



<input checked="" type="checkbox"/>	Pro gradu -tutkielma
<input type="checkbox"/>	Lisensiaatintutkielma
<input type="checkbox"/>	Väitöskirja

Oppiaine	Liiketaloustiede, markkinointi	Päivämäärä	20.2.2006
Tekijä(t)	Maria Vähä-Piikkiö	Matrikkelinumero	
		Sivumäärä	111 + 18
Otsikko	YOU CANNOT NOT COMMUNICATE! Asiantuntijaorganisaation sisäisen viestinnän kehittäminen - Case: Deloitte		
Ohjaaja(t)	VTT Timo Toivonen, KTT Rami Olkkonen		

Tiivistelmä

Tämän tutkielman tarkoitus on tutkia sisäistä viestintää, henkilöstön tyytyväisyyttä siihen ja viestinnän merkitystä hiljaisen tiedon levittämisessä ja jakamisessa asiantuntijaorganisaatiossa. Pääongelmaa lähestyttiin kolmen osa-ongelman kautta, joiden avulla pyrittiin etsimään vastauksia siihen, miksi organisaatio viestii, mikä on tiedon merkitys asiantuntijaorganisaatiossa ja mikä on sisäisen viestinnän merkitys tiedon ja osaamisen jakamisessa. Lisäksi tutkielman empiirisessä osassa etsittiin vastauksia kysymyksiin: Mikä on kohdeorganisaation asenne sisäistä viestintää kohtaan ja mitä siltä odotetaan? Ongelmaa tarkasteltiin koko organisaation näkökulmasta, sillä sisäinen viestintä on olennainen osa organisaation toimintaa.

Tämän tutkimuksen lähestymistavaksi valittiin kvantitatiivinen tutkimusmenetelmä, jota täydennettiin kvalitatiivisella menetelmällä: haastattelulla, kirjoittajan omilla havainnoilla ja sekundaarimateriaalilla. Kvantitatiivinen kyselytutkimus on kuitenkin tämän tutkimuksen päätutkimusmenetelmä. Tutkimus on luonteeltaan kuvaileva. Tutkimusaineiston keräämisessä käytettiin www- muotoista kyselytutkimusta, joka muodostui sisäiseen viestintään liittyvistä väittämistä ja avoimista kysymyksistä.

Organisaatio pyrkii järjestelmällisesti tiettyihin päämääriin ja tavoitteisiin käytössään olevia voimavaroja säätelemällä. Avoin vuorovaikutus on yksi organisaation perustehtävistä. Työyhteisön sisäinen viestintä käsittää kaiken sen tiedonkulun ja vuorovaikutuksen, mitä tapahtuu yhteisön eri henkilöiden, henkilöryhmien ja yksiköiden välillä. Kanavia ja keinoja sisäisen viestinnän toteuttamiseen on monia. Organisaatioiden tulee löytää oikeat kanavat erityyppisten viestien välittämiseen. Sisäistä viestintää ei voi lähestyä yksiselitteisesti, sillä se vaikuttaa erittäin moniin asioihin. Asiantuntijaorganisaatiossa sisäisellä viestinnällä on erittäin suuri merkitys erityisesti tiedon ja osaamisen välittämisessä, sillä asiantuntijaorganisaation toiminta ja menestys perustuu henkilöstön osaamiseen ja hiljaiseen tietoon. Yritysten menestyksen takana on ihmisten osaaminen ja heidän kykynsä rakentaa ja ylläpitää inhimillisiä vuorovaikutusverkostoja. Voidaankin puhua viestintäpääoman käsitteestä. Asiantuntijaorganisaatiossa erityisesti esimiesviestinnän merkitys korostuu, sillä esimies toimii esimies-alaisviestinnän lisäksi oman yksikkönsä ja koko organisaatiotason sanomien välittäjänä.

Työntekijät olivat keskimäärin melko tyytyväisiä organisaation sisäiseen viestintään ja tiedon saatavuuteen. Viestintää pidettiin avoimuuteen suuntautuvana ja tapahtuneita parannuksia ja organisaation halua kehittää sisäistä viestintää arvostettiin. Viestinnän suunnittelulla, paremmalla ennakoinnilla ja avoimuudella sisäistä viestintää voidaan entisestään tehostaa. Aloitetoiminta mahdollistaisi viestinnän molemminpuolisuuden toteutumisen.

Asiasanat	Sisäinen viestintä, organisaatioviestintä, aineeton pääoma, asiantuntijaorganisaatio
Muita tietoja	