



# Intranetin asema organisaation sisäisessä viestinnässä

Noora Suni

2020 Laurea



Laurea-ammattikorkeakoulu

## Intranetin asema organisaation sisäisessä viestinnässä

Noora Suni  
Liiketalouden koulutusohjelma  
Opinnäytetyö  
Helmikuu, 2020

Noora Suni

**Intranetin asema organisaation sisäisessä viestinnässä**

Vuosi 2020 Sivumäärä 55

---

Tämän opinnäytetyön tavoitteena oli selvittää yrityksen intranetin asema sen sisäisessä viestinnässä henkilöstön näkökulmasta. Tarkoituksena oli tutkia intranetin nykyisen käyttäjäystävällisyyden, käyttäjien aktiivisuuden, ja kehityskohteiden tila, sekä pyrkiä kehittämään näitä alueita tutkimuksen pohjalta. Opinnäytetyö tehtiin toimeksiantona keskisuurelle, noin 170 hengen asiantuntijaorganisaatiolle. Yritys lanseerasi uuden intranetin vuoden 2019 touko-kuussa, ja tämän kehittämiseen tutkimus keskittyi.

Työn tietoperusta pohjautuu viestintään, sisäiseen viestintään ja intranettiin, sillä ne ovat keskeiset käsitteet tutkimuksessa ja auttavat oleellisesti tutkimuksen käsittelyn ymmärtämisessä.

Opinnäytetyö suoritettiin empiirisenä tutkimuksena, kvalitatiivisella tutkimusmenetelmällä. Tutkimuksen tavoitteena oli kerätä syvällistä tietoa käyttäjien mielipiteistä, jonka vuoksi tutkimustapana käytettiin puolistrukturoitua teemahaastattelua. Tutkimus toteutettiin otanta-tutkimuksena, keskittyen kahteen yrityksen suurimpaan henkilöstöryhmään.

Haastatteluiden tuloksista kävi ilmi, että organisaation henkilöstön jäsenet kokivat intranetin keskeisenä sisäisen viestinnän välineenä. Uusi intranet koettiin hyvänä ja kattavana, mutta myös kehitettävää löytyi. Intranet koettiin hyödyllisenä arkipäiväisessä työssä, mutta kehitystä kaivattiin muun muassa tiedostojen ja päivitysten yhtenäistämässä ja ajantasaisuudessa, sekä henkilöstön oman äänen esiin tuomisessa. Tutkimuksen tulosten pohjalta laadittiin konkreettisia kehitysehdotuksia yritykselle, joiden avulla se voisi entisestään tehostaa intranetin käyttöä sisäisen viestinnän välineenä.

Asiasanat: Yritysviestintä, Sisäinen viestintä, Intranet

Noora Suni

**The role of intranet in the organisation's internal communication**

Year	2020	Pages	55
------	------	-------	----

---

The aim of this Bachelor's thesis was to discuss the role of intranet in the company's internal communication from the employee's perspective. The purpose was to examine the current user-friendliness, users' activity and the targets for development, and to seek to develop these areas within the study. The thesis was initiated by a medium-sized organization of approximately 170 employees. The organization had launched a new intranet in May 2019, and the study focused on developing it.

The theoretical framework focused on communication, internal communication and intranet because those are the main concepts discussed in this study and help essentially the reader to understand the study.

The thesis was carried out as an empirical study, with a qualitative method of research. This study aimed to collect profound information about the users' opinions, which led to the use of semi-structured thematic interviews. The study was carried out as a sample study, focusing on the two largest personnel groups in the company.

The results of the interviews showed that the staff members of the organization found the intranet as a key tool for internal communication. The new intranet was perceived as good and comprehensive, but some developments were needed. The interviewees experienced intranet useful in everyday work, but development was needed in consolidating the files and publications and keeping those up-to-date, as well as bringing the employee's voice forward more. Based on the results of the study, concrete development proposals were drawn up for the organization, enabling it to further enhance the use of the intranet as an internal communication tool.

Keywords: Corporate communication, Internal communication, Intranet

## Sisällys

1	Johdanto .....	6
1.1	Tutkimuksen tarkoitus, tavoitteet ja rakenne .....	6
1.2	Toimeksianto ja lähtötilanne .....	7
2	Viestintä .....	8
3	Sisäinen viestintä .....	10
3.1	Sisäisen viestinnän tehtävät .....	11
3.2	Åbergin pizza .....	12
3.3	Sisäisen viestinnän tavoitteet .....	14
3.4	Sisäisen viestinnän kanavat .....	15
3.5	Sisäisen viestinnän haasteet .....	16
4	Intranet .....	17
4.1	Intranetin historia .....	17
4.2	Intranetin käyttö .....	18
4.3	Intranetin hyödyt ja haasteet.....	19
5	Tutkimus .....	20
5.1	Kvalitatiivinen tutkimus .....	21
5.1.1	Puolistrukturoitu teemahaastattelu .....	21
5.1.2	Haastattelun hyödyt ja haasteet .....	22
5.2	Tutkimuksen luotettavuus ja eettisyys.....	23
5.3	Kysymysrakenne .....	25
6	Tutkimuksen toteutus .....	26
7	Tulosten analysointi.....	41
7.1	Henkilöstön ääni .....	42
7.2	Käyttökokemus .....	44
7.3	Yleinen mielikuva .....	45
8	Kehityssuunnitelma .....	46
9	Päätelmät.....	48
	Lähteet .....	50
	Kuviot .....	53
	Liitteet.....	54

## 1 Johdanto

Hyvä viestinnän taito on merkittävä alue nykymaailman menestyneille yrityksille. Kiinnittämällä huomiota sisäiseen ja ulkoiseen viestintään yritys voi lisätä kilpailukykyään tavalla, jota on vaikea kopioida. Kun viestintä on toimivaa ja tehokasta, on yrityksen toiminta yhtenäistä, ja identiteetti vahvasti näkyvillä. Yritysviestintä tuleekin muokata aina oman yrityksen tarpeisiin sopivaksi, jotta yrityksen yksilöllinen identiteetti erottuu. Viestinnän avulla yritykset saavat toimintansa yhtenäiseksi, sitoutettua työntekijät työhönsä, sekä ulkoiset sidosryhmät tietoisiksi ja kiinnostuneiksi toiminnasta. Viestintää käytetään apuna niin yrityksen markkinoinnissa, kuin yleisen toiminnan ylläpidossakin. (Isohookana 2007, 9-11 & 248.)

Teknologian kehityksen myötä kuitenkin myös viestintä on muuttunut. Nykyisin yritysten viestinnästä puhuttaessa on lähes mahdotonta olla ottamatta esiin tietotekniikan merkitystä. Eriytyisesti yritysten sisäinen viestintä keskittyy yhä enemmän verkossa käytävään viestintään, jossa tärkeä tieto on kaikkien saatavilla, ja on mahdollista tavoittaa suuriakin joukkoja yhtäaikaisesti. Tämä on helpottanut yritysten toiminnan ohjausta ja muuttanut yritysten viestinnän laatua. Ohjeet ja lomakkeet voidaan keskittää esimerkiksi intranettiin, jolloin työntekijöiden on helppo hakea etsimäänsä etänä yhdestä keskitetystä paikasta. Intranet onkin yksi yleisimmistä yritysten käyttämistä verkkoviestinnän toiminta-alustoista. Kuitenkin, jotta yritys voi hyötyä intranetistä tai muista verkkoviestimistä, on alustojen käyttöä suunniteltava tarkasti. Intranetin käytössä on huomioitava muun muassa käyttäjät: heidän taustat ja taitotasot. Kun intranettiin luodaan sisältöä suuressa yrityksessä, on sisällön oltava muodossa jota ymmärtää kaikki sen vastaanottavat sidosryhmät, niin yrityksen johdosta tukifunktioihin. Tämä aiheuttaa monille yrityksille ongelmia, sillä verkon viestintäalustojen käyttö on suhteellisen uusi ilmiö, vain noin parikymmentä vuotta yritysten toiminnoissa käytettyä. (Isohookana 2007, 9-11 & 248.) Tämän opinnäytetyön aiheena toimiikin kvalitatiivinen tutkimus yrityksen sisäisestä viestinnästä ja intranetin asemasta sen sisäisessä viestinnässä, henkilöstön näkökulmiin keskittyen.

### 1.1 Tutkimuksen tarkoitus, tavoitteet ja rakenne

Työn tarkoituksena on kartoittaa yrityksen nykyisen sisäisen viestinnän laatua, ja luoda toimeksiantajalle suunta intranetin kehityksen tukemiseksi. Tutkimuksessa selvitetään henkilöstön näkökulmien avulla sisäisen viestinnän tilaa ja intranetin asemaa. Tutkimus suoritetaan kvalitatiivisella tutkimusmenetelmällä, teemahaastatteluita apuna käyttäen. Tutkimuksen tavoitteena on selvittää haastatteluiden avulla perustellusti henkilöstön mielipiteitä, toiveita, ja tarpeita liittyen yrityksen intranetin toimintaan. Haastatteluiden kautta pyritään keräämään konkreettisia kehitysehdotuksia intranetin toiminnan tukemiseksi.

Tutkimuksessa esiin nousseiden ajatusten pohjalta pyritään kehittämään yrityksen intranetistä käyttäjäystävällisempi, ja löytämään tapoja jolla parannetaan henkilöstön aktiivisuutta yrityksen sisäisessä viestinnässä.

Opinnäytetyön rakenne koostuu teoriaosuudesta, jossa syvennytään viestintään, keskittyen yritysviestintään ja yrityksen sisäiseen viestintään, sekä intranetiin viestintäkanavana. Teoreettinen osuus tukee vahvasti tutkimusosuutta, sekä auttaa tulosten tulkinnassa. Tutkimus suoritetaan empiirisenä tutkimuksena, kvalitatiivista tutkimusmenetelmää käyttäen. Toteutus tapahtuu puolistrukturoidulla teemahaastattelulla. Tutkimusosuudessa haastattelut analysoidaan ja avataan esimerkkien avulla. Tutkimusosuuden ja tulosten tulkinnan jälkeen laaditaan konkreettisia kehitysehdotuksia yritykselle intranetin päivittämisen tueksi, ja paneudutaan työn lopputuloksena syntyneisiin johtopäätöksiin.

## 1.2 Toimeksianto ja lähtötilanne

Työn toimeksiantajana toimii keskisuuri, noin 170 hengen asiantuntijaorganisaatio, josta tulen käyttämään työssäni nimitystä Yritys X. Organisaation vuosittainen liikevaihto on noin 35 miljoonaa euroa. Organisaatiolla on kolme toimistoa, jotka sijaitsevat eri puolilla Suomea. Yksi toimistoista on suurin, niin sanottu päätoimisto, johon tutkimukseni tulee keskittymään. Tutkimus keskittyy päätoimistossa kahden eri henkilöstöryhmän jäseniin, ja heidän käyttökokeuksiinsa intranetistä. Tutkimuksessa päädyttiin keskittymään kahteen suurimpaan henkilöstöryhmään siksi, että uskotaan sen rajaavan tulokset suuremmalla todennäköisyydellä samantapaisiin ongelma-kohtiin. Henkilöstöryhmät jotka tutkimuksessa ovat mukana, ovat assistentit, sekä konsultoivassa asiakastyössä mukana olevat henkilöstön jäsenet. Tutkimuksen selkeyden vuoksi tulen puhumaan assistenteista henkilöstöryhmä 1 nimellä, ja konsultoivassa asiakastyössä mukana olevista henkilöstöryhmä 2 nimellä. Tutkimushetkellä päätoimistossa on assistenteja 15 ja konsultoivassa asiakastyössä mukana olevia 85. Organisaation virallinen sisäinen viestintä tapahtuu pääosin verkkoviestimien välityksellä, toimiston sisällä sekä eri toimistojen välillä.

Yritykselle lanseerattiin uusi intranet toukokuussa 2019. Uuden intranetin lanseeraus jäi kuitenkin kesken. Keskeneräisyys näkyy muun muassa siinä, kuinka vanha intranet on edelleen henkilöstön päivittäisessä käytössä, eikä uuden intranetin toimintaan ole saatu selkeitä käyttöohjeita. Yrityksen vanha intranet on suunniteltu 2010-luvun alussa, suoraan yrityksen silloisiin tarpeisiin. Yritys on kuitenkin kasvanut silloisesta, ja kehittänyt toimintaansa. Kasvun, sekä teknologian kehityksen myötä ovat yrityksen toimintatavatkin muuttuneet, jonka vuoksi vanha intranet ei enää vastannut täysin yrityksen nykyisiin tarpeisiin.

Vanha intranet oli suunniteltu toimimaan ainoastaan Internet Explorerilla, mikä hankaloitti henkilöstön toimintatapoja ja oli osasyynä siihen, miksi uuden intranetin lanseeraus pyrittiin toteuttamaan nopeasti. Internet Explorerin käytöstä on ollut kriittistä keskustelua jo vuosia,

mutta vuoden 2019 alussa itse Microsoft kirjoitti Explorer-selaimen tietovuotovaaroista, sekä huomautti, ettei nykyisiä moderneja verkkosivuja enää testata toimivaksi Internet Exploreriin. (Jackson, 2019.) Tämä aiheuttaa sen, ettei suurin osa nykypäiväisistä verkkosivuista joko aukene ollenkaan Explorerilla, tai toimi suunnitellun mukaisesti. Tämä johtaa siihen, että esimerkiksi Yritys X:n työntekijät joutuvat päivittäisessä työssään palottelemaan Explorerin ja modernimman selaimen välillä. Hankaluutta aiheuttaa se, kuinka esimerkiksi sähköpostin verkkosivulinkit pyrkivät aukeamaan Explorerissa automaattisesti. Tämä tarkoittaa sitä, että jokaisen verkkosivulinkin saatuaan työntekijän on kopioitava linkki manuaalisesti, ja liitettävä se manuaalisesti modernimpaan selaimeseen.

Uuden intranetin lanseerauksessa siis päätarkoituksena oli saada yrityksen sisäinen viestintä keskitettyä toimivaan portaaliin. Yritys päätyi siirtämään uuden intranetin Microsoft Sharepointin alle, joka toimii useimmilla moderneilla selaimilla.

Vanha intranet on edelleen henkilöstön päivittäisessä käytössä siksi, että siellä on edelleen yrityksen projektienhallintajärjestelmä sekä osa asiakastietojärjestelmästä. Yrityksen tavoitteena on uusia näistä kaikki, ja siirtää kaikki toiminta pois Internet Explorerista. Tällä hetkellä vasta intranet on onnistuttu päivittämään täysin pois Explorerilta. Yrityksen tavoitteena on keskittää kaikki kolme osa-aluetta omiin alustoihin selkeyttääkseen eri toiminta-alueita entisestään, luomalla kaikille näille juuri käyttötarkoitukseen täysin soveltuvat alustat. Tämä on radikaali muutos, sillä vanhassa nämä kaikki kolme järjestelmää olivat saman alustan alla, ja täten henkilöstö on tottunut toimimaan vain yhden portaalin avulla.

## 2 Viestintä

Viestintä on asia, jota tapahtuu ympärillämme koko ajan. Se on yleistä kommunikaatiota ihmisten välillä, niin verbaalisesti eli sanallisesti, kuin non-verbaalisesti, eli esimerkiksi eleellisesti. Se on kaiken inhimillisen tekemisen perusta, ja välttämätön asia ihmisen elämässä. Ihminen oppii viestimään jo pienestä pitäen, sillä kommunikoimme koko ajan kotona, harrastuksissa ja vapaa-ajalla. Viestintä ei ole vain puhetta, vaan se voi olla myös välillistä, eli jonkun kautta tapahtuvaa, kuten puhelimen tai internetin. Aikuistuuessa viestintä kehittyy ja muodostuu ammatillinen viestinnän taito, jota käytetään työpaikoilla viestimiseen. Tämä voi erota arkipäiväisestä viestinnästä asiallisuudellaan ja asiakaskeisyydellään. Ihmisen viestintätaidot kehittyvät iän myötä, mutta myös maailman kehityksen mukana. (Juholin 2009, 35; Lohtaja-Ahonen & Kaihovirta-Rapo 2012, 14.)

Teknologian kehityksen myötä myös viestintä on laajentunut ja monimutkaistunut. Puhelimet ja tietokoneet mahdollistavat viestinnän yhä laajemmalle ihmisjoukolla samanaikaisesti.

Tämä tarkoittaa sitä, että ihmisen on täytynyt opetella viestimään niin, että suurikin ihmisjoukko ymmärtää asian yhdenmukaisesti. Tietotekniikan yleistyminen on myös aiheuttanut sen, että tiedon vaaditaan olevan ajankohtaista ja heti saatavilla. Se on lisännyt paineita viestinnän harjoittamisessa esimerkiksi yrityksissä. Yrityksissä teknologian käytön myötä viestinnän vaaditaan olevan nopeampaa, avoimempaa ja ajankohtaisempaa kuin ennen. Työpaikan viestintää tulee siis opetella ja kehittää maailman kehityksen mukana, jotta yrityksen toiminta ei haavoitu kehityksessä. (Satasote 2019.)

Työpaikalla viestintä on yksi tärkeimmistä työkaluista, sillä se ohjailee yrityksen ulkoista ja sisäistä toimintaa, maineenhallintaa, sekä asiakkaiden kanssa kommunikointia. Yrityksen viestinnän näkökulmaa voidaan tarkastella kattavana vuorovaikutussuhteiden verkostona, joka liittää toiminnot ja eri toimijat yhteen. Yrityksissä viestintää käytetään hyväksi kaikessa toiminnassa, ja voidaankin sanoa, että viestintä ja yrityksen johtaminen ovat erottamattomat. Yrityksessä viestintä voidaan jakaa kahteen osa-alueeseen: sisäiseen ja ulkoiseen viestintään. Sisäinen viestintä tapahtuu yrityksen työntekijöiden ja johdon välillä, liittäen kaikki yrityksen sisäiset toiminnot yhteen, muodostaen yhtenäisen organisaation. Ulkoinen viestintä on taas sitä, joka välitetään yrityksen asiakkaille ja kohderyhmille. Ulkoinen viestintä on yleensä harjittua ja rajoitetumpaa kuin sisäinen. (Kortetjärvi-Nurmi, Kuronen & Ollikainen 2009, 7-10.)

Jotta yritys toimii tehokkaasti, tavoitteellisesti ja yhdenmukaisesti, on yhteisöviestinnän oltava hallussa ja viestintäjärjestelmän toimiva. Yhteisöviestintä on nimitys yrityksen kokonaisvaltaisesta viestinnästä. Yhteisöviestintä toimii apuvälineenä asetettujen tavoitteiden saavuttamisessa. Tämä tarkoittaa tiedon välittämistä ja saamista siten, että tietyt tavoitteet voidaan saavuttaa niiden avulla. (Juholin 1999, 22.)

Yrityksen viestintä on siitä haastavampaa, kuin esimerkiksi rahoitus tai henkilöstöhallinto, ettei viestintää voida täysin määrätä tai täysin delegoida. Viestintä kuuluu kaikille yrityksen jäsenille, ja sitä tapahtuu väistämättä koko ajan yrityksen toiminnassa. Viestinnän avulla yritys voi tehostaa toimintaansa ja kilpailukykyään, saamalla sisäisen toimintaympäristön yhtenäiseksi kokonaisuudeksi. Sitä tulee johtaa, suunnitella ja seurata, jotta viestintää voidaan muokata juuri oikeanlaiseksi. Viestintää ei voi kopioida, vaan se on määritettävä oman yrityksen tarpeisiin sopivaksi kokeilemalla ja tutkimalla. Toiselle yritykselle saattaa toimia jämäkkä ja yksityiskohtainen viestintä, kun taas toiselle yritykselle toimii rennempi ja vapaamuotoisempi. (Isohookana 2007, 10.)

Viestinnällä esimerkiksi yrityksen johto pyrkii tuomaan esille yrityksen vision, mission, tavoitteet, sekä koordinoi, motivoi ja antaa palautetta. Ihmisten erilaiset näkemykset asioista voivat vaikeuttaa viestintää yleisesti, ja saada aikaan muun muassa väärinymmärryksiä. Näihin apuna on kehitetty viestinnän viitekehyksiä, joiden mukaan ihmisen tulisi kommunikoida,

jotta viestintä olisi selkeää ja yhdenmukaista, niin yrityksissä kuin yksityiselämässäkkin. Viestinnän laatu vaikuttaa siihen, miten esimerkiksi työntekijät saavat tiedot prosesseista ja toimintatavoista, tai miten yhtenäisesti prosessit toimivat. Se myös vaikuttaa merkittävästi koko työyhteisön yhteishenkeen ja motivaatioon, mikä taas on yhteydessä yrityksen menestykseen. (Kortetjärvi-Nurmi, Kuronen, ym. 2009, 7-9; Honkala, Kortetjärvi-Nurmi, Rosenström & Siira-Jokinen 2013, 11-18.)

Kun yrityksen sisäinen viestintä on avointa ja aktiivista, niin hyvien kuin huonojenkin uutisten tiedottamisessa, säilyy yrityksen työntekijöiden luottamus toimintaan, ja täten yleinen tyytyväisyys työpaikalla. Huomioitavaa on myös eri viestintäkanavien käyttö, jotta kaikki sidosryhmät varmasti tavoitetaan. Esimerkiksi intranet ei välttämättä ole päivittäisessä käytössä jokaisella yrityksen jäsenellä, jolloin osa ei saisi tietoonsa tärkeää sisäistä uutista ajankohtaisesti. Kun uutinen tiedotetaan intranetin lisäksi esimerkiksi sähköpostilla, eri ryhmien palaverissa ja ilmoitustaululla, on uutinen tavoittanut varmemmin jokaisen. (Blunden, Ippolito & Donnarumma 2013, 48.)

### 3 Sisäinen viestintä

Sisäinen viestintä on nykyisin hyvinkin olennainen osa yritysten toimintaa, sillä yritykset ovat ymmärtäneet kommunikaation vaikutukset yrityksen menestykseen. Sisäisen viestinnän on ymmärretty olevan paljon muutakin kuin vain tiedottamista ja informaation vastaanottoa johdolta. Sisäisellä viestinnällä tarkoitetaan kaikkea sitä viestintää, joka tapahtuu yrityksen sisällä, yrityksen jäsenten välillä. Sisäinen viestintä on jokaisen yrityksen jäsenen vastuulla, niin yrityksen johdosta tiimin vetäjiin, ja yhä edelleen tukifunktioihin. Se on yleensä suunniteltua ja harkittua, ja sen tavoitteena on jakaa informaatiota, kerätä ymmärrystä, sekä yhtenäistää toimintatapoja. Sisäisen viestinnän tehtävänä on yrityksen sisäisten vuorovaikutussuhteiden ylläpitäminen ja yrityksen eri ryhmien sitominen yhtenäiseksi kokonaisuudeksi. Onnistunut sisäinen viestintä sitouttaa ja motivoi henkilöstöä, sekä vaikuttaa arkipäiväisessä työnteossa muun muassa tiedonkulkuun. (Fitzpatrick & Valskov 2014, 7-8; Isohookana 2007, 16.)

Jotta yrityksen työntekijät voivat hoitaa työnsä hyvin, on sisäisen viestinnän oltava toimivaa. Työntekijän on oltava tietoinen omista tehtävistään, toimintaympäristöstään, asemastaan sekä yhteisistä tavoitteista. Näiden saavuttamiseen työntekijät tarvitsevat juurikin sisäistä viestintää. Se myös tukee työntekijöiden työmotivaatiota ja viihtyvyyttä töissä. Työmotivaatioon ja viihtyvyyteen sisäinen viestintä vaikuttaa tiedonsaannin kautta. Kun työntekijä tietää työtehtävänsä, sekä sen, mitä hän merkitsee yrityksen kokonaiskuvassa, on hänen helpompi ymmärtää työn tärkeyttä, joka taas vaikuttaa motivaatioon työskennellä yhteisön hyväksi.

Viihtyvyys töissä taas kantautuu usein työntekijöiden kautta ulkopuolelle, mikä vaikuttaa yrityksen maineeseen ja työnantajakuvaan. Toisin sanoen, sisäinen viestintä on olennainen pala- nen koko yrityksen toiminnan kannalta. (Honkala, Kortetjärvi-Nurmi, ym. 2013, 183.)

Sisäisen viestinnän merkitys työviihtyvyydessä on hyvä ottaa tosissaan, sillä tutkimusten mu- kaan yritykset, joissa työntekijät viihtyvät ja joissa he ovat sitoutuneita työhönsä, tehdään noin 2 ja puoli kertaa enemmän tuottoa, kuin yrityksissä joissa työntekijöiden työmotivaatio on matalalla. Tämä siis tarkoittaa sitä, että panostus sisäiseen viestintään voi vaikuttaa jopa yrityksen liiketoiminta-alueelle saakka. (Perälä 2018.)

### 3.1 Sisäisen viestinnän tehtävät

Sisäisen viestinnän tehtävillä tarkoitetaan niitä aiheita, joiden kautta sisäisen viestinnän ta- voitteet pyritään täyttämään. Näitä tehtäviä voivat olla esimerkiksi palautteen antaminen ja saaminen, tai työtehtäviin liittyvän tiedon välittäminen. Myös sisäisen kulttuurin rakentami- nen ja vahvistaminen on tärkeä sisäisen viestinnän tehtävä, samoin kuin organisaatiomuutok- sista viestiminen. Sisäisen viestinnän tehtävinä pidetään siis kaikkia perusasioita, jotka muo- dostavat yrityksen sisäisen viestinnän, ja joita tulisi huomioida määritellessään oman yrityk- sen sisäisen viestinnän perustaa. Sisäiselle viestinnälle on kehitetty monia tehtävämalleja, joiden avulla yritykset voivat mitata sisäisen viestinnän laatua. Tehtävämalleista yksi yleisim- mistä on esimerkiksi Åbergin pizzamalli, jota käsitellään myöhemmin.

Vaikka monia erilaisia sisäisen viestinnän tehtävämalleja on luotu, on selvää, ettei yksi malli sovi sellaisenaan jokaiselle yhteisölle tai yritykselle. Jokaisen yrityksen on itse määriteltävä, mitä tavoitteita ja tehtäviä se viestinnällisesti asettaa. Juholinin (1999) mukaan, sisäisen viestinnän perustehtävät voidaan jakaa kolmeen pääkategoriaan:

- i. Vuoropuheluun, itsensä ilmaisuun ja kuunteluun niin, että jokainen henkilö, tiimi, osasto, ja ryhmä tuntevat olevansa mukana vaikuttamassa;
- ii. Keskeisten sisältöjen käsittelyyn, kuten strategian, tavoitteiden, vision ja arvojen;
- iii. Tiedonkulkuun, eli pyrkimykseen siitä, että kaikki tieto on helposti saatavilla ja etsit- tävissä.

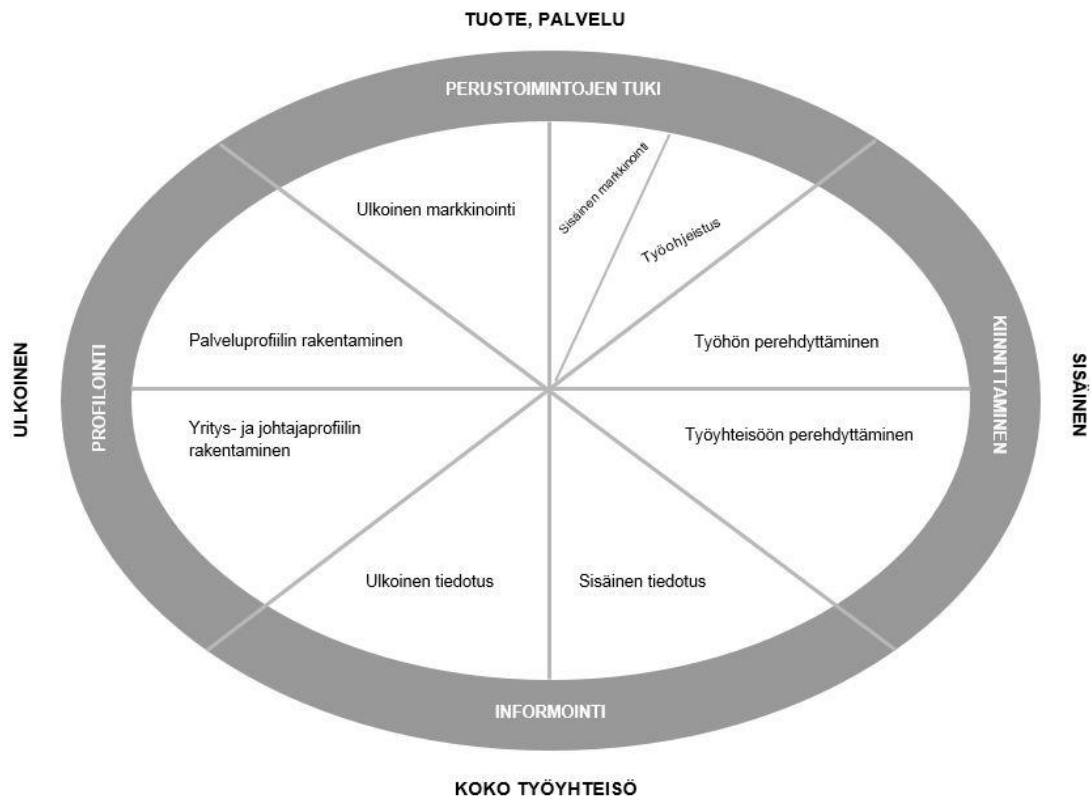
Jokaisella yllä mainituista tehtävistä on jokin teema, joka ohjaa tehtävän vaikutuksia esimer- kiksi yrityksen toimintaa kohden. Ensimmäinen keskittyy ihmissuhteisiin, niin työtoverien kuin johdonkin välillä, toinen keskittyy olemassaolon kannalta oleellisten asioiden vahvistamiseen, ja viimeinen kategoria viestintäjärjestelmien toimivuuteen. Mikään näistä tehtävistä ei yksin kata hyvää sisäistä viestintää, vaan yhteisesti luovat pohjan sisäiselle viestinnälle. Kuitenkin, myös kaikki yllä mainituista kolmesta tehtävästä tukevat toinen toistaan. Jos esimerkiksi työ- paikan keskeisten sisältöjen käsittely on aktiivista ja monipuolista, sekä tiedonkulku toimii jo- kaiseen suuntaan ajankohtaisesti ja ongelmitta, tulisi vuoropuhelun myös silloin olla hyvää,

koska tiedonkulkuun ja sisältöjen käsittelyyn tarvitaan vuoropuhelua. Jos siis esimerkiksi vuoropuhelussa on parantamisen varaa, voi myös tiedonkulku yrityksessä tökkiä. (Juholin 1999, 43-44.)

### 3.2 Åbergin pizza

Myös organisaatioviestinnän professori Leif Åberg tutki 1980-luvulla viestinnän tuloksellisuutta, sen osa-alueita ja siihen kuuluvia tehtäviä. Hän kehitti Åbergin pizzamallin, jossa hän määritteli yhteisön sisäisen viestinnän tärkeimmät tehtävät, ja näiden muodosti viestinnän sisältöä kuvaavan kokonaisviestinnän mallin. Åberg uskoi tutkimuksessaan, että viestinnän funktiotarkastelu tuo selville yhteisöissä ja yrityksissä harjoitettavien viestinnän muotojen työnjakoon. Åbergin pizzamalli on yksi yleisimmistä malleista tarkastellessa yhteisöviestinnän kokonaiskuvausta, ja yleisesti yrityksissä käytetty sisäisen viestinnän perustehtävien määrittämisen malli.

Tässä Åbergin pizzaksi kutsutussa funktiomallissa tarkastellaan yhteisöviestinnän tehtäviä ja sisältöä kahdessa ulottuvuudessa: viestinnän suunnassa ja sisällön painopisteessä. Viestinnän suunnalla Åberg tarkoittaa ulkoista ja sisäistä viestintää, jotka hän sijoitti kuvaajaan vaakatasoon. Sisällön painopisteellä Åberg tarkoitti sitä, onko viesti tarkoitettu yksittäiseen työtehtävään, tuotteeseen tai palveluun liittyväksi, vai koko työyhteisölle. Tämän ulottuvuuden hän sijoitti kuvaajaan pystytasoon. Kun Åberg yhdisti nämä kaksi ulottuvuutta sekä viestinnän tehtävät, uskoi hän määrittelevänsä yhteisön kokonaisviestinnän mallin. Nämä tehtävät, jotka hän malliin määritteli, olivat yhteisön perustoiminnan tukeminen, organisaation profilointi, informointi, sekä kiinnittäminen. (Åberg 2002, 109-110; Åberg 2000, 99-102.)



Kuvio 1: Åbergin pizzamalli (Åberg 2000, 110.)

Åberg uskoi, että yhteisön perustoimintojen tukeminen on tärkein työyhteisön viestinnän muoto. Se on yleistä, selkeäsisältöistä päivittäisviestintää. Päivittäisviestinnällä tarkoitetaan kaikkea sitä viestintää, joka tapahtuu ajantasaisesti jatkuvana tiedon, havaintojen tai kokemusten vaihdantana yrityksen jäsenten keskuudessa. (Juholin 2013, 145.) Perustoimintojen tuki siis sisältää ohjeistuksia, sopimuksia ja yhteisiä toimintamalleja, joiden tavoitteena on välittää työyhteisössä kaikille onnistumiseen tarvittavat tiedot, lisätä yhteishengen tunnetta ja vuorovaikutusta. Perustoimintojen tukeen kuuluu myös sisäinen ja ulkoinen markkinointi. Perustoimintojen tuki on mallissa ylhäällä, koska se keskittyy tarkkoihin, yleisiin viestimisen osa-alueisiin. (Åberg 2000, 100.)

Organisaation profiloinnilla Åberg tarkoitti sitä viestintää, jolla voidaan rakentaa koko yhteisön, työntekijöiden ja tuotteiden tavoitekuva, ja tätä kautta vaikuttaa yrityksen maineeseen. Yleisesti maine on mielikuva, joka rakentuu toimintojen, kuten toimivan viestinnän kautta. Kaikki yritykseen kytköksissä olevat henkilöt vaikuttavat toiminnallaan siihen, miten ulkopuoliset näkevät yrityksen. Profilointi on mallissa vasemmalla, koska se perustuu ulkoiseen viestintään ja muiden mielikuviin yrityksestä. (Åberg 2000, 100.)

Informoinnilla tarkoitettiin sitä tiedonvälitystä, jota yritys ja työyhteisö toteuttaa tietoisesti tai suunnitelmallisesti. Painopiste on uutisissa ja tapahtumissa, niin sisäisesti kuin ulkoisesti-kin. Mallissa informointi on sijoitettu alas, koska yleisesti se koskee koko työyhteisön viestintää. (Åberg 2000, 101.)

Neljäs mallin osa on kiinnittäminen. Viestintä on olennaisessa osassa perehdyttäessä työyhteisön jäseniä työhön ja osaksi työyhteisöä. Työyhteisön jäsenten on osattava toimia yhteisen mallin mukaisesti, jotta kiinnittäminen on onnistunutta. Kiinnittäminen ei tarkoita vain uusien työntekijöiden perehdyttämistä, vaan myös esimerkiksi uuden työtavan kiinnittämistä työyhteisöön. Mallissa kiinnittäminen on oikealla, koska se on sisäistä viestintää. (Åberg 2000, 101 & 117-118.)

### 3.3 Sisäisen viestinnän tavoitteet

Kun nykymaailma ja teknologia mahdollistavat sen, että voit tavoittaa satoja tai miljoonia ihmisiä kerralla, on viestinnän tarkoitus, tavoite ja kulmakivet määritettävä tarkasti ennen viestinnän aloitusta. Helposti esimerkiksi yrityksen sisäinen viestintä saattaa muuttua siihen, että viestintää harrastetaan liikaa ja sähköpostilaatikko täyttyy sisäisistä mitänsanomattomista tiedotteista, jotka eivät välttämättä edes koske sinua. Näin ei saisi antaa tapahtua, vaan viestinnän tavoitteena pitäisi olla pelkistettynä vastaanottajaan vaikuttaminen merkityksellisellä ja ymmärrettävällä viestimellä, saaden viestin vastaanottaja toimimaan tai ajattelemaan haluttua asiaa. Pitäisi siis kiinnittää huomiota siihen, että esimerkiksi sähköpostiviestintä on osoitettu vain niille henkilöille, joita asia koskettaa, ja muodossa jonka he ymmärtävät. Muun muassa se, jos vastaanottajan täytyy tarkentaa viestin merkityksiä tai tarkoituksia, syö viestin tehokkuutta ja tavoitteiden täyttymistä. (Kurvinen & Seppä 2016, 86.)

Sisäisen viestinnän tavoitteita on kuitenkin paljon muitakin kuin tiedottaminen ja hallinta. Sen tavoitteena on kehittää ja luoda yrityksen identiteettiä, sekä vahvistaa sisäisiä suhteita. Sisäisellä viestinnällä voidaan myös ennakoita tapahtumia ja motivoida henkilöstöä. Sisäisen viestinnän tulee olla avointa ja vuorovaikutteista ollakseen onnistuvaa, sekä sen on huomioitava vastaanottajat. Avoimella sisäisellä viestinnällä tarkoitetaan sitä, kuinka asiat tulee kertoa kaunistelematta, ajankohtaisesti, ja perustellusti. Avoimella sisäisellä viestinnällä saadaan osoitettua henkilöstölle että he ovat arvokkaita, ja tätä kautta motivoitua henkilöstö tehokkaammin työhön. On myös tärkeää olla vuorovaikutuksessa henkilöstön kanssa, eikä vain tiedottaa yrityksen päätöksistä yksimielisesti. Kun yritys ja sen johto hoitaa sisäisen viestinnän vuorovaikutteisesti henkilöstön kanssa, saadaan taas sitoutettua henkilöstöä paremmin yhteiseen tavoitteeseen ja osaksi yrityksen toimintaa. Kun henkilöstön jäsenet kokevat olevansa arvostettuja ja kuultuja, ovat he tutkitusti todennäköisemmin motivoituneita työhönsä ja täten hoitamassa työnsä tehokkaammin. Tätä tukee monet tutkimukset, kuten E. Decin ja

R. Ryanin (2000.) itseohjautuvuusteoria, jossa kerrotaan kuinka yhteisöllisyyden tunne ja kykyjen arvostaminen vaikuttaa ihmisen sisäiseen motivaatioon. (Isohookana 2007, 222; Martela 2014.)

Kun perustavoitteena sisäisessä viestinnässä pidetään sitä, että työntekijät ovat yrityksen tärkeimpiä voimavaroja, voi yritys huomata sisäisen viestinnän merkityksen. Työntekijät ovat tyytyväisiä silloin, kun yrityksen johto kuuntelee, ja on tasaisesti vuorovaikutuksessa heidän kanssaan. Tyytyväisyys korostuu myös silloin, kun työntekijä kokee voivansa antaa ja saada palautetta, sekä olla mukana yrityksen kehityksessä ja toiminnassa. Kun työntekijät ovat tyytyväisiä työssään, antavat he todennäköisemmin parastaan myös ulkoisille sidosryhmille ja asiakkaille. Tällöin yritys voi siis huomata sen, kuinka sisäisen viestinnän avulla työntekijät ovat yrityksen yksi tärkeimmistä voimavaroista. (Kurvinen & Seppä 2016, 79.)

### 3.4 Sisäisen viestinnän kanavat

Sisäistä viestintää voidaan käydä laajalti eri kanavia pitkin. Sitä käydään henkilökohtaisesta viestinnästä kirjalliseen, sähköiseen tai digitaaliseen viestintään. Viestintätilanteessa ja viestintäkanavaa valitessa on tärkeää ottaa huomioon kaikki vaikuttavat tekijät. Tekijöitä viestinnän kanavaa valitessa voivat olla muun muassa viestin sanoma, aikataulu, kohderyhmä tai maantieteellinen etäisyys. Yleensä on hyvä harkita monien eri kanavien käyttöä viestin välitykseen jotta voidaan taata viestin perille meneminen, varsinkin, jos kyseessä on suurempi kohderyhmä. Kuitenkin on hyvä muistaa, ettei useiden kanavien käyttö viestinnässä saa olla turhaa. Turha useiden viestintäkanavien käyttäminen on tehotonta, aikaa vievää ja voi ärsyttää vastaanottajaa.

Työyhteisön viestinnän kanavat voidaan jakaa suoraan vuorovaikutukseen ja välitettyyn viestintään. Suoraa vuorovaikutusta on henkilökohtainen, kasvokkain käytävä viestintä. Suoraa vuorovaikutusta voidaan Åbergin (2000, 216) mukaan käydä lähi- ja kaukokanavia pitkin. Lähi-kanavia pitkin käytävä suora viestintä tarkoittaa esimerkiksi esimiesten kanssa käytävää kommunikaatiota, osastokokouksia, työpaikan kommunikaatiopaikkoja ja kollegoita. Kaukokanavia pitkin käytävä suora viestintä on myös kasvokkain tapahtuvaa, mutta yleensä vähemmän henkilökohtaista. Sitä voi olla esimerkiksi tiedotustilaisuudet. Välitetystä viestinnästä taas käytetään erilaisia teknisiä viestimiä. Välitetyn viestinnän suosituimpia ja tunnetuimpia työkaluja ovat muun muassa tietoverkot ja sisäiset joukkoviestimet. Tietoverkkoihin luokitellaan muun muassa sähköposti ja intranet-ohjelmistot. Puhelimen rooli viestintäkanavana on muuttunut vuosien saatossa, ja esimerkiksi sähköpostiin verrattuna se koetaan nykyisin henkilökohtaisempana. (Åberg 2000, 216; Juholin 2009, 170.)

Sisäiset tiedotteet ovat tärkeä viestinnän kanava, kun halutaan informoida koko yritystä. Sisäiseen tiedotukseen voidaan käyttää ilmoitustauluja, intranetiä tai sähköpostia. Sisäiset tiedotteetkaan eivät ole helppo viestinnän muoto. On osattava suunnitella viestin ajankohta,

helppolukuisuus, informaation selkeys ja asiallisuus. Seikat tulee ottaa huomioon, jotta voidaan tehdä hyvän sisäisen viestinnän mukainen tiedote. (Honkala, Kortetjärvi-Nurmi ym. 2013, 186.)

### 3.5 Sisäisen viestinnän haasteet

Sisäisen viestinnän tehtävänä on muun muassa tukea yrityksen toimintaa. Kun viestintä on heikkoa tai epäselvää, aiheuttaa se merkittäviä tuhoja yrityksen arkisessa toiminnassa. Ilman tehokasta sisäistä viestintää esimerkiksi tehtävät saattavat mennä väärin tai ne tulevat tehdyksi väärään aikaan. Kun asiat vaikeutuvat tai ihmiset turhautuvat, syntyy yrityksen sisällä eripuraa ja työilmapiiri kärsii. Sisäisen viestinnän suurimpana haasteena onkin ylläpitää yrityksen arkipäiväinen toiminta normaalina. Viestinnän avulla yritys voi ehkäistä ja hoitaa konflikteja, tai ristiriitoja. Tämä taas vaikuttaa yrityksen yhteisöllisyyteen, ja täten myös ulkoiseen yrityskuvaan. (Isohookana 2007, 223.)

Viestintä yleisesti on altis monille häiriötekijöille. Osmo A. Wiio kehitti nelijakoisen lajittelutekniikan eri häiriötekijöille, joita viestinnässä esiintyy. Tämän lajittelutekniikan mukaan kyseessä on este, jos sanoma ei mene ollenkaan perille. Tämä tapahtuu, jos esimerkiksi kirje menee väärään osoitteeseen. Kohina taas kuvaa tilannetta, jossa viestiin sekoittuu muita sanomia tai häiriöitä. Esimerkiksi valokopio on epäselvä ja tuhriintunut. Nämä molemmat häiriötekijät ovat ulkoisia tekijöitä. Kato on taas häiriö, jossa viesti menee perille, mutta osa viestistä katoaa. Esimerkiksi aistihäiriön takia, kuten huonon kuulon. Vääristymä kuvaa häiriötä, jossa viesti tulkitaan väärin. Nämä kaksi häiriötä ovat siis sisäisiä häiriöitä. Wiion nelijakoisen lajittelutekniikan mukaan on siis sekä itsestä riippumattomia, että itseaiheutettuja häiriöitä, jotka tulee ottaa huomioon toteuttaessaan viestintää. (Åberg 2000, 32.)

Åbergin (2002) mukaan sisäisessä viestinnässä haasteita on neljä: tietojen on liikuttava, eli tietojen tulee olla ajankohtaisia ja kaikesta yhteisesti tapahtuvasta on tiedotettava aktiivisesti. Tällaista tietoa ovat niin organisaatiomuutokset, kuin nimityksetkin. Kun tieto liikkuu aktiivisesti ja nopeasti, voidaan ehkäistä puskaradioiden syntymistä ja edesauttaa yrityksen yhtenäisyyttä. Toisen haasteen luo tietovarastot. Usein yrityksillä on vaikeuksia asettaa tarvittavat tiedot helposti saataville, ja niin, että niitä päivitetään aktiivisesti. Kaikki sellainen tieto, johon kohdistuu yksilöllisiä tarpeita, on löydettävä helposti. Tällaista tietoa voi olla esimerkiksi henkilöstöedut tai sairastapauksissa menettely. Intranet on nykypäivänä hyödyllinen säilytyspaikka tällaiselle tiedolle.

Viestinnässä haasteen tuo myös esimiehet. Esimies on se linkki, joka toimii oman yksikön ja koko yrityksen välillä. Hänen on tunnettava oma yksikkö, sekä myös laajasti tiedettävä koko yrityksen toiminnasta. Esimiehen vastuulla on yrityksen yleisien asioiden tiedottaminen yksikötasolla sekä myös yksikön näkökantojen vienti eteenpäin. Näiden lisäksi tietotorit eli fyysiset oleskelupaikat yrityksen jäsenille voivat tuottaa haasteita viestinnässä. Näissä paikoissa

sekä syntyy usein puskaradioita, että kehitetään innovatiivisesti satunnaisviestinnän avulla ratkaisuja ja ideoita. (Åberg 2002, 106-108.)

Yleisin haasteen aiheuttava tekijä on kuitenkin viestin vastaanottamisen takaaminen. Kun esimerkiksi yritys viestii tietystä asiasta, on heillä haasteita saada viesti perille jokaiselle yrityksen jäsenelle. Tähän apuna käytetään monia eri viestinnän kanavia, mutta myös muita menetelmiä. Viestin lähettäjän on otettava vastuu siitä, että hän varmistaa viestin menevän perille. Yleinen virhe on kokea tehtävä tehdyksi siinä vaiheessa, kun viesti on lähetetty. Tulisi kuitenkin vielä lähettämisen jälkeenkin varmistella asiaa koskettavilta, että viesti on mennyt perille ja ymmärretty oikein. (Blundel, Ippolito, ym. 2013, 47.)

#### 4 Intranet

Internetin tiedonsiirtokäytäntönä intranet on yksi yleisimmistä ja nykyisin myös suosituimmista viestinnän kanavista. Intranetistä suositun tekee sen ajankohtaisuus. Ajankohtaisuudella tarkoitetaan sitä, että intranetissä tietoa jaettaessa portaaliin, on se heti kaikkien saatavilla.

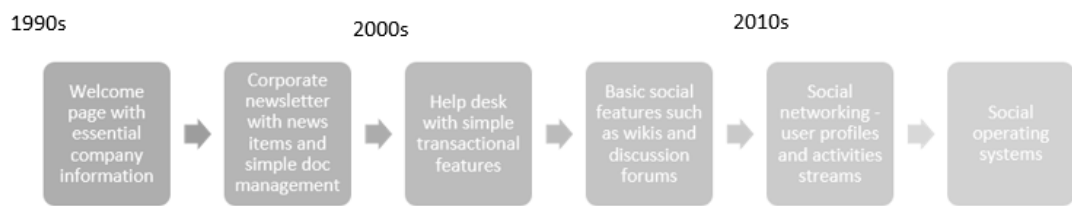
Intranet tarkoittaa yrityksen sisäistä tietoverkkoa, johon ulkopuolisilla ei ole pääsyä. Yleensä intranet on alusta, johon voi päästä vain määritellyn verkon sisällä, esimerkiksi työpaikan tietokoneen avulla. Se on alusta, joka ei toimi välttämättä missään muualla kuin sille määritellyssä verkossa. Intranetiä käytetään yrityksissä sisäiseen viestintään ja yleisenä tietokantana. Intranetin tarkoituksena on helpottaa tiedon vaihdantaa ja osaamisen jakamista työyhteisössä. Yleensä yrityksen sisällä intranetiin jaetaan niin tiedotteet, ohjeet sekä lomakkeet. Lisäksi intranetiä voidaan käyttää esimerkiksi uusien työntekijöiden esittelemiseksi tai perehdytysten apuna siten, että intranetiin kerätään kaikki olennainen tieto myös yrityksen eri osaluista ja tiimeistä. Intranet voi olla siis tiedotuskanavan lisäksi sisäinen versio yrityksen oikeista julkisista verkkosivuista, joissa henkilöstöä ja tiimejä on esitelty ja työtä kuvattu.

Intranet on suurilta osin korvannut sähköpostin käyttöä tiedottamisessa varsinkin suuremmissa yrityksissä. Tämä siksi, että suurissa yrityksissä uutisointia saattaa tapahtua useamman kerran päivässä, jolloin sähköposti täytyisi nopeasti pelkistä tiedotteista. Kun nämä keskittävät intranetiin, voivat työntekijät perehtyä niihin kun heille sopii, eikä tiedotteita pakoteta suoraan yksilön sähköpostilaatikkoon. (Kortetjärvi-Nurmi, Kuronen, ym. 2009, 89; Juholin 2009, 176.)

##### 4.1 Intranetin historia

Ihmisten tarve vaihtaa ja välittää viestejä eri paikkojen välillä nopeasti ja helposti oli jo internetin kehityksen alussa merkittävä tekijä. Kun sitten internet keksintönä kehittyi, ja huomattiin että tällainen on mahdollista, nappasivat myös liiketoimintajohtajat tästä idean. Lii-

ketoimintajohtajat yhdessä ohjelmistoasiantuntijoiden kanssa alkoivat noin 1990-luvun puolivälissä kehittämään ideaa alustasta, jonka kautta yrityksen olisi helpompi tiedottaa suurta määrää työntekijöistä samanaikaisesti. Alkoivat intranetin kehittäminen. Aluksi intranet keksintönä koettiin vain apuvälineenä, jolla työntekijöiden produktiivisuus ja työtahti saataisiin maksimoitua. Haluttiin taata työntekijöille helppo ja nopea kommunikaatioalusta sekä johdolle yhtenäinen alusta työntekijöiden tiedottamiseen. (Kulakofsvky 2016.)



Kuvio 2: The evolution of enterprise intranet. (Kulakofsvky 2016.)

Ensimmäiset intranetit olivat vain yhden sivun pohjia, joissa oli saatavilla vain yleistä tietoa ja ohjeita. Kun internet kehittyi, kehittyi myös intranet. Se siirtyi ladattavista sovellusversioista verkkoversioiksi. Kehityksen myötä myös sisältö sai kehitystä, ja siirryttiin yhden sivun pohjista useammille. Intranetteihin kehitettiin keskustelualustat ja ominaisuudet, joilla sinne pystyi lataamaan tiedostoja. 2000-luvun puolivälissä lisättiin intranetteihin muun muassa käyttäjäprofiilit. (Kulakofsvky 2016.)

#### 4.2 Intranetin käyttö

Onnistunut intranet on helppokäyttöinen ja selkeä. Sen tulee palvella käyttäjiään vaivattomasti ja sujuvasti, jotta yritys hyötyy siitä, ja yrityksen henkilöstön jäsenet käyttävät sitä. Yrityksen intranet tulee suunnitella yrityksen toimintaan sopivaksi, verkon ehdoilla. Helppokäyttöisyydellä tarkoitetaan sitä, että intranetin sivujen tulee latautua nopeasti, sivujen tulee olla ymmärrettävät, sekä siellä on päästävä vaivatta navigoimaan itsensä sivulta toiselle. Materiaali, joka on ennen intranetin käyttöönottoa ollut painetussa muodossa, ei välttämättä sovi sellaisenaan intranettiin sisällöksi, vaan se tulee muokata verkkoviestintään sopivaksi esimerkiksi kirjoittamalla se puhtaaksi tietokoneella. Näiden lisäksi, jotta intranet on yritykselle hyödyllinen sisäisen viestinnän väline, on sitä ylläpidettävä ja huollettava. Tiedon tulee olla ajankohtaista ja paikkansa pitävää, ja vanhentuneet tiedot tulee päivittää heti. Vaarana on, että yrityksen intranetin vanhentunutta tietoa käytetään, joka voi aiheuttaa epäselvyyttä yrityksen toiminnassa, ja pahimmassa tapauksessa se voi jopa päätyä vaikuttamaan yrityksen ulkoiseen kuvaan negatiivisesti. (Isohookana 2007, 278.)

Intranetin tehtävänä on sitoa verkon välityksellä yhteen yrityksen kaikki sidosryhmät: yrityksen johdon, eri osastot, yksilöt, eri tiimit, sekä esimiehet. Se antaa mahdollisuuden yrityksen kokonaisvaltaiseen yhtenäiseen vuorovaikutukseen, kaikkien jäsenten välillä. Johdolle ja esimiehille intranet voi toimia sekä asioiden että ihmisten johtamisen työvälineenä. Asioiden johtamisella tarkoitetaan sitä, että intranetin tietosisältöä voidaan käyttää hyväksi päätöksenteossa ja ongelmanratkaisussa, esimerkiksi kuuntelemalla paremmin yrityksen muiden jäsenten mielipiteitä ja ajatuksia. Ihmisten johtamiseen intranet käy apuvälineenä juurikin ajankohtaisten asioiden yhtäaikaisessa tiedottamisessa, mutta myös kriisiviestinnässä, muutostiestinnässä ja perehdyttämisessä. (Isohookana 2007, 278.)

#### 4.3 Intranetin hyödyt ja haasteet

Intranetin avulla kaikki yrityksen jäsenet voivat löytää samat tiedot helposti ja ajankohtaisesti, mutta myös vaikuttaa asioihin helpommin ja ajankohtaisemmin kuin aikana ennen intranetiä. (Smith & Mounter 2008, 196.)

Intranet on suunniteltu helpottamaan yrityksen sisäistä viestintää, tiedottamista ja henkilöstön yhtenäistämistä. Se on asioiden ja ihmisten johtamisen tärkeä työväline, ja hyödyllinen keskustelun, ideoiden sekä ajatusten vaihdannan kanava. Jotta intranetistä on hyötyä henkilöstölle, on kuitenkin oltava tarkkana, ettei intranetistä tule vain kaiken tiedon varasto. Jos tietoa on liikaa, ja jos intranetillä ei ole tietynlaisia kulmakiviä määriteltynä, voi siitä tulla sekava ja hyödytön. Täytyy osata määrittää se tieto, joka on hyvä olla intranetissä, ja se tieto jonka voi jättää intranetin ulkopuolelle. Mitä selkeämmät kulmat intranetille asetetaan, sen selkeämpää sen käyttö on. Selkeyden kannalta on myös hyvä määritellä henkilöt, joiden vastuulla on intranetin päivittäminen ja vartiointi, jotta yhtenäisyys ja kulmakivet säilyvät. Tämä ei kuitenkaan saa olla vain yhden ihmisen vastuulla. Jos intranet sysätään yhden ihmisen vastuulle, voi intranetin sisällöstä tulla yksitoikkoista tai jokin tietynlainen asia jäädä kokonaan pois. Kun useampi vastuuhenkilö tekee päätökset intranettiin liittyen yhdessä, voidaan taata monipuolinen ja kattava sisältö paremmin. Tällä tavoin myös estetään intranetin muodostumista vain yksisuuntaiseksi kanavaksi, millaiseksi se saattaa muuttua suuremmissa yrityksissä jossa vain johto viestii alaspäin. Kun joukko ihmisiä, eri puolilta yritystä ja erilaisista asemista muodostavat tiimin, joka vastaa intranetistä, saadaan todennäköisemmin tuotettua monipuolista ja kaikkien äänen kuuluviin tuovaa sisältöä yrityksen intranettiin. (Törrö 2017; Korhonen & Bergman 2019, 112.)

Intranetin toiminta riippuu vahvasti strategiasta, joka sen ympärille on kasvatettu. Sen täytyy olla osa yrityksen strategista toimintaa, eikä vain yksi työkaluista. Intranetin käytössä on huomioitava kaikki sidosryhmät, ja se kuinka intranet soveltuu eri ryhmien käyttöön. Intranetin käytöstä täytyy tehdä helppoa ja selkeää, jotta se on hyödyksi yrityksen toiminnassa. Intranetin toiminnassa on huomioitava, että kaikki yrityksen jäsenet voivat ja osaavat käyttää sitä.

Tätä voidaan edesauttaa käyttökoulutuksin sekä intranetin ulkoasua suunnitellessa. (Ruck 2016, 145-149.) On myös tiedettävä tarkasti, kuinka laajasti intranetiä käytetään, jotta siitä ei tule paikka, jossa on valtavasti tietoa ja erilaisia mahdollisuuksia, mutta ei tarkkaa tavoitetta tai määritelmää. Intranetin toimivuus, hyödynnettävyys ja sisältö voivat vaikuttaa sisäiseen ilmapiiriin ja yrityskulttuuriin. Jos oletuksena on lause "Se on siellä intrassa", voi ongelmat vain kasaantua, sillä yrityksen jäsenet tarvitsevat myös henkilökohtaista keskustelua ja ohjeistusta. Intranetin käyttöönotossa ei saa unohtaa ihmisyyttä, tai nakata kaikkea toimintaa verkkoon. (Isohookana 2007, 279-280.)

## 5 Tutkimus

Opinnäytetyön tutkimusosuus on empiiristä, eli havainnoivaa tutkimusta. Se pohjautuu teoreettisen tutkimuksen perusteella kehitettyihin menetelmiin. Tutkimusaineistona työssä toimivat primaariset sekä sekundaariset aineistot. Primaarinen aineisto on sitä, joka on kerätty tätä tutkimusta varten, ja sekundaarinen sitä, joka on alun perin hankittu muuhun tarkoitukseen. (Heikkilä 2014, 13.) Primaarisena aineistona toimii itse muodostetut haastattelututkimukset, ja sekundaarisena aineistona muun muassa aiemmin yrityksen henkilöstölle laadittujen henkilöstökyselyiden tulokset. Aineistoihin syvennyttään myöhemmin tekstissä.

Tutkimuksen toteutukseen valikoitui laadullinen, eli kvalitatiivinen tutkimus. Menetelmään päädyttiin siksi, että tuloksissa pyritään saamaan syvällisiä ja perusteltuja vastauksia asetettuun tutkimusongelmaan. Tutkimusongelmana pidetään sitä kysymystä tai asiaa, jota tutkimuksen toteutuksessa pyritään selvittämään. Yleisesti ottaen tutkimusongelma itsessään voi määritellä suuntaa menetelmän valinnassa. Tämän tutkimuksen tutkimusongelmana toimii Yritys X:n intranetin kehittäminen. Kysymysmuodossa tutkimusongelma on "Miten kehitämme yrityksen intranetin asemaa sen sisäisessä viestinnässä?".

Tutkimus suoritetaan haastatellen yrityksen henkilöstön jäseniä, ja selvittäen sitä kautta otantaa henkilöstön mielipiteistä ja näkökulmista liittyen yrityksen intranettiin. Tutkimus suoritetaan otantatutkimuksena eli osatutkimuksena, jossa vain osa yrityksen henkilöstöstä otetaan mukaan tutkimukseen. (Heikkilä 2014, 13.) Tutkimukseen valikoitui henkilöstöryhmiä assistentit eli henkilöstöryhmä 1 ja konsultoivassa asiakastyössä mukana oleva, henkilöstöryhmä 2, koska he kattavat prosentuaalisesti suurimman osan yrityksen henkilöstöstä. Tutkimuksen selkeyden kannalta oli parempi keskittyä ennalta määritettyihin henkilöstöryhmiin ja heidän näkökulmiinsa, sen sijaan että olisimme käsitelleet sekalaisesti eri osa-alueiden henkilöstöä.

## 5.1 Kvalitatiivinen tutkimus

Laadullinen, eli kvalitatiivinen tutkimustapa pyrkii tulkintaan. Sen tavoitteena on ymmärtää tutkittavaa kohdetta syvemmin. Kvalitatiivinen tutkimus perustuu muun muassa mielipiteisiin, ja sen yksi tärkeimmistä tavoitteista on juurikin inhimillisten näkökulmien ymmärtäminen. Tämä tarkoittaa sitä, että tutkimusprosessi on melko herkkä ja tulkinnanvarainen. Tuloksia on osattava arvioida neutraalisti, jotta tutkimuksen tulokset eivät sotkeudu olettamuksiin tai väärinyymmärryksiin. (Eronen, Syrjäläinen & Värri 2007, 8.) Tutkimus suoritetaan yleensä haastattelun avulla, eli tutkimukseen valitaan suhteellisen pieni määrä kohteita, joita kuitenkin pyritään analysoimaan tarkasti ja yksityiskohtaisesti. Kvalitatiivisessa tutkimuksessa ei ole ominaista muuttaa tutkimustuloksia numeeriseen muotoon, niin kuin määrällisessä eli kvantitatiivisessa tutkimuksessa. Eronen kvantitatiiviseen tutkimukseen on siis se, että kvantitatiivisessa tutkimuksessa otanta on suurempi ja selvitetään muun muassa prosenttiosuuksia tutkittavasta aiheesta. (Heikkilä 2014, 15; Hirsjärvi & Hurme 2015, 22.)

Kvalitatiivisessa tutkimuksessa onkin siis hyvä olla tarkkana tutkimuksen luotettavuudesta, koska kerättävä tieto ei ole numeerisesti välttämättä todistettavissa, esimerkiksi tutkittaessa haastateltavien näkökulmia ja niistä raportoitaessa. Vaarana on, että tutkittavat henkilöt jättävät asioita kertomatta, vääristelevät vastauksiaan tai tuloksiin jää liikaa tulkinnanvaraa. (Eronen, Syrjäläinen, ym. 2007, 57.)

### 5.1.1 Puolistrukturoitu teemahaastattelu

Kvalitatiivisen tutkimuksen tutkimusmenetelmänä haastattelu on yksi yleisimmistä tiedonkeruun tavoista. Haastattelu tarkoittaa tutkimustapaa, jossa tutkittavasta kohteesta selvitetään henkilöiden mielipiteitä puhumalla ja keskustelemalla. Sanan englanninkielinen käännös "interview" paljastaa osin sanan etymologisen merkityksen. Englanninkielinen sana tulee kirjailija Ernest Kleinin (1966) mukaan ranskalaisista sanoista, joiden yhteismerkityksenä voidaan tulkita "nähdä" sekä "välillä". Kleinin mukaan nämä kuvaavat haastattelun sosiaalista vuorovaikutusta henkilöiden välillä. Yksinkertainen tapa, jolla voidaan määritellä haastattelua, on puhua keskustelusta, jossa on ennalta päätetty tarkoitus. (Hirsjärvi & Hurme 2015, 41-42.)

Haastattelun avulla saadaan yksilöllisempää ja syvällisempää tietoa tutkittavasta kohteesta, kuin esimerkiksi kyselylomakkeen avulla. Kvalitatiivisessa tutkimuksessa tutkittavan kohteen sanomisilla ja mielipiteillä on merkitystä, eikä painoarvoa ole niinkään siinä, kuinka suuri määrä tutkimukseen osallistujista vastaavat samantapaisesti. Tämäkin tukee siis sitä, että kvalitatiivisessa tutkimuksessa ei keskitytä prosenttiosuuksiin, niin kuin kvantitatiivisessa tutkimuksessa tehtäisiin.

Haastattelumuodoista puolistrukturoitu teemahaastattelu sopi tämän tutkimuksen teemaan parhaiten. Puolistrukturoidussa teemahaastattelussa olennaista on teeman lisäksi tarkat kysymykset ennalta päätetyssä järjestyksessä. Kuitenkaan, valmiita vastausvaihtoehtoja ei ole, vaan haastattelun kysymykset ovat avoimia kysymyksiä. Haastattelun eteneminen on tutkittavan kohteen eli haastateltavan käsissä, keskustelunomaisesti. Kysymys-strukturista huolimatta puolistrukturoimattomassa haastattelumuodossa on sallittua kysyä tarkentavia kysymyksiä ja johdatella aihetta lisäkysymyksillä. Haastatteluiden pitäminen yksilöille tuntui luontevimmalta siksi, että haastattelun struktuuria on helpompi ylläpitää, kuin esimerkiksi ryhmähaastattelussa. (Saaranen-Kauppinen & Puusniekka 2006.)

Tämän työn tutkimukseen haastateltavat yksilöt valittiin tarkasti, tutkaillen tietynlaisia painopisteitä ja erinäisten henkilöiden persoonaa sekä osaamisalueita. Haastatteluun valittiin kahden eri henkilöstöryhmän edustajia, ja näiden ryhmien sisältä vielä valitsimme sekä kauan yrityksessä toimineita, että melko uusia henkilöitä. Myös ikäjakauma pyrittiin tarkoituksella pitämään melko laajana. Kaikki haastatteluun valitut yksilöt olivat sellaisia henkilöstön jäseniä, joiden tiesin olevan aktiivisia yrityksen toiminnassa, ja motivoituneita kehittämään sitä. Kaikki haastatteluun valitut yksilöt olivat persoonia, joiden uskoin tietävän jo ennestään uuden sekä vanhan intranetin toimintoja.

#### 5.1.2 Haastattelun hyödyt ja haasteet

Haastattelussa, ja erityisesti yksilöhaastattelussa on paljon potentiaalia tutkimuslähteenä, mutta myös merkittäviä tekijöitä, jotka tulee huomioida haastattelua suunnitellessa. Yksilöhaastattelun etuna on se, että haastattelutilanne tuntuu tutkittavasta kohteesta henkilökohtaisemmalta. Lisäksi toisin kuin ryhmähaastattelussa, yksilöhaastattelussa ei ole suurta vaaraa siitä, että toinen henkilö vaikuttaisi haastateltavan mielipiteisiin tai vastauksiin. (Routio 2007.)

Haastattelussa etuna toimii myös joustavuus. Haastattelijan on mahdollista tilanteen mukaan kesken haastattelutilanteen esimerkiksi oikaista väärinymmärryksiä, toistaa kysymyksiä tai pyytää tarkennuksia. Haastattelussa keskustelunomainen tilanne haastateltavan ja haastattelijan välillä ohjaa tutkimusta paremmin siihen, että kumpikin osapuoli saa näkökulmansa esitettyä juuri haluamallaan tavalla, ja täten tutkimustuloksesta tarkemman ja yksityiskohtaisemman. Jos verrataan esimerkiksi kyselylomakkeeseen, jossa tutkittava kohde eli lomakkeen vastaaja käyttää vain omaa mielikuvaansa vastauksissaan, ja tekee olettamuksia siitä, että tutkija ymmärtää vastaukset oikealla tavalla. Samalla myös tutkija eli kyselylomakkeen lähettäjä, ottaa riskin olettaessaan vastaajan olevan luku- ja kirjoitustaitoinen. Haastattelutilanteessa etuna on haastattelijan mahdollisuus havainnoida haastateltavaa. Myös sävy tai tapa

vastausta annettaessa voi olla tärkeää ottaa huomioon. Näitä tapoja kertoa vastaus, tai sävyjä vastatessa haastattelija voi havainnoida ja hyödyntää, mikä taas ei onnistuisi, jos tutkimus tapahtuisi esimerkiksi kyselylomakkeella. (Tuomi & Sarajärvi 2018, 84-86.)

Haasteen haastatteluiden toteutukseen aiheuttavat muun muassa aikataulutus. Erityisesti yksilöhaastatteluita järjestäessä on tärkeää osata aikatauluttaa haastattelut viisaasti. Esimerkiksi, jos järjestää useamman haastattelun peräjälkeen, on huomioitava, ettei ilmene päällekkäisyyksiä. Päällekkäisyyksiä muodostuu helposti silloin, jos ei osaa arvioida haastattelun kestoa tai ei jätä tarpeeksi tyhjää haastattelujen väliin. On huomioitava, että yksilöt johdattavat haastattelua omassa tahdissaan, ja vastaavat eripituisilla lauseilla. Nämä vaikuttavat merkittävästi haastatteluiden keston ja on täten huomioitava aikataulutuksessa.

Haasteen haastattelutilanteessa aiheuttaa myös se, ymmärtääkö haastateltava kysymykset oikein, tai lähteekö kiertelemään vastauksissaan. Tässä haastattelijan on olla valppaana, sillä haastattelussa tavoitteena on kuitenkin saada tarvittavat tulokset määritelyihin kysymyksiin. Esimerkiksi, jos haastateltava alkaakin vastauksessaan sivuuttamaan kysymystä, on haastattelijan osattava palauttaa keskustelu oikeaan suuntaan, jotta kaikilta saadaan vastaukset juuri oikeisiin aiheisiin.

Myös ulkoiset tekijät voivat tehdä merkittävää tuhoa haastattelututkimukselle. Tällainen ulkoinen tekijä on esimerkiksi haastattelua äänittäessä äänityslaite. On tärkeää valmistautua haastatteluun hyvin - tarkastaa kaikki haastattelussa käytettävät laitteet ja niiden toimivuus. Äänityslaite on haastatteluissa erittäin olennainen asia, ja siksi se myös aiheuttaa suuren riskin haastatteluiden toteutuksessa. On vaarana, että äänityslaite rikkoutuu, tai lopettaa äänittämisen kesken haastattelun, esimerkiksi vian tai akun loppumisen vuoksi. Vaarana on myös, että äänityslaitteessa ei kuulu kaikkien osallistujien ääni, tai haastattelu kuuluu epäselvänä. Vaara piilee myös toimenpiteessä, jolla äänityslaitteen materiaali siirretään esimerkiksi tietokoneelle. Toimenpiteessä äänitiedosto voi vaurioitua, tai hävitä. On siis oltava erittäin tarkkana haastatteluun liittyvien äänilaitteiden ja materiaalien kanssa.

## 5.2 Tutkimuksen luotettavuus ja eettisyys

Aina tehdessä empiiristä tutkimusta, ovat eettiset kysymykset esillä. Kaikissa tutkimuksen vaiheissa nousee esiin eettisiä kysymyksiä, ja vaaroja, joissa esimerkiksi tutkimuksen luotettavuus voisi horjua.

Eskolan ja Suorannan (2001) mukaan jo se, että tunnistaa eettisten kysymysten vaarat tutkimusta tehdessä määrittää pitkälle sen, onko tutkimus eettisesti asiallista. Tämä tarkoittaa siis sitä, että jos tutkija ymmärtää sen, että tutkimukseen on pyydettävä asianmukaiset luvat esimerkiksi tutkittavilta, ja kuinka heidän yksityisyyttään tulee kunnioittaa, on tutkija todennäköisesti sisäistänyt ne kulmakivet jotka määrittävät tutkimuksen eettisyyttä. Kuitenkaan

pelkkä tutkittavan vahingoittamisen varominen ei riitä. Eettinen tutkimus pyrkii olemaan vahingoittamatta ketään tai mitään kaikilla tavoin. Se vaatii tilanteiden ajankohtaista analysointia ja kriittistä tarkastelua: ketään ei tule loukata, tutkimuksen kaikkien vaiheiden tulee olla avoimia, ja kaikki tutkimukseen liittyvä tulee tapahtua sekä tutkijan että tutkittavan kohteen yhteisymmärryksessä. Raja eettisyyden ja epäeettisyyden välillä on häilyvä, ja täten se vaatii-kin erityistä arviointia tutkijalta. (Eskola & Suoranta 2001, 57-58.)

Hirsjärven & Hurmeen (2015) kirjan “Tutkimushaastattelu: Teemahaastattelun teoria ja käytäntö” mukaan S. Kvale (1996) kuvasi tutkimuksen eri vaiheissa syntyviä eettisiä kysymyksiä seitsemällä kohdalla. Ensimmäinen vaihe liittyi tutkimuksen tarkoitukseen. Hän koki, että jo tutkittavan aiheen päätöstä tehdessä tulisi miettiä eettisesti, miten tutkittava aihe tulee parantamaan kohdetta tai sen tilaa. Seuraava, eli toinen vaihe on suunnitelma. Suunnitelmavaiheessa tulisi eettisestä näkökulmasta katsastaa tutkittavan kohteen luotettavuutta, harkita haittoja sekä saada kohdehenkilöiden suostumus tutkimukseen. Kvale kuvaa kolmanneksi vaiheeksi haastattelutilanteen. Haastattelutilanteessa on otettava huomioon useita eettisyyteen ja luotettavuuteen vaikuttavia tekijöitä. Näitä tekijöitä saattaa olla esimerkiksi haastateltavan kokema stressi tai ryhmäpaine, sekä haastateltavien henkilöiden vastausten luotettavuus. Seuraava eettisen kysymyksen herättävä vaihe, eli neljäs vaihe on purkaminen. Esimerkiksi litterointivaiheessa vaaratekijänä on se, kuinka tarkasti haastateltavien suulliset vastaukset muutetaan kirjalliseen muotoon. Viidentenä vaiheena on analysointi. Analysointivaiheessa eettisen epäkohdan saattaa aiheuttaa se, kuinka syvällisesti ja kriittisesti haastattelututkimus analysoidaan. Kuudenneksi vaiheeksi Kvale listaa todentamisen. Tutkijalla on eettisesti tärkeä velvollisuus esittää tutkimuksessaan vain tietoa, joka on täysin varmaa ja todennettua. Viimeinen vaihe Kvalen eettisten kysymysten listassa on raportointi. Tutkijan on eettisestä näkökulmasta otettava huomioon haastattelun raportoinnissa luottamuksellisuus sekä mahdolliset seuraukset tutkimuksen julkaisusta, niin haastateltavia kohtaan kuin muillekin tutkimusta koskeville tahoille. (Hirsjärvi & Hurme 2015, 20.) Näitä Kvalen eettisiä kysymyksiä peilaten olen toteuttanut tämän opinnäytetyön, ja verrannut käyttämiäni menetelmiä jokaisessa vaiheessa siihen, onko eettisesti toimittu oikein Kvalen seitsemän kohdan listauksen mukaan.

Haastatteluissa ilmenee monia luotettavuuteen vaikuttavia tekijöitä. Näitä ovat esimerkiksi määrä, kuinka montaa tutkittavan kohteen henkilöistä on haastateltu, eli millainen otanta tutkittavasta kohteesta on saatu. Esimerkiksi 200 henkilön yritystä tutkiessa ei 5 henkilön haastattelu välttämättä osoita totuudenmukaista tutkimustulosta. Työssäni olen tiedostanut tämän riskin, ja harkinnut eri vaihtoehtoja. Kuitenkin juuri omassa työssäni tahdoin enemmänkin kuulla mielipiteitä, kuin saada totuudenmukaista yleisdataa vastauksissa, jonka vuoksi koin otannan haastatteluissani sopivaksi.

Toinen haastatteluissa luotettavuuteen vaikuttava tekijä on litteroinnin yhdenmukaisuus: tulee huomioida, että kaikkien haastateltavien vastaukset analysoidaan samalla kaavalla, eikä

litteroinnissa esimerkiksi ensimmäisissä haastatteluissa käytetä erilaista menetelmää kuin lopuissa haastatteluissa. Tähänkin kiinnitin laajalti huomiota omassa tutkimuksessani, ja pyrin toteuttamaan litterointini mahdollisimman yhdenmukaisesti. Litterointien ollessa valmiina, vertasin vielä tuotoksia toisiinsa jotta vakuutuin siitä, että tekstimuoto on yhdenmukainen, kuitenkin tuoden eri persoonien puhettavat yksilöllisesti esiin.

Yleisesti ottaen tutkimuksen luotettavuutta arvioidessa yleinen tapa on arvioida sitä reliabiliteetilla ja validiteetilla. Tämä tarkoittaa sitä, että tutkimuksen luotettavuutta arvioidessa tarkastellaan, ovatko tutkimuksen tulokset toistettavissa (reliabiliteetti) sekä onko tutkimuksessa tutkittu sitä, mitä on luvattukin (validiteetti). Kuitenkin, kvalitatiivisen tutkimuksen piirissä näitä luotettavuuden arviointikriteerejä on kritisoitu huonoiksi. Tämä johtuu siitä, että nämä arviointikriteerit ovat syntyneet kvantitatiivisen tutkimuksen piirissä, ja niiden katsotaan vastaavan enimmäkseen kvantitatiivisen tutkimuksen tarpeisiin. Kvalitatiivisen tutkimuksen luotettavuutta arvioidessa validiteetilla voidaan saada relevanttia selkoa luotettavuuteen, mutta reliabiliteetti saattaa olla ainakin haastattelututkimuksessa epärelevantti. Haastattelututkimuksessa validiteettiin vaikuttaa muun muassa se, miten selkeitä ja onnistuneita haastattelukysymykset ovat olleet, ja kuinka hyvin niillä voidaan selvittää ratkaisua tutkimusongelmaan. (Heikkilä 2014, 177; Tuomi & Sarajärvi 2018, 160-161.)

### 5.3 Kysymysrakenne

Haastattelun kysymysmuodoksi valittiin avoimet kysymykset. Avoimilla kysymyksillä voidaan selvittää paremmin tutkimuskohteen omia näkemyksiä. On monia tapoja joilla voidaan lähestyä haastateltavaa käyttäen avoimia kysymyksiä. Näitä tapoja ovat esimerkiksi suorat kysymykset, ohjaavat kysymykset tai tunnustelevat kysymykset. Suorat kysymykset tarkoittaa tapaa, jossa haluttu näkemys tai mielipide kysytään suoraan, vaikka muodossa ”Mitä mieltä olet..”. Kun esimerkiksi pyritään palaamaan takaisin oikeaan teemaan, voidaan se tehdä ohjaavilla kysymyksillä. Ohjaavia kysymyksiä käytetään esimerkiksi tilanteessa, jossa haastateltavasta tuntuu, että aihe jäi kesken. Tällaisia ohjaavia kysymyksiä voidaan käyttää esimerkiksi muodossa ”Palataksemme aiempaan teemaan, millainen näkemyksesi on siihen että..”. Joissakin tilanteissa voidaan toivoa tarkennuksia esimerkiksi ympäriryöreisiin vastauksiin, jolloin on hyvä käyttää tunnustelevia kysymyksiä. Tunnustelevia kysymyksiä ovat muun muassa selventävät kysymykset: ”Voisitko selventää mitä tarkoittit..” tai oikeuttavat kysymykset: ”Miten päädyit tähän tulokseen?”, sekä pyynnöt esimerkkien antamisesta. (Brooks & John 2018; Opintokeskus Sivis 2019.)

Avointen kysymysten muoto tulee olla tarkasti määritelty, sillä kysymystenkin muoto saattaa vaikuttaa haastateltavan vastauksiin. Haastattelussa tulee vältellä esimerkiksi liian pitkiä kysymyksiä tai kysymyksiä joissa yhdessä kysymyksessä kysytään useampaa asiaa. Tällaiset kysy-

mykset saattavat saada haastateltavan hämmentymään tai vastaamaan vain osaan kysymyksestä. Myöskin johdattelevia kysymyksiä tulisi välttää, eli kysymyksiä, jotka ovat esimerkiksi muodossa ”Eikö ollutkin hyvä..”, sillä ne saattavat antaa haastateltavalle kuvan siitä, että vastauksen tulisi tukea kysymystä oman näkökulman sijaan. (Opintokeskus Sivis 2019.)

## 6 Tutkimuksen toteutus

Tutkimus suoritettiin puolistrukturoituina yksilöhaastatteluina Yritys X:n tiloissa. Pääosa haastatteluista suoritettiin joulukuussa 2019, mutta lisäksi yksi haastatteluista suoritettiin tammikuussa 2020. Joulukuun haastateltaville lähetettiin sähköpostitse kutsut noin kaksi viikkoa ennen haastattelujen ajankohtaa. Haastatteluihin kutsutut henkilöt olivat valittu harkiten, Yritys X:n mielipiteitä kuunnellen. Suurin osa haastateltavista olivat jo ennestään tuttuja kasvoja. Tutuus yhdistettiin haastatteluihin tarkoituksella, koska uskoin sen luovan rennomman ja tuttavallisemman ilmapiirin, jonka uskoin auttavat tuloksien saamisessa. Kun haastateltavat lähettivät hyväksynnän osallistumisestaan sähköpostitse, lähetettiin heille vielä noin neljä päivää ennen haastatteluista sähköposti, jossa kerrottiin pääteemoja haastatteluun sekä kysyttiin hyväksyntä haastatteluiden nauhoitukseen. Yksi haastateltavista oli poikkeuksellinen, ja hänen kanssaan haastattelupyyntö kysyttiin kasvotusten, ja haastattelu sovittiin seuraavalle päivälle. Jokaisessa haastattelutilanteessa käytettiin nauhoitusvälinettä, sillä jokainen hyväksyi sen käytön. Haastattelut tapahtuivat suljetussa huoneessa, jossa paikalla olivat vain haastattelija ja haastateltava. Haastatteluun osallistui yhteensä kahdeksan henkilöä, joista neljä kuuluivat henkilöstöryhmään 1 ja toiset neljä henkilöstöryhmään 2.

Haastattelu eteni kysymysrakenteen mukaisesti (Liite 1), mutta joissakin tapauksissa lisäkysymyksiä esitettiin. Lisäkysymykset on merkitty kysymysrakenteeseen. Haastattelun aluksi haastateltavilta kysyttiin ennalta määritellyt taustakysymykset, eli heidän ikänsä, ja työsuhteen kesto kyseisessä yrityksessä. Kolme haastateltavista olivat olleet yrityksessä töissä 7-9 vuotta, loput vähemmän. Kaksi haastateltavista olivat työskennelleet yrityksessä kolmisen vuotta, ja kolme haastateltavista noin vuoden. Haastateltavista viisi olivat 24-29 vuotiaita, ja kolme 30-45 vuotiaita.

Taustakysymysten jälkeen haastateltaville kerrottiin, kuinka seuraavaksi on luvassa muutama kysymys sisäisestä viestinnästä yleisesti, ja sen jälkeen keskitymme intranettiin. Haastattelut litteroitiin nauhoituksista tekstimuotoon, jonka jälkeen litteroinneista koottiin yhteenveto kysymys kerrallaan. Tulokset käydään seuraavaksi läpi kysymys kerrallaan, ja tulosten analysoinnissa käytän suoria viittauksia apunani, sillä niillä mielestäni selviää paremmin haastateltavien suorat mielipiteet.

1) Onko yrityksen sisäinen viestintä mielestäsi avointa?

Kaikki vastaajista kokivat, että he saavat yrityksen tiedotteet ajankohtaisesti tietoonsa, ja yleisesti ottaen intranetin uutisosio oli heidän mielestään ajankohtainen tiedottamiskanava. Suurin osa haastateltavista kertoi viestinnän yrityksessä olevan hyvinkin avointa, ja he kokivat olevansa tietoisia yrityksessä meneillään olevista asioista.

Muutama haastateltavista kehui sitä, miten yrityksen avoimuus on kehittynyt. Esimerkkinä esitettiin palautteenannon ja rehellisten tilannepäivitysten lisääntyminen. Henkilöstöryhmän 2 haastateltavan mielestä on hienoa, kuinka nykyisin työntekijöiltä kysytään useammin palautetta prosessien onnistumisesta, sekä tiedotetaan rehellisesti prosessien vaiheista, myös niiden lykkääntymisistä tai muutoksista.

*“On menossa avoimempaan suuntaan, kun vertaa siihen, mitä se oli, kun aloitin pari vuotta sitten. Aina voi tietysti olla avoimempaa, mutta esimerkiksi viimeisimmissä toimiston projekteissa on otettu palautetta vastaan ja alettu enemmän viestimään siitä. Niitten epäonnistumisistakin ihan. Että se on mun mielestä hyvä, että jos huomataan puutteita niin siitä annetaan palautetta ja palaute otetaan vastaan.”*

*“Melko joo. Joissain asioissa enemmän ja joissain ei. Joissain huomaa, että tieto ei kulje niin hyvin. Mut ehkä just tavallaan sellaset uutistyyppiset jutut niin ihan avoimesti tulee tietoon.”*

Kuitenkin, muutama vastaajista koki sisäisen viestinnän vielä tarvitsevan parannettavaa. He kokivat, että joissakin tilanteissa viestintä “tulee hieman jäljessä”. Perusteluiksi tälle haastateltavat kertoivat muun muassa sen, että yritys on niin iso ja laajalle levittäytynyt. Haastateltavat myös kokivat, että yrityksen tapahtumissa mukana pysyminen on omalla vastuulla, sillä uutisointi tapahtuu hyvinkin pitkälti intranetissä. Haastateltavat kertoivat, että henkilöstön tietämys toimiston tapahtumista on epätasaista, sillä läheskään kaikki eivät oma-aloitteisesti tarkastele uutisointivälineitä.

*“Jos on itse aktiivinen ja esimerkiksi on laittanut ilmoitukset päälle intranetiin päivitettävistä uutisista, niin joo, pysyy ajankohtaisesti mukana. Mutta luulen että monilla ei ole ilmoituksia päällä tai muuten ole aktiivisia seuraamaan, joka voi johtaa siihen ettei viikkoonkaan tiedä mitä talon sisällä tapahtuu, vaikka ehkä pitäisi tietää.”*

*“No, perinteisesti meillä on aina ollut vähän semmoista viivettä tässä sisäisessä viestinnässä, että usein ne uutiset kyllä jo tiedetään käytävillä ennen kuin ne virallisesti tiedotetaan. Että, vähän se viestintä vielä laahaa perässä. Siihen ei ehkä vielä osata reagoida oikealla tavalla.”*

Yksi henkilöstöryhmä 2:n haastateltavista koki, että yrityksessä on melko “pyramidimainen” organisaatorakenne, joka vaikuttaa siihen, ettei välttämättä saa tietoonsa kaikkea yritystä koskevaa tietoa mitä toivoisi.

*“Kyllä niin kun uutismielessä on avointa. Mut toisaalta me ollaan niin iso organisaatio että paljon on myös sellaista tietoa, mihin sit rivityöntekijänä ei oo näkyvyyttä, et kyllähän tää organisaatorakenne on aika sellainen pyramidimainen kuitenkin. Et tavallaan tietää et jonkun tyyppisiä asioita käsitellään tai projekteja on meneillään, mut niistä ei sit saa sen enempää tietoa. Toisaalta se kai kuuluu, tai siis kuulukin, yrityksen toimintaan.”*

- 2) Koetko saavasi ajankohtaiset uutiset ensisijaisesti virallisesti tiedotettuina vai esimerkiksi työkavereilta?

Haastateltavat kokivat, että asiassa on tapahtunut parannusta uuden intranetin tultua käyttöön. Suurin osa vastaajista koki nykyisen intranetin tiedottavan ajantasaisemmin ja useammin asioista, joka tarkoitti sitä, että nykyisin niin sanotut huhupuheet eivät enää ennäätä käytäville ennen virallisia tiedotteita.

*“No aika hyvin ne tuntuu tonne intranettiin nykyisin tulevan. Että toki tiettyjä viidakkorumpuja aina on, mutta kyllä se tiedottaminen toimii täällä aika hyvin.”*

*“Vähän vaihtelee. Sanoisin että sekä että. Molempia.”*

Kuitenkin, osa sanoi kuulevansa tiedotteet melko usein ensin työkavereiltaan. Huomasin, että henkilöstöryhmä 1:n jäsenet kertoivat kuulevansa tiedotteet useammin työkavereilta kuin henkilöstöryhmä 2:n jäsenet. Syiksi koettiin esimerkiksi henkilöstöryhmä 1:n toimesta tiivis työskentely eri osastojen kanssa, jolloin tiedot liikkuvat laajemmin henkilöltä toiselle. Myös koettiin, että oman tiimin sisällä ja omaa tiimiä koskevat uutiset liikkuvat nopeasti.

*”Riippuu vähän. Oman tiimin sisällä tieto liikkuu tosi tehokkaasti mutta se vaikuttaa kun assistenttina on, niin se vaikuttaa varmaan aika vahvasti. Mutta harvemmin ihan taloa koskevia juttuja kuulisi eka missään, että mun mielestä sen kannalta tämä on aika tehokasta, tai mitä itselle näkyy.”*

*“Mä luulen että tämä on sellainen työpaikka, jossa ihmisiä kiinnostaa olla mukana. Esimerkiksi henkilöstöuutiset, niin ne yleisesti kyllä kiinnostaa ihmisiä tosi paljon. Että ne on semmoisia jotka useasti saattaa kuulla jo käytävällä ennen kuin niistä tiedotetaan. Että noissa henkilöstöuutisissa olisi kiva tietää asiat ajantasaisemmin sieltä intranetistä. Mutta toisaalta, kyllähän noi on sellaisia asioita jotka varmasti niille ihmisille, keitä ne oikeasti koskettaa, niin on jo informoitu virallisesti ennen.”*

Haastateltavat myös kertoivat, kuinka heillä on uutisissa ominaisuus, jolla saa ilmoituksen sähköpostiin aina kun uusi uutinen päivitetään, ja tämä ominaisuus mainittiin useaan otteeseen hyödyllisenä välineenä ajankohtaisuudesta puhuttaessa.

*“Kyllä yleensä intrasta saan ajankohtaisesti. Ja saan ne aika nopeasti kun on ne alertit päällä niin tulee sähköpostiin. En yleensä hirveesti etukäteen saa, että yleensä ihan sieltä intrasta.”*

- 3) Koetko toimiston yleisien asioiden tiedottamisen hyödyllisemmäksi intranettiin vai sähköpostiin?

Kaikki haastateltavista olivat sitä mieltä, että yleiset uutiset on hyvä viedä intranettiin. Työpaikalla sähköpostia käytetään yksittäiseen viestimiseen niin paljon, että he kaikki kokivat saavansa jo ilman tiedotteitakin liikaa sähköpostia. Haastateltavat ajattelivat, että jos tiedotteet tulisivat heidän sähköpostiinsa, ne voisivat helposti hukkuu ja jäädä lukematta. Nyt, kun uutiset ja tiedotteet löytyvät tietyltä alustalta, on ne varmassa paikassa ja kaikkien saatavilla. Haastateltavat kuitenkin luulevat, ettei läheskään kaikilla toimiston työntekijöillä ole aikaa käydä intranetin uutisia läpi niin usein kuin pitäisi, mikä vaikuttaa siihen, ettei kaikki toimiston työntekijät välttämättä ole täysin mukana yrityksen toiminnoissa ajankohtaisesti. Kuitenkin, kysymyksen vastauksissa monet mainitsivat intranetin uuden ominaisuuden, jolla pystyi asettamaan sähköposti-ilmoituksen itselleen uutisista, joko aina kun uutisia päivitetään, tai esimerkiksi kerran päivässä. Haastateltavat kokivat että tämä on hyödyllinen toiminto, sillä siinä sai itselleen muistutuksen uutisten läpikäymisestä sekä pysyi paremmin mukana tapahtumissa.

*”Kyllä mun mielestä on hyvä, et se on siellä intranetissä, että sähköpostia on muutenkin niin valtavasti, että saa sitten itse valita milloin menee intranettiin. Että toki sit jos on joku tosi olennainen asia, niin sitten toivoo et se tulisi myös sähköpostiin.”*

*”Ehdottomasti siellä intrassa, että sähköpostia tulee muutenkin niin paljon että ne hukkuu jalkoihin. Toki ehkä sitä kautta voisi ajatella et tulisi tietoiseks niistä heti kun se sähköposti on tullut. Että nyt se on oman aktiivisuuden varassa. Mutta, mä luulen että se on kaikkien ajankäytön kannalta parempi et ne tulee sinne intraan kumminkin”*

Muutama haastateltavista kuitenkin koki, että osan tiedotteista olisi ehkä hyvä tulla suoraan sähköpostiinkin. Esimerkkinä annettiin suurimmat henkilöstötiedotteet, tai ne joissa toivottiin osallistujia tai vastaajia tapahtumaan tai kyselyyn. Tämä juurikin siksi, ettei kaikki lue intranetin uutisosiota ja täten osalta saattaa mennä tapahtumat tai henkilöstön päivittymiset ohi. Kaikki ne, joiden mielestä osa uutisista voisi tulla sähköpostiin, olivat osa henkilöstöryhmää 1.

*”Riippuu vähän aiheesta. Jotkut aiheet voisi ottaa sähköpostista paremmin, tietyillä ihmisillä kun on se ”work mode” että ei käy siellä [intrassa] vaikka päivittäinkään kattoo. Et jotkut, esimerkiksi johonkin tapahtumiin jos hakee osallistujia tai työryhmään, niin voisi tavoittaa ehkä henkilökohtaisemmin sähköpostilla. Mutta vähän tilanteesta riippuen. Mutta muuten tällainen tiedottaminen mun mielestä henkilöstön tasolla niin käy hyvin näin.”*

*”Kyllä mä sanoisin et ehkä vähä riippuen tärkeysasteesta, et se on mun mielestä ehkä ihan hyvä, että tulee sähköpostiin aina välillä muistutuksia oikeasti semmoisista reagointia vaativista asioista. Mutta sitten semmoisia mitkä ikään kuin muuten tukkisi sähköpostia mitkä sit pystyy sinänsä hitaammalla temmolla itse tsekkaamaan, niin ne on ihan hyvä et ne on siellä intrassa. Ja tuntuu et siinä on suhteellisen hyvä tasapaino löydettykin et millä viestinnällä siinä tullaan sinne sähköpostilaatikkoon ja mikä sit jätetään ihmisten itse etsittäväksi.”*

*”Jos on tärkeää yleistä asiaa, niin kaikesta huolimatta preferoisin sähköpostiviestintää, koska se ehdottomasti tavoittaa yleisönsä paremmin kuin intra. Esimerkiksi jos oot vaikka lomalla, tai sairauslomalla pitkään. Kun niitä uutisia tulee intraan kokoajan, niin se vähän hukkuu sinne ja aika harvalla on aikaa kauheen taaksepäin sitä kelailla. Jos on sellasia tärkeitä tiedotettavia asioita, niin kyl mä luulen et se sähköposti tavoittaa. Ja mä luulen jotenkin et ihmiset myös arvostaa sitä. Kuitenkin, vaik sitä sähköpostii tulee tosi paljon. Mut sit kun on semmonen tärkeä asia, niin ihmiset arvostaa et saa siitä tiedon.”*

#### 4) Mitä mieltä olet uudesta intranetistä?

Kaikki haastateltavista sanoivat uuden intranetin olevan huomattavasti parempi kuin vanhan. He kaikki olivat sitä mieltä, että uusi intranet on ulkoasultaan selkeämpi ja modernimpi. Haastateltavat mainitsivat uudesta intranetistä huomaavan sen, että ulkoasua on mietitty yrityksen näköiseksi. Myös kehuja keräsi intranetin alusta, eli Sharepoint. Se oli suurelle osalle haastateltavista jo ennestään tuttu alusta, joka auttoi käyttömukavuudessa.

*”Se on mun mielestä selkeämpi ja just modernimpi, mikä näkyy siinä käytettävyydessä ja käyttömukavuudessa. Rakenne on just sellainen että sitä on mietitty, ja nyt alkuun olisi just tärkeätä, että sitä lähettäisi työstämään, että mikä nyt toimii ja mikä ei toimi. Tässä olisi vähän niin kuin sellaisia välietappeja tavallaan sen kehittämisessä.”*

*”Kyl toi mun mielest on paljon toimivampi alustana. Että mun mielestä, isoin juttu on se että tuolta on helpompi löytää asioita.”*

Haastateltavista oli miellyttävää, että etusivulle on nostettu olennaisia uutisia ja tiedotteita, joka helpottaa juurikin toimiston tiedotuksen ajankohtaisuutta ja työntekijöiden pysymistä mukana toimiston tapahtumissa.

*”Musta on esimerkiksi kiva että miten uudet työntekijät on nostatettu siihen etusivulle. Mun ei ainakaan tulisi mihinkään tiettyyn kansioon mentyä katsomaan niitä, niin se on ollut kivaa ja hyödyllistä. Ja sitten ne ihan uutiset, mitä oli vanhassakin intrassa, niin niitä tulee luetua ja seurattua. Ja sittenhän siellä on kaikki erilaiset työtilat ja tarvittavat linkit, se on mun mielestä kätevää että se on semmoinen yksi alusta.”*

Haastateltavat mainitsivat hyödyllisiksi välineiksi muun muassa henkilöhaun, jota vanhassa intranetissä ei ollut. Henkilöhaku koettiin hyödylliseksi siksi, että sitä kautta oli helppoa ja nopeaa esimerkiksi hakea kollegan puhelinnumeroa, ja tarkastaa etsimänsä työntekijän tiimi. Kuitenkin, koettiin ettei ominaisuutta ole vielä otettu käyttöön kunnolla toimistotasolla, ja täten sieltä ei välttämättä löydä aina etsimäänsä.

Muutama haastateltava molemmista henkilöstöryhmistä nosti esiin sen, miten sekavasti uudessa intranetissä esimerkiksi erilliset tiedostot ovat. Koettiin, että Word- ja Pdf-tiedostoina alustalle ladatut ohjeet, lomakkeet ja koulutusmateriaalit tulisi saada parempaan järjestykseen, yhtenäisesti nimettyinä, ja selkeästi aihealueittain. Tällä hetkellä koettiin, että kuka vain voisi ladata oman tiedostonsa omanlaisella nimellä alustalle, mikä hankaloittaa tiedostojen etsintää merkittävästi.

*“..Koulutusmateriaaleja tuntuu, että jengi on nyt alkanut latailemaan sinne. Mikä on sinänsä hyvä, mutta tuntuu että ne ei oo hirveen intuitiivisessa järjestyksessä siellä. Sinne on ladattu vuodesta 2015 alkaen jotain materiaaleja, ja sitten siellä välissä on jotain tänä vuonna tullutta uutta materiaalia. Niin siihen ehkä joku sellainen järjestelytoiminnallisuus olisi hyvä.”*

*“Jotenkin ajatteli että päästäisiin siitä, että siellä on taas vaan erillisiä tiedostoja rivissä, niin kuin vanhassakin. Ajatteli, että tossa uudessa olisi osattu tehdä esimerkiksi ohjeistuksista itse sisältöä sinne sivuille, eikä vaan niitä word-tiedostoja. Mun mielestä se olisi paljon selkeempää, jos kaikki tollaiset erilliset tiedostot vaikka kirjoitettas puhtaaksi suoraan sinne alustaan, vaikka blogimuodossa eri otsikoiden alle. Kun ihmisillä on niin eri logiikat esimerkiksi nimetä tiedostoja, niin se oli niin paljon helpompaa ja selkeempää kun ne kaikki olisi samassa muodossa siellä.”*

Haastateltavat myös harmittelivat sitä, kuinka heillä on edelleen mahdollisuus saada tietoa ja dokumentteja vanhasta intranetistä. Tarkoittoaen sitä, ettei välttämättä kaikki ole opetellut käyttämään uutta, kun vanha intranet on tuntunut vain helpommalta vaihtoehdolta. Tämä on aiheuttanut riskin, että joillakin saattaa olla vielä vanhaa tietoa esimerkiksi ohjeistuksista, jos he ovat ne etsineet vanhasta. Haastateltavat kokivat, että täydellinen irtaantuminen vanhasta intranetistä on tapahduttava, ennen kuin uusi intranet pääsee täyteen potentiaaliinsa. Tämä tarkoitti haastateltaville sitä, että vanhan intranetin tiedostot, ohjeistukset ja lomakkeet tulisi hävittää, jotta kaikkien työntekijöiden olisi varmuudella opeteltava käyttämään

uutta intranetiä. Nykyinen tila oli usean mielestä epämääräinen välitila, jossa vanha ja uusi oli sekalaisesti henkilöstön käytössä.

5) Millaista sisältöä uudessa intranetissä mielestäsi on?

Haastateltavat olivat tyytyväisiä sisältöön, jota uudessa intranetissä on. Monet kuvailivat sisältöä selkeämmäksi ja ajankohtaisemmaksi kuin vanhassa. He korostivat henkilöstöuutisten tärkeyttä ja sitä, miten henkilöstöä koskevat uutiset on nostettu suurempaan arvoon kuin vanhassa. Uudessa intranetissä on haastateltavien mielestä panostettu blogimaisiin päivityksiin enemmän kuin vanhassa, jossa uutiset olivat informatiivisia ja lyhyitä.

*“Uudessa on haastatteluja, kuvia, ja luonnetta”,* kuvailee eräskin haastateltavista.

*”Ajankohtaista sisältöä, että mitä meillä on meneillään, ja mun mielestä se on tosi hyvä että tietää mitä toimistossa tapahtuu ja mitä muut liiketoimintaryhmät tekee. Mitä uusia tapahtumia meillä vaikka talon sisällä on tulossa. Ja oikeastaan kaikki, mikä liittyy henkilöihin, niin kiinnostaa.”*

Muutama haastateltavista harmitteli joitakin sisältöjä uudesta intranetistä, ja niiden epäloogisuutta. Myös haastateltavien mielestä järjestys niin dokumenteissa, kuin julkaisuajankohdisakin tulisi suunnitella tarkemmin.

*“Uutisista mä tykkään, kun niissä tulee enemmän sitä arkee täällä toimistossa. Kuitenkin, niitä tulee aika paljon, ja sitten mä toivoisin että niissä olisi joku tavallaan strategia ja struktuuri millä temmolla niitä laitetaan, ja että joku vähän kattoisi niiden uutisten perään. Että jos olen esimerkiksi itse luonostellut uutista, ja kysynyt sitten että voisiko joku oikoluokea, ja julkaista kun on hyvä aika, niin ollaan vaan sanottu että tarkasta itse ja julkaise kun haluat. Sitten ne tärkeät uutiset saattaa jäädä sinne uutismassan sekaan, ja mennä monilta täysin ohi, mikä ei ole sitten taas yhtään hyvä juttu.”*

*“Tuntuu siltä että siellä on aika paljon ohjeita. Että harmittaa vähän, kun ajattelin että oltaisi päästy eroon siitä että siellä on vaan erilaisia tiedostoja rivissä. Toivoin että oltaisi päästy eroon siitä, ja luotu tavallaan niiden sijaan ihan sisältöä sinne. Että tavallaan ne tiedostot olisi ollut tekstimuodossa tässä uudessa. Että luulen, että se olisi paljon käyttäjäystävällisempää, kun kaikilla on niin eri logiikat nimetä niitä tiedostoja, niin hankaloittaa sitä tietyn ohjeen löytämistä. Olisi helpompaa, jos ne olisi tekstimuodossa omien sivujen sisällä ne kaikki tiedot.”*

Haastateltavat kertoivat myös, että uudessa intranetissä on pysynyt hyvä balanssi siinä, mitä on uudistettu täysin, ja mikä on melko samalla tavalla kuin vanhassakin. Ohjeet ja lomakkeet sisällöllisesti ja struktuurillisesti olivat heidän mielestään säilytetty samoin kuin vanhassakin, mikä oli osan mielestä hyvä asia, ja osan mielestä asia joka kaipaaisi vielä päivitystä. Kehuja

sai uudet, toimivat hakutoiminnot. Hakutoiminnot saivat positiivista mainintaa toimivuudellaan, ja sillä, että ne ovat haastateltavien mukaan nopeuttaneet dokumenttien hakua intranetistä. Myös henkilöhaku on ollut hyvä uutuus, vaikkakin muutama haastateltavista toivoi niihin parannuksia. Muutaman haastateltavan mielestä henkilöhakuun tulisi panostaa enemmän, ja markkinoida sitä paremmin. Osan mielestä harva käyttää ominaisuutta esimerkiksi puhelinnumeroiden etsimiseen, koska ei muisteta tämän uutuuden olemassaoloa. Samoin uutena tullut ominaisuus, henkilöiden profiileihin lisättävät erityosaamiset, ovat jääneet monilta käyttämättä. Tämä siksi, koska niiden päivitys oli lanseerauksen aikana vain vapaaehtoinen asia, eikä siis monikaan ole ominaisuutta ottanut käyttöön. Haastateltavien mielestä ominaisuus olisi todella hyödyllinen, jos suurin osa työyhteisön jäsenistä ottaisi sen vain käyttöön. Henkilöstöryhmä 1 nosti esiin ominaisuuden käytön useammin kuin henkilöstöryhmä 2.

*”Paljon mitä etsi aina vanhastakin intrasta eli ohjeistukset ja asiakkuuksiin liittyvät dokumentaatiot, mitä firmassa eri henkilöt tarvitsee just eri prosesseihin, ja liittyen siihen työhön. Mun mielestä on just hyvä et siellä on niin runsaasti sitä tietoa, että nyt kun se hakutoimintokin toimii nii se on erittäin iso plussa. Et jos esimerkiksi tarvitsee nopeasti vaan jollekin vastauksen, esimerkiksi palkkauksiin tai HR:ään liittyviä dokumentaatioita tosi hyvin löytyy.”*

#### 6) Kuinka usein käytät yrityksen intranetiä?

Suurin osa haastateltavista kertoi käyttävänsä intranetiä päivittäin. Kolme haastateltavista sanoi avaavansa intranetin heti aamulla, ja pitävänsä sitä taustalla auki koko päivän. Muutama kertoi, että intranet on heille asetettuna etusivuksi selaimen. Tämä tarkoittaa sitä, että aina kun selaimen avaa, he väistämättä tulevat katsastaneeksi intranetin etusivun. Muutama kertoi käyvänsä intranetissä tarkastamassa uutiset heti, kun saavat ilmoituksen sähköpostiin uuden uutisen päivittymisestä, muutoin intranet on heillä suljettu. Loput haastateltavista kertoivat intranetin käytön vaihtelevan. Yksi haastateltavista kertoi käyttävänsä noin 70% ajasta intranetiä nopeaan tiedonhakuun, ja avaavansa intranetin vain, jos tarvitsee sieltä jotain. Suurin osa kuitenkin kertoi käyttävänsä intranetiä useammin kuin kerran päivässä.

*”Kyllä mä päivittäin sieltä tietoa haen. Mulla on ne alertit päällä, niin aina kun tulee ilmoitus uutisesta niin kyllä mä sen käyn lukemassa.”*

*”Joo kyl se on mulle semmoinen päivän aloitus. Se on mulla kokoajan auki, että mä käyn just katsomassa, että onko siihen etusivulle tullut mitään ja, se on siinä vähän niin kuin taustalla auki. Silleen helposti että mä pääsen sitten jos tarviin, nii hakee jotain tietoa siitä sit.”*

*”Kyl mä sanoisin et mä käytän päivittäin. Että lähinnä kun se on mulla kotisivuna, niin kun avaa netin uudestaan aina niin tulee katsottu mitä siihen etusivulle on tullu.”*

*“Avaan sen aina aamulla. Kyllä mä aina yritän käydä ne uutiset vilkaisemassa ja muutenkin pyöriä siellä päivittäin. Hyviä on pikalinkit tiettyihin nettisivustoihin, niin niitä usein käytän. Sitten kanssa pari kertaa oon yrittänyt etsiä jotain sillä hakutoiminnolla, jotakin ohjeita, mutta niitä ei välttämättä oo löytynyt, ja sitten on taas täytynt mennä vielä sinne vanhaan.”*

Vain yksi haastateltavista, henkilöstöryhmästä 2, kertoi käyttävänsä intranetiä vain muutaman kerran viikossa, silloin jos tarvitsee sieltä jotain.

*”Noo pari kolme kertaa viikossa, et ei niinku ihan hirveen usein.. Ja saattaa toki mennä joki viikko et ei lainkaan käytä mut tietty et jos just sattuu tarttee jotain tietoa sieltä, niin sitten tietty, mut se ei oo semmoinen, että varsinaisesti tulisi selattuu.”*

Haastateltavat kertoivat, ettei välttämättä käytä uutta intranetiä niin paljon kuin voisi, koska usein on nopeampaa ja helpompaa pyytää muilta tai etsiä ohjeita vanhasta intranetistä, kun tietää täsmälleen missä mikäkin on. Luulen, että vanha intranet on merkittävä tekijä uuden intranetin käytettävyydessä, niin kuin haastateltavien vastauksista kävi ilmi.

#### 7) Mitä yleensä haet intranetistä?

Yleisesti ottaen jokainen haastateltavista kertoi tarkastelevansa juurikin uutisia ja talon tapahtumia intranetistä eniten. Myös usea haastateltavista kertoi käyttävänsä intranetin pikalinkkejä, joista pääsee helposti erilaisille hyödyllisille nettisivuille. Myös koulutusmateriaalit olivat erittäin yleinen vastaus tähän kysymykseen. Kiinnitin huomiota, että koulutusmateriaaleja hakivat enemmän henkilöstöryhmä 2:n jäsenet.

Yleisesti ottaen kaikki intranetin ominaisuudet tulivat vastauksissa esiin, ja tuntui haastatteluiden aikana, että intranet kokonaisuutena on se, miten haastateltavat intranetiä käyttävät.

*“Se on sellainen yks työkalu, jonka avulla pääsee moneen eri paikkaan”,* kuvaili yksi haastateltavista.

*”Asiakasdokumentaatio on yleistä ja just asiakkuuksiin liittyvät ja koulutuksiin liittyvät materiaalit. Eli esimerkiksi kaikennäköisiä esityksiä, presentaatioita, mitä meidän työntekijät on tehnyt, et ne on tosi tärkeitä dataa mitä voi sitten hyödyntää. Ja sitten ohjeistukset on toinen iso. Että niitä käytän eniten, ja tietysti uutiset kyllä. Että uutiset jopa kun sieltä saa tilattua ne uutis-ilmoitukset sähköpostiin, niin mulla aina kello kymmenen aamulla tulee sähköpostiin, et jos siellä on tullut jotain uutta.”*

*“Useasti se on joku toimintaohje. Että toimintaohjeet on niitä mitä mä miellän että pitäis helposti löytyä intrasta. Ja viimeks kun mä etsin jotain toimintaohjetta, niin oli jotenkin tosi työlästä etsiä se, ja siellä olikin vielä jotain vanhentuneita ohjeita. Niin just se vähän harmi,*

*että noi ohjeet pitäisi olla mun mielestä helposti ja selvästi saatavilla, ja siellä pitäisi olla ajankohtaiset ohjeet eikä mitään vanhoja seassa.”*

Muutama haastateltavista kertoi juurikin halusta olla mukana talon tapahtumissa, jonka vuoksi he yleisesti ottaen tarkkailevat eniten uutisia ja henkilöstöpäivityksiä. Myös uusien työntekijöiden esittäytymiset haastateltava kertoi lukevansa aina.

*“Mulla on sellanen halu olla ajan hermoilla, niin kyllä mä paljon käyn päivittämässä että onko tullut uusia uutisia tai muita sellasia ajankohtasia asioita.”*

8) Koetko, että intranet on hyödyllinen sinun omiin tarpeisiin?

Haastateltavat kaikki kokivat, että intranet on hyödyllinen sekä heidän omiin että koko yrityksen tarpeisiin. Monet totesivat, että työnteke, kommunikaatio ja toiminta yleisesti olisi paljon hankalampaa, jos intranetiä ei olisi. Monet yhdistivät intranetin yrityksen keskeiseksi työvälineeksi, jota ilman prosessit hankaloituisivat. Kuitenkin, suurin osa haastateltavista huomautti, ettei intranet ole heidän mielestään vielä täydessä potentiaalissaan, ja siinä olevan vielä parannettavaa.

*”Kyl se on hyödyllinen. Et ollaan me kuitenkin sen verran iso organisaatio et tarvii tollasen oman tiedotuskanavan.”*

*”No onhan se nyt tarpeellinen paitsi mun, niin myös kaikkien tarpeisiin nähden. Et ollaan kuitenkin niin iso organisaatio et täällä ei tieto vaihdu ellei oo joku alusta jolla sitä voi vapaasti jakaa. On vaikea kuvitella tilannetta et sellaista ei olisi. ”*

*”Kyllä se tieto on jossain hyvä olla löydettävissä ja toi nyt on varmaan se helpoin tähän hetkeen et mitä nyt tässä maailmantilassa on nyt käytetty nii toi verkkoselain.”*

Yksi haastateltavista myös huomautti, että intranet olisi huomattavasti hyödyllisempi hänelle, jos kaikki toiminta keskittyisi vain uuteen intranetiin. Tällä hetkellä hän koki, ettei uuden intranetin käytettävyys ole täysin hyödyllinen.

*“Kyllä sieltä henkilöstöasioista löytyy hyvin tietoa. En kuitenkaan koe että se olisi niin hyödyllinen tällä hetkellä kuin se vois olla. Välillä harmittaa, että pääsee niin helposti hakemaan esimerkiksi joitain ohjeita vanhasta. Lisäksi oon miettinyt että onko uudella intralla päivitysvastaajia, ketkä käy säännöllisesti tarkastaa että kaikki siellä on ihan ajankohtaista? Toivoisin että sinne tulis kaikki tieto mitä kuuluu sinne ja että niitä päivitetäis, ettei ois tollaista kahden välillä pomppimista.”*

Yksi haastateltavista, henkilöstöryhmästä 1, oli täysin eri mieltä muiden kanssa. Haastateltava totesi, ettei uusi intranet ole hyödyllinen hänen nykyisiin tarpeisiinsa. Hän kuitenkin lisää, että intranetissä on paljon potentiaalia, mutta tällä hetkellä se ei vastaa hänen tarpeisiin:

*“Ei se kyllä tällä hetkellä oo. Siinä olisi kyllä paljon potentiaalia, mutta se just että sieltä tulisi löytyä kaikki ohjeet ja lomakkeet. Vieläpä se, että näiden tulisi olla ajankohtaisia ja selkeästi merkitty. Koska mun mielestä se ei oo mikään pieni juttu että miten jotkut tiedostot on nimetty tai missä joku lomake on, että mun mielestä niiden tulisi olla informatiivisia ja siihen voisi enemmän käyttää aikaa. Kysyis vähän muidenkin mielipiteitä että miten jotkut tulisi nimetä ja esimerkiksi millä hakusanoilla ihmiset etsii tiettyjä asioita.”*

Haastateltava painotti, että heiltä kysyttiin paljon mielipiteitä ja toiveita liittyen uuteen intranetiin, mutta hän kokee ettei suurinta osaa toiveista ole toteutettu. Hän asettaa esimerkiksi tiimien kokonaisvaltaiset esittelyt.

#### 9) Löydätkö intranetistä helposti etsimäsi?

Haastateltavien mielipiteet jakoutuivat tämän kysymyksen kohdalla lähes puoliksi. Osa koki intranetin olevan selkeä, helppokäyttöinen ja käyttäjäystävällinen. Toinen osa koki, että intranetistä on vaikeaa etsiä dokumentteja. Heille oli myös epäselvää, mitä löytyi kunkin vetovalikon alta, ja miten hakutoimintoja tuli käyttää.

*”Ihan helposti löydän. Siellä on vielä joitain tiettyjä työtiloja jotka on mun mielestä vähän vielä kryptisesti tehty, et jotkut alakansiot voisi olla paremmin laitettu ja tiedostonimet vois olla vähän paremmin nimetty.. Et sitä vois ehdottomasti parantaa, maailma ei oo valmis, mut niin, eihän se nyt mahdoton viidakko oo. Lisäksi mun mielestä se hakutoiminto ei toimi kauhean hyvin. Et ei usein ehkä löydä ainakaan sen kautta mitenkään nopeasti sitä mitä oli etsimässä.”*

*”No, yleensä joo. Koska on just niin tarkka kuva siitä mitä tarttee. Ja nyt kun on jo ollut pidempänä talossa nii se auttaa tosi paljon, että tietää mitä tarttee. Esimerkiksi se hakutoiminto on tosi kätevä, kunhan tietää et jos etsii liian suppeella haulilla, nii voi laajentaa sitä ja näin. Se on mulle jotenkin paljon nopeampi ja tehokkaampi. Et joskus mä en vaan sieltä palkeista yhdistä et jos mä tartten jonkun tietyn, niin mä en vaan hahmota että minkä alla se on.”*

Tämän kysymyksen aikana kävi myös ilmi joko automaattisesti haastateltavan vastauksesta, tai lisäkysymyksellä, käyttäkö haastateltavat enemmän navigaatiopalkin yläotsikoiden alta löytyviä “tietopuita”, vai hakusanoilla toimivaa hakutoimintoa. Kolme haastateltavista liputti

yläpalkkien puolesta, perusteluiksi he kertoivat muun muassa sen, ettei heidän mielestään hakusanatoiminto toimi kunnolla. Heidän mielestään hakusanatoiminnon kautta avautuisi epäselvä alusta, josta on vaikea etsiä monien tiedostojen seasta haluamaansa. He siis kokivat löytävänsä etsimänsä helpommin yläpalkkien kautta, edeten otsikoiden alaotsikkoihin. Toiset kolme haastateltavista taas kertoivat, että käyttävät aina hakutoimintoa. Heidän mielestään hakutoiminto toimi todella hyvin ja se oli helpottanut heidän työtään. Loput kaksi haastateltavaa kertoivat käyttävänsä molempia sekaisin, eivätkä osanneet nimetä vain yhtä. He kertoivat käyttävänsä hakutoimintoa silloin, kun etsivät jotakin tietynlaista dokumenttia tai aihetta, mutta yläpalkkeja silloin, kun eivät tarkalleen tiedä millä hakusanoilla etsimänsä voisi löytyä. Kysymys herätti myös yleistä keskustelua haastattelutilanteessa, ja osa huomautti, kuinka hakutoimintoa tulisi vielä parantaa, ja juurikin miettiä, millä hakusanoilla löytyisi etsimät asiat tehokkaimmin.

#### 10) Onko tiettyjä toiveita liittyen uuteen intranettiin?

Haastattelun kysymyksistä tämä tuntui haastavimmalta vastaajien keskuudessa. Kysymys herätti paljon mietteitä ja keskustelua. Osa haastateltavista ei osannut antaa mitään tarkkoja toiveita, kun taas joiltakin haastateltavilta tuli hyviä konkreettisia ehdotuksia ja toiveita. Muun muassa konkreettisenä toiveena esitettiin henkilöstön oman blogin tekeminen. Suurin osa koki intranetistä löytyvän jo nyt kaikki tarpeellinen, ja monet kokivat, etteivät he osaa pyytää lisää asioita koska eivät tiedä mikä olisi mahdollista ja mikä ei. Myös yrityksen yleisten käyttöjärjestelmien päivitys aiheutti haastateltavissa epäselvyyttä siitä, mitä jo on ja missä.

*”On ollut puhetta et tuleeko kullekin praktiikalle semmoiset omakohtaiset sivut, niin se vois mun mielestä olla ihan kätevää et siellä olisi niitä. Mutta kun tässä on tämä kokonaispäivitys käynnissä, nii sen valmistuminen varmaan ratkaisee monii asioita. Ja ehkä vähän vaikea esittää nyt toiveita kun ei tiiä mitä on jo tulossa.”*

*”No kyllä tuntuu et siellä on ihan hyvin jo löydetty ne asiat mitä työskentelyyn tarttee. Tietty kaikissa se, et kuinka ajantasaisia ne on.. Et tietty meilläkin kun on iso yritys niin haaste siinä et kuinka ajantasaisena ne asiat saa pidetty siellä. Toki se, että se itse sisältö pysyy ajantasaisena, nii se on aika tärkeetä. Että varmaan siellä on monia ohjeita jotka ei syystä tai toisesta ole enää nii kovin ajantasaisia.”*

*”Ehkä nyt mikä puuttuu, niin vähän sellainen yhteyshenkilön tapainen, kuka tietäis tarkalleen miten se toimii ja mitä voi tehdä ja mitä ei voi tehdä, ja kuka sit vois vähän tavallaan integroida sitä käyttöä viel paremmin just meidän tarpeisiin. Et mun mielestä sieltä vois vielä vetää yhteenvetoo monista asioita. Enemmänkin tota dokumenttien hallinta-asiaa vois vielä enemmän tehdä. Et mun mielestä se on hyväl mallilla, mutta sitä on hyvä kehittää et ne ois sitten vielä loogisempia ja helpompi käyttää.”*

Muutamalta eri haastateltavalta toiveina nousi esiin aiemminkin haastatteluissa mainitut järjestelmällisyys ja yhtenäisyys julkaisuissa, nimeämisisissä ja ajankohdissa. Muutama oli sitä mieltä, että intranet tulisi olla yhden henkilön tai muutaman henkilön vastuulla, joiden tehtävänä olisi julkaisuiden ajankohtien suunnittelu ja kaiken materiaalin yhtenäisen ulkoasun takaaminen. Uskottiin, että se auttaisi selkeydessä ja siinä, etteivät tärkeät uutiset hautautuisi uusien alle.

*“Siinä oli jossain vaiheessa aika paljon parannettavaa, siinä intran tapahtumaosiossa. Että tuntui monesti, ettei missään ollut tiedotettu esimerkiksi jostain tapahtumasta, ja sitten kuitenkin taukotilan ovissa oli kyltit että tapahtuma olisi käynnissä siellä. Nykysin tosin siinä on jo vähän petrattu.”*

Konkreettisia toistuvia toiveita haastateltavilla oli muun muassa liittyen henkilöstön oman vapaamuotoisen keskustelupalstan perustamiseen, sekä nykyisten tiedostojen selkeämpään järjestelyyn liittyen. Henkilöstön oma vapaamuotoinen palsta tuntui olevan monilla toiveena, ja ilmeisesti se oli asia, josta yrityksessä oli ennenkin puhuttu.

*“Joskus sata vuotta sitten oli puhetta että olisi halukkuutta sellaiseen henkilökunnan sähköiseen omaan alustaan, missä vois esimerkiksi kaupata jotain lasten luistimia tai vanhoja huonekaluja ja tälle. Se ois monella tavalla mun mielestä hyvä. Sitten vaan kun ei se oikein taida olla kenenkään vastuulla eikä kenelläkään taida olla oikein aikaa siihen, niin se on vaan jäänyt. Mutta se olis hyvä. Ja samoin just esimerkiksi kun niin moni matkustaa täällä, että olis kiva jos olis joku vapaa alusta missä vois esimerkiksi kimppatakseja lentokentälle hუudella, kun ei kehtaa millään sähköpostijakelulla tollasia kysellä.”*

*”Ehkä kun, kiinnostaa aina ne henkilöt, että ehkä ihmisistä vois tietää enemmän. Että onhan siellä se toiminto missä voi kertoa itsestään enemmän, mut en mä usko et ihmiset sitä hirveästi käyttää. Olisi kiva, jos kannustettais käyttämään sitä ja päivittämään sitä enemmän.”*

*“Mä en oikein ymmärrä, että miks siinä etusivulla on esimerkiksi Kauppalehden uutiset pyörimässä. Että jos jotain ne kiinnostaa, niin luulisi että hänellä sitten on se itse Kauppalehti. Että mun mielestä senkin tilan vois käyttää vähän hyödyllisemmin, esimerkiksi johonkin henkilöstön omaan somefiidiin tai keskustelupalstaan.”*

Viisi haastateltavista otti henkilöstön oman palstan puheeksi, ja yleisesti positiivisessa valossa. Päätin kysyä näiltä henkilöiltä lisäkysymyksenä siitä, uskoisiko he tällaisen henkilöstön oman palstan lisäävän yrityksen ryhmähenkeä tai yhtenäisyyttä. Haastateltavat uskoivat, että tällainen palsta voisi lisätä yhteishenkeä niiden keskuudessa, jotka sitä käyttäisivät aktiivisesti, Muutamat myös ajattelivat, ettei suurimmalla osalla ole aikaa tai intressiä tällaisen palstan käyttöön. Kuitenkin, kaikki keneltä tämä lisäkysymys kysyttiin, olivat sitä mieltä ettei se ainakaan huono asia voisi olla. Toinen lisäkysymys näille henkilöille oli se, olisivatko he itse

valmiita olemaan vuorovaikutuksessa kollegoihin tuollaisella palstalla. Noin neljä haastateltavista kertoivat ehdottomasti haluavansa käyttää palstaa jos sellainen tulisi, loput kaksi olivat epäileväisiä omasta aktiivisuudestaan.

*”Siis joo kyllä mä luulen et se vois olla semmoinen yhteinen juttu. Et vähän semmoista hauskanpitoa siinä työn ohessa. Et kyl mä luulen et se ois ihan kiva. Ja jos mulla on joku sohva myytävän niin why not, ilmoittaa siellä sitten helposti.”*

*“Keskustelun herättäminen yleisesti aina luo rennompaa tunnelmaa ja varmasti lähentäisi työkavereita. Meilläkin kun on kumminkin tääkin toimisto kahdessa eri kerroksessa, niin ois-han se varmasti hyvä tapa tutustua toisen kerroksen työntekijöihin jos tapahtuisi vaikka joku ostotapahtuma uusien ihmisten välillä. Ja siitähän se ryhmähenki sitten paranee kun ystävystyy.”*

*”Se kuitenkin tekisi siitä [keskustelusta] epäformaalimpaa, mitä me myös yhteisönä halutaan olla. Et me kuitenkin ollaan myös niin laajalle levittäytytty, et silloin kun mä aloitin niin esimerkiksi meidän ryhmä oli tosi pienessä tilassa, istuttiin tosi tiiviisti, oltiin kun sillit purkissa, mikä oli mahtavaa et oli sellainen yhteisöllinen olo kun oli kokoajan mukana kaikis läpissä ja muuta. Nyt kaikki on vaan omis työhuoneissaan ja on pitkäkäytävät ja muuta.”*

Kolmelta haastateltavista kysyin lisäkysymyksenä mielipidettä henkilöstön omaan palstaan, vaikka se ei tullut heidän omasta vastauksesta esiin. He olivat melko epäileväisiä, olisiko se tarpeellista yritykselle, ja kertoi, ettei välttämättä ainakaan itse sitä käyttäisi. Kaikki kolme näistä olivat henkilöstöryhmästä 2.

*“Mä en kyllä koe itse, et tarttis tuolla tavalla firman sisällä ilmasta itseeni, mä en koe et se ois tarpeellista. Mut jotenkin toi vuorovaikutus, nii sitä vois lisätä kyllä jollain tavalla. Nyt kun meillä noissa uutisiskii on et jengi kommentoi siel ja näin, nii se on ihan kivaa keskustelua. Et tietyissä aiheissa se vois toimii. Et joku ostaa-myy vois ollakin iha hyödyllinen sellainen “ei työliitännäinen” lisä. Mut kyl mä muuten sen pitäisin aika työliitännäisenä et mitä koko firman silmien edessä sit juttelis ja käsittelis ja näin.”*

*“Emmä tiää kyllä, mä oon ehkä vähän vanhan kantanen et musta tuntuu että semmoiset pari organisaatio mis oon ollut töissä, mis on ollut tuollainen toiminto niin tuntuu et se aina vähän alkuun levähti käsiin se toiminto ja sitten se mielenkiintoisuus alkaa tyrehtymään.. Et se pikemminkin tuo esiin semmosii turhia ylimääräisiä signaaleja.. Must tuntuu et jos jollakulla on oikeesti tarkeeta asiaa nii sitten sitä varten on sähköposti ja sitten jos se ei oo niin tarkeeta et sen haluaisi laittaa sähköpostilla nii voi sitten hoitaa ehkä muita kanavia käyttäen.”*

11) Onko intranetissä mitään sisältöä mielestäsi liikaa?

Yleisesti haastateltavilta ei tullut mitään konkreettisia asioita, joita heidän mielestään olisi ollut liikaa. Tämän kysymyksen vastauksissa oli melko paljon samoja aiheita, kuin jo aiemmin haastatteluissa, eli materiaalien järjestelmällisyyden lisääminen, sekä uutisten ja muiden julkaisuiden aikatauluttaminen.

*“Ehkä pikemminkin se haaste on, et se tieto olis ajantasaista ja et se tulisi sinne heti kun se on saatavilla. Niin pikemminkin se on sellainen, mihin tulisi vielä panostaa.”*

*”Noo ei oikeastaan et siinä just etusivulla on kalenteri ja uutis-asiat ja sit jos sinne rupeis tulee jotain muuta matskua nii se varmaan menis sinne niiden alalokerojen alle et ei tukkis sitä etusivua nii et ei oo tullu semmoista fiilistä että ois liikaa mitään.. Et ehkä yleisemmin itsee vähän häiritsee se, kun ettii jotain sieltä, nii ne koulutusmateriaalit. Et oisko yleisestikin ne koulutusmateriaalien organisointi järjestettävissä jollain vähän intuitiivisemmal tavalla.”*

12) Onko muuta kommentoitavaa intranetiin liittyen?

Lopuksi haastateltavilta kysyttiin vapaasti mietteitä haastatteluun ja intranetiin liittyen. Yleisesti suurin osa haastateltavista kertoi kysymyksen aikana, että olivat jo kertoneet mielipiteensä ja asiansa aiemmin, eikä monilla ollut enää tähän lisättävää. Edelleen pääaiheiksi nousivat järjestelmällisyys, yhden intranetistä vastaavan henkilön määrittely ja materiaalien muotoilu.

*“Noo, kun tossa on nyt tapahtunut tuollainen että se tuli, sit se vähän jätettiin, ja nyt se tavallaan pitäis silleen uudelleen ottaa asiaksi. Niin jotenkin toivoisin vaan jotain näkyvää keulahahmoa, joka sitä nyt rupeis kunnolla tekemään. Että siitä tulisi valmis. Tai edes niin lähelle valmis kun voisi nyt olla. Ja että voitais mahdollisimman nopeasti sulkee se vanha. Että sekin aiheuttaa varmasti niin paljon sekaannusta.”*

*”No eipä nyt oikeastaan. Et mä oon ollut nyt tosi tyytyväinen et uusittiin ja tavallaan kunhan sais sen vaan kanavana nyt kuntoon, et ois nyt niitä välietappeja ja se tietty henkilö kehen vois olla yhteyksissä. Et nyt välil tuntuu, et se on semmoista hallittua kaaosta. Vähän semmoista oretta nyt siihen. No, just tällaista et vähän vielä kehitettäis sitä ja mietittäisi sitä vielä et ei annettais vaan pyöriä siel ja elää omaa elämäänsä.”*

## 7 Tulosten analysointi

Haastatteluissa yleisesti nostettiin esiin melko samoja aiheita ja asioita eri haastateltavien tahoilta. Yleinen mielikuva haastatteluista oli positiivinen. Monet olivat sitä mieltä, että uusi intranet on jo hyvä, mutta kaikilta haastateltavilta tuli myös hyödyllisiä parannusehdotuksia. Monessa kysymyksessä saattoi huomata samantyyllisiä vastauksia, kun tietynlaiset pääkohdat nousivat esiin: ajankohtaisuus tiedotuksissa ja ohjeissa, henkilöstöön liittyvät uutisoinnit ja toiminnot, sekä aktiivisuus. Läpi haastattelun nuo kolme asiaa olivat esillä, niin positiivisena kuin negatiivisenakin, ja niitä käydään läpi enemmän tässä analyysissa.

Vaikkakin ennen ensimmäisiä kysymyksiä kerrottiin jokaiselle haastateltavalle, että nämä kysymykset keskittyvät yleisesti viestintään, saattoi huomata vastauksien keskittyvän silti intranetiin ja näkökulmaan viestinnästä intranetissä. Saattaa olla, että kysymysmuoto oli epäselvä, tai etukäteen kerrottu teema (eli intranet sisäisessä viestinnässä) sai vastaajat ajattelemaan kysymyksiä laajalti intranetin näkökulmasta yleisen viestinnän sijaan. Kuitenkin ensimmäisistä kysymyksistä sai kuvan, että uusi intranet on ollut positiivinen päivitys yrityksen sisäiseen viestintään. Haastateltavat kehuivat sitä, kuinka viestintä on avoimempaa kuin ennen, ja kuinka useasta tuntui kuin olisi enemmän mukana yrityksen toiminnassa.

Yrityksen suuruus ja laajuus tuntuivat olevan haastateltavien mielestä syy siihen, miksi ei välttämättä kuule ajankohtaisesti tiedotteita tai miksi uutisoinnit saattoivat mennä ohitse. Henkilöstöryhmä 1 kertoi useammin kuulevansa uutiset työkavereiltaan ennen kuin viralliset tiedotteet julkaistiin, kun taas henkilöstöryhmä 2 oli useammin sitä mieltä, että viestintä on avointa ja ajankohtaista. Henkilöstöryhmä 1 myös kertoi useammin päivittävänsä intranetin uutisosiota, sekä saavansa ilmoituksia uusista uutisista. Henkilöstöryhmä 1 tiesi kertoa toiminnasta, jolla he saivat sähköpostiin ilmoituksia uusista julkaisuista ja täten pysyivät aina mukana uutisoinnissa. Henkilöstöryhmä 2 taas useammin kertoi yrityksen toiminnassa mukana pysymisen olevan omalla vastuulla ja omasta aktiivisuudesta kiinni. Henkilöstöryhmä 2:n jäsenet useammin kokivat painetta pysyäksään kiireen keskellä mukana uutisoinneissa, kuin henkilöstöryhmä 1.

Kumpikin henkilöstöryhmistä olivat sitä mieltä, että uutisoinnin keskittäminen intranetiin on hyvä asia, mutta haastatteluista saattoi huomata, että uutisten yhdenvertainen saavutettavuus aiheutti huolta. Monet kertoivat huolensa siitä, saavatko kaikki yhdenvertaisesti samaan aikaan uutiset silloin, kun intranetin käyttö on epätasaista. Henkilöstöryhmä 1 kertoi kuitenkin useammin tämän huolen. Perusteluiksi intranetin uutisten keskittämisestä sain molemmista ryhmistä liiallisen sähköpostin saannin sekä pelon siitä, että tärkeät tiedotukset hukkuisivat sähköpostimassassa. Henkilöstöryhmä 1:n jäsenistä muutama kertoi toivovansa, että suurimmat ja tärkeimmät tiedotteet tulisivat myös suoraan sähköpostiin. Henkilöstöryhmä 2:sta

kukaan ei toivonut tätä. Henkilöstöryhmä 1:n jäsenet, jotka toivoivat tärkeimpiä uutisia suoraan sähköpostiin tiedotettavaksi, perustelivat tätä yhdenmukaisen tärkeän tiedon tarjoamisella myös niille, jotka eivät intranetiä käytä.

Haastatteluista saadun tiedon mukaan, sekä yleisesti juteltuani yrityksen henkilökunnan jäsenten kanssa, kiinnitin huomiota siihen kuinka miespuoliset eivät tuntuneet käyttävän intranetiä yhtä usein kuin naispuoliset. Haastatteluissa miespuoliset kertoivat käyttävänsä intranetiä muutaman kerran viikossa, kun naispuoliset kertoivat käyttävänsä sitä useammin, jopa päivittäin. Myös muiden jäsenten kanssa jutellessa huomioin, että henkilöstöryhmä 2:n miespuolisten jäsenten halu pysyä mukana yrityksen tiedotuksessa ei ollut yhtä suuri. Yksi haastattelun ulkopuolisista henkilöstöryhmä 2:n miespuolisista jäsenistä jopa paljasti, ettei käytä intranetiä juuri lainkaan. Suurin osa haastateltavista kuitenkin kertoi käyttävänsä intranetiä päivittäin useita kertoja, ja jopa avaavansa sen heti aamulla taustalle.

Kysyessä mielipiteitä uudesta intranetistä, nousi taas esiin ajankohtaisuus, moderni ulkonäkö ja selkeys. Haastateltavat kehuivat uuden intranetin ajankohtaisuutta verraten vanhaan, ja kertoivat uuden olleen positiivinen päivitys vanhasta. Kuitenkin vanhasta intranetistä puhuttaessa muutama haastateltavista koki sen olevan häiritsevää, ettei vanhaa intranetiä poistettu käytöstä kokonaan ennen uuden lanseerausta. He kokivat sen johtaneen siihen, että osa edelleen käyttää vanhan intranetin tiedostoja, jolloin tieto on vanhentunutta ja uuden intranetin opettelu lykkääntyy.

## 7.1 Henkilöstön ääni

Haastatteluissa selveni, että suurinta osaa kiinnostaa kovasti yrityksen toiminta ja esimerkiksi henkilöstöuutiset. Toivottiin lisää uutisia yrityksen henkilöistä ja esimerkiksi haastatteluja henkilöstön jäsenten työstä ja arjesta. Koska kyseessä on iso ja laajalle levittäytynyt yritys, luo henkilöstöuutiset varmastikin yhteenkuuluvuuden tunnetta ja kiinnostaa henkilöstön jäseniä. Lisäksi monet kertoivat, kuinka haluaisivat tietää kollegoiden harrastuksia, mieltymyksiä ja muita yksityiskohtia, jolloin haastattelukeskustelut usein ajautuivat jo toimiston intranetissä olevaan henkilöstöhakuun. Uuteen intranetiin lanseerattiin kyseinen toiminto, johon pystyy omaan profiiliin lisäämään tietoja itsestään. Haastateltavat kuitenkin huomauttivat, ettei toimintoa käytä juuri kukaan, eikä varmasti suurin osa edes tiedä tällaisen olemassaolosta. Toimintoa käytettäessä voisi etsiä esimerkiksi henkilöitä, jotka osaavat tiettyä kieltä, tai henkilöitä, jotka tykkäävät kalastaa. Jos henkilökuntaa kannustettaisiin lisäämään omia yksityiskohtia järjestelmään, voisi se olla todella toimiva ja tehokas tapa tavoittaa oikeat henkilöt. Yrityksen pitäisikin pyrkiä keksimään asia, jolla henkilöstön saisi mukaan, koska vajavaisena toiminto on lähes mitätön.

Haastatteluissa ilmeni, että henkilöstön jäsenet pitävät henkilöstöuutisista ja toimiston taustatietojen päivityksistä eniten. 6/8 haastateltavista kertoi lukevansa henkilöstöuutiset aina

kun sellaisia tulee. Monien mielestä ne olivat oiva tapa tietää uusista työntekijöistä ja talon tapahtumista. Myöskin jo talossa olleiden työntekijöiden haastattelut ja päivityksen olivat haastateltavista mielenkiintoisia. Haastateltavat kertoivat halusta pysyä mukana talon tapahtumissa, jonka vuoksi he kokivat intranetin olevan tärkeä työkalu heille.

Myös asiakasdokumentaatiota ja koulutuksiin liittyviä materiaaleja kerrottiin haettavan runsaasti, verrattuna esimerkiksi ohjeistuksiin. Henkilöstöryhmä 1 kertoi hakevansa ohjeita ja lomakkeita enemmän, kun taas henkilöstöryhmä 2 kertoi hakevansa asiakkuuksiin liittyvää dokumentaatiota enemmän. Sain tutkimustani tukemaan sisäistä käyttäjätietoa intranetistä, josta saattoi huomata, että esimerkiksi koulutusmateriaaleja ja asiakasdokumentaatiota haettiin eniten. Niitä oli datataulukon mukaan haettu koko uuden intranetin aikana (eli noin 7 kuukauden aikana) noin 2500 kertaa. Verraten esimerkiksi laskutuksen sivustoon intranetissä, jota oli saman datataulukon mukaan haettu vain alle 500 kertaa. (Käyttötilastot 2019.)

Intranetiä pidettiin haastatteluissa keskeisenä työvälineenä, ja hyödyllisenä apuna niin omassa työssä että yrityksen toiminnassa yleisestikin. Intranet nähtiin yhdistävänä tekijänä eri ryhmien välillä, niin kuin intranetin kuuluisikin toimia. Kuitenkin, haastatteluissa toistui ajatus siitä, että nykyinen intranet ei olisi täydessä potentiaalissaan. Monet haastateltavista koki intranetin hyödylliseksi, mutta vielä hieman keskeneräiseksi. Tämä kertoo siitä, että henkilöstön näkökulmasta intranetissä on kehitettävää. Huomioitavaa oli se, kuinka suurin osa asioista joissa koettiin parantamisen varaa, olivat korjattavissa yhteyshenkilön olemassaololla. Esimerkiksi tiedostojen nimeämiset: jos intranettiin keskittyisi muutama määritelty henkilö, joiden vastuulla olisi tiedostojen nimeämiset, päivittämiset ja järjestäminen, toimisi ne kaikki suuremmalla todennäköisyydellä saman kaavan mukaan, joka helpottaisi ja parantaisi käyttökokemusta. Lisäksi, intranetin uutisten valvominen ja aikatauluttaminen toimisi paremmin silloin, kun yksi henkilö olisi tietoinen kaikista sinne tuotettavista sisällöistä.

Haastatteluissa yllättävää oli se, kuinka monilla oli uusia ehdotuksia tai ideoita intranetin suhteen. Huomattavan moni haastateltavista antoi kattavia kehitysehdotuksia, mutta monilla ehdotukset olivat myöskin samoja. Eniten toiveita esiintyi juurikin jo aiemmin mainitun ajantasaisuuden ja yhteneväisyyden kanssa. Suurin osa haastateltavista toivoivat intranetille yhteyshenkilöä, jonka puoleen voisi kääntyä ongelmatilanteissa, ja jonka vastuulla olisi intranetin sisällön päivittäminen. Toinen paljon toivottu asia oli eri ryhmien omat sivut, joissa voisi lukea lisää haluamansa ryhmän työstä ja vastuualueista, sekä löytää helposti ryhmiin kuuluvat henkilöt ja heidän yhteystietonsa.

Myös henkilöstön oma sisäinen palsta herätti paljon keskustelua. Osa kertoi, että toimintoa oli jo osattu odottaa vuosia, ja osa taas uskoi sen olevan turhaa. Kuitenkin enemmistö oli sitä mieltä, että henkilöstön omalle kanavalle voisi olla kysyntää, ja että se auttaisi henkilöstöä

yhtenäistymään ja tutustumaan entistä paremmin toisiinsa. Se helpottaisi yhteistä kommunikaatiota sekä erinäisten asioiden ilmoituksia. Osa perusteli keskustelupalstaa sillä, kuinka esimerkiksi sähköposti vaikuttaa joidenkin ilmoitusluontoisten asioiden tiedottamiseen liian viralliselta, sekä turhalta niille joita asia ei koske. Sähköpostia uskottiin tulevan muutenkin paljon. Tämän vuoksi monet haastateltavat uskoivat henkilöstön oman viestintäpalstan olevan hyvä ja tarpeeksi vapaamuotoinen kanava viestimään hieman epävirallisempia asioita.

## 7.2 Käyttökokemus

Intranetin käyttökokemus ja helppokäyttöisyys olivat haastatteluissa yleisesti hyvällä tasolla. Suurin osa vastaajista kertoi löytävänsä etsimänsä helposti, vaikkakin muutamalla oli myös lisäyksenä tietynlaiset asiat, jotka voisivat olla selkeämpiä tai helpommin löydettävissä. Tarkalleen neljä haastateltavista kertoi löytävänsä aina etsimänsä helposti, kaksi kertoi löytävänsä etsimänsä mutta usein se saattoi tuntua työläältä. Vain yksi vastaajista koki intranetin olevan hankala, ja sieltä haluamansa asian etsimisen olevan työlästä. Huomioin, että tämän kysymyksen äärellä myös kokemus tietotekniikasta ja hakutoiminnoista vaikutti asiaan. Ne, kenen tiesin toimivan runsaasti tietotekniikan parissa, vastasi intranetin olevan helppokäyttöinen, kun taas ne, jotka eivät välttämättä olleet perehtyneet uusi käyttöjärjestelmiin, vastasivat sen olevan hankalampaa.

Negatiivisia vastauksia aiheutti myös yleisesti tiedostot uudessa intranetissä. Haastateltavat kokivat tiedostojen nimeämisten olevan sekavia ja hallitsemattomia. Monet toivoivat, että tiedostojen hallintaan nimettäisiin vastuuhenkilö, joka lisäisi kaikki intranetin tiedostot samalla logiikalla. Kävin tutustumassa uuden intranetin tiedostojen nimiin, ja esiin nousi seuraavia huomioita:

- a. Helpoiten etsimänsä dokumentin löytää yhdellä avainsanalla hakukentästä.

Alkaessani etsimään esimerkiksi Word-tiedoston tyylien pikanäppäimistä ohjeistusta, tuotti vaikeuksia jo alkuun se, minkä pääotsikon alta sen voisi löytää. Lopuksi se löytyi Työkalut-pääotsikon alta, Office-ohjelmat -otsikon sisältä. Office-ohjelmat -otsikon sisällä oli tyhjä sivu, jonka oikeassa laidassa listattiin erilaisia Word-, Excel- ja Pdf-tiedostoja, erilaisin nimin ja epäjärjestyksessä. Selatessani tätä pientä palkkia oikeassa alakulmassa, löysin etsimäni. Kun yritin etsiä dokumenttia etusivulta hakusanaa "word" käyttäen, löytyi se heti. Ihmetystä herätti se, miksi pääotsikon alaotsikkoa painaessa sivu on tyhjä, ja ohjeistukset löytyvät pienestä reunassa olevasta palkista; miksi ohjeistuksia ei ole esimerkiksi avattu sivulle auki, tai muutoin pyritty täyttämään tyhjää osaa?

- b. Dokumenttien nimissä voi huomata eri käyttäjien kädenjäljen.

Selatessani Office-ohjelmat -otsikon sivupalkin tiedostoja, saattoi huomata useamman ihmisen ladanneen tiedostoja palkkiin. Osa tiedostoista alkoivat isolla alkukirjaimella, osa pienellä. Osa oli nimetty englanniksi, osa suomeksi. Osassa tiedostonimiä oli käytetty alaviivoja sanojen välissä, osassa taas ei. Myös sanojen järjestykset vaihtelivat. Tämä tekee haluamansa tiedoston etsimisestä hankalampaa ja työläämpää.

- c. Dokumentit eivät ole loogisessa järjestyksessä, kuten aakkosjärjestyksessä.

Etsiessäni Word-ohjeita, huomasin lisäksi sen, ettei tiedostot ole myöskään loogisessa järjestyksessä. Jo se, jos dokumentit järjestettäisiin esimerkiksi aakkosittain, voisi helpottaa dokumentin löytämistä. Toisaalta, tällä hetkellä kun tiedostot ovat nimetty erilaisilla tekniikoilla, ei välttämättä aakkosjärjestys auttaisi selventämään järjestystä.

- d. Tiedostoja voi kuka vaan lisätä tai poistaa.

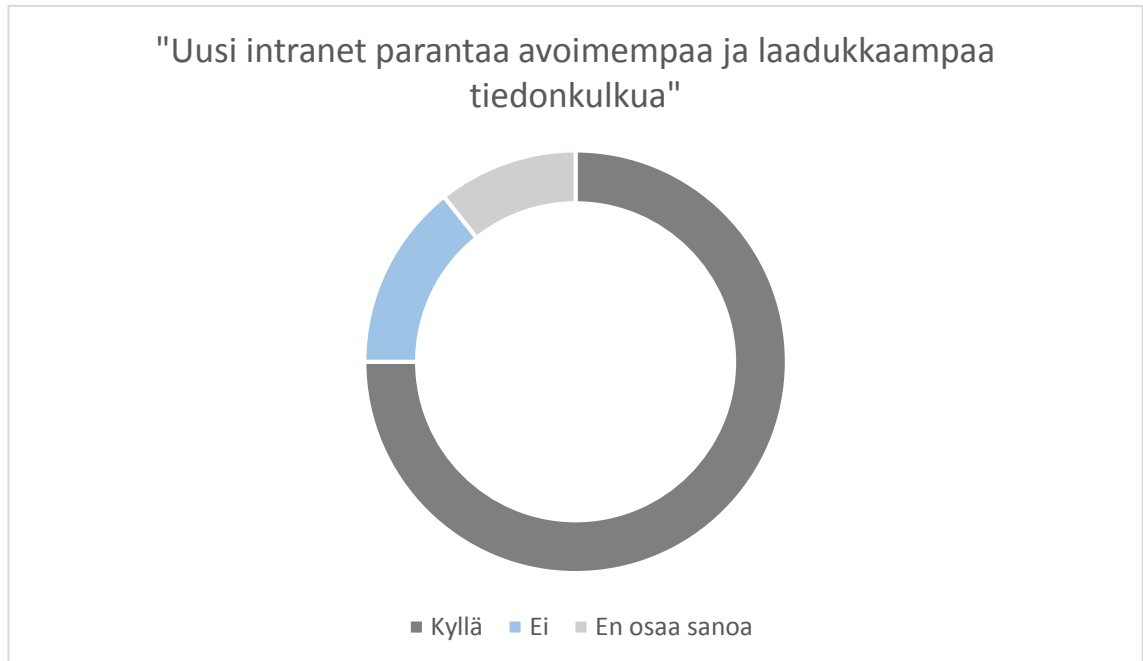
Tutustuessani tiedostojen nimiin, kiinnitin myös huomiota ominaisuuksiin joita tiedostojen vieressä oli saatavilla. Listassa olivat muun muassa Open, Save, Share, Follow, Rename, Version history, ja Delete. Tämä siis tarkoittaa sitä, että jopa minä, joka vain tutkiskelin tiedostoja, voisin esimerkiksi lisätä omia dokumentteja palveluun, tai poistaa tärkeän tiedoston palvelusta. Tahallani tai vahingossa. Tutkimusmielessä päätin jopa testata ominaisuuksia, ja lisäsin palveluun oman tiedoston - onnistuneesti. Poistin myös tiedoston onnistuneesti. Eräs hyvä ominaisuus tiedostoissa kuitenkin on; "Version history" -ominaisuus, jolla voi tarkastaa kuka on tiedoston lisännyt ja milloin, sekä nähdä eri versiot, joita dokumentista on palveluun lisätty. Kuitenkin, kokonaisuudessaan tällaiset ominaisuudet ei ainakaan edesauta intranetin selkeyttä ja yhtenäisyyttä, jota henkilöstön jäsenet haastatteluissa toivoivat.

### 7.3 Yleinen mielikuva

Päällimmäiseksi mielikuvaksi tutkimuksesta jäi se, kuinka intranetin uskotaan olevan potentiaalinen työkalu yrityksen toiminnassa, mutta siinä on vielä runsaasti kehityskohteita. Yleisesti intranetiä pidettiin sisäisen viestinnän keskeisenä kanavana, ja esimerkiksi henkilöstöasioista tiedottamisen haastateltavat mielsivät täysin intranetin varaan. Intranet koettiin siis keskeisenä viestinnän välineenä, yrityksen johdon ja henkilöstön yhdistävänä kanavana. Intranetin uskottiin helpottavan kommunikaatiota jo pian uuden intranetin ilmestymisen jälkeen, jolloin asiasta suoritettiin pieni kysely. Sain tutkimukseeni kyselyn tulokset, ja ne tukevat laajasti haastatteluista syntynyttä mielikuvaa.

Kesäkuussa toteutetusta henkilöstökyselystä tulokset koskien uutta intranetiä olivat suurimmilta osin positiivisen sävyisiä ja toiveikkaita. Tällöin uusi intranet oli ehtinyt olla auki vasta noin kuukauden, mikä saattoi vaikuttaa silloisiin mielipiteisiin. Jo kesäkuisesta on intranetiä

kehitetty, ja henkilöstö on ehtinyt tutustumaan intranetiin paremmin kuin kesäkuussa kyselyn aikana. Kuitenkin, vaikka nämä tekijät otetaan huomioon, voidaan alla olevasta kaaviosta nähdä kuinka jo kesäkuussa suurin osa henkilöstön jäsenistä ovat olleet tyytyväisiä uutuuteen.



Kuvio 3: Yritys X:n henkilöstökysely, Kesäkuu 2019. (Henkilöstökysely 2019.)

Yhteensä kesäkuiseen kyselyyn vastasi 63 henkilöä, joista 57 oli samaa mieltä toteamuksen "Uusi intranet parantaa avoimempaa ja laadukkaampaa tiedonkulkua" kanssa. Kieltäviä vastauksia oli kaksi enemmän kuin neutraaleja vastauksia. Avokommentteja kesäkuisesta henkilöstökyselystä oli 21 kappaletta, ja yllä näkyvässä kaaviossa on huomioitu nämä avokommenttien vastaukset. Avokommenteissa keuhuttiin uutta intranetiä lupaavana, mutta moni kommentista huomautti parantamisen varaa olevan käyttökokemukseen liittyen. Negatiivisissa vastauksissa kommentteja keräsi epäselvyys, puutteet sekä keskeneräisyys. (Henkilöstökysely 2019.)

## 8 Kehityssuunnitelma

Työn tavoitteena oli tutkimuksen pohjalta saada konkreettisia kehitysehdotuksia, ja tuloksia siihen, mikä yritys X:n intranetissä vaatii kehitettävää. Tässä luvussa tulen analysoimaan tutkimuksen tulosten pohjalta aihealueita, joissa yritys voisi parantaa intranetin käyttökokemusta.

Niin kuin jo tulosten analyysistä saattoi poimia, nousi tutkimuksessa esiin muutamia selviä alueita, joihin henkilöstö kaipasi kehitystä. Nämä alueet olivat ajankohtaisuus tiedotuksissa

ja ohjeissa, henkilöstöön liittyvät uutisoinnit ja toiminnot, sekä aktiivisuuden lisääminen. Näiden lisäksi haastatteluissa nousi selvästi esiin uutisten tavoittavuuden tärkeys, eli se, että jokainen yrityksessä on yhdenvertaisesti kykenevä saamaan uutiset tietoonsa. Usea haastateltavista huolehti sitä, aiheuttaako intranet epätasaisuutta uutisten tiedonkulussa, kun kaikki eivät välttämättä intranetiä aktiivisesti käytä. Yrityksen tulee harkita tarkkaan, onko intranet tiedotusvälineenä aina se kaikkein tehokkain, vai pitäisikö joissakin tärkeimmissä tilanteissa käyttää intranetin lisäksi sähköpostitiedotusta. Toinen vaihtoehto epätasaisuuden välttämiseksi olisi aktiivisen käytön kannustaminen, jotta yhä useampi henkilöstön jäsen ottaisi intranetin päivittäiseen käyttöönsä. Aktiivisuuteen tulisi kannustaa juurikin painottamalla uutisten ajankohtaisuudella ja sillä, kuinka tärkeää on pysyä mukana yrityksen viestinnän tahdissa.

Tutkimuksessa nousseista pääaiheista merkittävin, ja helpoiten kehitettävissä oleva alue on ajankohtaisuus tiedotuksissa. Niin kuin jo aiemmin tutkimuksessa kävi ilmi, intranetiltä puuttuu vastuhenkilö, joka päivittäisi intranetiä sekä hoitaisi tiedotusten tai ohjeistusten lataamiset keskitetysti. Tällä hetkellä kuka vain voi ladata tiedostoja intranettiin, ja nimeämiset sekä ajankohtaisuudet ovat pielessä. Ehdotuksena on, että yritys X harkitsisi keskittävänsä intranetin päivitykset tietyn henkilön tai henkilöiden vastuulle niin, että vain hän/he voivat päivittää esimerkiksi tiedostoja palvelimeen. Täten vältyttäisiin siltä, että tiedostojen nimet eroaisivat toisistaan merkittävästi, tai siltä että uutisiin tulisi yhtä aikaa päivityksiä usealta taholta. Kun tiedostot nimettäisiin yhdenmukaisesti, vahdittaisiin tiedostojen ajankohtaisuutta, sekä poistettaisiin vanhentuneet tiedot, saataisiin jo kehitettyä intranetin käyttökokeusta merkittävästi. Uskon, että intranetin vastuun keskittäminen henkilölle tai henkilöille olisi yrityksen sisäisen viestinnän tehokkuuden kannalta kannattava investointi. Tämä myös selventäisi henkilöstöä siinä, keneen olla yhteydessä, jos he kaipaavat apua intranetin kanssa. Nyt haastatteluista saattoi saada kuvan ettei kukaan oikein tiedä kenen puoleen kääntyä intranettiin liittyvien asioiden kanssa.

Tiedostojen nimeämisten lisäksi haastatteluissa nousi esiin ehdotus siitä, että Word- ja Pdf-tiedostojen sijaan tärkeät asiakirjat luotaisiin sivuina uuteen intranettiin. Tällä tarkoitetaan seuraavaa: Kun nykyisin henkilö etsii intranetistä esimerkiksi ohjetta tietokoneen päivitykseen, hän todennäköisesti löytää sen Pdf-tiedostona tietynlaisen aihealueen pääsivun reunasta, jossa kaikki sivulle tallennetut Pdf-tiedostot ovat. Sen sijaan, että henkilö joutuu aina avaamaan ohjeen Pdf-tiedostona, voisi sen myös tallentaa tekstimuodossa omalle sivulleen intranetin pääaihealueen alle. Tällöin, kun henkilö etsii esimerkiksi tätä ohjetta tietokoneen päivitykseen, hän voisi etsiä valikosta asiaa kuvaavan aihealueen, klikata sivuille, ja löytää sieltä "tietopuun" jossa yhtenä otsikkona on tietokoneen päivitys. Kun henkilö menisi tietopuun otsikon sisään, löytäisi hän ohjeet samalla tavalla kuin esimerkiksi uutiset ovat: tekstimuodossa otsikon alla. Tämän otsikon alla voisi myös tekstin lisäksi olla se Pdf-tiedosto tai

mahdollisuus ladata teksti omaksi tiedostoksi, jotta sellaisenkin tarvittaessa saa. Tällöin henkilön olisi helppo suoraan otsikon alta löytää ohjeistukset, eikä hänen tarvitsisi ladata tiedostoja tietokoneelleen tai avata uusia ikkunoita työpöydälleen.

Toinen alue, jonka kehitykseen yrityksen tulisi keskittyä, on henkilöstön kuunteleminen ja kannustaminen. Se, että esimerkiksi intranettiin lisättyä henkilöhakutoimintoa ei olla juurikaan käytetty, johtuu varmastikin suurilta osin siitä, ettei sen käyttöön ole tarpeeksi kannustettu. Jos yrityksen henkilöstön jäsenet kannustettaisiin lisäämään profiiliinsa edes muutama lisätieto itsestään, saataisiin henkilöhaun dataa jo kasvatettua merkittävästi, ja täten hyödynnettyä hakua jo paremmin. Lisätiedot voisivat olla yksinkertaisia kuten harrastus, kielitaidot, kotipaikkakunta tai lempi ravintola. Jos esimerkiksi 20 henkilöstön jäsentä päättäisivät lisätä profiiliinsa kielitaitonsa, saisi siitä jo hyödyllisen data-alustan. Jotta henkilöstö saataisiin täydentämään profiiliaan, tulisi toimintoa markkinoida juurikin koko yritystä auttavana toimintona. Tehokkainta olisi, jos jokaisesta tiimistä saataisiin yksi henkilö, joka varmistaisi että jokainen tiimin jäsen on täydentänyt profiiliaan, ja tarvittaessa avustaisi täydennyksissä. Kun henkilöstön hakutoiminto saataisiin käyttöön, olisi varmasti sen päivittäminenkin aktiivisempaa, kun haun hyödyllisyys konkretisoituisi.

Myös henkilöstön jäseniin keskittyvien päivitysten lisäämistä toivottiin, ja uskon että tämä asia olisi halpa yhtenäistämisen keino. Pienin lisäys nykyiseen voisi olla eri tiimien esittelyiden luominen. Haastatteluissa toivottiin lisätietoja organisaation eri tiimien toimenkuvista ja kokoonpanoista, sekä muuta nippelitietoa muiden yrityksen jäsenten työstä. Henkilöstö selvästikin haluaa tuntea ja tietää myös muiden kuin oman tiimin työstä lisää. Tiimien esittelyiden lisäksi myös satunnaiset päivitykset henkilöstön jäsenistä voisivat olla haastatteluiden perusteella toivottuja. Esimerkiksi jos kerran kahdessa viikossa intranettiin julkaistaisiin jonkun satunnaisen henkilöstön jäsenen päivitys, blogikirjoitus, tai uutiskirjoitus, saataisiin jo varmasti henkilöstön näkökulmasta tuntemuksia siitä, että henkilöstön ääntä kuunnellaan ja heistä välitetään. Toinen vaihtoehto tähän olisi henkilöstön oman keskustelupalstan lanseeraus, jossa jokainen halukas saisi oman äänensä kuuluviin. Vaikka muutamat haastateltavista epäröi, olisiko henkilöstön omalla palstalla aktiivisia käyttäjiä, ei mielestäni se olisi suuri vaara. Vaikka palstalla ei olisikaan paljoa päivityksiä, olisi se silti mielestäni osoitus siitä, että jos henkilöstön jäsen haluaa tuoda äänensä kuuluviin, on hänellä siihen helppo mahdollisuus. Se voisi lisätä henkilöstön jäsenten yhteenkuuluvuuden tunnetta, sekä osoittaa henkilöstön jäsenille, että heidän mielipiteistään välitetään.

## 9 Päätelmät

Tämän opinnäytetyön perusteella voidaan todeta, kuinka yrityksen kannalta sisäiseen viestintään tulisi aina kiinnittää huomiota, ja kuinka tärkeässä asemassa se on yrityksen toiminnassa.

Toteutetussa tutkimuksessa saatiin tärkeää tietoa yrityksen sisäisen viestinnän nykytilasta henkilöstön näkökulmiin keskittyen, mikä on mielestäni juurikin hyödyllinen näkökulma sitä kehittäessä. Intranet on kuitenkin henkilöstön käytössä eniten, jonka vuoksi heidän mielipiteensä tulisi ottaa tarkasti huomioon, ja kehittää alustaa juurikin heidän käyttöön sopivaksi.

Tekemäni tutkimuksen pohjalta toimeksiantajana toiminut yritys saa konkreettisia kehitysehdotuksia ja voi täten kehittää sisäistä viestintäänsä entistä paremmaksi. Toteutettujen haastatteluiden kautta oli mielenkiintoista huomata ne pääaiheet, jotka nousivat eri ihmisten haastatteluissa esiin. Suurin osa haastateltavista henkilöistä ottivat esiin samat kohteet, joiden kautta pystyimme toteamaan näiden aihealueiden todella olevan suurempia kokonaisuuksia, joissa kaivataan kehitystä.

Yleinen lopputulos tutkimuksesta kuitenkin oli se, että henkilöstön jäsenet ovat yleisesti ottaen tyytyväisiä uuden intranetin ulkonäköön ja ominaisuuksiin. Henkilöstö tuntui pitävän uutta intranetiä selkeänä ja positiivisena päivityksenä vanhasta. Vaikka kehitysehdotuksia tuli paljon, ja monilla oli paljonkin sanottavaa intranetistä ja sen ominaisuuksista, pystyi haastatteluissa myös poimimaan sen yleiskuvan, että suurimmilta osin intranet on jo nyt hyvä työväline. Kuten kehitysehdotuksista saattoi todeta, on kehitettävät kohteet melko pieniä ja niin sanotusti hienosäätöjä nykyiseen. Tämä on positiivinen tulos yrityksen kannalta siinä, ettei henkilöstö toivo budjetillisesti liikoja, ja ettei intranet ole nykyisenäkään vääränlainen juuri tälle yritykselle. Budjetillisesti intranetin kehitysehdotukset pitäisi olla toteutettavissa melko helposti ja vähällä vaivalla.

Vaikkakin lopputulemana voidaan todeta, että uusi intranet soveltuu hyvin yrityksen sisäisen viestinnän välineeksi, ja on hyödyllinen yrityksen toiminnassa, on kuitenkin hyvä että tieto selvitettiin. Intranet on olennainen osa yritysten sisäistä viestintää, jolloin myös sen kehittäminen ja ylläpitäminen on tärkeässä roolissa yrityksen toiminnan kannalta. Jotta intranet pysyy vahvana sisäisen viestinnän välineenä, on sitä kehitettävä henkilöstön käyttöön sopivaksi, eli juurikin käyttäjätutkimukset ja mielipidekyselyt tasaisin väliajoin ovat paikallaan.

## Lähteet

### Painetut

- Blunden, R. & Ippolito, K. & Donnarumma, D. 2013. *Effective Organisational Communication: Perspectives, principles and practices*. 4. painos. Edinburgh: Pearson Education Ltd.
- Eronen, A. & Syrjäläinen, E. & Värri, V-M. 2007. *Avauksia laadullisen tutkimuksen analyysiin*. Tampere University Press. (E-kirja)
- Eskola, J. & Suoranta, J. 2001. *Johdatus laadulliseen tutkimukseen*. 5. painos. Jyväskylä: Gummerus.
- Fitzpatrick, L. & Valskov, K. 2014. *Internal communications: A manual for practitioners*. Kogan Page Limited.
- Heikkilä, T. 2014. *Tilastollinen tutkimus*. 9. painos. Helsinki: Edita Publishing. (E-kirja)
- Hirsjärvi, S. & Hurme, H. 2015. *Tutkimushaastattelu: Teemahaastattelun teoria ja käytäntö*. 2. painos. Helsinki: Gaudeamus. (E-kirja)
- Honkala, P. & Kortetjärvi-Nurmi, S. & Rosenström, A. & Siira-Jokinen, S. 2013. *Linkki, Työyhteisön viestintä*. 4. uudistettu painos. Porvoo: Bookwell Oy.
- Isohookana, H. 2007. *Yrityksen markkinointiviestintä*. Helsinki: WSOYpro.
- Juholin, E. 1999. *Sisäinen viestintä*. Helsinki: Inforviestintä Oy.
- Juholin, E. 2009. *Communicare! Viestintä strategiasta käytäntöön*. 5. uudistettu painos. Porvoo: WS Bookwell Oy.
- Juholin, E. 2013. *Communicare! Kasva viestinnän ammattilaiseksi*. Helsinki: Management Institute of Finland 2013.
- Korhonen, H. & Bergman, T. 2019. *Johtaja muutoksen ytimessä*. Alma Talent. (E-kirja)
- Kortetjärvi-Nurmi, S. & Kuronen, M. & Ollikainen, M. 2009. *Yrityksen viestintä*. 5.-6. painos. Helsinki: Edita Prima Oy.
- Kurvinen, J. & Seppä, M. 2016. *B2B-markkinoinnin ja myynnin pelikirja - Yritysjohdon opas myyntiin ja markkinointiin*. Kauppakamari. (E-kirja)
- Lohtaja-Ahonen, S. & Kaihovirta-Rapo, M. 2012. *Tehoa työelämän viestintään*. 2. uudistettu painos. Sanoma Pro Oy.

Ruck, K. 2016. Exploring Internal Communication, Towards informed employee voice. 3. painos. New York: Routledge.

Smith, L. & Mounter, P. 2008. Effective Internal Communication. 2. painos. Kogan Page Limited.

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

Åberg, L. 2000. Viestinnän johtaminen. 2. painos. Helsinki: Inforviestintä Oy.

Åberg, L. 2002. Viestinnän strategiat. 3. painos. Juva: WS Bookwell Oy.

#### Sähköiset

Brooks, A. & John, L. 2018. The surprising Power of Questions. Harvard Business Review. Viitattu 9.3.2020.

<https://hbr.org/2018/05/the-surprising-power-of-questions>

Jackson, C. 2019. The perils of using Internet Explorer as your default browser. Microsoft. Viitattu 22.11.2019.

<https://techcommunity.microsoft.com/t5/Windows-IT-Pro-Blog/The-perils-of-using-Internet-Explorer-as-your-default-browser/ba-p/331732>

Kulakofsky, B. 2016. History of the intranet. Intranets evolving. Viitattu 25.2.2020.

<https://www.interact-intranet.com/blog/history-of-the-intranet/>

Martela, F. 2014. Itseohjautuvuusteoria - Eli onnellisen elämän kolme keskeisintä tekijää. Viitattu 22.1.2020

<https://frankmartela.fi/2014/04/04/itseohjautuvuusteoria-eli-kolme-vastausta-siihen-mika-tekee-ihmisen-onnelliseksi/>

Opintokeskus Sivis. 2019. Järjestöarvioinnin ilmansuuntia, Arvioinnin tiedonkeruun menetelmiä, Haastattelu. Viitattu 11.12.2019

<https://www.ok-sivis.fi/jarjestoarvioinnin-ilmansuuntia/arvioinnin-tiedonkeruun-menetel-mia/haastattelu.html>

Perälä, E. 2018. Yrityskulttuurista ylivoimaa. Mandatum Life. Viitattu 25.2.2020.

<https://uusi.mandatumlife.fi/life-magazine/2018/yrityskulttuurista-ylivoimaa/>

Routio, P. 2007. Kyselevät tutkimustavat. Viitattu 11.12.2019.

<http://www2.uiah.fi/projekti/metodi/064.htm>

Saaranen-Kauppinen, S & Puusniekka, A. 2006. 6.3 Haastattelu. KvaliMOTV. Viitattu 12.11.2019.

[https://www.fsd.tuni.fi/menetelmaopetus/kvali/L6\\_3.html](https://www.fsd.tuni.fi/menetelmaopetus/kvali/L6_3.html)

Satasote. 2019. Selvitys- ja täytäntöönpanovaihe: Viestinnän periaatteet. Viitattu 25.1.2020.

[https://www.satasote.fi/wp-content/uploads/2016/03/Satasote\\_viestinnanperiaatteet27042016.pdf](https://www.satasote.fi/wp-content/uploads/2016/03/Satasote_viestinnanperiaatteet27042016.pdf)

Törrö, A. 2017. Asiantuntija avaa: Intranet sisäisen viestinnän välineenä. Viitattu 15.2.2020.

<https://www.ok-sivis.fi/sivisnyt/asiantuntija-avaa-intranet-sisaisen-viestinnan-valineena.html>

#### Julkaisemattomat

Haastattelu 1. 2019. Yksilöhaastattelu 2.12.2019. Helsinki.

Haastattelu 2. 2019. Yksilöhaastattelu 2.12.2019. Helsinki.

Haastattelu 3. 2019. Yksilöhaastattelu 2.12.2019. Helsinki.

Haastattelu 4. 2019. Yksilöhaastattelu 3.12.2019. Helsinki.

Haastattelu 5. 2019. Yksilöhaastattelu 3.12.2019. Helsinki.

Haastattelu 6. 2019. Yksilöhaastattelu 3.12.2019. Helsinki.

Haastattelu 7. 2019. Yksilöhaastattelu 9.12.2019. Helsinki.

Haastattelu 8. 2020. Yksilöhaastattelu 28.1.2020. Helsinki.

Henkilöstökysely. 2019. Henkilöstökysely Pulssi 06/2019. Helsinki.

Käyttötilastot. 2019. Käyttötilastot uudesta intranetistä 12/2019. Helsinki.

## Kuviot

Kuvio 1: Åbergin pizzamalli (Åberg 2000, 110.) .....	13
Kuvio 2: The evolution of enterprise intranet. (Kulakofsvky 2016.) .....	18
Kuvio 3: Yritys X:n henkilöstökysely, Kesäkuu 2019. (Henkilöstökysely 2019.) .....	46

Liitteet

Liite 1: Haastattelukysymykset..... 55

## Liite 1: Haastattelukysymykset

### Taustakysymykset:

1. Ikä?
2. Työsuhteen kesto kyseisessä yrityksessä?

### Sisäinen viestintä:

1. Onko yrityksen sisäinen viestintä mielestäsi avointa?
2. Koetko saavasi ajankohtaiset uutiset ensisijaisesti virallisesti tiedotettuina vai esimerkiksi työkavereilta?
3. Koetko toimiston yleisien asioiden tiedottamisen hyödyllisemmäksi intranettiin vai sähköpostiin?

### Intranet:

4. Mitä mieltä olet uudesta intranetistä?
5. Millaista sisältöä uudessa intranetissä mielestäsi on?
6. Kuinka usein käytät yrityksen intranetiä?
7. Mitä yleensä haet intranetistä?
8. Koetko, että intranet on hyödyllinen sinun omiin tarpeisiin?
9. Löydätkö intranetistä helposti etsimäsi?
  - a. Etsitkö intranetissä hakutoiminnon vai yläpalkkien kautta?
10. Onko tiettyjä toiveita liittyen uuteen intranettiin?
  - a. Mitä mieltä olet henkilöstön omasta sisäisestä keskustelupalstasta yrityksessä?
  - b. Uskotko sillä olevan vaikutusta yrityksen toiminnassa, esimerkiksi yhteishenkeen?
  - c. Olisitko itse valmis olemaan vuorovaikutuksessa sellaisessa?
11. Onko intranetissä mitään sisältöä mielestäsi liikaa?
12. Onko muuta kommentoitavaa intranettiin liittyen?