

LOPPURAPORTTI

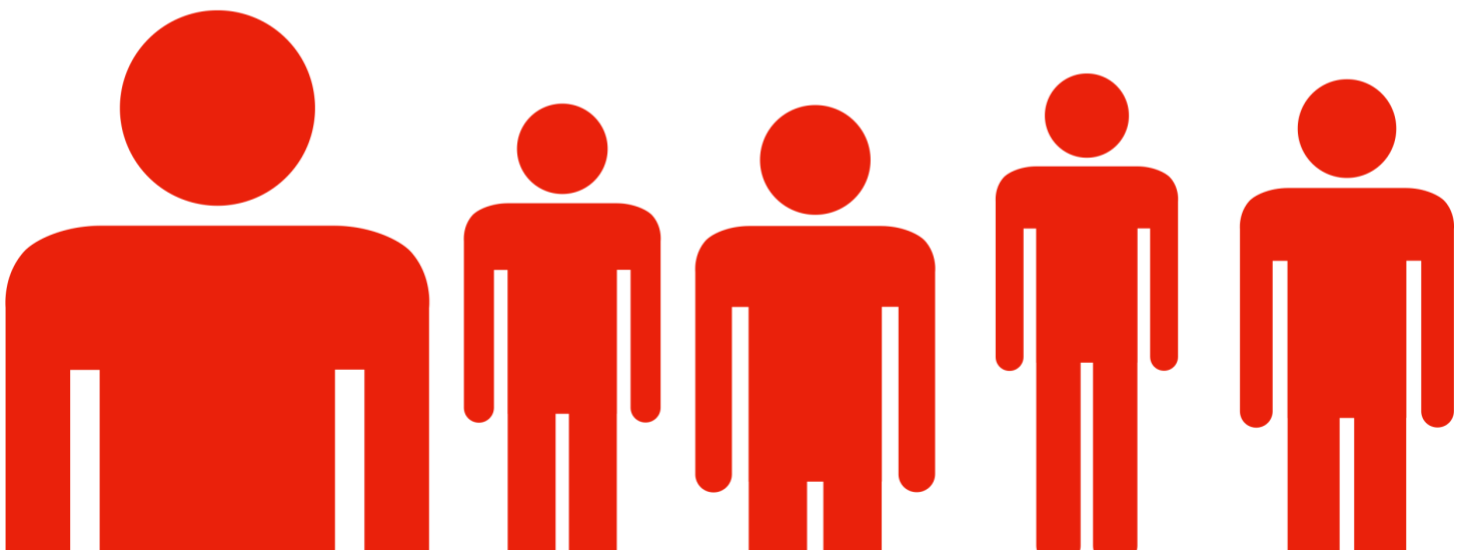


Aalto University
School of Science X

SOFIGATE

TUOTANTOTALOUDEN STUDIO TU-C9260

Sonia
Miska
Roosa
Märt Vesinurm
lines



Tiivistelmä

Konsultointipalveluita tarjoavissa yrityksissä työntekijät saattavat viettää pitkiä aikoja asiakkaiden luona toimeksiantojen parissa, jolloin työntekijöiden tavoitettavuus on pitkälti erilaisten sisäisen viestinnän alustojen varassa. Työntekoon varatut resurssit, kuten sisäiseen viestintään tarkoitetut alustat, vaikuttavat työntekijän hyvinvointiin. Työntekijät ja heidän hyvinvointinsa ovat tärkeitä konsultointipalveluita tarjoavalle yritykselle, ja tämän tutkimuksen tavoitteena onkin selvittää sisäisen viestinnän alustojen ominaisuuksien merkitystä työntekijän verkostoitumisen ja hyvinvoinnin kannalta. Pyrimme tunnistamaan ominaisuuksia, jotka vaikuttavat positiivisesti työntekijöiden verkostoitumiseen ja hyvinvointiin, ja joiden perusteella yhteistyöyrityksemme Sofigate Oy voisi valita käyttötarkoituksiinsa sopivia sisäisen viestinnän alustoja.

Työhyvinvoinnista sekä verkostoitumisesta on olemassa paljon aikaisempaa kirjallisuutta ja tutkimuksia, joissa aiheita lähestytään monipuolisesti useasta eri näkökulmasta. Sisäisen viestinnän alustojen ominaisuuksia ei kuitenkaan ole tutkittu kovin kattavasti, vaan tutkimus on keskittynyt pikemminkin sosiaalisen median alustojen ominaisuuksiin.

Keräämämme aineisto vahvistaa kirjallisuuden muodostamaa kuvaa siitä, että työhön varatut resurssit vaikuttavat merkittävästi työntekijöiden hyvinvointiin. Sofigaten työntekijät kokevat kollegoilta saadun tuen tärkeimmäksi työhyvinvointiin vaikuttavaksi resurssiksi. Aineisto vahvistaa myös aiemmassa kirjallisuudessa tehdyn huomion siitä, että sisäisen viestinnän alustan käyttöönottopäätökseen ja mielekkyyteen vaikuttaa eniten alustan helppokäyttöisyys. Empirian perusteella Sofigaten käyttämät sisäisen viestinnän alustat eivät tällä hetkellä tue verkostoitumista ennalta tuntemattomiin kollegoihin. Sofigaten työntekijät kokevat tärkeäksi, että johto määrittelee selkeästi yrityksen käyttämät sisäisen viestinnän alustat ja niiden käyttötarkoitukset. Työntekijät uskovat, että tällä tavoin tieto virtaisi yrityksen sisällä paremmin.

Sisältö

1 Johdanto	1
1.1 Kohdeyritys	1
1.2 Tutkimuksen taustat	1
2 Tutkimusongelma	3
3 Tutkimuksen toteutus	4
3.1 Kirjallisuuskatsauksessa käytetyt tutkimusmenetelmät	4
3.2 Empiirinen tutkimus ja sen menetelmät	4
4 Teoreettinen tausta	6
4.1 Työhyvinvointiin vaikuttavat tekijät	6
4.1.1 Vaatimusten ja resurssien vaikutus työhyvinvointiin	7
4.1.2 Työhyvinvointi eri työtehtävissä	7
4.2 Verkostoitumista edistävät ominaisuudet sisäisen viestinnän alustoissa ...	8
4.2.1 Käyttöä lisäävät ominaisuudet Web 2.0 -alustoissa	9
4.2.2 Käyttöä hankaloittavat ominaisuudet Web 2.0 -sovelluksissa ...	9
4.2.3 Web 2.0 -alustojen hyödyntäminen yrityksen sisäisen viestinnän kanavana	11
4.3 Verkostoitumisen vaikutus työhyvinvointiin	11
4.3.1 Ammatillinen ja henkilökohtainen verkostoituminen	11
4.3.2 Verkostoitumisen vaikutus positiivisiin henkisiin voimavaroihin	12
5 Empiria	14
5.1 Työn vaatimukset ja tarjotut resurssit	15
5.2 Sisäisen viestinnän alustat	17
5.3 Sisäisen viestinnän alustojen ominaisuudet	19
6 Johtopäätökset	21
6.1 Millaisilla sisäisen viestinnän alustoilla voidaan edistää työntekijöiden verkostoitumista?	21

6.2 Miten verkostoituminen parantaa työntekijöiden hyvinvointia?	22
6.3 Suositukset Sofigatelle	23
7 Työn kriittinen tarkastelu	25
8 Yhteenveto	27
9 Lähteet	28
Liite A: Haastattelurunko Sofigaten työntekijöille	31
Liite B: Haastattelurunko Sofigaten hyvinvointivalmentajalle	32
Liite C: Kysely Sofigaten työntekijöille	33
Liite D: Kysely kaikille	35

1 Johdanto

Yrityksille on yhä tärkeämpää tarjota työntekijöilleen sisäisiä sosiaalisen viestinnän työkaluja, sillä uuden sukupolven työntekijät käyttävät sosiaalisia työkaluja pääkeinonaan kommunikoidessa (DiMicco *et al.*, 2008). Sosiaalisella kanssakäymisellä on puolestaan suuri merkitys työhyvinvointiin (Farrell & Geist-Martin, 2005). Huolehtiakseen siis työntekijöidensä hyvinvoinnista, tulee yritysten pystyä tarjoamaan asianmukaisia sisäisen viestinnän työkaluja sosiaalista kanssakäymistä varten.

Tässä luvussa esittelemme yhteistyöyrityksemme Sofigate Oy:n, jäljempänä Sofigate. Käymme läpi myös tutkimuksen taustat, minkä jälkeen kuvailemme tutkimusongelman.

1.1 Kohdeyritys

Yhteistyöyrityksemme Sofigate on vuonna 2003 perustettu bisnesteknologiayritys, jonka liiketoiminnasta suurimman osan muodostavat erilaiset konsultointipalvelut. Sofigate luonnehtii itseään matalan hierarkian kasvuyritykseksi. Viimeisen 15 vuoden aikana yritys on kasvanut sekä orgaanisesti, palkkaamalla lisää työntekijöitä että epäorgaanisesti, ostamalla liiketoimintoja. Sofigaten 500 henkeä käsittävä henkilöstö on jakautunut kahdeksaan toimistoon ja neljään eri maahan. Tällä hetkellä toimistoja on Suomen lisäksi Ruotsissa, Tanskassa ja Iso-Britanniassa. Yrityksen pääkonttori sijaitsee Otaniemessä, Espoossa. (Sofigate, 2018)

1.2 Tutkimuksen taustat

Valtaosa yhteistyöyrityksemme henkilöstöstä työskentelee asiakkaiden tiloissa suurimman osan työajastaan ja käy Sofigaten toimistolla harvoin. Asiakkaiden luona työskennellessään Sofigaten työntekijät ovat tyypillisesti johtamassa muutosta stressaavassa ympäristössä. Ilman sisäisen viestinnän kanavia, nämä työntekijät eivät välttämättä kohtaisi muita Sofigaten työntekijöitä. Toisinaan asiakkaiden tilaamat projektit ovat Sofigaten työntekijöiden mukavuusalueen ulkopuolella. Tällaisissa tilanteissa Sofigate toivoo, että työntekijät voisivat hyödyntää toistensa

ammattitaitoa ja kysyä toisiltaan apua ilman, että he – työympäristön luonteesta johtuen – kohtaavat kasvokkain. Sisäisen viestinnän tulisi siis toimia siten, että se edistäisi Sofigaten työntekijöiden keskinäistä verkostoitumista. Jotta näin tapahtuisi, Sofigaten käyttämien sisäisen viestinnän alustojen tulisi mahdollistaa viestien sujuva kulku eri toimistojen ja työntekijöiden välillä etäisyyksistä huolimatta. (Sofigate, 2018)

Kun yrityksen henkilöstö työskentelee alati muuttuvassa ja stressaavassa ympäristössä, on tärkeää pitää huolta myös työntekijöiden hyvinvoinnista. Ihmiset ovat konsultointipalveluita tarjoavan Sofigaten arvokkainta pääomaa, minkä takia työntekijöiden hyvinvointi on Sofigatelle erityisen oleellista. Tästä johtuen Sofigate pyrkii kasvattamaan työntekijöidensä hyvinvointia ja vahvistamaan henkilöstönsä yhteenkuuluvuuden tunnetta sisäisen viestinnän avulla. Sofigaten mukaan työntekijöillä on oltava sellainen olo, että heistä pidetään huolta. Nopeasti kasvavassa yrityksessä aloittaa uusia työntekijöitä kuukausittain ja heidät halutaan saada ripeästi osaksi yritystä ja sen organisaatiokulttuuria – siitäkin huolimatta ja erityisesti siksi, että he eivät työssään juuri kohtaa muuta henkilöstöä. Sofigate toivoo, että yrityksen vahvat sisäiset verkostot lisäävät lopulta henkilöstön hyvinvointia. (Sofigate, 2018)

Tällä hetkellä haasteita verkostoitumisen ja työhyvinvoinnin tavoitteisiin aiheuttaa Sofigaten sisäiseen viestintään käyttämien alustojen pirstaloituneisuus ja vaikeakäyttöisyys. Yrityksen intranet sijaitsee Microsoft Officen Sharepoint -palvelussa. Intranetissä tieto on jaoteltu vaikeasti ja sivuilta puuttuu muun muassa hakutoiminto. Microsoft Teams -palvelua käytetään yrityksen sisäisenä sosiaalisen median palveluna, joka ei kuitenkaan ole osoittautunut erityisen tehokkaaksi tai luonnolliseksi työkaluksi. Käytössä on myös Skiller -verkostoitumispalvelu, johon työntekijät voivat rekisteröityä ja merkitä itsensä jonkin alan asiantuntijoiksi tai siitä kiinnostuneiksi. Palvelussa voi hakea yrityksen sisältä tietyn alan asiantuntijoita. Palvelu koetaan Sofigatella toimivaksi, mutta viestinnän pirstaloituneisuuden vuoksi tarpeeksi moni ei käytä palvelua. Ajankohtaisista asioista Sofigate viestii sähköpostitse työyhteisönsä jäsenille Sofigate Times - uutiskirjeellä. Uutiskirjeen tarkoitus on paitsi nostaa työyhteisön onnistumisia ja siten kannustaa työntekijöitä, myös ohjata heitä intranetiin. Näiden virallisten sisäisen viestinnän alustojen lisäksi Sofigaten työntekijöillä on myös lukuisia epävirallisia viestiryhmiä. Eri alustoja on siis useita, eivätkä työntekijät päädy käyttämään niitä siinä määrin kuin Sofigate toivoisi. (Sofigate, 2018)

2 Tutkimusongelma

Yhteistyöyrityksen tämänhetkisen tilanteen ja sen toiveet huomioon ottaen, tutkimuksemme käsittelee nopeasti kasvavan konsultointiyrityksen sisäisen viestinnän haasteita ja sitä, kuinka yritys voi sisäisen viestinnän keinoin parantaa työntekijöiden hyvinvointia ja keskinäistä verkostoitumista. Päädyimme yhteistyöyrityksemme Sofigaten kanssa siihen, että keskitymme sisäisen viestinnän alustojen ominaisuuksiin, emmekä sisäisen viestinnän sisältöön.

Tutkimuskysymyksiksi muotoituivat lopulta:

- **Millaisilla sisäisen viestinnän alustoilla voidaan edistää työntekijöiden verkostoitumista?**
- **Miten verkostoituminen parantaa työntekijöiden hyvinvointia?**

Tutkimuskysymyksiä lähestytään ensin teoreettisen tutkimuksen sekä lopulta empirian keinoin. Kirjallisuuskatsaus petaa teoreettisen pohjan tutkimuskysymysten tarkasteluun. Empiria puolestaan sitoo tutkimuksen yhteistyöyrityksemme Sofigaten kontekstiin, jota tarkastellaan luvussa 3.

3 Tutkimuksen toteutus

Tässä luvussa käydään läpi tutkimuksessa käytettyjä tiedonkeruumenetelmiä niin teorian kuin empiriankin osalta. Laajan teoreettisen pohjan ja toteuttamamme empirian avulla analysoimme myöhemmin tutkimuskysymyksiä.

3.1 Kirjallisuuskatsauksessa käytetyt tutkimusmenetelmät

Teoreettinen taustamateriaalimme perustuu olemassa oleviin tutkimuksiin ja artikkeleihin. Keräsimme tämän materiaalin Google Scholarista sekä Aallon oppimiskeskuksen hakupalvelu Aalto-Finnasta. Tutkimuksessa käytettävät Sofigateen liittyvät tiedot ovat peräisin yrityksen tarjoamasta materiaalista sekä tapaamisista henkilöstön kanssa.

Tutkimuskysymyksiä mukailen etsimme tieteellistä lähdemateriaalia seuraavista aihealueista: työhyvinvointiin vaikuttavat tekijät, verkostoitumista edistävät sisäisen viestinnän alustojen ominaisuudet sekä verkostoitumisen vaikutus työhyvinvointiin. Verkostoitumisesta ja hyvinvoinnista löytyy tieteellisiä tutkimuksia melko laajasti. Sisäisen viestinnän alustojen ominaisuuksia käsitteleviä tieteellisiä tutkimuksia on kuitenkin niukemmin saatavilla.

3.2 Empiirinen tutkimus ja sen menetelmät

Päädyimme tekemään empiiristä tutkimusta haastattelujen ja kyselyjen avulla. Lähettämällä kyselyn Sofigaten työntekijöille olemme pystyneet tavoittamaan henkilöstöä laajasti ympäri Suomen. Toteuttamalla kuusi yksilöhaastattelua olemme puolestaan saaneet kerättyä yksityiskohtaisempaa tietoa työntekijöiltä. Saadaksemme Sofigaten tilanteeseen vertailtavaa materiaalia olemme laittaneet myös toisen kyselyn jakoon Espoon puskaradio -Facebook-ryhmään. Myöhemmin tutkimusraportissamme käytämme tästä kyselystä nimitystä yleinen kysely.

Sofigaten työntekijöille suunniteltu kysely on jaettu yhden työntekijän avulla Helsingin, Tampereen ja Oulun toimistoille. Tavoitteena on ollut kerätä tietoa laajasti työntekijöiden

käyttämistä sisäisen viestinnän alustoista sekä näiden käyttökokemuksista. Lisäksi olemme keränneet tietoa siitä, miten Sofigaten työntekijät kokevat sisäisen viestinnän vaikuttavan heidän hyvinvointiinsa töissä. Keräämämme tiedon avulla pystymme löytämään mahdollisia korrelaatioita yrityksen sisäisen viestinnän onnistumisen, sisäisen viestinnän alustojen ja työntekijöiden hyvinvoinnin välillä, sekä suosittelemaan erilaisia sisäisen viestinnän alustojen ominaisuuksia, joita yrityksen työntekijät ovat kokeneet hyödyllisiksi tai tarpeellisiksi.

Kaikki haastattelut on toteutettu yksilöhaastatteluina kasvokkain Sofigaten toimistolla Otaniemessä. Haastattelut on äänitetty muistiinpanoja varten ja niistä saatuja tietoja on hyödynnetty johtopäätöksiä tehdessä. Haastatteluilla on tutkittu samoja asioita kuin kyselyllä, mutta kysymykset ovat avoimempia ja siksi vastaukset myös runsaampia.

Jaoin myös yleisen kyselyn Espoon puskaradio -Facebook-sivulle, josta olemme saaneet vertailukohtia Sofigaten kohtaamiin sisäisen viestinnän haasteisiin. Tämän avulla olemme pystyneet myös keräämään tietoa siitä, minkälaiset sisäisen viestinnän alustojen ominaisuudet on koettu toimiviksi muissa yrityksissä.

4 Teoreettinen tausta

Tässä luvussa käymme tutkimusongelmaa läpi kolmesta eri näkökulmasta jo olemassa olevan kirjallisuuden avulla. Käsittelemme työhyvinvointiin vaikuttavia tekijöitä sekä tarkastelemme työntekijöiden verkostoitumiseen vaikuttavia sisäisen viestinnän alustojen ominaisuuksia. Tämän jälkeen käymme läpi myös verkostoitumisen vaikutusta työhyvinvointiin.

4.1 Työhyvinvointiin vaikuttavat tekijät

Työhyvinvointi koostuu niin työympäristöstä ja työyhteisöstä kuin yksilön henkilökohtaisesta terveydentilasta ja elämäntavoista. Työhyvinvointiin vaikuttavat työn mielekkyys, työn ennalta-arvattavuus, työolosuhteet, odotukset ja vaatimukset, sekä töissä vallitseva ilmapiiri. Työhyvinvointi on niin työntekijän, työnantajan kuin koko yhteiskunnan etu. Työhyvinvointi sisältyy kokonaisvaltaisesti yksilön hyvinvointiin, eikä siis ole erillinen osa tämän elämää. (Virolainen, 2012)

Demand-control-support -mallissa (DCM; Karasek 1979, 1998) on esitetty työpahoinvoinnin aiheutuvan korkeiden vaatimusten suhteesta vähäiseen kontrolliin työnteossa (Karasek, 1979, 1998). Kontrollilla tarkoitetaan tässä yksilön mahdollisuuksia vaikuttaa omaan työnteoonsa sekä yrityksen toimintaan ja päätöksiin. Effort-reward imbalance - malli (ERI; Siegrist, 1996) puolestaan ehdottaa työstä aiheutuvan rasituksen johtuvan yksilön asettaman työpanoksen sekä hänen kokemansa palkitsemisen välisestä epätasapainosta. Työpanoksella viitataan työntekijälle asetettuihin vaatimuksiin ja tämän motivaatioon vastata näihin. Palkitsemisella tarkoitetaan yksilölle aiheutuvia muutoksia palkassa tai työasemassa (Siegrist, 1996). DCM- ja ERI-malleja on kuitenkin kritisoitu niiden vähäisestä näytöstä ja soveltumattomuuksista eri työasemiin (Bakker & Demerouti, 2007). Bakker & Demerouti (2007) kritisoivat DCM- ja ERI-mallien yksinkertaisuutta, ja ehdottavat, että eri suhteet vaatimusten ja palkitsemisen välillä, saattavat vaikuttaa yhtäläillä henkilön työpahoinvointiin.

4.1.1 Vaatimusten ja resurssien vaikutus työhyvinvointiin

Job Demands-Resources -malli (JD-R; Bakker & Demerouti, 2007) esittää työhyvinvoinnin perustuvan työn vaatimusten sekä käytettävissä olevien resurssien väliseen tasapainoon. Työssä koettujen liian korkeiden vaatimusten katsotaan ennustavan työntekijän loppuun palamista sekä epäsuorasti poissaolojen pituuksia. Työresurssien uskotaan puolestaan ennustavan työntekijän sitoutumista sekä poissaolojen määriä. Työn vaatimuksiin luetaan kaikki fyysisistä tai psyykkistä ponnistusta tai taitoa vaativat yrityksen luomat toiminnot. Nämä ovat myös yhteydessä syntyneisiin kuluihin yksilön voimavaroissa. Työn resursseilla tarkoitetaan kaikkia fyysisiä, psyykkisiä, sosiaalisia ja yrityksen tarjoamia työkaluja. Nämä resurssit auttavat saavuttamaan työtavoitteita, vähentävät työn vaatimuksista aiheutuvia fyysisiä tai psyykkisiä kustannuksia ja kannustavat työntekijää henkilökohtaiseen kasvuun, oppimiseen ja kehittymiseen.

Työn resurssit voivat olla yleisiä, eli ilmetä organisaatioiden tasolla, interaktiivisia sekä sosiaalisia, työn oppimiseen sekä yhtiön järjestäytymiseen liittyviä tai vaihtoehtoisesti tehtäväkohtaisia. Yleisiä työresursseja ovat esimerkiksi palkka, etenemismahdollisuudet sekä työturvallisuus. Interaktiivisiin sekä sosiaalisiin resursseihin luetaan esimerkiksi työilmapiiri sekä työntekijöiden väliset suhteet. Yhtiön järjestäytymiseen katsotut resurssit liittyvät työasemien selkeyteen sekä mahdollisuuksiin vaikuttaa päätöksentekoon. Viimeisenä, tehtäväkohtaisiin resursseihin kuuluvat palaute, työn tärkeys ja identiteetti, autonomia sekä yksilön taidot. (Bakker & Demerouti, 2007)

4.1.2 Työhyvinvointi eri työtehtävissä

Bakker ja Demerouti (2007) olettavat JD-R -mallissaan, että eri työpaikoilla saattaa vallita toisistaan eroavat toimintatavat. Heidän mukaansa nämä yrityksille ominaiset tavat ovat kuitenkin aina jaettavissa kahteen eri luokkaan: työn vaatimuksiin sekä resursseihin. Bakker ja Demerouti selittävät että syy, miksi tietyt resurssit saattavat vähentää räsitystä tehokkaammin yhdessä työpaikassa, mutta eivät toisessa johtuu täysin työtehtävästä ja -asemasta sekä yrityksessä vallitsevista toimintatavoista. He nostavat JD-R -mallissaan esiin myös rakentavan palautteen merkityksen. Bakker ja Demerouti huomauttavat, että kun rakentava palaute nähdään resurssina,

työntekijä saa mahdollisuuden oppia tekemään työnsä tehokkaammin. He ovat myös todenneet rakentavan palautteen antamisen lisäävän esimiesten sekä työntekijöiden välistä kommunikaatiota, joka voi vaikuttaa myös esimiehen työhyvinvointiin positiivisesti. Hyvästä suoriutumisesta puhumalla tai positiivisesti suoriutumista käsitellen voidaan ylläpitää motivaatiota, ohjata työntekijöitä jatkamaan hyvää työtä sekä täten ennaltaehkäistä ongelmia ja rasituksia (Hackman & Oldham, 1980).

JD-R -malliin perustuvassa tutkimuksessa on osoitettu, että tarjoamalla työhön sopivat resurssit on mahdollista pienentää työn vaativuuden vaikutusta työntekijän kokemaan rasitukseen. Malli olettaa, että vaikka työn vaatimustaso olisi suuri, työntekijän kokema rasitus nousisi korkeintaan keskimääräiselle tasolle silloin, kun interaktiivisuuteen varatut resurssit ovat laadukkaat. (Bakker & Demerouti, 2007)

4.2 Verkostoitumista edistävät ominaisuudet sisäisen viestinnän alustoissa

Ojaman (2016) mukaan verkosto on yksikköjen joukko, joka on yhdistynyt yksikköjen välisillä siteillä, ja verkostoituminen tarkoittaa tällaisen verkoston luomista tai sen kasvattamista. Hänen mukaansa sosiaalisessa kontekstissa verkostoituminen on myös tapa lähestyä toisia ihmisiä; tavoitteena on jollakin tavalla hyötyä itse tai hyödyttää vastapuolta, esimerkiksi auttamalla. Keskitymme erityisesti Web 2.0 -pohjaisten alustojen hyödyntämiseen sisäisessä viestinnässä, sillä termi viittaa yhteisöllisiin WWW-palvelimiin, kuten sosiaalisen median alustoihin, blogeihin ja wikeihin, jotka rakentavat sosiaalisesti yhtenäisempää verkkoa (O'Reilly, 2005).

Web 2.0 -verkostossa jokainen voi kommunikoida, osallistua, tehdä yhteistyötä sekä lisätä ja muokata informaatiota (Andersen, 2007). Web 2.0:aa on yleisesti kutsuttu myös "sosiaaliseksi verkoksi" (Paroutis & Saleh, 2009). Web 2.0 -teknologioiden potentiaali organisaatioiden viestintätyökaluna perustuu alustojen kykyyn ruokkia yhteistyötä ja vuorovaikutusta maantieteellisesti hajanaisissa työryhmissä. Lisäksi alustat auttavat erikoistuneiden tiimien asiantuntijoita luomaan ja vaihtamaan tietoa yhteisissä työprojekteissa (Sheneckenberg, 2009).

4.2.1 Käyttöä lisäävät ominaisuudet Web 2.0 -alustoissa

Työntekijät ovat nostaneet esille useita syitä, jotka motivoivat käyttämään Web 2.0 -alustoja organisaation sisäisen viestinnän työkaluna. Työntekijät toivovat Web 2.0 -alustoilta hyötyjä, kuten tehokasta viestintää, henkilökohtaista tiedonhallintaa, keskustelua uusista ideoista ja konsepteista sekä helpottunutta ongelmanratkaisua. Lisäksi työntekijät toivovat pysyvän tiedotettuina kollegoidensa ajankohtaisista uutisista ja saavansa alustojen kautta apua ja palautetta työtehtäviinsä. Työntekijät ovat myös kokeneet saavansa tyydytystä muiden auttamisesta työkalun avulla. (Paroutis & Saleh, 2009)

Työntekijät toivovat oman sosiaalisen verkostonsa laajentuvan käyttämällä Web 2.0 -alustoja. (Paroutis & Saleh, 2009). On osoitettu, että työntekijät haluavat Web 2.0 -alustoja käyttämällä tutustua ennemmin entuudestaan tuntemattomiin kollegoihin kuin verkostoitua jo tuntemiensa ihmisten kanssa (DiMicco *et al.*, 2008). Tämä edellyttää kuitenkin sitä, että työntekijän profiiliin sisältämän tiedon on oltava näkyvää isommalle yleisölle kuin lähimmille kontakteille. (DiMicco *et al.*, 2008).

Useat käyttäjät ovat ilmaisseet tarpeen omien ideoidensa ja vaivannäkönsä tunnistamiseen (Paroutis & Saleh, 2009). Myös McKinsey & Companyn ”*Six ways to make Web 2.0 work*” artikkelista selviää, että Web 2.0 -alustojen tulisi korostaa osallistujien merkitystä omissa yhteisöissään, palkita innokkuudesta ja tunnustaa osallistumisen laatu ja hyödyllisyys (Chui *et al.*, 2009). Artikkelin ”*Determinants of knowledge sharing using Web 2.0 technologies*” ehdottaa tunnustussysteemiä osallistumisen palkitsemiseksi, jossa ”aktiivisin blogi”, ”paras kontribuutio” tai ”parhaaksi arvosteltu blogipostaus” julkaistaan organisaation intranetissä tai sisäisessä uutiskirjeessä (Paroutis & Saleh, 2009).

4.2.2 Käyttöä hankaloittavat ominaisuudet Web 2.0 -sovelluksissa

Osa Web 2.0 -alustojen ominaisuuksista voi aiheuttaa käyttöesteitä. Artikkelin ”*Determinants of knowledge sharing using Web 2.0 technologies*” (Paroutis & Saleh, 2009) nimittää yleisimmäksi käyttöesteeksi sen, etteivät muut organisaation työntekijät osallistu alustan käyttöön. Tuen ja

tunnustuksen puute organisaation suunnalta on tekijä, joka voi vaikuttaa alustojen käyttöönottoon: mikäli organisaation johto ei ole aktiivisesti mukana Web 2.0 -alustojen käyttöönotossa eikä tarjoa alustoja työntekijöidensä käytettäväksi, työntekijät saattavat etsiä viestinnän työkaluja organisaation ulkopuolelta, kuten Facebookista. Tämä voi lopulta johtaa organisaation kannalta olennaisen sisäisen viestinnän ja tiedon siirtymisen organisaation palomuurin ulkopuolelle (DiMicco et al, 2008).

Informaatiohäky eli tila, jossa ihminen ei kykene suodattamaan tarvitsemaansa informaatiota tietovirrasta ja tuntee itsensä ahdistuneeksi, on koettu potentiaaliseksi esteeksi alustan käytölle (Paroutis & Saleh, 2009). Alustan epäjärjestelmällisyys voi aiheuttaa tunteen kontrollin puutteesta, mikä puolestaan voi muodostaa käyttöesteen (Damsgaard & Scheepers 2000). Työntekijät ovat kuitenkin enemmän huolissaan alustalla suunnistamisesta ja tiedon selkeydestä, kuin siitä, että alusta pitäisi sisällään paljon tietoa, minkä takia tiedon tulisi olla selkeästi jaoteltua ja helposti löydettävissä (Paroutis & Saleh, 2009). Vanhentunut tieto ja rikkinäiset linkit mahdollistavat luottamuspulan alustaa kohtaan ja ohjaavat siten henkilöstöä käyttämään muita väyliä tiedonhankinnassa (Damsgaard & Scheepers 2000). Paroutis ja Saleh (2009) määrittävätkin yhdeksi merkittävimmistä Web 2.0 -alustan käyttöönottoon vaikuttavista tekijöistä luottamuksen. He ovat osoittaneet, että erityisesti alustan sisältämän tiedon laadun ja tarkkuuden on oltava luotettavaa. Samassa tutkimuksessa havaittiin Web 2.0 -alustan käyttäjien haluavan luottaa myös siihen, että muut kohtelevat jaettua tietoa huolella, sekä vastaavat viesteihin ja tarjoavat apua, kun se on tarpeen.

Toinen yleinen syy alustan käyttöönoton epäonnistumiseen on osallistumisen epämukavuus tai sen pelko (Chui et al 2009). On osoitettu, että osa työntekijöistä pelkää jakavansa vahingossa luottamuksellista tai organisaation käytäntöjä loukkaavaa sisältöä käyttäessään Web 2.0 -alustoja organisaation sisäisen viestinnän työkaluna (Paroutis & Saleh, 2009). Myös ammatillisten ja henkilökohtaisten verkostojen sekoittuminen aiheuttaa epävarmuutta (Skeels & Grudin, 2009). Näistä syistä johtuen osa yrityksistä on sisällyttänyt Web 2.0 -alustoihin ominaisuuden, joka merkitsee sisällön epäasialliseksi ja poistaa sisällön alustalta, kunnes se on käyty läpi ihmisen toimesta (Chui et al 2009).

4.2.3 Web 2.0 -alustojen hyödyntäminen yrityksen sisäisen viestinnän kanavana

Yritykset hyödyntävät sosiaalista mediaa tai sen ominaisuuksia vielä varsin vähän (Ruck & Welch, 2011). Kuitenkin sosiaalisen verkostoitumisen sivustojen käyttö pääosissa tapauksia ei joko vaikuta ollenkaan tai vaikuttaa positiivisesti ihmissuhteisiin (Subrahmanyam et al., 2008). Yrityksen kannattaa hyödyntää sosiaalista mediaa, sillä se antaa mahdollisuuden dialogiin ja työntekijän äänen kuulemiseen, mikä itsessään lisää sitoutumista yrityksen sisäiseen viestintään (Ruck & Welch, 2011).

Esimerkiksi Facebookissa käyttäjillä on mahdollisuus jakaa kuvia, omia tietoja ja tilapäivilyksiä sekä lähettää yksityisviestejä muille käyttäjille, minkä takia se on koettu tehokkaaksi sosiaalisen verkostoitumisen välineeksi (Stern & Taylor, 2007). Myös Japanissa suosittua LINE-pikaviestintäpalvelua on tutkittu, ja sen suosion syyksi on esitetty mahdollisuutta lähettää yksityisviestejä ja perustaa keskusteluryhmiä (Ichii, 2016). Toisin sanoen sosiaalisen median tai sen ominaisuuksien hyödyntäminen sisäisessä viestinnässä voi olla yritykselle hyödyllistä.

4.3 Verkostoitumisen vaikutus työhyvinvointiin

Tässä osiossa käsittelemme verkostoitumista niin ammatillisesta kuin henkilökohtaisesta näkökulmasta. Tarkastelemme myös verkostoitumisen vaikutusta yksilön positiivisiin henkisiin voimavaroihin ja onnellisuuteen sekä työnteon tehokkuuteen, koordinoitumman työskentelyn mahdollistamiseen ja työhyvinvointiin.

4.3.1 Ammatillinen ja henkilökohtainen verkostoituminen

Ibarra ja Hunter (2007) määrittelevät ammatilliselle verkostoitumiselle kolme eri tasoa: operationaalisen, henkilökohtaisen ja strategisen tason. Heidän mukaansa operationaalinen verkostoituminen keskittyy erityisesti tehokkaan työskentelyn mahdollistamiseksi ja synnyttää erityisesti vahvoja yhteistyösuhteita, kun taas henkilökohtaisessa verkostoitumisessa korostuu henkilökohtainen ja ammatillinen kehittyminen. Sen sijaan strateginen verkostoituminen keskittyy erityisesti mahdollisiin tulevaisuuden tarpeisiin ja on erityisen proaktiivista. Edellä mainittuja verkostoitumisen muotoja ei kuitenkaan voi jättää huomiotta myöskään tarkastellessa

henkilökohtaisia verkostoja, sillä näihin vuotaa usein ihmisiä ammatillisista verkostoista, jolloin raja ammatillisten ja henkilökohtaisten verkostojen välillä sumenee (Sias & Daniel, 1998).

Ammattimielessä verkostoituminen kasvattaa usein myös henkilökohtaista verkostoa. Näin luodut kontaktit kestävät usein tehokkaimmin esimerkiksi työpaikan vaihdon yli. Tällaiset verkostot ovat myös hyvä alusta henkilökohtaiselle kehitykselle ja voivat toimia pohjana strategiselle verkostoitumiselle. Henkilökohtaisissa verkostoissa linkit perustuvat yleensä johonkin yhteiseen kosketuspintaan ja niiden ammatillinen arvo perustuu laajalti siihen, miten nopeasti ne mahdollistavat yhteydenoton mahdollisimman kaukaisiin kontakteihin. (Ibarra & Hunter, 2007)

4.3.2 Verkostoitumisen vaikutus positiivisiin henkisiin voimavaroihin

Ichiin (2016) mukaan ystävien määrä korreloi suoraan yksilön onnellisuuden kanssa. Vaikka ystävät ja kollegat eivät ole suoraan vertailtavissa, rakentuu ystäväpiiri merkittäväällä osalla, jopa 50% ihmisistä, suurelta osin kollegoista (Marks, 1994). Lisäksi raja ystävän ja kollegan välillä voi olla sumea (Sias & Daniel, 1998). Tätä tukevat myös Ryanin ja Decin (2000) löydökset, joiden mukaan yhteydetttömyyden tunne johtaa henkiseen pahoinvointiin. He pohjustavat väitettä teorialla, jonka mukaan ihmisellä on määrättyjä psykologisia tarpeita, joita ilman hän ei voi henkisesti hyvin. Sosiaalisen kuuluvuuden tunne on yksi näistä tarpeista. Onnellisuuden on toisaalta osoitettu olevan vahvasti sidoksissa työhyvinvointiin, minkä lisäksi se vaikuttaa myös työn tehokkuuteen, ihmissuhteiden laatuun sekä fyysiseen hyvinvointiin (Avey et al, 2010).

Itsensä tunteminen tehokkaaksi työpaikalla puolestaan linkittyy tutkitusti henkilökohtaiseen kasvuun, jolle myös henkilökohtainen verkostoituminen luo alustan (Ibarra & Hunter, 2007). Lisäksi se lisää sekä henkistä että fyysistä hyvinvointia (Guskey, 2002). Tehokkuuden ja hyödyllisyyden tunteet liittyvät toisiinsa ja itsensä hyödylliseksi tunteminen vähentää työntekijöiden masennusta sekä parantaa itsetuntoa (Takaki et al, 2010).

Artiz ja muut (2017) ovat havainneet, että ryhmät, jotka hyödyntävät sosiaalista verkostoitumista enemmän, työskentelevät koordinoitummin, käyttävät monipuolisempia kommunikaatiokanavia

ja täten työskentelevät tehokkaammin. Toisaalta Vartiainen (2007) toteaa, että henkilökohtaisen elämän ja työn liiallinen sekoittaminen voi johtaa työnarkomaaniudesta viittaavaan käyttäytymiseen, korkeampiin stressitasoihin sekä alempaan tyytyväisyyteen työtä kohtaan.

5 Empiria

Teoreettinen tutkimus petaa pohjan tutkimuskysymysten tarkastelulle, mutta teorian pohjalta muodostunutta kuvaa tulee tarkastella myös empirian kautta. Sofigate on yrityksenä hyvin laajalla alalla toimiva, ja yrityksen työntekijät edustavat monipuolista osaamista sekä kulttuurista diversiteettiä. Näistä syistä johtuen ei ole täyttä varmuutta korostuvatko aiemmista tutkimuksista esille nousseet ilmiöt myös heidän työympäristössään. Loimme teoreettisen taustan pohjalta tutkimuskysymyksiä, jotta pystyisimme vahvistamaan teorian esittämiä tuloksia sekä kehittämään niitä.

Jotta saisimme luotua mahdollisimman laajan näkemyksen sisäisen viestinnän alustojen vaikutuksesta työntekijöiden verkostoitumiseen ja hyvinvointiin, keräsimme empiiristä aineistoa sekä Sofigaten että muiden yritysten työntekijöiden keskuudesta. Teetimme haastatteluja viiden Sofigaten työntekijän kanssa, jotta saisimme kerättyä kvalitatiivista informaatiota sisäisen viestinnän toimivuudesta sekä sen vaikutuksesta työntekijöiden hyvinvointiin (Liite A), minkä lisäksi haastattelimme Sofigatella toimeksiannossa olevaa hyvinvointivalmentajaa (Liite B). Jotta saimme mahdollisimman monen Sofigaten työntekijän mielipiteet kuulluksi, teetimme heille kyselyn haastatteluja tukemaan (Liite C). Parantaaksemme valmiuksiamme luoda Sofigatelle ehdotuksia sisäisen viestinnän tehostamiseksi, teetimme vastapainoksi kyselyn yleiseen jakoon, jossa keräsimme samaa informaatiota kuin haastatteluista (Liite C), mutta haimme näkökulmia Sofigaten ulkopuolelta (Liite D). Ulkopuolisilla näkökulmilla pyrimme keräämään ideoita sisäisen viestinnän alustoista, joita Sofigatella ei välttämättä olla huomioitu. Pyrimme myös keräämään Sofigaten ulkopuolisista yrityksistä tietoa siitä, miten verkostoituminen ja hyvinvointi koetaan muissa yrityksissä. Näin pystymme yleistämään tuloksiamme tehokkaammin myös Sofigaten ulkopuolisessa kontekstissa.

Sofigaten työntekijöille jaettuun kyselyyn saimme 98 vastausta, joka vastaa noin 20 % yrityksen työntekijöistä, sekä noin 50 % yrityksen Suomessa toimivista työntekijöistä. Vastanneista lähes 35 % työskentelee Sofigaten toimistolla, ja 55 % lähinnä asiakkaan luona, loput tekivät töitä joko etänä tai sijaintia vaihdellen. Teetimme kyselyn kokonaan suomen kielellä, minkä vuoksi emme saaneet kerättyä vastauksia Suomen ulkopuolella työskenteleviltä Sofigaten työntekijöiltä tai

muuta kuin suomea äidinkielenään puhuvilta työntekijöiltä. Tämä saattaa vaikuttaa näkemysten laajuuteen tuloksissa, mutta koska tutkimme sisäisen viestinnän toimivuutta yrityksessä, jossa merkittävä osa työntekijöistä toimii Suomessa, tulosten käytettävyys validoituu.

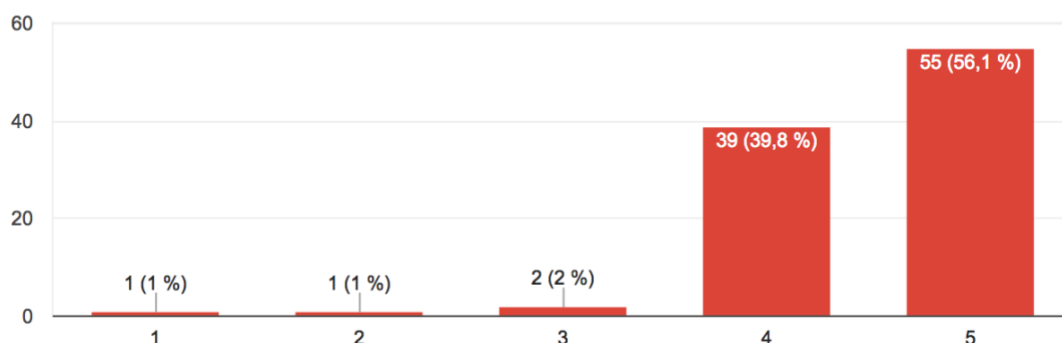
Yleisestä kyselystä saimme 78 vastausta, joista 80 % työskentelee organisaation omalla toimistolla. Tällöin vertailu Sofigateen, jonka työntekijöistä vain 35 % työskentelee kyselyn mukaan Sofigaten toimistolla, ei ole täysin suoraviivaista. Uskomme kuitenkin tulosten tuovan tutkimukseemme monipuolisuutta. Monipuolisuus ilmenee kattavien näkökulmien kautta, joiden avulla pystymme rikastuttamaan Sofigatelle suunnattuja ehdotuksiamme.

5.1 Työn vaatimukset ja tarjotut resurssit

Aikaisemman tutkimuksen mukaan, mikäli työ koetaan vaativaksi tulisi työntekijällä olla tarpeeksi resursseja välttääkseen työstä johtuvaa stressiä. Sofigaten työntekijöillä teettämästämme kyselystä sekä haastatteluista selvisi, että suurin osa (86 %) heidän työntekijöistään koki työnsä olevan vähintään melko vaativaa. Haastatteluissa kävi ilmi, että vaativaksi koettiin erityisesti asiakastyö, useat samanaikaiset työtehtävät, tiedonsaannin vaikeudet ja jatkuvasti vastaan tulevat uudenlaiset tilanteet. Haastatellun Sofigaten hyvinvointivalmentajan mukaan työntekijät kokivat pärjäävänsä töissä hyvin, mutta kunnianhimoisuus ja muut haasteet elämässä saattoivat aiheuttaa raskautta. Erityisesti työstä palautuminen sekä työajan rajaaminen, ettei töistä tarvitse huolehtia vapaa-ajalla, herättivät keskustelua Sofigaten työntekijöissä.

Kuinka tärkeäksi koet verkostoitumisen työn mielekkyyden kannalta?

98 vastausta



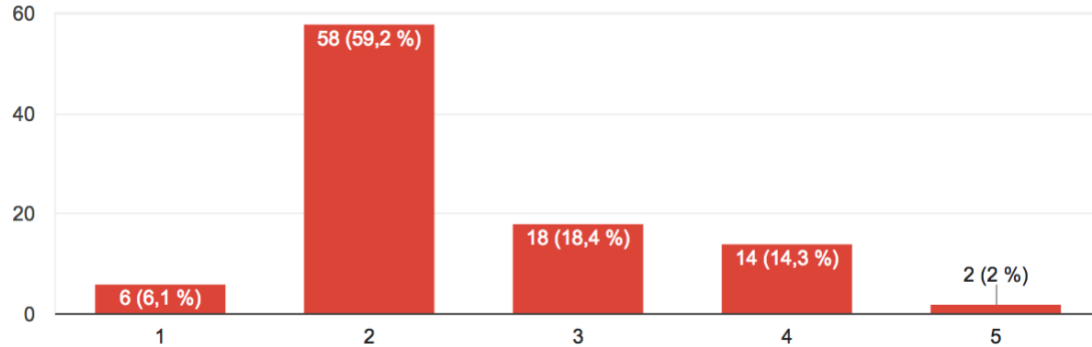
1: En koe lainkaan tärkeäksi, 2: En koe tärkeäksi, 3: En osaa sanoa, 4: Koen tärkeäksi, 5: Koen erittäin tärkeäksi

Kuva 1: Sofigaten työntekijöiden näkemys verkostoitumisen tärkeydestä työn mielekkyyden kannalta

Haastatelluista Sofigaten työntekijöistä useamman mielestä tarjotut apukeinot työntekoon olivat riittävät. Tarjotuista resursseista tärkeimmäksi koettiin kollegoilta saatu tuki. Tuen saamista helpotti Sofigaten sisäisen viestinnän alusta Skiller, jonka avulla työntekijät voivat etsiä apua kohtaamiinsa haasteisiin muilta työntekijöiltä. Alusta herätti kuitenkin eriäviä mielipiteitä työntekijöissä: kyselyyn vastanneista suurin osa ei käyttänyt alustaa kovin aktiivisesti ja monet mainitsivat ettei sitä ehditä tai osata käyttää tarkoituksenmukaisella tavalla. Haastattelussa Sofigaten hyvinvointivalmentajan kanssa nousi myös esille, että erityisesti nuoret työntekijät kokivat haasteelliseksi tuen saamisen kokeneemmilta työntekijöiltä tai esimieheltä. Kyselyn mukaan 96 % vastaajista (kuva 1) koki verkostoitumisen vähintään melko tärkeäksi työn mielekkyyden kannalta, mutta toisaalta 65 % vastaajista (kuva 2) koki Sofigaten käyttämien sisäisen viestinnän alustojen tukevan uusiin ihmisiin tutustumista erittäin huonosti tai melko huonosti.

Kuinka hyvin Sofigaten käyttämät sisäisen viestinnän alustat auttavat sinua tutustumaan uusiin ihmisiin?

98 vastausta

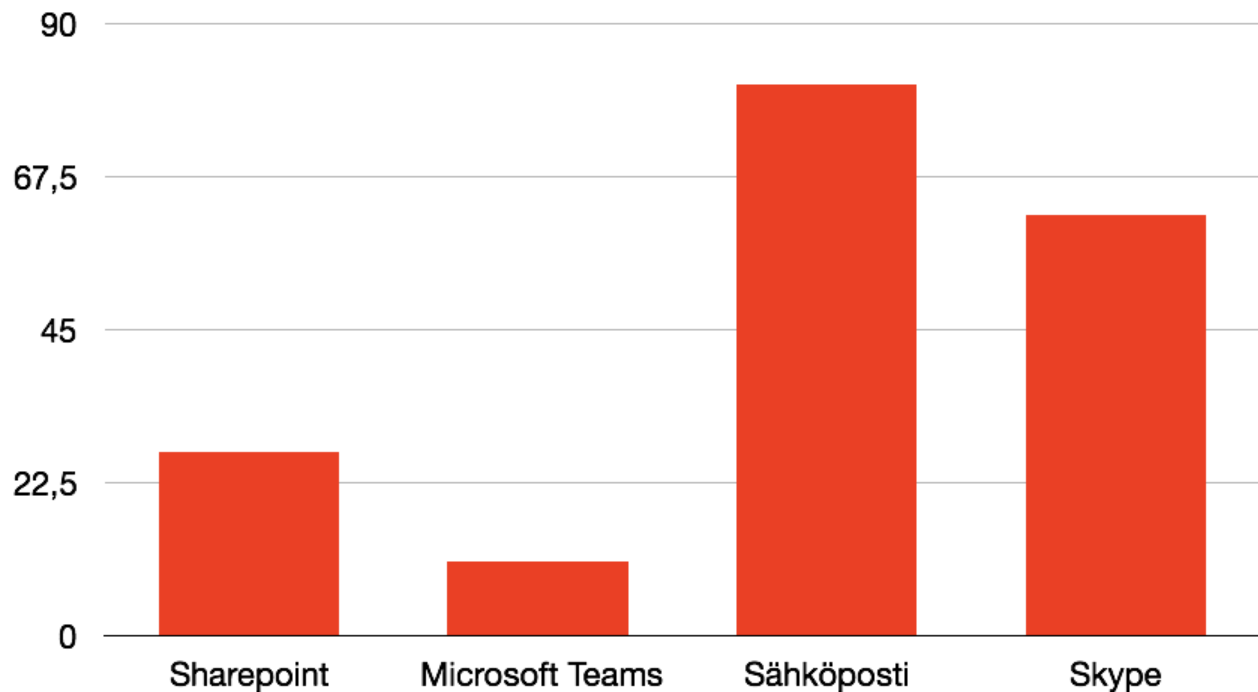


1: Erittäin huonosti, 2: Melko huonosti, 3: En osaa sanoa, 4: Melko hyvin, 5: Erittäin hyvin

Kuva 2: Sofigaten työntekijöiden näkemyksiä sisäisen viestinnän alustojen hyödyllisyydestä uusiin ihmisiin tutustuttaessa

5.2 Sisäisen viestinnän alustat

Tällä hetkellä Sofigatella on käytössä useita sisäisen viestinnän alustoja, joihin ei ole sitouduttu kunnolla ja joiden käytöstä ei ole kunnollista ohjeistusta. Työntekijöille suunnatussa kyselyssä kysyimme, kuinka aktiivisesti he käyttävät Sofigaten virallisia sisäisen viestinnän kanavia. Tarkentaaksemme tietämystämme kysyimme myös käyttävätkö he muita alustoja yrityksen sisäiseen viestintään ja tuloksena saimme yhteensä 25 eri alustaa. Näistä löytyi Sofigaten aikaisemmin käyttämiä sisäisen viestinnän alustoja, joiden käyttö Sofigaten sisäisessä viestinnässä on sittemmin virallisesti lopetettu, mutta osa työntekijöistä käyttää edelleen niitä kommunikoimiseen.



Kuva 3: Sofigaten työntekijöiden eniten käyttämät sisäisen viestinnän alustat; luku kuvaa prosentteina, kuinka suuri osuus työntekijöistä käyttää kyseistä alustaa useasti päivässä

Haastattelujen perusteella alustojen potentiaalia ei käytetä täysin, mikä voi olla syy siihen, että selkeästi yleisimmäksi sekä aktiivisimmaksi sisäisen viestinnän alustaksi nousi perinteinen sähköposti (kuva 3). Sähköpostia käytetään runsaasti yrityksen sisäisessä viestinnässä, minkä vuoksi tietoja voi olla hankala löytää, ja tiedonhakuun kuluu ylimääräistä aikaa. Sähköpostin käyttö sisäisen viestinnän kanavana aiheutti selkeästi työntekijöissä eriäviä mielipiteitä. Sähköpostin käyttöä kritisoitiin sen vanhanaikaisuudesta ja sen tilalle kaivattiin modernimpaa ratkaisua. Eräs haastateltavista kommentoi sähköpostia moittien, että tällä hetkellä kolme neljäsosaa viesteistä keskittyy yrityksen sisäiseen kommunikaatioon ja vain yksi neljännes on asiakkailta tulevia. Hän kertoi tämän aiheuttavan hankaluuksia, sillä kaikkeen ei aina ehdi reagoida, eikä viestejä pysty suodattamaan. Haastateltavan mukaan lukujen tulisi olla toisin päin tai vaihtoehtoisesti yrityksen sisäiseen viestintään ei tulisi käyttää ollenkaan sähköpostia. Toisaalta kyselyn vastauksista ilmeni myös, että sähköposti koettiin tehokkaimmaksi viestinnän kanavaksi, etenkin silloin kun vastauksia täytyi saada nopeasti. Myös yleisestä kyselystä selkeästi käytetyimmäksi sisäisen viestinnän kanavaksi nousi sähköposti. Sähköpostin käyttö sisäisen viestinnän alustana on siis yleistä muuallakin kuin Sofigatella.

Empiirisen tutkimuksen tuloksena huomasimme myös, ettei tiedonkulku Sofigatella ole tasaista. Esimerkiksi Espoon toimiston työntekijät kertoivat etteivät he saa informaatiota ulkomaisten toimistojen projekteista. Yrityksellä on käytössä uutiskirje ja kuukausittaiset aamupalat, joista voi saada tietoa yrityksen ajankohtaisista asioista. Kuitenkin haastatteluissa kävi ilmi, että tiedonkulku on usein riippuvaista Sofigaten toimistolla tapahtuvasta työntekijöiden välisestä sosiaalisesta kanssakäymisestä. Sekä haastatteluista että kyselyistä ilmeni, että fyysinen vuorovaikutus on Sofigatella koettu erittäin tärkeäksi. Tämä tuottaa hankaluuksia etenkin nyt, kun Sofigate on laajentanut toimintaansa ulkomaille eikä kasvokkain kohtaamisia pystytä aina järjestämään.

5.3 Sisäisen viestinnän alustojen ominaisuudet

Jotta voisimme tehdä ehdotuksia Sofigatelle sisäisen viestinnän alustoista, keräsimme tietoa arvostetuimmista ominaisuuksista viestinnällisissä työkaluissa ja -alustoissa. Helppokäyttöisyys nousi ylivoimaisesti arvostetuimmaksi ominaisuudeksi niin Sofigatelle kuin yleiseen jakoon laitettussa kyselyssä. Tämän lisäksi tärkeimpinä ominaisuuksina nähtiin myös nopeus, hakutoiminto, palvelun saatavuus sekä se että koko työyhteisö käyttäisi samaa alustaa. Eräs haastateltava mainitsi muutaman ongelmakohdan Sofigaten sisäisessä viestinnässä, joista merkittävimmät olivat yrityksen sitoutumattomuus mihinkään alustaan sekä se, että uusien alustojen tullessa entisten alustojen käyttöä ei ole lopetettu täysin. Hän myös koki, ettei osannut täysin käyttää erästä sisäisen viestinnän alustaa, joka oli ollut Sofigaten työntekijöiden käytössä jo viisi vuotta, sillä häntä ei oltu opastettu alustan käyttöönotossa.

Empiirisen tutkimuksen mukaan Sofigatella koetaan yleisesti, että alustoja on määrällisesti riittävästi, mutta ne eivät ole tarpeeksi helppokäyttöisiä, jotta viestintä olisi tehokasta ja alustojen täysi potentiaali voitaisiin saavuttaa. Huomioitavaa on kuitenkin, että suurin osa kyselyyn vastanneista työntekijöistä koki sisäisen viestinnän Sofigatella olevan tehokasta, tukevan työntekoa sekä parantavan hieman työn mielekkyyttä. Haastatteluissa kävi ilmi, että toimivalla sisäisellä viestinnällä ajatellaan olevan myönteinen vaikutus työntekijöiden motivaatioon työtä kohtaan. Eräs haastateltavista korosti, että esimerkiksi asiakasprojektien jakaminen voisi lisätä työntekijöiden motivaatiota työtä kohtaan, sillä työntekijät pääsisivät näkemään, millaisissa

projekteissa Sofigaten työntekijät työskentelevät. Henkilö kuitenkin tunnisti haasteen siinä, että toisinaan asiakasprojektit ovat salaisia eikä tietoa niistä voida aina jakaa edes Sofigaten sisäisesti.

Asiakasprojektien jakaminen voisi edistää myös yrityksen työntekijöiden välistä verkostoitumista. Mikäli sisäisen viestinnän alusta tukisi liiketoimintatiedon jakamista eli esimerkiksi tiettyjen henkilöiden etsimistä heidän toteuttamiensa projektien avulla, olisi oikeiden henkilöiden löytäminen ja avun saaminen samankaltaisiin projekteihin ja haasteisiin helpompaa kuin tällä hetkellä. Haastatteluiden ja teoreettisen tutkimuksen perusteella verkostoitumista tukisi myös epävirallisen viestinnän tukeminen alustan ominaisuuksien avulla. Yleisesti Sofigaten työntekijöiden vastauksista pystyttiin kuitenkin päättämään, että yrityksen tämänhetkiset sisäisen viestinnän alustat auttavat melko huonosti verkostoitumisessa.

6 Johtopäätökset

Alkuperäisiin tutkimuskysymyksiin on mahdollista vastata vertailemalla aiempaa kirjallisuutta kerätystä aineistosta saatuihin tuloksiin. Tutkimuskysymyksistämme ensimmäinen käsittelee sisäisen viestinnän alustojen vaikutusta työntekijöiden verkostoitumiseen, kun toinen keskittyy siihen, miten verkostoituminen parantaa työntekijöiden hyvinvointia. Johtopäätöksiä muodostaessa tarkastelemme, kuinka empiria on tukenut teoreettista tutkimusta. Johtopäätösten perusteella tarjoamme suosituksia yhteistyöyrityksellemme Sofigatelle.

6.1 Millaisilla sisäisen viestinnän alustoilla voidaan edistää työntekijöiden verkostoitumista?

Aikaisemman kirjallisuuden, haastatteluiden ja kyselyiden perusteella sisäisen viestinnän alustassa verkostoitumista edistää henkilöhakutoiminto, jonka avulla oikeat henkilöt voi löytää helposti, esimerkiksi auttamaan haastavassa työtehtävässä. Asiakasprojektien ja muun liiketoimintatiedon jakaminen voi helpottaa henkilöhakua. Tällöin työntekijä voi hakea projektin perusteella siihen osallistuneita henkilöitä, ja tätä kautta saada hänen yhteystietonsa. Mikäli alusta tukee yksityisviestien lähettämistä, voisi työntekijä ottaa yhteyttä haluamaansa henkilöön myös alustan kautta.

Toinen kirjallisuudesta ja haastatteluista esiin noussut verkostoitumista tukeva ominaisuus sisäisen viestinnän alustoissa on epävirallisen viestinnän tukeminen. Epävirallisella viestinnällä tarkoitetaan työasioihin liittyvän virallisen viestinnän ulkopuolista viestintää, esimerkiksi kuulumisten vaihtamista ja työajan ulkopuolisten tapaamisten sopimista. Esimerkiksi mahdollisuus yksityisviestien lähettämiseen halutuille ihmisille pikaviestipalvelun kaltaisesti voisi tukea työntekijöiden verkostoitumista. Epävirallisen viestinnän mahdollistaminen ja tukeminen on Sofigaten kannalta erityisen tärkeää, sillä huomattava osa työntekijöistä työskentelee pitkiäkin aikoja asiakkaalla. Tällöin fyysinen vuorovaikutus muiden Sofigaten työntekijöiden kanssa on vähäistä, mikä itsessään vähentää luonnollisesti tapahtuvaa epävirallista viestintää työntekijöiden välillä.

6.2 Miten verkostoituminen parantaa työntekijöiden hyvinvointia?

Empiirisestä tutkimuksesta selvisi, että verkostoituminen ja vuorovaikutus ovat osa Sofigaten työkuultuuria. Teoreettisen taustan mukaan verkostot ovat tärkeitä työntekijän hyvinvoinnille. Verkostoitumiseen liittyy tässä tapauksessa niin kokemus kuulumisesta Sofigate -yhteisöön, kuin kyky tutustua ihmisiin, joiden apua saattaa myöhemmin tarvita työssä.

Haastattelussa hyvinvointivalmentajan kanssa nousi esille, että eräs stressin aiheuttaja Sofigaten työntekijöillä on kyvyttömyys pyytää apua silloin, kun sitä tarvitsee. Tämä voi johtua kunnianhimosta tai yksinkertaisesti siitä, ettei oikeita ihmisiä löydetä. Täten on tärkeää luoda kulttuuri, jossa muiden työntekijöiden auttaminen on suotavaa. Avun kysymiseen ja antamiseen voi kannustaa esimerkiksi sen mahdollistavan sisäisen viestinnän alustan tai palkkamallin avulla. Näin yritys voi myös viestiä työntekijöilleen, että toivoo heidän auttavan toisiaan tarpeen vaatiessa. Mikäli apu on helposti saatavilla, työtunteja voi käyttää paremmin itse työntekoon ja täten työntekijän tehokkuus kasvaa. Hyvät verkostot voivat siis vaikuttaa työntekijän hyvinvointiin myös epäsuorasti tehokkuuden kautta. Verkostojen arvo näkyy erityisesti Sofigaten tyyppisessä yrityksessä konkreettisesti silloin, kun ihmiset eivät joudu käyttämään työtunteja avun etsimiseen, vaan tarvittavat henkilöt löytyvät vaivatta ja avun pyytämiseen ei ole kynnystä.

Kirjallisuudesta nousi selvästi esille se, että yhteenkuuluvuuden tunne on suuressa osassa ihmisen hyvinvointia. Tähän luetaan myös työyhteisöön kuulumisen tunne ja siksi onkin tärkeää, että perehdytykseen panostetaan. Haastattelujen mukaan Sofigatella perehdytykseen ollaan panostettu, josta esimerkkinä esille nousi Sofigate-akatemia, joka on hyvinvointivalmentajan mukaan saanut kiitosta. Sofigate-akatemiassa uudet työntekijät perehdytetään mahdollisiin vastaantuleviin haastaviin projekteihin, ja se kestää työntekijästä riippuen puolesta vuodesta vuoteen. Tässä korostuukin se, että vaikka perehdytyksen yhteydessä panostetaan toimivan kulttuurin luomiseen, ei riitä, että panostaminen jää perehdytysvaiheeseen, vaan panostuksen tarve on jatkuva. Sofigatella yhteenkuuluvuuden tunnetta ja kulttuuria on rakennettava juuri sisäisen viestinnän alustojen avulla, kun valtaosa työntekijöistä työskentelee asiakkaan luona Sofigaten tilojen ulkopuolella.

6.3 Suositukset Sofigatelle

Sofigaten työntekijöille teetetystä kyselystä kävi ilmi, että työntekijöiden joukossa käytetään yhteensä 25:tä eri sisäisen viestinnän alustaa. Haastatteluista puolestaan selvisi, että sitoutumattomuus tiettyihin alustoihin koetaan ongelmalliseksi. Täten Sofigaten olisi tärkeää laatia yleinen ohjeistus siitä, mitä sisäisen viestinnän alustaa tai rajattua määrää alustoja kaikki työntekijät käyttäisivät. Samalla tulisi myös lopettaa vanhojen alustojen käyttö kokonaan. Jos käytössä olisi muutama eri alusta, tulisi niillä olla selkeästi omat käyttötarkoitukset. Valittaessa yhteisesti käytettäviä alustoja Sofigaten johdon kannattaisi kuulla työntekijöitään, jotta muutos ei tuntuisi heistä liian pakotetulta. Olettaessa uusi alusta käyttöön voitaisiin myös tarvittaessa järjestää sen käyttökoulutuksia, jolloin alustasta saataisiin kaikki hyöty varmasti irti.

Kyselyn mukaan 83% Sofigaten työntekijöistä käyttää sähköpostia useasti päivässä. Sähköposti oli tällä hetkellä ehdottomasti suosituin tapa viestiä, vaikka se koettiin joidenkin haastateltavien mielestä myös vanhanaikaiseksi. Kun sähköposteja tulee päivittäin runsaasti, ongelmia aiheuttaa tärkeän tiedon ja yksittäisten viestien hukkuminen muiden sekaan. Tästä johtuen Sofigaten tulisi pyrkiä vähentämään sähköpostin käyttöä sisäisessä viestinnässä, jolloin esimerkiksi asiakkailta tuleviin tärkeisiin viesteihin olisi helpompi reagoida nopeasti. Yrityksen sisäinen viestintä kannattaisi siis keskittää omalle alustalleen. Tiedostojen säilyttämiseen voisi käyttää esimerkiksi Microsoft Teamsia tai Google Drivea. Tällöin myös tarvittavat tiedostot on helpommin löydettävissä, kun niiden sijainti säilyy tiedostojen päivittämisestä tai uusien tiedostojen lisäämisestä huolimatta.

Sisäisen viestinnän alustoissa arvostetaan kyselyn mukaan eniten helppokäyttöisyyttä, käytön nopeutta, hakutoimintoa sekä palvelun saatavuutta eri laitteissa. Alustoista esimerkiksi Slack on sellainen, joka mahdollistaa nopean viestittelyn, omaa hakutoiminnon ja toimii hyvin myös eri laitteissa. Sofigaten kannattaa kiinnittää erityistä huomiota edellä mainittuihin ominaisuuksiin alustoja valitessa, sillä todennäköisesti mitä enemmän työntekijät pitävät alustasta, sitä paremmin sen käyttämiseen myös sitoudutaan.

Kyselystä selvisi, että 96% Sofigaten työntekijöistä kokee verkostoitumisen vähintäänkin melko tärkeäksi työn mielekkyyden kannalta. Yli puolet (65%) vastaajista oli kuitenkin myös sitä mieltä, että Sofigaten sisäisen viestinnän alustat auttavat tutustumaan uusiin ihmisiin vähintään melko huonosti. Haastattelussa kävi myös ilmi, etteivät esimerkiksi Espoon toimiston työntekijät saa informaatiota ulkomaiden toimistojen projekteista, ja tiedonkulku on usein riippuvaista Sofigaten toimistolla tapahtuvasta työntekijöiden välisestä sosiaalisesta kanssakäymisestä. Täten Sofigaten tulisi pyrkiä jakamaan tietoa asiakasprojekteista enemmän, vaikka haasteita saattavat aiheuttaa joidenkin projektien salaiset tiedot. Vanhat projektit tulisi arkistoida myös helposti löydettäviksi siten, että kaikilla olisi samanlainen mahdollisuus hyödyntää niitä. Jos työntekijät olisivat paremmin tietoisia siitä, millaisia projekteja on käynnissä ja mitä kukakin on tehnyt, avun pyytäminen myös uusilta tuttavuuksilta olisi helpompaa. Esimerkiksi Skilleriä voisi kehittää entisestään siten, että siellä säilytettäisiin myös tietoa menneistä, nykyisistä ja mahdollisesti tulevista asiakasprojekteista. Tällöin työntekijöiden profiileja voisi liittää projekteihin, joissa he ovat tai ovat olleet mukana. Näin alustan avulla voisi etsiä henkilöitä, jotka ovat työskennelleet samanlaisten haasteiden tai projektien parissa. Tämä helpottaisi avun etsimistä ja löytämistä.

Kirjallisuuskatsauksen ja empirian perusteella epävirallinen viestintä edistää verkostoitumista, joka taas empirian perusteella parantaa työn mielekkyyttä. Sisäisen viestinnän alustoissa esimerkiksi mahdollisuus vuorovaikutteisuuteen ja yksityisviestien lähettämiseen voisivat vahvistaa epävirallista viestintää työntekijöiden välillä. Tähän tarkoitukseen voisi sopia Slack tai Microsoft Teams, joissa on ominaisuutena mahdollisuus kommentoida muiden lähettämiä tiedostoja tai muita viestejä, sekä lähettää yksityisviestejä yksittäisille käyttäjille tai ryhmille. Nämä alustat myös tukevat tiedostojen versionhallintaa ja aihepiirin mukaan jaottelemista, mikä selkeyttää tiedon etsimistä.

7 Työn kriittinen tarkastelu

Tutkimuksen lähtökohta on ollut selvittää yrityksen käyttämien sisäisen viestinnän alustojen ominaisuuksien vaikutusta työntekijöiden verkostoitumiseen ja työhyvinvointiin. Työ on myös tutkinut verkostoitumisen ja työhyvinvoinnin välistä suhdetta. Nämä ilmiöt ovat kuitenkin hyvin laajoja ja moniulotteisia, ja niitä voi lähestyä useasta näkökulmasta. Kahta tutkimuskysymystä lähestyttiin teoriakatsauksessa kolmen näkökulman kautta, jotka mahdollistivat moniulotteisten ilmiöiden käsittelyn kohtuullisella laajuudella. Tutkimukseen varattujen resurssien puitteissa aihetta ei kuitenkaan kyetty tarkastelemaan kovin syvällisesti, eikä kaikkia mahdollisia näkökulmia pystytty ottamaan huomioon. Tässä tutkimuksessa työhyvinvointia on tutkittu yhden näkökulman kautta. Jatkotutkimuksessa työhyvinvointia voisi tarkastella laajemmin.

Empiirisen tutkimuksen tulokset saattavat olla osittain vääristyneitä. Sofigate toimii kahdeksassa toimistossa ja neljässä eri maassa. Tämän tutkimuksen aineisto on kerätty Sofigaten Suomessa työskentelevien keskuudesta. Teetimme kyselyn ja suoritimme haastattelut suomen kielellä, minkä vuoksi emme saaneet kerättyä vastauksia Suomen ulkopuolella työskenteleviltä Sofigaten työntekijöiltä tai muuta kuin suomea äidinkielenään puhuvilta työntekijöiltä. Kyselyyn saimme 98 vastausta, mikä vastaa noin viidesosaa yrityksen työntekijöistä. Koemme, että otanta on tutkimuksen resurssit huomioon ottaen kohtalaisen laaja. Haastatteluissa kuuden työntekijän otanta on kuitenkin pieni. Nämä aineiston keräämiseen vaikuttaneet tekijät saattavat vaikuttaa näkemysten laajuuteen tuloksissa.

Yleisesti jaetun kyselyn tuloksia ei voida täysin suoraviivaisesti vertailla Sofigatelta kerätystä aineistosta saatuihin tuloksiin, sillä 78:sta vastanneesta 80% työskentelee organisaationsa omalla toimistolla, kun Sofigatella vastaava luku on 34%. Koemme silti, että yleisesti jaettu kysely tuo tutkimukseen monipuolisuutta, ja auttaa ymmärtämään sisäiseen viestintään, verkostoitumiseen ja hyvinvointiin liittyviä laajoja ilmiöitä suuremmissa mittakaavassa, kuin yhden yrityksen kontekstissa. Yleisestä kyselystä saadut tulokset auttavat myös muodostamaan suositusohjeita Sofigatelle, sillä kyselyssä kerättiin tietoa siitä, mitkä sisäisen viestinnän alustoista ja niiden ominaisuuksista ovat arvostettuja.

Vaikka verkostoituminen ja työhyvinvointi ovat laajalti tutkittuja aiheita, sisäisen viestinnän alustojen ominaisuuksia taikka niiden vaikutuksia verkostoitumiseen ja hyvinvointiin ei ole juuri tutkittu. Sisäisen viestinnän alustojen ominaisuuksien vaikutuksista yrityksen toimintaan tulisi suorittaa tätä työtä huomattavasti laajempi tutkimus, joka käsittelisi aihetta monipuolisemmin, perehtyen teoriakatsauksessa tätä tutkimusta syvällisemmin aiheen eri osa-alueisiin. Jatkotutkimuksessa luotettavan aineiston keräämiseksi tulisi järjestää maailmanlaajuinen kysely, johon saataisiin satoja tai peräti tuhansia vastauksia.

8 Yhteenveto

Tutkimuksen tarkoitus oli selvittää, miten organisaation käyttämien sisäisen viestinnän alustojen ominaisuudet vaikuttavat työntekijöiden keskinäiseen verkostoitumiseen ja työhyvinvointiin. Lähestyimme aihetta ensin kirjallisuuskatsauksen kautta, jonka jälkeen täydensimme teoriaa omalla empiriallamme. Tutkimus toteutettiin bisnesteknologiayritys Sofigatelle, ja sen tarkoituksena oli selvittää, miten Sofigate voisi kohentaa työntekijöidensä hyvinvointia ja verkostoitumista sisäisen viestinnän alustojen ominaisuuksien avulla. Uskomme saavuttaneemme nämä tavoitteet, ottaen huomioon tutkimuksen rajalliset olosuhteet.

Suosituksiset ja johtopäätökset perustuvat aiemman kirjallisuuden ja suorittamamme empiirisen tutkimuksen löydöksiin sisäisen viestinnän alustojen ominaisuuksien vaikutuksesta työntekijöiden verkostoitumiseen ja hyvinvointiin. Tutkimuksessamme kirjallisuuskatsaus antaa pohjan tutkimukselle liittyen työntekijöiden hyvinvointiin, verkostoitumiseen ja sisäisen viestinnän alustojen ominaisuuksiin. Empiria täydentää teoriaa antamalla tietoa nimenomaan Sofigaten tilanteeseen liittyen, esimerkiksi asettamalla kirjallisuuskatsauksessa saatuja tietoja konsulttiyritykselle hyödylliseen tärkeysjärjestykseen. Empiriasta saadut tulokset ovat kohtalaisen yhtenäisiä sekä keskenään että teoriaan verrattaessa.

Tämän takia koemme, että Sofigaten johto ja viestintäyksikkö voivat hyödyntää tutkimusta suunnitellessaan, mitä sisäisen viestinnän alustoja Sofigate valitsee Suomen toimistoillaan käyttöönsä, ja mihin tarkoitukseen kutakin alustaa käytetään. Tutkimuksen yleistäminen Sofigaten ulkomaisiin toimistoihin voi kuitenkin olla paikoitellen hankalaa, sillä aineistoa kerättiin vain Suomen toimistoilta ja suomen kielellä. Olisi siis ensisijaisen tärkeää, että empiriaa kerättäisiin myös Sofigaten ulkomaisista toimistoista. Uskomme kuitenkin, että tutkimus on ainakin osittain yleistettävissä myös muihin suomalaisiin samalla alalla toimiviin samankokoisiin yrityksiin, joissa työntekijät viettävät ainakin yli puolet ajastaan muualla kuin toimistolla, sillä tutkimuksen aineistoa kerättiin myös muista suomalaisista yrityksistä kuin Sofigatelta. Tutkielmassa käsiteltyjen ilmiöiden monimutkaisuudesta johtuen tutkimuksen ulkopuolelle jää useita näkökulmia, joiden tarkastelu ei ole tämän tutkimuksen puitteissa mahdollista.

9 Lähteet

Andersen, P. (2007). *What is Web 2.0?: ideas, technologies and implications for education* (Vol. 1, No. 1, pp. 1-64). Bristol: JISC.

Aritz, J., Walker, R. & Cardon, P., (2017). Media Use in Virtual Teams of Varying Level of Coordination

Avey, J., Luthans, F., Smith, R. & Palmer, N. (2010) Impact of Positive Psychological Capital on Employee Well-Being Over Time

Bakker, A. Demerouti, E. (2007). The Job Demands-Resources model: state of the art, *Journal of Managerial Psychology*, Volume 22 (3), pp.309-328

Chui, M., Miller, A., & Roberts, R. P. (2009). Six ways to make Web 2.0 work. *The McKinsey Quarterly*, 7, 2009.

Damsgaard, J., & Scheepers, R. (2000). Managing the crises in intranet implementation: a stage model. *Information Systems Journal*, 10(2), 131-149.

Deci, E. & Ryan, R. (2000) Self-Determination Theory and the Facilitation of Intrinsic Motivation, Social Development and Well-Being

DiMicco, J., Millen, D. R., Geyer, W., Dugan, C., Brownholtz, B., & Muller, M. (2008, November). Motivations for social networking at work. In *Proceedings of the 2008 ACM conference on Computer supported cooperative work* (pp. 711-720). ACM.

Farrell, A. Geist-Martin, P. (2005). Communicating Social Health: Perceptions of Wellness at Work, *Sage Journals*, Volume 18 (4), pp. 543-592

Guskey, T. (2002) Does It Make a Difference? Evaluating Professional Development

Hackman, J. Oldham, G. (1980). *Work Redesign*, Addison-Wesley, Reading, MA.

Ibarra, H. & Hunter, M. (2007) How Leaders Create and Use Networks, Harvard Business Review: <https://hbr.org/2007/01/how-leaders-create-and-use-networks> Luettu: 21.3.2018

Ichii, K. (2016). Online communication with strong ties and subjective well-being in Japan, *Computers in Human Behaviour*, volume 66, pp. 129-137

Karasek, R. (1998). Demand/Control Model: a social, emotional, and physiological approach to stress risk and active behaviour development In J. Stellman, ed., *Encyclopaedia of Occupational Health And Safety*, 1st ed.* Geneva: ILO, pp. 34.06-34.14.

Karasek, R. (1979). Job demands, job decision latitude, and mental strain: implications for job design, *Administrative Science Quarterly*, volume 24 (2), pp. 285-308.

Marks, S. (1994) Intimacy in the Public Realm: The Case of Co-workers

Ojama, J. (2016). *Verkostoituminen yritysmailmassa - ei pikavoittoja*. Opinnäytetyö. Helsinki

O'Reilly, T. (2005) What is web 2.0.

Paroutis, S., & Al Saleh, A. (2009). Determinants of knowledge sharing using Web 2.0 technologies. *Journal of knowledge management*, 13(4), 52-63.

Ruck, K. & Welch, M. (2011). Valuing internal communication; management and employee perspectives. *Public Relations Review*, issue 38, pp. 294-302

Schneckenberg, D. (2009). Web 2.0 and the empowerment of the knowledge worker. *Journal of knowledge management*, 13(6), 509-520.

Sias, M. Cahill, D. (1998) From Coworkers to Friends: The Development of Peer Friendships in the Workplace

Siegrist, J. (1996), "Adverse health effects of high effort-low reward conditions", *Journal of Occupational Health Psychology*, volume 1 (1), pp. 27-41.

Skeels, M. M., & Grudin, J. (2009, May). When social networks cross boundaries: a case study of workplace use of facebook and linkedin. In *Proceedings of the ACM 2009 international conference on Supporting group work* (pp. 95-104). ACM.

Sofigate (2018). Ensimmäinen tapaaminen Sofigaten kanssa 9.2.2018, Sofigaten toimisto, Espoo.

Stern L. A. & Taylor, K. (2007). *Social Networking on Facebook*. JCSTAND, volume 20, pp. 9-20.

Subrahmanyam, K., Reich, S. M., Waechter, N. & Espinoza, G. (2008). Online and offline social networks: Use of social network sites by emerging adults. *Journal of Applied Developmental Psychology*, 29(6), pp. 420-433

Takaki, J., Tsutsumi, A., Irimajiri, H., Hayama, A., Hibino, Y., Kanabara, S., Sakano, N. & Ogino, K. (2010) Possible Health-protecting Effects of Feeling Useful to Others on Symptoms of Depression and Sleep Disturbance in the Workplace

Vartiainen, M. (2007) *Facilitating Mobile and Virtual Work*

Virolainen, H. (2012). *Kokonaisvaltainen työhyvinvointi*. Helsinki: BoD - Books on Demand, pp. 9-29

Liite A: Haastattelurunko Sofigaten työntekijöille

- Milloin aloitit työt Sofigatella?
- Missä teet työtäsi?
- Minkälainen oli sisäisen viestinnän alustojen rooli perehdytyksessä?
- Millaiseksi koit perehdytyksessä käytetyt sisäisen viestinnän alustat?
- Kuinka vaativaksi koet työsi?
- Mikä työssäsi on vaativaa?
- Koetko, että käytössäsi olevat apukeinot ovat riittäviä työstä suoriutumiseen?
- Kuvaile, mitä alustoja käytät työssä viestimiseen?
- Mihin käytät sisäisen viestinnän alustoja?
- Mitä tietoa haluat saada sisäisen viestinnän alustojen kautta? Miksi?
- Mitä kautta saat kuulla Sofigaten ja kollegoiden ajankohtaisista asioista?
- Minkä Sofigaten käyttämän sisäisen viestinnän alustan koet sopivimmaksi? Miksi?
 - Entäpä epäsopivimmaksi? Miksi?
- Mitä sisäisen viestinnän alustojen olemassaolevaa ominaisuutta arvostat eniten?
- Mitä ominaisuuksia vielä kaipaisit?
- Koetko, että sinulla on riittävästi viestinnällisiä työkaluja ja alustoja työsi tekemiseen?
- Millaiseksi koet päivittäisen viestinnän tehokkuuden?
- Miten arvioisit Sofigaten käyttämien sisäisen viestinnän alustojen vaikutusta työn mielekkyyteen?

Liite B: Haastattelurunko Sofigaten hyvinvointivalmentajalle

- Kuka olet ja mitä teet?
- Missä teet työtäsi?
- Milloin aloitit työt Sofigatella?
- Kuinka vaativaksi yleisesti asiakkaasi kokevat työnsä?
- Mikä asiakkaidesi työssä on erityisen vaativaa?
- Mitkä ovat yleisimmät syyt asiakkaidesi life-coachingiin hakeutumiseen?
- Kokevatko, asiakkaasi että heidän käytössään olevat apukeinot ovat riittäviä työstä suoriutumiseen?
- Kokevatko asiakkaasi, olevansa osa Sofigate-työyhteisöä?
- Kokevatko asiakkaasi uusien työsuhteiden luomisen haasteelliseksi?
- Kokevatko asiakkaasi, että heillä on riittävästi viestinnällisiä työkaluja ja alustoja työnsä tekemiseen?
- Millaiseksi asiakkaasi kokevat päivittäisen viestinnän tehokkuuden?
- Miten arvioisit Sofigaten käyttämien sisäisen viestinnän alustojen vaikutusta työn mielekkyyteen?
- Kuvaile, mitä alustoja käytät työssä viestimiseen?
- Mihin käytät sisäisen viestinnän alustoja?
- Mitä tietoa haluat saada sisäisen viestinnän alustojen kautta? Miksi?
- Mitä kautta saat kuulla Sofigaten ja kollegoiden ajankohtaisista asioista?
- Minkä Sofigaten käyttämän sisäisen viestinnän alustan koet sopivimmaksi? Miksi?
- Entäpä epäsopivimmaksi? Miksi?
- Mitä sisäisen viestinnän alustojen olemassaolevaa ominaisuutta arvostat eniten?
- Mitä ominaisuuksia vielä kaipaisit?

Liite C: Kysely Sofigaten työntekijöille

Minkä ikäinen olet?

Mitä teet työksesi?

Teetkö työsi yleensä

- Asiakkaan luona
- Sofigaten toimistolla
- Muualla

Minä vuonna aloitit työsi Sofigatella?

Asteikolla 1-5, kuinka tärkeäksi koet verkostoitumisen työn mielekkyyden kannalta?

(1=En lainkaan tärkeäksi, 3=En osaa sanoa, 5 = Todella tärkeäksi)

Asteikolla 1-6 kuinka usein käytät seuraavia Sofigaten käyttämiä sisäisen viestinnän alustoja?

(1 = Useasti päivässä, 2 = Kerran päivässä, 3 = Pari kertaa viikossa, 4 = Kerran viikossa, 5 = Harvemmin, 6 = En ollenkaan)

- Sharepoint
- Microsoft Teams
- Sähköposti
- Skype

Käytätkö jotain muita sisäisen viestinnän alustoja, mitä? Jos käytät, arvioi käyttöäsi ylläolevan asteikon mukaisesti 1-6?

Asteikolla 1-5, kuinka hyvin Sofigaten käyttämät sisäisen viestinnän alustat auttavat sinua tutustumaan uusiin ihmisiin?

(1= Erittäin huonosti, 2 = Melko huonosti, 3 = En osaa sanoa, 4 = Melko hyvin, 5 = Erittäin hyvin)

Asteikolla 1-5, kuinka hyvin Sofigaten käyttämät sisäisen viestinnän alustat auttavat sinua löytämään tarvitsemasi henkilöt?

(1 = Erittäin huonosti, 2 = Melko huonosti, 3 = En osaa sanoa, 4 = Melko hyvin, 5 = Erittäin hyvin)

Arvioi sisäisen viestinnän tehokkuutta Sofigatella asteikolla 1-5?

(1 = Erittäin huono, 2 = Melko huono, 3 = En osaa sanoa, 4 = Melko hyvä, 5 = Erittäin hyvä)

Mitä sisäisen viestinnän alustojen ominaisuuksia arvostat eniten?

Mitkä sisäisen viestinnän alustojen ominaisuudet koet turhiksi?

Asteikolla 1-5, kuinka vaativaksi koet työsi?

(1 = Ei lainkaan vaativa, 5 = Erittäin vaativa)

Asteikolla 1-5, kuinka hyvin koet voivasi työssäsi?

(1 = Erittäin huonosti 2 = Melko huonosti 3 = En osaa sanoa 4 = Melko hyvin 5 = Erittäin hyvin)

Asteikolla 1-5, kuinka paljon Sofigaten sisäisen viestinnän alustat tukevat työsi tekemistä?

(1 = Erittäin vähän, 2 = Melko vähän, 3 = En osaa sanoa, 4 = Melko paljon, 5 = Erittäin paljon)

Asteikolla 1-5, kuinka paljon Sofigaten käyttämät sisäisen viestinnän alustat vaikuttavat työsi mielekkyyteen?

(1= Heikentää merkittävästi 2=Heikentää hieman 3= Ei vaikuta 4= Parantaa hieman 5= Parantaa merkittävästi)

Liite D: Yleinen kysely muille kuin Sofigaten työntekijöille

Minkä ikäinen olet?

Asteikolla 1-6, kuinka usein käytät seuraavia sisäisen viestinnän alustoja työssäsi?

- Sharepoint
- Microsoft Teams
- Sähköposti
- Slack
- Outlook
- Skype
- Yammer
- Universe
- Organisaation oma intranet
- Trello
- Hangouts

Oletko käyttänyt muita mielestäsi toimivia sisäisen viestinnän alustoja, mitä?

Teetkö työsi

- Organisaatiosi toimistolla
- Asiakkaan toimistolla
- Muualla

Asteikolla 1-5, kuinka tärkeäksi koet verkostoitumisen työn mielekkyyden kannalta?

(1=En lainkaan tärkeäksi, 3=En osaa sanoa, 5 = Todella tärkeäksi)

Asteikolla 1-5, kuinka hyvin käyttämäsi sisäisen viestinnän alustat auttavat sinua tutustumaan uusiin ihmisiin?

(1= Erittäin huonosti, 2 = Melko huonosti, 3 = En osaa sanoa, 4 = Melko hyvin, 5 = Erittäin hyvin)

Asteikolla 1-5, kuinka hyvin käyttämäsi sisäisen viestinnän alustat auttavat sinua löytämään tarvitsemasi henkilöt?

(1 = Erittäin huonosti, 2 = Melko huonosti, 3 = En osaa sanoa, 4 = Melko hyvin, 5 = Erittäin hyvin)

Asteikolla 1-5, arvioi sisäisen viestinnän tehokkuutta työpaikallasi?

(1 = Erittäin huono, 2 = Melko huono, 3 = En osaa sanoa, 4 = Melko hyvä, 5 = Erittäin hyvä)

Mitä sisäisen viestinnän alustojen ominaisuuksia arvostat eniten?

Mitkä sisäisen viestinnän alustojen ominaisuudet koet turhiksi?

Kuinka hyvin koet voivasi työssäsi?

(1 = Erittäin huonosti, 2 = Melko huonosti, 3 = En osaa sanoa, 4 = Melko hyvin, 5 = Erittäin hyvin)

Kuinka paljon käyttämäsi sisäisen viestinnän alustat tukevat työsi tekemistä?

(1 = Erittäin vähän, 5=Erittäin paljon)