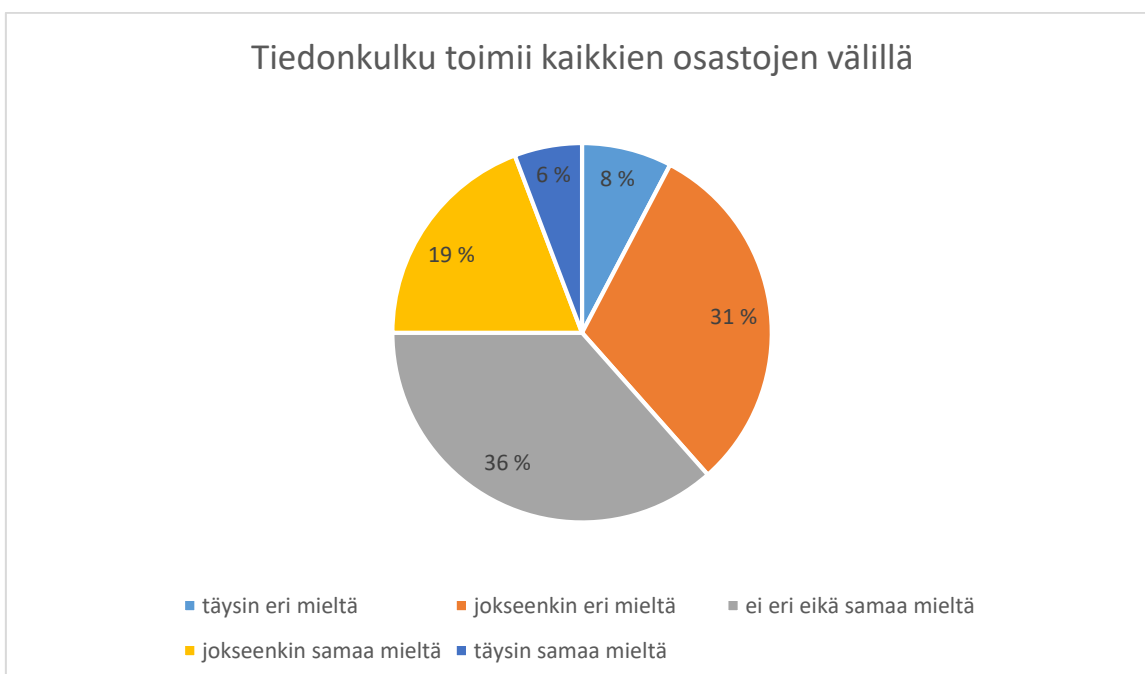
Kuvio 27. Työympäristö on siisti ja viihtyisä (n=52)

Täysin samaa mieltä siitä, että työympäristö on siisti ja viihtyisä, oli 48 % kyselyyn vastanneista. Jokseenkin samaa mieltä olevia löytyi 38 %. 8 % ei kokenut olevansa eri eikä samaa mieltä. Jokseenkin eri mieltä väittämästä oli 4 % ja täysin eri mieltä 2 %.



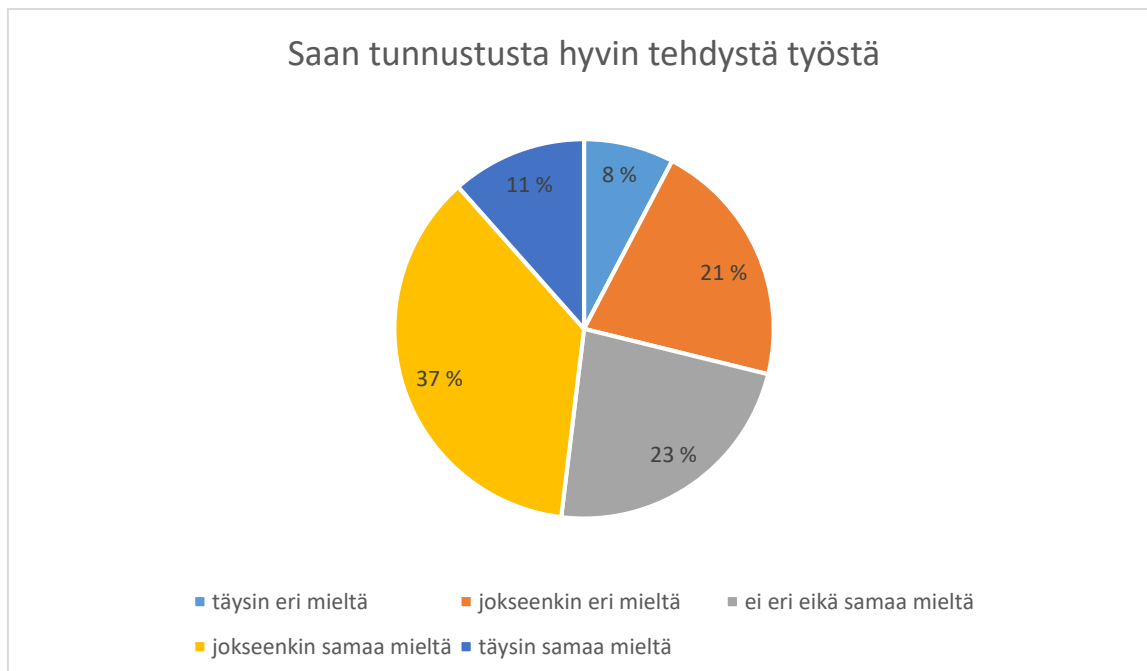
Kuvio 28. Työskentelyvälineet ovat toimivia ja asianmukaisia (n=52)

Väittämästä ”Työskentelyvälineet ovat toimivia ja asianmukaisia” jokseenkin samaa mieltä oli 42 %. Ei eri eikä samaa mieltä olevien osuus oli 27 %, kun taas 21 % koki olevansa täysin samaa mieltä väittämän kanssa. Jokseenkin eri mieltä olleita oli 8 % vastaajista ja täysin eri mieltä 2 %.



Kuvio 29. Tiedonkulku toimii kaikkien osastojen välillä (n=52)

36 % vastaajista ei ollut eri eikä samaa mieltä siitä, että toimiiko tiedonkulku kaikkien osastojen välillä. 31 % oli puolestaan jokseenkin eri mieltä väittämästä ja 19 % oli jokseenkin samaa mieltä. Täysin eri mieltä olevia oli 8 % ja täysin samaa mieltä olevia oli 6 % vastanneista.



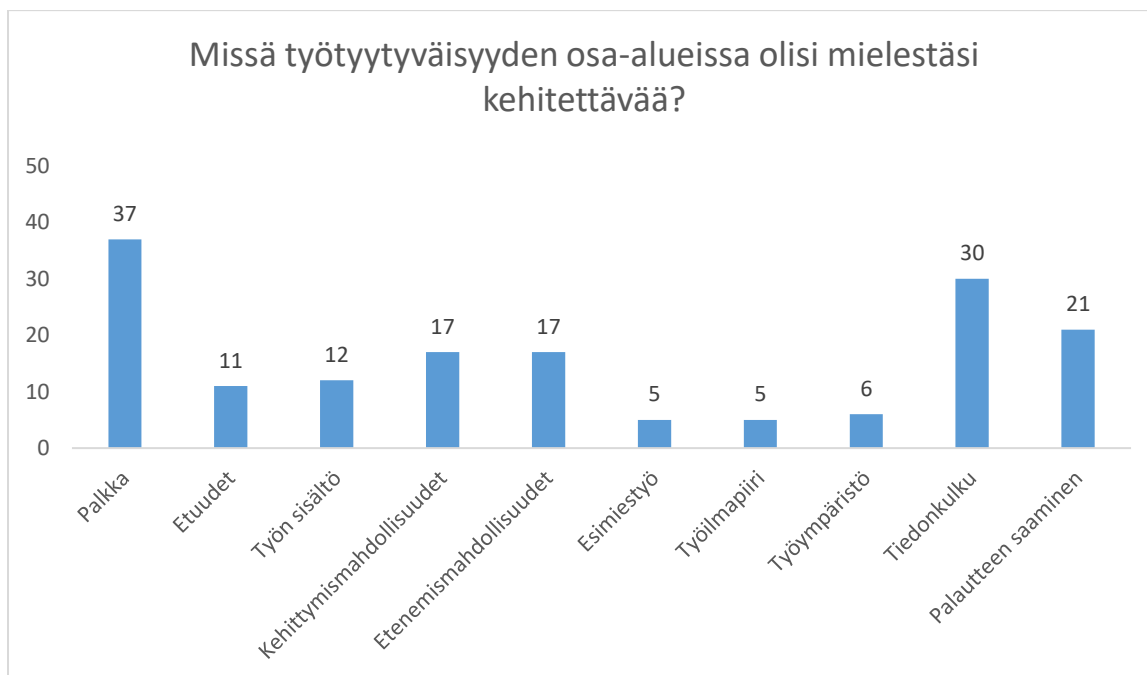
Kuvio 30. Saan tunnustusta hyvin tehdystä työstä (n=52)

Vastaajista 37 % oli jokseenkin samaa mieltä siitä, että hyvin tehdystä työstä saa tunnustusta. Ei eri eikä samaa mieltä olevien osuus oli 23 %. Väittämän kanssa jokseenkin eri mieltä oli 21 %. Täysin samaa mieltä väittämästä oli 11 % ja täysin eri mieltä 8 %.



Kuvio 31. Mihin työtyytyväisyyden osa-alueeseen olet erityisen tyytyväinen työpaikallasi? (n=50)

Yllä olevan kuvion avulla pyrittiin selvittämään, että mihin työtyytyväisyyden osa-alueisiin kukin vastaaja on erityisen tyytyväinen työpaikallaan. Tässä kohtaa oli mahdollista valita useampi vaihtoehto. Suurimman kannatuksen keräsi työilmapiiri, jonka valitsi 36 henkilöä yhteensä 50 vastaajasta. 29 vastaajaa oli erityisen tyytyväisiä työympäristöön, 22 vastaajaa työn sisältöön ja 18 vastaajaa etuuksiin. Seuraavaksi eniten tyytyväisiä oltiin esimiestyöhön (18 vastaajaa) ja kehittymismahdollisuuksiin (11). Vähiten tyytyväisiä työtyytyväisyyden osa-alueista oltiin palkkaan, etenemismahdollisuuksiin, palautteen saamiseen ja tiedonkulkuun. Edellä mainituista palkan valitsi kuusi työntekijää, etenemismahdollisuudet sekä palautteen saamisen neljä ja tiedonkulun kaksi työntekijää.



Kuvio 32. Missä työtyytyväisyyden osa-alueissa olisi mielestäsi kehitettävää? (n=52)

Seuraavaksi pyrittiin selvittämään, että missä työtyytyväisyyden osa-alueissa olisi työntekijöiden mielestä kehitettävää/parannettavaa. Tässäkin kysymyksessä sai valita useamman vaihtoehdon. Palkan määrään haluttiin eniten muutosta, sillä yhteensä 52 vastaajasta 37 valitsi tämän vaihtoehdon. Palkan jälkeen eniten kehitettävää löydettiin tiedonkulusta (30 vastaajaa), palautteen saamisesta (21), kehittymismahdollisuuksista (17) ja etenemismahdollisuuksista (17). 12 työntekijää koki työn sisällön kehitettäväksi kohteeksi ja 11 työntekijää työpaikan etuudet. Vähiten kehittämisen tarpeita nähtiin työympäristössä, työilmapiirissä ja esimiestyössä. Edellä mainituista työympäristön valitsi kuusi vastaajaa ja sekä työilmapiirin että esimiestyön viisi vastaajaa.

Sisäisen viestinnän osion tapaan myös työtyytyväisyyden kohdalla vastaajat saivat ilmaista vapaan mielipiteensä. Selkeää yhteistä kantaa jostain tietystä asiasta työtyytyväisyyteen liittyen ei ollut havaittavissa, mutta alle on silti listattu tärkeimpiä kommentteja.

”Uusi työympäristö on hieno, muttei välttämättä sen toimivampi kuin vanhakaan. Valaistus, veto, melu. Eikä näillä ulkoisilla asioilla kuitenkaan voi paikata yhteishengen puutetta tai muuta toiminnallista ristiriitaa.”

”Palkan suhteen olisi hyvä saada jokin prosessi, jolla palkat ja korotukset saataisiin tasarvoisemmaksi ja helpommaksi. Tällä hetkellä tuntuu valitettavasti siltä, että ”pärstäkeroin” vaikuttaa isosti palkan määrään ja arvostukseen.”

”Sana ei ole kovin vapaa avokonttorissamme, kaikki ”positiivinen pöhinä” on seis, kun työrauha ja vieressä kököttävät esimiehet vaimentavat keskustelut.”

”Työtehtävien monipuolistaminen ja tukeminen uralla etenemiseen (esim. Olen kuullut tuttaviltani, että muissa (myös muiden alan) yrityksissä esimiehen lomalla ollessa myös jokin alaisista tuuraa esimiestä. Tällä tavoin siirretään myös esimiestaitoja alaisille ja mahdollistetaan se steppi, että joskus joku alainen nousisi esimieheksi. Vaihtoehtoisesti myös laajempi työkierto ja mahdollisuus työskennellä eri osastoilla.)”

”Enemmän etätyömahdollisuuksia, kotona parempi työrauha kuin avokonttorissa.”

”Enemmän talon yhteisiä tapahtumia (virkistyspäiviä tms.), jotka mahdollistavat muiden osastojen työntekijöihin tutustumisen ja auttavat parantamaan yhteishenkeä ja sitä kautta sisäistä viestintää.”

6 JOHTOPÄÄTÖKSET JA KEHITYSEHDOTUKSET

Sisäisen viestinnän tuloksia tarkastellessa voidaan todeta, että viestintä on kohdeyrityksessä melko hyvällä tasolla. Sisäisen viestinnän toimivuuteen, sen määrään ja kohdentamiseen oltiin vastaajien keskuudessa pääosin tyytyväisiä. Tyytymättömyyttä puolestaan havaittiin asioiden tiedotuksessa ja tiedon saamisen helppoudessa. Varsinkin asioista tiedottamisen tulisi tapahtua selkeästi ja tarpeeksi ajoissa, sillä työntekijät vastaanottavat suuret määrät erilaista työhön liittyvää informaatiota joka päivä. Tällöin jokin tärkeä tiedote tai sähköpostiviesti voi hyvinkin jäädä epähuomiossa lukematta tai unohtua, mikä saattaa hankaloittaa työntekoa, kun kyseinen asia tulee ajankohtaiseksi. Tärkeimpiä asioita voitaisiinkin mielestäni tuoda esimiesten toimesta useammin esille työyhteisössä ja tarvittaessa keskustella niistä, jotta jokaiselle asiat jäisivät helpommin mieleen.

Sisäisen viestinnän kanavien osalta merkille pantavaa on se, että sähköposti on yksi tärkeimmistä välineistä lähes jokaiselle kohdeyrityksen työntekijälle. Kysyttäessä niitä kanavia, joiden kautta kukin vastaaja haluaisi saada tietoa, huomattiin ettei sähköposti kerännytkään yhtä suurta suosiota. Syynä tähän lienee jo edellisessä kappaleessa mainittu informaatiotulva. Sähköpostin kautta vastaanotetaan niin paljon tietoa, että kaikkia viestejä ei välttämättä noteerata samalla tavalla. Luultavasti tästä syystä kyselyyn vastaajat halusivatkin saada työhön liittyvää tietoa enemmän muista kanavista, kuten palavereista, sisäisistä tiedotteista, koulutustilaisuuksista ja kommunikoinnista suoraan esimiehen kanssa.

Toimeksiantajayrityksessä olisikin nyt hyvä miettiä, mitä asioita halutaan viestiä kirjallisesti ja mitä sanallisesti. Sähköposti on ymmärrettävästi vaivattomin keino jakaa tietoa, mutta tehokkain se aina ole. Osastokohtaisia palavereja voisi esimerkiksi järjestää useammin ja käydä niissä napakasti läpi uusia asioita. Palaverien ei tarvitse viedä kovin paljon aikaa työpäivästä, mutta tässä tarjoutuu mahdollisuus kysyä esimieheltä mieltä askarruttavista asioista isommassa porukassa, jolloin muutkin työntekijät saattavat oivaltaa jotain uutta. Lyhyitä ja akuutteja uutisia jaettaessa sähköposti on kätevä työkalu, mutta jos halutaan kertoa jotain syvällisempää ja pidempiaikaista tietoa, silloin mielestäni palaveri tai jopa koulutustilaisuus olisi parempi vaihtoehto.

Toinen merkittävä seikka sisäisen viestinnän kanavien kannalta tutkimuksessa oli työkalu-vereiden kanssa käydyt keskustelut. Lähes joka toinen vastaaja koki sen yhtenä tärkeimmistä kanavista, mutta vain muutama henkilö haluaisi saada tietoa tätä kautta. Tämä kertoo siitä, että kohdeyrityksessä tietoa saadaan joissain tapauksissa ensiksi ns. välikäsi- kautta eikä suoraan ylemmältä taholta. Vaikka tätä niin kutsuttua puskaradiota onkin vaikea hillitä, niin tärkeää olisi kuitenkin harjoittaa mahdollisimman avointa ja ajankohtaista

viestintää. Tällä tavalla pystytään rajoittamaan työyhteisön sisällä liikkuvia huhuja, jotka voivat vaikuttaa negatiivisesti joihinkin ihmisiin.

Tutkimuksen tulokset työtyytyväisyyden osalta kertovat, että kyseinen osa-alue on sisäisen viestinnän tapaan melko hyvässä tilassa kohdeyrityksessä. Suurin osa tutkimukseen osallistuneista vastasi olevansa tyytyväinen nykyiseen työhönsä. Myös työnkuvaan oltiin tyytyväisiä, sillä useampi vastaaja koki työn olevan tarpeeksi haastavaa ja vaihtelevaa. Lisäksi selkeänä hyvänä puolena nähtiin työpaikan ilmapiiri ja työympäristö. Roima enemmistö vastasi näihin kahteen kohtaan myönteisesti, joten hyvät työkaverit ovat selvästi tärkeä voimavara toimeksiantajyrityksessä. Työympäristön suosioon vaikutti todennäköisesti hiljattain tapahtunut muutto täysiin uusiin toimitiloihin, jossa työtilat ja työskentelyväli-
neet ovat luonnollisesti monen mielestä paremmat edelliseen paikkaan verrattuna.

Kehitettäviäkin asioita työtyytyväisyyden saralta toki löytyy. Suurimman huomion tuloksissa kiinnittivät vastaukset palkkaa, etenemismahdollisuuksia, tiedonkulkua ja palautetta koskien. Esimerkiksi väite palkan oikeudenmukaisuudesta suhteessa työn määrään ja sisältöön aiheutti paljon hajontaa vastauksissa. Myös etenemismahdollisuuksiin ja tiedonkulkuihin eri osastojen välillä ei oltu täysin tyytyväisiä. Parhaiten nämä epäkohdat ilmenivät kahdesta viimeisestä kysymyksestä, joissa tiedusteltiin ensin työtyytyväisyyden osa-alueita, johon oltiin erityisen tyytyväisiä, ja sen jälkeen osa-alueita, joissa koettiin olevan parannettavaa. Tässä kohtaa nuo neljä aiemmin mainittua osa-aluetta näkyivät nimenomaan kehitettävänä asioina.

Palkkausta ja etenemismahdollisuuksia on tietysti vaikea yrityksessä kehittää, sillä se vaatii jo suurempaa muutosta organisaatiossa. Palkan määrä määräytyy kuitenkin työehtosopimuksen mukaan. Mielenkiintoinen kysymys onkin, että ovatko palkkaan tyytymättömät henkilöt tyytymättömiä nimenomaan oman työpaikkansa palkkaukseen vai ylipäätään logistiikka-alan palkkatasoon. Etenemismahdollisuuksien kohdalla puolestaan törmätään yksinkertaisesti siihen, että harppaus seuraavalle tasolle koetaan liian haastavana tai epätodennäköisenä. Normaalista työntekijästä voi tuntua siltä, että omasta roolista on liian pitkä matka edetä ylöspäin tai että yleneminen vaatisi jonkinasteista muutosta organisaation sisällä.

Tiedonkulkuun ja palautteen saamiseen sen sijaan pystytään vaikuttamaan jo pienillä parannuksilla. Kohdeyritys koostuu monen muunkin yrityksen tapaan useammasta osastosta, joten tieto ei välttämättä kulje eri osastojen välillä aina niin sujuvasti. Tähän ongelmaan yksinkertaisin keino on puhua enemmän kasvotusten ja välttää liiallista sähköpostiviestien lähettelyä. Tapaus sivuaa sisäisen viestinnän haasteita eli mitä monipuolisempaa viestintä eri osastojen kesken on, sitä paremmin tieto kulkee henkilöltä toiselle. Kesken

kiireisen työpäivän voi olla joskus epämiellyttävää suunnata toiselle osastolle keskustelemaan asioista, mutta tällä tavalla ihmiset tavoittaa paremmin ja asiat on helpompi käydä läpi.

Palautetta ja sen määrää pohtiessa voidaan ajatella, että se jää helposti esimiehiltä antamatta. Palaute on kuitenkin oleellinen osa jokapäiväistä työtä, sillä sitä kautta työntekijä saa tietoa omasta työpanoksestaan. Kohdeyrityksen esimiehet voisivatkin antaa palautetta jonkun verran nykyistä enemmän. Palautteen antamisen ei aina tarvitse olla mikään virallinen tilaisuus, vaan ihan muutama sana kesken työpäivän voi auttaa jo paljon. Mielestäni erityisesti positiivista palautetta voisi jakaa nykyistä enemmän. Sitä ei kuitenkaan koskaan voi antaa liikaa ja usein jos asiat rullaavat hyvin, se helposti unohtuu. Positiivinen palaute on kätevä keino nostaa työntekijän mielialaa ja se voi vaikuttaa myönteisesti koko työyhteisön ilmapiiriin.

7 YHTEENVETO

Tämän opinnäytetyön tarkoituksena oli tutkia, miten toimeksiantajayrityksen sisäinen viestintä vaikuttaa työtyytyväisyyteen. Lisäksi haluttiin selvittää näiden kahden osa-alueen nykytilaa yrityksessä ja pohtia mahdollisia kehityskohteita. Tutkimus keskittyi nimenomaan työntekijöiden näkökulmaan. Sekä sisäinen viestintä että työtyytyväisyys ovat hyvin tärkeitä asioita jokaisessa yrityksessä ja niihin panostamalla saadaan motivoituneita, hyvinvoivia ja vastuullisia työntekijöitä.

Tutkimuksen empiirinen osuus suoritettiin kvantitatiivisella tutkimusmenetelmällä jakamalla kyselylomake etukäteen rajatulle joukolle. Vastausprosentiksi tuli lopulta 41,9 %, mikä oli kohtuullinen lukema ottaen huomioon, että kyseessä on suuri yritys, jossa työskentelee paljon ihmisiä. Tuloksia voidaan siis pitää melko luotettavina. Ennen empiiristä osuutta tutkimuksen aihetta käsiteltiin teorian muodossa siten, että aluksi perehdyttiin kokonaan sisäiseen viestintään ja sen jälkeen työtyytyväisyyteen.

Vastauksista selvisi, että sisäinen viestintä ja työtyytyväisyys ovat kohdeyrityksessä pääosin hyvällä mallilla. Enemmistö tutkimukseen osallistuneista oli yleisesti ottaen tyytyväisiä molempiin osa-alueisiin. Viestinnän yleistaso pidettiin onnistuneena ja myös esimiesviestintä keräsi myönteisiä vastauksia. Työtyytyväisyyden osalta oli tärkeää huomata, että suurin osa vastaajista oli tyytyväisiä omaan työhön ja työnkuvaan. Lisäksi työilmapiiriä ja työympäristöä pidettiin vastaajien keskuudessa erityisen hyvänä.

Positiivisten seikkojen lisäksi vastauksista pystyttiin erottamaan melko selkeästi kehitettävät kohteet. Viestinnässä tulisi käyttää enemmän eri kanavia, jotta asiat voitaisiin omaksumaa helpommin ja ymmärtää, mikä tieto on juuri sillä hetkellä tärkeää ja mihin asiaan voi perehtyä hieman myöhemmin. Viestinnän pitäisi myös olla mahdollisimman avointa, jotta huhut eivät lähde liikkumaan ja kaikilla työntekijöillä olisi selkeä kuva siitä, että mitä yrityksessä tapahtuu. Tämänkaltaisella epävarmuudella ja epätietoisuudella puolestaan on vaikutus työtyytyväisyyteen, sillä tällöin työntekijä ei välttämättä koe oloaan kovin mukavaksi työyhteisössä.

Jatkotutkimuksena yritykselle voitaisiin tehdä hieman vastaavanlainen tutkimus, joka kuitenkin paneutuisi syvällisemmin joko sisäiseen viestintään tai työtyytyväisyyteen. Aiheen lopullinen valinta toki riippuu siitä, että kummassa aihealueessa nähdään enemmän kehitettävää. Sisäinen viestinnän osalta sen eri kanavat olisivat hyvä tutkimuskohde, kun taas työtyytyväisyyden kannalta sen eri osa-alueet voitaisiin ottaa tarkempaan tutkiskeluun.

LÄHTEET

Painetut lähteet

Aro, A. 2018. Työilmapiiri kuntoon. Helsinki: Alma Talent.

Feldt, T., Kinnunen, U. & Mauno, S. 2005. Työ leipälajina: työhyvinvoinnin psykologiset perusteet. Jyväskylä: PS-Kustannus.

Hakonen, N., Hakonen, A., Hulkko-Nyman, K. & Ylikorkala, A. 2014. Palkitse taitavammin - palkitsemistavat esimiestyön ja johtamisen välineinä. Helsinki: Sanoma Pro.

Heikkilä, T. 2014. Tilastollinen tutkimus. Helsinki: Edita Publishing.

Huuhka, T. 2018. Microsoft Outlook 2016 ja 365 + Skype: Käyttäjän opas. Helsinki: Books on Demand.

Isohookana, H. 2007. Yrityksen markkinointiviestintä. Juva: WSOY.

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

Juholin, E. 2009a. Communicare! Viestintä strategiasta käytäntöön. Porvoo: WSOY.

Juholin, E. 2009b. Viestinnän vallankumous: löydä uusi työyhteisöviestintä. Juva: WSOY.

Juuti, P. 2006. Organisaatiokäyttäytyminen. Helsinki: Otava.

Kauhanen, J. 2012. Henkilöstövoimavarojen johtaminen. Helsinki: Talentum Media.

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

Lohtaja-Ahonen, S. & Kaihovirta-Rapo, M. 2012. Tehoa työelämän viestintään. Helsinki: Sanoma Pro.

Lämsä, A-M. & Päivike, T. 2013. Organisaatiokäyttäytymisen perusteet. Helsinki: Edita Publishing.

Pirinen, H. 2014. Esimies muutoksen johtajana. Helsinki: Talentum Media.

Rauramo, P. 2008. Työhyvinvoinnin portaat: viisi vaikuttavaa askelta. Helsinki: Edita Publishing.

Sistonen, S. 2008. Paranna tuloksia ja palkitse. Helsinki: Talentum Media.

Siukosaari, A. 2002. Yhteisöviestinnän opas. Helsinki: Tietosanoma.

Viitala, R. 2014. Henkilöstöjohtaminen: strateginen kilpailutekijä. Helsinki: Edita Publishing.

Vilkkä, H. 2015. Tutki ja kehitä. Jyväskylä: PS-Kustannus.

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

Elektroniset lähteet

Dove, J. 2019. Digital Trends. Everything you need to know about WhatsApp Messenger. [viitattu 29.10.2019] Saatavissa: <https://www.digitaltrends.com/mobile/what-is-whatsapp/>

Joutsenvirta, T. & Myry, L. 2016. Helsingin yliopisto. Sulautuvaa opetusta, käännteistä oppimista. [viitattu 23.10.2019] Saatavissa: <https://helda.helsinki.fi/bitstream/handle/10138/161884/SULOP2016.pdf?sequence=4&isAllowed=y>

Microsoft. 2016. Esittelyssä Microsoft Teams – keskustelupohjainen työtila Office 365:ssä. [viitattu 3.4.2019] Saatavissa: <https://www.microsoft.com/fi-fi/microsoft-365/blog/2016/11/02/introducing-microsoft-teams-the-chat-based-workspace-in-office-365/>

Nations, D. 2019. Lifewire. What Is Facebook? [viitattu 24.10.2019] Saatavissa: <https://www.lifewire.com/what-is-facebook-3486391>

Tervola, M. 2008. Talouselämä. Vältä sisäisen viestinnän sudenkuopat. [viitattu 11.3.2019] Saatavissa: <https://www.talouselama.fi/uutiset/valta-sisaisen-viestinnan-sudenkuopat/032fc490-50c4-30a6-b321-13de56d3057e>

Vallinkoski, A. 2019. Palvelualojen ammattiliitto. Työ tunkeutuu vapaa-ajalle puhelimen kautta – työpaikan yhteisistä pelisäännöistä apua viestitulvaan. [viitattu 29.10.2019] Saatavissa: <https://www.pam.fi/uutiset/tyo-tunkeutuu-vapaa-ajalle-puhelimen-kautta-tyopaikan-yhteisista-pelisaannoista-apua-viestitulvaan.html>

Valtari, M. 2016. Someco. Vertailu: Yritysten sisäisen viestinnän somekanavat. [viitattu 24.10.2019] Saatavissa: <https://someco.fi/blogi/vertailu-yritysten-sisaisen-viestinnan-somekanavat/#148c0ed0>

LIITTEET

Liite 1. Sähköpostin välityksellä jaettu kyselylomake

Kysely sisäisestä viestinnästä ja työtyytyväisyydestä

1. Mikä on sukupuolesi?

- Mies
 Nainen
 Muu/en halua kertoa

2. Minkä ikäinen olet?

- 18-25
 26-35
 36-45
 45-55
 56 tai yli

3. Kuinka kauan olet ollut yrityksen palveluksessa?

- alle 3v
 3-10v
 10-20v
 yli 20v

4. Millä osastolla työskentelet?

- liikenne/operatiivinen
 myynti/markkinointi
 asiakaspalvelu
 laskutus
 luotonvalvonta/kirjanpito
 IT

5. Mitä mieltä olet seuraavista sisäiseen viestintään liittyvistä väitteistä? (1 = täysin eri mieltä, 2 = jokseenkin eri mieltä, 3 = ei eri eikä samaa mieltä, 4 = jokseenkin samaa mieltä 5 = täysin samaa mieltä)

	1	2	3	4	5
Viestintä on toimivaa ja sujuvaa	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Viestintää pidetään yrityksessämme tärkeänä asiana	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

	1	2	3	4	5
Viestintään panostetaan ylemmällä tasolla riittävästi	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Viestinnän sisältö on helposti ymmärrettävissä	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Saan tarpeeksi tietoa työhöni liittyvistä asioista	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Saamani tieto on työni kannalta oleellista	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Asioista tiedotetaan selkeästi ja hyvissä ajoin	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Tietoa on helposti saatavissa	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Saamani tieto on luotettavaa	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Viestintä on avointa ja estotonta	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Esimieheni välittää aktiivisesti tietoa	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Pystyn kertomaan vaivattomasti oman mielipiteeni esimiehelle	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Esimieheni kertoo tärkeistä uutisista ajoissa	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Esimieheltä on tarvittaessa helppo saada tietoa	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Pystyn luottamaan esimieheltä saatuihin tietoihin	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Sain tarpeeksi tietoa muutosta uusiin toimitiloihin	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Viestintä muuttoon liittyen oli selkeää ja ajankohtaista	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Muuttoa varten annettiin selvät ohjeet ja tiesin mitä muutto minulta vaatii	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Muuttoa koskevan viestinnän laatu ja määrä helpotti muuttoani uusiin toimitiloihin	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

6. Valitse itsellesi kolme tärkeintä sisäisen viestinnän kanavaa, joiden kautta saat tietoa koskien työtä ja työpaikkaasi

- sähköposti
- puhelin
- intranet
- kokoukset/palaverit
- kommunikointi suoraan esimiehen kanssa

- työkavereiden kanssa käydyt keskustelut
- sisäiset tiedotteet
- tiedotus-/koulutustilaisuudet
- Microsoft Skype ja Teams

7. Valitse kolme sisäisen viestinnän kanavaa, joiden kautta haluaisit saada tietoa:

- sähköposti
- puhelin
- intranet
- kokoukset/palaverit
- kommunikointi suoraan esimiehen kanssa
- työkavereiden kanssa käydyt keskustelut
- sisäiset tiedotteet
- tiedotus-/koulutustilaisuudet
- Microsoft Skype ja Teams

8. Mitä mieltä olet seuraavista työtyytyväisyyteen liittyvistä väitteistä? (1 = täysin eri mieltä, 2 = jokseenkin eri mieltä, 3 = ei eri eikä samaa mieltä, 4 = jokseenkin samaa mieltä 5 = täysin samaa mieltä)

	1	2	3	4	5
Olen tyytyväinen nykyiseen työhöni	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Koen työni olevan mielenkiintoista	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Työni tarjoaa sopivasti haasteita	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Työni on riittävän vaihtelevaa	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Saan tarpeeksi vastuuta työssäni	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Olen tyytyväinen asemaani työyhteisössä	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Minulla on mahdollisuus vaikuttaa työni sisältöön	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Minulla on hyvät etenemismahdollisuudet	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Pystyn kehittymään ja oppimaan uutta työssäni	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Panostukseni työhön näkyy myös lopputuloksessa	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Palkkani on oikeudenmukainen suhteessa työn määrään ja sisältöön	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

	1	2	3	4	5
Muut etuudet palkan ohella motivoivat hyvään työhön	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Ilmapiiri on työpaikallani hyvä	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Tulen hyvin toimeen työtovereideni kanssa	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Ristiriitatilanteet selvitetään asianmukaisesti työpaikallani	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Koen työyhteisön tasa-arvoiseksi	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Työympäristö on siisti ja viihtyisä	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Työskentelyvälineet ovat toimivia ja asianmukaisia	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Tiedonkulku toimii kaikkien osastojen välillä	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Saan tunnustusta hyvin tehdystä työstä	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Saan esimieheltäni rakentavaa palautetta työstäni	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	

9. Mihin tyytyväisyyden osa-alueeseen olet erityisen tyytyväinen työpaikallasi? Voit valita useamman vaihtoehdon.

- Palkka
- Etuudet
- Työn sisältö
- Kehittymismahdollisuudet
- Etenemismahdollisuudet
- Esimiestyö
- Työilmapiiri
- Työympäristö
- Tiedonkulku
- Palautteen saaminen

10. Missä tyytyväisyyden osa-alueissa olisi mielestäsi kehitettävää? Voit valita useamman vaihtoehdon.

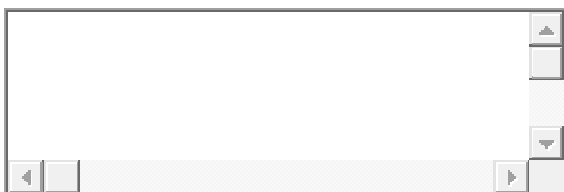
- Palkka
- Etuudet
- Työn sisältö
- Kehittymismahdollisuudet

- Etenemismahdollisuudet
- Esimiestyö
- Työilmapiiri
- Työympäristö
- Tiedonkulku
- Palautteen saaminen

11. Alla olevaan kenttään voit halutessasi kommentoida hyviä/huonoja puolia sekä kehitysehdotuksia yrityksen sisäiseen viestintään liittyen. Sana on vapaa!

A rectangular text input field with a light gray background and a thin border. It contains no text. On the right side, there are three small square buttons stacked vertically, with the top and bottom ones having small upward and downward arrows respectively. On the bottom left, there are two small square buttons, one with a left-pointing arrow and one with a right-pointing arrow.

12. Alla olevaan kenttään voit halutessasi kommentoida hyviä/huonoja puolia sekä kehitysehdotuksia työtyytyväisyyden osalta yrityksessämme. Sana on vapaa!

A rectangular text input field with a light gray background and a thin border. It contains no text. On the right side, there are three small square buttons stacked vertically, with the top and bottom ones having small upward and downward arrows respectively. On the bottom left, there are two small square buttons, one with a left-pointing arrow and one with a right-pointing arrow.

Liite 2. Saatekirje

Hei!

Olen Janne Soininen ja työskentelen Itä-Euroopan tuontiliikenteen parissa. Opiskelen myös liiketaloutta Lahden ammattikorkeakoulussa ja teen parhaillaan opinnäytetyötä aiheenani sisäinen viestintä ja työtyytyväisyys. Työn tarkoituksena on siis selvittää sekä sisäisen viestinnän että työtyytyväisyyden nykytilaa yrityksemme Vantaan toimipisteellä. Viestin lopussa olevasta linkistä pääset vastaamaan kyselyyn ja vaikuttamaan omalta osaltasi sisäisen viestinnän ja työtyytyväisyyden kehitykseen.

Vastaukset käsitellään anonymisti ja luottamuksellisesti eikä tuloksista voida tunnistaa yksittäistä vastaajaa. Kyselyyn vastaaminen vie noin viisi minuuttia. Toivonkin, että sinulta löytyisi tuon verran aikaa täyttää kyselylomake, sillä jokainen vastaus on tärkeä. Vastausaikaa on perjantaihin 13.9.2019 asti.

Kiitos jo etukäteen vastauksestasi!

Ystävällisin terveisin,

Janne Soininen