



<input checked="" type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>

Oppiaine	Johtaminen ja organisointi	Päivämäärä	10.11.2009
Tekijä	Satu Lämsä	Matrikkelinumero	
		Sivumäärä	79
Otsikko	Henkilöstö yrityksen maineen rakentajana Työajan ulkopuolinen viestintä yrityksestä		
Ohjaaja	KTT Arto Suominen		

#### Tiivistelmä

Yrityksen viestintää ja viestinnän vaikutusta yrityksen maineeseen on tutkittu paljon yrityksen sisäisen ja ulkoisen viestinnän näkökulmasta. Vähemmälle huomiolle viestintätutkimuksissa on jäänyt henkilöstön viestintä vapaa-ajalla omasta työpaikasta sekä vapaa-ajan viestinnän vaikutus yrityksen maineeseen.

Tutkimuksessa tutkitaan henkilöstön epämuodollista työajan ulkopuolista viestintää yrityksestä työpaikkana ja sen vaikutusta yrityksen maineeseen. Tutkimuksen ongelmaa selvitetään neljän osaongelman avulla. Ensimmäinen osaongelma käsittelee henkilöstön yleistä viestintää vapaa-ajalla ja sitä kuinka suuri osa viestinnästä käsittelee omaa työpaikkaa. Toinen osaongelma liittyy viestien laatuun ja sisältöön eli siihen, mistä asioista vapaa-ajalla viestitään ja millainen sävy viesteillä on. Kolmas osaongelma vastaa kysymykseen vaikuttaako henkilöstön työajan ulkopuolinen viestintä yrityksen maineeseen. Viimeinen osaongelma selvittää, miten yritys voi toimillaan vaikuttaa henkilöstön vapaa-ajalla tapahtuvaan viestintään.

Kvalitatiivisen casetutkimuksen aineisto koostuu Silta Oy:n Turun toimipisteessä tehdyistä neljästä teemahaastattelusta. Teemat haastattelurunkoon koottiin tutkimuskysymyksen ja osaongelmien pohjalta. Haastattelut kuvaavat yksittäisten henkilöiden näkemyksiä. Tutkimus itsessään antaa mielenkiintoista tietoa henkilöstön viestinnästä vapaa-ajalla omasta työpaikasta.

Johtopäätöksissä aineiston perusteella saatuja tuloksia verrataan aikaisempaan teoriatietoon. Yhteenvetona tutkimuksen tuloksista voidaan todeta, että tutkimuksessa aineiston perusteella tehdyt johtopäätökset eivät olleet aikaisemman tutkimusteorian kanssa yhtenevät muun muassa viestinnän aktiivisuuden osalta. Tutkimuksen mukaan Silta Oy:n henkilöstö puhuu työasioista vapaa-ajalla oma-aloitteisesti, mutta määrällisesti vähän. Tutkimuksessa nousi korostetusti esille yhden henkilön vaikutus henkilöstön vapaa-ajan viestintään. Tutkimuksen mukaan yrityksen mahdollisuudet vaikuttaa viestintään liittyivät lähinnä sisäisen viestinnän parantamiseen. Tutkimuksen tulokset antavat arvokasta tietoa yksittäisen yrityksen henkilöstön viestintätottumuksista ja siitä, mihin yrityksessä tulisi kiinnittää huomiota, jotta viestintää voitaisiin muuttaa yrityksen kannalta edullisemmaksi.

Asiasanat	Viestintä, maine, mielikuvat, sosiaalinen lähiverkko, vapaa-aika, kvalitatiivinen tutkimus
Muita tietoja	