

Henkilöstön näkökulma sosiaalisen intranetin vaikutuksista työyhteisössä

Case: OP Keski-Suomi

Iida Kilpiö
Roosa-Maria Kanninen

Opinnäytetyö
Tammikuu 2016
Matkailu-, ravitsemis- ja talousala
Restonomi, palvelujen tuottamisen ja johtamisen tutkinto-ohjelma
Kuluttajapalvelut

Tekijä(t) Kanninen, Roosa-Maria Kilpiö, lida	Julkaisun laji Opinnäytetyö, AMK	Päivämäärä 11.01.2016
	Sivumäärä 88	Julkaisun kieli Suomi
		Verkojulkaisulupa myönnetty: x
Työn nimi Henkilöstön näkökulma sosiaalisen intranetin vaikutuksista työyhteisössä Case: OP Keski-Suomi		
Tutkinto-ohjelma Palvelujen tuottamisen ja johtamisen tutkinto-ohjelma		
Työn ohjaaja(t) Pauliina Silvennoinen		
Toimeksiantaja(t) OP Keski-Suomi		
Tiivistelmä <p>Opinnäytetyön tavoitteena oli selvittää henkilöstön näkökulma sosiaalisen intranetin, Intran vaikutuksesta työyhteisöön sen ensimmäisen käyttökuukauden ajalta. Intra lanseerattiin OP Ryhmässä syyskuussa 2015. Tavoitteena oli saada selville kuinka uusi Intra parantaa ja helpottaa tiimien välistä vuorovaikutusta, yhteisöllisyyttä, tiedonkulkua ja lisäarvon tuottamista asiakaskokemukseen OP Keski-Suomessa. Näiden osa-alueiden lisäksi haluttiin selvittää, mitä mahdollisuuksia Intralla on tulevaisuudessa sosiaalisena työ- ja viestintävälineenä.</p> <p>Työn teoreettinen viitekehys muodostui sosiaalisesta intranetistä, tiimien välisestä vuorovaikutuksesta, yhteisöllisyydestä, tiedonkulusta ja asiakasarvosta. Tutkimus toteutettiin määrällisellä tutkimusmenetelmällä. Aineistonkeruumenetelmänä käytettiin puolistrukturoitua verkkokyselyä. Kysely toteutettiin loka-marraskuussa 2015 lähettämällä kysely henkilöstölle sähköpostin välityksellä. Kyselyyn osallistui 113 henkilöstön jäsentä. Tutkimustulokset käsiteltiin Webropol-ohjelmalla sekä IBM SPSS-ohjelmalla. Avoimet vastaukset käsiteltiin teemoittamalla ne Word-tekstinkäsittelyohjelmassa.</p> <p>Tulosten perusteella voidaan havaita, että Intra oli jo nyt tuonut joitakin parannuksia ja helpotuksia työyhteisön yhteisöllisyyteen, tiedonkulkuun ja vuorovaikutukseen tiimien välillä. Vastaajat eivät olleet vielä kokeneet Intran tuoneen suuria parannuksia lisäarvon tuottamiseen asiakaskohtamisessa. Intran tulevaisuus nähtiin positiivisena ja sen koettiin tuovan jatkossa useita parannuksia ja helpotuksia työskentelyyn. Tutkimuksen perusteella saatuja tietoja voidaan jatkossa hyödyntää kehittäessä Intraa yhä yhteisöllisemmäksi työvälineeksi järjestämällä lisäkoulutusta, ja kannustamalla henkilöstöä Intran aktiiviseen käyttöön.</p> <p>Vuoden kuluttua tutkimus voidaan toistaa samanlaisena, jolloin Intra on ollut pidemmän aikaa henkilöstön käytössä ja parannukset ovat vielä selkeämmin nähtävissä.</p>		
Avainsanat (asiasanat) sosiaalinen intranet, intranet, kvantitatiivinen tutkimus, kyselytutkimus, pankkiala, tiimit, yhteisöllisyys, vuorovaikutus, asiakasarvo, tiedonkulku		
Muut tiedot		

Author(s) Kanninen, Roosa-Maria Kilpiö, Iida	Type of publication Bachelor's thesis	Date 11.01.2016
	Number of pages 88	Language of publication: Finnish
		Permission for web publication: x
Title of publication The personnel's aspect of social intranet's impacts on a work community Case: OP Keski-Suomi		
Degree programme Degree programme in Service Management		
Supervisor(s) Silvennoinen, Pauliina		
Assigned by OP Keski-Suomi		
<p>Abstract</p> <p>The aim of the research was to examine the personnel's considerations of social intranet's, Intra's, impacts on the work community during its first month of initialization. The Intra was launched at the OP group in September 2015. The aim was to find out how the new Intra improved and eased the interaction between the teams, communality, communication, and how it added value to the customer experience at OP Keski-Suomi. In addition of these elements, it was wished to find out what kind of opportunities the Intra could have as a social work and communication instrument in the future.</p> <p>The theoretical framework of the thesis consisted of the social intranet, interaction between the teams, communality, communication and customer value. The research was executed using the quantitative research method. The responses were collected by a semi-structured web questionnaire. The survey was executed between October and November in 2015 by emailing the questionnaire to the personnel. 113 personnel members participated in the survey. The research results were analyzed by the Webropol- program and IBM SPSS- program. Open questions were analyzed by theming them in Word- processor.</p> <p>Based on the results, it can be stated that the Intra has already brought some improvements and facilitations to the communality, communication and interaction between the teams. The personnel had not yet experienced any major improvements regarding the added value to customer experience. The Intra's future was seen positive and it was experienced that it will bring multiple improvements and facilitations to work. The information received based on the research could be utilized in the future by further developing the Intra as a communality work instrument by organizing extra education, and by encouraging the personnel to use the Intra more actively.</p> <p>In a year a similar research could be repeated, when Intra has been in the personnel's use longer and improvements will be seen more clearly.</p>		
Keywords (subjects) social intranet, intranet, quantitative research, survey, finance industry, teams, community, interaction, customer value, information flow		
Miscellaneous		

Sisältö

1 Johdanto	4
1.1 Opinnäytetyön tavoite ja tutkimuskysymykset	5
1.2 Tutkimuksen rakenne ja aiheenrajaus	6
1.3 Toimeksiantaja OP Keski-Suomi	7
2 Sosiaalinen Intranet organisaation työvälineenä	8
2.1 Intranet organisaation yhteisöllisyyden tukena	9
2.2 Uusi Intra Osuuspankin työvälineenä	11
2.3 Sähköiset työ- ja viestintävälineet OP Keski-Suomessa	13
3 Tiimityö	15
3.1 Toimiva tiimityö	15
3.2 Tiimien välinen vuorovaikutus	16
3.3 Vuorovaikutusmalli: Joharin ikkuna	18
3.4 Tiimien sisäinen tiedonkulku	20
3.5 Johdon ja esimiestyön rooli tiimissä	21
4 Yhteisöllisyys	22
4.1 Yhteisöllisyys tiimityöskentelyssä	23
4.2 Verkostoituminen organisaation sisällä - osana yhteisöllisyyttä	24
5 Lisäarvon tuottaminen asiakaskohtaamiseen	25
6 Tutkimuksen toteutus	28
6.1 Kvantitatiivinen tutkimus	28
6.2 Verkkokyselylomake	29
6.3 Verkkokyselyn muodostuminen	32
6.4 Populaatio ja otos	37
6.5 Tutkimuksen luotettavuus	39

7 Tutkimustulokset	40
7.1 Vastaajien taustatiedot	42
7.2 Vastaajien taustatiedot Intrasta	44
7.3 Vuorovaikutuksen parantuminen.....	51
7.4 Vaikutus tiedonkulkuun.....	53
7.5 Yhteisöllisyyden toteutuminen.....	56
7.6 Asiakasarvon lisääminen	58
7.7 Intra tulevaisuudessa.....	60
8 Johtopäätökset	62
9 Pohdinta	69
Lähteet	71
Liitteet	75
Liite 1. Verkkokyselylomake	75
Liite 2. Sähköpostin saate teksti ja muistutus	86
Liite 3. Avoimista kysymyksistä esiin nousseet asiat.....	87

Kuviot

Kuvio 1. Joharin Ikkuna: Vuorovaikutusmalli	20
Kuvio 2. Asiakkaalle luotavan arvon muodot.....	27
Kuvio 3. Verkkokyselyn toteutusprosessi.....	30
Kuvio 4. Vastaajien ikäjakauma (N=113).....	43
Kuvio 5. Vastaajien toimipaikka jakauma (N=113).....	44
Kuvio 6. Intran uudistuneet ominaisuudet joita vastaajat olivat hyödyntäneet (N=109)	48
Kuvio 7. Vastaajien aktiivisuusjakauma Intran käytössä (N=109).....	49
Kuvio 8. Vastauksien keskiarvot vuorovaikutus- osion väittämiin (N=110).....	52
Kuvio 9. Vastauksien keskiarvot tiedonkulku- osion väittämiin (N=110).....	55

Kuvio 10. Vastauksien keskiarvot yhteisöllisyys- osion väittämiin (N=113)	57
Kuvio 11. Vastauksien keskiarvot lisäarvo asiakaskokemukseen- osion väittämiin (N=113).....	59
Kuvio 12. Vastauksien keskiarvot Intra tulevaisuudessa- osion väittämiin (N=112) ...	61

Taulukot

Taulukko 1. Iän vaikutus Intran helppokäyttöisyyteen (N=113).....	46
Taulukko 2. Iän vaikutus Intran kiinnostavuuteen (N=113).....	47
Taulukko 3. Käytön aktiivisuuden vaikutus etukäteen materiaaleihin tutustumiseen	50
Taulukko 4. Iän vaikutus väittämän vastausten hajontaan.....	53
Taulukko 5. Iän vaikutus väittämän vastausten hajontaan.....	58

Kuvat

Kuva 1. Intran etusivu.....	13
-----------------------------	----

1 Johdanto

Uudistumisen ja kehittämisen kulttuuri on yritysten välisessä kilpailussa elintärkeässä roolissa. Kilpailun kiristymisen myötä jatkuva uudistuminen ja ajan hermoilla pysyminen ovat yhä suuremmissa roolissa myös rahoitusallalla. Yksi nykypäivän suurista muutoksista työelämässä on digitalisoituminen, joka tuo yrityksille ja henkilöstölle haasteita, mutta myös mahdollisuuksia. Digitalisoitumisessa ei ole kyse vain tekniikan kehittämisestä, vaan yritysten on ymmärrettävä sen tuomat mahdollisuudet ja kokonaiskuva digitalisoinnin vaikutuksesta työkuulttuurin muutokseen. (Ernst & Young 2011, 1.)

Digitalisoituminen korostuu myös finanssialalla, sillä sen myötä työntekeksen tavat ovat jatkuvassa muutoksessa. Uusilla sähköisillä palveluilla on kasvava merkitys yrityksen sisäisessä ja ulkoisessa toiminnassa. Uutta teknologiaa hyödynnetään paremman asiakaskokemuksen luomiseksi sekä organisaation sisäisen toiminnan parantamiseksi. (OP-Pohjola-ryhmän vuosikertomus 2013 2014.)

Yrityksissä aiemmin käytössä olleet niin sanotut perinteiset, tiedottamiseen käytetyt intranetit ovat poistumassa ja niiden tilalle ovat tulossa uudenlaiset sosiaaliset intranetit. (Lehmuskallio n.d.) Merkittävimmät sosiaalisen intranetin tuomat muutokset verrattuna perinteiseen intranettiin ovat käyttäjien mahdollisuus luoda sinne sisältöä ja olla vuorovaikutuksessa kaikkien käyttäjien kanssa. (McGrath 2011.)

Sosiaaliset intranetit ovat nykypäivää suurissa organisaatioissa. Niiden sisään ajaminen tuo omat, uudenlaiset haasteensa. Koska yritysten henkilöstöt jakautuvat eri ikäryhmiin, voivat esimerkiksi vanhoihin tapoihin tottuneet työntekijät vieroksua sisäisen viestinnän siirtymistä sosiaaliseen intranettiin, jossa vuorovaikutus toisten työntekijöiden kanssa on suuressa roolissa. Haasteena on näyttää ja vakuuttaa henkilöstölle, että muutos on tarpeellinen ja että sosiaalinen intranet on monin tavoin hyödyllinen. Työ on sen myötä muuttumassa itsenäisestä työskentelystä ja työtehtävien suorittamisesta ihmisten väliseksi vuorovaikutukseksi. (Hurmerinta 2014.)

1.1 Opinnäytetyön tavoite ja tutkimuskysymykset

OP Ryhmä uudistaa ja kehittää jatkuvasti sähköisiä työvälineitään, joita työntekijät käyttävät jokapäiväisessä työskentelyssään. Syyskuussa 2015 OP Ryhmä lanseerasi uuden organisaation sisäisen työ- ja viestintäohjelman, sosiaalisen intranetin, joka otettiin käyttöön myös toimeksiantajallamme OP Keski-Suomella. Tämän opinnäytetyön tavoitteena on selvittää, miten henkilöstö kokee intranetin vaikutuksen yrityksen sisäisessä tiedonkulussa ja vuorovaikutuksessa tiimien välillä. Lisäksi tutkimuksessa halutaan selvittää intranetin tuomaa lisäarvoa asiakaskokemukseen sekä sen vaikutusta henkilöstön yhteisöllisyyteen sekä sisäisten verkostojen luomiseen.

Opinnäytetyön tutkimuskysymys on: ”Miten uudistunut Intra työvälineenä helpottaa ja parantaa OP Keski-Suomen henkilöstön välistä työskentelyä?”. Tutkimuksessa käsitellään neljää eri osa-aluetta, joita ovat: tiedonkulku, tiimien välinen vuorovaikutus, yhteisöllisyys ja asiakasarvo. Tutkimusmenetelmänä työssä käytetään määrällistä eli kvantitatiivista tutkimusta, ja se toteutetaan puolistrukturoidulla verkkokyselylomakkeella OP Keski-Suomen työntekijöille, esimiehille sekä johtoryhmän jäsenille. Kyselyn keskeisenä tarkoituksena on saada henkilöstön ensivaikutelma Intrasta ensimmäisen käyttöönottokauden ajalta. Kysely lähetetään henkilöstölle ensimmäisen kuukauden käytön jälkeen. Ensimmäisen kuukauden aikana työntekijät ovat ehtineet käyttää uutta Intraa jokapäiväisessä työssään ja päässeet tutustumaan sen ominaisuuksiin ja mahdollisuuksiin. Kyselyllä pyritään selvittämään heidän ensimmäiset käyttökokemuksensa ja mielipiteensä yllämainituilta osa-alueilta, joita uuden Intran pitäisi työvälineenä parantaa. Tutkimuksen toteutuksen kannalta on tärkeää rajata käyttö yhteen kuukauteen, jotta saamme vastaukset kyselyymme Intran käytön alkuvaiheesta. Pitempiaikaisen käytön jälkeen, esimerkiksi vuoden kuluttua, tutkimuksen voisi suorittaa uudelleen, jolloin henkilöstön vastaukset voivat olla erilaiset kuin tämän työn tuloksissa.

Aihe on ajankohtainen toimeksiantajalle, koska he ottivat vasta käyttöönsä uuden sosiaalisen intranetin, Intran. Aiheesta ajankohtaisen ja mielenkiintoisen tekee myös se, että sosiaaliset intranetit ovat kovaa vauhtia yleistymässä ja kasvamassa osaksi

organisaatioiden sisäistä viestintää. Opinnäytetyöstä saatavat tulokset hyödyttävät OP Keski-Suomea, mutta myös koko OP Ryhmää. Tutkimuksella saadaan kokonaiskuva siitä, miten työntekijät kokevat Intran ja millaisen ensivaikutelman he ovat siitä saaneet ensimmäisen käyttö kuukauden jälkeen.

Kyselyn perusteella saamamme tutkimustulokset ovat hyödyksi organisaatiolle sen kehittäessä ja lisätessä yhteisöllisyyttään, tiedonkulkuaan, tiimien välistä työskentelyä ja luodessa lisäarvoa asiakaspalveluun. Yhteisöllisyys on myös osa OP Keski-Suomen 2015 vuositeemaa. Oman osaamisen kehittämiseksi ja oppimiselle saatava hyöty opinnäytetyöstä perustuu aktiiviseen ja monipuoliseen tiedonkeruuseen, tutkimuksen toteutukseen sekä tulosten analysointiin ja teorian soveltamiseen tutkittaessa kyseistä ilmiötä.

1.2 Tutkimuksen rakenne ja aiheenrajaus

Opinnäytetyön ensimmäinen luku on johdanto, jossa kerrotaan työn tavoitteesta, tarkoituksesta sekä tutkimuskysymykset. Tässä luvussa myös selvennetään, miksi opinnäytetyön aihe on ajankohtainen sekä esitellään työn toimeksiantaja OP Keski-Suomi. Luvuissa 2-5 määritellään opinnäytetyön keskeisimmät teoreettiset aihealueet sekä käsitteet. Teoriaosuuden jälkeen luvussa kuusi käsitellään itse tutkimus, eli sen toteutusmenetelmät, verkkokysely ja sen muodostuminen, tutkimusote ja luotettavuus. Tutkimuksen lopulliset tulokset, johtopäätökset ja pohdinta esitellään työn viimeisissä luvuissa. Työn loppuun liitetään valmis kysely, muut liitteet ja työssämme käyttämät lähteet.

Tutkimuksen teoreettinen viitekehys muodostuu työn neljästä tärkeimmästä osa-alueesta: tiimien välisestä vuorovaikutuksesta, tiedonkulusta, yhteisöllisyydestä ja asiakasarvosta. Lisäksi se muodostuu intranetin teoreettisesta osuudesta ja tutkimuksen toteutuksen teoriasta. Teoreettisen viitekehysten sisällä oleva ilmiö, jota tässä työssä tutkitaan, ovat henkilöstön näkemykset siitä, miten uudistunut intranet parantaa tiimien välistä työskentelyä näillä eri osa-alueilla.

Aihe on tässä opinnäytetyössä rajattu käsittelemään uutta Intraa ja sen tuomia parannuksia yllä mainituilla osa-alueilla. Työssä ei otettu huomioon muita viestinnän välineitä muuten kuin kuvaamalla, miten viestintä toteutui OP Keski-Suomessa ennen Intran käyttöönottoa. Rajasimme tärkeimmiksi teorioiksi valitsemamme osa-alueet, koska ne ovat kokonaisuuksia, joita Intran on luvattu parantavan merkittävimmin.

Tutkimuksemme koskee OP Keski-Suomen koko henkilöstöä, pois lukien OPKK:n kiinteistövälittäjät ja Pohjolan asiamiehet. Henkilöstöä ei ole muuten rajattu, koska Intra on keskeinen työväline toimihenkilöiden, esimiesten ja johtoryhmän päivittäisessä työskentelyssä. Halusimme tutkimuksessa tutkia henkilöstön näkökulmia ja valmiuksia ottaa käyttöön uudenlainen sosiaalinen työ- ja viestintäväline.

1.3 Toimeksiantaja OP Keski-Suomi

Opinnäytetyön toimeksiantajana toimi Osuuspankki Keski-Suomi. OP Keski-Suomi kuuluu OP Ryhmään, joka on Suomen suurin finanssiryhmä. Ryhmän liiketoiminta on jaettu kolmeen eri osa-alueeseen, joita ovat pankkitoiminta, vakuutustoiminta ja varallisuuden hoito. Kaikki Osuuspankit ovat itsenäisiä pankkeja ja yritysmuodoltaan osuuskuntia, joissa jokaisella omistaja-asiakkaalla on yksi tasavertainen ääni. OP Ryhmän keskeiset arvot ovat ihmisläheisyys, vastuullisuus ja yhdessä menestyminen. (OP Vuosi 2014–2015.)

OP Keski-Suomi koostuu 11 konttorista ja keskitetyt palvelut -yksiköstä. Konttorien ja muiden palveluiden sisällä toimii pienempiä yksiköitä eli tiimejä, jotka voivat olla konttorin laajuisia tai osaamisalueen perusteella koottuja. Keski-Suomen alueella toimii myös pankin tytäryhtiö Keski-Suomen OP-Kiinteistökeskus Oy, joka tarjoaa kiinteistönvälityspalveluja. (OP Keski-Suomen vuosikatsaus 2014–2015.)

OP Keski-Suomen henkilöstön määrä vuoden 2014 lopussa oli 222 henkilöä. Henkilöstöstä naisia oli 83 % ja miehiä 17 %. Suurin osa työsuhteista oli toistaiseksi voimassa olevia, määräaikaista työsuhteita oli vain 0,5 %. Osuuspankin mukaan henkilöstön hyvinvoinnin kokemus alkaa jo rekrytoinnissa ja sitä ylläpidetään ja mitataan esimerkiksi erilaisilla henkilöstö- ja asiakastutkimuksilla. Pankilla toimii hyvinvointiryhmä,

joka koostuu työsuojeluvaltuutetusta, työsuojelupäälliköstä ja kolmesta muusta henkilöstä, joista yksi on esimies. OP Keski-Suomessa toimii myös aktiivinen tsemppari-verkosto, jonka tehtävänä on herättää ajatuksia, innostaa ja kannustaa työyhteisöä löytämään uusi toimintatapoja. (OP Keski-Suomen vuosikatsaus 2014 2015.)

2 Sosiaalinen Intranet organisaation työvälineenä

Sosiaalinen intranet on terminä vielä melko uusi, ja sitä onkin käytetty vasta muutamia vuosia puhuttaessa intranetistä, joka sisältää myös sosiaalisen median ominaisuuksia. Tiedottaminen muuttuu jatkuvasti, minkä vuoksi myös intranetien on pitänyt kehittyä vastaamaan nykypäivän tarpeita. Intranetiä voidaan pitää sosiaalisena, mikäli se tukee työntekijöiden välistä yhteistyötä ja viestintää. Sosiaalisessa intranetissä esimiesten lisäksi myös työntekijöillä on mahdollisuus osallistua keskusteluihin ja sisällöntuotantoon erilaisten yhteisöllisten toimintojen ja ominaisuuksien avulla. Näitä ovat esimerkiksi kommentointi, henkilökohtainen profiili, blogit, sosiaaliset verkostot, tagit ja kirjanmerkit. (Ward 2012, 3.)

Sosiaalinen intranet ei ole pelkästään sisäinen tiedotus- ja viestintäkanava, vaan sen tarkoituksena on olla eräänlainen tiimien ja työyhteisöjen kohtaamispaikka, jossa pystytään työskentelemään tehokkaasti myös sellaisten ihmisten kanssa, jotka eivät työskentele samassa toimipaikassa vaan esimerkiksi eri puolella maata. Uutta ja hyödyllistä tietoa saadaan intranetin avulla nopeasti jaettua kollegoiden kesken, mikä lisää yhteisöllisyyttä ja vuorovaikutusta sekä nopeuttaa tiedonkulkua. (Sosiaalinen intranet n.d.)

Nykyaikainen intranet on helppokäyttöinen ja vuorovaikutteinen koko organisaation yhteinen työkalu, jolla on mahdollista tehostaa viestintää, tiedonjakoa, oppimista ja tuottavuutta sekä ennen kaikkea parantaa ja lisätä organisaation yhteisöllisyyttä. Sosiaalisessa intranetissä viestintä on kahdensuuntaista perinteisin intranetin yhden-suuntaisen viestinnän sijaan. (Mt.)

Prescient Digital Median tekemässä Social Intranet-tutkimuksessa selvitettiin sosiaalisen intranetin tämän hetkistä tilannetta sekä sen käyttöönottoa eri organisaatioissa. Lisäksi tutkimuksessa tutkittiin tällaisten yhteisöllisten työkalujen ja sosiaalisten intranettien levinneisyyttä. Tutkimuksen tulosten mukaan sosiaaliset intranetit ovat laajalti yleistymässä, ja 71 %:lla tutkimuksessa tutkituista yrityksistä oli käytössään ainakin yksi sosiaalisen median työkalu. Haasteena on kuitenkin se, etteivät sosiaaliset intranetit ole yritysten hankkeiden listalla ykkösprioriteettina eikä ylimmän johdon tuki aina ole riittävää niiden lanseerauksessa ja ylläpidossa. (Ward 2013.)

2.1 Intranet organisaation yhteisöllisyyden tukena

Intranet helpottaa tiedonvälitystä ja yhteistyötä etenkin suurissa organisaatioissa ja yrityksissä, joissa mahdollisuus kasvokkain kanssakäymiseen on hankalaa tai mahdotonta. Se kuitenkin myös helpottaa huomattavasti sellaisten yritysten toimintaa, joissa kasvokkainkin kanssakäyminen on mahdollista. Intranet mahdollistaa nopean ja helpon tavan jakaa ajankohtaista tietoa ja uutisia yrityksestä ja sen toiminnasta. Se sujuvoittaa myös tietojen arkistoisissa, parantaa käyttäjien vuorovaikutusta ja tekee verkostoitumisesta helpompaa. (Lehmuskallio n.d.)

Intranet on perinteisesti ollut yksi yritysten sisäisistä tiedotuskanavista. Jotta se palvelisi käyttäjiään yrityksessä mahdollisimman hyvin, on tärkeää, että sitä kehitetään jatkuvasti. Nykyään yhteisöllisyys ja vuorovaikutus ovat viestinnässä tehokkaiksi koettuja keinoja, joiden käyttöä myös Intran tulee mahdollistaa. Sähköisenä tiedotuskanavana yrityksissä Intranetistä on tullut yhä enemmän sosiaalisen kanssakäymisen väline työntekijöiden ja esimiesten välillä, ja sillä halutaankin tukea yhteisöllistä viestintää ja työntekijöiden välistä kollaboraatiota, eli tavoitteellista yhteistyötä. (Sosiaalinen intranet n.d.)

Organisaation sisäisenä tiedotuskanavana Intranetin tulee tarjota käyttäjilleen ajankohtaista ja hyödyllistä tietoa. Koska nykypäivänä tieto muuttuu nopeasti, pystytään Intranetin avulla jakamaan uutta tietoa nopeasti, sillä usein uusin ja hyödyllisin tieto löytyy toisilta käyttäjiltä. Sosiaalisessa Intranetissä keskeisimpänä ovat työntekijät

sekä heidän vuorovaikutuksessaan ja kollaboraatiossa syntyvä sisältö, mikä edistää organisaation sisäisen viestinnän parantamista sekä yhteisöllisyyttä. (Mt.)

Intranetissä korostuu yhteisöllinen tapa luoda, jakaa ja käyttää sisältöä. Se myös helpottaa työskentelyä ja mahdollistaa neuvojen sekä vinkkien kysymisen, vaikka ihmiset työskentelisivätkin esimerkiksi etänä tai ympäri maata sijaitsevista tiimeistä. (Mt.)

Cookin (2009, 13) mukaan sosiaalinen intranet voidaan jakaa neljään päätoimintoon:

1. Kommunikaatio: Keskustelupalstoilla käyttäjät voivat keskustella toistensa kanssa, ja heillä on mahdollisuus jakaa siellä erilaisia dokumentteja, esimerkiksi kuvia ja videoita.
2. Yhteistyö: Jaetut järjestelmät mahdollistavat sisällön jakamisen toisten kanssa järjestelmällisesti tai vapaamuotoisesti.
3. Kollaboraatio: Erilaisilla työkaluilla pystytään edistämään työntekijöiden yhteistyötä toistensa kanssa ongelmanratkaisussa.
4. Yhteys: Tietoverkko mahdollistaa yhteydenpidon toisiin työntekijöihin ja yhteyden sosiaalisen intranetin sisältöihin.

Sosiaalinen intranet on nykypäivän viestintäväline, ja sen avulla yhteisöllisyyden ja verkostoitumisen mahdollisuudet laajenevat organisaatioissa. Perinteisemmistä intraneteistä, joiden käyttötarkoitus on ollut pääasiallisesti yhdensuuntainen tiedottaminen, on tehty jonkin verran tutkimuksia. Uudenlaisista sosiaalisista intraneteistä tutkimustuloksia on vielä hieman vähemmän, mutta esimerkiksi Alekski Palos (2014) on pro gradu -tutkielmassaan Sosiaalisten ohjelmistojen käyttöönoton haasteet organisaatiossa tutkinut JHL:n uuden intranetin tuomia hyötyjä teknologian, viestinnän ja sosiaalisten tekijöiden kannalta. Lisäksi Inka Kolehmainen ja Anssi Korhonen (2014) ovat pro gradu -tutkielmassaan tutkineet sosiaalisen intranetin käyttöä organisaation vuorovaikutusympäristössä. Seuraavassa luvussa käsittelemme, miten intranetin käyttö työvälineenä toteutuu OP Keski-Suomessa.

2.2 Uusi Intra Osuuspankin työvälineenä

Osuuspankin viestinnän asiantuntijoiden mukaan työ- ja viestintävälineiden uudistaminen on osa uusiutuvaa Osuuspankkia. Viestintävälineiden avulla on mahdollisuus tehostaa toimintaa ja parantaa viestintää. Osuuspankilla on erilaisia päälinjauksia sen sisäisissä viestintäkanavissa. Esimerkiksi viestinnän pääkanava on Intranet, jonka sisältö on pääsääntöisesti avointa, ja sen ajatuksena on lisätä tiedon kulkua sekä yhdessä tekemisen kulttuuria. Periaatteena on myös, että yksi tieto julkaistaan kerran yhdessä paikassa ja se on sieltä linkitettävissä eteenpäin. Intra toimii viestinnän päävälineenä päivittäisessä viestinnässä ja Lync reaaliaikaisessa viestinnässä, ja sen avulla sähköpostiviestintää pyritään vähentämään merkittävästi. Työntekijän itsensä vastuulla on aktiivisesti olla mukana viestinnässä ja sen seuraamisessa. (Mäkinen, Gröhn & Filman 2015.)

Intra on osa Sisäiset viestintäkanavat 2015 -hanketta, jossa OP:lle luodaan sosiaalinen intranetpalvelu. Se sisältää perinteiset ja entiset tietosisällöt koko OP Ryhmälle. Se myös mahdollistaa pankeille ja keskusyhteisöille mahdollisuuden tuottaa omia lisäyksiään artikkeleihin ja ohjeisiin sekä luoda omia sisältöjä ryhmän sisällön yhteyteen. Intranet antaa uusia mahdollisuuksia vuorovaikutukseen, tiedon jakamiseen, verkostoitumiseen ja yhteistyöhön. Intraa voi hyödyntää myös tabletilla ja älypuhelimella. (OP Ryhmä 2015.)

Intrassa tieto välittyy koko OP Ryhmälle ja omalle pankille. Siellä on myös paljon sisäistä tietoa toimintatavoista, palveluista ja tuotteista. Se tuo mukanaan uusia tapoja viestiä ja verkostoitua sekä johtaa, muun muassa oman henkilökohtaisen sivuston, jonne kirjoitetaan tietoja itsestään ja työstään sekä liitetään kuva. Se tekee viestinnästä avoimempaa ja lisää verkostoitumista muiden pankkien tai konttorien kollegoiden kanssa. (Mäkinen, Gröhn & Filman 2015.)

Intranet -palvelun on tarkoitus olla sisällöltään OP Ryhmän kesken avointa, mutta siellä on myös eri pankkien tai tiimien omia osioita, joten tietoa voi jakaa erilaisien

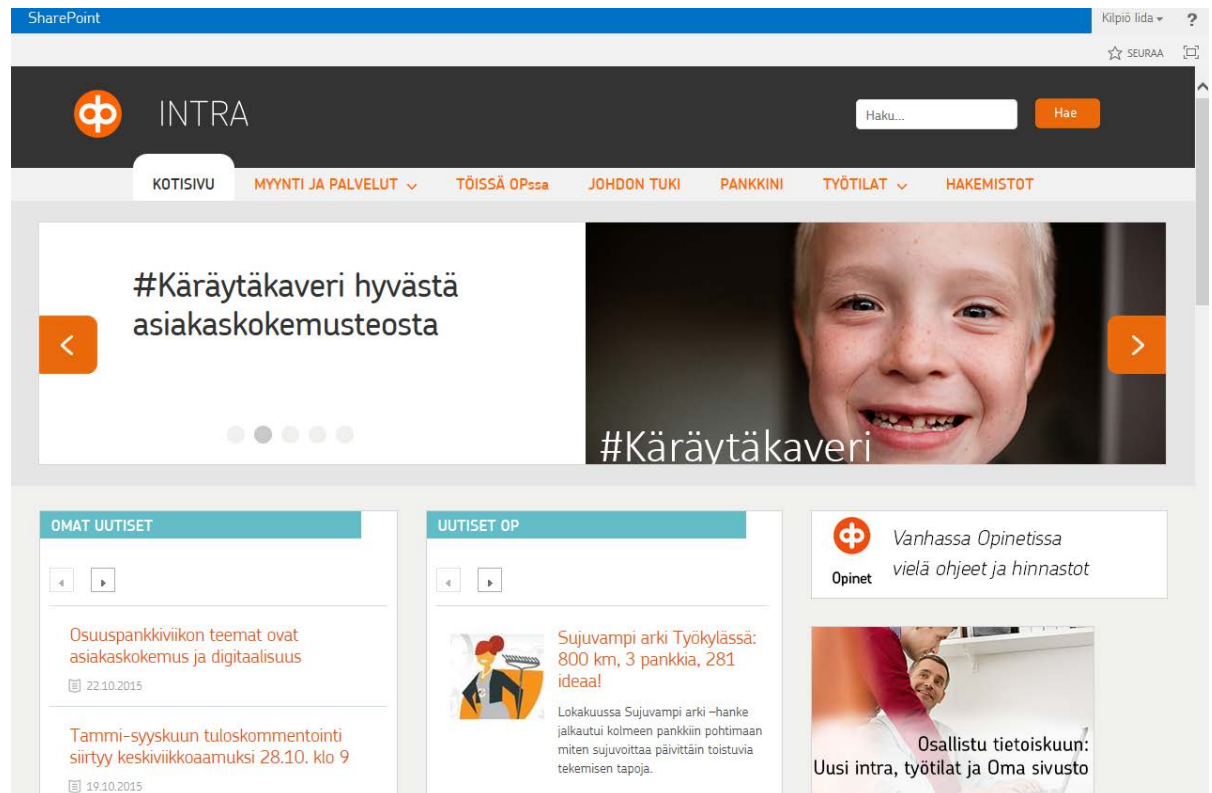
ryhmien kesken. Ryhmälle avoimessa osiossa on tukea myyntiin, palveluihin ja tuotteisiin, ja siellä myös on tarvittavaa tietoa työnantajasta ja sisäisistä toimintatavoista. Johdolle löytyy myös informaatiota helpottamaan ja tukemaan johtoryhmien työskentelyä. Lisäksi Intrassa on rajatuille käyttäjäryhmille kohdennettuja sisältöjä. Niitä ovat esimerkiksi pankkien, konttorien, esimiesten tai tiimien väliset, sisäiset tiedotusasiat. (Mäkinen, Gröhn & Filman 2015.)

Intranetin rakenne koostuu etusivusta, omasta sivusta sekä artikkeleista, työtiloista, omista sisällöistä ja hakupalvelusta. Etusivulla on koko OP Ryhmän uutiset ja nostot ulkopuolisista kanavista, kuten OP-uutiset, op.fi -nostot, nostoja sosiaalisesta mediasta, häiriötiedotteita ja kyselyitä. Omat sisällöt koostuvat jokaisen itsenäisen pankin omalle henkilöstölle kohdennetuista sisällöistä tai tiedotteista. Hakupalvelun kautta voi hakea viimeisintä tietoa ja ohjetiedostoja omaan työhönsä. Hakupalvelun kautta löytää myös asiakkaille suunnatut tai markkinointimateriaalit sekä valtakirjat ja lomakkeet. Lisäksi henkilökunnalla on käytössä videokirjasto, blogihakemisto, keskustelupalstat sekä sovellukset ja laskurit. (OP Ryhmä 2015.)

Työtilat tarkoittavat erilaisia rajatuille käyttäjäryhmille kohdennettuja sisältöjä. Näitä ovat juuri oma pankki, konttori tai tiimi. Oman pankin sisäisen uutisoinnin työtilaan kuuluvat esimerkiksi pankin pääuutiset ja kalenteri, josta näkee kaikki tapahtumat, uutissyöte, jonne voi kuka tahansa kirjoittaa tietoa tai viestejä, sekä keskustelut teemoinnain, pankin sisäiset blogit, uusimmat dokumentit ja pankin oma sosiaalisen mediankanava esimerkiksi Facebook. Oman tiimin työtilassa voi myös esimerkiksi jakaa, muokata ja työstää dokumentteja. Työtila myös korvaa sähköpostiviestinnän, kun tiimin jäsenet voivat keskustella avoimesti tai kysyä asioita kollegoiltaan omassa työtilassaan. Työtilasta näkee myös esimerkiksi tiimimuistiot, poissaolot, lomat ja virkistyspäivät. (OP Ryhmä 2015.)

Oma sivusto tarkoittaa Osuuspankin jokaisen työntekijän omaa profiilia. Tätä profiilia voisi verrata Facebook -profiiliin. Sinne voi halutessaan lisätä oman kuvansa sekä tiedot omasta työroolistaan ja -tehtävistään. Profiiliin voi myös tarkemmin kertoa osuudesta, liittää kollegoita ja tehdä omia päivityksiä. Oma sivusto on paikka, jossa voi seurata itselle tärkeitä keskusteluja, dokumentteja, henkilöitä ja kiinnostavia uutiska-

tegorioita sekä kerätä itselle tärkeitä sovellukset ja linkit. Keskustelu ja kommunikointi kollegoiden kanssa helpottuvat oman sivuston myötä kun kommentteja ja kysymyksiä voi helposti kirjoittaa kollegan omalle sivulle. (OP Ryhmä 2015.) Intra lanseerattiin OP Keski-Suomessa 29.9.2015.



Kuva 1. Intran etusivu

2.3 Sähköiset työ- ja viestintävälineet OP Keski-Suomessa

OP Keski-Suomella ja koko OP Ryhmällä on käytössään erilaisia sähköisiä työ- ja viestintävälineitä, jotka ovat osa jokapäiväistä työskentelyä. Sähköiset työvälineet tukevat työskentelyä, sillä ne lisäävät vuorovaikutusta ja yhteisöllisyyttä, nopeuttavat tiedonkulkua ja helpottavat työntekijää tuottamaan lisäarvoa asiakaskohtaamiseen. Sähköisten työvälineiden lisäksi tiedonkulkua ja vuorovaikutusta tapahtuu viikkopalaverissa, verkostopäivillä, erilaisilla koulutuksilla sekä oman tiimin välisessä kanssakäymisessä kasvotusten.

OP Keski-Suomella oli käytössään Opinet, vanhemman mallinen intranet, jonka uusi Intra korvasi syyskuussa 2015. Opinet oli keskittynyt tiedottamiseen, eikä työntekijöiden välinen vuorovaikutus tai yhteisöllisyys sen avulla toteutunut. Opinetista löytyi työskentelyn tueksi ohjetiedostot, myynnin materiaalit, lomakkeet, valtakirjat, asiakasmarkkinointiin käytettävät materiaalit sekä Help Desk -palvelunumerot myynnin tueksi. Etusivulta löytyy valtakunnalliset häiriötiedotteet ja tärkeät ilmoitukset, sekä omalle pankille kohdistuvat uutisoinnit. Etusivulle myös jokainen työntekijä pystyi liisäämään itselle tärkeimmät linkit esimerkiksi ohjeistuksiin tai myyntiin liittyen. Opinetissa toimi myös henkilöstön verkkolehti ja OP Ryhmän ja itsenäisten pankkien blogit. Nämä kaikki toiminnot siirtyivät myös uuteen Intraan.

Lync-messenger järjestelmä on työväline nopeaan tiedonkulkuun ja vuorovaikutukseen. Järjestelmänä se synkronoi sähköpostin kanssa. Lyncin avulla on vaivatonta kommunikoida kollegoiden kanssa ja jakaa nopeasti tietoa. Yleisemmin sitä käytetään nopeisiin kysymyksiin ja neuvoihin. Sen kautta voi myös soittaa tai vastaanottaa puheluita kenen tahansa Osuuspankin työntekijän kanssa. Lyncillä järjestetään suurin osa koulutuksista ja tiedotustilaisuuksista.

Uuden Intranetin myötä sähköpostin käyttöä pyritään vähentämään, mutta nykytilanteessa se on aktiivisessa käytössä viestintävälineenä varsinkin esimiehen ja työntekijöiden välillä, oman pankin tiedotusvälineenä sekä sinne saapuvat samat pikaviestit ja häiriötiedotteet kuin Opinetin etusivulle. Lisäksi sähköpostin välityksellä ollaan vuorovaikutuksessa toisten pankkien edustajien kanssa. Esimiehen ja oman tiimin välinen tiedonkulku korostuu erityisesti sähköpostilla.

Sähköisissä työvälineissä korostuu eniten verbaalinen eli sanallinen viestintä. Verbaalisen viestinnän lisäksi nonverbaalinen eli sanaton viestintä korostuu kasvotusten käytävässä vuorovaikutuksessa esimerkiksi tiimin viikkopalavereissa, videopalavereissa, henkilöstöpäivillä sekä jokapäiväisessä tiimin sisäisessä kasvotusten käytävässä vuorovaikutuksessa. Yhteisöllisyyden tueksi omilla tiimeillä on myös tiimien väliset sähköiset kansiot, jossa on esimerkiksi myyntikauden tavoitteet, vuorokohtaiset tehtävät sekä tietoa ja tavoitteet työrooleittain. Erilaiset verkosto- ja henkilöstöpäivät tukevat työntekijöiden verkostoitumista oman pankin ja koko ryhmän sisällä. Sähköiset järjestelmät tukivat tätä vielä melko vähän ennen uuden Intran tuloa.

3 Tiimityö

Nykyäänä tiimimäiset organisaatiot ovat yleistyneet ja vaikka työ itsessään olisikin itsenäistä, jokainen työntekijä kuuluu johonkin tiimiin. Tiimiorganisaatio koostuu useista eri tiimeistä sekä useista eri yksilöistä. (Parikka, 2011.) Tiimi on joukko ihmisiä, jotka työskentelevät yhdessä yhteisen tavoitteen saavuttamiseksi (Rasila & Pitkonen 2009, 8). Organisaatioissa voi olla monenlaisia tiimejä, joissa osassa jäsenet tekevät keskenään samankaltaista työtä, kun taas toisissa toisistaan riippuvaa työtä osana isompaa prosessia. Osassa tiimeistä voi ainoa yhdistävä tekijä olla toimiminen saman esimiehen alaisuudessa. (Rasila & Pitkonen 2009, 8-9.)

Tiimi kokoaa yhteen toisiaan täydentäviä taitoja ja kokemuksia Katzenbachin ja Smitthin (1998, 30) mukaan. Taitojen ja tietämyksen laajempi yhdistelmä antaa tiimeille mahdollisuuden vastata erilaisiin haasteisiin ja tehtäviin. Tiimeihin muotoutuu yhteisiä tavoitteita ja toimintamalleja kehitettäessä kommunikointikäytäntö, joka tukee työskentelyä ja tekee toiminnasta joustavampaa ja tehokkaampaan. Tiimit pystyvät näin ollen vastaamaan nopeammin ja täsmällisemmin muutoksiin ja haasteisiin kuin suurien organisaatioyksiköiden sokkeloihin juuttuneet yksilöt.

3.1 Toimiva tiimityö

Toimivaan tiimityöhön tarvitaan ryhmä ihmisiä, jotka ovat sitoutuneita vastaamaan jonkin sovitun kokonaisuuden hoitamisesta. Jotta yhteisöstä saadaan mahdollisimman hyvin toimiva, on tärkeää, että kaikki tiimin jäsenet ovat motivoituneita työhönsä sekä myös valmiita tarvittaessa auttamaan ja tukemaan muita tiiminsä jäseniä. Kun kaikki kokevat kuuluvansa joukkoon, kannetaan vastuu yhdessä, jolloin myös yksilöön kohdistuva henkinen paine vähenee. Kun ihminen voi esittää omia ideoitaan ja vaikuttaa yhteiseen päätöksen tekoon, täyttyvät arvostuksen ja itsensä toteuttamisen tarpeet. Nykyään on myös melko yleistä, että yritys määrittelee arvonsa sekä visionsa. Niiden tarkoituksena on muun muassa vaikuttaa oman henkilöstönsä toiminta-

tapoihin työpaikalla. Ne voivat myös helpottaa työskentelyä ja sen toimivuutta kun tiedetään kokoajan mihin tähdätään ja mitkä ovat yleiset tavat ja pelisäännöt tiimien sisällä. (Spiik 2004, 44–46.) Paras tapa muuttaa ensiasteella olevat visiot ja arvot johdonmukaisiksi toimintamalleiksi ovat toimivat tiimit, koska niiden perustana on ihmisten välinen yhteistyö. Näin kaikkien jäsenten on helpompi omaksua organisaation yhteinen näkemys. (Katzenbach & Smith 1998, 31.)

Jotta tiimityö työpaikalla on toimivaa, on jäsenten opeteltava selviytymään erilaisista muutostilanteista, joita syntyy. Muutoksia aiheuttavat ulkoiset tekijät ja tiimissä työskentelevät ihmiset. Esimerkiksi jos työskentelytavat ja ajatusmaailmat olisivat ennen olleet yhteneväiset ja toimivat, saattavat ne muuttua jossain vaiheessa ja aiheuttaa ongelmia. Tiimin jäsenten on vaikeampi havaita syntyviä ongelmia kuin ulkopuolisen tarkkailijan. On kuitenkin tärkeää, että ongelmia ei lakaista maton alle ja kielletä, vaan ne kohdataan ja selvitetään, miksi ongelmat syntyivät ja kuinka niitä voisi jatkossa välttää. (Heikkilä 2002, 313-314.)

Toimivassa tiimityössä jäsenet ovat tarpeeksi voimakkaasti sitoutuneet tiimiin ja antavat riittävän osallistuvan panoksen työskentelyyn. Silloin on myös ymmärretty tiimin toiminnan kannalta olennaiset tavoitteet. Kun tiimissä työskentelee henkilöt, jotka ovat riittävän päteviä tehtäviinsä sekä keskustelu on avointa ja rehellistä on toiminta sujuvaa. Näiden ominaisuuksien lisäksi jokaiselle jäsenelle pitää olla selvää, mikä hänen roolinsa tiimissä on sekä kuka tiimiä johtaa ja minkälaista johtajuus juuri siinä tiimissä on. (Mts., 314-315.)

3.2 Tiimien välinen vuorovaikutus

Vuorovaikutus on ihmisten välistä kommunikointia, kanssakäymistä ja viestintää erilaisissa muodoissa. Se on sosiaalista kanssakäymistä, tiedon jakoa ja ajatusten vaihtoa. Trenholm (2008, 53, 78) mukaan vuorovaikutus on kahden tai useamman henkilön kasvojen tapahtuvaa viestintää tai kommunikaatiota. Vuorovaikutus voi olla joko sanallista eli verbaalista tai sanatonta eli nonverbaalista.

Verbaalisen viestinnän perusta on kieli ja sanojen käyttö viestinnässä. Sanallisella viestinnällä voidaan usein ilmaista merkityksiä tarkemmin ja täsmällisemmin kuin sanattomalla viestinnällä. Nonverbaalinen viestintä on sanatonta viestintää ja siinä käytetään paljon erilaisia elementtejä kuten ilmeitä, katseita, eleitä, liikkeitä ja asentoja. Nonverbaalista viestintää ovat myös sanapainot, proksemiikka eli välimatka ja tilankäyttö sekä kosketus, esimerkiksi halaaminen tai kättely. Sanattomalla viestinnällä voidaan ilmaista tunteita ja viestittää asioita. Se tukee sanallista viestintää ja joissakin tilanteissa se voi olla jopa parempi tapa ilmaista itseään kuin sanallinen viestintä. Tiimeissä, tiimin jäsenet väistämättä viestivät sanattomasti, vaikka eivät tekisivätkään sitä tarkoituksella, esimerkiksi silmiin katsomatta jättäminen voi viestiä paljonkin muille tiimin jäsenille. Nonverbaalinen viestintä on usein myös moninaista, sen merkitykset eri ihmiselle voivat vaihdella suurestikin, esimerkiksi eri kulttuureissa sanattomassa viestinnässä on erilaisia käytänteitä. (Jyväskylän yliopisto 2005.)

Työyhteisössä tapahtuvan vuorovaikutuksen on määrä edistää yhteisten tavoitteiden saavuttamista. Useimmilla työpaikoilla vuorovaikutus on tärkeä ja iso osa päivittäistä työskentelyä. Vuorovaikutuksessa ollaan kollegoiden, yhteistyökumppaneiden sekä asiakkaiden kanssa. Vuorovaikutuksen toimiminen heijastuu yleensä myös yhteisöllisyyden toimivuuteen. Jokainen ihminen on oma persoonansa ja luontaiset vuorovaikutustaidot ovat jokaisella yksilöllä erilaiset. (Työterveyslaitos 2015.)

Näiden tavoitteiden saavuttamiseksi ja tiimin toimivuuden kannalta tutustuminen ja toisten tiimin jäsenten tunteminen on tärkeää. Jäsenten tulisi tuntea toisensa ammattilaisina työssään sekä sen lisäksi omina persoonina. Luottamus ja avoimuus jäsenten välillä alkavat muodostumaan heti ensi tapaamisesta. Usein uudessa tilanteessa ihminen ei yleensä ole kovin halukas tai aktiivinen avautumaan ja kertomaan asioita itsestään, vaan tämä tapahtuu pikku hiljaa ajan myötä. Luottamus ja avoimuus toisia jäseniä kohtaan kehittyy hitaasti. Näiden kahden kehitystä tukee toisten huomioiminen ja auttaminen tarvittaessa sekä kommunikointi ja avoimuus työtehtäviä kohtaan. Luottamuksen ja avoimuuden kehittyminen vie toisilta pidemmän ajan kuin toisilta. Introvertit ja ekstrovertit ihmiset suhtautuvat asioihin ja ihmisiin eri lailla ja joskus voi kestää kuukausia ennen kuin esimerkiksi introvertit uskaltavat kertoa jotakin itsestään, avautua. (Heikkilä 2002, 183-186.)

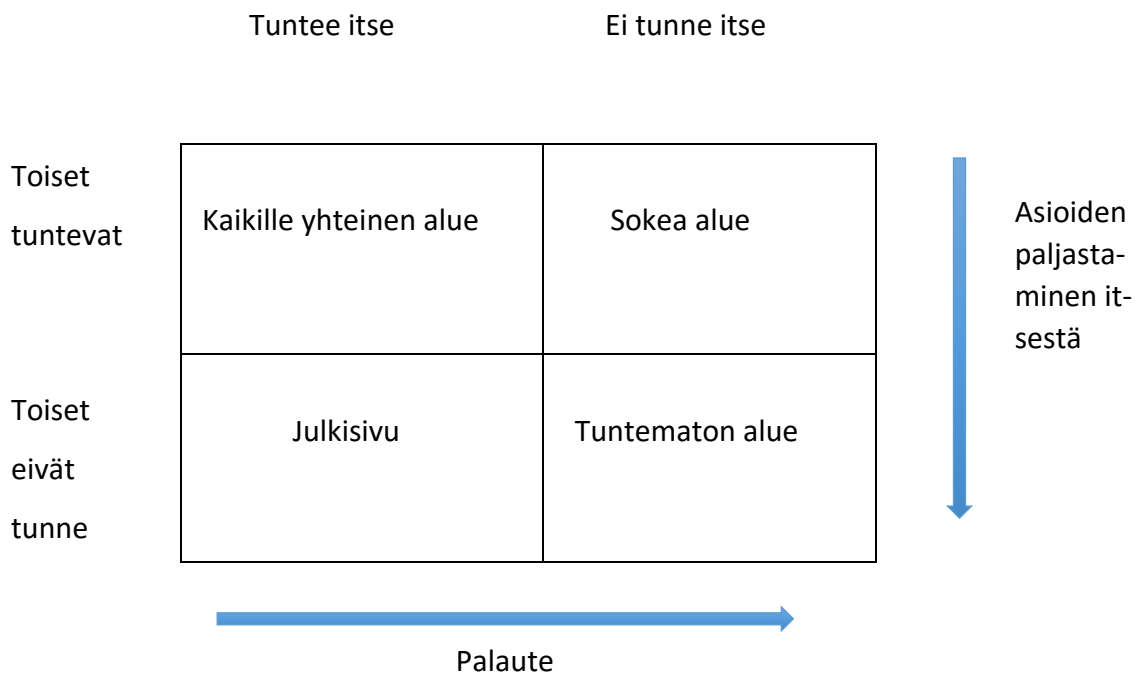
Tiimien vuorovaikutuksessa ja tiedon jakamisessa haasteena usein on erilaisten ihmisten erilaiset tulkinnat ja tarkoitukset viestinnässä. Erilaiset ihmiset ymmärtävät viestit eri tavalla, ja usein ihmiset ymmärtävät ja tulkitsevat asioitaan itselle mieluisalla tavalla tai rekisteröivät viestinnästä vain itselle merkityksellisiä asioita. Myös ihmisten vuorovaikutustaidot ja kyvykyys ilmaista itseään vaikuttavat paljon vuorovaikutustilanteessa. (Kurttila, Laane, Saukkola & Tranberg 2010, 74, 90.)

On olemassa erilaisia malleja joiden avulla voidaan analysoida yrityksen tai organisaation viestintää. Seuraavassa luvussa esittelemme näistä malleista Joharin ikkunan, jonka avulla tiimien sisäistä viestintää voidaan kehittää.

3.3 Vuorovaikutusmalli: Joharin ikkuna

Joharin ikkuna- mallin ovat luoneet Joseph Luft ja Harry Ingham kognitiivisen psykologian työkaluksi. Joharin ikkunan avulla voi kehittää itsetuntemusta ja ihmissuhteita sekä sillä voidaan kehittää tiimien sisäistä viestintää. (Ikkuna kahteen suuntaan 2013.) Lisäksi luottamuksen ja avoimuuden kehittymistä tiimeissä voidaan havainnollistaa Joharin ikkuna- mallilla, niin sanotuilla kehyksillä, jossa neliön muotoinen ikkuna on jaettu neljään, pienempään ikkunaruuutuun. Ruutujen keskinäistä kokoa voi vaihdella tiimin kehityksen mukaan. Mallilla kuvataan kuinka tehokkaasti tiimin jäsenet työskentelevät eri prosesseissa. Toinen prosessi on itsestään asioiden paljastamisen prosessi ja toinen palautteen antaminen ja vastaanottaminen. Jäsenten välisiä suhteita voidaan tarkastella erilaisina tietoina; mitä tiimin jäsenet toisistaan tietävät eli mikä on kaikille avointa aluetta, ja mitä tiimin jäsenet eivät toisistaan tiedä, eli kätkeyty ja piilotettu alue. Joharin ikkunamallissa tämä ilmaistaan informaationa, jonka itse tietää ja jota ei tiedä sekä informaationa, jonka toiset tietävät ja jota toiset eivät tiedä. Näitä neljää samankokoista tai erikokoista ikkunaruuutua kutsutaan yhteiseksi alueeksi, itselle sokeaksi alueeksi, julkisivuksi sekä vielä tuntemattomaksi alueeksi, mutta mahdollisuuksien alueeksi. (Heikkilä 2002, 183–186.)

Kaikille yhteisellä alueella kuvataan niitä asioita, jotka tiimin osapuolet tuntevat. Tällä alueella on esimerkiksi jaettava, yhteistä tietoa. Julkisivulla taas kuvataan tapahtumaa, kun esimerkiksi yhdellä tiimin jäsenellä on ratkaisevaa tai tärkeää tietoa ja hän pitää sen itsellään, eikä jaa sitä muille. Tämä tiimin jäsen ei välttämättä luota muihin tai pelkää miten tietoon suhtaudutaan. Hän voi myös ajatella, ettei tiedolla ole väliä työskentelyn kannalta tai se on liian yksityinen. Jokaisella tiimin jäsenellä on sokeita alueita, joillakin vähemmän kuin toisilla. Sokea alue kuvaa asioita, joita muut tietävät meistä, mutta josta emme itse ole tietoisia. Emme tunnista näitä asioita itsestämme, tämäkin riippuu henkilön itsetuntiuudesta ja sokeita alueita voidaan ”poistaa” itsetutkiskelulla. Esimerkiksi liian puhelias tiimin jäsen, joka on jatkuvasti äänessä voi aiheuttaa muissa kuuntelemattomuutta, jos tämä on jatkuvaa. Vauhdikkaasti puhuva jäsen, ei itse tiedosta puhuvansa liikaa. Tähän toki pitää puuttua ja tiimin jäsenten hienovaraisesti mainita kyseiselle jäsenelle asiasta, tai keksiä keino sen vähentämiseksi. Viimeisin näistä ikkunoista kuvaa kaikille tiimin jäsenille tuntematonta aluetta ja sitä tietoa, josta ketkään tiimin jäsenet eivät ole tietoisia. Esimerkiksi ristiriitatilanteissa tutkittaessa ristiriidan syytä voidaan katsoa kaikille tuntemattomalle alueelle, joskus ongelman syyt voivat löytyä sieltä, ongelma tai ristiriita on syntynyt asioista, joita tiimin jäsenet eivät ole tiedostaneet tai tienneet. Kun ristiriita ratkeaa ja löydetään syyt, kaikille yhteinen, avoin alue laajenee ja vastaavasti tuntematon alue pienenee. Ideaalein tilanne tiimissä on kun, yhteinen, kaikille avoin alue on mahdollisimman suuri ja muut ikkunat mahdollisimman pieniä. Tällöin tiimi työskentely on avointa, luottavaista ja tiedonkulku sujuvampaa. (Mts. 185–186.)



Kuvio 1. Joharin Ikkuna: Vuorovaikutusmalli. (Luft, J. & Ingham, H. 1955.)

3.4 Tiimien sisäinen tiedonkulku

Tiedonkululla on erityisen tärkeä rooli tiimin toimimisen kannalta. Tiedonkulku olisi oltava erilaisten tiimien välillä sekä sen jäsenten välillä tasapuolista ja sujuvaa, jotta jokainen tiimin jäsen tuntisi itsensä osaksi tiimiä tai suurempaa kokonaisuutta. Toimiva tiedonkulku on yksi tärkeä osa vuorovaikutusta ja sen toimiminen heijastuu myös tiimin työskentelyn laatuun, tulokseen sekä oikeudenmukaisuuteen. Esimiehellä on tärkeä rooli tiedon jakajana, koska osa tiedosta kulkeutuu tiimin jäsenillä vain esimiehen kautta, joten jollakin tasolla tiimit ovat riippuvaisia esimiehestä tiedon välittäjänä. (Työpiste 2010.)

Tiedon jakamisella tarkoitetaan, että jokainen tiimin jäsen antaa avoimesti oman osaamisensa sekä hankitun informaation kaikkien tiimin jäsenten käyttöön, jotta yhdessä työskennellään tavoitteiden suuntaisesti. Tiedon tulisi välittyä välittömästi kun

se saa tietoonsa, jotta kaikki tiimin jäsenet olisivat yhtäläillä ajan tasalla. Ylempänä Joharin ikkunamallissa kuvattiin sokeaa aluetta, jossa joku tiimin jäsenistä piti tietoa vain itsellään. Tällainen käyttäytyminen estää avointa tiedonkulkua ja yhdessä työkentelyä, pahimmillaan se voi johtaa ristiriitoihin. Tiedon jakamisella myös ehkäistään turhaa työtä tai virheitä. Jokainen yksilö ottaa tiedon vastaan eri tavoin ja päättää itse, mikä tieto on tärkeää ja kuinka tietoa käyttää, jättääkö sen huomioimatta vai soveltaako sitä omaan työhönsä. Kun tiedon kulku ja sen jakaminen on avointa, niin jokainen tiimin jäsen tuntee itsensä tasavertaiseksi ja vahvasti osaksi tiimiä. (Heikkilä 2002, 119-120.)

Kommunikaatio koostuu kertomisesta, kysymisestä sekä kuuntelemisesta. Näitä kaikkia tarvitaan sujuvassa tiedonkulussa. On jaettava tietoa kertomalla siitä avoimesti, on osattava ja kehdattava kysyä muilta jos ei itse tiedä tai ole varma sekä osattava myös kuunnella muita, kun he jakavat tietoa. Kertominen on nonverbaalista ja verbaalista viestintää, jotka ylempänä käytiin yksityiskohtaisemmin läpi (ks. s. 16-17.). Kuuntelijoiden mielenkiinnon kannalta kertominen kannattaa muotoilla niin, että se on tarpeeksi mielenkiintoista tai tärkeää asian kannalta. Tiimeissä tiedon jakamisen on pyrittävä olemaan selkeää sekä on osattava valmistautua kysymyksiin, muihin mielipiteisiin tai vastalauseisiin. Kysyminen on toinen tärkeä osa tiimin välistä kommunikaatiota ja tiedon kulun sujuvoittamista. Kysymyksen esittäjä valitsee aina mitä hän kysyy, miten hän kysymyksen muotoilee ja keltä hän kysyy. Kysymiseen on monia syitä, esimerkiksi kun halutaan hankkia informaatiota, tarkistaa oman tulkinnan todenperäisyyttä tai selventää jotakin asiaa. Tiimille ja yksilölle kysymysten kysyminen on tärkeää, kynnys kysyä jatkossa madaltuu, oppii uutta ja avoimuus näiden jäsenten välillä lisääntyy. (Heikkilä 2002, 177-182.)

3.5 Johdon ja esimiestyön rooli tiimissä

”Tiimin johtajasta käytetään tiimikirjallisuudessa hyvin monenlaisia nimityksiä, esimerkiksi tiimin johtaja, tiimin leader, tehokas tiimin rakentaja, fasilisaattori, valmentaja, linkkeri, tiiminrakentaja.” (Heikkilä 2002, 129). Nykypäivän tiimijohtaminen on

leadership- tyylistä, perinteinen hierarkkinen management- johtamistyyli ei sovellu tiimityöskentelyyn. Leader- johtajat toimivat yhtenä tiimin jäsenenä. He toimivat innovaattoreina, kannustajina eivätkä pelkää laittaa persoonaansa peliin. (Mts. 129-130.)

Daftin (2008, 590-598) mukaan leadership- johtajuus on kyky vaikuttaa ihmisiin ja saada heidät saavuttamaan organisaation asettaman tavoitteet. Leadership johtaja työskentelee ihmisten kanssa ja on heidän kanssaan läheisesti tekemisissä. Tärkeää on johtaa ihmisiä asioiden sijaan oman persoonansa avulla. Leadership- johtajuus on tyyppillistä tiimeissä, koska tämän tyylin johtajat pyrkivät kokeilemaan uutta, heillä on visioita ja he innoittavat alaisiaan. Usein tämän tyylin johtaja myös on luova ja hänen pyrkimyksenä on kehittää organisaatiota jatkuvasti parempaan suuntaan.

Esimies ja johto ovat isossa roolissa tukemassa toimivaa vuorovaikutusta tiimien ja työyhteisön henkilöiden välillä. Esimiehet vastaavat tiimeistä sekä antavat heille työtehtävät, roolit, vastuut, tavoitteet ja palkitsevat hyvästä työstä. Esimiehet myös ohjaavat tiimien toimintaa ja antavat palautetta työn tuloksista. Tiimi itse vastaa omasta panoksestaan ja siitä että toivottuihin ja sovittuihin tuloksiin päästäisiin, esimiehen rooli on valvoa tiimin työskentelyä ja kannustaa eteenpäin. (Vuorovaikutus työyhteisössä 2015.)

4 Yhteisöllisyys

Yksilöt muodostavat yhteisön, jonka jäseniä yhdistää yhteinen tehtävä tai päämäärä. Yhteisön olemassaolo ei takaa yhteisöllisyyden muodostumista sen sisällä, vaikka yksilöt toimivatkin siinä jollain tapaa yhdessä. Jotta yhteisöllisyys yksilöiden välille voi syntyä, vaaditaan siihen jäsenten keskinäistä luottamusta ja vuorovaikutusta sekä kaikkien osallistumista. Myös avoin kommunikointi on tärkeä osa yhteisöllisyyden muodostumista ja kehittämistä. Kun yhteisöllisyyttä kehitetään, ovat yksilöiden tunteet merkittävässä asemassa. Jotta yksilö voi tuntea kuuluvansa yhteisöön, täytyy hänen tuntea itsensä tarpeelliseksi, hyväksytyksi ja arvokkaaksi. (Yhteisöllisyys 2013.)

4.1 Yhteisöllisyys tiimityöskentelyssä

Työyhteisöstä puhuttaessa yhteisöllisyydellä tarkoitetaan yleensä ihmisten välistä yhteistyötä ja erilaisia yhteistyömuotoja (Paasivaara & Nikkilä 2010, 11). Työyhteisö koostuu yksilöistä, joilla on yhteisiä tehtäviä tai päämääriä. Kun näitä tehtäviä ja päämääriä aletaan toteuttaa sekä tekemään töitä tavoitteiden saavuttamiseksi, alkaa yhteisöllisyys työyhteisössä pikkuhiljaa muodostua. On kuitenkin ensisijaisen tärkeää, että esimerkiksi kommunikointi yhteisössä on avointa ja että asiat hoidetaan yhdessä vuorovaikutuksessa, jotta luottamus jäsenten välille syntyy. Kun yhteisöllisyyttä aletaan hiljalleen rakentamaan, ovat yksilöiden tunteet tärkeässä asemassa. Yksilön on voitava tuntea itsensä tarpeelliseksi, hyväksytyksi ja arvokkaaksi työyhteisölleen, jotta vahva yhteisöllisyyden tunne työpaikalla voi syntyä. (Yhteisöllisyys 2013).

Myös työelämässä yhteisöllisyyden katsotaan tukevan ihmisten kanssakäymistä, toisista välittämistä, terveyttä, hyvinvointia, oppimista ja tuloksellisuutta. Yhteisöllisyys on kuitenkin eräänlainen tunnetila, joka pohjautuu niin sanottuun yksilöiden vapaaehtoisuuteen, joten kukaan ei voi siihen toista ihmistä pakottaa, vaikkakin se edistää työhyvinvointia. (Paasivaara & Nikkilä 2010, 12–13.)

Yhteisöllisyys rakentuu yhteisistä arvoista, joiden mukaan toimitaan työyhteisössä. Arvojen tulee olla ymmärrettäviä ja uskottavia, sekä niiden tulee konkretisoitua päivittäisessä työssä. Tämän vuoksi arvot usein puretaan normien muotoon, jolloin ne on helpompi hahmottaa. Yhteisöllisyyttä tukevat vapaus toimia, uudistusmielisyys ja salliva ilmapiiri, joka onkin yksi sen peruskivijaloista. (Mts. 18.) Yhteisöllisyys kasvaa luottamuksesta keskinäisen vuorovaikutuksen verkostoissa. Sitä voidaan kehittää esimerkiksi tiimityöskentelyllä, verkostoitumisella ja mentoroinnilla, vaikka työyhteisön kokonaisuuden rakentaminen onkin jatkuva prosessi joka ei ole koskaan valmis. (Mts. 18–19.)

4.2 Verkostoituminen organisaation sisällä - osana yhteisöllisyyttä

Nykypäivänä yritykset ovat yhä enemmän verkostoituneita. Verkostoituminen on elintärkeää niin yhteistyökumppaneiden kuin oman organisaation sisällä toimivien henkilöiden kanssa. (Kaskela 2005.) Yritysten tai osastojen välinen verkostoituminen ja avoin yhteistyö luovat yhteisöllisyyttä. Verkostojen rakentamisen myötä yhteistyö tehostuu ja eri yksiköiden kokemus ja osaaminen tuovat yhteistä etua. Mitä tehokkaammin eri työntekijöiden osaamisalueita ja tietotaitoa hyödynnetään, sitä paremmin yritys menestyy. (Verkostoituminen n.d.)

Tekniikan kehitys on mahdollistanut lisääntyvän verkostoitumisen ja monissa verkostoissa toimiminen vaatii toimivia viestintäkanavia mahdollistaakseen verkostoitumisen hyödyt. (Kaskela 2005.) Yritysten sosiaaliset viestintäkanavat, kuten intranetit, yhdistävät työntekijöiden osaamista, informaatiota ja kontaktiverkostoja. (Rongas 2012.)

Usein verkostoitumisella käsitetään sen olevan yrityksen verkostoitumista esimerkiksi asiakkaidensa, yhteistyökumppaniensa ja kilpailijoidensa kanssa. On kuitenkin tärkeää muistaa myös sisäisen verkostoitumisen tärkeys työelämässä. Usein yrityksissä unohdetaan, kuinka hyödyllistä yritykselle on, että myös henkilöstö yrityksen sisällä verkostoituu keskenään. Sisäisen verkostoitumisen tärkeys korostuu etenkin suurissa ja kansainvälisissä yrityksissä, joissa työskentelee paljon ihmisiä. Jokaiselle yrityksen työntekijällä on omat henkilökohtaiset verkostonsa sekä erikoisosaamisalueensa, joita pystytään taas kasvattamaan ja hyödyntämään kun kollegat yrityksen sisällä myös verkostoituvat keskenään. (Austin 2005.)

Sisäinen verkostoituminen auttaa yritystä kasvamaan yhteneväisemmäksi ja se voi myös tehostaa yrityksen toimintaa. Työympäristöstä tulee viihtyisämpi ja ryhmähenki yhteisön sisällä parantuu kun työntekijät keskenään verkostoituvat, keskustelevat ja luovat suhteita. (Amiel 2014.)

5 Lisäarvon tuottaminen asiakas kohtaamiseen

Jatkuvasti muuttuvan maailman vaikutus kuluttajiin on väistämätön. Kuluttajat ovat nykyisin yhä itsenäisempiä ja myös keskittyvät itseensä enemmän kuin koskaan ennen. He laittavat perheensä ja itsensä etusijalle ja keskittyvät hyvinvointiinsa. Organisaatioiden pitäisi myös pysyä muutoksen mukana, muokkaantua asiakas keskeisemmiksi sekä ymmärtää mitkä asiat merkitsevät eniten kullekin asiakassegmentille. (Fisk 2009, 43–48.)

Asiakkaat ovat yksilöllisiä, erilaisia sekä arvostelukykyisiä ja he vaativat, odottavat ja ovat tietoisempia asioista yhä enemmän. Saatavilla oleva tieto esimerkiksi internetissä mahdollistaa kuluttajien tutustuvan esimerkiksi tiettyyn yritykseen etukäteen. Lisäksi suositukset toisilta ihmisiltä ohjaavat hyvin paljon kuluttajien valintoja. Yrityksille tämä on haaste, joten asiakaskokemukseen on keskityttävä yhä enemmän sekä asiakaspalautteista saatavan hyödyn merkitys on yhä suuremmassa roolissa. (Fisk 2009, 54–55.)

Yrityksien jatkuvana tavoitteena on paremman asiakasarvon ja sen mahdollistaman tuloksen tuottaminen. (Valkokari, Hyötyläinen, Kulmala, Malinen, Möller, Vesalainen 2009, 63.) Asiakas arvo on asiakkaan kokeman hyödyn ja kustannusten välinen erotus ja suhde. Arvo on erilainen sekä subjektiivinen jokaiselle asiakkaalle ja se voi olla myös negatiivista. Esimerkiksi jos asiakas joutuu jonottamaan pitkään asiakaspalveluun, voi se nopeasti luoda negatiivista asiakasarvoa. (Tirkkonen 2013.)

Lisäarvon asiakkaalle voi määritellä myös pitkäaikaisena tai elämän mittaisena arvona, jossa pitkä ja jatkuva asiakassuhde tuo enemmän tuottoa yritykselle. Lyhyitä asiakassuhteita tarvitaan myös, jotta voidaan antaa asiakkaalle mahdollisuus palata takaisin ja tätä kautta luoda pitkäaikainen asiakassuhde. (Stark & Stewart 2011.) Asiakkaat ostavat tuotteita ja palveluja, ja odottavat niiden tuottavan heille arvoa. Kun yritys tuottaa asiakkaille arvoa, usein myös sen oma arvo kasvaa. Arvon tuominen asiakkaille on siis yrityksen kasvun edellytys. (Walldén 2013.)

Lisäarvon tuottaminen asiakkaalle on yrityksen kilpailukyvyn kannalta merkittävä asia, sillä se on liiketoiminnan ydin ja kilpailuedun lähde. Asiakaskokemuksen parantaminen ja asiakasarvon tuottaminen ovat yrityksen tavoitteina tärkeitä, sillä ne tuottavat asiakkaille parempia palveluita. Asiakasarvoa tuottavan palvelun suunnittelun edellytyksenä on se, että yritys ymmärtää asiakkaitaan. (Pohjanen 2011.) ”Se, mitä asiakas on valmis maksamaan palvelusta, kuinka usein asiakas ostaa ja käyttää palvelua sekä miten asiakas suosittelee palvelua eteenpäin, riippuu asiakkaalle syntyvästä arvosta hänen käyttäessään ja kuluttaessaan palvelua.” (Mts. 2011).

Asiakasarvo muodostuu yrityksen ja asiakkaan välisestä vuorovaikutuksesta, esimerkiksi asiakaspalvelutilanteessa. Asiakas muodostaa oman käsityksensä saamastaan arvosta odotuksiansa ja toteutuneen kokemuksen perusteella. Yritys pystyy näkemään yksittäisen asiakkaan arvon realisesti siitä, kuinka usein asiakas käyttää yrityksen palveluita, kuinka paljon rahaa hän kuluttaa ja kuinka kannattava asiakas on toimintansa perusteella yritykselle. (Tuulaniemi 2011, 33.)

Löytänä ja Korkiakoski (2014, 19) jakavat asiakkaalle luotavan arvon neljään tyyppiin: taloudelliseen arvoon, toiminnalliseen arvoon, symboliseen arvoon sekä emotionaaliseen arvoon (ks. kuvio 2.). Taloudellinen arvo on usein selkein hahmottaa, siinä pääfokuksena ovat mahdollisimman pienet kustannukset asiakkaalle ja erottavana tekijänä on hinta. Yritysten välisen kilpailun kannalta taloudellinen arvo on helpoiten kopioitavissa. Toiminnallisen arvon kilpailuetuna on laatu ja se on seurausta tuotteen tai palvelun toiminnallisesta suorituksesta. Asiakkaalle se tarkoittaa ajan ja vaivan säästöä sekä toimintavarmuutta- ja luotettavuutta. Kilpailuedun kannalta toiminnallista arvoa on usein hankalaa ylläpitää ja jalostaa suuremmaksi.

Symboliset arvot liittyvät asiakkaiden mielikuviin tuotteesta, palvelusta tai yrityksestä sekä sitä kautta koettuihin hyötyihin. Symboliset arvot kuvastavat sitä arvoa asiakkaalle, että he tuntevat yhteenkuuluvuutta ja pystyvät samaistumaan saman tuotteen tai palvelun käyttäjien kanssa. Emotionaaliset arvot taas liittyvät asiakkaan tunteisiin, miten tuote tai palvelu antaa asiakkaalle mahdollisuuden tuntea jotakin. Eri-tysisasemassa emotionaalisen arvon tuottamisessa on tuotteen tai palvelun personointi erilaisille asiakasryhmille. Kilpailuetuna emotionaalinen arvo voi olla hyvin

vahva, jos tuotteet tai palvelut osataan personoida hyvin ja niistä saadaan asiakkaalle uniikkeja. (Löytänä & Korkiakoski 2014, 19-20.)

<p>Taloudellinen arvo</p> <ul style="list-style-type: none"> - Fokuksessa hinta - Kilpailuetuna edullisuus - Kustannusjohtajuus - Alennuksilla palkitseminen 	<p>Emotiaallinen arvo</p> <ul style="list-style-type: none"> - Fokus asiakaskokemuksessa - Kosketuspisteiden huomiointi - Kokemusten personointi - Kilpailuetuna merkitykselliset kokemukset ja odotusten ylittäminen
<p>Toiminnallinen arvo</p> <ul style="list-style-type: none"> - Fokuksessa toimintavarmuus - Toiminnan tehokkuus - Ajan- ja vaivan säästö - Kilpailuetuna laatu 	<p>Symbolinen arvo</p> <ul style="list-style-type: none"> - Fokuksessa mielikuvat ja tarinat - Heimoutuminen - Premium- ajattelu - Kilpailuetuna brändi

Kuvio 2. Asiakkaalle luotavan arvon muodot. (Löytänä & Korkiakoski 2014, 18. Mukailen Kuuselan ja Rintamäen mallia 2004).

6 Tutkimuksen toteutus

Tutkimusongelma ohjaa tutkimusprosessin kulkua ja siihen liittyy aina jokin ongelma, joka pyritään ratkaisemaan. (Kananen 2011, 23.) Tässä tutkimuksessa haluttiin saada selville, mitkä ovat OP Keski-Suomeen lanseeratun Intran parannukset henkilöstön näkökulmasta. Tutkimuksessa selvitettiin, miten Intra helpottaa ja parantaa OP Keski-Suomen henkilöstön jokapäiväistä työskentelyä. Tutkittavia osa-alueita olivat tiimien välinen vuorovaikutus, yhteisöllisyys, tiedonkulku sekä lisäarvon tuottaminen asiakaskohtaamiseen. Lisäksi tutkimuksessa selvitettiin, miten henkilöstön mielestä Intra tulee tulevaisuudessa parantamaan edellä mainittuja osa-alueita.

Opinnäytetyön päättökysymys on ”Miten uudistunut Intra työvälineenä helpottaa ja parantaa OP Keski-Suomen henkilöstön välistä työskentelyä?”. Tutkimuskysymyksemme sekä teoreettisen viitekehyksen pohjalta lähdimme hahmottelemaan tutkimusmenetelmäämme sekä kyselylomaketta.

Seuraavassa luvussa käsitellään tutkimuksen toteutus tutkimusmenetelmän valinnasta tutkimuksen luotettavuuteen. Tutkimusmenetelmän esittelyn jälkeen kerrotaan verkkokyselystä ja sen toteutusprosessista sekä näiden jälkeen populaatiosta ja otannasta. Lopuksi käsitellään tutkimuksen luotettavuutta.

6.1 Kvantitatiivinen tutkimus

Erilaisissa tutkimuksissa tutkimusmenetelmän valinta riippuu siitä, millainen ratkaisu vaativa tutkimusongelma on. Ennen kuin tutkimusmenetelmää voidaan valita, tulee ratkaistava ongelma tuntea hyvin, jotta pystytään tuottamaan luotettavaa tietoa, jolle ratkaisu voidaan perustaa. Tutkimuksissa voidaan käyttää joko kvalitatiivista eli laadullista menetelmää tai kvantitatiivista eli määrällistä menetelmää. Tässä opinnäytetyössä tutkimusmenetelmänä käytetään kvantitatiivista tutkimusta, joka useimmi-

ten tarkoittaa kyselyä, jolla tutkimusaineistoa kerätään. (Kananen 2015, 65, 73.) Valitsimme tämän menetelmän, koska kyselymme koski koko OP Keski-Suomen henkilöstöä ja halusimme saada mahdollisimman monen henkilöstön jäsenen vastaukset kyselyyn, jotta määrällisen tutkimuksen vaatimukset täyttyisivät ja jotta tutkimuksemme olisi mahdollisimman luotettava. Halusimme myös, että toimeksiantajamme saisi kyselystä parhaan mahdollisen hyödyn ja tulokset käyttöönsä.

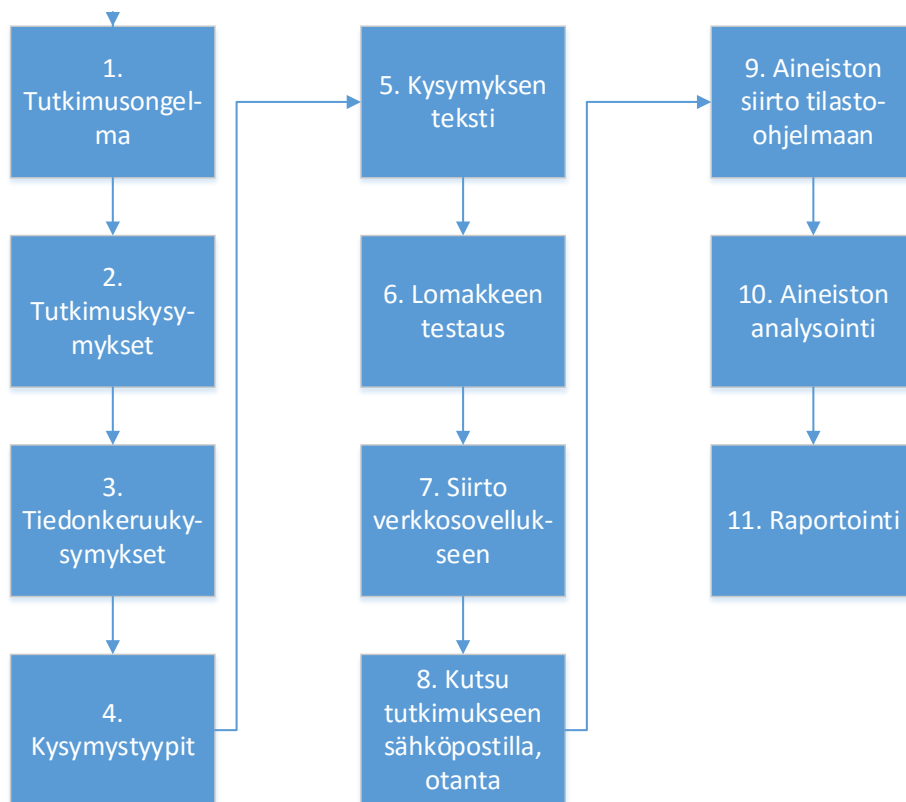
Kvantitatiivisessa tutkimuksessa aineistonkeruumenetelmänä toimivat yleensä erilaiset kyselyt sekä tilastot. Tässä tapauksessa aineistonkeruu tapahtui verkkokyselynä, sillä koimme, että sähköpostitse lähetettävän kyselyn välityksellä pystyisimme tavoittamaan mahdollisimman suuren määrän noin 235 henkilön joukosta. Suuren otannan vuoksi esimerkiksi henkilökohtaisten haastattelujen toteuttaminen ei olisi ollut mahdollista tai järkevää tässä tapauksessa. Määrällisen tutkimuksen tarkoituksena on yleistää saatavia vastauksia, sillä valittu ihmisjoukko on suuri toisin kuin laadullisessa tutkimuksessa, jossa useiden vastausten saamisen sijaan voidaan keskittyä esimerkiksi henkilökohtaisiin haastatteluihin. Niiden tarkoituksena on ymmärtäminen, jolloin myös tutkijan osallistumista vaaditaan kysymysten esittämisessä ja vastausten saamisessa. Määrällisessä tutkimuksessa puolestaan tutkija toimii ulkopuolisena havainnoijana, sillä erillisten haastattelujen sijaan käytetään strukturoituja kysymyksiä, joista vastauksena saadaan lukuja tekstin sijasta. (Kananen 2015, 69.)

Määrällisessä tutkimuksessa usein valitaan käytettäväksi kyselylomake, systemaattinen havainnointi tai valmiiden rekisterien ja tilastojen käyttö. Soveltuviksi tutkimuskohteiksi määrällisessä tutkimuksessa soveltuvat ihmiset tai kulttuurituotteet, joita ovat kaikki tuotetut kuva- tai tekstiaineistot. Kyselylomake on tavallisin käytetty aineistonkeruu tapa, jota myös tässä opinnäytetyössä hyödynnetään. (Vilka 2005, 73.)

6.2 Verkkokyselylomake

Kyselytutkimus on kvantitatiivisen tutkimuksen käytetyin aineistonkeruumenetelmä. Tutkimuksen alussa täytyy määritellä tutkimuskysymykset ja miettiä mitä tietoa niihin tarvitaan, ennen kuin niitä voidaan alkaa muodostamaan. Usein nämä tulevat esiin teorioista, joita tutkimuksessa käytetään. (Kananen 2015, 201-203).

Tässä tutkimuksessa käytetään verkkokyselyä, joka ei juurikaan eroa perinteisestä tutkimusprosessista muuten kuin että se toteutetaan teknisesti ja kyselylomake luodaan Internetiin aineistonkeruuohjelmaan. Kyselylomake lähetetään yleensä sähköpostilla. Sähköisessä kyselyssä haasteina voivat olla sähköposti osoitteiden saatavuus ja ajantasaisuus. Sähköposti on kustannuksiltaan halpa, ja se on sekä helppo että nopea väline kerätä aineistoa, mutta yhtenä haittapuolena voi olla alhainen vastausprosentti. (Kananen 2015, 207-208.)



Kuvio 3. Verkkokyselyn toteutusprosessi. (Mukaiillen Kananen 2015, 207.)

Verkkotutkimuksen muotoja on monia. Tutkimus voidaan toteuttaa teknisesti esimerkiksi laittamalla kysely suoraan sähköpostiin, sähköpostiviestin liitetiedostona tai liitetiedostoapplikaationa. On myös mahdollista lähettää kyselykutsu sähköpostiin tai laittaa kysely verkkosivujen yhteyteen. (Kananen 2015, 208.)

Tässä tutkimuksessa käytettiin kyselykutsua ja kyselyn linkki lähetettiin pankin henkilökunnalle sähköpostitse suoraan OP Keski-Suomen viestinnän sähköpostista. Saatteessa kehoitettiin kaikkia vastaamaan sekä perusteltiin, miksi vastaus on pankille tärkeä. Henkilöstön sähköpostiosoitteet olivat valmiina viestinnällä ja kysely saatiin kerralla lähettyä sieltä käsin koko henkilöstölle.

Heti tutkimuksen alkuvaiheessa tutkijoille oli selvää, että tutkimus toteutetaan verkkokyselyllä sen tavoitavuuden ja nopeuden vuoksi. Tutkimuksen ollessa määrällinen tutkimus, verkkokyselyllä saadaan tavoitettua nopeasti koko henkilöstö ja myös vastaajalle kyselyyn vastaaminen on melko vaivatonta ja nopeaa. Verkkotutkimusta suositellaankin kun tarvitaan paljon vastaajia, kohderyhmän osoitetiedot ovat käytettävissä sekä tutkimusalue on maantieteellisesti hajanainen tai vastaajat ovat hajallaan. (Kananen 2015, 211.)

Verkkotutkimuksen hyötyjä ovat sen kustannustehokkuuden, helppouden ja nopeuden lisäksi otannan ja vastaamisen kontrollointi. Verkossa tapahtuva tutkimus voidaan mukauttaa vastaajien mukaan ja vastaaja voi myös vastata milloin hänelle parhaiten sopii. Verkkokysely myös mahdollistaa kyselyprosessin reaaliaikaisen seurannan. Vastausten kertymistä voidaan seurata sitä mukaa kun vastauksia saadaan ja henkilöille jotka eivät ole vielä vastanneet voidaan lähettää uusintakutsu. (Kananen 2015, 214). Verkkotutkimuksen suurimpana haasteena voi olla alhainen vastausprosentti, joka vaikuttaa merkittävästi tutkimuksen luotettavuuteen. Myös sähköposti osoitteiden vanhentuminen ja roskapostivaara asettavat haasteita, jos kohderyhmä ei ole määritelty tarkkaan. (Kananen 2015, 215–216.) Tässä työssä nämä seikat ovat otettu huomioon ja riskit minimoitu, jotta vastauksia saataisiin mahdollisimman paljon. Sähköpostiosoitteet olivat valmiina viestinnän osastolla, josta kysely lähetettiin, joten suurta uhkaa ei ollut, että osoitteet olisivat vanhentuneita tai poistuneet käytöstä. Myöskin OP Keski-Suomen oma panos ja tutkimuksen tärkeyden painotus auttoivat kasvattamaan vastausprosenttia.

6.3 Verkkokyselyn muodostuminen

Verkkolomake suunniteltiin syksyllä 2015. Kyselyä lähdettiin muodostamaan ensin puhtaaksi Wordiin kirjoittamalla ja sen jälkeen se siirrettiin Internet pohjaiseen Webropol-ohjelmaan. Kyselylomakkeen kysymykset hahmoteltiin opinnäytetyön teoriaosuuden ja tutkimuskysymysten pohjalta. Kysely pyrittiin pitämään suhteellisen lyhyenä, jotta jokainen vastaaja keskittyisi jokaiseen kysymykseen huolellisesti.

Kyselylomakkeen alkuvaiheessa tutkijat tutustuivat toisiin tutkimuksiin, joita oli toteutettu Osuuspankkeihin. Suurin osa näistä tutkimuksista oli kohdistettu asiakkaisiin ja heidän mielipiteiden tutkimiseen, joten vertailupohjaa henkilöstöstä ei juurikaan näissä aiemmissa tutkimuksissa ollut. Myöskään uutta sisäisen viestinnän työvälinettä ei Osuuspankkiin ollut lanseerattu moniin vuosiin.

Ennen kyselyn varsinaista lähettämistä, oli tärkeää testata se. Haastattelulomakkeen ensimmäinen versio testattiin kolmella kohderyhmään kuuluvalla henkilöllä. Tällaisella testauksella haluttiin tietää, että vastaaja ymmärtää kysymykset oikein, vastaajalla on kysymysten edellyttämä taito, vastaaja haluaa antaa kysymyksiin liittyvän tiedon sekä että kysymykset olivat yksiselitteisiä (Kananen 2015, 230.) Halusimme testauksella myös tietää, oliko kyselyn ulkoasu selkeä. Kysely annettiin testaajille tulostettuna Word-muotoisena tiedostona ja he antoivat palautteen suullisesti sekä tekivät tulosteeseen merkintöjä.

Testaamisen jälkeen kysymyksiä muokattiin, yhdisteltiin sekä lisättiin annetun palautteen perusteella. Tämän jälkeen valmis kysely lähetettiin toimeksiantajalle hyväksyttäväksi sekä ohjaavalle opettajalle kommentoitavaksi. Kaikkien testattavien henkilöiden mielestä kysely oli sopivan pituinen ja selkeästi ymmärrettävä. Toimeksiantajan sekä opettajien kommenttien perusteella kyselyyn tehtiin vielä pieniä muutoksia ja täsmennyksiä. Tutkijat testasivat kyselyn toimivuuden vielä lopuksi teknisesti Webropol-järjestelmässä ja samalla laskettiin kyselyyn vastaamiseen kulunut aika, joka oli noin 7 minuuttia.

Lopullinen kyselylomake oli puolistrukturoitu, jossa kysymyksissä oli joko valmiit vastausvaihtoehdot tai ne olivat avoimia kysymyksiä. (Kananen 211, 30.) Kysymystyypp-

pejä kyselyssä olivat asteikkokysymykset, joiden perään laitettiin myös pieni kommenttikenttä mahdollisia lisähuomioita varten sekä avoimet kysymykset, jotka olivat melko laajoja – tarkoituksena saada vapaamuotoisempia vastauksia (ks. liite 1). Näiden lisäksi kyselyssä oli myös valintakysymys ja monivalintakysymys. Asteikkokysymyksissä vastausvaihtoehdot olivat määritelty, joten ne eivät olleet niin vapaamuotoisia vaan vastajaa sai valita vaihtoehdon valmiista vaihtoehdoista. Koska kyseessä oli kvantitatiivinen tutkimus, joka toteutettiin sähköisenä verkkokyselynä, oli pääpaino asteikkokysymyksissä, sillä otantaryhmä oli melko suuri.

Verkkokyselylomake sisälsi 21 kysymystä, joista neljällä ensimmäisellä (1., 2., 3. & 4.) haluttiin saada taustatietoa vastaajien sukupuolesta, iästä, työnkuvasta sekä yksiköstä, jossa vastaaja tällä hetkellä työskentelee. Vastaajien taustatietoihin liittyvät kysymykset laitettiin heti kyselyn alkuun sillä haluttiin, että vastaajat tietäisivät ennen varsinaisten kysymysten alkamista, että kysely tehdään anonymisti eikä yhteystietoja kysytä. Tällöin vastaajien ei tarvinnut miettiä vastatessaan, saako esimerkiksi heidän esimiehensä tietää mitä kukin alainen on kyselyyn vastannut. Kysely ei myöskään ollut kovin pitkä, joten emme kokeneet, että taustatietojen kysyminen heti alussa vähentäisi vastaajien intoa ja jaksamista vastata pääkysymyksiin. Lisäksi verkkokyselyssä ei muodostu samanlaista luottamussuhdetta kuin esimerkiksi kasvotusten tapahtuvassa haastattelussa, joten taustatietokysymysten asettamisella alkuun ei ollut niin suurta merkitystä. Asteikkokysymyksiä kyselyssä oli yhdeksän, joista viidessä oli useita väittämiä sekä avoimia kysymyksiä oli kuusi. Monivalintakysymyksiä sekä valintakysymyksiä oli molempia yksi. Kokonaisuudessaan kysely löytyy liitteestä 1.

Kysely alkoi yllä mainituilla vastaajan taustatietoihin liittyvillä kysymyksillä, joihin vastaaminen oli pakollista, mikäli kyselyn tekemistä halusi jatkaa. Taustatietokysymysten jälkeen kyselyssä kysyttiin kysymyksillä 5-8 vastaajien ennakkotietoja uudesta Intransta sekä kuinka aktiivinen oli itse ollut sen käyttöönotossa. Kyselyssä haluttiin myös tietää, kokivatko vastaajat uuden Intran helppokäyttöiseksi sekä kuinka paljon sen lanseeraus ja käyttöönotto kiinnosti sen käyttäjiä. Nämä kysymykset olivat asteikkokysymyksiä asteikolla 1-5. Kysymykset 5-8 olivat oleellisia, jotta saimme tietää taustatietoa siitä, miten vastaajat suhtautuivat uuteen Intraan. Voidaan olettaa, että

vastaaja, joka ei ole itse ollut Intran käyttöönotossa aktiivinen tai ei ollut kokenut saavansa siihen liittyvää informaatiota tarpeeksi, vastaa myös negatiivisemmin kyselyn myöhemmässä vaiheessa esitettyihin kysymyksiin.

Kyselyn 9 kysymys oli monivalintakysymys, jossa kysyttiin, mitä Intran uusista/ uudistuneista ominaisuuksista vastaaja oli hyödyntänyt jo ensimmäisen käyttöönotto kuukauden aikana. Vastaajalle oli annettu lista uusista/ uudistuneista ominaisuuksista, joista hän pystyi valitsemaan kaikki käyttämänsä. Kysymyksellä 10 haluttiin tietää, kuinka paljon vastaaja oli kuluneen kuukauden aikana ennättänyt käyttämään uudistunutta intranettiä työssään. Kysymykset 9-10 ovat oleellisia, koska niiden avulla saatiin tietää, kuinka paljon vastaajat olivat ensimmäisen kuukauden aikana käyttäneet Intraa ja sen tuomia uusia ominaisuuksia. Harvemmin Intraa käyttävät tai vain muutamia ominaisuuksia käyttäneet vastaajat todennäköisesti vastasivat kyselyn myöhemmässä vaiheessa kysytyihin kysymyksiin negatiivisemmin tai eivät osanneet vastata, jolloin tutkimuksen kannalta emme saaneet tarvittavaa tietoa, joka vastaisi tutkimuskysymyksiimme. Kysymys 11 oli avoin kysymys, jossa haluttiin tietää, mitä parannuksia uusi Intra on tuonut vastaajien mielestä verrattuna Osuuspankissa aikaisemmin käytössä olleeseen Opinettiin.

Taustatietojen ja käyttöönottoon liittyvien kysymysten jälkeen verkkokyselyssä siirryttiin tutkimusongelmaan liittyviin kysymyksiin, joiden tarkoituksena oli vastata pää-tutkimuskysymykseemme. Tutkimuksessa käsitellyt osa-alueet oli kyselyssä jaettu myös neljään osaan niin, että jokainen kokonaisuus oli omalla sivulla, jotta kysely pysyi selkeänä. Kysymykset olivat asteikollisia matriisikysymyksiä, joissa vastattiin erilaisiin väittämiin. Myös jokaisen väittämän perässä oli avoin kommentointikenttä, johon vastaaja pystyi halutessaan tarkentamaan vastaustaan (ks. liite 1.). Kyselyssä käytettiin viisiportaista asteikkoa ja väittämiin vastattiin asteikolla 1-5, jossa 1= Täysin eri mieltä ja 5= Täysin samaa mieltä. Näiden lisäksi vaihtoehtona oli myös 0 (EOS), joka on ”en osaa sanoa”- vaihtoehto. Tämä vastausvaihtoehto oli oleellinen sisällyttää kyselyyn, koska vastaaja ei välttämättä tiedä asiasta mitään eli ei osaa sanoa. Halusimme sisällyttää kyselyyn myös vaihtoehdon 3= Ei samaa eikä eri mieltä, koska vastaajaa ei voida pakottaa ottamaan kantaa sellaisiin asioihin, joista hänellä ei ole vielä tarpeeksi kokemusta, mutta on kuitenkin jonkunlainen mielipide tai näkemys

asiasta. (Kananen 211, 64.) Tässä kyselyssä tämä vastausvaihtoehto oli oleellinen, koska joillakin ei vielä välttämättä ollut tarpeeksi kokemusta Intran käytöstä. Jokaisen sivun lopussa oli myös avoin kysymys, joka liittyi kyseiseen osa-alueeseen, joita tutkimuksessa käsitelimme ja johon vastaaja sai vastata omin sanoin.

Kysymykset 12-13 käsittelivät yhteisöllisyyttä, ja niissä mitattiin Intran pyrkimystä parantaa yhteisöllisyyttä sekä kanssakäymistä henkilöstön välillä. Lisäksi kysymyksillä ja väittämällä selvitettiin verkostoitumisen mahdollisuuksia sekä uudentyylisen sosiaalisen intranetin tuomia uusia ulottuvuuksia yhteisöllisyyden parantamiseksi. Yhteisöllisyys osion väittämät ja avoin kysymys mittasivat myös Joharin ikkunassa kaikille yhteistä aluetta, jossa tieto on kaikille yhteistä. Esimerkiksi Intran etusivu, oman pankin sivu sekä oma sivusto ovat kaikille OP Keski-Suomessa työskenteleville yhteistä aluetta. Kysymys 12 oli asteikkokysymys, joka sisälsi 7 eri väittämää. Väittämät oli tehty kokoamamme yhteisöllisyys-teorian pohjalta. Väittämiä olivat muun muassa ” Uusi Intra on parantanut yhteisöllisyyttä OP Keski-Suomen työntekijöiden välillä”, ”Intra on tuonut uusia mahdollisuuksia verkostoitumiseen” ja ”Toisen työntekijän profiilikuvan näkeminen on tuonut lisää tunnettavuutta työntekijöiden välille.” Kysymys 13 oli avoin kysymys, jossa vastaajan oli mahdollista kertoa omin sanoin, kuinka Intra oli hänen mielestään lisännyt yhteisöllisyyttä ja yhteenkuuluvuutta.

Kysymykset 14–15 käsittelivät tiimien välistä vuorovaikutusta. Kysymys 14 sisälsi seitsemän väittämää, kuten ”Uusi Intra parantaa OP Keski-Suomen työntekijöiden välistä vuorovaikutusta” ja ”Intra lisää kaksivuoroista keskustelua (kaikki pystyvät viestimään ja osallistumaan keskusteluun).” Kysymyksellä selvitettiin, miten uusi Intra oli helpottanut vuorovaikutusta työntekijöiden välillä. Kysymyksen väittämät mittasivat miten kaksivuoroinen, verbaalinen keskustelu oli lisääntynyt. Lisäksi sen avulla haluttiin tietää, miten oma sivusto oli luonut vuorovaikutusta työntekijöiden välille sekä miten se toi työntekijöiden omaa persoonallisuutta esiin. Kysymys 15 oli avoin kysymys, jossa kysyttiin ”Miten Intra on mielestäsi lisännyt vuorovaikutusta tiimien välillä?” Kysymyksellä saatiin tarkentavaa lisätietoa kysymyksen 14 väittämiin. Teoriassa tiimien välistä vuorovaikutusta käsiteltiin luvussa 3.2 Tiimien välinen vuorovaikutus sekä 3.3 Vuorovaikutusmalli: Joharin Ikkuna. Tiimien välinen vuorovaikutus-

osuuden kysymykset mittasivat Joharin ikkunassa toisaalta myös kaikille yhteisen alueen- ruutua, mutta myös julkisivu- ruutua. Intran mahdollisuudet vuorovaikutukseen ja keskusteluun ovat kaikille samat, mutta on jokaisen henkilön itse valittavissa osallistuuko keskusteluun ja jakaako omalla sivustollaan itsestään tietoa.

Kyselyn neljännellä sivulla kysymykset 16-17 käsittelivät lisäarvon tuottamista asiakaskohtaamiseen ja myyntityöhön. Kysymys 16 sisälsi viisi väittämää, esimerkiksi ”Intrasta on minulle konkreettista apua myyntityössä” ja ”Intra nopeuttaa työskentelyäsi asiakaspalvelutilanteessa.” Kysymys 17 oli avoin kysymys, jossa kysyttiin ”Millä tavoin uusi Intra on parantunut tuottamaasi asiakaskokemusta?” Kysymyksillä selvitettiin, mitä konkreettista lisäarvoa työvälineenä Intra oli tuonut asiakaskohtaamiseen ja myyntityöhön. Intran ominaisuuksien hyödyntäminen omassa työssä tulisi parantaa palvelukokemusta ja sitä kautta myös Osuuspankin ihmisläheisyys- arvo toteutuisi käytännössä entistä paremmin. Luvussa lisäarvon tuottaminen asiakaskohtaamiseen käsitellään kysymyksiin pohjautuvia teorioita. Liittyen lukuun 3.3 Vuorovaikutusmalli: Joharin Ikkuna Intran ominaisuuksien hyödyntäminen omaan asiakaspalveluun ja myyntityöhön pitäisi Joharin ikkunamallissa vähentää sokeita alueita, eli parantaa omaa asiakaspalvelu- ja myyntityötä sekä tunnistaa omat heikkoudet ja vahvuudet paremmin.

Kokonaisuuksista viimeisin oli tiedonkulku ja kysymykset 18–19 käsittelivät Intran tuomaa helpotusta sisäiseen tiedonkulkuun. Kysymys 18 sisälsi seitsemän väittämää kuten ”Uusi Intra on parantanut tiedonkulkua OP Keski-Suomen työntekijöiden välillä”, ”Intra on parantanut tiedonkulkua työntekijöiden ja oman tiimin esimiehen välillä” ja ”Intran myötä kynnys jakaa omaa tietotaitoa muiden näkyville on madaltunut.” Kysymys 19 oli avoin kysymys, jossa kysyttiin ”Miten koet Intran parantaneen tiedonkulkua OP Keski-Suomessa.” Kysymykset olivat oleellisia, jotta saatiin selville, miten vastaajat kokivat Intran helpottaneen tiedonkulkua eri tasojen välillä. Kysymysten teoriaa käsiteltiin luvussa 3.4 Tiimien sisäinen tiedonkulku sekä 3.5 Johdon ja esimiestyön rooli tiimissä. Lisäksi kysymykset kuvasivat Joharin vuorovaikutusmallissa tiedonkulkua, joka on toisaalta kaikille yhteistä aluetta, mutta myös julkisivu-ruutua. Intran myötä tiedon jakaminen helpottuu ja on mahdollista kaikille. Jokainen henkilö kuitenkin päättää haluaako tai uskaltaako jakaa omaa tietotaitoaan toisille.

Kyselyn viimeinen sivu koski Intran tulevaisuudennäkymiä. Kysymys 20 sisälsi kuusi väittämää kuten ”Intra tulee jatkossa lisäämään yhteisöllisyyttä OP Keski-Suomessa entisestään”, ”Intra tulee jatkossa helpottamaan verkostoitumista muiden työntekijöiden kanssa” ja ”Tulen jatkossa osallistumaan Intrassa käytäviin keskusteluihin.” Kysymys 21 oli avoin kysymys ja siinä kysyttiin ”Mitä asioita mielestäsi Intra tulee tulevaisuudessa parantamaan ja lisäämään eniten?” Kysymysten 20–21 avulla saatiin tärkeää tietoa siitä, miten kohderyhmä koki Intran potentiaalin tulevaisuudessa. He eivät välttämättä kokeneet vielä ensimmäisen kuukauden käytön jälkeen, että Intra olisi parantanut esimerkiksi yhteisöllisyyttä merkitsevästi, mutta uskoivat sen kuitenkin tulevan jatkossa parantamaan sitä. Lisäsimme viimeisen osion kyselyn testaajien palautteiden perusteella. Kysymykset muodostettiin neljän osa-alueen teorioiden sekä luvun 2.2 Uusi Intra Osuuspankin työvälineenä- osuuksien pohjalta. Lisäksi kysymykset 20–21 mittaavat Joharin ikkunassa tuntematonta aluetta. Vastaajat eivät vielä tiedäneet, mitä kaikkia uudistuksia Intra tuo tai miten niitä voi hyödyntää omassa työskentelyssään. Lisäksi ei vielä tiedetty, kuinka paljon se todellisuudessa parantaa tässä opinnäytetyössä kuvattuja osa- alueita. Jos tutkimus esimerkiksi toistetaan vuoden kuluttua, tuntemattomat alueet ovat todennäköisesti vähentyneet ja voivat olla muuttuneet kaikille yhteiseksi alueeksi.

Tutkimuksessa käytettiin mitta-asteikkoina nominaali- eli laatueroasteikkoja sekä ordinaali- eli järjestysasteikkoja. Nominaaliasteikko on vähiten kehittynyt asteikotyyppi, jolla voidaan kysyä esimerkiksi sukupuolta ja ikää. Havaintoyksikkö kuuluu vain yhteen luokkaan ja ominaisuus joko on tai ei ole. Järjestysasteikoista yksi on Likert-asteikko, joka on myös sanallinen mittari. Näissä asteikoissa havaintoyksikön saamat muuttujan arvot voidaan panna järjestykseen: täysin samaa mieltä, jokseenkin samaa mieltä, jokseenkin eri mieltä ja täysin eri mieltä, niin kuin esimerkiksi kysymyksessä 12. (Kananen 2011, 61–63.)

6.4 Populaatio ja otos

Kysely lähetettiin OP Keski-Suomen koko henkilöstölle eli 235 henkilölle. Kysely kuitenkin tavoitti arviolta 215 henkeä, äitiyslomien sekä muiden pidempien poissaolojen vuoksi. Kysely lähetettiin 26.10. maanantaina, koska silloin Intran käyttönotosta oli

kulunut kuukausi, jolta ajalta tässä tutkimuksessa haluttiin saada vastaajien käyttökokemukset. Vastausaikaa annettiin 3.11 saakka, ja uusintakutsu lähetettiin perjantaina 30.10, jolloin vastausaikaa jäi vielä kolme työpäivää. Kyselyn linkki jaettiin myös Intraassa, OP Keski-Suomen oman sivuston keskustelufoorumilla perjantaina 30.10.

Kvantitatiivisessa tutkimuksessa käytetään käsitteitä kohderyhmä sekä otos. Kohderyhmää kutsutaan myös populaatioksi eli perusjoukoksi ja tiettyä valittua ryhmää sanotaan otokseksi. Otoksen voidaan sanoa olevan populaation peilikuva tai pienois-malli siitä. Tällaisessa otantatutkimuksessa perusjoukkoa edustaa otos, josta saatuja tuloksia voidaan yleistää koskemaan koko perusjoukkoa. (Kananen, 2008, 70.)

Kun otantaa aletaan suunnitella alkaa se populaatiosta. Ensiksi selvitetään populaation rakenne ja ominaisuudet, koska otantamenetelmiä on useita, ja niiden käyttö riippuu populaation rakenteesta. Tutkimuksessa otantamenetelmä tulee valita niin, että se on mahdollisimman edustava. Otantamenetelmiä ovat Ei-todennäköisyysotanta ja todennäköisyysotanta. (Kananen, 2010, 96–97.)

Tässä opinnäytetyössä tutkittava populaatio koostui OP Keski-Suomen henkilöstöstä; esimiehistä, toimihenkilöistä ja johtoryhmän jäsenistä. Tämän kohderyhmän valinta oli selkeä, sillä tutkimuskysymyksemme liittyi OP Keski-Suomen sisäiseen viestintäkanaan, Intraan. Kohderyhmänä siis toimi Intraa työssään käyttävä 235 henkilön joukko.

Kyselyllä haluttiin tavoittaa kaikki OP Keski-Suomen kokoaikaiset ja osa-aikaiset työntekijät, jotta vastauksia kyselyyn saataisiin mahdollisimman monelta henkilöstön jäseneltä. Tutkimuksen kohderyhmää ei ollut tarpeen rajata pienemmäksi henkilöstön sisällä, sillä tutkittava Intra on jokaisen heidän käytössään ja tämän takia mielipiteitä sekä näkemyksiä siitä haluttiin saada mahdollisimman useilta henkilöiltä.

6.5 Tutkimuksen luotettavuus

Tutkimuksessa on aina tarkoituksena saada mahdollisimman luotettavaa ja totuudenmukaista tietoa. Reliabiliteetti ja validiteetti ovat mittareita, joilla mitataan tutkimuksen luotettavuutta ja laatua. Validiteetti tarkoittaa, että mitataan ja tutkitaan oikeita asioita tutkimusongelman ja tutkimuskysymysten kannalta ja reliabiliteetti tarkoittaa tutkimustulosten pysyvyyttä. Tutkimuksen luotettavuutta voidaan parantaa ottamalla huomioon validiteetti- ja reliabiliteettikysymyksiin. Kvantitatiivisessa tutkimuksessa on aina arvioitava työn luotettavuutta. (Kananen 2011, 118.)

Reliabiliteetti tarkoittaa tarkemmin saatujen tulosten pysyvyyttä, eli jos tutkimus myöhemmin toistetaan, saadaan samat tulokset. Siinä voidaan erottaa kaksi osatekijää: stabiliteetti ja konsistenssi. Stabiliteetti mittaa mittarin pysymistä ajassa ja konsistenssilla tarkoitetaan sitä, että mittarin osatekijät mittaavat samaa asiaa. (Kananen 2011, 120.) Tässä tutkimuksessa uusintamittausta ei tehty, mutta jos sellainen olisi tehty, niin tulokset olisivat todennäköisesti pysyneet melko samanlaisina. Tutkimuksen voisi toistaa samanlaisena esimerkiksi noin vuoden kuluttua, mutta todennäköisesti vastaukset muuttuisivat suurimmaksi osaksi, koska silloin Intra olisi ollut käytössä huomattavasti kauemmin.

Tutkimuksen reliabiliteetti varmistetaan dokumentoimalla tutkimuksen kaikki vaiheet tarkasti, jotta ne voidaan tarvittaessa toistaa. Tutkimuksen validiteetti varmistetaan käyttämällä oikeanlaista mittaria, mittaamalla oikeita asioita ja tutkimusmenetelmää. Validiteetissa voidaan erottaa erilaisia alalajeja. Ulkoinen validiteetti tarkoittaa tulosten yleistettävyyttä ja jos otos vastaa populaatiota yleistettävyys on kunnossa. (Kananen 2011, 121.) Tässä tutkimuksessa perusjoukko tavoitettiin hyvin sähköpostitse, koska kysely lähti toimeksiantajan viestinnän osastolta, jossa oli valmiina koko tutkimuksen populaation sähköpostiosoitteet. Kohderyhmän vastausmäärää todennäköisesti lisäsi sähköpostin lähteminen OP Keski-Suomen omasta sähköpostista sekä henkilöstöjohtajan kehotus vastaamaan kyselyyn.

Kvantitatiivisessa tutkimuksessa vaaditaan aina riittävä määrä havaintoyksikköjä, jotta tuloksia voidaan pitää luotettavina, esimerkiksi yhtenä sääntönä voidaan pitää vähintään sataa havaintoyksikköä. (Kananen 2010, 102.) Tutkimukseen osallistui 113

henkilöä, joten tutkimuksen havaintoyksikköjä oli tarpeeksi määrälliseen tutkimukseen.

Sisäisellä validiteetilla tarkoitetaan oikeaa syy-seuraus-suhdetta. (Kananen 2011, 121.) Tutkimuksessa tutkijat selvittivät syy-seuraus- suhteita tarkoituksenmukaisesti ristiintaulukoimalla. Rakenne- eli käsitevaliditeetti liittyy tutkimuksen teoriapohjaan ja siitä johdettuihin mittareihin ja se keskittyy tarkasti yksittäisiin käsitteisiin. (Kananen 2011, 122–123.) Työssä käsitteet olivat määritelty tarkasti teoriaosuudessa ja näitä samoja käsitteitä käsiteltiin verkkokysely- lomakkeessa.

Tutkimuksessa tutkittavat asiat tulivat selville kyselyn avulla ja tutkimusongelmaan sekä tutkimuskysymyksiin saatiin vastaukset. Tässä tutkimuksessa validiteettia voidaan pitää siis hyvänä. Verkkokyselyn testaus useilla testihenkilöillä lisäsi tutkimuksen luotettavuutta, ja sitä kautta kyselyä pystyttiin muokkaamaan henkilökunnalle vielä paremmin soveltuvaksi ja helpommin ymmärrettäväksi.

Luotettavuuskysymykset otettiin huomioon jo suunnitteluvaiheessa. Toimeksiantajalle Intra on täysin uudenlainen työ- ja viestintäväline, joten tutkimuksen luotettavuutta lisää se, että se on hyödyllinen ja ajankohtainen tutkimus toimeksiantajan kannalta. Tutkimuksen luotettavuutta lisäsi myös se, että tutkimukseen vastausaika oli runsaasti sekä koska kysely oli verkkokysely, jokainen vastaaja pystyi etukäteen varaamaan aikaa kyselyyn vastaamiseen. Tutkimukseen osallistuttiin anonymisti ja vastaukset jäivät OP Keski-Suomen sisäiseen käyttöön. Tutkimuksessa otettiin myös huomioon se, että toinen tutkijoista työskentelee tällä hetkellä OP Keski-Suomessa.

7 Tutkimustulokset

Tutkimuksen kysely tavoitti arviolta 215 henkilöä ja siihen saatiin vastauksia 113 henkilältä, joka vastasi hyvin perusjoukkoa, jolle kysely lähetettiin. Vastaajia oli jokaisesta konttorista, lukuun ottamatta Hankasalmen konttoria, jossa työskentelee kolme

työntekijää. Vastaajat olivat sekä naisia, että miehiä ja heitä oli jokaisesta ikäryhmästä sekä työtehtävästä. Vastausprosentiksi saatiin 52,5 % eli yli puolet, mikä on riittävä määrä kvantitatiivisen tutkimuksen onnistumisen ja luotettavuuden kannalta.

Tutkimustuloksia analysoitiin Webropol-ohjelmalla sekä IBM SPSS- analyysiohjelmalla. Erilaiset taulukot ja kuviot tehtiin IBM SPSS- ohjelmalla. Avoimien kysymysten vastaukset siirrettiin Word-tiedostoon ja eriteltiin sieltä nousevat teemat. Teemoille laskettiin myös keskiarvot, ja vastauksista poimittiin tutkimukselle keskeiset löydökset.

Tutkimuksen tulosten analysoinnissa laskettiin keskiarvoja ja hajontalukuja. Keskiarvo on tavallisin tunnusluku, ja se kuvaa muuttujan keskimääräistä arvoa. Keskihajonta taas kuvaa keskimääräistä hajontaa. Näitä kahta on hyvä käyttää tunnuslukuparina ilmiön tutkimisessa. (Vehkalahti 2008, 54.) Keskiarvojen laskeminen ja analysointi vastasivat parhaiten tutkimuskysymyksiimme, ja keskihajontalukujen avulla saatiin tietää, kuinka paljon vastausten välillä oli hajontaa.

Tulosten analysoinnissa käytettiin myös ristiintaulukointia ja merkitsevyydestinä T-testiä, koska haluttiin tutkia myös asioiden välisiä riippuvuussuhteita verrattuna toisiinsa. Ristiintaulukoinnissa tarkastellaan samanaikaisesti kahta muuttujaa. Ristiintaulukoinnilla tehdyistä taulukoista voidaan nähdä prosenttijakaumat, joilla voidaan selvittää, onko ryhmien välillä eroja. Erojen merkitsevyyden testaamiseen voidaan käyttää T-testiä. Sen tarkoituksena on selvittää, eroavatko kahden eri ryhmän keskiarvot toisistaan tilastollisesti merkittävästi. T-testissä käytetään merkitsevyytasoja. Jos tutkimuksen p-arvo on pienempi kuin 0,001, ero on tilastollisesti erittäin merkitsevä. Jos taas arvo on pienempi kuin 0,01, ero on merkitsevä. P-arvon ollessa pienempi kuin 0,05 ero on tilastollisesti melkein merkitsevä, ja p-arvon ollessa suurempi kuin 0,05 ero ei ole merkitsevä. (Kananen 2011, 80–83.)

T-testin lisäksi merkitsevyyksiä voidaan testata Khiin neliötestillä. Khiin neliötestiä ei ollut tarvetta käyttää tässä tutkimuksessa, koska testin kriteerit eivät täyttyneet ja havaintoyksiköjä joissakin analysoitavissa ryhmissä oli liian vähän. (Kananen 2015, 311–312.)

Opinnäytetyön tutkimuskysymys oli ” Miten uudistunut Intra työvälineenä helpottaa ja parantaa OP Keski-Suomen henkilöstön välistä työskentelyä?”. Tähän kysymykseen

haluttiin saada vastauksia kyselyn eri osioissa: yhteisöllisyys, tiimien välinen vuoro-vaikutus, lisäarvon tuottaminen asiakaskohtaamiseen ja tiedonkulku. Lisäksi kyselyn viimeisessä osiossa, ”Intra tulevaisuudessa”, on käsitelty näitä osa-alueita ja sitä, kokiivatko vastaajat, että ne tulevat pidemmällä aikavälillä parantumaan ja helpottumaan. Asteikkokysymyssarjoilla ja avoimilla kysymyksillä 12–21 pyrimme siis saamaan suoria vastauksia tutkimuskysymyksiimme.

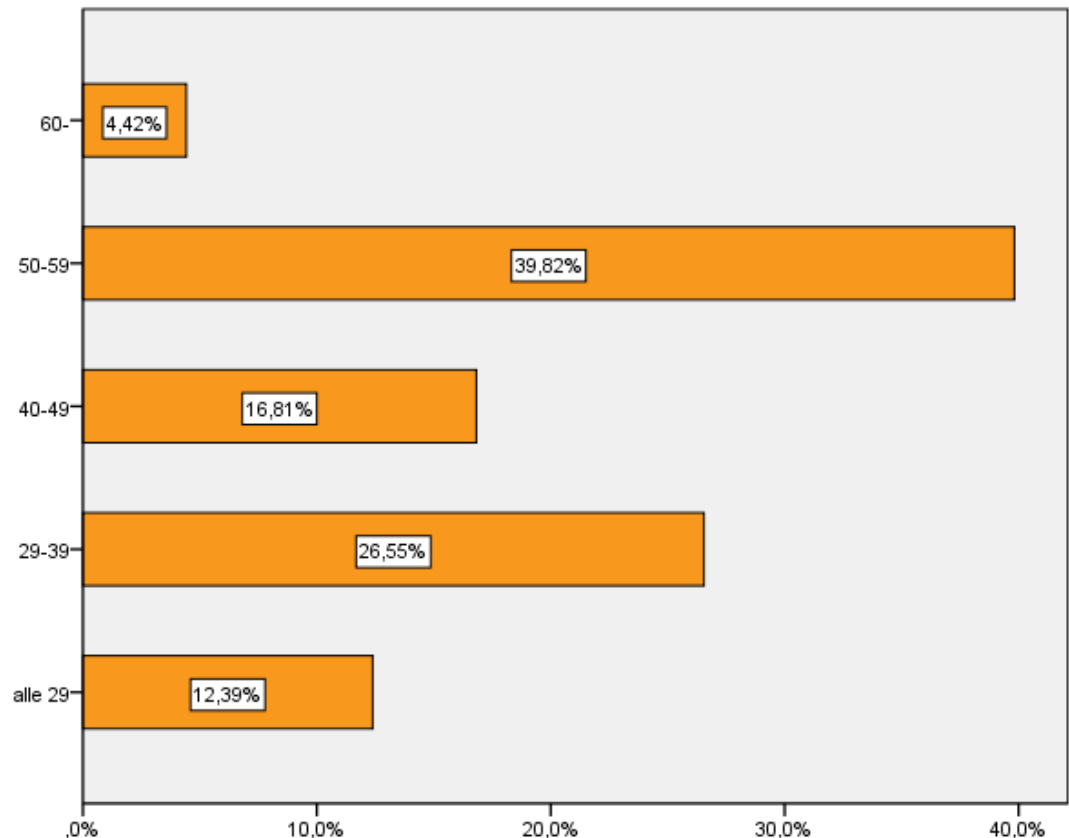
Osioiden väittämien perässä käytetyillä pienillä, avoimilla kommenttikentillä haluttiin saada tarkentavaa tietoa väittämien vastauksista. Haluttiin myös, että jokaisella vastaajalla on mahdollisuus täsmentää ja perustella vastaustaan. Tutkimuksessa todettiin, että kommenttikentillä ei ollut juurikaan käyttöä, eikä niihin saatu riittävästi täsmentäviä vastauksia. Vastauksista ei noussut esille erilaisia teemoja, eikä vastauksissa ollut eroavaisuuksia niiden vastaajien välillä, jotka olivat esimerkiksi väitteen kanssa jokseenkin samaa mieltä.

7.1 Vastaajien taustatiedot

Tutkimuksen verkkokyselylomakkeessa kysyttiin alussa haastateltavien taustatiedot, joten on loogista lukijan kannalta esittää ne tässäkin luvun alussa. Tällöin lukija saa käsityksen vastaajien taustatiedoista ja tutkimustulokset sekä kysely etenevät johdonmukaisessa järjestyksessä.

Vastaajien ikäjakauma oli laaja, ja vastaajia oli jokaisesta ikäryhmästä. Lisäksi vastaajia oli tasaisesti jokaisesta yksiköstä, lukuun ottamatta Hankasalmen konttoria, josta vastauksia ei saatu ollenkaan. Vastaajat jakautuivat toimihenkilöihin ja esimiehiin. Kyselyyn osallistui 86 (76,1 %) naista ja 27 (23,9 %) miestä. Tämä sukupuolijakauma oli odotettavissa, sillä suurin osa OP Keski-Suomessa työskentelevistä henkilöistä on naisia.

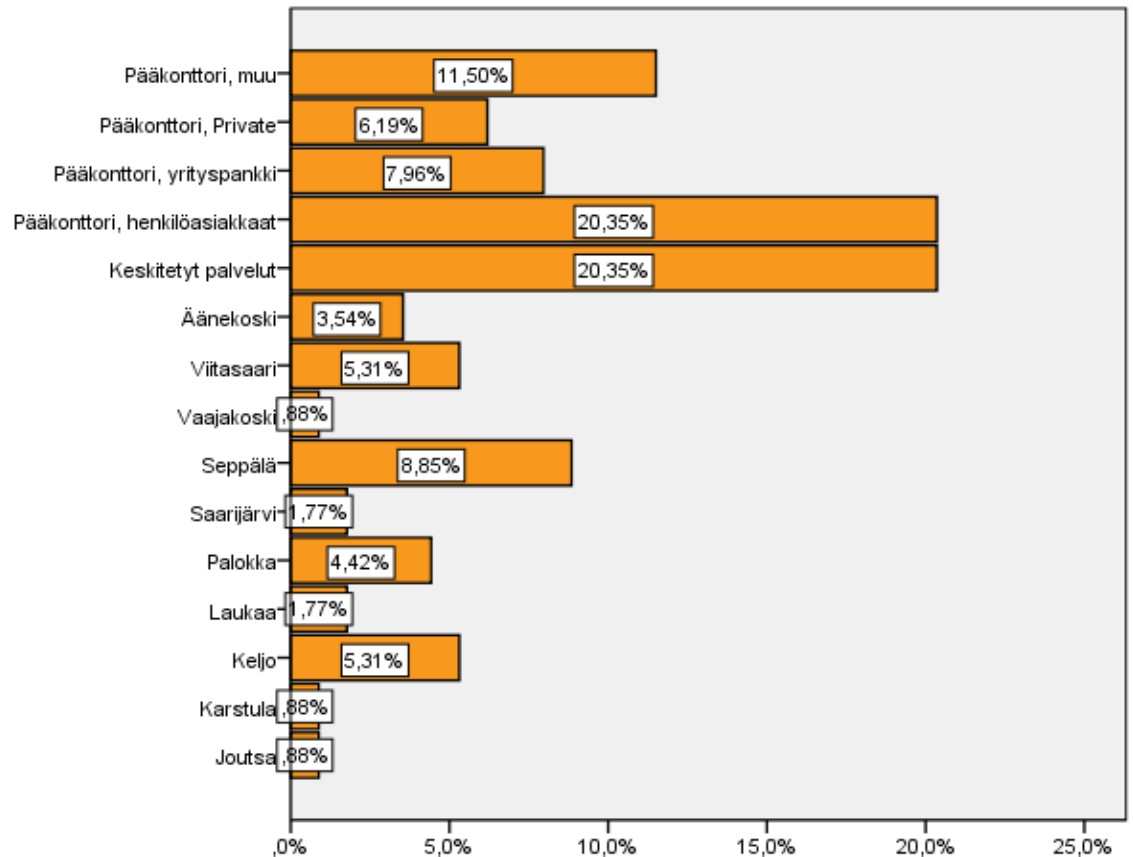
Ikäryhmät olivat kyselyssä jaettu viiteen osaan (ks. kuvio 4.), ja suurin osa vastaajista oli 50–59-vuotiaita (39,82 %). Toiseksi eniten vastaajia oli ikäluokasta 29–39-vuotiaat (26,55 %), ja 40 – 49-vuotiaita vastanneista oli 16,81 %. Vastaajista alle 29-vuotiaita oli 12,39 % ja yli 60-vuotiaita 4,42 %.



Kuvio 4. Vastaajien ikäjakauma (N=113)

Kyselyyn vastanneista 104 oli toimihenkilöitä ja 9 työskenteli esimiestehtävissä (ks. kuvio 5.). Vastauksia saatiin jokaisesta OP Keski-Suomen yksiköstä lukuun ottamatta Hankasalmen konttoria, josta vastauksia ei saatu ollenkaan. Kokonaisvastausprosentista eniten vastauksia saatiin keskitetyissä palveluissa (20,35 %), ja pääkonttorin henkilöasiakkaiden parissa työskenteleviltä toimihenkilöiltä (20,35 %). Pääkonttorin yrityspankista vastauksia saatiin 7,96 % ja Private-pankissa työskenteleviltä 6,19 %. Pääkonttorin muissa työtehtävissä työskenteleviltä henkilöiltä vastauksia saatiin 11,5 %. Sivukonttoreista eniten vastauksia saatiin Seppälän konttorista (8,85 %). Keljosta vastauksia saatiin 5,31 %, Viitasaarelta 5,13 % ja Palokasta 4,42 %. Äänekosken konttorista vastauksia tuli 3,54 % sekä Laukaan ja Saarijärven konttoreista molemmista 1,77 %. Vähiten vastauksia saatiin Joutsan, Karstulan ja Vaajakosken konttoreista, jokaisesta 0,88 %. Oli odotettavissa, että pääkonttorilta ja keskitetyistä palveluista vas-

taajia tulisi eniten, koska siellä työskentelee myös eniten henkilöstöä. Sivukonttoreista aktiivisin oli konttoriryhmä Seppälä-Palokka sekä pienemmistä konttoreista Viitasaaren ja Keljon konttorit.



Kuvio 5. Vastaajien toimipaikka jakauma (N=113)

7.2 Vastaajien taustatiedot Intrasta

Kyselyn asteikkokysymyksissä 5. ja 6. kysyttiin, kuinka paljon vastaajat olivat saaneet koulutusta ja informaatiota Intrasta ja kuinka paljon he olivat itse tutustuneet siihen ennakkoon. Yli kolmasosa vastanneista (41,6 %) ei ollut mielestään saanut koulutusta tai informaatiota Intrasta riittävästi etukäteen. Kysymyksen 6. vastaukset olivat jakautuneet melko eriävästi. Vastanneista 34,5 % koki että oli tutustunut Intraan oma-toimisesti melko paljon, ja 31 % koki tutustuneensa melko vähän. Ristiintaulukoinnin avulla vertailemalla toimipaikkaa ja omaa perehtymistä Intraan tai OP Keski-Suomen

etukäteen tarjoamaa koulutusta siihen, ei noussut juurikaan esille toimipaikkakohtaisia eroavaisuuksia. Vastaukset olivat hyvin samankaltaisia, yksittäisiä vastauksia lukuun ottamatta. Kaikissa konttoreissa koettiin, että koulutusta ei ollut kovin paljon saatu ja itse oli tutustuttu jonkin verran Intraan etukäteen. Tutkimuksen vastauksista nousi myös esille, että toimihenkilöiden ja esimiesten vastaukset erosivat toisistaan jonkin verran. Esimiehet vastasivat paljon positiivisemmin molempiin kysymyksiin kuin toimihenkilöt. Tätä voidaan selittää esimerkiksi sillä, että esimiehet olivat saaneet enemmän tietoa Intrasta, koska heidän on täytynyt jakaa sitä tietoa eteenpäin, omien tiimiensä jäsenille. Naisten ja miesten vastauksissa ei ollut tutkimuksen tulosten mukaan merkitsevää eroa. Myöskään toimipaikalla, jossa työskentelee, ei ollut merkitsevää eroa vastausten välillä.

Asteikkokysymyksissä 7. ja 8. kysyttiin Intran kiinnostavuutta ja helppokäyttöisyyttä. Suuri osa vastanneista koki Intran kiinnostavaksi (47,8 %). Kysymyksen ”Uusi Intra on helppokäyttöinen” vastaukset jakautuivat melko eriävästi, ja 32,7 % oli jokseenkin samaa mieltä ja 31,9 % jokseenkin eri mieltä.

län merkitystä Intran helppokäyttöisyyteen analysoitiin ristiintaulukoimalla. (ks. taulukko 1.). Taulukosta voidaan huomata, että suurin osa alle 29-vuotiaista sekä 40–49-vuotiaista koki Intran helppokäyttöiseksi. Puolet 29–39-vuotiaista koki, että Intra ei ole kovin helppokäyttöinen. Myöskään yli 60-vuotiaat eivät kokeneet Intran olevan helppokäyttöinen. Ikäryhmistä 50–59-vuotiaiden vastaukset jakaantuivat melko tasanaisesti. Vähiten helppokäyttöiseksi Intran kokivat ikäryhmät 29–39-vuotiaat sekä yli 60-vuotiaat. Selittävänä tekijänä voisi olla se, että nämä ikäryhmät kokivat myös, etteivät he olleet saaneet riittävästi koulutusta Intrasta etukäteen. Yli 60-vuotiaat eivät myöskään itse olleet tutustuneet Intraa koskeviin materiaaleihin, mutta suurin osa 29–39-vuotiaista kuitenkin oli mielestään tutustunut materiaaleihin itsenäisesti jonkin verran. Tuloksista selviää, että esimiehet kokivat Intran hieman helppokäyttöisemmäksi kuin toimihenkilöt. Tässä kysymyksessä tuloksilla ei kuitenkaan ollut niin suurta eroa kuin esimerkiksi kysymyksissä 5 ja 6. Esimiesten kokema helppokäyttöisyys voi johtua siitä, että he kokivat saaneensa koulutusta enemmän kuin toimihenkilöt. Sukupuolella tai toimipaikalla, jossa työskentelee, ei ollut vastusten perusteella erityisesti merkitystä helppokäyttöisyyteen.

Taulukko 1. Iän vaikutus Intran helppokäyttöisyyteen (N=113)

		Uusi Intra on helppokäyttöinen:					EOS	Yht.
		1	2	3	4	5		
Ikä alle 29	Lukumäärä	0	3	5	6	0	0	14
	%	0,0%	21,4%	35,7%	42,9%	0,0%	0,0%	100,0%
29-39	Lukumäärä	1	14	7	8	0	0	30
	%	3,3%	46,7%	23,3%	26,7%	0,0%	0,0%	100,0%
40-49	Lukumäärä	1	4	6	8	0	0	19
	%	5,3%	21,1%	31,6%	42,1%	0,0%	0,0%	100,0%
50-59	Lukumäärä	3	13	12	15	1	1	45
	%	6,7%	28,9%	26,7%	33,3%	2,2%	2,2%	100,0%
60-	Lukumäärä	0	2	2	0	0	1	5
	%	0,0%	40,0%	40,0%	0,0%	0,0%	20,0%	100,0%
Yht.	Lukumäärä	5	36	32	37	1	2	113
	%	4,4%	31,9%	28,3%	32,7%	0,9%	1,8%	100,0%

Iän merkitystä Intran kiinnostavuuteen analysoitiin myös ristiintaulukoimalla. Sen avulla huomattiin, että iällä oli tässä kysymyksessä jonkinlaista tilastollista merkitystä, sillä taulukosta (ks. taulukko 1.) voidaan nähdä, että henkilöstöstä alle 29-vuotiaat ja 50–59-vuotiaat kokivat uuden Intran kiinnostavammaksi kuin 29–49- ja yli 60-vuotiaat.

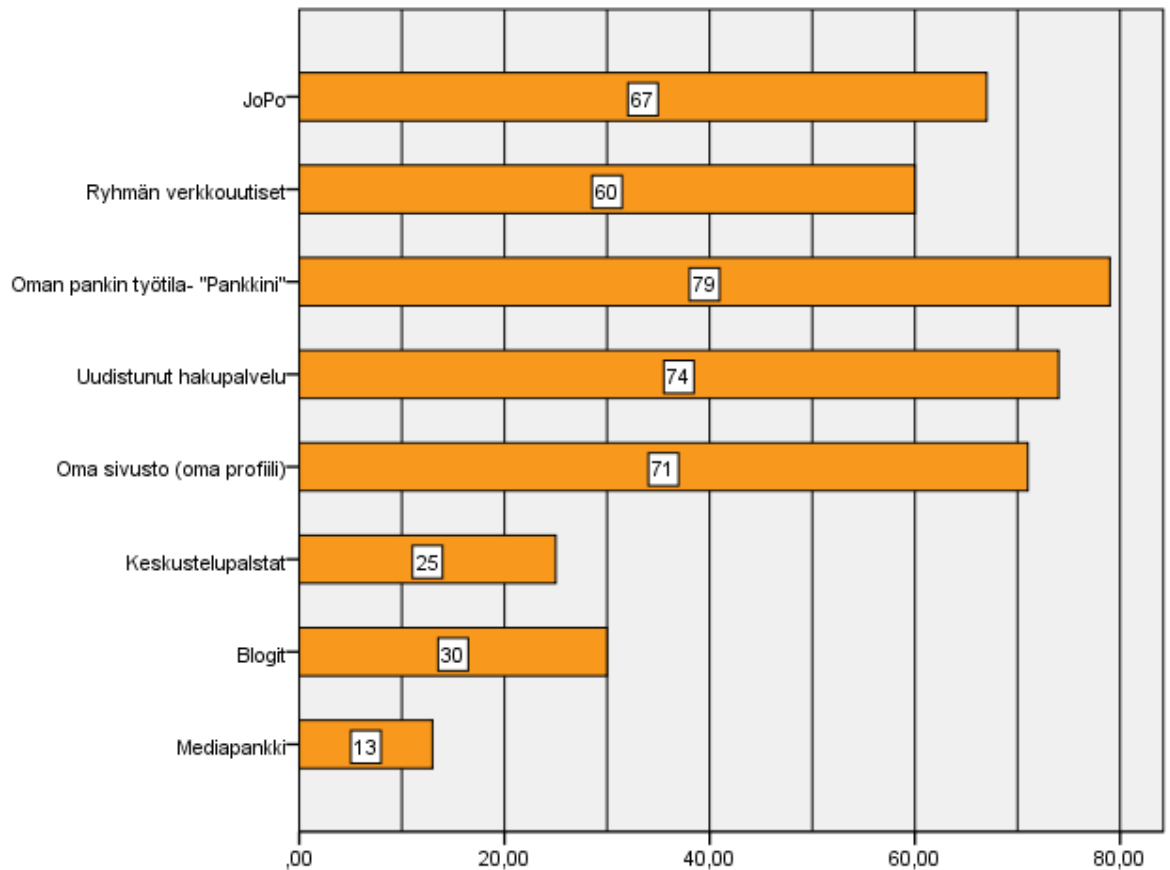
Myönteisimmin vastasivat 50–59-vuotiaat (71,1 %) ja alle 29-vuotiaat (71,4 %), jotka kokivat, että Intra on kiinnostava. Myös 40–49-vuotiaista 68,4 % piti Intraa kiinnostavana. Ikäryhmistä 29–39-vuotiaat ja yli 60-vuotiaat alle puolet piti Intraa kiinnostavana. Ikäryhmien kiinnostavuuteen on voinut myös vaikuttaa koulutuksen puute, joka tuli esille myös helppokäyttöisyys-kysymyksen tuloksissa. Tulosten perusteella esimiesten mielestä Intra oli selkeästi kiinnostavampi kuin toimihenkilöiden mielestä.

Tätä ilmiötä voi selittää myös se, että esimiehet kokivat saaneensa enemmän koulutusta ja olivat itse tutustuneet Intraan ja sen käyttöön enemmän kuin toimihenkilöt. Merkitsevää eroa kiinnostavuuteen ei ollut naisten ja miesten välillä tai toimipaikka-kohtaisesti.

Taulukko 2. Iän vaikutus Intran kiinnostavuuteen (N=113)

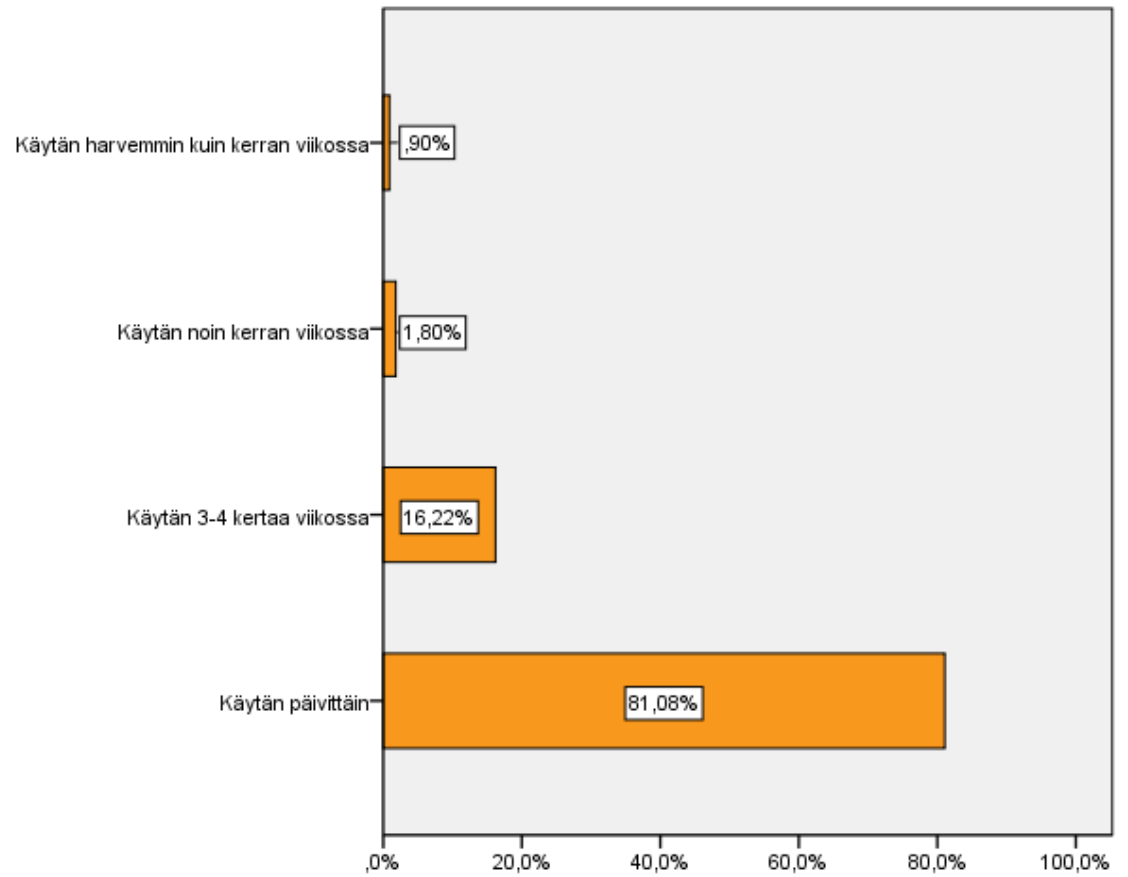
			Uusi Intra on mielestäsi kiinnostava:					Yhteensä
			1	2	3	4	5	
Ikä	alle 29	Lukumäärä	0	3	1	9	1	14
		%	0,0%	21,4%	7,1%	64,3%	7,1%	100,0%
	29-39	Lukumäärä	0	10	6	11	3	30
		%	0,0%	33,3%	20,0%	36,7%	10,0%	100,0%
	40-49	Lukumäärä	1	2	3	8	5	19
		%	5,3%	10,5%	15,8%	42,1%	26,3%	100,0%
	50-59	Lukumäärä	1	7	5	24	8	45
		%	2,2%	15,6%	11,1%	53,3%	17,8%	100,0%
	60-	Lukumäärä	0	0	3	2	0	5
		%	0,0%	0,0%	60,0%	40,0%	0,0%	100,0%
Yhteensä		Lukumäärä	2	22	18	54	17	113
		%	1,8%	19,5%	15,9%	47,8%	15,0%	100,0%

Kysymyksessä 9. kysyttiin, mitä uudistuneista/uusista Intran tuomista ominaisuuksista vastaajat olivat tähän mennessä hyödyntäneet (ks. kuvio 6.). Kysymykseen vastanneista reilusti yli puolet oli käyttänyt oman pankin työtilaa (72,5 %), uudistunutta hakupalvelua (67,9 %), JoPoa (61,5 %) ja omaa sivustoa (65,1 %). Lisäksi yli puolet vastaajista oli lukenut ryhmän verkkouutisia (55 %). Vajaa kolmasosa kysymykseen vastanneista oli hyödyntänyt keskustelupalstoja (22,9 %) ja blogeja (27,5 %). Ainoastaan 11,9 % vastanneista oli käyttänyt mediapankkia. Keskustelupalstat ja mediapankki ovat täysin uusia Intran tuomia uudistuksia, ja niiden käyttö on ensimmäisen kuukauden aikana voinut jäädä vähemmälle, kun uusiin ominaisuuksiin on vasta vähitellen tutustuttu. Blogien vähäistä käyttöä voidaan selittää myös sillä, etteivät ne ole osa jokapäiväistä niin sanottua pakollista työskentelyä, joten niiden lukemisen ja kirjoittamisen aloittaminen vie kauemmin aikaa kuin muiden toimintojen käyttöönotto.



Kuvio 6. Intran uudistuneet ominaisuudet joita vastaajat olivat hyödyntäneet (N=109)

Kyselyn kysymyksessä 10. kysyttiin, kuinka aktiivisia vastaajat olivat olleet Intran käytössä ensimmäisen kuukauden aikana (ks. kuvio 6.). Vastanneista huomattavasti suurin osa (81,08 %) oli käyttänyt Intraa päivittäin työssään ja 16,22 % 3 – 4 kertaa viikossa. Vain 1,8 % vastanneista oli käyttänyt Intraa noin kerran viikossa ja 0,9 % harvemmin kuin kerran viikossa. Intra on päivittäin käytetty työväline, ja suurin osa vastanneista, jotka vastasivat, että käyttävät sitä päivittäin tai useamman kerran viikossa, kokivat myös, etteivät olleet saaneet koulutusta kovin paljon Intrasta etukäteen. Ristiintaulukoinnissa vertailtaessa käytön aktiivisuutta ja itsenäistä tutustumista Intraan selvisi, että vastaajien, jotka olivat käyttäneet Intraa päivittäin tai useita kertoja viikossa, vastaukset jakaantuivat melko paljon (ks. taulukko 3.).



Kuvio 7. Vastaajien aktiivisuusjakauma Intran käytössä (N=109)

Taulukko 3. Käytön aktiivisuuden vaikutus etukäteen materiaaleihin tutustumiseen

		Kuinka paljon olet itse tutustunut Intraa koskeviin materiaaleihin (Opinetin materiaalit sekä Intran koulutukset Lyncillä) ennen sen käyttöönottoa?:					Yhteensä
		1	2	3	4	5	
Kuinka aktiivinen olet ollut Intran käytössä tähän mennessä?	Käytän päivittäin	lkm 5 5,6%	28 31,1%	19 21,1%	34 37,8%	4 4,4%	90 100,0%
	Käytän 3-4 kertaa viikossa	lkm 4 22,2%	4 22,2%	4 22,2%	5 27,8%	1 5,6%	18 100,0%
	Käytän noin kerran viikossa	lkm 1 50,0%	1 50,0%	0 0,0%	0 0,0%	0 0,0%	2 100,0%
	Käytän harvemmin kuin kerran viikossa	lkm 0 0,0%	1 100,0%	0 0,0%	0 0,0%	0 0,0%	1 100,0%
Yht.	lkm %	10 9,0%	34 30,6%	23 20,7%	39 35,1%	5 4,5%	111 100,0%

Taustakysymysten viimeinen kysymys 11. oli avoin kysymys, jossa kysyttiin, mitä parannuksia Intra on vastaajien mielestä tuonut verrattuna vanhaan intranettiin, Opineettiin. Vastauksia avoimeen kysymykseen oli tullut 69 kappaletta. Vastauksista erottui selkeästi hakupalvelun parantuminen. Tähän kysymykseen vastanneista 50,7 % koki, että uudistunut hakupalvelu oli suurin parannus verrattuna vanhaan Opineettiin. Selkeästi nousivat esiin myös selkeämpi ja nykyaikaisempi ulkoasu sekä keskustelumahdollisuus.

7.3 Vuorovaikutuksen parantuminen

Kysymykset 14 ja 15 käsittelivät tiimien välistä vuorovaikutusta, ja kysymys 14 sisälsi seitsemän väittämää, joihin vastattiin asteikolla 1 - 5 (Täysin eri mieltä - Täysin samaa mieltä). Väittämällä haluttiin selvittää miten vuorovaikutus on Intran myötä helpottunut ja ovatko uudet ominaisuudet lisänneet sitä.

Osiossa haluttiin tutkia väittämien keskiarvoja (ks. kuvio 8.). Väittämän ”Intra lisää kaksivuoroista keskustelua (kaikki pystyvät viestimään ja osallistumaan keskusteluun)” kanssa vastaajat olivat tässä kyselyn osiossa eniten samaa mieltä, keskiarvoksi saatiin 3,78. Väittämän keskihajontaluvuksi saatiin 0,93, joten vastausten kesken hajontaa oli jonkin verran.

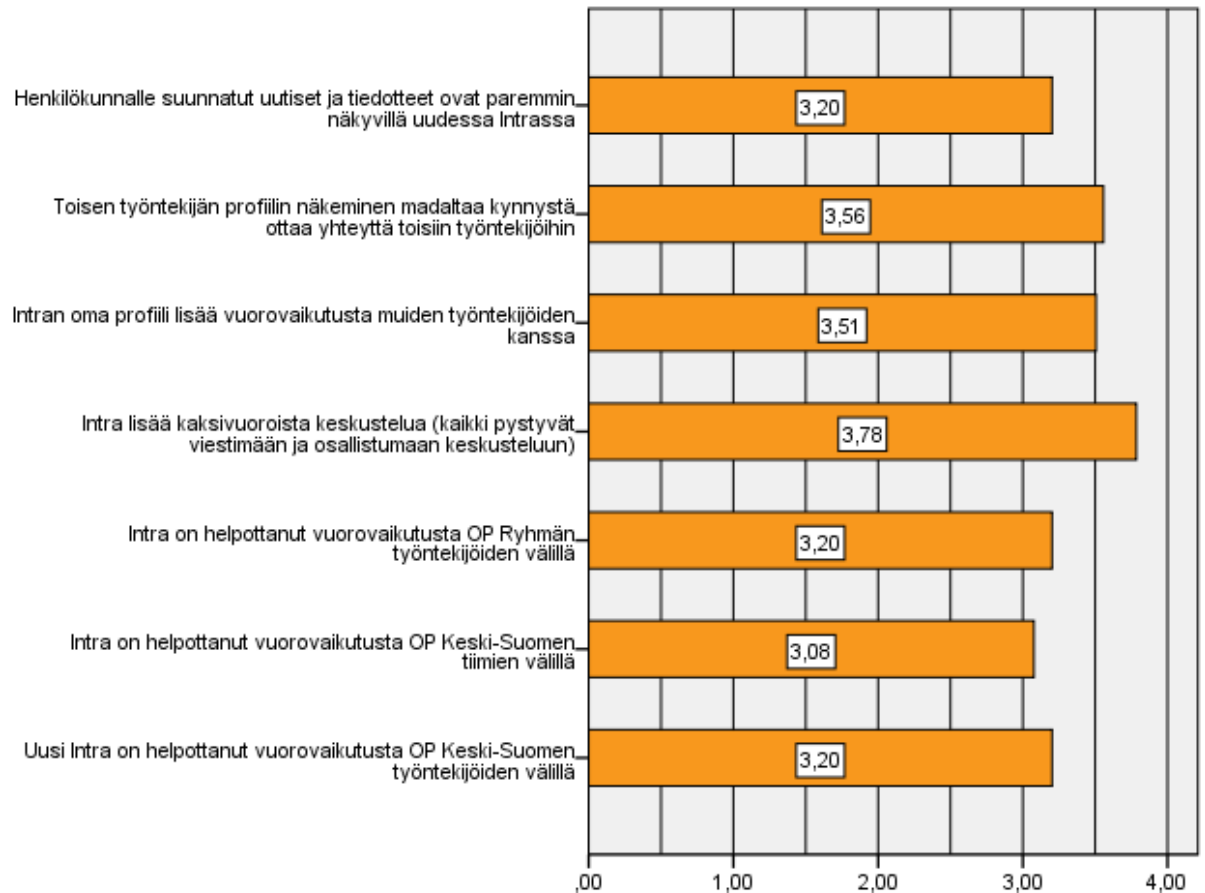
Toiseksi eniten samaa mieltä vastaajat olivat väittämän ”Toisen työntekijän profiilin näkeminen madaltaa kynnystä ottaa yhteyttä toisiin työntekijöihin” kanssa ja keskiarvoksi saatiin 3,56. Keskihajontaluku oli 1,12, joten vastaajat eivät olleet kovin yhdenmukaisia vastauksissaan. Väittämä ”Intran oma profiili lisää vuorovaikutusta muiden työntekijöiden kanssa” sai keskiarvoksi 3,51. Keskihajontaluvuksi saatiin 1,04, josta voidaan todeta, että vastauksissa oli jonkin verran hajontaa.

Väittämät ”Henkilökunnalle suunnatut uutiset ja tiedotteet ovat paremmin näkyvillä uudessa Intrassa”, ”Intra on helpottanut vuorovaikutusta OP Ryhmän työntekijöiden välillä” ja ”Uusi Intra on helpottanut vuorovaikutusta OP Keski-Suomen työntekijöiden välillä” saivat kaikki keskiarvoksi 3,20. Ensimmäisen väittämän keskihajontaluvuksi saatiin 1,20, joten vastauksissa oli melko paljon hajontaa. Toisen väittämän keskihajontaluku oli 1,02 eli hajontaa oli jonkin verran.

Vähiten samaa mieltä vastaajat olivat väittämästä ” Intra on helpottanut vuorovaikutusta OP Keski-Suomen tiimien välillä”, joka sai keskiarvoksi 3,08 ja keskihajontaluvuksi 1,0, joten vastausten välistä hajontaa oli jonkin verran.

Vuorovaikutus-osiossa eri väittämien vastausten keskiarvot eivät eronneet toisistaan merkittävästi. Väittämien keskihajontaluvut eivät myöskään eronneet toisistaan merkittävästi, lukuun ottamatta väittämiä ”Toisen työntekijän profiilin näkeminen madal-

taa kynnystä ottaa yhteyttä toisiin työntekijöihin” ja ”Henkilökunnalle suunnatut uutiset ja tiedotteet ovat paremmin näkyvillä uudessa Intrassa”, joissa vastausten välistä hajontaa oli melko paljon. Sukupuolella ja toimipaikalla ei ollut merkitsevää vaikutusta vuorovaikutus osion väittämien tuloksiin.



Kuvio 8. Vastauksien keskiarvot vuorovaikutus- osion väittämiin (N=110)

Kysymys 15. oli avoin kysymys, jolla selvitettiin miten Intra oli vastaajien mielestä lisännyt vuorovaikutusta tiimien välillä. Vastaajia kysymykseen oli yhteensä 33, joista 23 eli 69,7 % koki, ettei Intra ollut lisännyt vuorovaikutusta tiimien välillä mitenkään, ei ollut lisännyt vielä tai ei osattu sanoa. Voidaan siis todeta, että suurimmalla osalla vastaajista ei vielä ainakaan ollut mielipidettä vuorovaikutuksen lisääntymisestä. Kysymykseen vastanneista seitsemän eli 21,2 % olivat sitä mieltä, että Intra tulee jat-

kossa lisäämään vuorovaikutusta ja muutama vastanneista oli jo huomannut parannuksia. Kysymykseen vastanneet kokivat esimerkiksi vuorovaikutuksen lisääntyneen näkemällä toisen henkilön oman profiilin ja osaamisalueet. Myös Intran tuomien keskustelumahdollisuuksien koettiin lisänneen vuorovaikusta.

Ei vielä ratkaisevalla tavalla, mutta uskon että jatkossa lisää vuorovaikutusta.

Ei vielä mitenkään.

Tutkimuksessa haluttiin selvittää miten ikä vaikuttaa eri osa-alueiden väittämien vastauksiin (ks. taulukko 4.). Kyselyssä ikäryhmiä oli viisi ja ne yhdistettiin kahdeksi ikäryhmäksi, jotta pystyttiin täyttämään T-testin kriteerit, sillä osassa ikäryhmistä oli liian vähän havaintoyksikköjä. T-testillä haluttiin vertailla kahden ikäryhmän vastausten keskiarvojen hajontaa. Hajontaa ei suurimmassa osassa väittämistä juurikaan ollut ikäryhmien välillä. Väittämässä ”Intra on helpottanut vuorovaikutusta OP Keski-Suomen tiimien välillä hajontaa” oli kuitenkin jonkin verran. Ero oli tilastollisesti melkein merkitsevä ($t = -2,00$, $df = 85$).

Taulukko 4. Iän vaikutus väittämän vastausten hajontaan

	Ikä uudelleen luokiteltuna	Määrä	Keskiarvo	Keskihajonta
Intra on helpottanut vuorovaikutusta OP Keski-Suomen tiimien välillä	alle 40	36	2,8056	,95077
	yli 40	51	3,2353	1,01170

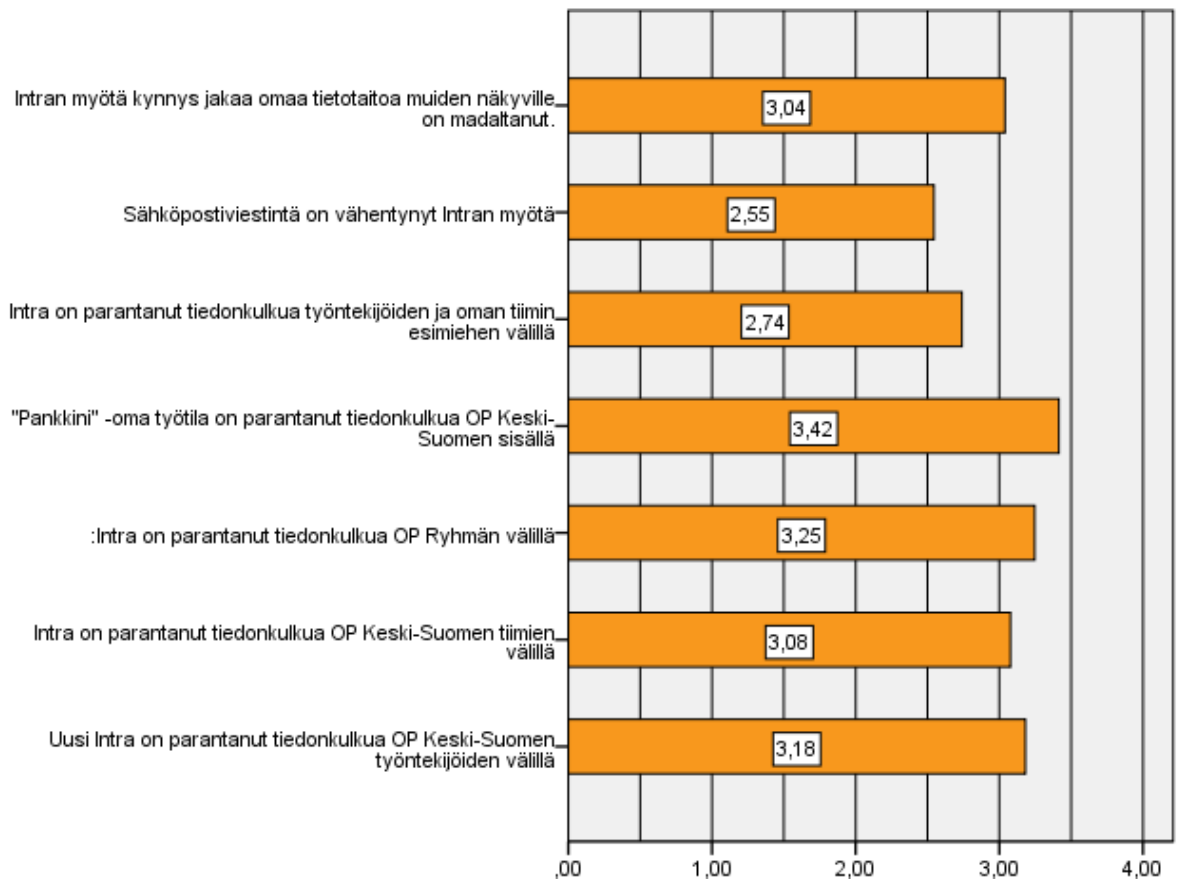
7.4 Vaikutus tiedonkulkuun

Kysymykset 18 ja 19 käsittelivät tiedonkulkua. Kysymys 18 sisälsi seitsemän väittämää, joihin vastattiin asteikolla 1 - 5 (Täysin eri mieltä – Täysin samaa mieltä) (ks. kuvio 9.). Väittämällä haluttiin tietää miten tiedonkulku oli parantunut Intran myötä sekä oliko esimerkiksi sähköpostiviestintä vähentynyt. Väittämän ”Pankkini” -oma työtila on parantanut tiedonkulkua OP Keski-Suomen sisällä” kanssa vastaajat olivat

eniten samaa mieltä ja se sai keskiarvoksi 3,42. Keskihajontaluvuksi saatiin 0,94, joten voidaan siis todeta, että vastausten välillä oli jonkin verran hajontaa. Toiseksi eniten vastaajat olivat samaa mieltä väittämästä ”Intra on parantanut tiedonkulkua OP Ryhmän välillä” keskiarvolla 3,25. Väittämän keskihajontaluku oli 1,00, joten myös tässä väittämässä hajontaa oli jonkin verran.

Väittämä ”Uusi Intra on parantanut tiedonkulkua OP Keski-Suomen työntekijöiden välillä” sai keskiarvoksi 3,18 ja keskihajonta oli 1,01 sekä väittämä ” Intra on parantanut tiedonkulkua OP Keski-Suomen tiimien välillä” 3,08, jonka keskihajonta puolestaan oli 0,97. Molemmissa väittämässä vastaajien vastauksilla hajontaa oli jonkin verran. Väittämä ”Intran myötä kynnyks jakaa omaa tietotaitoa muiden näkyville, on maldaltanut” sai keskiarvoksi 3,04 ja keskihajontaluvuksi saatiin 1,05, jolloin hajontaa oli tässäkin jonkin verran.

Väittämän ”Intra on parantanut tiedonkulkua työntekijöiden ja oman tiimin esimiehen välillä” keskiarvoksi saatiin 2,75 ja väittämän ”Sähköpostiviestintä on vähentynyt Intran myötä” 2,55. Selkeästi näistä kahdesta väittämästä vastaajat olivat kyselyn tiedonkulku-osioissa vähiten samaa mieltä. Ensimmäisen väittämän keskihajontaluvuksi saatiin 1,02 ja jälkimmäisen 1,10. Voidaan siis todeta että jälkimmäisen väittämän vastauksissa hajontaa oli melko paljon. Vertailtaessa esimiesten ja toimihenkilöiden vastauksia suhteessa näihin kysymyksiin huomattiin, että esimiehet olivat vastanneet ensin mainittuun väittämään melko negatiivisesti eivätkä kokeneet Intran juurikaan parantaneen tiedonkulkua työntekijöiden ja esimiesten välillä. Toimihenkilöt olivat vastanneet melko neutraalisti suurin osa, mutta kuitenkin positiivisemmin kuin esimiehet. Tiedonkulku osion väittämien välillä ei havaittu merkitseviä eroja iän, sukupuolen tai toimipaikan suhteen.



Kuvio 9. Vastauksien keskiarvot tiedonkulku- osion väittämiin (N=110)

Kyselyn kysymys 19. oli avoin kysymys ja sillä selvitettiin miten vastaajat kokivat tiedonkulun parantuneen Intran myötä. Vastaajia kysymykseen oli yhteensä 25 ja vastaajista 12 eli 48 % koki, että ei ole lisännyt mitenkään, ei osaa sanoa tai ei ole vielä kokenut sen lisäävän. Hieman alle puolet kysymykseen vastanneista eivät siis vielä olleet kokeneet Intran parantavan tiedonkulkua. Kysymykseen vastanneista yhdeksän eli 36 % olivat sitä mieltä, että Intra on parantanut tiedonkulkua. Esimerkiksi vastaajat olivat kokeneet, että tiedonkulusta oli tullut helpompaa ja nopeampaa. ”Pankkini”- työtilan oli esimerkiksi koettu tekevän tiedonkulusta entistä avoimempaa ja ajankohtaisempaa, eikä viestintää enää pidetty niin yksipuolisena.

Ei vielä mitenkään, opettelu vaihe menossa.

Oman pankin sivu on erityisesti hyvä juttu! On mukavaa lukea ajankohtaisia kommentteja mm. johdolta ja muilta työntekijöiltä! Jaetaan tärkeää tietoa muille!

7.5 Yhteisöllisyyden toteutuminen

Kysymykset 12 ja 13 käsittelivät yhteisöllisyyttä, ja kysymys 12 sisälsi seitsemän väittämää, johon vastattiin asteikolla 1-5 (Täysin eri mieltä - Täysin samaa mieltä) (ks. kuvio 10.). Väittämällä haluttiin selvittää, miten Intra parantaa yhteisöllisyyttä ja verkostoitumisen mahdollisuutta.

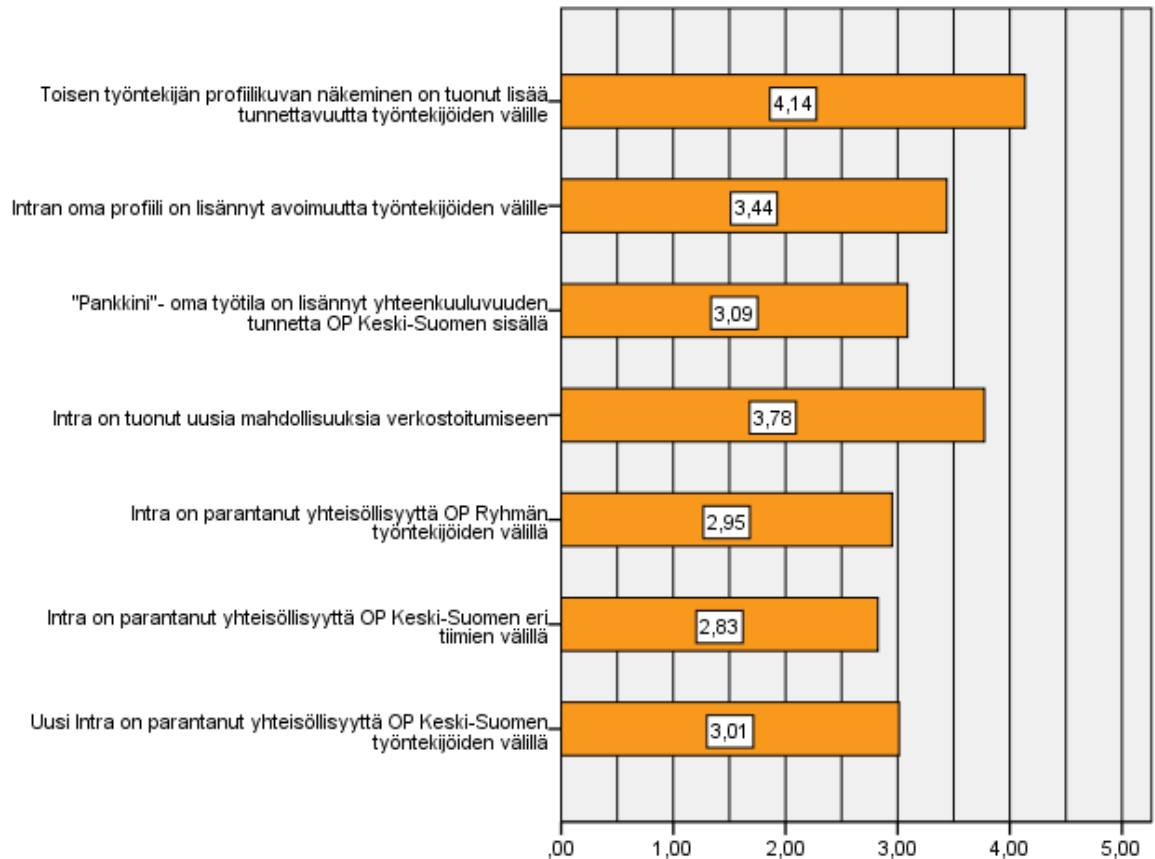
Väittämistä ”Toisen työntekijän profiilikuvan näkeminen on tuonut lisää tunnetta- vuutta työntekijöiden välille” ja ”Intra on tuonut uusia mahdollisuuksia verkostoitumiseen” vastaajat olivat selkeästi samaa mieltä. Ensimmäisen väittämän keski-arvoksi saatiin 4,14 ja jälkimmäisen väittämän 3,78. Keskihajontaluvuiksi saatiin 0,99 ja 0,95, eli voidaan todeta, että hajontaa oli jonkin verran, mutta vähemmän kuin monissa muissa väittämässä. Toisten työntekijöiden profiilikuvan näkeminen oli selkeästi parantanut yhteisöllisyyttä tiimeissä ja työyhteisöissä. Hajontaa vastausten välillä ei myöskään ollut kovin paljon, joten tulosten perusteella voidaan myös todeta, että eri ryhmien vastausten välistä hajontaa ei merkitsevästi ollut.

Kolmanneksi eniten samaa mieltä vastaajat olivat väittämästä ”Intran oma profiili on lisännyt avoimuutta työntekijöiden välille”, joka sai keskiarvoksi 3,44. Väittämän keskihajontaluku oli 1,11, jolloin vastausten kesken hajontaa oli melko runsaasti. Väittämä ”Pankkini”-työtila on lisännyt yhteenkuuluvuuden tunnetta OP Keski-Suomen sisällä” sai keskiarvoksi 3,09, ja siinä hajontaa oli jonkin verran (keskihajontaluku=1,01).

Väittämä ”Uusi Intra on parantanut yhteisöllisyyttä OP Keski-Suomen työntekijöiden välillä” sai keskiarvoksi 3,01 ja keskihajontaluvuksi 1,07, jolloin hajontaa oli melko paljon, mutta kuitenkin vähemmän kuin suurimmat keskihajontaluvut saanneissa väittämässä.

Selkeästi eniten eri mieltä vastaajat olivat väittämistä ”Intra on parantanut yhteisöllisyyttä OP Ryhmän työntekijöiden välillä” ja ”Intra on parantanut yhteisöllisyyttä OP Keski-Suomen eri tiimien välillä”. Jälkimmäisen väittämän keskiarvoksi saatiin 2,83 ja ensimmäisen väittämän 2,95. Molemmissa väittämässä keskihajontaluvuksi saatiin 0,99, joka tarkoittaa, että hajontaa vastausten välillä oli jonkin verran.

Naisten ja miesten välillä ei tässä väittämösiossa havaittu merkittävää eroa. Myöskään toimipaikalla tai iällä ei ollut merkitsevää vaikutusta lukuun ottamatta väittämää ”Intra on tuonut uusia mahdollisuuksia verkostoitumiseen” (ks. taulukko 5.).



Kuvio 10. Vastauksien keskiarvot yhteisöllisyys- osion väittämiin (N=113)

Kysymys 13. oli avoin kysymys ja siinä selvitettiin miten Intra vastaajien mielestä oli lisännyt yhteisöllisyyttä ja yhteenkuuluvuuden tunnetta. Vastaajia kysymykseen oli yhteensä 50 ja 37 eli 74 % koki, että Intra ei ollut lisännyt sitä mitenkään, ei ollut vielä lisännyt tai kysely tuli liian aikaisin, jotta vastaajat olisivat selkeästi voineet arvioida oliko se lisännyt yhteisöllisyyttä sekä yhteenkuuluvuuden tunnetta. Kuitenkin vastanneista 15 eli melkein kolmasosa (30 %) koki Intran oman sivuston ja erityisesti profiilikuvan lisänneen yhteisöllisyyden tunnetta. Oman sivuston koettiin parantavan kollegoiden tunnettavuutta ja helpottavan heidän lähestymistä. Lisäksi koettiin, että työ-kavereita on helpompi löytää ja tavoitettavuus oli parantunut. Vastanneista 12 eli 24

% koki että yhteisöllisyys oli keskustelujen avulla lisääntynyt. Esimerkiksi keskustelujen avulla voidaan nostaa esille tärkeitä asioita ja kaikki voivat ottaa osaa tykkäilemällä tai kommentoimalla.

En hirveästi ole sitä vielä huomannut, mutta ajan kuluessa varmaan paljonkin. Tunnetaan toisemme ”paremmin” kun kuva on näkyvillä. Helpompi lähestyä.

T-testillä haluttiin vertailla kahden ikäryhmän vastausten keskiarvojen hajontaa yhteisöllisyys- osiossa (ks. taulukko 5.). Iällä ei ollut merkitystä suurimmassa osassa vastauksista, mutta väittämässä ”Intra on tuonut uusia mahdollisuuksia verkostoitumiseen” hajontaa oli jonkin verran. Ikä vaikutti melko selvästi siihen, miten vastaajat kokivat Intran tuovan verkostoitumisen mahdollisuuksia. Ero oli tilastollisesti melkein merkitsevä ($t=-2,039$, $df=103$).

Taulukko 5. Iän vaikutus väittämän vastausten hajontaan

	Ikä uudelleen luokiteltuna	Määrä	Keskiarvo	Keskihajonta
Intra on tuonut uusia mahdollisuuksia verkostoitumiseen	alle 40	44	3,5909	1,08517
	yli 40	61	3,9836	,88491

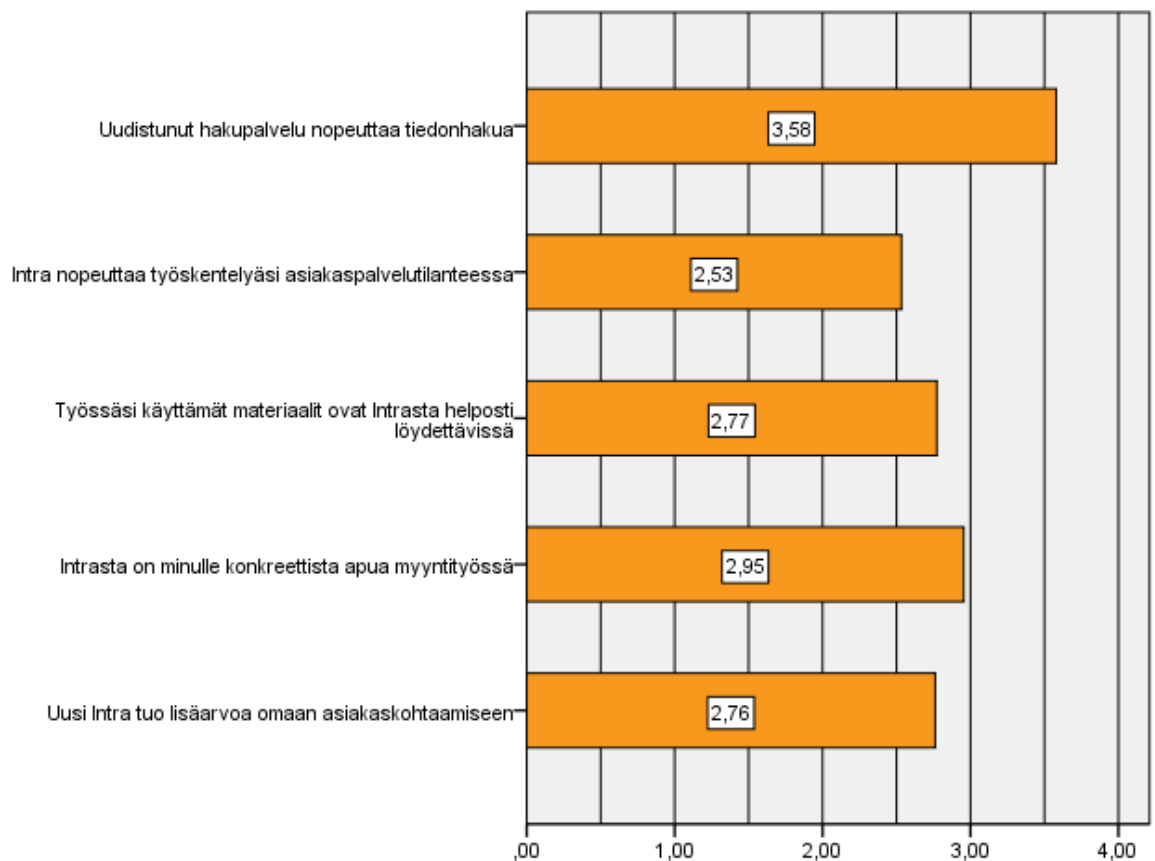
7.6 Asiakasarvon lisääminen

Kysymykset 16 ja 17 käsittelivät lisäarvon tuottamista asiakaskokemukseen ja kysymys 16 sisälsi viisi väittämää, johon vastattiin asteikolla 1 - 5 (ks. kuvio 11.). Väittämistä selkeästi eniten samaa mieltä oli oltu väittämästä ”Uudistunut hakupalvelu nopeuttaa tiedonhaku”. Se oli saanut keskiarvoksi 3,58. Muiden väittämien keskiarvot jäivät alle kolmen. Keskihajontaluvuksi väittämälle saatiin 1,27, joten vastausten välillä oli selkeästi eniten hajontaa kaikista kyselyn väittämistä.

Toiseksi eniten samaa mieltä vastaajat olivat väittämän ”Intrasta on minulle konkreettista apua myyntityössä”, kanssa joka sai keskiarvoksi 2,95. Keskihajontaluku oli

1,03, joten voidaan sanoa, että hajontaa vastausten välillä oli jonkin verran. Väittämä ”Työssäsi käyttämät materiaalit ovat Intrasta helposti löydettävissä”, sai keskiarvoksi 2,77 ja keskihajontaluvuksi 1,13, jolloin hajontaa vastausten välillä oli melko paljon.

Vähiten samaa mieltä vastaajat olivat väittämistä ”Uusi Intra tuo lisäarvoa omaan asiakaskohtaamiseen”, joka sai keskiarvoksi 2,76 ja keskihajontaluvuksi 1,05 ja ”Intra nopeuttaa työskentelyäsi asiakaspalvelutilanteessa”, joka sai keskiarvoksi 2,53 ja keskihajontaluvuksi 1,00. Molempien väittämien vastauksissa hajontaa oli jonkin verran keskihajontaluvun perusteella. Tässä kyselyn osiossa väittämiin oli vastattu melko negatiivisesti, eikä ainakaan vielä ollut huomattu Intran tuovan lisäarvoa asiakaskokemuksen tuottamiseen. Kaikki ryhmät (ikä, sukupuoli, toimipaikka, työtehtävä) olivat vastanneet osion väittämiin myös melko yhtenevästi, eikä merkitseviä eroavaisuuksia ollut.



Kuvio 11. Vastauksien keskiarvot lisäarvo asiakaskokemukseen- osion väittämiin (N=113)

Kysymys 17. oli avoin kysymys ja siinä kysyttiin miten Intra vastaajien mielestä oli parantanut heidän tuottamaansa asiakaskokemusta. Vastaajia kysymykseen oli yhteensä 31 ja vastaajista 21 eli 67 % mielestä Intra ei ollut parantanut heidän tuottamaa asiakaskokemusta tai he eivät osanneet vielä sanoa, eli suurin osa ei vielä ollut ainakaan kokenut tai huomannut parannuksia. Vastauksissa oli melko paljon hajontaa, eikä sieltä suoranaisesti noussut yksittäistä teemaa ylitse muiden. Muutama (6 eli 19 %) vastaajista oli maininnut hakupalvelun helpottavan asiakaspalvelua.

Opettelu vielä kesken, joten on vaikea sanoa.

Ei vielä mitenkään.

7.7 Intra tulevaisuudessa

Kysymykset 20 ja 21 käsittelivät Intran tulevaisuutta. Kysymys 20 sisälsi kuusi väittämää, johon vastattiin asteikolla 1 - 5 (Täysin eri mieltä – Täysin samaa mieltä) (ks. kuvio 12.). Väittämillä haluttiin selvittää, mitä parannuksia Intran koetaan vielä tuovan ja mitkä ovat sen tulevaisuudennäkymät henkilöstön mielestä.

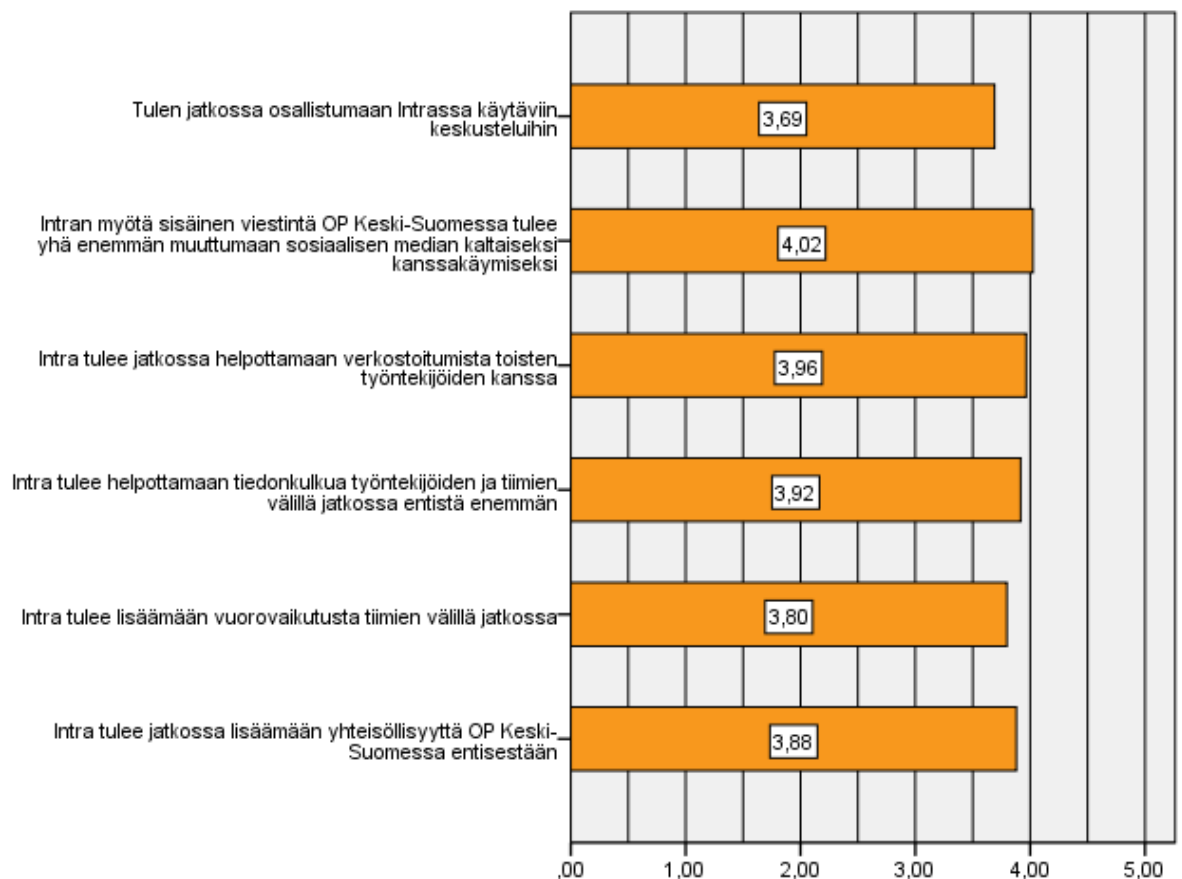
Väittämästä ”Intran myötä sisäinen viestintä OP Keski-Suomessa tulee yhä enemmän muuttumaan sosiaalisen median kaltaiseksi kanssakäymiseksi” vastaajat olivat eniten samaa mieltä. Se sai keskiarvoksi 4,02 ja keskihajontaluvuksi 0,87, joten hajontaa oli vähän, ja selkeästi vähemmän kuin aikaisempien osa-alueiden väittämien vastausten kesken.

Toiseksi eniten samaa mieltä vastaajat olivat väittämästä ”Intra tulee jatkossa helpottamaan verkostoitumista toisten työntekijöiden kanssa”, jonka keskiarvo oli 3,96. Keskihajontaluvuksi saatiin 0,81, mikä tarkoittaa että tässä väittämässä vastausten välistä hajontaa oli vähiten. Voidaan siis todeta, että suuri osa vastaajista uskoo Intran jatkossa helpottavan verkostoitumista toisten työntekijöiden kanssa.

Väittämä ”Intra tulee helpottamaan tiedonkulkua työntekijöiden ja tiimien välillä jatkossa entistä enemmän” sai keskiarvoksi 3,92 ja keskihajontaluvuksi 0,83, joten asiasta oltiin myös tässä väittämässä melko samaa mieltä.

Väittämä ”Intra tulee jatkossa lisäämään yhteisöllisyyttä OP Keski-Suomessa entisestään” sai keskiarvoksi 3,88. Keskihajontaluvuksi saatiin 0,86, joten voidaan todeta että hajontaa vastausten välillä oli hieman.

Vähiten samaa mieltä vastaajat olivat tässä osiossa väittämien ”Intra tulee lisäämään vuorovaikutusta tiimien välillä jatkossa”, kanssa joka sai keskiarvoksi 3,80 ja keskihajontaluvuksi 0,82 ja ”Tulen jatkossa osallistumaan Intrassa käytäviin keskusteluihin”, joka taas sai keskiarvoksi 3,69 ja keskihajontaluvuksi 1,03. Ensimmäisen väittämän vastausten välillä hajontaa ei hirveästi ollut, mutta jälkimmäisen vastausten keskihajontaluvusta voidaan todeta että hajontaa oli jonkin verran. ”Intra tulevaisuudessa” -osion vastaukset olivat melko positiivisia, ja Intran tuomien parannuksien ja helppouksien uskottiin jatkossa toteutuvan, kunhan siihen ennätetään kunnolla tutustumaan.



Kuvio 12. Vastauksien keskiarvot Intra tulevaisuudessa- osion väittämiin (N=112)

Kysymys 21. oli avoin kysymys ja sillä haluttiin selvittää mitä ominaisuuksia sekä asioita vastaajat kokivat Intran parantavan ja lisäävän tulevaisuudessa eniten. Vastaajia kysymykseen oli yhteensä 29 ja vastaajista vain 7 eli 24 % ei kokenut, että Intra toisi mukanaan mitään parannuksia, tai eivät osanneet sanoa. Suurin osa kysymykseen vastanneista (18 eli 62 %) koki, että Intra tulee parantamaan jotakin tutkimuksessa käsitellyistä osa-alueista sekä tulee olemaan hyvä työ- ja viestintäväline tulevaisuudessa. Erityisesti vastaajat kokivat, että keskustelu tulee lisäämään avoimuutta ja sosiaalisen median-tyylinen intranet lisäämään viestinnän mahdollisuuksia.

Vuorovaikutus tulee toimimaan paremmin.

Verkostoitumista samaa työtä tekevien kesken.

Lisäämään keskusteluja ja mielipiteiden vaihtoa.

8 Johtopäätökset

Opinnäytetyön tutkimuksen päätutkimuskysymyksenä oli ”Miten uudistunut Intra työvälineenä helpottaa ja parantaa OP Keski-Suomen henkilöstön välistä työskentelyä?”. Tutkimukseen osallistui OP Keski-Suomen koko henkilökunta ja vastauksia saatiin niin toimihenkilöiltä kuin esimiehiltä sekä runsaasti eri ikäryhmistä. Vastauksia saatiin eniten ikäryhmästä 50–59-vuotiaista (ks. kuvio 4.), koska henkilöstöstä suurin osa kuuluu tähän ryhmään. Lisäksi suurin osa vastaajista oli naisia, mikä selittyy sillä, että OP Keski-Suomessa työskentelee enemmän naisia kuin miehiä.

Vastauksia saatiin myös laajasti jokaisesta OP Keski-Suomen yksiköstä, lukuun ottamatta Hankasalmen konttoria (ks. kuvio 5.). Eniten vastauksia saatiin pääkonttorilta, sillä siellä työskentelee huomattavasti enemmän henkilöstöä kuin muissa yksiköissä tai konttoreissa. Taustatietojen perusteella voidaan todeta, että vastaajia oli monipuolisesti kaikista ryhmistä ja vastaajat vastasivat hyvin tutkimuksen perusjoukkoa.

Tutkimuksesta selvisi, että suurin osa vastaajista käytti Intraa päivittäisessä työskentelyssään ja suurin osa oli jo ensimmäisen käyttöönotto kuukauden aikana hyödyntänyt uusia tai uudistuneita Intran ominaisuuksia kuten oman pankin työtilaa, uudistunutta hakupalvelua sekä omaa sivustoa.

Vastauksista kävi ilmi että, suurin osa vastaajista ei ollut saanut tarpeeksi koulutusta ja informaatiota Intrasta ennen sen käyttöönottoa. Vastaajista noin puolet kokivat, etteivät myöskään itse olleet kovin aktiivisesti tutustuneet Intraa koskeviin materiaaleihin tai osallistuneet koulutuksiin etukäteen. Vastauksista voidaan todeta, että Intraan oli tutustuttu omatoimisesti ja itsenäisesti enemmän kuin koulutusta ja informaatiota oli saatu yhteisesti OP Keski-Suomelta. Henkilöstö koki selkeästi koulutuksen ja informaation saannin puutteelliseksi. Kehitysehdotuksena jatkoa varten voisi olla, että tällaisten suurien järjestelmien lanseerauksessa otetaan erityishuomioon koulutuksen tärkeys. Voidaan myös pohtia sitä, että onko tiedotus ollut tasapuolista ja tieto kulkenut kaikkiin yksiköihin samalla tavalla sekä ovatko esimiehet kannustaneet ja kehottaneet tiimejensä tarpeeksi tutustumaan Intran käyttöön.

Tuloksista voidaan havaita, että Intraa pidettiin yleisesti kiinnostavana kaikkien ikäryhmien keskuudessa (ks. taulukko 2.). Mielenpiteet Intran helppokäyttöisyydestä jakaantuivat enemmän (ks. taulukko 1.) ja niiden perusteella voidaan todeta, että suurin osa vastaajista ei pitänyt Intraa vielä kovin helppokäyttöisenä. Alle 29-vuotiaista sekä 40–49-vuotiaista suurin osa koki Intran kuitenkin melko helppokäyttöiseksi. Mielenkiintoista on, että 29–39-vuotiaista suurin osa ei kokenut Intraa helppokäyttöiseksi, vaikka tämä ikäluokka on kasvanut digitalisaation aikana, ja heille erilaiset sähköiset työvälineet ovat todennäköisesti tuttuja. Voi olla, että ikäryhmällä ei ollut vielä ollut tarpeeksi aikaa käyttää Intraa, jotta he olisivat voineet arvioida sen helppokäyttöisyyttä tai he olivat kriittisempiä vastauksissaan kuin muut ikäryhmät.

Tutkimuksessa haluttiin selvittää miten Intra on helpottanut ja parantanut tässä opinnäytetyössä käsiteltyjä osa-alueita, joita ovat vuorovaikutus, tiedonkulku, yhteisöllisyys ja asiakasarvo. Lisäksi kyselyn viimeinen osio käsitteli Intran tulevaisuuden näkymiä.

Vuorovaikutus- osion tuloksista voidaan havaita, että vastaajat kokivat Intran parantaneen joiltain osin vuorovaikutusta, erityisesti kaksivuoroinen keskustelu oli parantunut ja lisääntynyt Intran myötä. Väittämien vastauksien perusteella voidaan todeta, että viestintään ja keskusteluihin osallistuminen oli helpottunut jo kuukauden käyttökokemusten jälkeen. Kuitenkaan tiimien väliseen vuorovaikutukseen vastaajat eivät ainakaan vielä olleet huomanneet Intran vaikuttaneen, joten yhtenä keskeisenä strategisena tavoitteena, tämä ei vielä ainakaan kuukauden käytön jälkeen ollut sellaiseen toteutunut. Avoimeen kysymykseen vastanneista melkein 70 % koki että, Intra ei ole ainakaan vielä parantanut tiimien välistä vuorovaikutusta mitenkään. Väittämien keskiarvot ja avoimen kysymyksen vastaukset ovat ehkä hieman ristiriidassa toistensa kanssa. Tätä voidaan selittää sillä että Intran tuoma laajempi vuorovaikutukseen liittyvä parannus on henkilöstölle vielä vähän epäselvää, koska käyttökoke-
musta oli vasta kuukauden ajalta. Yksittäisten asioiden kuten kaksivuoroinen keskustelun lisääntyminen ja toisten profiilien näkeminen kuitenkin nähtiin keskiarvojen mukaan jo parantuneen eli oikeaan suuntaan ollaan selkeästi menossa.

Myös aikaisemmin teoriassa mainitun Paloksen tutkimuksen mukaan JHL:n intranetissä kommentointimahdollisuus nähtiin enemmän positiivisena asiana tulevaisuudessa, kuin nykyhetkessä. Tutkimuksen mukaan avoin keskustelu ei vielä ollut muok-
kaantunut organisaatiossa toivotun laiseksi, mutta että intranet oli kuitenkin vaikuttanut organisaatiokulttuuriin. Tärkeänä intranetin tuomana hyötynä tutkimuksessa nähtiin myös, että sen käyttö ja yhteinen keskustelufoorumi yhdistäisi laajaa organisaatiota. (Palos 2014, 39–40.) Tuloksia voidaan peilata myös teoriassamme käyttämään vuorovaikutusmalliin Joharin ikkunaan. Tulosten perusteella Intra on laajentanut vuorovaikutusmallissa mainittua kaikille yhteistä aluetta, eli keskustelu on kaksivuoroista sekä avoimempaa ja se on Intran myötä myös lisääntynyt. Joharin ikkunamallin yhteinen alue on siis huomattavasti laajentunut Intran myötä. Tämän lisäksi sokeat ja kaikille tuntemattomat alueet ovat osaltaan pienentyneet, jolloin päästään lähemmäksi ideaalia tilannetta.

Paloksen (2014, 49) tutkimuksessa myös johdon osallistuminen keskusteluun ja sen aktivointiin koettiin tarpeellisena. Myös OP Keski-Suomessa esimiehet sekä markkinoinnin- ja viestinnän tiimit olivat aktivoineet ja käynnistäneet Intrassa käytävää keskustelua. Esimiesten rooli on keskeinen keskustelujen avaajana ja niiden ylläpitäjinä.

Keskustelua voisi jatkossa Intran kehityksen kannalta vielä lisätä esimerkiksi erilaisten työtilojen luomisella. Työtiloissa voisi keskustella ajankohtaisesti esimerkiksi oman tiimin sisällä tai osaamisalueittain, esimerkiksi rahoitusalan ammattilaiset samassa työtilassa.

Tuloksien perustella tiedonkulku ei vastaajien mielestä vielä ollut kuukauden käytön jälkeen parantunut, myöskään sähköpostiviestinnän ei ollut koettu vähentyneen Intran tulon myötä. Voi kuitenkin olla, että ensimmäisen käyttöönotto kuukauden aikana nämä muutokset eivät olleet vielä toteutuneet halutulla tavalla. Pääasiallisen viestintäkanavan vaihtuminen toiseen vie oman aikansa ennen kuin se omaksutaan käytännön tasolla. Intran tavoitteena oli selkeästi vähentää sähköpostiviestintää, mutta kuten tutkimuksen perusteella voidaan todeta, vastaajat eivät olleet kokeneet sen vielä vähentyneen lainkaan. Myöskään esimiesten ja toimihenkilöiden välinen tiedonkulku ei ollut parantunut, jota voidaan selittää esimerkiksi sillä että esimiehet viestivät pääasiassa sähköpostilla. Paloksen tutkimukseen mukaan myöskään tutkimukseen osallistuneen organisaation viestinnässä ei ollut tapahtunut suurta muutosta yhteisöllisemmän intranetin tulon jälkeen. (Palos 2014, 50–51.)

Tiedonkulku osiossa selkeästi positiivisimpana Intran parannuksena nähtiin Pankkini-työtila. Sen koettiin parantaneen tiedonkulkua OP Keski-Suomen sisällä. Voi olla, että sitä pidettiin positiivisena uudistuksena, koska se kerää uutiset ja tiedon samaan paikkaan, vain OP Keski-Suomen henkilöstölle tarkoitetuksi. Uutisointi on myös sen kautta ajankohtaisempaa ja avoimempaa, koska se tapahtuu suurimmaksi osaksi keskustelufoorumilla, jonne jokaisella on mahdollisuus tuottaa sisältöä. Vaikka tiedonkulun ei koettu suurimmaksi osaksi parantuneen vielä, oli sen kuitenkin koettu olevan avoimempaa ja läpinäkyvämpää kuin ennen. Teoriassamme käytetty vuorovaikutusmalli Joharin ikkunan kaikille yhteisen alueen ollessa suurin ikkuna, tiimin työskentely on avointa, luottavaista ja tiedonkulku on sujuvampaa. Intra on jo osaltaan lisännyt näitä ominaisuuksia ja voidaan todeta myös, että tiedonkulku osiossa vuorovaikutusosion lisäksi Joharin ikkuna- mallin yhteinen alue on laajentunut ja sokeat sekä kaikille tuntemattomat alueet pienentyneet.

Yhteisöllisyysosion tuloksista voidaan havaita, että suurimman osan mielestä Intra ei vielä ollut lisännyt yhteisöllisyyttä OP Keski-Suomen eikä OP ryhmän työntekijöiden välillä. Yhtenä syynä tähän voi olla se, etteivät vastaajat välttämättä ymmärtäneet

yhteisöllisyyttä käsitteenä tai se koettiin hankalaksi tulkita. Tutkijat ottivat jo kyselyn teko vaiheessa huomioon yhteisöllisyys sanan haasteellisuuden ja kyselyssä yhteisöllisyys sana selitettiin vastaajille myös yhteenkuuluvuuden tunteena paremman ymmärrettävyyden vuoksi. Yhteisöllisyyden rakentuminen vie oman aikansa, joten on ymmärrettävää, ettei sen koettu parantuneen Intran myötä vielä kuukauden käytön jälkeen. Yhteisöllisyys on osa OP Keski-Suomen vuositeemaa 2015, joten tutkijat halusivat ottaa sen osaksi tätä tutkimusta.

Yksittäiset Intran tuomat parannukset yhteisöllisyyteen koettiin hyvin positiivisinä, esimerkiksi toisen työntekijän profiilikuvan näkeminen oli kolmas osan vastaajien mielestä tuonut lisää tunnettavuutta työntekijöiden välille. Aiemmin teoriassa mainitun Kolehmainen ja Korhosen tutkimuksen mukaan myös oman profiilin avulla löytää etsimänsä henkilön nopeammin sekä profiilikuva koettiin merkityksellisenä tuomalla kollegoita ikään kuin lähemmäs. (Kolehmainen & Korhonen 2014.)

Intran koettiin myös tuoneen uusia mahdollisuuksia erityisesti verkostoitumiseen. Verkostoituminen on Intran myötä helpottunut, koska se on lisännyt tunnettavuutta kollegojen kesken koko OP ryhmän sisällä. Jatkossa yhteisöllisyyttä ja verkostoitumista voisi lisätä entisestään keskustelujen avulla ja esimerkiksi lisäämällä oman yhteisöllisyys-työtilan, jossa ei pelkästään tiedotettaisi, vaan yhdessä keskusteltaisiin muistakin kuin pankin ajankohtaisista asioista. Työtilassa voisi tutustua kollegoihin ja löytää uusia seurattavia henkilöitä, eli verkostoitua lisää. Keskusteluissa voisi myös nostaa esille tärkeitä asioita itselle sekä kaikki voisivat ottaa niihin osaa tykkäämällä ja kommentoimalla.

Tutkimuksen tuloksista selvisi että lisäarvon tuottaminen asiakaskohtaamiseen ei ollut vielä Intran myötä lisääntynyt. Kyselyn tässä osiossa vastausten keskiarvot jäivät kaikissa väittämissä alle kolmen, lukuun ottamatta väittämää ”Uudistunut hakupalvelu nopeuttaa tiedonhaku”, joka tulosten perusteella oli yksi parhaista Intran tuomista uudistuksista.

Vastausten perustella voidaan pohtia syitä, miksi lisäarvon tuottaminen asiakaskohtaamiseen ei vielä Intran myötä ollut parantunut. Intran ohella toimi ensimmäisen kuukauden ajan vielä vanha intranet (Opinet), josta erilaiset myyntiä ja asiakaspalvelua helpottavat materiaalit olivat löydettävissä, joten uuden Intran käyttö ja opettelu

oli voinut esimerkiksi kiireen takia jäädä vielä taka-alalle myyntityössä ja asiakaspalvelussa. Myös vastaajien taustatietojen tulosten perusteella Intran ei koettu joka ikäryhmän mielestä olevan helppokäyttöinen sekä koulutusta ei ollut saatu tarpeeksi, jotka voivat olla syitä ettei lisäarvon tuottaminen asiakaspalveluun vielä ollut toteutunut halutulla tavalla. Voi olla että myös työhön käytetyt materiaalit eivät olleet vielä tarpeeksi nopeasti ja helposti saatavilla, kun käyttöä vielä opeteltiin. Myöskään kaikki kyselyyn vastanneista eivät työskentele asiakaspinnassa vaan taustayksikössä, joten todennäköisesti he eivät kokeneet Intran tuoneen lisäarvoa omaan työskenteelynsä. Teoriassa käsitelty Löytänän ja Korkiakosken Asiakkaalle luotavan arvonnäkökulma jakaa lisäarvon tuottamisen neljään osaan, joista Intralla on erityinen vaikutus toiminnalliseen arvoon. Sen avulla tavoitellaan toiminnan tehostamista ja asiakkaan ajan- ja vaivan säästöä. Tätä kautta asiointi on nopeampaa ja sujuvampaa asiakkaalle, johon Intralla työvälineenä pyritään. (Löytänä & Korkiakoski 2014, 18.)

Asiakaspalvelutilanteiden sujuvuuden kannalta oli hyvä, että vanha intranet oli vielä käytössä ensimmäisen kuukauden ajan kun uusi Intra oli otettu käyttöön. Kuitenkin olisi ollut hyvä, että työntekijöitä olisi enemmän rohkaistu ottamaan Intra käyttöön myynnin ja asiakaspalvelun tueksi, jotta sen käytöstä olisi heti alusta asti tullut osa asiakaskohtaamista.

Tutkimuksen perusteella vastaajat näkivät Intran tulevaisuuden hyvinkin positiivisena. Tulevaisuus-osion jokaisen väittämän keski-arvo nousi lähelle neljää (ks. kuvio 12.), joten voidaan todeta että suurin osa OP Keski-Suomen henkilöstöstä uskoo, että vaikka Intran tuomat muutokset eivät ole vielä sillä tasolla kuin niiden toivottaisiin olevan, niin tulevaisuudessa sillä on mahdollisuus parantaa tutkimuksessa käsiteltyjä osa-alueita huomattavasti. Myös teoriassa käsitellyssä Cookin-mallissa sosiaalinen intranet jaetaan neljään päätoimintoon, joita ovat kommunikaatio, yhteistyö, kollaboraatio ja yhteys. (Cook 2009, 13.) Näitä toimintoja myös Intralla pyritään jatkossa lisäämään ja helpottamaan entisestään, vaikka ne osittain toteutuivat jo ensimmäisen käyttökuukauden aikana.

Tutkijat halusivat tutkia myös mitkä ovat Intran tulevaisuuden näkymät, sillä voitiin jo ennen tutkimuksen tekoa olettaa, että ensimmäisen Intran käyttökuukauden aikana parannukset eivät vielä olleet niin merkittäviä kuin mitä ne olisivat esimerkiksi vuo-

den kuluttua. Myös Kolehmainen ja Korhosen tutkimuksesta saatujen tulosten perusteella todettiin, että organisaation kulttuurin ei vielä nähty intranetin myötä olevan vuorovaikutteista tai sosiaaliseen mediaan verrattavissa olevaa, mutta sen koettiin kuitenkin tuoneen avoimuutta henkilöstön välille. (Kolehmainen & Korhonen 2014.)

Intran tulevaisuuden kannalta on ensisijaisen tärkeää, että johto ylläpitää sitä ja kannustaa sen käytössä, jotta kehitys on jatkuvaa. Keskusteluihin ja työtiloihin on tärkeää jatkossakin luoda aktiivisesti sisältöä ja osallistuttaa koko henkilöstö mukaan. Intran käyttöön liittyviä vinkkejä olisi myös hyvä jakaa lisää, jotta sen käyttö tulisi yhä sujuvammaksi. Ehkä myös lisäkoulutukset Intran käytöstä voisivat olla hyödyllisiä, esimerkiksi niille ketkä kokisivat niitä tarvitsevansa.

Tulosten perusteella tutkimusta voidaan pitää luotettavana, koska vastausprosentti oli yli 50 % ja havaintoyksikköjä oli yli 100. Tuloksia saatiin laajasti eri henkilöstöryhmien edustajilta sekä vastaukset kuvastavat todennäköisesti hyvin Intran tämän hetkistä tilaa. Toisen tutkijan OP Keski-Suomessa töissä olo ei vaikuttanut tutkimuksen luotettavuuteen. Hän ei esimerkiksi osallistunut verkkokyselyyn sekä tutkimus toteutettiin täysin tuloksista saadun tiedon perusteella.

Tutkijoiden mielestä jatkotutkimuksille olisi olemassa runsaasti mahdollisuuksia, koska tutkimus oli ensimmäinen kyseisestä Intrasta tehty ja se sisälsi vasta henkilöstön alkuvaiheen näkemykset siitä. Esimerkiksi vuoden kuluttua tämä tutkimus voitaisiin toistaa melko samanlaisena ja vertailla siten tuloksia keskenään. Näin saataisiin tietää miten Intra on vastaajien mielestä parantanut työskentelyä henkilöstön välillä. Siten saataisiin myös tietää paremmin, toteutuivatko Intran lupaamat parannukset ja helpotukset työyhteisössä.

Jatkotutkimuksien mahdollisuuksia löytyisi myös tutkimuksessa käsitellyistä osa-alueista, joissa voitaisiin keskittyä vain esimerkiksi yhteisöllisyyden parantumiseen tai tiedonkulun helpottumiseen. Näitä keskisiä strategisia tavoitteita voisi tutkia syvemmin ja keskittyä enemmän yksityiskohtiin. Olisi mielenkiintoista tietää, millaisiksi henkilöstön vastaukset esimerkiksi vuoden kuluttua ovat muokkaantuneet ja onko Intra lunastanut lupauksensa.

9 Pohdinta

Idea opinnäytetyön aiheeseen sai alkunsa tutkijoiden ja toimeksiantajan yhteisestä mielenkiinnosta aiheeseen. Myös aiheen ajankohtaisuus oli tutkijoiden tärkeä valintakriteeri opinnäytetyön aihetta valittaessa. Tutkijoiden oma kiinnostus aihepiiriä ja tutkimusta kohtaan tuki aktiivista ja mielekästä työskentelyä koko opinnäytetyöprosessin ajan.

Tutkimusprosessi lähti käyntiin laajan, aihealueeseen liittyvän tietoperustan hankinnalla. Teoriaosion aiheen rajaus ei ollut heti alusta asti selkeä, ja se muotoutuikin tutkimusprosessin edetessä. Myös sosiaalinen intranet aiheena oli haastava, sillä se on käsitteenä vielä melko uusi, joten esimerkiksi lähdekirjallisuutta ja vertailtavia tutkimuksia oli hankalampi löytää. Lähdekriittisyys oli tärkeää lähteitä etsittäessä, koska haluttiin löytää mahdollisimman uutta ja luotettavaa tietoa, tutkimuksia ja ajankohtaisia artikkeleita aiheesta. Lähdekirjallisuutta aiheesta löytyi huomattavasti enemmän vieraskielisenä, mikä toi työn teoriaosuuteen lisää näkökulmia kotimaisten lähteiden lisäksi.

Kun teoriaosuus hahmottui, alettiin miettimään tutkimuksen toteutusta. Tutkimusmenetelmäksi valikoitui kvantitatiivinen tutkimus, joka menetelmänä tuki parhaiten tutkimusongelmaa, sillä haluttiin saada koko henkilöstön näkemykset tutkimusongelmasta. Määrällinen tutkimus toteutettiin verkkokyselylomakkeella. Tutkimus olisi voitu myös toteuttaa kvalitatiivisina haastatteluina esimerkiksi esimiehille, mutta silloin ei olisi saatu niin laajalti kattavia vastauksia ja näkökumia. Verkkokyselylomake suunniteltiin huolellisesti ja testattiin useilla kohderyhmään kuuluvilla henkilöillä sekä ohjaajilla. Se oli keskeistä kyselyn kannalta, koska näin heiltä saatiin tärkeää palautetta ja kysely pystyttiin muokkaamaan lopulliseen muotoonsa. Verkkokyselylomake oli toimiva, ainoastaan kyselyn väittämien perään lisätyt erilliset kommenttikentät, joilla oli tarkoitus saada tarkentavia vastauksia väittämiin, eivät tuoneet lisäarvoa tutkimukseen. Kommenttikentät olivat hyvä idea, mutta käytännössä ne eivät kuitenkaan toimineet. Syynä tähän oli ehkä se, etteivät vastaajat innostuneet laittamaan tarkentavia kommentteja enää vastauksensa jälkeen.

Tutkimustulosten analysointi koettiin opinnäytetyön haasteellisimmaksi ja aikaa vievimmäksi vaiheeksi, koska tutkijoilla ei ollut kovin paljon aikaisempaa kokemusta IBM SPSS-ohjelmiston käytöstä eikä erilaisista analyysimenetelmistä. Tuloksista tuli ilmi ennakkoon odotettuja vastauksia, mutta myös uusia ja hieman yllättäviä asioita. Tutkimustulosten perusteella kirjoitettiin lopuksi johtopäätökset, joissa esiteltiin myös kehitysehdotuksia ja mahdollisuuksia erilaisiin jatkotutkimuksiin. Kehittämisehdotusten pohjalta Intran käyttöä voidaan vielä tulevaisuudessa kehittää ja viedä eteenpäin.

Opinnäytetyön tarkoituksena oli saada selville miten Intra on parantanut ja helpottanut työskentelyä OP Keski-Suomen välillä. Sisällyttämällä osa-alueet yhteisöllisyys, tiimien välinen vuorovaikutus, asiakasarvo sekä tiedonkulku, saatiin otettua huomioon toimeksiantajan toiveet sekä tutkijoiden itse merkittävänä pitämät teemat. Opinnäytetyölle asetetut tavoitteet toteutuivat hyvin ja tutkimuksen avulla saatiin vastaukset työlle asetettuihin tutkimuskysymyksiin.

Opinnäytetyöprosessin alkuvaiheessa tehtiin kirjallinen ja aikataulutettu tutkimussuunnitelma, joka auttoi etenemään vaihe vaiheelta. Aikataulullisesti haastavaa oli se, että toinen tutkijoista oli täysipäiväisesti töissä ja tutkimuksen tekeminen sijoittui pääasiassa iltoihin ja viikonloppuihin. Prosessin edetessä aikataulussa kuitenkin pyrittiin suunnitellusti ja työ eteni tutkijoiden ennako-odotusten mukaisesti.

Tutkimus oli hyödyllinen niin toimeksiantajalle kuin tutkijoillekin. Toimeksiantaja sai tutkimuksesta tärkeää tietoa, kuinka uudenlaisen työ- ja viestintävälineen lanseeraus onnistui kohdeorganisaatiossa sekä minkälaiset kokemukset henkilöstöllä oli siitä kuukauden käytön jälkeen. Lisäksi tutkimus antoi toimeksiantajalle suuntaa siitä, millaisena Intran tulevaisuus nähtiin. Opinnäytetyö ja siihen liittynyt tutkimus tarjosi erilaisia haasteita ja prosessina se oli erittäin opettavainen. Tutkijat oppivat enemmän itsenäistä tiedonkeruuta ja lähteisiin liittyvää kriittisyyttä. Myös näin laajan tutkimuksen konkreettinen toteuttaminen toi uusia taitoja ja näkemyksiä tutkijoille kokonaisuudessaan.

Lähteet

- Aira, A. 2012. Toimiva yhteistyö, Työelämän vuorovaikutussuhteet, tiimit ja verkostot. Jyväskylän yliopisto, Jyväskylä Studies in Humanities. Viitattu 15.7.2015. <https://jyx.jyu.fi/dspace/bitstream/handle/123456789/37743/9789513947088.pdf>.
- Amiel, I. 2014. The Significance of internal networking: 7 easy ways. Viitattu 30.11.2015. <https://www.linkedin.com/pulse/20140526184920-313025-the-significance-of-internal-networking-7-easy-ways>.
- Austin, J. 2005. Network Internally. Viitattu 30.11.2015. <http://www.strategicbusinessnetwork.com/ArticleNetworkInternally?id=23181>.
- Cook, N. 2008. Enterprise 2.0: How social software will change the future of work. Burlington, USA: Gower Publishing Company.
- Daft, R. 2008. New Era of Management. 2. painos. Mason: Thomson South-Western.
- Esimies on tiimeissä tiedon portinvartija. 2010. Työpiste. Viitattu 28.7.2015 http://tyopiste.ttl.fi/Uutiset/Sivut/Esimies_on_tiimeissa_tiedon_portinvartija.aspx.
- Fisk, P. 2009. Customer genius. United Kingdom: Capstone Publishing Ltd.
- Heikkilä, K. 2002. Tiimit – avain uuden luomiseen. Helsinki: Talentum.
- Hurmerinta, J. 2014. Sisäisen viestinnän suuret saappaat. Nyt ja huomenna- blogi. Viitattu 7.12.2014. <http://nytjahuomenna.com/2014/11/05/sisaisen-viestinnan-suuret-saappaat/>.
- Ikkuna kahteen suuntaan. 2013. Valmennus Oy Liitos. Viitattu 24.09.2015. http://www.joharinikkuna.fi/index.php?page=0_Mik%C3%A4+Johari%3F.html.
- Jyväskylän yliopisto, viestintätieteiden laitos. Ryhmäviestinnän perusteet. 2005. Viitattu 2.8.2015. <https://www.jyu.fi/viesti/verkkotuotanto/ryhmaviesti/index.html>.
- Kananen, J. 2011. Kvantti: Kvantitatiivisen opinnäytetyön kirjoittamisen käytännön opas. Jyväskylä: Jyväskylän Ammattikorkeakoulu. Jyväskylän Ammattikorkeakoulun julkaisuja-sarja.
- Kananen, J. 2008. Kvantti: Kvantitatiivinen tutkimus alusta loppuun. Jyväskylä: Jyväskylän Ammattikorkeakoulu. Jyväskylän Ammattikorkeakoulun julkaisuja-sarja.
- Kananen, J. 2015. Opinnäytetyön kirjoittajan opas: Näin kirjoitan opinnäytetyön tai pro gradun alusta loppuun. Jyväskylä: Jyväskylän Ammattikorkeakoulu. Jyväskylän Ammattikorkeakoulun julkaisuja 202.

- Kananen, J. 2010. Opinnäytetyön kirjoittamisen käytännön opas. Jyväskylä: Jyväskylän Ammattikorkeakoulu. Jyväskylän Ammattikorkeakoulujen julkaisuja 111.
- Kaskela, L. 2005. Verkostoitumisen syyt ja hyödyt. TIEKE Tietoyhteiskunnan kehittämiskeskus ry. Viitattu 24.09.2015. <http://www.tieke.fi/pages/viewpage.action?pagelid=3441416>.
- Katzenbach, J. & Smith, D. 1998. Tiimit ja tuloksekas yritys. Porvoo: WSOY.
- Kolehmainen, I. & Korhonen, A. 2014. Sosiaalisen intranetin käyttö organisaation vuorovaikutusympäristönä. Puheviestinnän pro gradu- tutkielma. Viestintätieteiden laitos. Jyväskylän yliopisto. Viitattu 03.12.2015. <https://jyx.jyu.fi/dspace/bitstream/handle/123456789/43866/URN%3ANBN%3Afi%3Aju-201406302182.pdf?sequence=1>.
- Kurttila, M., Laane, T., Saukkola, K. & Tranberg, T. 2010. Arvostus – valmentava kirja esimiehille. Helsinki: Tammi.
- Lehmuskallio, S. N.d. Intranet. Kielijelppi. Viitattu 22.9.2015. <http://www.kielijelppi.fi/verkkoviestinta/intranet>.
- Luft, J. & Ingham, H. 1955. The Johari window: a model for soliciting and giving feedback. Los Angeles: University of California.
- Löytänä, J. & Korkiakoski, K. 2014. Asiakkaan aikakausi. Helsinki: Talentum.
- McGrath, C. 2011. What is social intranet? The definitive explanation. Viitattu 21.11.2015. <https://www.thoughtfarmer.com/blog/what-is-social-intranet-definitive-explanation/>.
- Mäkinen, P., Gröhn, M. & Filman, S. 2015. Intra- Esittely pankkien sisällöntuottajille. OP Ryhmän sisäinen Opinet.
- OP Keski-Suomen vuosikatsaus 2014. 2015. Viitattu 21.08.2015. http://live.dmp.fi/op-pohjola/Vuosikatsaus_2014_Keski_Suomi/index.html.
- OP- Pohjola- ryhmän vuosikertomus 2013. 2014. Viitattu 25.11.2015. <http://www.op-pohjola-annualreport.fi/OP-Pohjola2013/fi/vastuullisuus/yhteiskuntavastuu-op-pohjola-ryhmassa/finanssialan-megatrendit-riskit-ja-mahdollisuudet>.
- OP Ryhmä. 2015. OPn intrapalvelu Konseptin esittely. OP Ryhmän sisäinen Opinet.
- OP Vuosi 2014. 2015. Viitattu 21.08.2015. <https://www.op.fi/media/liitteet?cid=-66235&srcpl=3&srcpl=3>.
- Paasivaara, L. & Nikkilä, J. 2010. Yhteisöllisyydestä työhyvinvointia. Helsinki: Kirjapaja.
- Palos, A. 2014. Sosiaalisten ohjelmistojen käyttöönoton haasteet organisaatiossa. Pro gradu- tutkielma. Jyväskylän Yliopisto, tietojenkäsittelytieteiden laitos. Viitattu

24.11.2015. <https://jyx.jyu.fi/dspace/bitstream/handle/123456789/43791/URN:NBN:fi:ju-201406182089.pdf?sequence=1>.

Parikka, U. 2011. Vuorovaikutustaidoista työyhteisössä. Viitattu 15.7.2015. Itä-Suomen Yliopisto, työ- ja organisaatio psykologia. Itä-Suomen Yliopiston julkaisu. Docx-tiedosto.

Pohjanen, M. 2011. Kun tavoitteena on asiakasarvon tuottaminen. Viitattu 15.9.2015. <http://some.lappia.fi/blogs/elavalappi/2011/05/14/kun-tavoitteena-on-asiakasarvon-tuottaminen/>.

Rasila, M. & Pitkonen, M. 2009. Hyvä ryhmä, toimiva tiimi. Helsinki: Yrityskirjat.

Rongas, A. 2012. Verkostoituminen ja vertaistyöskentely. Edu.fi:n materiaaleja. Viitattu 30.11.2015. http://www.edu.fi/materiaaleja_ ja_tyotapoja/tvt_opetussessa/mika_ ihmeen_sosiaalinen_media/verkostoituminen_ ja_vertaistyoskentely.

Sosiaalinen intranet ei ole ilmoitustaulu, vaan sähköinen työpaikka. N.d. Sosiaalinen intranet. Viitattu 22.9.2015. <http://www.sosiaalinenintranet.fi/tietoa/>.

Spiik, K-M. 2004. Tulokseen tiimityöllä. Helsinki: WSOY.

Stark, K. & Stewart, B. 2011. How to Hook a Life-time Customer. Viitattu 30.09.2015. <http://www.inc.com/karl-and-bill/how-to-hook-a-life-time-customer.html>.

The Digitisation of everything. How organisations must adapt to changing consumer behavior. 2011. Ernst & Young LLP:n julkaisu. Viitattu 21.11.2015. [http://www.ey.com/Publication/vwLUAssets/The_digitisation_of_everything_-_How_organisations_must_adapt_to_changing_consumer_behaviour/\\$FILE/EY_Digitisation_of_everything.pdf](http://www.ey.com/Publication/vwLUAssets/The_digitisation_of_everything_-_How_organisations_must_adapt_to_changing_consumer_behaviour/$FILE/EY_Digitisation_of_everything.pdf).

Tiimien muodostaminen. N.d. Opetushallitus. Viitattu 15.7.2015. http://www03.edu.fi/oppimateriaalit/puutuoteteollisuus/yrittaminen/soluajattelu/tiimin_muodostaminen.html

Tirkkonen, T. 2013. Mahtavaa markkinointia. Viitattu 15.9.2015. <http://terhotirkkonen.com/tag/asiakasarvo/>.

Trenholm, S. & Jensen, A. 2008. Interpersonal Communication. USA: Oxford University Press.

Tuulaniemi, J. Palvelumuotoilu. 2011. Helsinki: Talentum.

Valkokari, K., Hyötyläinen, R., Kulmala, H., Malinen, P., Möller, K. & Vesalainen, J. 2009. Verkostot liiketoiminnan kehittämisessä. Porvoo: WSOY.

Vehkalahti, K. 2008. Kyselytutkimuksen mittarit ja menetelmät. Helsinki: Tammi.

Verkostoituminen. N.d. Opetushallitus. Viitattu 24.09.2015. [Http://www03.edu.fi/opimateriaalit/puutuoteteollisuus/yrittaminen/liiketoimintaprosessi/verkostoituminen.html](http://www03.edu.fi/opimateriaalit/puutuoteteollisuus/yrittaminen/liiketoimintaprosessi/verkostoituminen.html).

Vilkkä, H. 2005. Tutki ja kehitä. Helsinki: Tammi.

Vuorovaikutus työpaikalla. 2015. Työterveyslaitos. Viitattu 2.8.2015. [Http://www.ttl.fi/fi/tyohyvinvointi/psykososiaaliset_riskit/kuormitustekijoiden_vahentaminen/vuorovaikutus/sivut/default.aspx](http://www.ttl.fi/fi/tyohyvinvointi/psykososiaaliset_riskit/kuormitustekijoiden_vahentaminen/vuorovaikutus/sivut/default.aspx).

Vuorovaikutus työyhteisössä. 2015. Työturvallisuuskeskus. Viitattu 15.7.2015. [Http://www.ttk.fi/index.phtml?s=134](http://www.ttk.fi/index.phtml?s=134).

Ward, T. 2012. The Social Intranet. Prescient Digital Media. Viitattu 24.11.2015. [Http://www.prescientdigital.com/downloads/social-intranet-whitepaper-prescient-digital-feb2012.pdf](http://www.prescientdigital.com/downloads/social-intranet-whitepaper-prescient-digital-feb2012.pdf).

Ward, T. 2013. State of the Social Intranet. Prescient Digital Media. Viitattu 03.12.2015. [Http://www.prescientdigital.com/downloads/2012%20Social%20Intranet%20Study_Summary_Prescient%20Digital%20Media.pdf](http://www.prescientdigital.com/downloads/2012%20Social%20Intranet%20Study_Summary_Prescient%20Digital%20Media.pdf).

Yhteisöllisyys. 2013. Opetushallituksen laatima materiaali. Viitattu 22.9.2015. [Http://www.edu.fi/yleissivistava_koulutus/teemat/osallisuus_ja_oppilaskuntatoiminta/yleissivistava_koulutus/teemat/osallisuus_ja_oppilaskuntatoiminta/osallisuus/yhteisollisyys](http://www.edu.fi/yleissivistava_koulutus/teemat/osallisuus_ja_oppilaskuntatoiminta/yleissivistava_koulutus/teemat/osallisuus_ja_oppilaskuntatoiminta/osallisuus/yhteisollisyys).

Liitteet

Liite 1. Verkkokyselylomake



Uusi Intra - henkilöstökysely 2015

Jyväskylän Ammattikorkeakoulun opiskelijat Iida Kilpiö ja Roosa-Maria Kanninen tekevät pankin toimeksiannosta opinnäytetyötään,

johon liittyy lyhyt kysely henkilöstölle uuden Intran tuomista parannuksista.

Kysymyksiin vastataan anonyymisti ja vastaukset jäävät OP Keski-Suomen sisäiseen käyttöön.

Tutkimuksen vastaamiseen viimeinen päivä on 03.11.2015.

Toivon, että sinulla on mahdollisuus käyttää hetki aikaa kyselyyn vastaamiseen.

Ystävällisin terveisin, OP Keski-Suomi

Lisätietoja: Henkilöstöjohtaja Eija Tolkki puh. 010 256 5515

1. Sukupuoli: *

Nainen

Mies

2. Ikä: *

alle 29

29-39

40-49

50-59

60-

3. Työtehtävä: *

(Jos olet esimies tai johtoryhmän jäsen - valitse vastausvaihtoehto esimies)

- Toimihenkilö
- Esimies

4. Toimipaikka, jossa työskentelet: *

- Hankasalmi
- Joutsa
- Karstula
- Keljo
- Laukaa
- Palokka
- Saarijärvi
- Seppälä
- Vaajakoski
- Viitasaari
- Äänekoski
- Keskitetyt palvelut
- Pääkonttori, henkilöasiakkaat
- Pääkonttori, yrityspankki
- Pääkonttori, Private
- Pääkonttori, muu

5. Kuinka paljon olet saanut koulutusta ja informaatiota uudesta Intrasta ennen sen käyttöönottoa?

- 1 = Hyvin vähän
- 2 = Melko vähän
- 3 = Ei vähän eikä paljon
- 4 = Melko paljon
- 5 = Hyvin paljon
- EOS = En osaa sanoa

1 2 3 4 5 EOS

○ ○ ○ ○ ○ ○

6. Kuinka paljon olet itse tutustunut Intraa koskeviin materiaaleihin (Opinetin materiaalit sekä Intran koulutukset Lyncillä) ennen sen käyttöönottoa?

1 = Hyvin vähän
 2 = Melko vähän
 3 = Ei vähän eikä paljon
 4 = Melko paljon
 5 = Hyvin paljon
 EOS = En osaa sanoa

1 2 3 4 5 EOS

○ ○ ○ ○ ○ ○

7. Uusi Intra on mielestäsi kiinnostava

1 = Täysin eri mieltä
 2 = Jokseenkin eri mieltä
 3 = Ei samaa eikä eri mieltä
 4 = Jokseenkin samaa mieltä
 5 = Täysin samaa mieltä
 EOS = En osaa sanoa

1 2 3 4 5 EOS

○ ○ ○ ○ ○ ○

8. Uusi Intra on helppokäyttöinen

1 = Täysin eri mieltä
 2 = Jokseenkin eri mieltä
 3 = Ei samaa eikä eri mieltä
 4 = Jokseenkin samaa mieltä
 5 = Täysin samaa mieltä
 EOS = En osaa sanoa

1 2 3 4 5 EOS

○ ○ ○ ○ ○ ○

9. Mitä seuraavista Intran (uusista/uudistuneista) ominaisuuksista olet hyödyn-
tänyt?

- Mediapankki
- Blogit
- Keskustelupalstat
- Oma sivusto (oma profiili)
- Uudistunut hakupalvelu
- Oman pankin työtila- "Pankkini"
- Ryhmän verkkouutiset
- JoPo

10. Kuinka aktiivinen olet ollut Intran käytössä tähän mennessä?

- Käytän päivittäin
- Käytän 3-4 kertaa viikossa
- Käytän noin kerran viikossa
- Käytän harvemmin kuin kerran viikossa

11. Mitä parannuksia Intra on tuonut mielestäsi verrattuna vanhaan Opine-
tiin?

YHTEISÖLLISYYS

Intran oma profiili on lisännyt avoimuutta työntekijöiden välille

Toisen työntekijän profiilikuvan näkeminen on tuonut lisää tunnettavuutta työntekijöiden välille

13. Miten Intra on mielestäsi lisännyt yhteisöllisyyttä ja yhteenkuuluvuuden tunnetta?

TIIMIEN VÄLINEN VUOROVAIKUTUS

Seuraavat kohdat käsittelevät, mitä lisäarvoa Intra tuo tiimien väliseen vuorovaikutukseen.

14. Vastaa seuraaviin kohtiin asteikolla 1-5

- 1 = Täysin eri mieltä
- 2 = Jokseenkin eri mieltä
- 3 = Ei samaa eikä eri mieltä
- 4 = Jokseenkin samaa mieltä
- 5 = Täysin samaa mieltä
- EOS = En osaa sanoa

Huomaathan, että jokaisen väittämän lopussa on mahdollisuus kommentointiin.

14. Vastaa seuraaviin kohtiin asteikolla 1-5

- 1 = Täysin eri mieltä
- 2 = Jokseenkin eri mieltä
- 3 = Ei samaa eikä eri mieltä

4 = Jokseenkin samaa mieltä
 5 = Täysin samaa mieltä
 EOS = En osaa sanoa

Huomaathan, että jokaisen väittämän lopussa on mahdollisuus kommentointiin.

	1	2	3	4	5	EOS
Uusi Intra on helpottanut vuorovaikutusta OP Keski-Suomen työntekijöiden välillä	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Intra on helpottanut vuorovaikutusta OP Keski-Suomen tiimien välillä	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Intra on helpottanut vuorovaikutusta OP Ryhmän työntekijöiden välillä	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Intra lisää kaksivuoroista keskustelua (kaikki pystyvät viestimään ja osallistumaan keskusteluun)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Intran oma profiili lisää vuorovaikutusta muiden työntekijöiden kanssa	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Toisen työntekijän profiilin näkeminen madaltaa kynnystä ottaa yhteyttä toisiin työntekijöihin	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Henkilökunnalle suunnatut uutiset ja tiedotteet ovat paremmin näkyvillä uudessa Intrassa	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

15. Miten Intra on mielestäsi lisännyt vuorovaikutusta tiimien välillä?

LISÄARVO ASIAKASKOHTAAMISEEN JA MYYNTITYÖHÖN

Seuraavat kohdat käsittelevät Intran tuomaa lisäarvoa omassa työskentelyssäsi asiakas-kohtaamisissa ja myyntityössä.

16. Vastaa seuraaviin kohtiin asteikolla 1-5

- 1 = Täysin eri mieltä
- 2 = Jokseenkin eri mieltä
- 3 = Ei samaa eikä eri mieltä
- 4 = Jokseenkin samaa mieltä
- 5 = Täysin samaa mieltä
- EOS = En osaa sanoa

Huomaathan, että jokaisen väittämän lopussa on mahdollisuus kommentointiin.

16. Vastaa seuraaviin kohtiin asteikolla 1-5

- 1 = Täysin eri mieltä
- 2 = Jokseenkin eri mieltä
- 3 = Ei samaa eikä eri mieltä
- 4 = Jokseenkin samaa mieltä
- 5 = Täysin samaa mieltä
- EOS = En osaa sanoa

Huomaathan, että jokaisen väittämän lopussa on mahdollisuus kommentointiin.

	1	2	3	4	5	EOS
Uusi Intra tuo lisäarvoa omaan asiakaskohtaamiseen	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Intrasta on minulle konkreettista apua myyntityössä	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Työssäsi käyttämät materiaalit ovat Intrasta helposti löydettävissä	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Intra nopeuttaa työskentelyäsi asiakaspalvelutilanteessa	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Uudistunut hakupalvelu nopeuttaa tiedonhakua	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

17. Millä tavoin uusi Intra on parantanut tuottamaasi asiakaskokemusta?

Intra on parantanut tiedonkulkua työntekijöiden ja oman tiimin esimiehen välillä

Sähköpostiviestintä on vähentynyt Intran myötä

Intran myötä kynnys jakaa omaa tietotaitoa muiden näkyville on madaltanut.

19. Miten koet Intran parantaneen tiedonkulkua OP Keski-Suomessa?

INTRA TULEVAISUUDESSA

20. Vastaa seuraaviin kohtiin asteikolla 1-5

- 1 = Täysin eri mieltä
- 2 = Jokseenkin eri mieltä
- 3 = Ei samaa eikä eri mieltä
- 4 = Jokseenkin samaa mieltä
- 5 = Täysin samaa mieltä
- EOS = En osaa sanoa

Huomaathan, että jokaisen väittämän lopussa on mahdollisuus kommentointiin.

20. Vastaa seuraaviin kohtiin asteikolla 1-5

- 1 = Täysin eri mieltä
- 2 = Jokseenkin eri mieltä
- 3 = Ei samaa eikä eri mieltä
- 4 = Jokseenkin samaa mieltä
- 5 = Täysin samaa mieltä
- EOS = En osaa sanoa

Huomaathan, että jokaisen väittämän lopussa on mahdollisuus kommentointiin.

	1	2	3	4	5	EOS
Intra tulee jatkossa lisäämään yhteisöllisyyttä OP Keski-Suomessa entisestään	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Intra tulee lisäämään vuorovaikutusta tiimien välillä jatkossa	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Intra tulee helpottamaan tiedonkulkua työntekijöiden ja tiimien välillä jatkossa entistä enemmän	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Intra tulee jatkossa helpottamaan verkostoitumista toisten työntekijöiden kanssa	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Intran myötä sisäinen viestintä OP Keski-Suomessa tulee yhä enemmän muuttumaan sosiaalisen median kaltaiseksi kanssakäymiseksi	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Tulen jatkossa osallistumaan Intrassa käytäviin keskusteluihin	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

21. Mitä asioita mielestäsi Intra tulee tulevaisuudessa parantamaan ja lisäämään eniten?

Liite 2. Sähköpostin saate teksti ja muistutus

Jyväskylän Ammattikorkeakoulun opiskelijat Iida Kilpiö ja Roosa-Maria Kanninen tekevät pankin toimeksiannosta opinnäytetyötään, johon liittyy lyhyt kysely henkilöstölle uuden Intran tuomista parannuksista.

Kysymyksiin vastataan anonyymisti ja ne jäävät OP Keski-Suomen sisäiseen käyttöön. Tutkimuksen vastaamiseen viimeinen päivä on 03.11.2015.

Toivon, että sinulla on mahdollisuus käyttää hetki aikaa kyselyyn vastaamiseen. Klikkaa kyselyyn tästä:

(LINKKI)

Ystävällisin terveisin,

OP Keski-Suomi

Lisätietoja: Henkilöstöjohtaja Eija Tolkki puh. 010 256 5515

Hei,

vielä ehdit vastata Intraa koskevaan kyselyyn, vastausaikaa on **tiistaihin 3.11.** klo. 23.59 saakka.

Klikkaa linkkiin tästä:

(LINKKI)

Kiitos paljon jo vastanneille ja mukavaa syksyn jatkoa!

Liite 3. Avoimista kysymyksistä esiin nousseet asiat

Kysymys 11. Intran tuomat parannukset verrattuna vanhaan Opinetiin

- Parantunut hakukone
- Oma profiili
- Kollegoiden valokuvat esille
- Keskusteluominaisuus
- Tiedon jakaminen
- Avoimuus
- Uutissyöte
- Selkeä ja looginen ulkoasu
- Kommentointimahdollisuus
- Vuorovaikutusmahdollisuudet

Kysymys 13. Yhteisöllisyyttä lisänneet tekijät

- Toisten kuvat
- Oma profiili
- Kommentoin- ja tykkäysmahdollisuudet
- Keskustelu
- Oikean ihmisen löytäminen
- Toisten seuraaminen
- Facebookmaisuus

Kysymys 15. Vuorovaikutusta lisänneet tekijät

- Oma profiili

- Keskustelu
- Kollegoiden osaamisalueet näkyvillä
- Avoin viestiminen

Kysymys 17. Asiakaskokemusta parantaneet tekijät

- Uudistunut hakupalvelu

Kysymys 19. Tiedonkulkua parantaneet tekijät

- Oman pankin sivu
- Tiedonkulun nopeus
- Avoin viestiminen
- Kaksisuuntainen viestintä

Kysymys 21. Intran tuomat parannukset tulevaisuudessa

- Avoimuuden lisääntyminen
- Vaikutusmahdollisuuksien lisääntyminen
- Nopeampi tempo keskusteluun
- Yhteydenpito kollegoihin
- Tiedon jakaminen
- Vuorovaikutuksen lisääntyminen
- Vertaistuki
- Verkostoitumisen mahdollisuudet
- Mielenpitojen vaihto
- Tiedottamisen helppous
- Omien onnistumisien jakaminen muille
- Avun saaminen helpottuu
- Yhteisöllisyyden parantuminen
- Some-maailma tulee tutuksi
- Tiedotteet yhdessä kanavassa
- Tiedonhaku helpottuu

