

Jaana Puska

INTRANET – SISÄISEN VIESTINNÄN KANAVA

Liiketalouden koulutusohjelma

2014

INTRANET – SISÄISEN VIESTINNÄN KANAVA

Puska, Jaana
Satakunnan ammattikorkeakoulu
Liiketalouden koulutusohjelma
Toukokuu 2014
Ohjaaja: Kuisma, Pekka
Sivumäärä: 70
Liitteitä: 3

Asiasanat: intranet, yhteisöviestintä, sisäinen viestintä, kyselytutkimus

Opinnäytetyössä selvitettiin käyttäjien kokemuksia Satakunnan ammattikorkeakoulun uudistetusta henkilökuntaintranet Intosta. Inton käyttö on tärkeä osa SAMKin sisäistä viestintää ja siksi haluttiin tiedustella sen toimivuutta. Tämä kartoitustyö tehtiin laatimalle käyttäjille e-lomakekysely, jolla selvitettiin Inton käytettävyyttä, hyödynnettävyyttä sekä käyttäjien kokemuksia sisällöstä ja ulkoasusta, vastaajilla oli mahdollisuus myös kertoa ajatuksia ja ideoita Inton kehittämiseksi. Tutkimuksen piiriin valittiin SAMKin koko henkilöstö, kyselylinkki ja saatekirje lähetettiin suoraan sähköpostilla koko henkilökunnalle.

Into sai alkunsa, kun SAMKissa käynnistettiin intranet-palvelujen uudistamiseen liittyvä projekti, jonka tarkoituksena oli parantaa ja monipuolistaa intranetin käyttöä henkilökunnan keskuudessa. Uudistuksen tarkoituksena oli myös muuttaa sivustojen käyttö organisaatiolähtöisestä käyttäjälähtöiseksi.

Opinnäytetyön teoriaosuudessa käsiteltiin aluksi viestinnän yleistä teoriaa, joka sitten tarkentui yhteisöviestinnän ja organisaation sisäisen viestinnän kautta kohti pienempää kokonaisuutta eli intranetia.

SAMKin intranet Intoa käsittelevästä kyselytutkimuksesta saatiin selkeä kuva siitä, millaisena henkilöstö kokee uudistetun intranetin. Tuloksista kävi ilmi, että henkilöstö kokee Inton hyväksi sisäisen viestinnän välineeksi. Tulosten mukaan henkilökunta koki Inton sisällön hyödylliseksi ja ajantasaiseksi, mutta kritisoi tiedon luokittelua, joka todettiin epäloogiseksi ja näin ollen se vaikeutti tiedon löytymistä.

INTRANET – A MEDIUM FOR INTERNAL COMMUNICATION

Puska, Jaana

Satakunnan ammattikorkeakoulu, Satakunta University of Applied Sciences

Degree Programme in Business Administration

May 2014

Supervisor: Kuisma, Pekka

Number of pages: 70

Appendices: 3

Keywords: intranet, organizational communication and public relations, internal communication, questionnaire survey

The purpose of this thesis was to study the user experiences of Into, the improved personnel intranet of Satakunta University of Applied Sciences (SAMK). Using Into is a significant part of the internal communication in SAMK and therefore the need to enquire its functioning was necessary. This survey was implemented by compiling an E-form questionnaire to study the usability, applicability and user experiences on the content and layout of Into. The respondents also had an opportunity to share their thoughts and ideas for developing Into. The target of the study was the entire personnel of SAMK as the link for the questionnaire and the covering letter were e-mailed directly to the personnel.

Into was originated when a project for renewing the intranet services was launched. The purpose of the project was to improve and diversify the use of intranet amongst the personnel. An additional reason for the renewal was to modify the usage of the pages from organization to user oriented.

The theoretical part of the thesis discusses first the general theory of communication, later focusing more on the organizational communication and public relations and the internal communication of the organization and moving towards a smaller unity, i.e. the intranet.

The survey on Into, the intranet in SAMK, provides an explicit image how the personnel experience the improved intranet. The results indicate that the personnel perceive Into as a good medium of internal communication. According to the results, the personnel consider the content of Into useful and up-to-date, but criticize the classification of information, which is perceived illogical and thus complicating information search.

SISÄLLYS

1	JOHDANTO.....	6
1.1	Opinnäytetyön ongelma.....	6
2	MITÄ VIESTINTÄ ON?	7
2.1	Häiriöitä viestinnässä.....	8
2.2	Palautteen rooli viestinnässä.....	9
2.3	Viestinnän suunnittelu	10
2.4	Viestinnän muodot.....	11
2.5	Tavoitteet viestinnässä.....	12
2.6	Mitä arvoa viestinnällä on?.....	12
3	YHTEISÖVIESTINTÄ	13
3.1	Yhteisöviestinnän tehtävät.....	14
3.2	Yhteisöviestinnän kanavia	15
3.3	Kenellä on vastuu, kun yhteisö viestii?.....	16
4	SISÄINEN VIESTINTÄ	18
4.1	Tarkoitus ja tavoitteet	19
4.2	Sisäisen viestinnän kanavat.....	20
4.3	Seuranta.....	23
4.4	Viestintätyytyväisyys	24
5	INTRANET OSANA VIESTINTÄPALETTIA	25
5.1	Intranetin roolit	26
5.2	Intranetin hyödyt.....	27
5.3	Käytön haasteet.....	28
5.4	Intranetin kehittäminen	29
5.5	Sosiaalinen intranet.....	30
6	KYSELYTUTKIMUS SAMKIN INTRANET INTO KÄYTÖSTÄ.....	32
6.1	Organisaation esittely.....	33
6.2	SAMKin intranet Into	33
6.3	Tutkimustapa.....	34
6.4	Tutkimuksen toteuttaminen	36
6.4.1	Kyselylomakkeen rakenne ja sisältö	37
6.4.2	Tutkimuksen luotettavuus ja pätevyys	38
7	KYSELYTUTKIMUKSEN TULOKSET	39
7.1	Vastaajien taustatiedot	39
7.1.1	Vastaajien sukupuoli, ikä, tehtäväalue SAMKissa ja toimintayksikkö ...	40

7.2	Inton käyttö	42
7.2.1	Vastaajista yli puolet käy Intossa useasti viikossa	43
7.2.2	Ilmoitustaulu on Inton käytetyin osio	43
7.2.3	Työssä eniten hyötyä työvälaineet-osiosta - vähiten keskustelupalstasta ..	44
7.2.4	Uutiset ja ilmoitustaulu löytyvät helpoimmin - ryhmätyötila huonosti...	45
7.3	Inton sisältö ja ominaisuudet	48
7.3.1	Suurin osa vastaajista kaipaa selvennystä tiedon luokitteluun	48
7.3.2	Ilmoitusten vientiä Intoon ei koeta tarpeelliseksi	49
7.3.3	Ilmoitukset Intoon hoidetaan keskitetysti.....	51
7.3.4	Vastaajilla ei ole halua viedä tapahtumia Inton kalenteriin.....	51
7.3.5	Helppokäyttöisyys intranetin tärkein ominaisuus	52
7.3.6	Inton sisältö on hyödyllinen ja ajantasainen.....	53
7.3.7	Inton sisältö sisältää tarvittavan tiedon ja teksti on helppolukuista.....	56
7.3.8	Yli puolet vastaajista ei tarvitse lisäkoulutusta Inton käyttämiseen	58
7.3.9	Yhteisiä koulutusilaisuuksia isolle yleisölle.....	60
7.3.10	Lisäkoulutusmuotoina myös kirjallisia ohjeita tai lyhyitä tietoisuuksia ...	60
7.3.11	Ajatuksia ja ideoita liittyen Intoon.....	61
8	YHTEENVETO JA JOHTOPÄÄTÖKSET	63
8.1	Intranetin hyödyntäminen tällä hetkellä.....	63
8.2	Tiedon löydettävyys intranetistä	64
8.3	Etsittävät sisällöt ja palvelut intranetissä	65
8.4	Sisällöt ja palvelut, joita intranetissä tulee olla.....	65
8.5	Vuorovaikutteinen, sosiaalinen intranet.....	66
8.6	Intranetin toimivuus tai puutteellisuus.....	66
8.7	Intranetin käytön tehostaminen tai siihen kouluttaminen	67
8.8	Johtopäätöksiä tutkimuksen jälkeen	67
	LÄHTEET.....	69
	LIITTEET	

1 JOHDANTO

Organisaation viestintä koostuu monenlaisista kanavista ja intranet on niistä yksi. Intranetin tärkeimpiä etuja muihin kanaviin nähden ovat nopeus, kattavuus ja tiedon samanaikainen saattaminen koko organisaation tietoon. Intranet voi toimia koko organisaation tietovarastona tai tiedon etsimisen apuvälineenä, intranet on myös paikka, jossa työntekijät voivat kokoontua saadakseen ja jakaakseen tietoa, se voi toimia oppimisvälineenä ja olennaista on, että se tarjoaa mahdollisuuden vuorovaikutukseen.

Satakunnan ammattikorkeakoulu (SAMK) on maakunnallinen korkeakoulu, joka toimii neljällä paikkakunnalla, joten yksi yhteinen sisäisen viestinnän kanava helpottaa tiedon jakamista eri kampuksille ja näin tarvittava ja ajantasainen tieto saavuttaa koko henkilökunnan ja samalla vähentää myös sähköpostien määrää. Intranet on SAMKin sisäisen viestinnän tärkein kanava. Uusitun intranetin käyttöönoton jälkeen on tarkoituksena selvittää miten henkilökunta on ottanut sen haltuunsa ja mitä mieltä he ovat siitä.

Työn teoreettinen viitekehys rakentuu luvuissa 2-5. Luvussa kaksi käsitellään viestinnän yleistä teoriaa mm. sen häiriöitä, viestinnästä saatua palautetta, viestinnän keinoja, tavoitetta ja sen mittaamista. Luvussa kolme tarkastellaan yhteisöviestinnän tehtäviä, kanavia ja vastuuta. Luvussa neljä siirrytään sisäiseen viestintään, sen tarkoitukseen, kanaviin, seurantaan ja viestintätyytyväisyyteen. Teoriaosuuden viimeisessä luvussa, luvussa 5 paneudutaan intranetin tehtäviin, siitä saatuihin hyötyihin, käytön haasteisiin, kehittämiseen sekä kuvaukseen mahdollisesta tulevaisuudessa käytössä olevasta sosiaalisesta intranetistä.

1.1 Opinnäytetyön ongelma

Opinnäytetyön tarkoituksena on selvittää uudistetun intranetin käytettävyyttä, hyödynnettävyyttä ja käyttäjien kokemuksia intranetin sisällöstä ja ulkoasusta sekä selvittää, mitä kehitettävää mahdollisesti intranetissa olisi.

Tällä opinnäytetyöllä pyritään vastaamaan seuraaviin kysymyksiin:

- Miten henkilöstö hyödyntää intranetiä tällä hetkellä työssään?
- Miten tieto intranetistä on löydettävissä?
- Mitä tietosisältöjä ja palveluita sieltä etsitään?
- Mitä tietosisältöjä siellä pitäisi olla?
- Pitäisikö intranetin olla vuorovaikutteisempi, sosiaalinen intranet?
- Mikä intranetissa toimii/missä on puutteita?
- Pitäisikö intranetin käyttöä tehostaa/ kouluttaa jotenkin?

2 MITÄ VIESTINTÄ ON?

Viestintä on mitä arkisin asia ja koskettaa jokaista. Mehän kommunikoimme kaiket päivät kotona, työpaikalla, verkostoissa, harrastuksissa ja vapaa-ajalla. Opimme sen aivan pieninä ja jatkamme sitä läpi elämän. Viestintä on yhteinen asia. Sanan latinankielinen muoto on *communicare* eli tehdä yhdessä, mikä kuvastaa sekä informaation vaihtoa että yhteisöllisyyttä, sitä että kuulumme esimerkiksi samaan perheeseen, sukuun, työyhteisöön tai kansakuntaan. Viestintä eli kommunikointi on ihmiselle lajityypillinen ominaisuus. Viestintä on kaiken inhimillisen tekemisen ja vuorovaikutuksen perusta, ja on ilmeistä, että se on välttämätön ehto ihmisen elämälle ja sosiaaliselle järjestykselle. (Juholin 2009, 35.)

Viestintää tapahtuu siis kaikkialla: kotona, ystäväpiirissä, työyhteisössä, yksilöiden, yhteisöjen, valtioiden ja kulttuurien välillä. Vuorovaikutus voi olla henkilöltä henkilölle kasvokkaisviestintää tai esimerkiksi vuorovaikutusta tietoverkkoja hyödyntäen. Eri maantieteellisillä alueilla ja kulttuureissa toimivat voivat kommunikoida keskenään ilman ajan ja paikan rajoitteita. Viestinnästä puhuttaessa tarkoitetaan myös viestintävälineitä ja foorumeita, kuten lehtiä, radiota, televisiota, kännyköitä, internetiä ja verkkoviestintää laajasti. (Juholin 2009, 20.)

Viestintäprosessin lähtökohtana on lähettäjän tavoite: vastaanottajassa halutaan saada aikaan tietty vaikutus. Viestinnän perusedellytyksenä on lähettäjän kyky viestiä. Tä-

hän kykyyn liittyä ensinnäkin kohderyhmän tuntemus. Toisena on edellytys muotoilla ja välittää sanoma niin, että se saavuttaa kohderyhmän ja on kohderyhmän avattavissa. Kohderyhmä määrittää siis sen, mitä sanotaan ja missä, jotta viestinnän tavoite saavutetaan. Viestinnän syntymisen edellytyksenä on myös lähettäjän motivaatio viestintään. Voimakas motivaatio viestintään takaa sen, että lähettäjä on valmis käyttämään paljonkin resursseja ja vaivaa takaamaan viestinnän onnistumisen eli sen, että sanoma menee perille ja että vaikutus todella syntyy. Tavoitteen saavuttaakseen lähettäjä muodostaa sanoman ja lähettää sen tiettyä kanavaa pitkin. Mutta se, kuinka vastaanottaja tulkitsee sanoman, lopulta määrittää viestinnän tuloksen. (Vuokko 2003, 29.)

2.1 Häiriöitä viestinnässä

Viestintään liittyy aina siihen kuulumattomia tekijöitä, jotka vaikuttavat sanoman viestimiseen, välittämiseen ja tulkintaan. Häiriöitä on sekä sisäisiä että ulkoisia. (Wiio 1994, 80.)

Esimerkki ulkoisesta häiriöstä voi olla este, jolloin sanoma ei mene perille, esimerkiksi kirje menee väärään osoitteeseen, tällöin häiriö esiintyy sen jälkeen kun sanoma on lähtenyt lähettäjältä, mutta ennen kuin se on saavuttanut vastaanottajan. Myös kohina on ulkoinen häiriö, jolloin sanomaan sekoittuu muita sanomia tai häiriöitä. Esimerkiksi paikallisradion kuuluvuus heikkenee ajettaessa siitä poispäin tai messuilla vallitsee niin sanottu äänikulissi: kilpailevat viestit sekoittuvat toisiinsa. Sisäinen häiriö voi olla kato, jolloin sanoma tulee vastaanottajalle, mutta osa sanomasta häipyä aistihäiriöistä tai muista sisäisistä häiriöistä johtuen. Esimerkki tällaisesta on huono näkö tai kuulo, ja näin ollen häiriö esiintyy sen jälkeen kun se on saavuttanut vastaanottajan. Vääristymä on myös sisäinen häiriö, sanoma tulee vastaanottajalle ja se ylittää aistien erotuskynnyksen, mutta se ymmärretään ja tulkitaan väärin. Arvot, asenteet ja tarpeet vaikuttavat sanomien tulkintaan. (Åberg 2006, 91.)

2.2 Palautteen rooli viestinnässä

Palautteen englanninkielinen vastine feedback on kotiutunut myös suomen kieleen ja merkitsee sananmukaisesti takaisinsyöttöä. Arkikieleenkin on kotiutunut käsite fiidbäk kuvaamaan sitä, että joku kertoo näkemyksensä jostakin asiasta, suorituksesta tai esiintymisestä. Palaute on olennainen osa työyhteisön elämää ja elinehto sekä työyhteisön että yksilöiden kasvulle ja oppimiselle. Emme pysty kehittymään, elleimme saa tietää, missä olemme onnistuneet ja missä epäonnistuneet. Palaute kuuluu siis jokaiseen arkipäivään. (Juholin 2008, 243.)

Wiion mukaan palaute viestinnässä tarkoittaa sitä, että lähettäjä saa jotain vastausta sanomaansa, esimerkiksi tiedon siitä, ettei sanomaa ole ymmärretty, jolloin palaute tekee viestinnästä keskustelun. Wiion mukaan myös usein unohdetaan, että palaute on tärkeä viestinnän osatekijä. (Wiio 1994, 81.) Åbergin mukaan palaute on yleensä viestinnän tutkimuksessa määritelty tiedoksi siitä, että vastaanottaja on reagoinut sanomaan. Ja tällaista palautetta ovat mm. pään nyökkäys, kiitoskirje, asian toistatus, mutta sitä ovat myös erilaiset eleet ja ilmeet. (Åberg 2006, 92.)

Palaute on kommentti, jonka palautteen antaja antaa palautteen saajalle. Palaute liittyy menneisyyteen ja sen tarkoituksena on vaikuttaa tulevaisuuteen eli palautteen antajan vastaanottajan tulevaan toimintaan. Palaute on palautteen antajan kuvaama havainto, neutraali tosiasia, joka ei ole myönteinen eikä kielteinen, hyvin annettu palaute ei koskaan moiti tai tuomitse. (Lohtaja & Kaihovirta 2007, 26.)

Palautteella halutaan vahvistaa tiettyä käyttäytymistä tai tapaa tehdä jokin asia, tai sillä halutaan saada aikaan muutos, se voidaan jakaa vahvistavaan ja korjaavaan palautteeseen. Vahvistava palaute kertoo palautteen saajalle, että hän onnistui palautteen antajan mielestä ja korjaava palaute kertoo, että hän epäonnistui. Palautteen antajan tavoitteena on vahvistaa tai korjata palautteen vastaanottajan toimintaa, niin kaikki palaute on kehittävää palautetta. Ja koska palaute johtaa kehittymiseen, kaikkien pitäisi pystyä antamaan ja vastaanottamaan palautetta. Palaute on kuin peili, joka auttaa havaitsemaan, millaisena muut näkevät tai kokevat toiminnan. Näin ollen hyvin annettu palaute liittyy yleensä tekemiseen, toimintaan tai käyttäytymiseen, ei ihmisen persoonaan. (Lohtaja & Kaihovirta 2007, 26.)

2.3 Viestinnän suunnittelu

”Hyvin suunniteltu on puoliksi tehty” pätee erityisesti viestinnässä. Perusteellinen viestinnän suunnittelu takaa onnistuneen lopputuloksen ja on olennainen osa toimivaa jokapäiväistä viestintää. Parasta olisi, jos viestinnän vuosisuunnittelu olisi osa liiketoiminnan kokonaissuunnittelua, eli samoin kuin strategian määrittelyssä viestintä olisi osa liiketoimintakokonaisuutta. Näin myös varmistettaisiin koko organisaation sitoutuminen myös viestinnän ylätasoon suunnitelmaan. Viestinnän onnistumisen kannalta keskeistä on myös yksityiskohtaisempi viestinnän suunnittelu. Suunnitelmat on hyvä dokumentoida ja jatkuvasti päivitettävät dokumentit olla kaikkien saatavilla. Jotta viestintäsuunnitelma todella ohjaa toimintaa, sen on oltava jatkuvasti käytössä. (Korhonen & Rajala 2011, 28-29.)

Yrityksen viestinnälle ominaista on tavoitteellisuus, organisoidut puitteet, ihmisten antama panos ja teknisten viestimien käyttö. Viestintä muodostaa rakenteen, joka koostuu viestintäsuhteista, sanomien sisällöistä, käytännön järjestelyistä ja resursseista. Viestinnän suunnittelu ja tavoitteiden asettaminen pohjautuvat liiketoiminnan strategiseen, taktiseen ja operatiiviseen suunnitteluun. Strategisella tasolla määritellään viestinnän peruslinjat, joiden avulla viestintä saadaan tukemaan yrityksen strategisia tavoitteita. Taktisella tasolla kartoitetaan viestinnän voimavarat kuten henkilö-, laite- ja taloudelliset resurssit, määritellään sidos- ja yhteistyöryhmät sekä laaditaan toimintaohjeet. Viestinnän operatiivisen tason suunnitteluun kuuluvat esimerkiksi vuosisuunnitelman ja siihen liittyvän talousarvion laatiminen sekä viestinnän käytännön toteutuksen suunnittelu. (Kortetjärvi-Nurmi, Kuronen & Ollikainen 2009, 9-10.)

Viestinnän tehtävänä on tukea yrityksen liiketoimintaa. Kun yritysjohto suunnittelee yrityksensä viestinnän, se hyötyy viestinnästä eniten. Tämä koskee sekä sisäistä että ulkoista viestintää. Viestinnän suunnittelu edistää yrityksen haluaman yrityskuvan rakentumista, vähentää yllätyksiä, tekee yllätyksistä hallittavia sekä tehostaa kaikkien ajankäyttöä. Jos viestintää ei suunnitella, siitä tulee sattumanvaraista. Silloin yritys viestii vain, kun joku kysyy jotain tai kun asia on juuri tapahtumassa tai jo tapahtunut, tällöin yritys voi vaikuttaa samaansa julkisuuteen vain vähän. (Lohtaja & Kaihovirta-Repo 2007, 91, 93.)

Viestintäsuunnitelman tarkoitus on ohjata viestinnän toteutusta pitkäjänteisesti strategian linjauksia seuraten. Suunnitelma ei saa olla dokumentti, joka kaivetaan esiin kerran vuodessa, vaan jokapäiväistä työtä ohjaava työkalu. Suunnitelman tekeminenkään ei saa jäädä pelkästään viestinnän ammattilaisten tehtäväksi ja tietoon, vaan sen tulee olla laajasti työyhteisön tiedossa ja ohjata kaikkea viestintää. (Juholin 2009, 108.)

2.4 Viestinnän muodot

Ihmisten välinen vuorovaikutus muodostuu sanallisesta ja sanattomasta viestinnästä. Sanallinen eli verbaalinen viestintä tarkoittaa sanoista rakentuvaa puhetta tai kirjoitusta. Ihminen tarvitsee puheen tuottamiseen ääntä, joka on osa sanatonta eli non-verbaalista viestintää. Äänen lisäksi ihminen viestii sanattomasti ilmeillä, eleillä, liikkeillä, asennolla, tilankäytöllä ja välimatkalla. Näiden avulla ihmiset lähettävät toisilleen viestejä tiedostaen ja tiedostamattaan. Kirjoittaessamme käytämme lähinnä sanallista viestintää ja tekstin välittämiseen tarvitsemme esimerkiksi kännykän. Näin lukija pystyy tulkitsemaan ajatuksiamme käyttämistämme sanoista, mutta samalla hän pystyy arvioimaan meitä kolmen muun seikan perusteella: välineen, jonka olemme valinneet viestimiseen, millä tavoin puhuttelemmme häntä sekä tekstin ulkoasun perusteella. Yleensä valitsemme sopivan tavan viestiä sen mukaan, kenelle ja miksi viestimme. Kohderyhmä ja tavoite vaikuttavat viestimme sisältöön ja muotoon eli siihen, mitä sanomme ja miten esitämme asiamme. (Lohtaja & Kaihovirta-Repo 2007, 11–12.)

Jos viestin lähettäjä käyttää jotakin apuvälinettä viestin lähettämiseen, hänen viestinsä vastaanottamiseen voi olla jopa miljoonia ihmisiä. Silloin viestintäkanavana on esimerkiksi internet tai televisio. Kasvokkain tapahtuva viestintä tarjoaa parhaan mahdollisuuden vuorovaikutukseen. Jonkin välineen avulla välitetty viesti on usein nopea ja taloudellinen, mutta se synnyttää vähemmän vuorovaikutusta kuin kasvokkain tapahtuva viestintä. Samalla viestin väärinymmärryksen riski kasvaa. (Lohtaja & Kaihovirta-Repo 2007, 12.)

Eleviestintä on sekä perinnöllistä että opittua ja siihen kuuluu muotoja, joita ei normaalisti huomioida viestinnäksi. Esimerkiksi etäisyys puhekumppanista on eleviestintää, johon vaikuttaa mm. kulttuuritausta. Tunteiden välittäminen on viestintää kuten muukin tiedonsiirto. Ei ole erikseen asiaviestintää ja tunneviestintää. Tunnevastine herää vastaanottajassa hänelle tulleiden ärsykkeiden ja merkkien (sanoman) seurauksena. (Wiio 1998, 106, 109.)

2.5 Tavoitteet viestinnässä

Viestinnän tehtävien tiedostaminen on tärkeää, mutta vielä oleellisempaa on asettaa viestinnälle tavoitteet. Ilman tavoitteita ei pystytä arvioimaan tuloksia. Tavoitteet voivat olla määrällisiä tai laadullisia. Laadulliset tavoitteet ovat usein pitkän aikavälin toiminnan tulosta, esimerkiksi muutokset yhteisökuvassa. Määrälliset tavoitteet tähtäävät usein lähitulevaisuuteen, esimerkiksi uuden tuotteen näkyminen päälehdessä. (Ikävalko 1995, 16-17.)

Siukonsaaren mukaan viestinnän lopullinen tavoite on vaikuttaa: muuttaa, lisätä tai vahvistaa vastaanottajan tietoja, mielikuvia tai mielipiteitä. Usein tavoitteena on myös vaikuttaa käyttäytymiseen ja joskus myös asenteisiin. (Siukonsaari 2002, 11.)

Onnistuneen viestinnän lähtökohta ja perusedellytys on, että lähettäjä on muotoillut sanoman siten, että vastaanottaja ymmärtää sen. Tätä tavoitetta auttaa, jos sanoma on kiinnostava ja hyvin esillepantu. (Åberg 2006, 85.) Esillepano voi olla kuvia, tekstin ja puheen tehosteita. Informatiiviset kuvat ovat parhaita, koska ne kertovat visuaalisesta asiasta, tekstissä hyviä tehosteita ovat kursivoinnit, lihavoinnit, alleviivaukset ja luettelot. Puheessa äänenpainoilla ja tukilauseilla on iso merkitys.

2.6 Mitä arvoa viestinnällä on?

Tunnettuus on yleinen viestinnän tavoite, jonka saavuttamista seurataan säännöllisesti. Viestinnän vaikuttavuuden lopullinen mittari on se, missä määrin viestintä on auttanut koko organisaation tuloksessa, jota arvioidaan esimerkiksi asiakastyytyväisyy-

dellä ja markkinaosuudella. Vaikuttavuuden arvioinnissa on otettava huomioon, että monet muut asiat vaikuttavat viestinnän ohella. (Juholin 2009, 105.)

Viestinnän alalla mittaaminen ja arviointi eivät aina ole ”siamilaiset kaksoset” niin kuin pitäisi. Yksittäiset mittaukset voivat olla hajallaan organisaatiossa, eikä kenelläkään ole välttämättä selkeää kuvaa siitä, mitä kaikkea mitataan ja mitä sen pohjalta tiedetään. Yleisesti viestinnän mittaamisessa keskitytään pääasiassa yksityiskohtiin ilman niiden linkitystä kokonaisuuteen eli organisaation kokonaistavoitteisiin. Tällaisia yksityiskohtaisia mitattavia asioita ovat esimerkiksi irrallinen mediaseuranta ja huomioarvot. Juholinin mukaan näyttääkin siltä, että mittaamisesta ja arvioinnista puhutaan enemmän kuin niitä tehdään. Eikä mittaaminen itsessään tee autuaaksi, ellei tuloksia analysoida huolellisesti ja hyödynnetä. Juholinin mielestä vallitsee sellainen riippuvuus, että menestyneimmät organisaatiot ovat aktiivisempia arvioimaan toimintaansa ja kehittymään arvioinnin antamin eväin. Jatkuva parantaminen edellyttää, että tiedetään onnistumiset ja epäonnistumiset yhtä hyvin kuin vahvuudet ja heikkoudet. (Juholin 2010, 28.)

3 YHTEISÖVIESTINTÄ

Åberg määrittelee organisaation seuraavasti: organisaatio eli työyhteisö on ihmisryhmittymä, joka järjestelmällisesti pyrkii tiettyihin tavoitteisiin käytössään olevia voimavaroja eli resursseja säätelemällä. (Åberg 2008, 50.)

Puhuttaessa jonkin organisaation, jonkin yhteisön viestinnästä, on parasta käyttää nimitystä yhteisöviestintä. Työyhteisöjä on monenlaisia. Kaikissa niissä on sovittu yhteisistä tavoitteista ja keinoista, joilla tavoitteisiin päästään. Yhteisöviestintä on suunnitelmallista, tavoitteellista ja johdettua toimintaa oikean, selkeän ja vahvan yhteisökuvan rakentamiseksi sekä avoimen ja vuorovaikutteisen tiedonkulun varmistamiseksi. (Siukonsaari 2002, 12.)

Yhteisöviestintä tarkoittaa kaikkea sitä viestintää, jota tapahtuu yhteisön sisällä sekä yhteisön ja sen ulkopuolisen maailman välillä. Viestintä on vuorovaikutteista, kaksisuuntaista. Tiedottaminen sen sijaan on yksisuuntaista. Yhteisöviestintä koostuu molemmista. (Lohtaja & Kaihovirta-Repo 2007, 13.) Åbergin mukaan organisaatio eli työyhteisö koostuu ihmisistä, jotka tarjoavat työpanoksensa työyhteisön käyttöön. Sillä on tietyt, enemmän tai vähemmän konkreettisesti määritellyt tavoitteet. On siis olemassa jonkinlainen, tietyllä tarkkuudella ilmaistu yhteinen tavoite, työyhteisön tavoite, jonka saavuttamista jäsenet työpanoksellaan ja voimavaroja yhdistäen voivat edesauttaa. (Åberg 2006, 51.)

Åbergin mukaan viestintä on työyhteisön voimavara, jota tulee suunnitella, ohjata ja valvoa kuten muitakin voimavaroja. Mikään työyhteisö ei pysty toimimaan ilman viestintää. Työyhteisöön kuuluvat eivät tiedä, mitkä ovat tavoitteita, miten työt jaetaan tai miten he ovat työssään menestyneet, ellei niistä viestitä. (Åberg 2006, 96.)

3.1 Yhteisöviestinnän tehtävät

Viestintä ei ole itsetarkoitus. Se on yksi johtamisen välineistä, se on yksi yhteisön toiminnoista, joilla turvataan onnistuminen, tavoitteiden saavuttaminen ja hyvä tulos. Viestinnän tehtävänä on tehdä yhteisö tunnetuksi, antaa siitä oikea, rehellinen ja selkeä kuva. Viestintä hankkii yhteisölle tunnettuutta ja luottamuspääomaa, se rakentaa yhteisökuvaa. Viestinnällä luodaan odotusarvoa, uskoa tulevaisuuteen. Viestintä antaa tuen yhteisön päivittäiselle ja pitempiaikaisellekin toiminnalle hyvin hoidetun yhteydenpidon ja tiedottamisen avulla. (Siukonsaari 2002, 30.)

Yhteisön viestinnällä on monta tehtävää joita voidaan tarkastella ainakin kolmesta näkökulmasta: kaiken viestinnän kattavana vuorovaikutussuhteiden verkostona, joka liittyy eri toimijat ja toiminnot yhteen, viestinnän vastuulla olevana viestintätoimena, jolle on määritelty selkeä vastuualue ja omat tulostavoitteensa sekä johtamisen olennaisena osana, jonka tavoitteena on osaamispääoman vaaliminen ja kasvattaminen. (Kortetjärvi-Nurmi ym. 2009, 8.)

Viestintä ja johtaminen ovat erottamattomat. Viestinnän avulla luodaan ja tuodaan esille yrityksen missio, visio ja arvot, asetetaan yhteiset tavoitteet, delegoidaan, koordinoidaan, motivoidaan ja annetaan palautetta. Se mitä johtajat tekevät suurimman osan ajasta, on viestintä. Tuotannossa tarvitaan työviestintää esimerkiksi suunnitteluun, hankintaan, huoltoon, kuljetukseen ja operatiivisten työhöjeiden antamiseen. Asiakasviestinnällä pyritään saamaan tuotteet kaupaksi. Näin ollen myyntiä tuetaan viestinnällä sekä asiakassuhteiden hoitoon liittyvällä viestinnällä. Informointiin kuuluu sisäinen ja ulkoinen viestintä eli tiedottaminen. Tiedottamisen tavoitteena on tehdä yritys tunnetuksi, uutisoida tapahtumat sekä antaa siitä oikea ja luotettava kuva sidosryhmille. Onnistunut sisäinen viestintä motivoi henkilöstöä tulokselliseen työskentelyyn. Profiloinnin avulla pyritään luomaan haluttu yrityskuva, se on pitkäjänteistä ja jatkuvaa vaikuttamista sidosryhmien edustajien mielikuvaan. Rekrytoinnissa viestintää tarvitaan paitsi uusien työntekijöiden hankintaan myös heidän kiinnittämiseensä eli työhön ja työyhteisöön perehdyttämiseen. (Kortetjärvi-Nurmi ym. 2009, 8-9.)

3.2 Yhteisöviestinnän kanavia

Organisaatioiden viestintä onnistuu sitä paremmin, mitä paremmin yritys onnistuu valitsemaan viestiinsä ja sen kohderyhmälle sopivat viestintäkanavat. Jos valitsee väärän viestintäkanavan, ei tavoita kohderyhmää. Jokaisessa organisaatiossa on oma viestintäkulttuuri. Toisissa suositaan kasvokkaisviestintää, toisissa tuorein tieto löytyy intranetistä, kolmannessa organisaatiossa tietoja haetaan tietyiltä avainhenkilöiltä. Oman työyhteisön kulttuuri antaa tietyt suuntaviivat viestien välittämiselle. Eri kanavat sopivat erilaisiin viestintä tilanteisiin. (Lohtaja & Kaihovirta-Repo 2007, 50.)

Viestintäkanavat voidaan jakaa kirjallisiin ja suullisiin. Kirjallisissa kanavissa asia välitetään tekstin avulla esimerkiksi tiedotteessa. Suullisissa kanavissa asia välitetään kasvokkain, usein keskustellen esimerkiksi kokouksissa. Erilaiset välineet muuttavat myös viestintä käytäntöjä esimerkiksi internet ja verkkoneuvottelut. (Lohtaja & Kaihovirta-Repo 2007, 51.) Viestintäkanavat voidaan jaotella myös virallisiin ja epävirallisiin kanaviin. Suunnitellussa viestinnässä hyödynnetään virallisia kanavia esi-

merkiksi tiedotteissa. Myös epävirallisilla kanavilla on oma tärkeä tehtävänsä, niitä ovat ne keskustelut, joita työntekijät käyvät keskenään esimerkiksi kahvihuoneessa. (Lohtaja & Kaihovirta-Repo 2007, 53.)

3.3 Kenellä on vastuu, kun yhteisö viestii?

Keskustelut, palaverit, neuvottelut ja kokoukset kuuluvat jokaisen yrityksessä työskentelevän tavalliseen työpäivään. Yrityksessä viestitään jatkuvasti ja kaikkialla: tekstinä ja puheena, henkilökohtaisesti ja viestinten välityksellä, virallisissa ja epävirallisissa verkostoissa. Viestintä liittyy yrityksen työntekijät ja yksittäiset toiminnot kokonaisuudeksi. (Kortetjärvi-Nurmi ym. 2009, 7.)

Nykypäivän henkilöstö ei enää voi olettaa, että jokaisesta asiasta tullaan kertomaan heille henkilökohtaisesti, vaan heidän on kannettava vastuunsa viestien vastaanottajana ja tiedon etsijänä. Henkilöstön on opittava löytämään olennainen suuresta määrästä tietoa ja aktiivisesti etsittävä tarvitsemansa tieto. (Korhonen & Rajala 2011, 19.)

Viestinnässään menestyvässä organisaatiossa koko henkilöstö ottaa vastuun viestinnästä huolehtien sen tehokkuudesta ja laadusta jokapäiväisessä viestinnässä sekä jakaen tietoa oman alueensa asioista. Henkilöstön tulee etsiä aktiivisesti tietoa eri kanavista, verkostoista sekä toisiltaan. Henkilöstön on myös tuotava viestintäyksikön tietoon tärkeitä viestittäviä asioita ja antaa heille palautetta onnistuneesta viestinnästä ja tiedontarpeista. (Korhonen & Rajala 2011, 20.)

Juholinin mukaan työyhteisöviestintä perustuu ajatukseen, että viestintä tapahtuu siellä, missä ihmiset toimivat ja missä he itse tuottavat ja vaihtavat tietoa ja kokemuksia vastuullisesti ja itseohjautuvasti. Tietoa ei erikseen tuoda organisaatioon hierarkioita seuraten eikä ihmisten asemavallan mukaan, vaan suurin osa tiedonvaihdannasta on työyhteisön jäsenten keskinäisviestintää. Sitä täydentää tai sen pohjana on organisaatiotason kaikille yhteinen ja samanaikainen tuotettu tieto. (Juholin 2009, 143.)

Työyhteisöviestintä koostuu eri osatekijöistä, jotka ovat työyhteisön toiminnan tukipilareita.

- Isoja ja merkityksellisiä asioita käsitellään vuorovaikutteisesti, niistä keskustellaan ja varmistetaan ymmärrys. Se ei aina tarkoita, että asioista ollaan samaa mieltä ja että ne hyväksytään. Erilaisille mielipiteille annetaan arvoa.
- Ajantasainen tieto on koko ajan sitä tarvitsevien ja hyödyntävien saatavilla, ja jokainen ymmärtää roolinsa ja vastuunsa sen tuottamisessa, jalostamisessa ja vaihdannassa.
- Tunnelma on rento ja vapaamuotoinen, jokainen uskaltaa puhua ja esittää näkemyksiään, kokemuksiaan, kysyä ja kyseenalaistaa. Tähän sisältyy myös kokemus kuulumisesta työyhteisöön ja arvostetuksi tuleminen.
- Osallistuminen ja vaikuttaminen työyhteisössä on mahdollista jokaiselle. Vaikuttaminen voi kohdistua lähipiiriin ja koko organisaation asioihin, pieniin ja isoihin.
- Yhdessä oppiminen ja osaamisen jakaminen tukevat yksilöitä ja koko yhteisöä; se mahdollistuu mutkattoman viestinnän kautta. Tähän sisältyy monisuuntainen ja jatkuva palaute.
- Työnantajamaine on osa jokaisen työtä. Jokainen tuottaa mainetta omalla toiminnallaan ja heijastaa sitä ympäristöönsä. Samoin organisaation maine heijastuu takaisin yksilöiden identiteetteihin eli minäkuvaan.

Toiminta ja viestintä tapahtuvat foorumeilla, jotka ovat avoimia tiedon vaihdannan ja vuoropuhelun paikkoja. Foorumit yhdistävät organisaation verkostoihin ja toimintaympäristöön. Foorumeilla toimivat työyhteisön jäsenet, oman työnsä asiantuntijat, tietotyöläiset ja esimerkiksi kumppanit tai sidosryhmien edustajat, jotka ovat kiinteästi osa organisaation toimintaa. Viestintä ei myöskään ole erillinen toiminto tai sarja toimintoja vaan elimellinen osa kaikkea tekemistä ja elämistä työyhteisössä. Viestintää ei voi määritellä pelkästään erillisinä kanavina ja sisältöinä, vaan se on nähtävä organisaation verenkiertona ja hengityksenä. (Juholin 2009, 143–145.)

4 SISÄINEN VIESTINTÄ

Sisäinen viestintä sisältää kaiken viestinnän, tiedonkulun ja vuorovaikutuksen organisaation ja sen työntekijöiden välillä. Tehokas sisäinen viestintä on kaksisuuntaista. Ylimmän johdon tulee olla sitoutunut sisäiseen viestintään, olla mukana viestinnän suunnittelussa ja käytettävissä esimerkiksi puhujana tai artikkelin kirjoittajana. Sisäisen ja ulkoisen viestinnän tulee olla linjassa toistensa kanssa, ettei henkilöstön tarvitse kuulla organisaationsa tapahtumista ulkoisen viestinnän kanavien kautta. Sisäisen viestinnän yksi tehtävä on sisäisen toiminnan ja ulkoisen yhteisökuvan liittäminen toimivaksi kokonaisuudeksi. (Korhonen & Rajala 2011, 83.)

Muutoksen hallinta on usein keskeistä sisäisessä viestinnässä. Etenkin työntekijöille epävarmuutta aiheuttavissa tilanteissa tehokas sisäinen viestintä on muutoksen läpiviemisen avain. Hyvin hoidettu ja avoin sisäinen viestintä motivoi, innostaa ja sitouttaa työntekijöitä. (Korhonen & Rajala 2011, 84.)

Siukosaaren mukaan työyhteisön sisäinen viestintä on pääosin henkilöstöviestintää. Se on yhteisön viestinnän tärkein osaamisalue ja tavoitteellinen toiminto. Sisäisen viestinnän merkitys on kasvanut jatkuvasti, vaikka sanonta ”henkilöstö on tärkein voimavaramme” on jo käytössä kulunut, yhä useammassa yhteisössä tämä on huomioitu ja kehitetty sisäistä viestintää. (Siukosaari 2002, 65.)

Yhteisön sisäiseen viestintään kuuluu yhteystoiminta, jolla yhteisö pitää yhteyttä henkilöstöön ja tiedotus, jolla välitetään sanomia talon sisälle. Sisäiseen viestintään liittyy läheisesti myös sisäinen markkinointi, jolla yhteisö ja mm. sen visio, arvot, tavoitteet, yhteiskulttuuri, toiminta ja tuotteet sekä palvelut tehdään tutuiksi henkilöstölle. Uusien taloon tulijoiden perehdyttäminen on koettu merkittäväksi sisäisen viestinnän tehtäväksi samoin sisäinen luotsaus, lähinnä henkilöstön kuunteleminen, jolle annetaan arvoa. Sisäiseen viestintään kuuluu luonnollisesti myös työtiedotus, puhtaaseen suoritukseen liittyvä tiedon välitys. (Siukosaari 2002, 65.)

Yrityksen sisäisen viestinnän tiedotustoiminnan periaatteet ja käytännöt on käsiteltävä yhteistoimintamenettelyssä, jotta henkilöstö voi osallistua etukäteen niiden käsit-

telyyn. (Pesonen 2012, 145.) Yhteistoimintalaissa määritellään työnantajan tiedos-
tusvelvollisuus ja työnantajan on tiedotettava mm. seuraavista asioista:

- tilinpäätös
- kehitysnäkymien muutokset
- lisäselvitys talous- ja kehitysnäkymistä, työsuhteista ja työvoimasta
- tuotanto- ja toimintanäkymiin perustuva henkilöstösuunnitelma
- henkilöstöryhmien palkkatiedot
- henkilöstöasioiden hoidon yleisperiaatteet ja toimintaorganisaatio
- muutokset edellä mainituissa asioissa. (Pesonen 2012, 82.)

Yhteistoimintalaissa on kuitenkin määrätty vain tiedottamisen minimimäärä, joten menestyvä yritys ei voi jättää tiedottamista lain määräämälle minimitasolle, vaan henkilöstö on otettava mukaan suunnitteluun ja pidettävä jatkuvasti ajan tasalla yrityksen toimintaan liittyvissä asioissa. (Kortetjärvi-Nurmi ym. 2009, 105.)

4.1 Tarkoitus ja tavoitteet

Sisäisen viestinnän tarkoituksena on pitää henkilöstö tietoisena mm. organisaation visiosta, arvoista, liiketoiminnasta ja strategiasta, tuotteista ja palveluista, markkinoinnista ja markkinointiviestinnästä, toiminnan muutoksista, talouden tilasta ja yhteistyökumppaneista. Tarkoituksena on myös edistää yhteistoimintaa henkilöstön keskuudessa sekä parantaa toiminnan sujuvuutta, tuottavuutta ja tehokkuutta. (Kauhanen 2012.)

Sisäisellä viestinnällä on aivan erityinen merkitys hyvän työilmapiirin luomisessa ja työilmapiiri taas vaikuttaa motivaatioon ja asenteisiin, jotka taas heijastuvat asiakas-
tyytyväisyyteen. Hyvin hoidettu sisäinen viestintä vaikuttaa siten suoraan organisaation menestymiseen. Erityisesti palveluyrityksissä hyvin hoidettu sisäinen viestintä on suorastaan menestyksekkään liiketoiminnan elinehto. Henkilöstön tyytyväisyyteen sisäistä viestintää kohtaan vaikuttavat keskeisesti johdon viestintä koko organisaatiota koskevissa asioissa, keskinäinen vuorovaikutus ja ilmapiiri omalla osastolla ja tiimissä sekä vaikuttaminen omaan työhön, uraan ja kehittymiseen. (Kauhanen 2012.)

Korhonen ja Rajala sanovat kirjassaan, että vaikka viestinnän arvostus on noussut 2000-luvulla, niin se on jäänyt arvostuksessa ulkoisen viestinnän jalkoihin. Usein se nähdään tylsänä toimintona, mutta kun sisäiseen viestintään panostetaan hieman enemmän, tämän vanhentuneen käsityksen voi unohtaa. Näin ollen tehokas ja hyvin hoidettu sisäinen viestintä lisää työn mielekkyyttä, sitouttaa ja motivoi henkilöstöä ja auttaa välittämään organisaatiosta yhtenäistä kuvaa myös ulospäin. (Korhonen & Rajala 2011, 34-35.)

Työnantajan ja työntekijän välisiä suhteita tärkeämpää on asiakkaan ja toimittajan tai tilaajan väliset suhteet, minkä vuoksi rajat työyhteisön sisäisen ja ulkoisen välillä hämärtyvät. Viestintä kohdistuu kunkin yksilön omien motiivien palvelemiseen, ei niinkään yhteisten asioiden hoitamiseen. Asiakkaan rooli on keskeinen. Viestinnän tulee lähteä asiakkaan tarpeista eikä niinkään työyhteisön päämääristä. (Koskela, Koskinen & Lankinen 2007, 111.)

4.2 Sisäisen viestinnän kanavat

Sisäisen viestinnän kanavia ovat esimerkiksi sisäiset uutiskirjeet, sähköpostit, toimitusjohtajan blogi, info- ja tiedotustilaisuudet, henkilöstön sisäiset koulutustilaisuudet, henkilöstölehdet, intranet, sähköiset ilmoitustaulut, kehityskeskustelut ja jopa organisaation sisällä liikkuvat epäviralliset huhut. (Korhonen & Rajala 2011, 84.)

Tiedottamisen kanava ja esitystapa valitaan sanoman sisällön, kiireellisyyden ja kohderyhmän mukaan. Sen kohteena voi olla yksi henkilö, työryhmä, yksikkö, koko yritys tai konserni. Henkilökohtainen keskustelu on tehokkain ja arvostetuin viestintäkanava. Parhaimmalkaan välineet eivät tee kasvoista kasvoihin tapahtuvaa viestintää tarpeettomaksi. (Kortetjärvi-Niemi ym. 2009, 109.)

Työyhteisöviestinnän käytännöt elävät jatkuvasti, sillä muuttuvassa ympäristössä reaaliaikainen tiedon jakaminen ja hallinta ovat organisaation menestyksen kulmakiviä. Viime vuosina on siirrytty paperitiedotteista sähköpostiin ja siitä edelleen internetiin. Se on muuttanut ihmisten käyttäytymistä merkittävästi mahdollistamalla vuorovaiku-

tuksen, yhteistyön, päätöksenteon, tiedon jakamisen ja yhteisen tiedon luomisen uusilla helppokäyttöisillä tavoilla. (Juholin 2009, 170.)

Juholinin mukaan sisäisen viestinnän kanavat voi jakaa lähi- ja kaukokanaviin, joiden välityksellä viestintää toteutetaan sekä suoraan että välitettynä. Suoran viestinnän lähikanavia ovat esimerkiksi lähin esimies, osastokokous, työyhteisön vapaa- muotoinen kohtaamis- ja kommunikointipaikat sekä työtoverit. Tätä kaikkea kutsutaan myös kasvokkaisviestinnäksi, koska vuorovaikutus on henkilöiden välillä tässä ja nyt. Suoria kaukokanavia ovat tiedotustilaisuudet, kokoukset ja neuvottelut, ylimmän johdon suora yhteydenpito sekä työtoverit ja -ystävät muissa yksiköissä. Näisäkin tapahtuu kasvokkaisviestintää, vaikka se ei olekaan kovin henkilökohtaista. Välitettyä lähiviestintää edustavat oman yksikön ilmoitustaulut, tiedotteet, lehdet verkkoversioineen sekä sähköposti. Välilliset kaukokanavat ovat osittain samoja kuin edellä, mutta niissä käsiteltävät asiat koskevat koko organisaatiota ja viestijät edustavat ylintä johtoa tai viestintä ammattilaisia. Erillisiä kaukokanavia ovat esimerkiksi toimintakertomukset, tietokannat verkossa, sisäinen radio ja tv, ylimmän johdon palstat ja blogit. Kanavia luokitellaan myös kasvokkaisviestintään, painettuihin, suullisiin ja sähköisiin/tietokonepohjaisiin kanaviin. Puhelimen rooli on muuttunut verkkoviestinnän myötä. Sähköpostiin verrattuna puhelin koetaan henkilökohtaisempana ja läheisempänä, joskaan se ei korvaa kasvokkaisviestintää. Tosin verkon yli tapahtuvissa puheluissa voidaan olla kasvokontaktissa kameran avulla. (Juholin 2009, 170-171.)

Viestintäfoorumit ovat vaihtoehto viestintäkanaville. Kanavahan pitää sisällään viestintäkulun suoraviivaisen etenemisen lähettäjältä vastaanottajalle. Foorumi taas on eksplisiittisesti vuorovaikutteinen tila, johon yhteisön jäsenet tulevat keskustelemaan ja käsittelemään tärkeitä ja vähemmän tärkeitä asioita. Foorumit luovat mahdollisuuden edellisille tehtäville. Ne myös yhdistävät työyhteisöt ja organisaatiot ulkomaailmaan. Foorumeilla toimitaan spontaanisti, puolivirallisesti tai virallisesti. Foorumeilla tapahtuu kaikki oleellinen vuorovaikutus joko ihmisten välisenä vuorovaikutuksena kasvotusten tai hyödyntäen teknologiaa. Foorumit jakaantuvat seuraaviin pääluokkiin: työfoorumit, hybridifoorumit, sisäiset ja ulkoiset verkostot ja niiden laajentuma sosiaaliseen mediaan, puoliviralliset foorumit ja viralliset foorumit. (Juholin 2008, 72-73.)

Korhonen ja Rajala kertovat kirjassaan esimiesten viestintäroolista ja sanovat, että esimiehet ovat ehdottomasti vahvin mahdollinen viestintäkanava, koska esimiesviestinnässä on usein mahdollista käyttää henkilökohtaista, jopa kasvotusten tapahtuvaa viestintää. Näin ollen vastaanottaja kuulee ja ymmärtää viestin paremmin kuin suurissa tiedotustilaisuuksissa esitetyn tai sähköisesti jaetun viestin. Kun viesti tulee suoraan lähimmältä, arvossa pidetyltä esimieheltä, on siihen helpompi sitoutua. Kaiken kaikkiaan hyvin viestivässä organisaatiossa esimiehet toimivat luotettavana ja laadukkaana viestinnän kanavana. Parhaassa tapauksessa esimiehistö toimii kuin perinteisesti katsotut kanavat. Viesti lähtee tähän ”kanavaan” yhtä luotettavasti kuin vaikkapa painettuun henkilöstölehteen. Oikein toimiessaan esimiehet ovat perinteisiä kanavia huomattavasti tehokkaampia henkilökohtaisuuden, kahdensuuntaisuuden ja arvovaltansa vuoksi. (Korhonen & Rajala 2011, 21-22.)

Organisaatioissa verkkoviestintä on mahdollistanut kommunikoinnin ajasta ja etäisyydestä riippumatta. Toisaalta verkkoviestinnän hyödyntäminen on vähentänyt kasvokkaista viestintää myös niissä tilanteissa, joissa kasvokkainen viestintä olisi yhtä mahdollinen viestintämuoto kuin teknologiavälitteinen viestintä. Kasvokkaisen viestinnän nähdään kuitenkin olevan organisaation toiminnan kannalta tärkeää. Vaikka teknologiavälitteisen viestinnän mahdollisuudet nähdään yhtäläillä organisaation toiminnan kannalta merkittävänä, nähdään kasvokkaisen viestinnän tarve ensiarvoiseksi. Aulan ja Jokisen mielestä kuitenkin onnistuneen viestinnän kannalta nähdään tärkeäksi, että kasvokkaisen viestinnän ja verkkoviestinnän välille syntyy tasapaino. (Aula & Jokinen 2007, 29-30.)

Organisaatioissa käytetään vaihtelevasti erilaisia verkkoviestinnän välineitä. Sähköpostin asema organisaation viestinnässä on erittäin vahva, siitä on tullut erottamaton osa työntekijän päivittäistä viestintämaisemaa. Sähköpostin lisäksi organisaatioissa käytetään yhä enemmän muun muassa pikaviestimiä, jotka ovat yleistyneet nimenomaan lisääntyneen sähköpostiviestinnän korvaajina. Sähköposti on yksinkertainen ja kustannustehokas tapa viestiä etäisyydestä ja ajasta riippumatta. Viestintä sähköpostitse ei edellytä viestijöiltä samanaikaista osallistumista viestintätapahtumaan. Sähköpostiviestinnän etuna on myös sähköpostiohjelman tallentama arkistojälki lähetetystä tai vastaanotetusta sähköpostista. (Aula & Jokinen 2007, 35.)

Sähköpostin rinnalla organisaatioissa käytetään ns. pikaviestimiä, joissa keskustelu tapahtuu reaaliaikaisesti tallentumatta. Usein juuri pikaviestien käyttämisellä korvataan sähköpostitse käytävää keskustelua, joka on hitaampaa kuin pikaviestimien samanaikainen viestintä. Intranet on myös organisaatioissa usein käytetty merkityksellinen sisäisen viestinnän kanava, josta tavallisimmin vastaa joko viestintäosasto tai henkilöstöhallinto. (Aula & Jokinen 2007, 44-45.)

4.3 Seuranta

Sisäiseen viestintään kuuluu sen tulosten seuranta ja arviointi, ne ovat toisiaan lähellä olevia, jossain määrin päällekkäisiä käsitteitä. Seuranta on luonteeltaan enemmän jatkuvaa ja sen tarkoitus on ensinnäkin todeta, onko aiotut asiat tehty. Tämä edustaa viestinnän tuotoksia. Seuranta hoituu yleensä osana vuosittaista raportointia ja jos suunnitelmat eivät ole toteutuneet, on tarpeen todeta syy ja mahdolliset jatkotoimenpiteet. Toiseksi seurannan kautta saadaan tietoon viestinnän välittömät vaikutukset, niin sanotut tulemat. Näitä ovat esimerkiksi mediajulkisuuden laatu ja määrä. Arviointi on sekä kertaluonteista että jatkuvaa ja sitä tehdään kahdesta syystä: a) tavoitteiden asettamiseksi ja b) sen selvittämiseksi, miten hyvin asetetut tavoitteet on saavutettu. Arvioinnin kohteena on viestintästrategiassa määritellyt tavoitteet tai linjaukset. Tavoitteiden saavuttamista eli varsinaista vaikuttavuutta selvitetään seuraavien kysymysten avulla:

1. Millaisia vaikutuksia tai muutoksia on saatu aikaan? Ovatko ne viestintästrategian tavoitteiden mukaisia?
2. Palvelevatko saavutukset koko yhteisön strategisia tavoitteita ja visiota?
3. Miten viestintää ja viestinnän osaamista on kehitetty? Millaista kehittämistä tarvitaan jatkossa?

Lopputuloksena syntyy kuva siitä, miten oikeaan osuvaa viestintä on ollut ja miten hyvin resursseja on hyödynnetty. (Juholin 2009 344-345.)

Siukosaaren mukaan sisäisen viestinnän onnistumista ja yhteisökuvan muodostumista kannattaa arvioida seuraavien seikkojen perusteella:

- missä ovat tiedonkulun suurimmat vajeet: mihin tietolähteisiin ja kanaviin on petytty?

- mitkä ovat tiedotuksen suurimmat häiriötekijät?
- mitä muuta tietoa henkilöstö kaipaa?
- miten esimiesviestintä on toiminut?
- miten esim. tiedotteet, henkilöstölehdet ja vuosikertomus on luettu ja ymmärretty?
- miten tiedotustilaisuudet ovat toimineet?
- miten yt-lain edellyttämät toimikunnat ovat saaneet tietoa?
- miten luottamushenkilöt ovat välittäneet tietoa edelleen toimihenkilöille ja työntekijöille?
- mitä yrityksestä tiedetään, onko tieto oikeaa ja onko yhteisökuva selkeä ja vahva?

(Siukosaari 2002, 120-121.)

Siukosaaren mukaan tuloksia on seurattava ensisijaisesti viestinnän kehittämisen kannalta. Sisäisen viestinnän onnistumisen ja yhteisökuvan muodostumisen arviointiin on olemassa muutamia keinoja. Suuremmissa organisaatioissa sisäistä viestintää voidaan seurata tutkimusten avulla, jotka suoritetaan tieteelliseltä pohjalta haastatteleamalla vaaditun suuruista otosta. Paljon selviää itse organisaatiossa vain kuuntelemalla esimerkiksi puheenvuoroja, kommentteja jne. Järjestelmällistä seurantaorganisaatioissa ovat haastattelut, joilla esimerkiksi viestintävastuullinen kerää tietoa henkilöstöltä viestinnän onnistumisesta. Oman seurannan kautta tulevaa tietoa voidaan hyödyntää välittömästi ja jatkuvasti. (Siukosaari 2002, 120-121.)

4.4 Viestintätyytyväisyys

Juholinin mukaan viestintätyytyväisyys voidaan jakaa neljään ulottuvuuteen: tyytyväisyys 1) omaan työhön, 2) viestien sisältöihin eli saatuun tietoon, 3) viestinnän parantamiseen ja kehittämiseen ja 4) viestinnässä käytettävien kanavien tehokkuuteen. (Juholin 1999, 73.)

Tyytyväisyys omaan työhön ja tyytyväisyys työyhteisön viestintään ovat sidoksissa toisiinsa. Kun ihminen on tyytyväinen työhönsä ja työyhteisöönsä, hän on myös tyy-

tyväinen viestintään. Toisaalta tyytyväisyys viestintään ennustaa tyytyväisyyttä ja sitoutumista työyhteisöön. (Kortetjärvi-Nurmi ym. 2009, 106.)

Yrityksen sisäisessä viestinnässä ongelmaksi saattaa nousta tiedon määrä, jolloin tietoa voi olla liian vähän tai liian paljon. Ja kun tietoa on liikaa, sitä ei ehditä tai osata käyttää hyväksi. Kun tietoa sanotaan olevan liian vähän, kyse ei monesti olekaan tiedon määrästä vaan sisällöstä, jolloin tietoa ei saada niistä asioista, joista sitä halutaan. (Kortetjärvi-Nurmi ym. 2009, 106.)

Viestintätyytyväisyys on sidoksissa erityisesti johtamistyyliin ja sitä kautta viestinnän sisältöihin. Johtamistyyli konkretisoituu johdon ja esimiesten valmiudessa viestiä alaisilleen yrityksen suunnitelmista ja tavoitteista sekä halussa kuunnella heidän näkemyksiään ja vastata heidän kysymyksiinsä. (Kortetjärvi-Nurmi ym. 2009, 106.)

Työntekijän viihtyisyys työyhteisössä on tärkeää. Sisäisessä viestinnässä tulisi painottaa tiedon asemesta elämyksellisyyttä. Työntekijän osaaminen on saatava esiin, jotta sitä voidaan hyödyntää parhaalla mahdollisella tavalla. Viestinnän avulla olisi-kin työyhteisön sisälle mutta myös ulospäin luotava avoimet kykymarkkinat. Koska yksilöt eivät enää sitoudu työyhteisöön tai työtehtävään niin kuin ennen, työyhteisön tulee tukea yksilön sitoutumista itsensä kehittämiseen. Viestintätyytyväisyys voi olla ristiriitainen mittari, eikä sillä välttämättä ole yhteyttä työsuoritusten paranemiseen. Työyhteisön jäsenen yleinen välinpitämättömyys työyhteisöä kohtaan saattaa ilmentyä näennäisenä tyytyväisyytenä. Sen sijaan ne, jotka eivät ole tyytyväisiä viestintään, voivat olla niitä, jotka todella ovat kiinnostuneita työyhteisön kehittämisestä. (Koskela ym. 2007, 111.)

5 INTRANET OSANA VIESTINTÄPALETTIA

Intranet sanana alkoi yleistyä viime vuosituhaten lopulla. Aluksi se esiintyi lähinnä IT-väen keskuudessa, josta se levisi nopeasti laajempaan käyttöön. (Kuivalahti & Luukkonen 2003, 9.)

Intranet on yhteisön tai organisaation sisäiseen käyttöön tarkoitettu, internetteknologiaan perustuva verkkopalvelu tai verkkosivusto, joka löytyy jo lähes kaikista suurista organisaatioista Suomessa ja ulkomailla. (Lehmuskallio 2008.) Intranet organisaation sisäisenä tietoverkkona on monissa organisaatioissa korvannut viikko-, pika-ym. -tiedotteet ja tiedotuslehdet joko osittain tai kokonaan. (Kortetjärvi-Nurmi ym. 2008, 113.)

Intranetin laatu syntyy sisällön ymmärrettävyydestä ja selkeydestä, tiedon löytymisen helppoudesta sekä palautteen aktiivisesta kuuntelusta. (Kuivalahti & Luukkonen, 2003, 46.) Suhtautuminen intranetiin vaihtelee, osalle siellä käynti on jokapäiväinen rutiini ja ajantasaisen tiedon hakupaikka ja osalle se voi olla turhauttava kokemus, jos tietoa ei löydy tai se on vanhaa.

5.1 Intranetin roolit

Intranet voi olla operatiivinen väline, jolla se voi ohjata organisaatiota tekemään asioita oikein, mutta intranet voi olla myös strateginen väline ja näin ollen ohjata organisaatiota tekemään oikeita asioita. Yleisesti intranetiä pidetään strategisena työvälineenä ja viestintäkanavana, jolloin intranetin keskeisenä tehtävänä tulisi olla strategian toteutumisen ja tavoitteiden saavuttamisen tukeminen, ei vain niiden esitleminen. (Lehmuskallio 2008.)

Intranetin päätehtävinä pidetään yleisesti mm. seuraavia tehtäviä:

- tiedon jakaminen ja arkistointi
- vuorovaikutuksen lisääminen
- yhteisön jäsenten tavoittaminen nopeasti
- yhteisön strategian esitleminen ja jalkauttaminen
- yhteisöllisyyden ja yhteenkuuluvuuden lisääminen etäisyyksistä huolimatta
- yhteisöidentiteetin rakentaminen ja vahvistaminen
- yhteisön jäsenten tarvitsemien palvelujen ja työvälineiden tarjoaminen

(Lehmuskallio 2008.)

Siukosaari kirjassaan erottelee intranetille yhteisöviestinnän näkökulmasta neljä eri roolia. Intranet voi toimia koko organisaation tietovarastona, jolloin hajallaan oleva tieto voidaan koota intranetiin, ja näin tieto on kaikkien saatavilla. Intranet voi toimia myös tiedon etsimisen apuvälineenä, vaikka se itsessään sisältää tietoa niin se voi sisältää linkkejä muihin tietolähteisiin. Siukosaari nimittää intranetiä myös ”leirinuotioksi”, paikaksi jossa työntekijät voivat kokoontua saadakseen ja antaakseen tietoa. Intranet voi toimia myös oppimisympäristönä. Materiaalit voidaan näin jakaa verkossa sekä pitää niitä ajan tasalla. Olennaista on tarjota mahdollisuus vuorovaikutukseen. (Siukosaari 2002, 210-211.)

5.2 Intranetin hyödyt

Intranetin suosioon on monia syitä. Intranet helpottaa tiedonvälitystä ja yhteistyötä erityisesti suurissa organisaatioissa, joissa mahdollisuus kasvokkain kanssakäymiseen on kustannus- tai muista käytännön syistä hankalaa tai mahdotonta. Tiedonvälityksen nopeus ja kustannustehokkuus tarjoavat mahdollisuuden myös organisaation jäsenten aiempaa tasavertaisempaan kohteluun: tietoa voidaan jakaa kaikille intranetin käyttäjille samanaikaisesti yli aikavyöhykkeiden ja maantieteellisten rajojen. Intranet mahdollistaa internetsivustojen tapaan sekä tiedon tallentamisen että sen välittämisen hyödyntämällä mm. tekstejä, kuvia, grafiikkaa, videoita sekä ääntä. Multimediummahdollisuuksiensa lisäksi intranet tukee organisaation sisäistä, monisuuntaista viestintää ja mahdollistaa organisaatorajat ylittävän yhteistyön ja työn ohjaamisen tarjoamalla virtuaalisia työtiloja tiimien käyttöön. (Lehmuskallio 2008.)

Viestintä koostuu monenlaisista kanavista ja intranet on niistä vain yksi ja muihin verrattuna sen tärkeimpiä etuja ovat nopeus, kattavuus ja tosiaikainen kohdistettavuus. Intranetiin on mahdollista sisällyttää kattavasti monipuolista tietoa. (Kuivalahdi & Luukkonen 2003, 51.) Vuorovaikutus on tiedon välittämisen ohella intranetin tärkeä funktio. Intranetissä voidaan käydä online-keskustelua, jolloin kysymykset ja vastaukset ovat kaikkien nähtävillä samanaikaisesti. (Kortetjärvi-Nurmi ym. 2008, 113.) Mitä isompi organisaatio on kyseessä, sitä enemmän intranetistä on hyötyä. Päällekkäistä työntekoa vältetään, kun omat tuotokset annetaan muidenkin käyttöön. (Siukosaari 2002, 210.)

Intranetistä on muodostunut virtuaalinen työskentely-ympäristö, jossa voidaan opiskella, suunnitella, tehdä yhteistyötä, jalostaa tietoa ja ajatuksia ja vaikkapa myydä kirpputorituotteita. Yritysjohdon näkökulmasta intranet on henkilökohtaisin ja tehokkain tapa kommunikoida henkilöstöryhmien kanssa. Se on parhaimmillaan muutoksen johtamisen tehokas väline. (Juholin 2009, 266.) Juholin mainitsee myös, että hyvää intranetissä on, että se on ainakin jossakin määrin korvannut tai vähentänyt sähköpostin käyttöä. (Juholin 2003, 176.)

5.3 Käytön haasteet

Intranet on tehokas viestintäkanava, mutta sekään ei tue organisaation tavoitteita, jos sieltä ei löydy relevanttia tietoa, opastusta ja yhteyksiä ilman turhauttavaa järjestelmän ehdoilla etenemistä. Merkittävä osa intranetin käytön haasteista on teknologisia. Teknisten edellytysten täytyy olla kunnossa, jotta intranet voidaan organisaatiossa ottaa käyttöön. Pohjimmiltaan intranetkin on vain kanava, jossa on erilaisia välineitä auttamaan viestinnässä, mikäli niitä käytetään oikein ja riittävän järkevästi. Pienellä opettelulla, käsitteiden selkiyttämällä ja riittävän perusteellisella esityöllä voidaan intranethankkeissa saada nopeita tuloksia ja laadukasta viestintää. (Kuivalahti & Luukkonen 2003, 158.)

Alasillan mukaan on uskallettava myös kyseenalaistaa intranetin käyttöä, koska siitä on tullut vaarallisellakin tavalla itsestään selvyys. Se on tuonut tietysti myös myönteistä rutiinia ja monessa organisaatiossa intranetin tietoa sekä tuotetaan että käytetään jo luontevasti ja tehokkaasti, mutta huomiotta ei kannata jättää sitä, miten suuressa määrin intranet-viestintää toteutetaan näppituntumalla ja näennäistiedon varassa. Organisaatiossa on oltava rohkeutta katsoa, miten intranet todella palvelee henkilöstön osaamista ja itse organisaation laatua ja tulosta. Jos intranet ei kaiken aikaa kehity, sen sisältö muuttuu helposti tarpeettomaksi. Jos organisaatio taas oivaltaa jatkuvan parantamisen mahdollisuudet, intranetistä tulee osaamisen ja oppimisen lähde, jossa jokainen tiedon ammentaja samalla myös jalostaa sitä. (Alasilta 2000, 253.)

Kuivalahden ja Luukkosen mielestä ehkä intranetin suurin haaste on asenteissa, jolloin sekä työntekijöiden että organisaation johdon tulee löytää intranet vuorovaiku-

tuksen kanavaksi eikä ainoastaan paikaksi, jossa tietoa säilytetään. (Kuivalahti & Luukkonen 2003, 53.) Juholininkin mukaan asenteilla on ratkaiseva rooli intranetin käytössä, koska osalle intranetissä käyminen on päivittäinen rutiini ja ratkaisu ajantasaisen tiedon päivittämiseen ja osalle se on taas turhauttava kokemus, koska haluttua tietoa ei löydy. (Juholin 2009, 176.)

5.4 Intranetin kehittäminen

Toimivan intranetin rakentamiseen ja parantamiseen tarvitaan koko organisaation panosta. Jotta henkilöstö lähtisi intranetin kehittämiseen mukaan, heille pitää kertoa, että mihin intranetillä tähdätään. Alasilta listaa muutamia kohtia, joihin vastaamalla päästään rakentamaan parempaa verkkopalvelua:

- Miten vähennetään tulostusta?
- Miten vähennetään matkustusta?
- Miten helpotetaan tiedon löytämistä?
- Miten nopeutetaan oppimista?
- Miten saadaan käyttäjä mukaan tiedon jalostukseen?

(Alasilta 2000, 255.)

Laadukkaassa ja toimivassa intranetissä sisältö on ajantasaista, sisältöä voi tuottaa ja käyttää joustavasti, sisältö on avoimesti koko organisaation saatavilla, kaikilla on mahdollisuus vuorovaikutukseen ja intranet tukee epälineaarista ajattelua ja ilmaisua. Hyvin johdettu intranet-projekti voi tuottaa paljon muutakin kuin toimivan ja tehokkaan intranetin. Se luo parhaimmillaan uusia, perinteiset organisaatorajat ylittäviä yhteistyömuotoja. Intranetin pääajatuksiin kuuluu, etteivät useat eri kirjoittajat enää laadi samasta asiasta hieman erilaista tekstiä vaan niin, että yksi tekee tekstin kunnolla ja toiset lainaavat linkin avulla sitä omiin sisältöihinsä. Teoriassa tämä tuntuu itsestään selvältä asialta, mutta käytännössä sen toteuttaminen edellyttää uusia asenteita ja toimintatapoja. Iso muutos on myös se, että informaation passiivisesta vastaanottajasta tulee tiedon aktiivinen etsijä ja jalostaja. (Alasilta 2000, 258-259.)

5.5 Sosiaalinen intranet

Aulan ja Jokisen mukaan intranet nähdään organisaatioissa vuorovaikutuksen mahdollistavana areenana. Avoin ja aktiivinen vuorovaikutus intranetin tarjoamalla areenalla näyttää olevan mahdollista mikäli organisaation viestintä- ja toimintakulttuuri tukee sitä. Lisäksi käyttäjillä eli organisaatioissa työskentelevillä henkilöillä tulee olla tarve ja motivaatio keskusteluun. Oikein hyödynnettynä intranet mahdollistaa organisaation vireän vuorovaikutuksen ja toimivan tiedon jakamisen jalustan. Toisaalta väärin hyödynnettynä intranet voi heikentää organisaation sisäistä vuorovaikutusta sekä toimintakulttuuria. (Aula & Jokinen 2007, 47.)

Blogissaan Heidi Selkäinaho pohtii miten viime aikoina on saanut kuulla eri ihmisiltä työpaikkojensa ongelmista, jotka usein liittyvät viestintään. Esimerkkeinä viestinnän tahmeus, kun asioita yritetään kiireessä kehittää pitkissä sähköpostiketjuissa, matriisiorganisaation tuomissa ongelmissa, kun ei tiedetä miten siellä pitäisi toimia ja motivaation puuttuminen, kun omaan työhön ei pääse vaikuttamaan. Selkäinahon mukaan useisiin tämän tyyppisiin ongelmiin ratkaisuksi olisi sosiaalinen intranet. Ja se onkin saanut hänet miettimään, että miten vuonna 2013 useimmat organisaatiot ovat paikkoja, joissa ei ole mahdollisuutta kommunikoida vapaasti, vaikka jo lähes 20 vuotta ihmisten on ollut mahdollista jakaa lähes mitä tahansa suoraan reaaliaikaisesti koko maailmalle internetin kautta. Ja nykyisin Facebook ja Twitter tekevät sen jopa helpoksi. Jotain siis tapahtuu, kun astumme työpaikallemme, hyväksymme työpaikkojen tiukat viestintäsäännöt, vaikka työpaikan ulkopuolella jokaisella on mahdollisuus saada äänensä kuuluviin. (Selkäinaho 2013.)

Selkäinahon mielestä on aika vaatia muutosta, jos oman organisaation viestintäsäännöistä löytyy esimerkiksi, että intranet on viestintäkanava, johon saa laittaa vain tarkistettuja ja hyväksytyjä viestejä tai yksiköiden välillä viestit kulkevat vain esimiehen kautta ja viestin välitykseen voi mennä viikkoja. Luultavasti tällaisten jähmeiden organisaatioiden johtajat tuskin tietävät, että mitä ja ketä he johtavat sekä mitä talossa on meneillään ja osaamista organisaatiossa on, joten näin ollen voidaan myös olettaa, että organisaatiossa tehdään toisistaan tietämättä päällekkäisiä töitä. Suurten ikäluokkien jäädessä eläkkeelle työvoima vähenee, mutta uskaltavatko yritysten johtajat

tunnustaa, ettei heillä ole enää varaa toimia nykyisillä, tehottomilla viestintätavoilla vaan niitä on kehitettävä eteenpäin. (Selkänaho 2013.)

Jokainen organisaatio tarvitsee nykyistä avoimemman viestintäkulttuurin sekä väli-
neen, jolla voi viestiä helposti organisaation tasolla. Oikein johdettu sosiaalinen intranet on nopein tapa ottaa käyttöön koko organisaation osaamispotentiali, motivoi-
da henkilöstöä tekemään työnsä ilolla sekä tehostaa työtä niin, että on mahdollista selvitä pienenevillä resursseilla. Sosiaalinen intranet toimii parhaimmillaan siten, että kukin työntekijä voi ja uskaltaa vapaasti kommunikoida koko organisaatiolle tai rajatummille ryhmille avoimissa keskusteluketjuissa. Työntekijät kokevat, että omaan työtehtävään kuuluu muille viestiminen siitä, mitä on meneillään. Parhaimmillaan sosiaalinen intranet on kysymysten kysymisessä, koska näin vastaus saattaa tulla taholta jolta ei olisi osannut edes kysyä. Samalla koko organisaatio oppii, kun asioita käsitellään näkyvästi eikä suljetuissa tiloissa. (Selkänaho 2013.)

Muutokset tapahtuvat pienin askelin, koska viestintäkulttuuri ei muutu sillä, että intranetin etusivulle laitetaan kenttä, johon kuka tahansa voi kommentoida. Kulttuurin muutos vaatii jatkuvaa työtä ja rohkaisemista, se vaatii, että jokaiselle työntekijälle kerrotaan ja näytetään esimerkin tavoin miten hänen työssään voi kommunikoida intranetin kautta ja miten hänen toivotaan toimivan. Muutos vaatii paljon aikaa ja rohkeita suunnannäyttäjiä. Avainasemassa on salliva ilmapiiri ja se syntyy vain, jos johdoto sitoutuu viestintäkulttuurin muutokseen. Ensimmäinen askel kohti sosiaalista intranetiä on johdon motivoiminen oikeaan suuntaan. (Selkänaho 2013.)

Tulokset voivat yllättää kaikki, jos sosiaalinen intranet saadaan vauhtiin. Sitä voi miettiä miten käy esimerkiksi työmotivaatiolle, jos vuosikausia rakennetut viestintämuurit työpaikalla kaatuvat ja organisaatio on motivoitunut, tasa-arvoinen yhteisö, jossa kaikki tuntevat toisensa ja löytävät joka päivä yhdessä jotain uutta. Sosiaalisen intranetin myötä myös johtajat saavat suoran näkyvyyden siihen, mitä organisaatiossa on meneillään ja mikä henkilöstöä askarruttaa. Henkilöstön näkökulmasta tapahtuu valtava muutos. Tiedon kulkua ei enää mitata viikoissa vaan sekunneissa eikä asioita kuule enää ainoastaan esimiehen kautta viikkopalaverissa. Jokainen työntekijä voi osoittaa omaa osaamistaan sosiaalisen intranetin kautta jakamalla tietoa ja vastaamalla muiden kysymyksiin. Palaute liikkuu sosiaalisessa intranetissä luontevasti,

kun kuka tahansa voi kehua ja kiittää toista. Sähköpostin määrä vähenee, kun siellä ei enää etsitä vastauksia ongelmiin eikä asioita pyöritetä suljetuissa sähköpostiketjuissa vaan avoimesti sosiaalisessa intranetissä. (Selkäinaho 2013.)

Sosiaalisen intranetin hyödyt ovat rajattomat ja ne ovat kaikkien saatavilla. Se on kuitenkin muistettava, ettei pelkkä välineen hankinta riitä, vaan onnistumiseen tarvitaan organisaatiokulttuurin muutos. (Selkäinaho 2013.)

6 KYSELYTUTKIMUS SAMKIN INTRANET INTO KÄYTÖSTÄ

Tässä opinnäytetyössä tutkitaan Satakunnan ammattikorkeakoulun uusitun henkilökuntaintranetin käyttöä, sen käytettävyyttä, hyödynnettävyyttä sekä henkilökunnan kokemuksia intranetin sisällöstä ja ulkoasusta vajaa vuosi käyttöönoton jälkeen.

SAMKissa käynnistettiin vuoden 2011 alusta intranet-palvelujen uudistamiseen liittyvä projekti, johon rehtori nimesi projektiryhmän jäsenet. Projektin tarkoituksena oli siirtää nykyisillä julkisilla www-sivuilla oleva sisäiseen käyttöön tarkoitettu materiaali muiden sähköisten palvelujen ohella uuteen opiskelijaintranettiin sekä uudistaa tämän toteuttamisen jälkeen nykyinen henkilöstöintranet tekniseltä pohjaltaan opiskelijaintranetin kaltaiseksi. Julkinen www-sivusto jäisi näin ollen ulkoisten kohdeyhmien markkinointi- ja infokanavaksi, kun taas jokapäiväiseen toimintaan liittyvä materiaali ja toiminnot löytyisivät opiskelija- ja henkilökuntaintranetista. Tarkoituksena oli myös muuttaa sivustojen käyttö organisaatiolähtöisestä käyttäjälähtöiseksi. (Rehtori Pynnän päätös 13.5.2011.)

Uusitun intranetin nimestä järjestettiin kilpailu, johon jokainen samkilainen sai osallistua. Elokuussa vuonna 2012 SAMKin henkilökunnalle tarkoitettussa henkilöstöpäivässä julistettiin introjen nimikilpailu. Näin ollen jokaisella henkilökuntaan kuuluvalla oli mahdollisuus osallistua ja vaikuttaa nimen valintaan. Kilpailun tuloksena SAMKin sisäinen verkkopalvelu sai nimen Into. (Valtokivi henkilökohtainen tiedonanto 23.8.2012.)

6.1 Organisaation esittely

Satakunnan ammattikorkeakoulu (SAMK) on n. 6000 opiskelijan ja yli 400 asiantuntijan monialainen, kansainvälisesti suuntautunut korkeakoulu. SAMK toimii länsirannikolla; meren äärellä ja Kokemäenjoen varrella. SAMK antaa koulutusta neljällä paikkakunnalla: Porissa, Raumalla, Huittisissa ja Kankaanpäässä ja kampuksia on kahdeksan. Koulutus jakaantuu osaamisalueille, jotka ovat: Hyvinvointi, Terveys, Palveluliiketoiminta, Logistiikka ja meriteknologia, Energia ja rakentaminen ja Informaatiotekniikka. SAMKissa voi suorittaa AMK-tutkintoja ja ylempiä AMK-tutkintoja. Tutkimus-, kehitys- ja innovaatiotoimintaa harjoitetaan osaamisalueilla, ja se kuuluu olennaisena osana kaikkiin tutkintoihin. Tulevaisuuden energiaratkaisut, terveys- ja hyvinvointiosaaminen, innovatiiviset palvelut, meriosaaminen sekä korkeakouluyrittäjyys ovat SAMKin strategian mukaisia painoaloja. SAMKin toiminta vakinaistettiin vuonna 1997 ja nykyisin ylläpitäjänä toimii Satakunnan ammattikorkeakoulu Oy. (SAMKin www-sivut 2014.)

6.2 SAMKin intranet Into

Into on SAMKin tärkein sisäisen viestinnän kanava ja tämän opinnäytetyön tarkoituksena on kartoittaa sen käyttöä ja toimivuutta henkilökunnan keskuudessa. Tämä kartoitustyö on tämän tutkimuksen tutkimusongelma. Kysely tehtiin koko SAMKin henkilökunnalle, jonka avulla pyrittiin selvittämään heidän kokemuksiaan intranetistä.

SAMKin toimiessa hajallaan eri paikkakunnilla on Into yksi yhteinen sisäisen viestinnän kanava, jonka kautta tietoa jaetaan eri kampuksille samanaikaisesti. Tällä tavoin tarvittava ja ajantasainen tieto saavuttaa koko henkilökunnan ja samalla vähentää myös sähköpostien määrää.

Intoon kirjautuessa käyttäjälle avautuu Oma työpöytä, jossa näkyviin tulee keskustelupalsta, ilmoitustaulu, tapahtumakalenteri, uutiset, oman valinnan mukaan RSS -syötteet sekä henkilökohtainen työtila. Henkilökohtaisessa työtilassa näkyy tapahtu-

mat ja muutokset intrassa, ryhmätyötila ja omat suoralinkit. Tätä näkymää voi muokata omien tarpeiden sekä mieltymysten mukaan.

Intossa on myös seuraavia osioita, joiden taakse on sijoitettua aiheeseen liittyvää tietoa:

- ✓ työsuhde
- ✓ työvälineet
- ✓ palvelut
- ✓ hallinto
- ✓ turvallisuus
- ✓ opetus
- ✓ opinnäytetyöohje
- ✓ toiminnot

Edellä mainittujen toimintojen lisäksi Intossa on henkilöstöhakemisto, asiasana - haku, linkit laatukäsikirjaan, e-lomakeohjelmaan, Personec F, matkustusohjelma TEMiin, sähköiseen ostolaskuohjelma Baswareen, arkistointi- ja asiakirjahallintaohjelma TWebiin, SAMK Moodleen, SAMK Outlookiin, WinhaWilleen, WinhaWiiviin ja SoleOpsiin.

6.3 Tutkimustapa

Tutkimusote valitaan tutkimusongelman mukaan. Laadullinen eli kvalitatiivinen tutkimus on kaiken määrällisen eli kvantitatiivisen tutkimuksen pohjalla. Laadullinen tutkimus selvittää ilmiön, ilmiöön vaikuttavat tekijät ja niiden väliset riippuvuussuhteet. Kvalitatiivinen tutkimus vastaa kysymykseen ”mitä”. Mistä tässä on kyse? Mikä tämä ilmiö on? Kvantitatiivinen tutkimus taas edellyttää tutkittavan ilmiön tekijöiden, parametrien tai muuttujien tuntemista. Ei voida suorittaa mittauksia, jos ei tiedetä, mitä mitataan. Kvantitatiivinen tutkimus voidaan tehdä vasta siinä vaiheessa, kun tutkittava ilmiö on riittävän täsmentynyt. Täsmentämiseen voidaan käyttää laadullista tutkimusta. Usein se, että kvalitatiivinen tutkimus edeltää kvantitatiivista tutkimusta, voidaan nähdä tutkimusmenetelmien eräänlaisena paremmuuskysymyksenä. Tästä ei

kuitenkaan ole kyse, vaan, siitä, että menetelmät soveltuvat erilaisiin lähtökohtatilanteisiin. (Kananen 2011, 17-18.)

Tässä opinnäytetyössä tutkimustavaksi on valittu määrällinen eli kvantitatiivinen tutkimustapa. Tutkimustavan pääasiallisena perusteena on se, että kyseessä on jo henkilökunnan keskuudessa tunnettu ilmiö, intranet, joka on ollut henkilökunnan käytössä, mutta nyt sitä on uudistettu. Tutkimuksen tarkoituksena on saada numeerista tietoa sen käytöstä ja hyödynnettävyydestä työssä, mielipiteitä sen toimivuudesta ja sisällystä sekä mielipiteitä mahdollisista parannuksista. Kvantitatiivisessa tutkimuksessa tiedetään, mitä tutkitaan ja mitä kysymyksiä esitetään, koska kvantitatiivinen tutkimus perustuu teorioille ja malleille, jotka selittävät käytännön ilmiöitä. Tutkimuksessa ratkaistaan tutkimusongelma, joka muutetaan tutkimuskysymyksiksi. Tutkimuskysymyksille haetaan aineiston avulla vastaukset, jolloin tutkimusongelma ratkeaa. Kvantitatiivisen tutkimuksen tiedonkeruumenetelmänä käytetään kyselylomaketta, joka koostuu ilmiön muuttujia ja muuttujien ominaisuuksia koskevista kysymyksistä. (Kananen 2012, 122.)

Kvantitatiivista eli määrällistä tutkimusta voidaan nimittää myös tilastolliseksi tutkimukseksi. Sen avulla selvitetään lukumääriin ja prosenttiosuuksiin liittyviä kysymyksiä. Se edellyttää riittävän suurta ja edustavaa otosta. Asioita kuvataan numeeristen suureiden avulla ja tuloksia voidaan havainnollistaa taulukoin tai kuvioin. Usein selvitetään myös eri asioiden välisiä riippuvuuksia tai tutkittavassa ilmiössä tapahtuneita muutoksia. Kvantitatiivisen tutkimuksen avulla saadaan yleensä kartoitettua olemassa oleva tilanne. (Heikkilä 2008, 16.)

Kokonaistutkimuksessa tutkitaan jokainen perusjoukon eli populaation jäsen. Se kannattaa tehdä, jos perusjoukko on pieni: kvantitatiivisessa tutkimuksessa yleensä aina, jos yksiköiden lukumäärä on alle sata, mutta varsinkin kyselytutkimuksissa jopa 200-300:n suuruisesta perusjoukosta. (Heikkilä 2008, 33.) Tässä työssä kokonaistutkimuksen valinnan perusteena oli, että tällä tavalla koko SAMKin henkilökunnalla oli mahdollisuus tuoda mielipiteensä julki ja näin saatiin tutkimukseen suurempi otos, joka on myös tarpeeksi kattava tutkimusaineisto. Tutkimuksen aiheenkin kannalta on tärkeää, että koko henkilöstö pääsee osallistumaan tutkimukseen ja tällä tavoin saadaan mahdollisimman kattava kuva henkilöstön mielipiteistä liittyen in-

tranetiin. Tavoitteena on saada koko henkilöstöä joustavasti ja helppokäyttöisesti palveleva intranet, joka on kaikkien jokapäiväinen työväline ja tämän pohjalta on tärkeää saada kaikkien halukkaiden mielipiteet kuuluviin.

6.4 Tutkimuksen toteuttaminen

Kyselymenetelmä on tehokas, koska se säästää tutkijan aikaa ja vaivannäköä. Tällä tavalla kerättävän tiedon käsittelyyn on kehitetty tilastolliset analyysitavat ja raportointimuodot, joten tutkijan ei tarvitse itse kehitellä uusia aineiston käsittelytapoja. Aineisto voidaan kerätä ainakin kahdella päätävällä: posti- ja verkkokyselynä sekä kontrolloituna kyselynä. Vaikka tutkimuksen aihe on tärkein vastaamiseen vaikuttava seikka, voidaan myös lomakkeen laadinnalla ja kysymysten tarkalla suunnittelulla tehostaa tutkimuksen onnistumista. (Hirsjärvi ym. 2009, 195-203.)

Itse kyselytutkimus suoritettiin SAMKissa tammikuun kahden viimeisen viikon aikana. Tutkimuksen piiriin valittiin SAMKin koko henkilöstö, joka tarkoittaa käytännössä sitä, että tutkimuksen perusjoukko kattoi kaikki SAMKissa työskentelevät henkilöt. Kyselytutkimus toteutettiin kokonaan e-lomake -kyselynä. Kyselylomakkeen (Liite 1) rakennetta tarkastellaan tarkemmin luvussa 6.4.1.

Ennen kyselyn avaamista vastaajille se testattiin muutaman testivastaajan toimesta. Näin haluttiin varmistua, että kysymysten kieli ja rakenne olivat selkeitä. Itse kyselylinkki ja saatekirje (Liite 2) lähetettiin suoraan sähköpostilla koko henkilökunnalle ja viikon vastausajan jälkeen lähetettiin vielä muistutusviesti (Liite 3) sähköpostitse. Sähköpostisaatteessa kerrottiin lyhyesti tutkimuksen aihe, miksi kysely toteutettiin sekä mihin tuloksia tullaan käyttämään. Näiden lisäksi kerrottiin, että kyselyyn on mahdollista jättää yhteystiedot ja näin osallistua SAMK tuotteiden arvontaan. Kyselyn vastaukset käsiteltiin nimettöminä ja luottamuksellisina, nimi- ja yhteystietoja käytettiin ainoastaan arvonnassa.

6.4.1 Kyselylomakkeen rakenne ja sisältö

Kysymyslomaketta laadittaessa on huomioitava, että lomake on selkeä, kysymysten pitää olla mahdollisimman tarkkoja, ei yleisluonteisia ja lyhyet kysymykset ovat parempia kuin pitkät. Mieluummin kannattaa tarjota valittavaksi vaihtoehtoja kuin mielipiteitä samoin kuin ennemmin monivalintavaihtoehtoja kuin samaa mieltä/eri mieltä -väittämiä. Kysymysten määrää ja järjestystä kannattaa miettiä tarkasti. Yksittäisillä sanavalinnoilla voi olla merkittävä vaikutus, joten ei kannata käyttää liiaksi alan ammattikieltä tai sanoja, jotka ovat vastaajille mahdollisesti outoja. (Hirsjärvi ym. 2009, 195-203.)

Kyselylomake laadittiin kuunnellen SAMKin viestinnän ammattilaisia sekä muutamia muita aiheesta tietoisia olevia henkilökunnan edustajia, tarkoituksena, että kysely palvelisi mahdollisimman hyvin Inton kehitystä. Aihealueesta olisi voinut laatia huomattavasti pidemmänkin kyselyn, mutta tutkimuksessa päädyttiin kysymään vain keskeisimpiä asioita aiheesta. Tähän päädyttiin siitäkin syystä, ettei lomake olisi liian pitkä, jolloin vastaajien mielenkiinto kyselyn loppuvaiheessa aihetta kohtaan olisi voinut heikentyä.

Kyselyyn tuli yhteensä 21 kysymystä, joista yksi oli omien yhteystietojen jättämistä varten. Kyselyn vastaukset käsiteltiin nimettöminä, yhteystietojen täyttäminen liittyi ainoastaan vastaajien kesken järjestettyyn arvontaan.

Kyselylomake oli jaettu kolmeen ryhmään: vastaajan taustatietoja kuvaavat kysymykset, Inton käyttöön liittyvät kysymykset sekä sen sisältöä ja ominaisuuksia koskevat kysymykset. Taustatietoihin liittyi neljä kysymystä, käyttöä koskevia kysymyksiä oli viisi ja loput yksitoista kysymystä tarkastelivat Inton sisältöä ja ominaisuuksia.

Kyselyssä oli kahden tyyppisiä kysymyksiä, suljettuja valintakysymyksiä sekä avoimia kysymyksiä. Kysymystyyppien suunnittelussa ja valinnassa käytettiin harkintaa ja suunnittelua ja näin ollen monivalintakysymykset todettiin useimmissa kysymyksissä parhaimmaksi vaihtoehdoksi, koska avoimiin kysymyksiin on usein vaikeampi saada vastauksia. Suljetuilla valintakysymyksillä pyrittiin saamaan tilastollista tietoa.

Avoimia kysymyksiä käytettiin silloin, kun haluttiin vastaajan kertovan omia ajatuksiaan ja näkökantojaan. Inton jatkokehityksen ja parantamisen kannalta tällaiset kysymykset ovat tärkeitä. Varsinaisista kysymyksistä monivalintakysymyksiä oli yksitoista ja avoimia kysymyksiä oli viisi. Kyselyn tulokset käsiteltiin IBM SPSS Statistics -ohjelmalla.

Kyselyyn liittyi vastanneiden kesken arvottavia tuotepalkintoja. Tämän takia kysely ei ollut tältä osin anonyymi. Vastausten yhteydessä sai jättää yhteystietonsa, jos halusi osallistua arvontaan. Yhteystietoja kerrottiin käytettävän vain arvontaan, mutta siitä huolimatta on mahdollista, että joku kaunistelee vastauksia sen pelossa, että se vaikuttaisi mahdollisuuteen menestyä arvonnassa. Täysin anonyymissä kyselyssä tällainen pelko saattaisi olla harvinaisempaa. Tästä huolimatta päädyttiin yhteystietojen keräämiseen, koska taas palkintojen ajateltiin olevan houkutin kyselyyn vastaamiselle.

6.4.2 Tutkimuksen luotettavuus ja pätevyys

Tutkimuksen luotettavuudella eli reliabiliteetillä tarkoitetaan siitä saatujen tulosten toistettavuutta. Tämä tarkoittaa sitä, että tutkimuksen tekijän tulee osoittaa, että hänen tutkimuksensa tulokset eivät ole syntyneet sattumanvaraisesti. Tulosten tulee olla tarkkoja. (Heikkilä 2008, 30.)

Tämän tutkimuksen osalta reliabiliteettitavoite saavutetaan lähinnä kahden tekijän kautta. Ensimmäinen on, että kyselylomakkeen avulla saatiin Inton käytöstä laaja kuva, koska kyselyyn saivat vastata koko henkilökunta. Toinen tekijä, jolla tulosten luotettavuus pyritään saavuttamaan, on kyselylomakkeen selkeys. Silloin, kun kysymysten osalta ei synny väärinymmärrystä, voidaan myös vastauksia pitää luotettavina. Kysymyslomakkeen esitestauksen avulla pyrittiin tunnistamaan mahdolliset väärinymmärrykset sekä kirjoitusvirheet.

Tutkimuksen validius tarkoittaa tutkimusmenetelmän tai esimerkiksi kyselylomakkeen kykyä mitata juuri sitä, mitä sen on tarkoituskin mitata. Näin ollen tutkimustu-

lostien tulee antaa totuudenmukainen kuva tutkimuskohteesta. (Hirsjärvi ym. 2009, 231.)

Tämän tutkimuksen validiteetti on hyvä, koska kyselylomakkeen avulla saatiin vastaajien mielipiteet Inton käytöstä, sen käytettävyydestä ja hyödynnettävyydestä. Kysymyksiä mietittiin myös pitkään ja niitä kommentoivat eri alojen ihmiset mm. viestinnän henkilöstö. Käytetty menetelmä oli tähän tutkimukseen sopiva, koska menetelmän avulla saatiin paljon tietoa lyhyessä ajassa. Kaikilla vastaajilla oli mahdollisuus ilmaista mielipiteensä omin sanoin tutkimuslomakkeen lopussa, jolloin oli mahdollisuus saada syvempi näkemys henkilöstön mielipiteistä.

7 KYSELYTUTKIMUKSEN TULOKSET

Tässä luvussa esitellään kyselyn tulokset johtopäätöksineen. Kysymykset oli jaoteltu kolmeen eri ryhmään: taustatiedot, Inton käyttö, sisältö ja ominaisuudet. Tulokset käsitellään saman ryhmittelyn mukaan sekä samassa järjestyksessä kuin ne olivat kyselyssä.

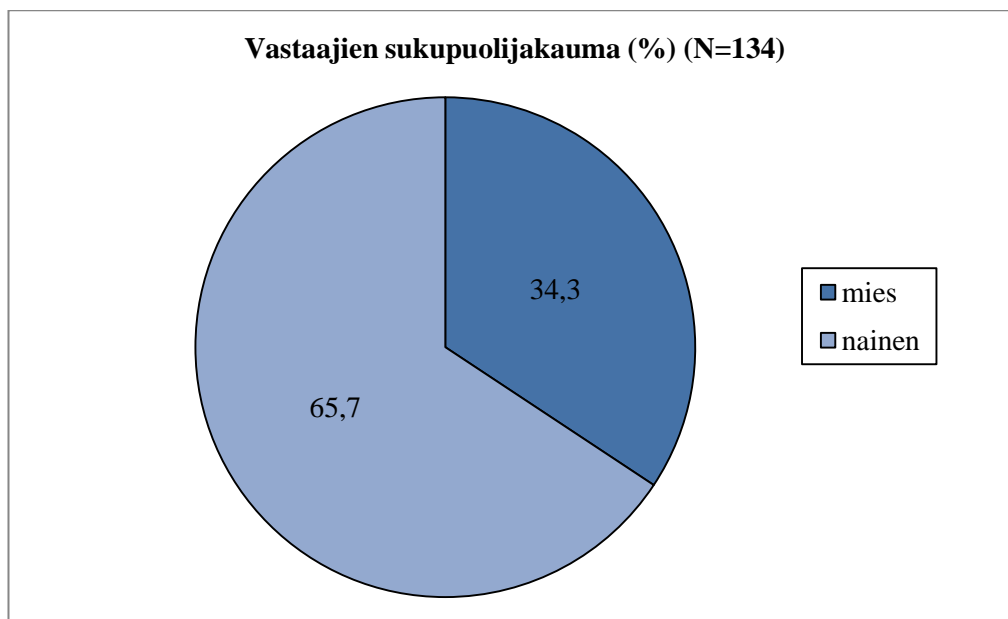
Kyselyyn tuli vastauksia 134 kpl ja vastausprosentiksi saatiin 32 %, jota voidaan pitää hyvänä. Kyselyn vastausajaksi oli asetettu kaksi viikkoa, joka osoittautui saatujen vastausten perusteella sopivaksi ajaksi. Vastausaikana huomasi selvästi, että heti lähetetyn sähköpostiviestin jälkeen vastauksia tuli runsaasti ja sitten niiden määrä väheni, kunnes taas muistutusviestin jälkeen vastaajat aktivoituivat.

7.1 Vastaajien taustatiedot

Vastaajaprofiilia selvitettiin neljän kysymyksen avulla; sukupuoli, ikä, tehtäväalue ja toimintayksikkö SAMKissa. Vastaajaprofiilin selvittäminen tutkimuksessa on tärkeää, koska se antaa mahdollisuuden vertailla asioita eri vastaajaryhmien välillä.

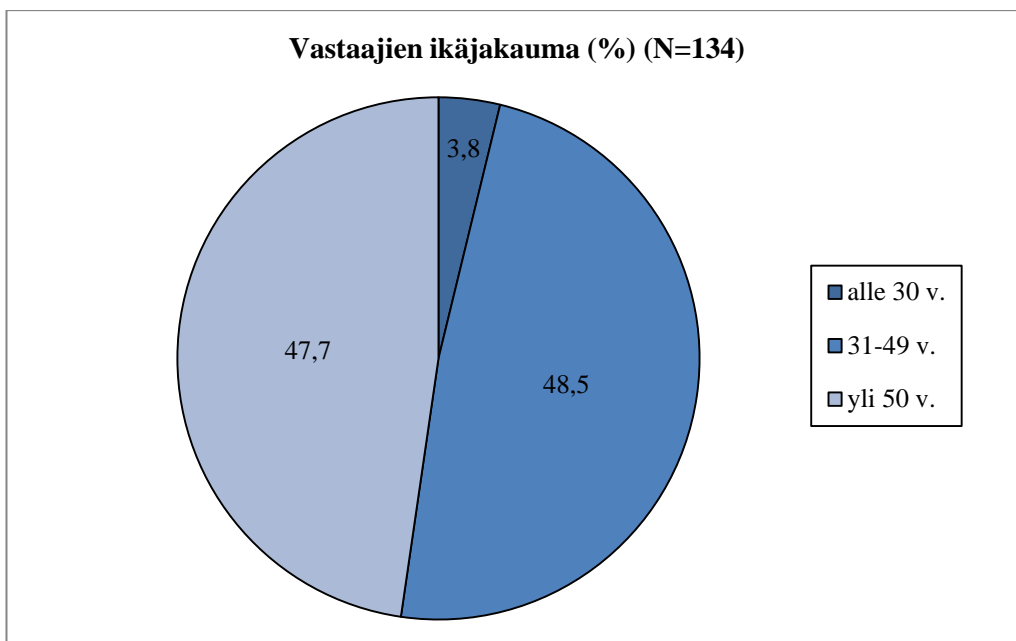
7.1.1 Vastaajien sukupuoli, ikä, tehtäväalue SAMKissa ja toimintayksikkö

Ensimmäisenä tutkimuksessa kysyttiin vastaajan sukupuoli. Kuviosta voidaan havaita, että vastaajista yli puolet on naisia. Naisia vastaajista on 88 henkilöä eli 65,7 % ja vastaajista miehiä on 46 eli 34,3 % eli naisten osuus on selvästi suurempi vastaajien kesken (kuvio 1).



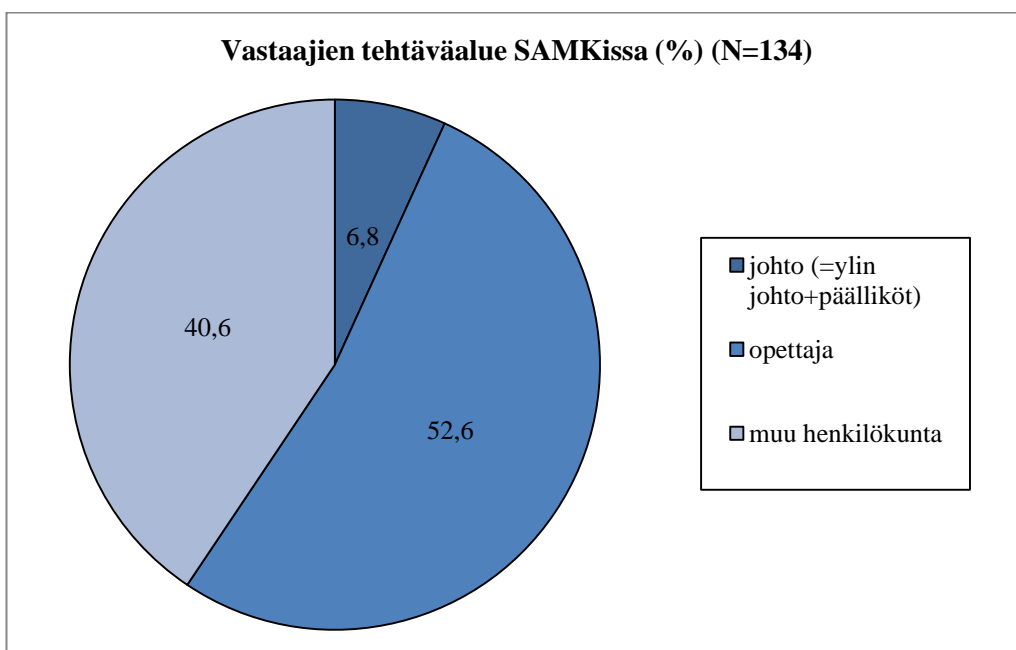
Kuvio 1. Sukupuolijakauma

Seuraavassa kysymyksessä kartoitettiin vastaajien ikää. Iältään vastaajat jakaantuvat seuraavasti; alle 30-vuotiaita vastaajia on 3,8 %, 31-49-vuotiaita 48,5 % ja yli 50-vuotiaita vastaajia on 47,7 %. SAMKin henkilökunnan keski-ikä vastausajankohtana oli 49 vuotta, joten tämä selittää osaltaan sen miksi nuorten vastaajien osuus on pieni, kun taas yli 50-vuotiaita vastaajia on iso joukko (kuvio 2).



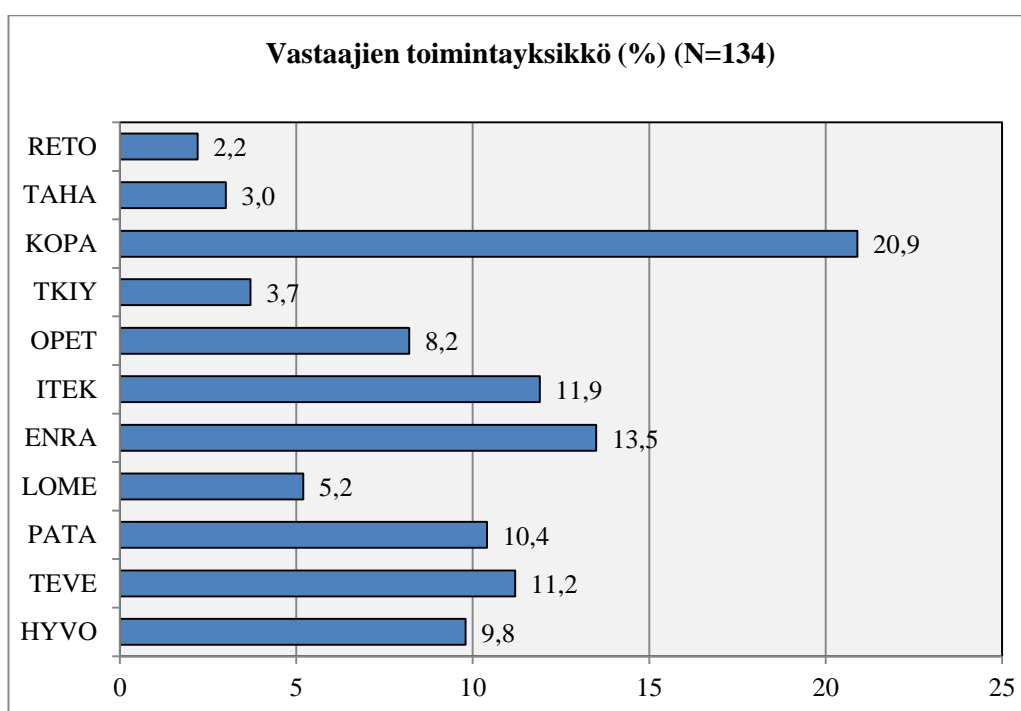
Kuvio 2. Ikäjakauma

Vastaajilta kysyttiin heidän tehtäväaluettaan SAMKissa ja vaihtoehdot olivat johto, joka tarkoitti ylintä johtoa ja päälliköitä, toinen vaihtoehto oli opettajat ja kolmantena muu henkilökunta. Vastaajista suurin osa on opettajia (52,6 %), toiseksi suurin joukko on muu henkilökunta (40,6 %) ja kolmantena on johdon edustajat (6,8 %) (kuvio 3).



Kuvio 3. Tehtäväalue SAMKissa

Taustatiedoissa vastaajilta kysyttiin myös heidän toimintayksikköään SAMK:ssa. Positiivisena asiana voidaan pitää, että kaikista SAMK:n organisaation toimintayksiköistä saatiin vastauksia. Eniten vastanneita on korkeakoulupalveluista (20,9 %), toiseksi eniten energia ja rakentaminen -osaamisalueelta (13,4 %) ja hyvin lähellä toisiinsa kolmantena ja neljäntenä ovat informaatioteknologian osaamisalue (11,9 %) ja terveys -osaamisalue (11,2 %). Seuraavina tulevat palveluliiketoiminta (10,4 %), hyvinvointi -osaamisalue (9,7 %), opetus (8,2 %), logistiikka ja meriteknologian osaamisalue (5,2 %), TKI- ja yrityspalvelut (3,7 %), talous- ja hallintopalvelut (3,0 %) ja rehtorin toimisto (2,2 %) (kuvio 4).



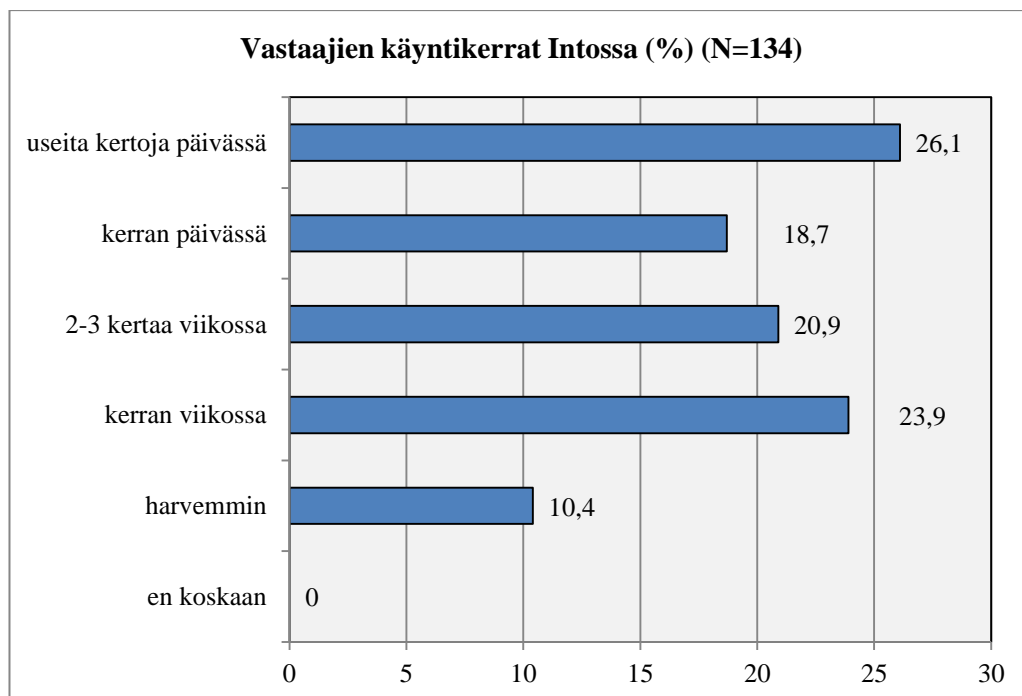
Kuvio 4. Toimintayksikkö SAMKissa

7.2 Inton käyttö

Tämän osion kysymyksillä haluttiin selvittää, kuinka usein vastaajat käyttävät Intoa, mitkä ovat tavanomaisimmat asiat, joita sieltä käytetään, mitkä toiminnot hyödyttävät eniten työskentelyä ja miten vaikeaksi tai helpoksi asioiden löytäminen Intosta koetaan. Sisäisen viestinnän suunnittelun kannalta on tärkeä tietää kuinka usein henkilökunta käy intranetissä, mitä tietoa he sieltä hakevat ja mikä hyödyttää heitä eniten työssään.

7.2.1 Vastaajista yli puolet käy Intossa useasti viikossa

Inton käytön aktiivisuutta mitattiin seuraavalla kysymyksellä. Positiivinen havainto tuloksista on, että yksikään vastaaja ei valinnut ”en koskaan” -vaihtoehtoa. Tämän voi tietysti osittain selittää sillä, että kyselytutkimukseen vastaavat usein juuri henkilöt, jotka aktiivisesti käyttävät Intoa. Tulokset ovat muutenkin jakautuneet positiivisesti, koska ”harvemmin” -vaihtoehdon on valinnut 14 vastaajaa eli 10,4 % vastaajista. Vastaajista 26,1 % ilmoittaa käyvänsä Intossa useita kertoja päivässä, kerran viikossa Intossa käy 23,9 % vastaajista ja 2-3 kertaa viikossa 20,9 %. Kerran päivässä vastaajista Intossa käy 18,7 % (kuvio 5).



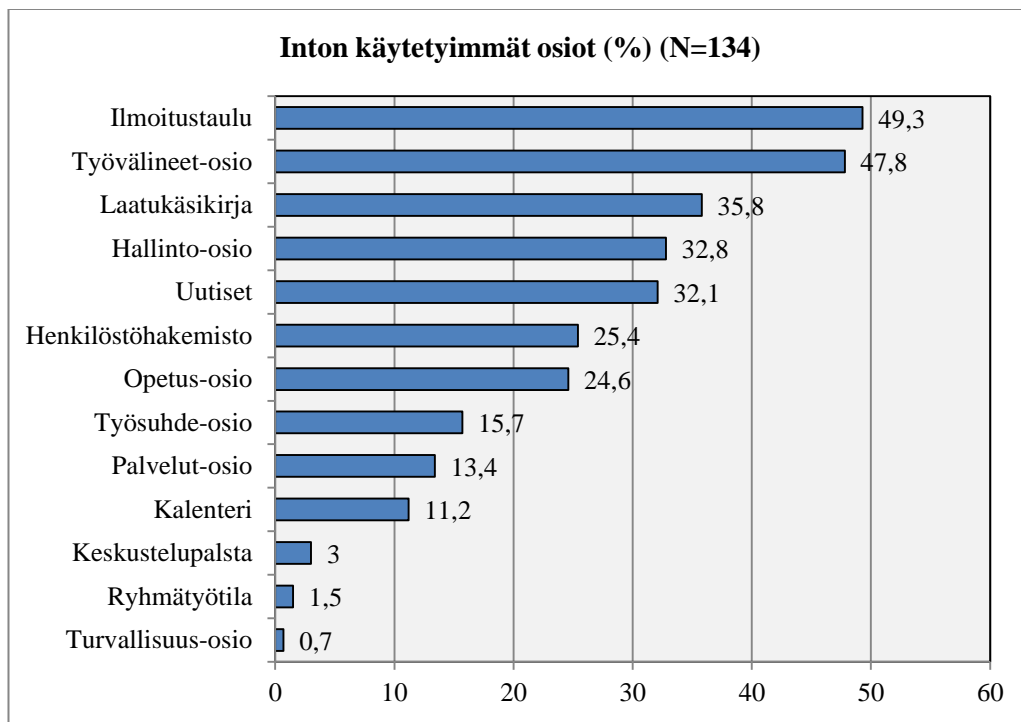
Kuvio 5. Käyntikerrat Intossa

Kukaan vastaajista ei valinnut ”en koskaan” -vaihtoehtoa, joten jatkokysymys, jossa tiedusteltiin syytä tähän, jäi kaikkien vastaajien osalta tyhjäksi.

7.2.2 Ilmoitustaulu on Inton käytetyin osio

Vastausten mukaan Inton käytetyin osio on ilmoitustaulu (49,3 %), toiseksi käytetyin toiminto on työvälineet -osio, jossa on mm. ohjeita, käytänteitä sekä lomakkeita

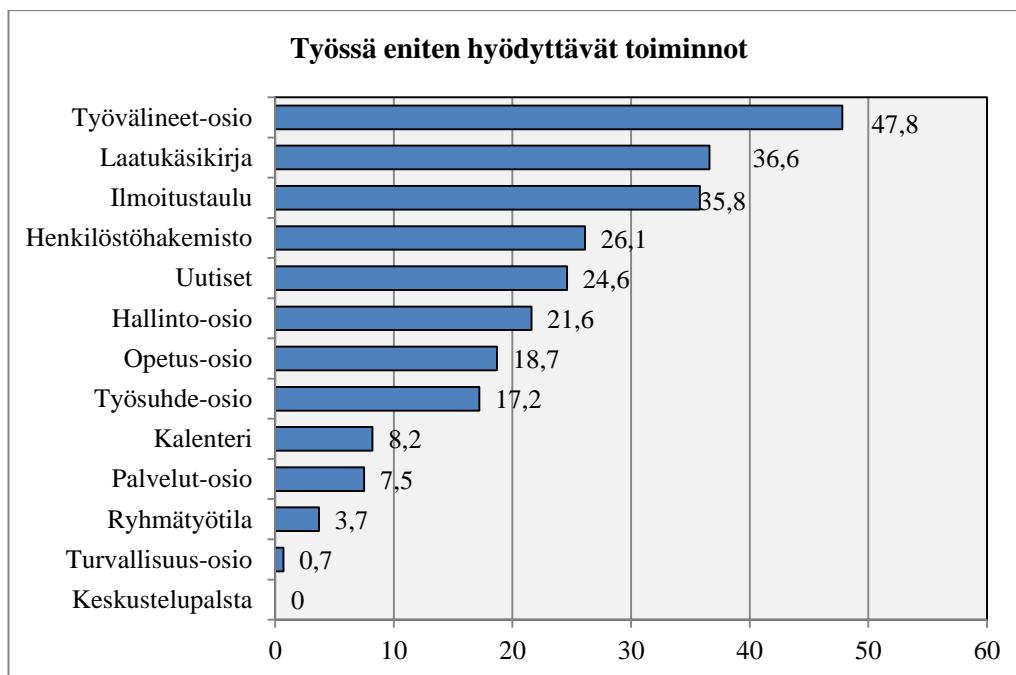
(47,8 %). Vastausten perusteella kolmanneksi käytetyin on laatukäsikirja (35,8 %), neljäntenä on hallinto-osio, jossa on mm. muistiot ja pöytäkirjat, sopimukset ja päätökset (32,8 %), viidenneksi eniten käydään lukemassa uutisia (32,1 %) (kuvio 6).



Kuvio 6. Inton käytetyimmät osiot

7.2.3 Työssä eniten hyötyä työvälineet-osioista - vähiten keskustelupalstasta

Vastaajien mukaan eniten työtä hyödyttävä toiminto Intossa on työvälineet -osio (47,8 %), joka voidaankin katsoa olevan tärkeä toiminto, koska siellä on yleistietoa eri käytänteistä, toiseksi hyödyttävin osio vastaajien mielestä on laatukäsikirja (36,6 %), joka sisältää kaikki SAMKin viralliset menettelyohjeet, hallinnolliset ohjeet sekä sisäiset säännöt ja kolmanneksi hyödyttävin toiminto on ilmoitustaulu (35,8 %). Tieto siitä, että henkilökunta lukee ja tarvitsee Inton ilmoitustaulua on varmasti hyödyllistä tietoa viestinnälle. Vastaajien mielestä keskustelupalsta (0 %) ei hyödytä yhtään työskentelyä ja vastaajista vain viisi henkilöä eli 3,7 % ajattelee, että ryhmätyötilaa voisi hyödyntää työssä (kuvio 7).



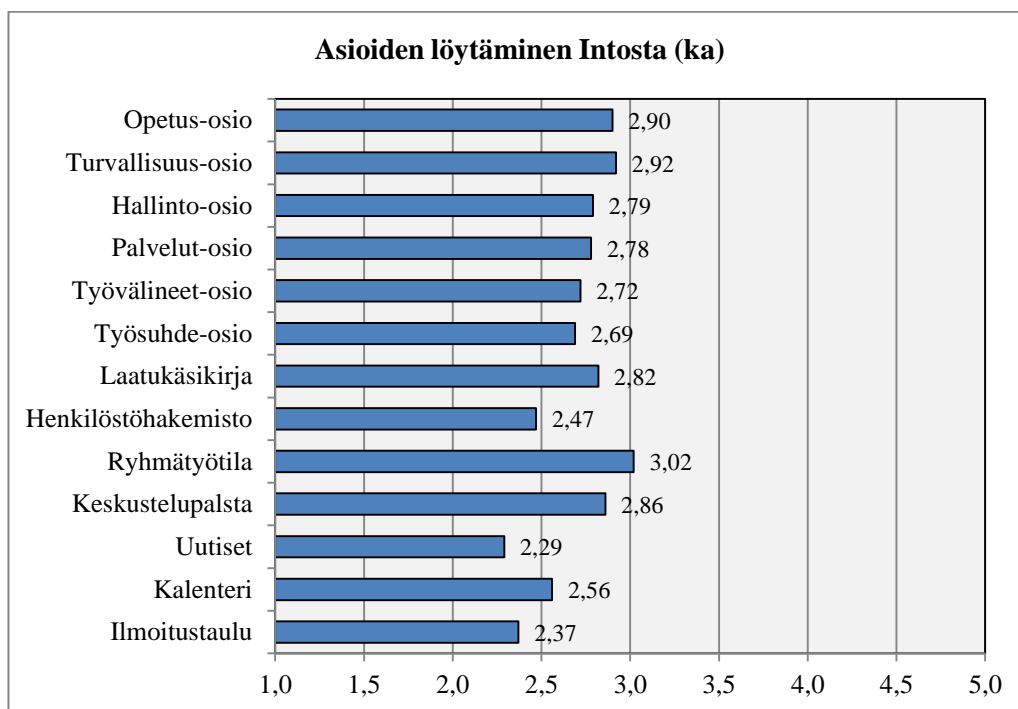
Kuvio 7. Eniten työssä hyödyttävät toiminnot

7.2.4 Uutiset ja ilmoitustaulu löytyvät helpoimmin - ryhmätyötila huonosti

Tulosten perusteella voidaan sanoa, että pääsääntöisesti eri toimintojen löytyminen Intosta on melko helppoa. Vastaajien mielestä helpoimmin löydettävissä oleva asia Intosta on uutiset (ka 2,29), toiseksi vaivattomimmin löytyy ilmoitustaulu (ka 2,37) ja kolmanneksi vastaajien mielestä melko helppo löytää on henkilöstöhakemisto (ka 2,47). Vaikeimmin löydettävät asiat ovat ryhmätyötila (ka 3,02) ja turvallisuus -osio (ka 2,92) (taulukko 1 ja kuvio 8).

Taulukko 1. Asioiden löytäminen Intosta (ka)

	Kaikki vastaajat (ka)	N	Std.
Ilmoitustaulu	2,37	123	1,289
Kalenteri	2,56	116	1,267
Uutiset	2,29	119	1,180
Keskustelupalsta	2,86	109	1,198
Ryhmätyötila	3,02	109	1,147
Henkilöstöhakemisto	2,47	116	1,240
Laatukäsikirja	2,82	118	1,265
Työsuhde-osio	2,69	112	1,155
Työvälaineet -osio	2,72	122	1,194
Palvelut -osio	2,78	109	1,189
Hallinto-osio	2,79	113	1,221
Turvallisuus-osio	2,92	108	1,137
Opetus-osio	2,90	112	1,230



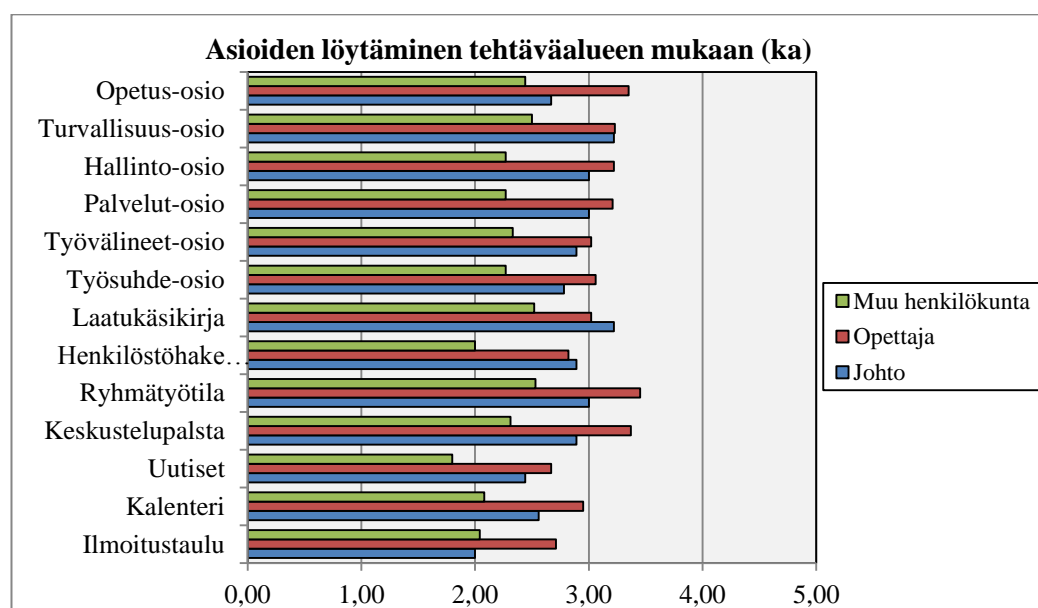
Kuvio 8. Asioiden löytäminen Intosta (ka)

Kokonaisuudessaan vastaajista muun henkilökunnan edustajat pitävät asioiden löytämistä Intosta helpompana kuin johdon ja opettajien edustajat. Vastaajista muun henkilökunnan edustajat (ka 1,80) ja opettajien edustajat (2,67) löytävät Intosta helpoimmin uutiset, vastaajista johdon edustajat löytävät helpoimmin ilmoitustaulun (ka 2,00). Muun henkilökunnan mielestä melko helposti löytyy myös henkilöstöhakemisto (ka 2,00), ilmoitustaulu (ka 2,04) sekä kalenteri (ka 2,08). Vaikeimmin löydettävät

toiminnot muun henkilökunnan mielestä ovat ryhmätyötila (ka 2,53) ja laatukäsikirja (ka 2,52), samaa mieltä ovat johdon edustajat laatukäsikirjan löydettävyydestä (ka 3,22), mutta yhtä vaikeasti löydettävissä heidän mielestään on turvallisuus -osio ka 3,22). Opettajien mielestä vaikeasti löydettävät toiminnot ovat ryhmätyötila (ka 3,45), keskustelupalsta (ka 3,37) ja opetus-osio (ka 3,35). Tilastollisesti erittäin merkitsevä ero löytyy uutisten ($p=.000$), keskustelupalstan ($p=.000$), ryhmätyötilan ($p=.000$), palvelut -osion ($p=.000$), hallinto-osion ($p=.000$), opetus-osion ($p=.001$) ja henkilöstöhakemiston ($p=.001$) löytämisessä tehtäväalueiden välillä. (taulukko 2 ja kuvio 9).

Taulukko 2. Asioiden löytäminen tehtäväalueen mukaan (ka)

	Johto	Opettaja	Muu henkilökunta	F	df	p
Ilmoitustaulu	2,00	2,71	2,04	4,483	2	.013
Kalenteri	2,56	2,95	2,08	6,805	2	.002
Uutiset	2,44	2,67	1,80	8,375	2	.000
Keskustelupalsta	2,89	3,37	2,31	11,527	2	.000
Ryhmätyötila	3,00	3,45	2,53	9,268	2	.000
Henkilöstöhakemisto	2,89	2,82	2,00	7,115	2	.001
Laatukäsikirja	3,22	3,02	2,52	2,648	2	.075
Työsuhde-osio	2,78	3,06	2,27	6,660	2	.002
Työvälineet -osio	2,89	3,02	2,33	4,978	2	.008
Palvelut -osio	3,00	3,21	2,27	9,167	2	.000
Hallinto-osio	3,00	3,22	2,27	9,223	2	.000
Turvallisuus-osio	3,22	3,23	2,50	5,874	2	.004
Opetus-osio	2,67	3,35	2,44	8,076	2	.001



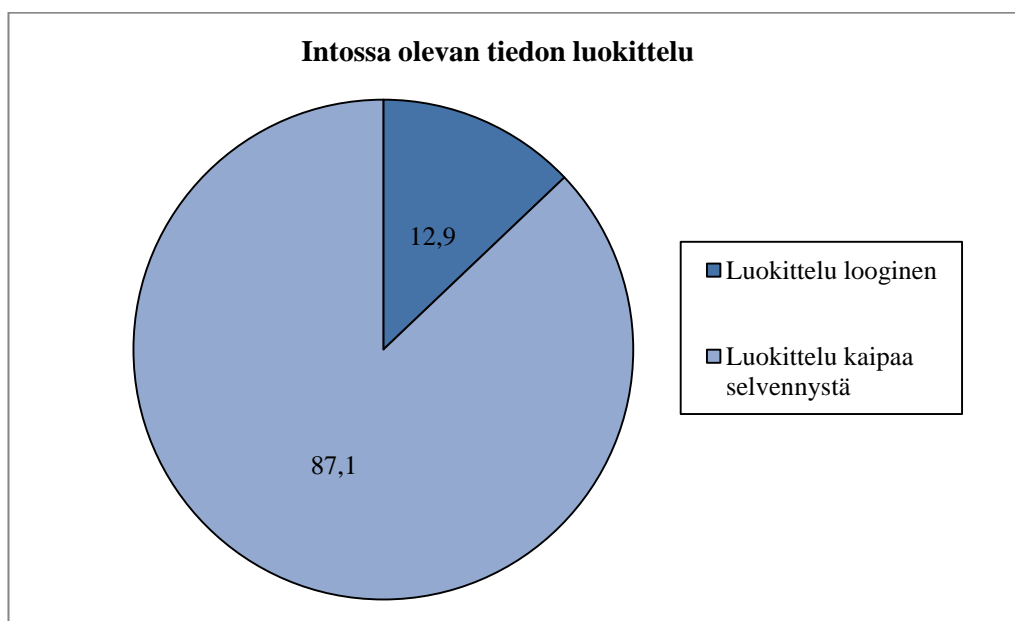
Kuvio 9. Asioiden löytäminen tehtäväalueen mukaan (ka)

7.3 Inton sisältö ja ominaisuudet

Tämän osion kysymyksillä haluttiin selvittää miten tieto on luokiteltu Intossa, ovatko vastaajat vieneet tai haluaisivatko viedä ilmoituksia ilmoitustaululle ja tuottaa tai lisätä uutisia ja tapahtumia kalenteriin. Tiedusteltiin myös yleisesti intranetin ominaisuuksien tärkeyttä ja miten ne toteutuvat Intossa. Pyydettiin myös mielipiteitä Intoa koskeviin väittämiin, väittämät vaihtelivat aiheiltaan Inton merkityksestä sen sisältöön. Vastaajilta kysyttiin myös lisäkoulutuksen tarpeesta Inton käyttämisessä sekä mahdollisen koulutuksen toteutusmuodoista. Lopuksi oli vielä mahdollisuus kertoa yleisesti ajatuksia ja ideoita liittyen Intoon.

7.3.1 Suurin osa vastaajista kaipaa selvennystä tiedon luokitteluun

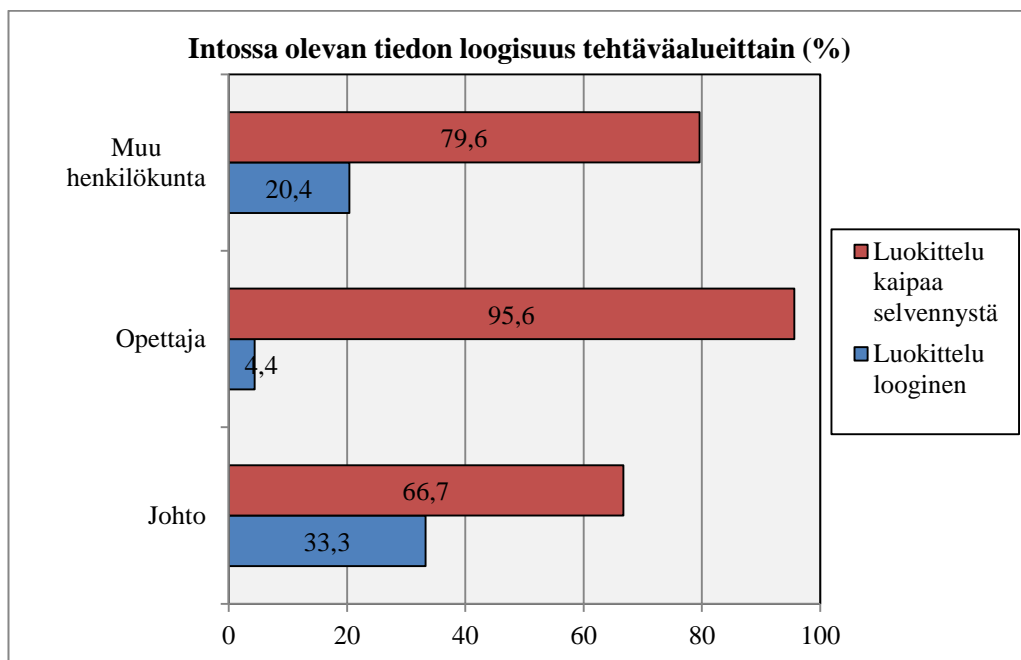
Vastaajista 87,1 % on sitä mieltä, että tiedon luokittelu Intossa kaipaa selvennystä ja ainoastaan vastaajista 12,9 % pitää tietoa loogisesti luokiteltuna (kuvio 10).



Kuvio 10. Tiedon luokittelu Intossa

Vastanneista opettajista 95,6 % on sitä mieltä, että tiedon luokittelu Intossa kaipaa selvennystä ja ainoastaan 4,4 %:n mielestä tieto on selkeästi luokiteltu. Luokittelun selvennystä muun henkilökunnan edustajista kaipaa 79,6 % vastanneista ja johdon

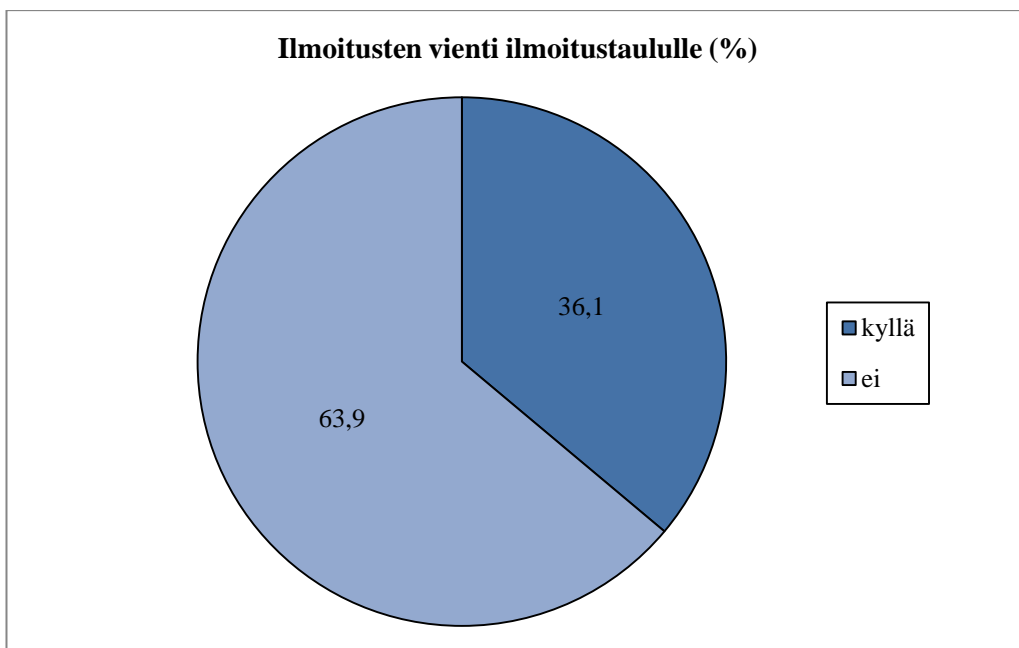
edustajista 66,7 %. Muun henkilökunnan edustajista 20,4 % pitää tietoa loogisesti luokiteltuna ja vastaavasti 33,3 % johdon edustajista (kuvio 11).



Kuvio 11. Intossa olevan tiedon loogisuus tehtäväalueen mukaan (%)

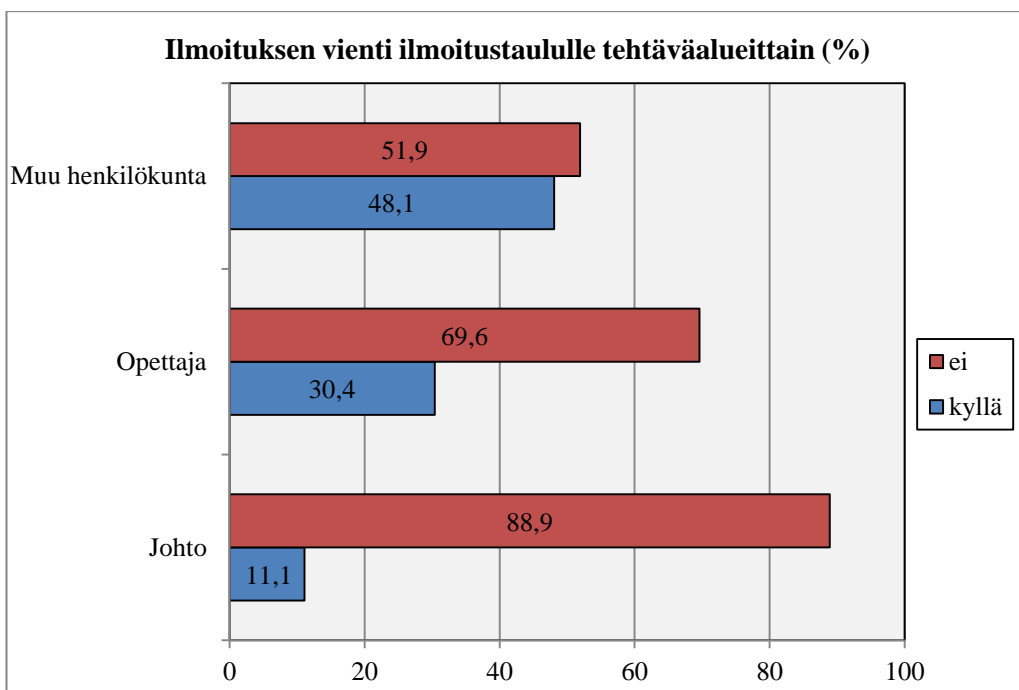
7.3.2 Ilmoitusten vientiä Intoon ei koeta tarpeelliseksi

Vastaajista yli puolet (63,9 %) ei ole itse vienyt ilmoituksia Inton ilmoitustaululle ja 36,1 % vastaajista kertoo vieneensä ilmoituksia Intoon (kuvio 12).



Kuvio 12. Ilmoitusten vienti ilmoitustaululle (%)

Tuloksista on selvästi luettavissa työtehtävien luonteen mukaisesti ilmoitusten viennin aktiivisuus ilmoitustaululle. Vastanneista muun henkilökunnan edustajista melkein puolet (48,1 %) on vienyt ilmoituksia Intoon, opettajista 30,4 % ja johdon edustajista ainoastaan 11,1 % (kuviokuva 13).



Kuvio 13. Ilmoitusten vienti ilmoitustaululle tehtäväalueittain (%)

7.3.3 Ilmoitukset Intoon hoidetaan keskitetysti

Vapaissa vastauksissa tuli pääasiallisesti esille, että vastaajilla ei ole ollut tarvetta ilmoittaa asioista mitään niin laajasti, että asia olisi pitänyt viedä ilmoitustaululle tai ei ole yleisesti mitään ilmoitettavaa.

”Ei ole ollut tarvetta”

”Ei ole ollut mitään niin laajasti ilmoitettavaa”

”Ei ilmoitettavaa”

Vastaajat ovat myös todenneet, että joku muu hoitaa tiedotuksen heidän puolestaan.

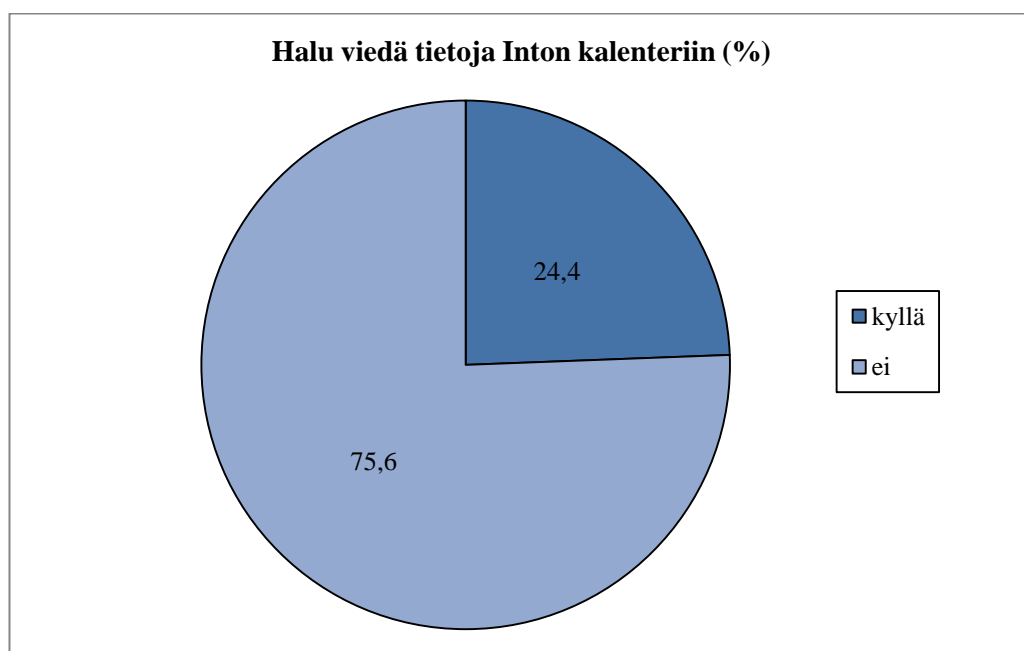
”Organisaatio johon kuulun, hoitaa keskitetysti ilmoitukset”

”Viestintä on hoitanut tämän puolestamme”

”Tiedotus on hoitunut toista tietä”.

7.3.4 Vastaajilla ei ole halua viedä tapahtumia Inton kalenteriin

Tiedusteltaessa vastaajien halukkuutta tuottaa tai lisätä uutisia tai tapahtumia kalenteriin, vastaajista 75,6 % ei halunnut lisätä tietoja kalenteriin ja 24,4 % vastaajista haluaisi viedä uusia tapahtumia Inton kalenteriin (kuvio 14).



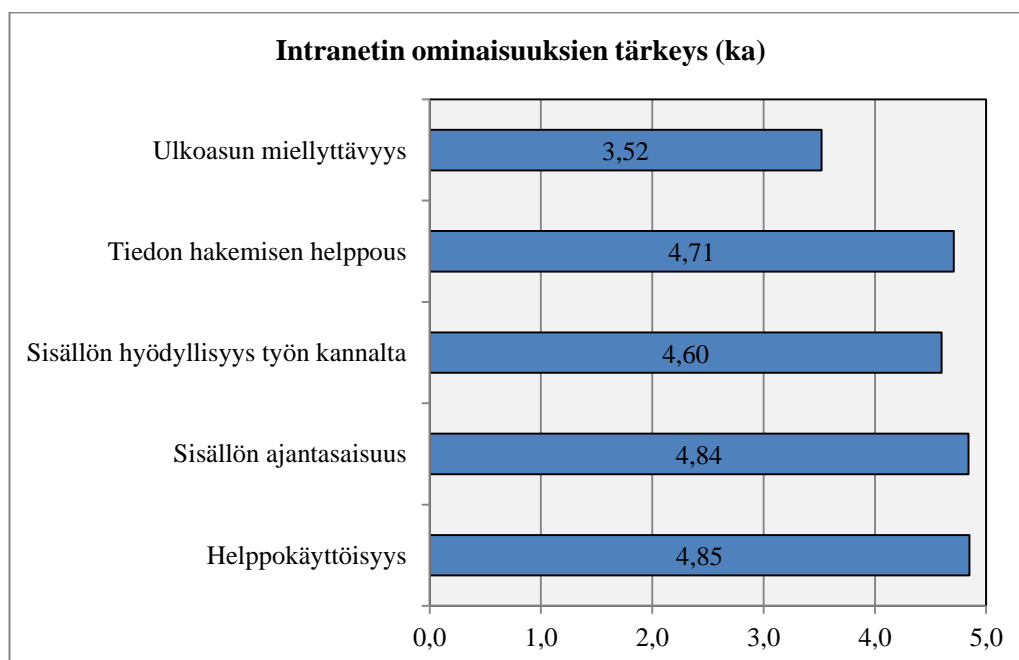
Kuvio 14. Halu viedä tietoja Inton kalenteriin (%)

7.3.5 Helppokäyttöisyys intranetin tärkein ominaisuus

Tällä kysymyksellä oli tarkoitus kartoittaa SAMKin henkilökunnan mielipiteitä liittyen intranetin tärkeisiin perusominaisuuksiin, joilla on merkitystä käyttäjätuottavuuteen. Tuloksesta voidaan havaita, että lähes kaikki valitut ominaisuudet miellettiin vastaajien taholta todella tärkeiksi. Kaikkien vastaajien mielestä intranetin tärkein ominaisuus on sen helppokäyttöisyys (ka 4,85), toiseksi tärkein on sisällön ajantasaisuus (ka 4,84) ja kolmanneksi tärkeimmäksi koettu ominaisuus on tiedon hakemisen helppous (ka 4,71). Näistä vaihtoehdoista vähiten tärkeänä vastaajat pitivät ulkoasun miellyttävyyttä (ka 3,52) (taulukko 3 ja kuvio 15).

Taulukko 3. Intranetin ominaisuuksien tärkeys (ka)

	Kaikki vastaajat (ka)	N	Std.
Helppokäyttöisyys	4,85	131	0,414
Sisällön ajantasaisuus	4,84	132	0,425
Sisällön hyödyllisyys työn kannalta	4,60	131	0,591
Tiedon hakemisen helppous	4,71	131	0,588
Ulkoasun miellyttävyys	3,52	129	1,160

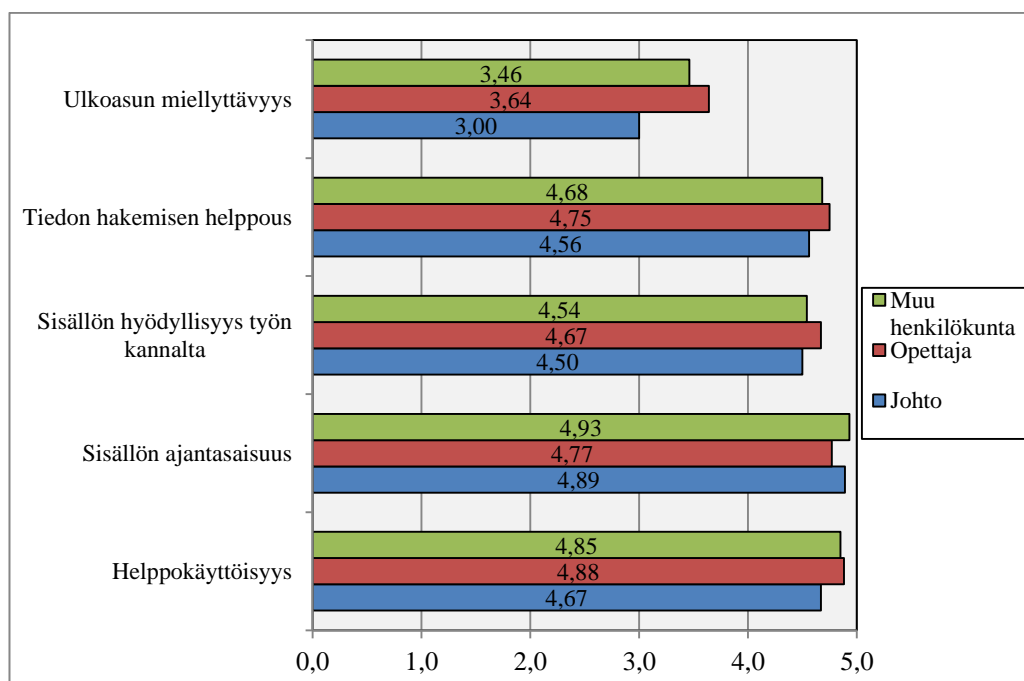


Kuvio 15. Intranetin ominaisuuksien tärkeys (ka)

Vastaajista johdon edustajat (ka 4,89) ja muun henkilökunnan edustajat (ka 4,93) pitävät intranetin tärkeimpänä ominaisuutena sisällön ajantasaisuutta, kun taas opettajien edustajien mielestä tärkein ominaisuus on intranetin helppokäyttöisyys (ka 4,88). Kaikki vastaajat tehtäväalueittain pitävät ulkoasun miellyttävyyttä vähiten tärkeänä ominaisuutena (johto ka 3,00, opettaja ka 3,64 ja muu henkilökunta ka 3,46) (taulukko 4 ja kuvio 16).

Taulukko 4. Intranetin ominaisuuksien tärkeys tehtäväalueittain (ka)

	Johto	Opettaja	Muu henkilökunta	F	df	p
Helppokäyttöisyys	4,67	4,88	4,85	1,084	2	.341
Sisällön ajantasaisuus	4,89	4,77	4,93	2,189	2	.116
Sisällön hyödyllisyys työn kannalta	4,50	4,67	4,54	0,857	2	.427
Tiedon hakemisen helppous	4,56	4,75	4,68	0,569	2	.568
Ulkoasun miellyttävyys	3,00	3,64	3,46	1,308	2	.274



Kuvio 16. Intranetin ominaisuuksien tärkeys tehtäväalueittain (ka)

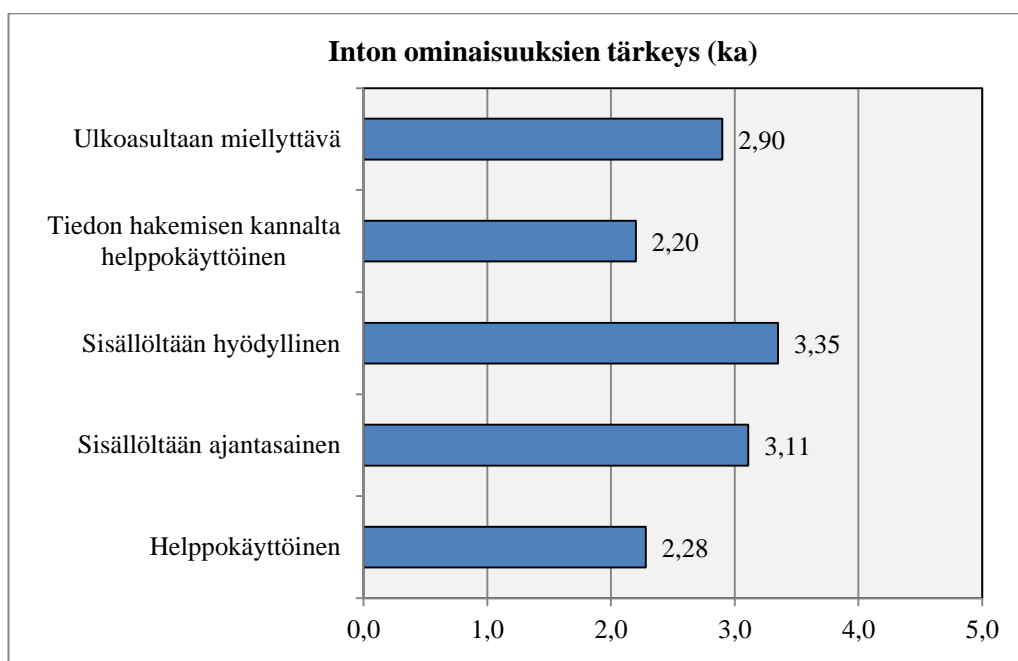
7.3.6 Inton sisältö on hyödyllinen ja ajantasainen

Kysymyksessä mitattiin intranetin tärkeitä ominaisuuksia ja tällä kertaa ne koskettivat SAMK:n nykyistä intranet Intoa. Tuloksista voidaan havaita, että Inton osalta joissakin ominaisuuksissa on onnistuttu ja toisissa on vastaavasti parantamisen varaa.

Tyytyväisimpiä vastaajat ovat Inton sisällön hyödyllisyyteen (ka 3,35) ja ajantasaisuuteen (ka 3,11). Vastaajien mielestä Into ei ole tiedon hakemisen kannalta kovinkaan helppokäyttöinen (ka 2,20) (taulukko 5 ja kuvio 17).

Taulukko 5. Inton ominaisuuksien tärkeys (ka)

	Kaikki vastaajat (ka)	N	Std.
Helppokäyttöinen	2,28	132	1,148
Sisällöltään ajantasainen	3,11	130	1,051
Sisällöltään hyödyllinen	3,35	130	1,025
Tiedon hakemisen kannalta helppokäyttöinen	2,20	132	1,068
Ulkoasultaan miellyttävä	2,90	131	0,983



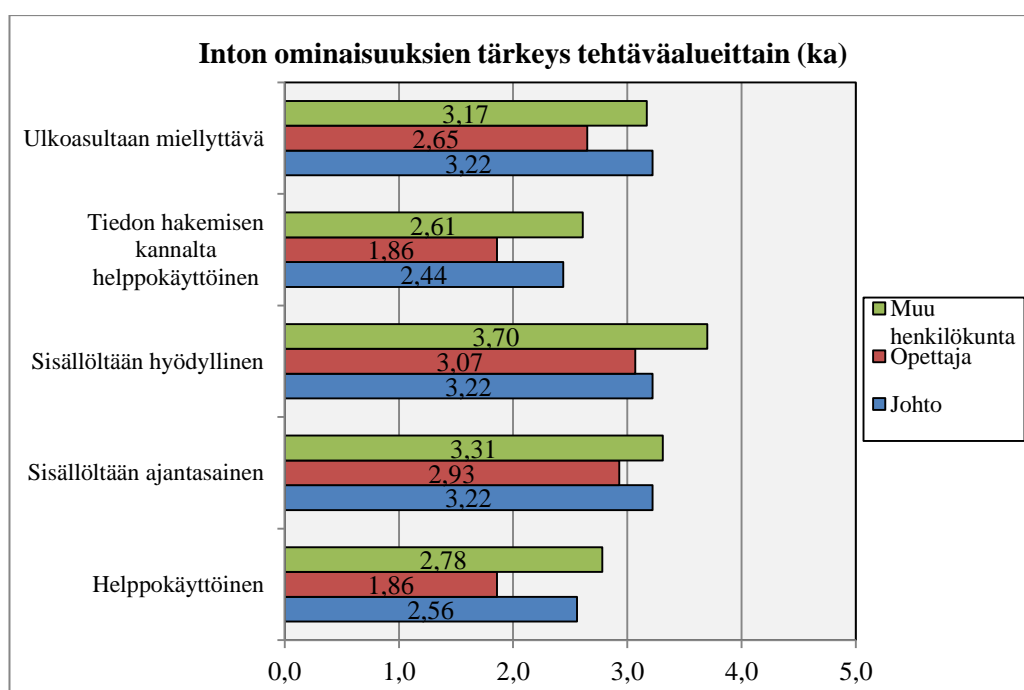
Kuvio 17. Inton ominaisuuksien tärkeys (ka)

Kaikkien vastaajaryhmien mielestä Inton ominaisuuksista tärkein on sisällön hyödyllisyys (johto ka 3,22, opettaja ka 3,07 ja muu henkilökunta ka 3,70). Vastanneet johdon edustajat ovat tyytyväisiä myös sisällön ajantasaisuuteen (ka 3,22) sekä ulkoasuun (ka 3,22), samoin sisällön ajantasaisuuteen tyytyväisiä ovat muun henkilökunnan edustajat (ka 3,31). Kriittisin vastaajaryhmä tässä ovat opettajat, jotka ovat erittäin tyytymättömiä väitteeseen Inton helppokäyttöisyydestä (ka 1,86) ja tiedon hakemisen helppoudesta (ka 1,86). Tilastollisesti erittäin merkitsevä ero tulee Inton helppokäyttöisyydessä ($p=.000$) ja tiedon hakemisen helppoudessa ($p=.000$). Tilas-

tollisesti merkitsevä ero on sisällön hyödyllisyydessä ($p=.003$) sekä ulkoasun miellyttävyydessä ($p=.008$) (taulukko 5 ja kuvio 17).

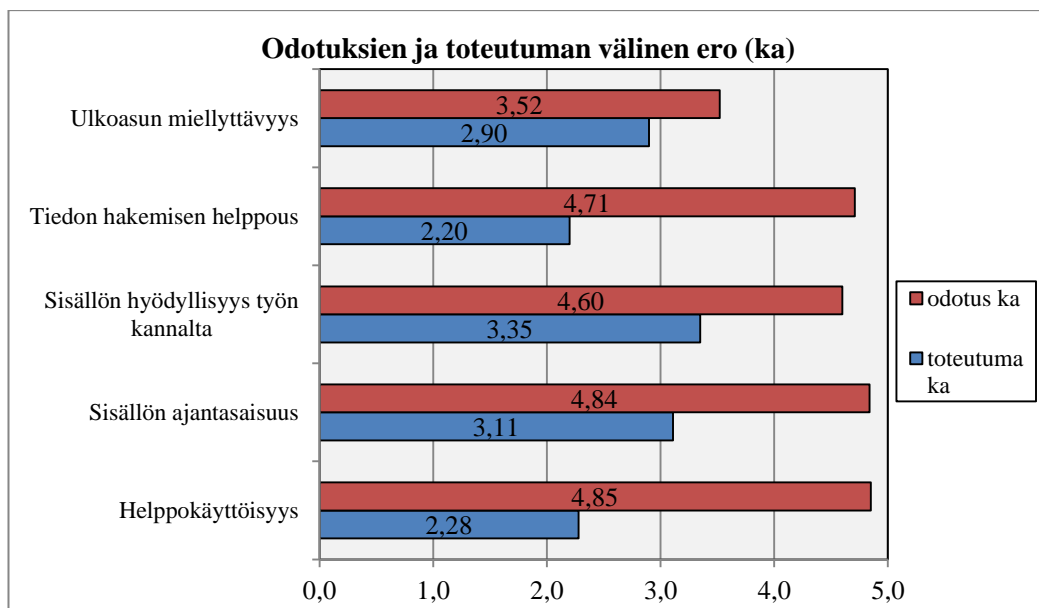
Taulukko 6. Inton ominaisuuksien tärkeys tehtäväalueittain (ka)

	Johto	Opettaja	Muu henkilö- kunta	F	df	p
Helppokäyttöinen	2,56	1,86	2,78	11,709	2	.000
Sisällöltään ajantasainen	3,22	2,93	3,31	2,148	2	.121
Sisällöltään hyödyllinen	3,22	3,07	3,70	6,163	2	.003
Tiedon hakemisen kannalta helppokäyttöinen	2,44	1,86	2,61	8,759	2	.000
Ulkoasultaan miellyttävä	3,22	2,65	3,17	5,009	2	.008



Kuvio 18. Inton ominaisuuksien tärkeys tehtäväalueittain (ka)

Kuviossa 19 näkyy selvästi erot intranetin ominaisuuksista odotusten ja toteutuman välillä. Selkeästi suurimmat erot ovat helppokäyttöisyyden ja tiedon hakemisen helppouden odotusten ja toteutumisen välillä. Pienin ero odotusten ja toteutuman välillä on ulkoasun miellyttävyydessä, joten tulosten perusteella voidaan olettaa, että vastaajat ovat melko tyytyväisiä Inton ulkoasuun. Toisaalta ulkoasun miellyttävyyttä ei pidetty kovin tärkeänä ominaisuutena suhteessa muihin ominaisuuksiin (kuvio 19).



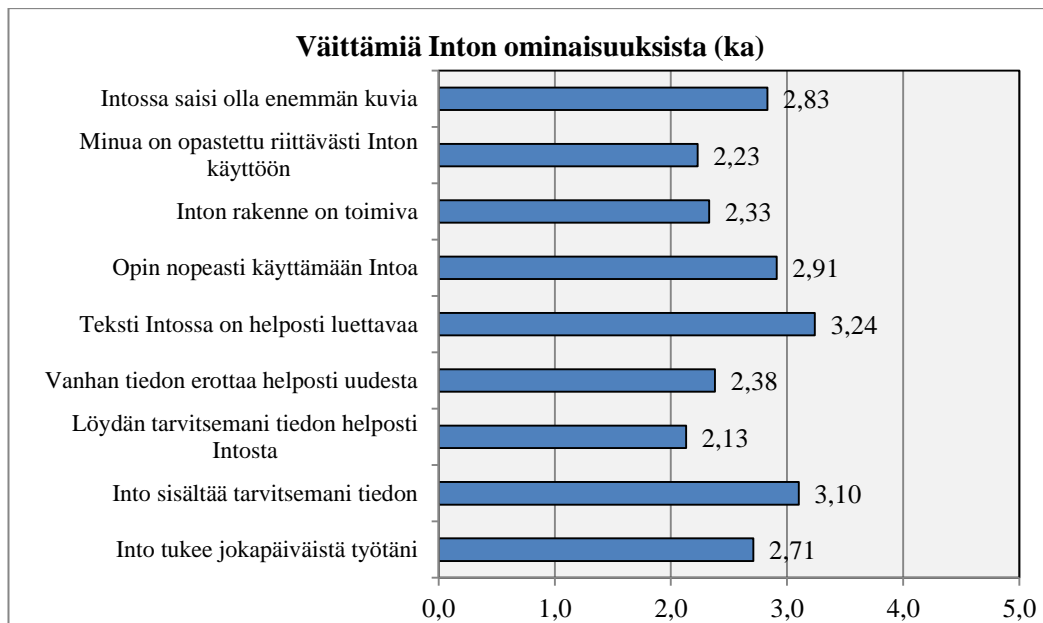
Kuvio 19. Ominaisuuksien odotusten ja toteutuman välinen ero (ka)

7.3.7 Into sisältää tarvittavan tiedon ja teksti on helppolukuista

Vastauksista nousee selvästi esille Inton ominaisuuksien osalta sekä positiiviset että negatiiviset mielipiteet. Positiivisia mielipiteitä kaikkien vastaajien kesken on, että teksti Intossa on helposti luettavaa (ka 3,24) sekä väittämä, että Into sisältää tarvitsemani tiedon (ka 3,10). Negatiivisina havaintoina vastauksista nousevat esille väittämät; löydän tarvitsemani tiedon helposti Intosta (ka 2,13) ja minua on opastettu riittävästi Inton käyttöön (ka 2,23) (taulukko 7 ja kuvio 20).

Taulukko 7. Väittämiä Inton ominaisuuksista (ka)

	Kaikki vastaajat (ka)	N	Std.
Into tukee jokapäiväistä työtäni	2,71	130	1,297
Into sisältää tarvitsemani tiedon	3,10	131	1,051
Löydän tarvitsemani tiedon helposti Intosta	2,13	132	1,037
Vanhan tiedon erottaa helposti uudesta	2,38	131	0,964
Teksti Intossa on helposti luettavaa	3,24	129	0,891
Opin nopeasti käyttämään Intoa	2,91	132	1,156
Inton rakenne on toimiva	2,33	132	1,030
Minua on opastettu riittävästi Inton käyttöön	2,23	132	1,170
Intossa saisi olla enemmän kuvia	2,83	129	1,024

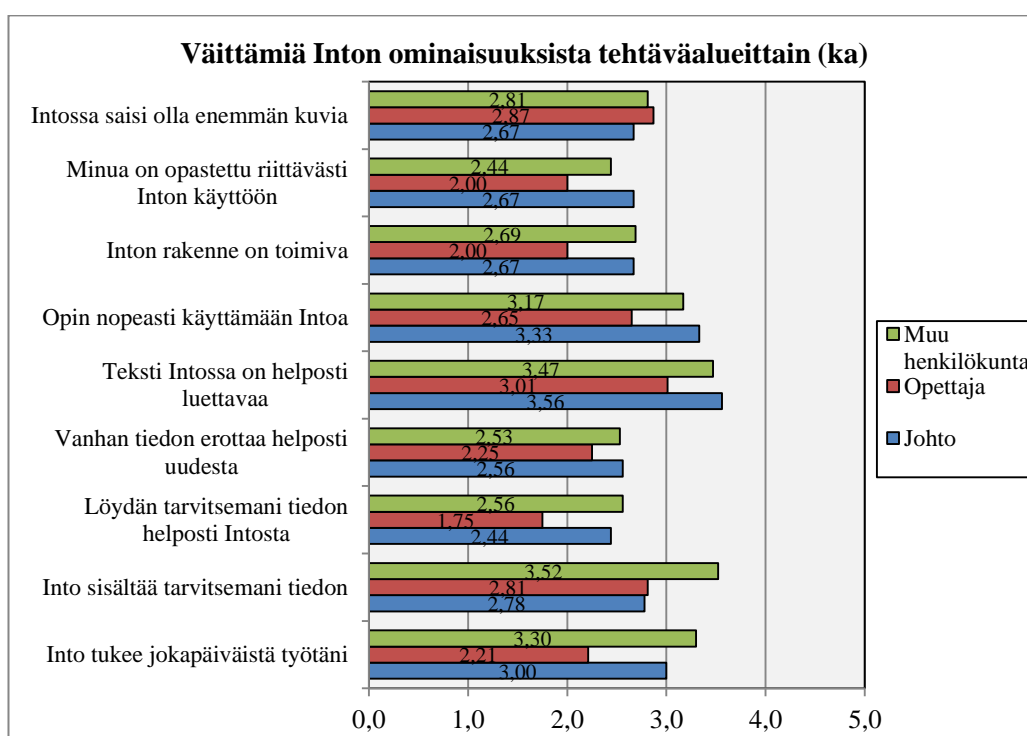


Kuvio 20. Väittämiä Inton ominaisuuksista (ka)

Väittämiä tarkasteltiin myös tehtäväalueittain. Positiivisia ominaisuuksia Intossa johdon edustajien mielestä on, että teksti Intossa on helposti luettavaa (ka 3,56), Intoa on oppinut käyttämään nopeasti (ka 3,33) ja Into tukee jokapäiväistä työtä (ka 3,00). Vastaajaryhmistä opettaja ovat kriittisempiä mielipiteissään; heidän vastauksissaan positiivisimmaksi asiaksi nousee, että teksti Intossa on helposti luettavaa (ka 3,01), kun taas negatiivisia mielipiteistä on enemmän; löydän tarvitsemani tiedon helposti Intosta (ka 1,75), Inton rakenne on toimiva (ka 2,00), opastus Inton käyttöön on riittävä (ka 2,00) ja Into tukee jokapäiväistä työtäni (ka 2,21). Vastaajaryhmistä muu henkilökunta on mielipiteissään positiivisin; heidän mielestään Into sisältää tarvitseman tiedon (ka 3,52), teksti Intossa on helposti luettavaa (ka 3,47), Into tukee jokapäiväistä työtä (ka 3,30) ja Intoa on oppinut käyttämään nopeasti (ka 3,17). Tilastollisesti erittäin merkitsevä ero opettajien ja johdon sekä muun henkilökunnan välillä tulee väittämissä; Into tukee jokapäiväistä työtäni ($p=.000$), Into sisältää tarvitsemani tiedon ($p=.000$), löydän tarvitsemani tiedon helposti Intosta ($p=.000$), teksti Intossa on helposti luettavaa ($p=.010$), opin nopeasti käyttämään Intoa ($p=.025$) ja Inton rakenne on toimiva ($p=.001$). (taulukko 8 ja kuvio 21).

Taulukko 8. Väittämiä Inton ominaisuuksista tehtävälueittain (ka)

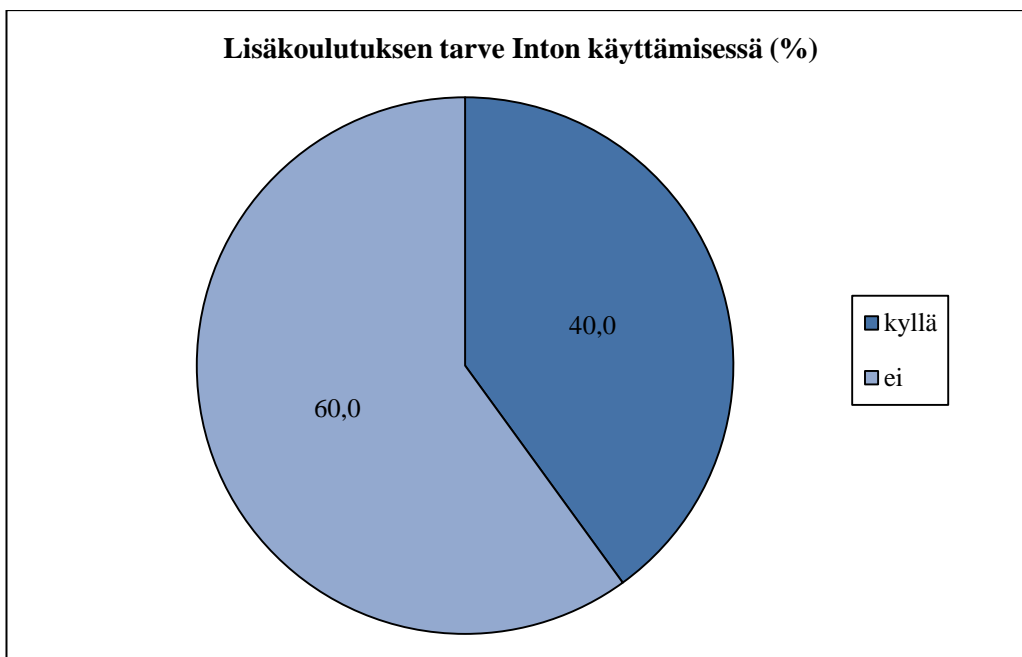
	Johto	Opettaja	Muu henki- lökunta	F	df	p
Into tukee jokapäiväistä työtäni	3,00	2,21	3,30	12,893	2	.000
Into sisältää tarvitsemäni tiedon	2,78	2,81	3,52	8,107	2	.000
Löydän tarvitsemäni tiedon helposti Intosta	2,44	1,75	2,56	10,955	2	.000
Vanhan tiedon erottaa helposti uudesta	2,56	2,25	2,53	1,448	2	.239
Teksti Intossa on helposti luettavaa	3,56	3,01	3,47	4,761	2	.010
Opin nopeasti käyttämään Intoa	3,33	2,65	3,17	3,811	2	.025
Inton rakenne on toimiva	2,67	2,00	2,69	8,004	2	.001
Minua on opastettu riittävästi Inton käyttöön	2,67	2,00	2,44	2,955	2	.056
Intossa saisi olla enemmän kuvia	2,67	2,87	2,81	0,170	2	.843



Kuvio 21. Väittämiä Inton ominaisuuksista tehtävälueittain (ka)

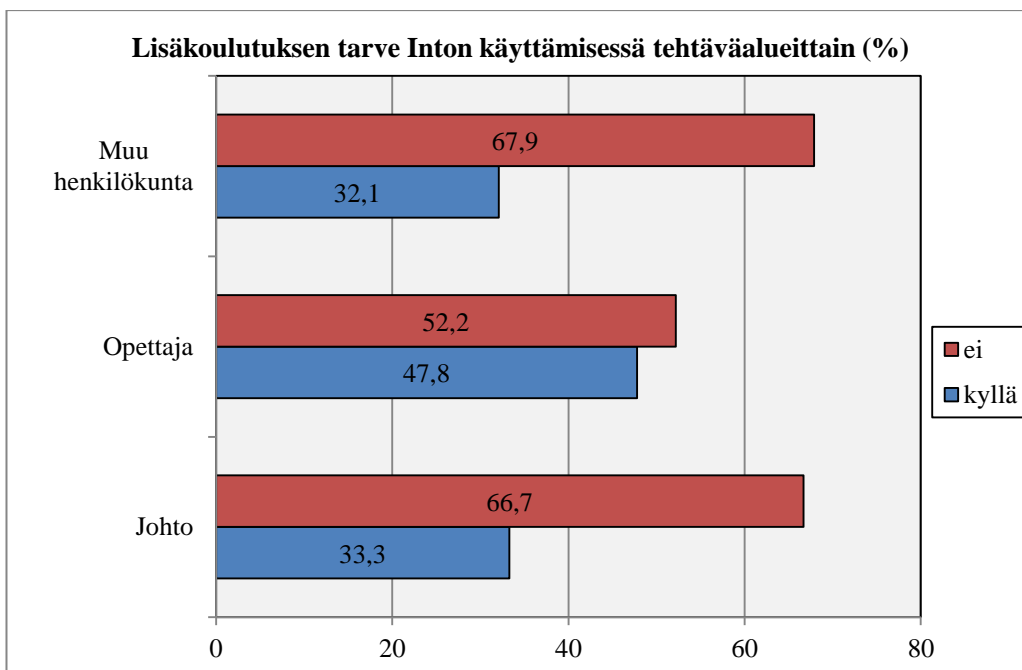
7.3.8 Yli puolet vastaajista ei tarvitse lisäkoulutusta Inton käyttämiseen

Vastaajista 60 % on sitä mieltä, että ei tarvitse lisäkoulutusta Inton käyttämiseen ja 40 % vastaajista taas kokee, että lisäkoulutus olisi tarpeellinen (kuviot 22).



Kuvio 22. Lisäkoulutuksen tarve Inton käyttämisessä (%)

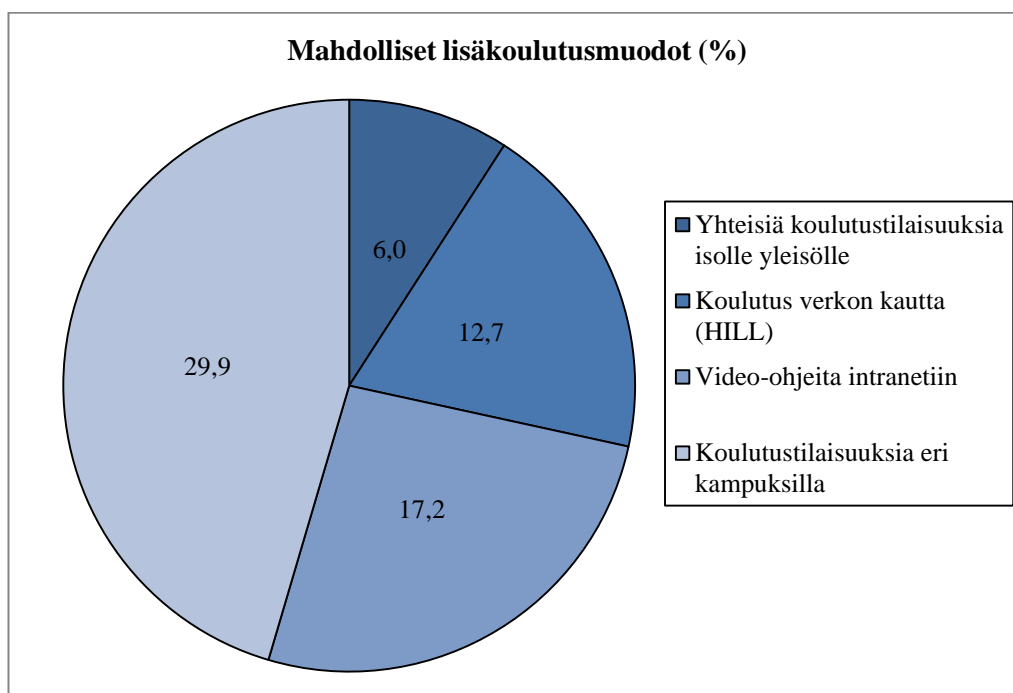
Vastanneista muun henkilökunnan edustajista 67,9 % on sitä mieltä, että osaa tarpeeksi hyvin käyttää Intoa, joten ei tarvitse lisäkoulutusta, vastanneista opettajista melkein puolet (47,8 %) kokee tarvitsevansa lisäkoulutusta ja johdon edustajista yli puolet (66,7 %) ilmoittaa ettei tarvitse lisäkoulutusta (kuvio 23).



Kuvio 23. Lisäkoulutuksen tarve Inton käyttämisessä tehtäväalueittain (%)

7.3.9 Yhteisiä koulutustilaisuuksia isolle yleisölle

Vastaajia, jotka kokivat tarvitsevansa lisäkoulutusta Inton käyttämisessä, pyydettiin valitsemaan mahdollinen koulutuksen toteuttamismuoto. Vastaajista 29,9 % on perinteisen koulutusmuodon kannalla eli koulutustilaisuuksia järjestettäisiin eri kampuksilla, video-ohjeiden laittamista intranettiin kannattaa 17,2 % vastaajista, koulutusverkon (HILL) käyttämistä tähän tarkoitukseen kannattaa vastaajista 12,7 % ja 6,0 % vastaajista on yhteisten koulutustilaisuuksien järjestämisen kannalla (kuvio 24).



Kuvio 24. Mahdolliset lisäkoulutusmuodot (%)

7.3.10 Lisäkoulutusmuotoina myös kirjallisia ohjeita tai lyhyitä tietoisuuksia

Vastaajilla on erilaisia näkemyksiä liittyen mahdollisen lisäkoulutuksen toteuttamistapaan. Joidenkin vastaajien mielestä ohjeet voisivat olla kirjallisia, jolloin niihin voisi halutessaan palata tai sitten pitäisi järjestää lyhyitä tietoisuuksia muiden tapahtumien yhteydessä tai uutiskirjeiden mukana. Vastaajien toivomuksena on myös, että koulutukset tapahtuisivat ennen kuin uusi järjestelmä otetaan käyttöön.

”Kirjallista tietoa ymmärrettävästi, jolloin tieto olisi saatavilla, kun sitä tarvitsee tai siihen on aikaa keskittyä.”

”Vaikka lyhyitä tietoiskuja muiden tapahtumien yhteydessä tai uutiskirjeiden lisukkeena.”

”Esim. esittely AC:n kautta. Hill lienee käyttökelpoinen myös, mutta siihen ei ole vielä päässyt perehtymään.”

”Than sama mikä tapa, kunhan koulutukset tulisivat joskus ennen järjestelmien muuttamista.”

7.3.11 Ajatuksia ja ideoita liittyen Intoon

Vastaajat kertoivat mielipiteitään ja ideoitaan liittyen Intoon. Kommentit olivat hyvin samansuuntaisia, ne käsittelivät intranetin käytettävyyttä, tiedon hakemisen vaikeutta, siihen kuluvaan aikaan ja tiedon epäloogista luokittelua sekä uuden järjestelmän käyttöönoton vaikeutta.

Vastaajat ovat sitä mieltä, että Intossa on paljon tietoa, mutta otsikoista ei pysty päätelemään, että mistä tiedon löytää, koska tarvittava tieto on monen mutkan takana. Inton todetaan olevan hidas ja hankala ja siellä on liikaa kirjautumisia. Monessa vastauksessa todetaan Inton olevan hankala käyttää, mutta toisaalta sen todetaan olevan hyvä tietopankki, joka päivittyy ja paranee jatkuvasti ja kuitenkin Intoon liittyvissä asioissa on saanut apua.

”Asiaa isossa organisaatiossa on tietysti paljon, ja jokaista helpottavaa logiikkaa asioitten sijoittamiseksi lienee vaikea löytää. Nyt kuitenkin Into tuntuu erittäin sekavalta, mikä alkuvaikeutena jo estää monia perehtymästä sen käyttöön.”

”Inton käyttöä hankaloittaa otsikointi - esim. Työvälineet -otsikon alta löytyy ohjeita, mutta tuosta otsikosta voisi paremminkin päätellä, että siellä käsitellään esim. miten saat uuden puhelimen, mitä teet, kun läppärisi on rikki etc.”

”Tiedon haku on aika hidasta. Luokittelu on varmasti taiten tehty, mutta käyttäjän on minusta hieman hankala löytää asiat. Se on jossain :) mutta missä.”

”Asiat löytyvät epäloogisten otsikoiden alta eli asioita ei ole järjestelty intraan käyttäjän näkökulmasta. Liian vaikeita polkuja, epäloogisia polkuja.”

”Asiantuntijoiden hyödyntäminen INTO:n materiaalin sijoittelussa ja koostamisessa käyttöön.”

”Täysin käsittämätöntä miksi kalenteri ja ilmoitustaulu siirrettiin intraan.”

"Into on hyvä työväline ja tietopankki. Käyttö vaatii käyttäjältään vain hieman viitseliäisyyttä - ja lopputuloksena on hyödyllistä tietoa oman työn ja ammattitaidon kannalta."

"Viestinnän väki on aina auttanut minua kaikissa Intoon liittyvissä asioissa! Kiitos kärsivällisyydestänne! :-)"

Vastauksissa ihmetellään uudistetun intranetin tarvetta, koska vanhakin toimi kohtuullisesti. Monessa vastauksessa tulee ilmi, että intranetin tulisi aueta samalla, kun kirjautuu koneelle, vastauksissa toivotaan myös, että Intosta pääsisi suoraan esimerkiksi Winhaan ilman erillistä tunnistautumista.

"En oikein ymmärtänyt, mikä tarve Intoon oli. Vanha intranetkin oli kohtuullisen toimiva. Ehkä tiedon ylläpito on helpompaa uudessa järjestelmässä ja se perustelee muutoksen."

"Into voisi olla aloitussivu työkoneelle kirjautuessa."

"Intra tulisi aueta samalla kun kirjautuu koneelle (tämä pitäisi saada kiireellisesti toimimaan). Järjestelmä vaatii uudelleenkirjautumista jos on hetken käyttämättä Intraa, tämä ei ole toimiva systeemi!"

"Vielä kun pääsisimme siihen tilanteeseen, että Intosta pääsisi suoraan winhaan ym. ohjelmiin ilman erillistä tunnistautumista."

"Avautumaan jokaisen koneelle aamulla ensimmäisenä Into ja uutiset."

"Kehitysehdotus. En tiedä, onko ylipäätään mahdollista, mutta olisi mukava jos ohjelma ei "heittäisi ulos" tietyn ajan kuluttua. Riittäisi, kun aamulla avaa omaan välilehtensä ja kirjautuu silloin, niin pysyisi kirjautuneena koko päivän."

Vastaajien mielestä erilaisten järjestelmien kehittämisvaiheessa pitäisi kuulla niiden käyttäjiä ja ottaa heidät mukaan testausvaiheessa. Muutaman vastaajan mielestä työpäivässä ei ole aikaa tutustua uuteen järjestelmään, joten koulutus tässä tilanteessa olisi paikallaan.

"En ole ainakaan vielä saanut minkäänlaista opastusta aiheesta tai viestiä siitä, miten ja milloin INTOa pitäisi käyttää. Mitkä sen tavoitteet ovat jne."

"Järjestelmien kehittämisvaiheessa pitäisi kuulla niiden käyttäjiä = opettajat ja opiskelijat ja heidän pitäisi olla niitä testaamassa."

”Uuden järjestelmän ottaminen käyttöön vaatii asiantuntemusta ja taitoa suunnitella sekä hahmottaa kokonaisuuksia. Näiden puuttuminen tuli selvästi esille Inton suunnittelussa ja käyttöönotossa.”

”Single-Sign On (taitaa ollakin tulossa). Joku sivukartta olisi hyvä, vaikka kyllä siellä haku on, jolla löytää tarvittaessa.”

”Etusivulla olevat linkit (Moodle, SoleOPS etc.) hyviä.”

8 YHTEENVETO JA JOHTOPÄÄTÖKSET

Tässä luvussa arvioidaan tuloksia, joita tutkimuksessa saavutettiin sekä pyritään vastaamaan opinnäytetyöongelmassa esitettyihin kysymyksiin.

Nykyään organisaatioissa käytetään vaihtelevasti erilaisia verkkoviestinnän välineitä. Sähköpostin asema organisaation viestinnässä on erittäin vahva, mutta vielä vahvemman aseman viestintäkanavana on ottanut intranet, joka on organisaation sisäiseen käyttöön tarkoitettu verkkopalvelu ja monissa organisaatioissa intranet onkin sisäisen viestinnän tärkein kanava. Intranetin suosioon on monia syitä, mm. se helpottaa tiedonvälitystä ja yhteistyötä hajallaan olevissa organisaatioissa, tiedonvälityksen nopeus ja kustannustehokkuus puoltavat myös intranetin asemaa. Oikein toteutettuna intranet tehostaa merkittävästi tiedon kulkua organisaation sisällä.

8.1 Intranetin hyödyntäminen tällä hetkellä

Intranetin hyödyntämisessä pitää huomioida, että ihmisten suhtautuminen intranettiin vaihtelee, koska osalle sen hyödyntäminen on jokapäiväistä rutiininomaista toimintaa ja toisille se voi olla turhauttava kokemus, jos etsittävää tietoa ei löydy tai se tieto ei ole ajan tasalla.

Tutkimuksen tuloksista käy ilmi, että intranetin merkitys SAMKin sisäiselle viestinnälle on merkittävä, koska vastausten mukaan Inton käyttö on aktiivista, siellä käydään useita kertoja päivässä tai viikossa. Tuloksien mukaan Into mielletään hyvin SAMKin sisäisen viestinnän välineeksi. Inton käyttö on laajaa ja monipuolista, sitä

käyttävät kaikkien tehtäväalueiden edustajat. Inton viestinnällinen merkitys on huomattu, koska vastausten mukaan Inton käytetyin osio on ilmoitustaulu, josta kaikki ajankohtaiset asiat löytyvät.

Kysyttäessä toimintoa, joka hyödyttää eniten työssä tulokseksi saatiin työvälaineet - osio, laatukäsikirja ja ilmoitustaulu. Näiden toimintojen voidaan katsoa olevankin tarpeellisia jokapäiväisen työskentelyn kannalta, koska ne sisältävät yleisiä ohjeita ja käytänteitä, virallisia menettelyohjeita, hallinnollisia ohjeita sekä sisäisiä sääntöjä eli asioita, jotka ohjaavat organisaation toimintaa. Näiden tulosten perusteella voidaan todeta henkilökunnan hyödyntävän hyvin Intoa jokapäiväisessä työssään perinteisten toimintojen osalta, kun taas uudet toiminnot Intossa, ryhmätyötila ja keskustelupalsta eivät ole aktiivisesti käytössä eivätkä vastaajien mielestä hyödytä heitä työssään.

Tutkimuksessa kysyttiin vastaajien omaa aktiivisuutta tiedon tuottamiseen Intoon esimerkiksi ilmoitusten vientiä ilmoitustaululle tai mahdollista halukkuutta siihen. Tulosten mukaan suurin osa vastaajista ei ole vienyt ilmoituksia Intoon, mutta ei siihen ole oikein halukkuuttakaan. Tätä asiaa ei koettu mitenkään ongelmaksi, koska tuli ilmi, että siihen ei ole edes tarvetta tai asian hoitaa keskitetysti esimerkiksi viestintä. Tarkoituksena SAMKissa kuitenkin on, että henkilökunta veisi itsenäisesti ilmoituksia ilmoitustaululle eikä niitä kierrätettäisi viestinnän kautta ja näin myös kaikki tarpeellinen tieto tulisi kaikkien tietoon mahdollisimman nopeasti. Tämäkin on varmasti yksi sellainen prosessi, joka vaatii henkilökunnalta aikaa opetella arvioimaan, että mikä tieto on relevanttia koko henkilökunnan kannalta.

8.2 Tiedon löydettävyys intranetistä

Voidaan ajatella, että laadukkaassa ja toimivassa intranetissä sisältö on ajantasaista, selkeää ja ymmärrettävää, tieto löytyy helposti ja sitä kehitetään saadun palautteen mukaan.

Tuloksista kävi ilmi, että Intosta etsittävä tieto löytyy melko helposti, mutta samalla pitää huomioida, että ne helposti löydettävät toiminnot ovat juuri samoja kuin ne joita sieltä eniten käytetään, kuten ilmoitustaulu ja uutiset. Ja vaikka tuloksista päätellen

tieto intrantista löytyy melko helposti, niin erittäin selvästi vastauksista nousi esille, että tiedon luokittelu Intossa kaipaa selvennystä esimerkiksi otsikoinnin avulla. Tätä tietoa vahvistaa myös tulos siitä, että vastaajien mielestä Into ei ole tällä hetkellä tiedon hakemisen kannalta kovin helppokäyttöinen. Teoriaosuudessa mainitaan, että viestintäkanavana intranet on tehokas, mutta sekään ei tue organisaation tavoitteita, jos sieltä ei löydy relevanttia tietoa ja opastusta. Tuloksissa tämä todennettiin selvästi, koska vastaajien mielestä Into on sisällöltään ajantasainen ja hyödyllinen. Tutkimuksessa verrattiin odotuksia ja toteutumaa intranetin ominaisuuksien välillä ja siinäkin suurimmat erot tulevat jo edellä mainituissa asioissa eli helppokäyttöisyydessä ja tiedon hakemisen helppoudessa.

8.3 Etsittävät sisällöt ja palvelut intranetissä

Kysyttäessä tavanomaisimpia toimintoja, joita vastaajat Intosta etsivät ja käyttävät, vastauksiksi saatiin työvälaineet -osio, laatuksikirja ja ilmoitustaulu, eli samat toiminnot kuin ne, jotka vastaajien mielestä hyödyttävät eniten työssä. Hallinto-osio on myös useasti etsittyjen toimintojen joukossa, se sisältää päätöksiä, sopimuksia, muistioita ja pöytäkirjoja eli asioita joita tarvitaan päivittäisessä työskentelyssä. Kaiken kaikkiaan melko kattavasti vastaajat ilmoittivat käyttävänsä eri toimintoja, joten näiden tulosten perusteella voidaan todeta, että henkilökunta käyttää ja hyödyntää Intoa hyvin hakemalla sieltä ajan tasalla olevia tietoja ja ohjeita.

8.4 Sisällöt ja palvelut, joita intranetissä tulee olla

Tutkimuksessa ei suoranaisesti kysytty, että onko jotain tietosisältöjä, joita Intossa pitäisi olla, mutta niitä ei ole. Vapaissa vastauksissa kyllä mainittiin, että Intossa on paljon asiaa, mutta mitään varsinaisia puutteita ei kukaan tuonut esille. Tulosten perusteella voidaan olettaa, että mitään kovin tärkeää sieltä ei puutu vaan vastaajat ovat löytäneet tarvitsemansa tiedot.

8.5 Vuorovaikutteinen, sosiaalinen intranet

Tänä päivänä intranet on myös virtuaalinen työskentely-ympäristö, jossa voidaan esimerkiksi opiskella, tehdä työtä, jalostaa ja jakaa tietoa yhteistyössä toisten kanssa. Intranetin suurin haaste ehkä onkin asenteissa, jolloin jokaisen organisaation ja sen työntekijöiden tulee löytää intranet vuorovaikutuksen kanavana eikä ainoastaan paikaksi, jossa tietoa voidaan säilyttää. Intranetin muuttaminen avoimeksi ja aktiiviseksi vuorovaikutuksen kanavaksi ei käy käden käänteessä, koska muutokset tapahtuvat pienin askelin muuttamalla viestintäkulttuuria organisaation sisällä. Ja kulttuurin muutos taas vaatii jatkuvaa työtä ja rohkaisemista, mutta ennen kaikkea rohkeita suunnan näyttäjiä. Siinä vaiheessa, kun organisaation viestintäkulttuuri on muuttunut niin, että jokainen työntekijä voi ja uskaltaa vapaasti kommunikoida koko organisaatiolle, ja työntekijät kokevat, että omaan tehtävään kuuluu muille viestiminen, voidaan puhua sosiaalisesta intranetista.

Tulosten mukaan keskustelupalsta ja ryhmätyötila ovat vähimmin käytettyjä toimintoja Intossa, vaikka teorian mukaan intranet on muuttunut ja muuttumassa koko ajan vuorovaikutteisempaa suuntaan. Vastausten mukaan nämä toiminnot myös löytyvät huonosti Intosta. Ryhmätyötila ja keskustelupalsta ovat uusia toimintoja SAMKIn intranetissä ja selvästikään henkilökunta ei osaa käyttää tai he eivät ole kokeneet tarvitsevansa niitä työssään. Usein organisaatioissa on muita työvälineitä, joilla korvataan nämä toiminnot tai sitten näiden uusien toimintojen käyttämiseen tarvittaisiin opastusta ja lisää markkinointia. Kuten teoriaosuudessaakin sanotaan, niin organisaatioiden viestintäkulttuuri muuttuu hitaasti eikä se muutu sillä, että intranetin etusivulle laitetaan kenttä, johon kuka tahansa voi kommentoida. Vaan muutos vaatii paljon aikaa ja rohkeita suunnan näyttäjiä.

8.6 Intranetin toimivuus tai puutteellisuus

Positiivisina asioina tuloksista ilmeni, että Into on hyödyllinen ja ajantasainen, joten se tukee henkilökuntaa jokapäiväisessä työssään. Vastaajien mielestä teksti Intossa on helppolukuista ja ulkoasultaankin Into on melko hyvä.

Tulosten mukaan suurin puute Inton toiminnassa on tietojen epälooginen sijoittelu ja otsikointi, joka näin ollen hidastaa ja hankaloittaa tietojen löytymistä. Vastausten mukaan siellä on liian vaikeita ja epäloogisia polkuja. Ja jos alkuvaikutelma on jo sekava, varmasti se estää monia perehtymästä syvällisemmin Inton sisältöön. Tästä varmasti johtuu se, että tulosten mukaan Into ei ole kovinkaan helppokäyttöinen eikä tiedon etsimisen kannalta helppokäyttöinen.

8.7 Intranetin käytön tehostaminen tai siihen kouluttaminen

Tutkimuksessa tiedusteltiin myös lisäkoulutuksen tarpeesta liittyen Inton käyttämiseen ja suurin osa vastaajista ei kokenut tarvitsevansa lisäkoulutusta. Osa vastaajista kuitenkin ajatteli tarvitsevansa lisäkoulutusta Inton käyttämiseen esimerkiksi erilaisien koulutustilaisuuksien muodossa eri kampuksilla tai sitten kirjallisia ohjeita, mutta toiveena oli, että koulutukset järjestettäisiin ennen uuden järjestelmän käyttöönottoa.

Teoriaosuudessaakin mainitaan, että kuuntelemalla aktiivisesti palautetta intranetin käyttäjiltä ja tekemällä niiden perusteella muutoksia saadaan aikaan koko organisaatiota paremmin palveleva intranet. Vapaissa vastauksissa tuli ilmi, ettei henkilökunta oikein tiennyt miksi vanha ja toimiva intranet piti uudistaa. Vastauksissa tuli myös esille, että uuden järjestelmän käyttöönotossa ja kehittämisvaiheessa pitäisi kuulla järjestelmän käyttäjiä ja heidän pitäisi olla myös testajina.

8.8 Johtopäätöksiä tutkimuksen jälkeen

Tutkimustuloksissa ja vapaissa vastauksissa tuli esille, ettei henkilökunta oikein tiennyt miksi intranet uudistettiin, koska ilmeisesti vanha intranet näyttäytyi henkilökunnalle toimivana eikä heillä ollut tietoa mahdollisista ylläpito yms. ongelmista. Tämä on varmasti yksi sellainen asia, joka pitäisi ottaa kaikkien uusien järjestelmien käyttöönotossa huomioon eli asiasta pitää informoida käyttäjiä tarpeeksi sekä selkeästi perustella uudistamistarvetta, näin saataisiin myös lievennettyä mahdollista muutosvastarintaa, jota aina esiintyy uusien asioiden tullessa käyttöön.

Tärkeänä asiana nousi esille, että ennen uuden järjestelmän käyttöönottoa pitäisi järjestää jonkinlaista koulutusta. Nyt vastaajilla oli sellainen kuva, että Into vain otettiin käyttöön, osaksi keskeneräisenä, koska alkuun sen käytössä oli ongelmia. Jokaiselle helppoa logiikkaa on varmasti vaikea löytää, mutta tietyllä ennakkoinformaatiolla tätäkin ongelmaa olisi voitu helpottaa. Vanhaan intranettiin verrattuna Intoon tuli uusia ominaisuuksia esimerkiksi ryhmätyötila ja keskustelupalsta ja vastausten mukaan käyttäjät eivät tunnista näitä työskentelyä hyödyttäviksi toiminnoiksi eivätkä ne löytyneet helposti Intosta. Tässäkin auttaisi uusien toimintojen esittely sekä ennakkomarkkinointi sekä joku selkeä suunnannäyttäjä.

Sama pätee varmasti henkilökunnan mahdollisuuteen viedä itse ilmoituksia ilmoitustaululle ja tietoja Inton kalenteriin. Näissäkään vastaajat eivät olleet kovin aktiivisia eivätkä nähneet siihen mitään syytä, vaan ajattelivat, ettei heidän asiansa ole sellaisia, joita pitäisi tiedottaa kaikille. Tarkoituksena kuitenkin on, että jokainen työntekijä kokee, että omaan työtehtävään kuuluu muille viestiminen siitä mitä on meneillään. Tässäkin asiassa muutokset tapahtuvat hitaasti eikä viestintäkulttuuri muutu pelkästään sillä, että intranetissä on paikka, jossa kommunikoida toisten kanssa tai viedä omia ilmoituksia. Tällaisen kulttuurin muutos organisaatiossa vaatii aikaa ja rohkaisua sekä suunnannäyttäjiä.

Vapaissa vastauksissa tuli joitakin kehitysehdotuksia mm., että Into olisi aloitussivuna työkoneelle kirjautuessa niin, että ensimmäisenä avautuisivat uutiset eikä Intoon tarvitsisi kirjautua päivän kuluessa aina uudelleen. Toiveena oli myös, että Intosta pääsisi suoraan muihinkin ohjelmiin (esim. Winha) ilman erillistä kirjautumista ja hakutoiminnon parantamiseksi toivottiin sivukarttaa.

Kokonaisuutena voi päätellä, että Intolla on varsin tyytyväisiä käyttäjiä jo nyt. Inton kehitystyö kuitenkin jatkuu kokoajan ja siksi onkin tärkeää pyytää säännöllisesti käyttäjiltä palautetta ja ryhtyä niiden mukaisiin toimenpiteisiin. Alla olevassa lauseessa kiteytyy varsin hyvin Inton tämänhetkinen tila.

”Into on hyvä työväline ja tietopankki. Käyttö vaatii käyttäjältään vain hieman viitteliäisyyttä - ja lopputuloksena on hyödyllistä tietoa oman työn ja ammattitaidon kannalta.”

LÄHTEET

Alasilta, A. 2000. Verkkoajan viestintä. Tulkinta, ilmaisu, vuorovaikutus. Pieksämäki: Rt-Print Oy.

Aula, P. & Jokinen, K. 2007. Organisaatioiden verkkoelämä: viestintäteknologianäkemykset ja organisaatioviestintä. Viitattu 11.9.2013.
http://www.helsinki.fi/palmenia/hankkeet/2007/aula_ja_jokinen.pdf

Heikkilä, T. 2008. Tilastollinen tutkimus. Helsinki: Edita.

Hirsjärvi, S, Remes, P & Sajavaara P. 2010. Tutki ja kirjoita. 15-16.p., Helsinki:Tammi.

Ikävalko, E. 1995. Käytännön tiedottaminen. Yhteisöviestinnän käsikirja. 1.-2.painos. Jyväskylä. Inforviestintä Oy.

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

Juholin, E. 2008. Viestinnän vallankumous. Löydä uusi työyhteisöviestintä. Juva: WSOYpro.

Juholin, E.2009. Communicare! Viestintä strategiasta käytäntöön. 5.uud.p. Porvoo:Infor.

Juholin, E. 2010. Arvioi ja paranna! Viestinnän mittaamisen opas. Vantaa: Infor.

Kauhanen, J. 2012: Henkilöstövoimavarojen johtaminen. 10-11.painos. Helsinki:WSOYpro. Viitattu 24.9.2013.
<http://onlinepalvelu.sanomapro.fi/ProDatabaseReader.aspx?DBid=12jo317441#HENKIL%C3%96ST%C3%96VOIMAVAROJEN%20JOHTAMINEN%20>

Kananen, J. 2010. Opinnäytetyön kirjoittamisen käytännön opas. Jyväskylän ammattikorkeakoulun julkaisuja. Tampereen Yliopistopaino Oy. Juvenes Print.

Kananen, J. 2011. Kvantti. Kvantitatiivisen opinnäytetyön kirjoittamisen käytännön opas. Jyväskylän ammattikorkeakoulun julkaisuja. Tampereen Yliopistopaino Oy. Juvenes Print.

Korhonen, N. & Rajala, R. 2011. Viestinnän prosessointi. Koreografia kaaokselle. Hämeenlinna: Kariston Kirjapaino Oy.

Kortetjärvi-Nurmi, S., Kuronen, M-L. & Ollikainen, M. 2009. Yrityksen viestintä. 5-6.painos. Helsinki:Edita.

Koskela, L., Koskinen, J. & Lankinen, P. 2007. Viestintä verkostoissa ja innovaatioissa. Juva: WSOYpro.

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

Lehmuskallio, S. 2008. Intranet. Viitattu 10.11.2013.
<http://www.kielijelppi.fi/verkkoviestintä/intranet>.

Lohtaja, S. & Kaihovirta-Repo, M. 2007. Tehoa työelämän viestintään. Helsinki: WSOYPro.

Pesonen, P. 2012. Yritysviestinnän säännöt. Jyväskylä: Bookwell Oy.

Pynnä, S. 2001. Rehtori, Satakunnan ammattikorkeakoulu. Pori. Päätös 13.5.2011. Päätösnumero 950 145.

SAMKin www-sivut 2014. Viitattu 5.2.2014. <http://www.samk.fi>

Selkäinaho, H. 2013. Uskallatko murtaa organisaatiosi viestintämuurit? Viitattu 12.11.2013. <http://tietotyomaa.meteoriitti.com/heidi-selkainaho>.

Siukonsaari, A. 2002. Yhteisöviestinnän opas. 2. tarkistettu painos. Helsinki: Tietosanomat.

Valtokivi, H. 2012. Viestintäpäällikkö, Satakunnan ammattikorkeakoulu. Pori. Tiedonanto henkilökunnan henkilöstöpäivässä 23.8.2012.

Wiio, O.A. 1994. Johdatus viestintään. 6.uud.laitos. Porvoo: WSOY.

Vuokko, P. 2003. Markkinointiviestintä merkitys, vaikutus ja keinot. Porvoo: WSOY.

Åberg, L. 2006. Johtamisviestintää!: esimiehen ja asiantuntijan viestintäkirja. Jyväskylä: Inforviestintä.



Inton käyttäjäkysely 2014

Lomake on ajastettu: julkisuus päättyy 31.1.2014 23.59

TAUSTATIEDOT

1. Sukupuoli

- mies
- nainen

2. Ikä

- alle 30 v.
- 31-49 v.
- yli 50 v.

3. Tehtäväalue SAMKissa

- johto (=ylin johto+päälliköt)
- opettaja
- muu henkilökunta

4. Toimintayksikkö SAMKissa

- Hyvinvointi (HYVO)
- Terveys (TEVE)
- Palveluliiketoiminta (PATA)
- Logistiikka ja meriteknologia (LOME)
- Energia ja rakentaminen (ENRA)
- Informaatioteknologia (ITEK)
- Opetus (OPET)
- TKI- ja yrityspalvelut (TKIY)
- Korkeakoulupalvelut (KOPA)
- Talous- ja hallintopalvelut (TAHA)
- Rehtorin toimisto (RETO)

INTON KÄYTTÖ

5. Miten usein käyt Intossa?

- useita kertoja päivässä
- kerran päivässä
- 2-3 kertaa viikossa
- kerran viikossa
- harvemmin
- en koskaan

6. Mikäli vastasit "en koskaan", miksi et?

7. Mainitse alla luetelluista vaihtoehdoista 1-3 tavanomaisinta asiaa, joita Intossa käytät

- Ilmoitustaulu
- Kalenteri
- Uutiset
- Keskustelupalsta
- Ryhmätyötila
- Henkilöstöhakemisto
- Laatuksikirja
- Työsuhde-osio (mm. työsuhteeseen liittyviä asioita)
- Työvälineet-osio (mm. ohjeita, käytänteitä sekä lomakkeita sähköisistä ympäristöistä)
- Palvelut-osio (mm. julkaisutoiminta, tietohallinto)
- Hallinto-osio (mm. muistiot, pöytäkirjat, sopimukset, päätökset)
- Turvallisuus-osio (mm. pelastussuunnitelma, kriisitiedotus)
- Opetus-osio (mm. opetusprosessin asioita; ohjeita)

8. Mitkä alla luetelluista Inton toiminnoista hyödyttävät sinua eniten työssäsi?

- Ilmoitustaulu
- Kalenteri
- Uutiset
- Keskustelupalsta
- Ryhmätyötila
- Henkilöstöhakemisto
- Laatukäsikirja
- Työsuhde-osio
- Työvälineet-osio
- Palvelut-osio
- Hallinto-osio
- Turvallisuus-osio
- Opetus-osio

9. Miten vaikeaksi koet seuraavien asioiden löytämisen Intosta? (1=Erittäin helppoa, 2=Melko helppoa, 3=Ei helppoa eikä vaikeaa, 4=Melko vaikeaa, 5=Erittäin vaikeaa)

	Erittäin helppoa	Melko helppoa	Ei helppoa eikä vaikeaa	Melko vaikeaa	Erittäin vaikeaa
Ilmoitustaulu	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Kalenteri	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Uutiset	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Keskustelupalsta	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Ryhmätyötila	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Henkilöstöhakemisto	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Laatukäsikirja	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Työsuhde-osio	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Työvälineet-osio	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Palvelut-osio	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Hallinto-osio	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Turvallisuus-osio	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Opetus-osio	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

INTON SISÄLTÖ JA OMINAISUUDET

10. Intossa tieto on

- luokiteltu loogisesti
- luokittelu kaippaa selvennystä

11. Oletko itse vienyt Inton ilmoitustaululle ilmoituksia?

- kyllä
- en

12. Jos vastasit "en", niin miksi ei?

13. Haluaisitko tuottaa/lisätä uutisia tai tapahtumia kalenteriin?

- kyllä
- en

14. Arvioi seuraavia intranetin ominaisuuksien tärkeyttä? (1=EI lainkaan tärkeä, 2=Hieman tärkeä, 3=Melko tärkeä, 4=Tärkeä, 5=Todella tärkeä)

	Ei lainkaan tärkeä	Hieman tärkeä	Melko tärkeä	Tärkeä	Todella tärkeä
helppokäyttöisyys	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
sisällön ajantasaisuus	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
sisällön hyödyllisyys työn kannalta	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
tiedon hakemisen helppous	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
ulkoasun miellyttävyys	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

15. Into on tällä hetkellä mielestäni (1=Täysin eri mieltä, 2=Osittain eri mieltä, 3=En eri enkä samaa mieltä, 4=Osittain samaa mieltä, 5=Täysin samaa mieltä)

	Täysin eri mieltä	Jokseenkin eri mieltä	En eri enkä samaa mieltä	Jokseenkin samaa mieltä	Täysin samaa mieltä
helppokäyttöinen	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
sisällöltään ajantasainen	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

sisällöltään hyödyllinen	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
tiedon hakemisen kannalta helppokäyttöinen	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
ulkoasultaan miellyttävä	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

16. Vastaa seuraaviin Intoa koskeviin väittämiin (1=Täysin eri mieltä, 2=Osittain eri mieltä, 3=En eri enkä samaa mieltä, 4=Osittain samaa mieltä, 5=Täysin samaa mieltä)

	Täysin eri mieltä	Jokseenkin eri mieltä	En eri enkä samaa mieltä	Jokseenkin samaa mieltä	Täysin samaa mieltä
Into tukee jokapäiväistä työtäni	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Into sisältää tarvitsemani tiedon	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Löydän tarvitsemani tiedon helposti INTOsta	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Vanhan tiedon erottaa helposti uudesta	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Teksti Intossa on helposti luettavaa	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Opin nopeasti käyttämään Intoa	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Inton rakenne on toimiva	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Minua on opastettu riittävästi Inton käyttöön	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Intossa saisi olla enemmän kuvia	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

17. Tarvitsetko mielestäsi tällä hetkellä lisäkoulutusta Inton käyttämisessä?

kyllä

en

18. Jos tarvitset lisäkoulutusta, millä tavoilla koulutus pitäisi mielestäsi järjestää?

koulutustilaisuuksia eri kampuksilla

koulutus verkon kautta (HILL)

yhteisiä koulutustilaisuuksia isolle yleisölle

video-ohjeita (opas-videoita) intranettiin

19. Muu tapa, mikä?

20. Vapaa sana. Ajatuksia ja ideoita liittyen Intoon.

Vastanneiden kesken arvotaan 3 kpl SAMK rannekelloja. Jos haluat osallistua rannekellojen arvontaan, niin jätä tähän nimesi ja yhteystietosi.

Tietojen lähetyks

[Tallenna] [Esitäyttö URL]

Kiitos vastauksistasi!

Tervehdys Samkilainen!

Opiskelen työni ohessa tradenomiksi ja olen päässyt opiskeluissani opinnäytetyön tekovaiheeseen. Opinnäytetyöni teen intranetista sisäisen viestinnän kanavana. Työhöni liittyy tutkimuksen tekeminen SAMKin uudistetusta intranet Intosta. Tarkoitukseni on kartoittaa Inton käytettävyyttä, hyödynnettävyyttä ja käyttäjien kokemuksia intranetin sisällöstä ja ulkoasusta sekä selvittää, mitä kehitettävää Intossa mahdollisesti olisi.

Kyselyn vastausaika on **20.-31.1.2014** ja se on suunnattu SAMKin koko henkilökunnalle.

Kaikkien vastanneiden kesken arvotaan 3 kpl SAMK rannekelloja. Osallistuaksesi arvotaan, tulee sinun täyttää lomakkeen loppuun oma nimesi ja yhteystietosi. Kyselyn vastaukset käsitellään nimettöminä ja luottamuksellisina, nimi- ja yhteystietoja käytetään ainoastaan arvonnassa.

Tässä linkki kyselyyn: <https://elomake.samk.fi/lomakkeet/2925/lomake.html>

Kiitos jo etukäteen arvokkaasta palautteestasi!

Jaana

Jaana Puska

Tervehdys Samkilainen,

jos et ole vielä käynyt vastaamassa Inton käyttäjäkyselyyn, niin käythän tekemässä sen tämän viikon aikana. Kaikkien vastanneiden kesken arvotaan 3 kpl SAMK rannekelloja. Kyselyn vastausaika päättyy perjantaina 31.1.2014.

Tässä linkki kyselyyn: <https://elomake.samk.fi/lomakkeet/2925/lomake.html>

Palautteesi on tärkeä!

Jaana

Jaana Puska