

TARTU ÜLIKOOL
Sotsiaalteaduste valdkond
Ühiskonnateaduste instituut
Infokorralduse õppekava

Liina Jõgeva

Intranet infoedastuskanalina Coop Põlva Tarbijate Ühistus

Lõputöö

Juhendaja: Tiina Palu, MA

Tartu 2021

SISUKORD

SISSEJUHATUS	3
1. TEOREETILISED LÄHTEKOHAD	5
1.1. Intraneti mõiste ja olemus	5
1.2. Intraneti kasutuselevõtmine	7
1.2.1. Intraneti funktsioonid	9
1.2.2. Intraneti ülesehitus ja kujundus	10
1.2.3. Intraneti sisu	12
1.3. Peamised probleemid ja võimalikud lahendused.....	13
1.4. Ülevaade uuringutest	15
1.5. Uurimisprobleem ja uurimiseesmärk	16
2. UURIMISMETOODIKA.....	18
2.1. Valim	18
2.2. Uurimismeetod	18
3. UURIMISTULEMUSED JA ANALÜÜS	20
3.1. Kasutuspraktikad	20
3.2. Eesmärgipärasus	22
3.3. Ettepanekud	25
4. JÄRELDUSED JA DISKUSSIOON	27
KOKKUVÕTE	33
SUMMARY	34
KASUTATUD KIRJANDUS	36
LISAD	38
Lisa 1 - Intervjuu kava	38
Lisa 2 – Intraneti vaade.....	39

SISSEJUHATUS

Ettevõtetes kasutatakse töötajatele informatsiooni edastamiseks erinevad kanaleid - isiklikku suhtlemist, suhtlemist telefoni ja e-kirja teel, infostende ja töökoosolekuid, infotunde ja siselehti ning muud. Paljudes ettevõtetes kasutatakse info edastamiseks ka intranetti. Intranet on ettevõttele kuuluv privaatne ja turvaline võrk, mille eesmärgiks on teha kergemaks info jagamine inimeste vahel ettevõtte siseselt (Lakshminarayanan, Ganesan ja Kasinathaguru, 2020: 120). Ulatusliku infotalletajana võimaldab intranet kõigil ettevõtte töötajatel informatsiooni kätte saada üheaegselt ja samal kujul ning efektiivse kasutamise korral on intranet mugav ja paindlik sisekommunikatsiooni parendamise viis, mis võimaldab ettevõtte töötajate koostööl põhinevat informatsiooni loomist ja organiseerimist (Virkus jt, 2017: 537).

Lõputöö eesmärk on saada teada, kui kasutatav on intranet infoedastuskanalina Coop Põlva Tarbijate Ühistus ehk millised on töötajate kogemused intranetiga, kuidas nad hindavad intraneti kasutatavust ning kas ja milliseid ettepanekuid teevad töötajad intranetis muudatuste tegemiseks. Saadud tulemuste põhjal soovin teha ettepanekuid intranetis muudatuste läbiviimiseks, mis omakorda tõstaks intraneti kasutatavust ning parandaks ettevõttesisest info liikumist. Coop Põlvas võeti intranet kasutusele 2019. aasta mais, kuid intraneti kasutusstatistika järgi on näha, et töötajad ei ole intranetti väga hästi omaks võtnud. Samas on ettevõtte seisukohalt väga oluline omada asutusesisest usaldusväärset infoedastuskanalit juba ka seetõttu, et ettevõtte üksused, mida on kokku 30, on geograafiliselt hajutatud ning töötajatele, keda on umbes 350, oleks intraneti kaudu informatsiooni edastamine üks potentsiaalselt kiiremaid ning efektiivsemaid viise. Ettevõtte intraneti haldajana soovin teada, kuidas töötajad intranetti kasutavad, millised on töötajate ootused intranetile, kuidas saaksin keskkonda töötajate jaoks huvitavamaks ja mugavamaks muuta, et kasu oleks nii info edastajal – juhtkonnal, kes saaks oma sõnumi võimalikult paljude töötajateni viia ning info vastuvõtjal – töötajatel, kes saaks ettevõttes toimuva kohta parema ülevaate ja olla seeläbi ettevõtte tegevusse rohkem kaasatud.

Lõputöö koosneb neljast peatükist. Töö esimene, teooriaosa, keskendub intraneti kui infoedastusvahendi ja –tööriista olemusele, funktsioonidele, rakendamisele, sellega seonduvatele probleemidele ning võimalikele lahendustele. Esimese peatüki lõpuosas annan ülevaade kahest intranetiga seotud uuringust ning toon välja lõputöö uurimisprobleemi ning –eesmärgi. Teises peatükis toon välja uuringu läbiviimisel kasutatud andmekogumise ja –analüüsimeetodid, samuti valimi moodustamise põhimõtted. Kolmandas peatükis on lähtuvalt püstitatud uurimisküsimustest esitatud uurimistulemused ja nende analüüs. Neljandas, järelduste ja diskussioonipeatükis võtan kokku teория- ja uurimistulemuste osa ning teen ettepanekud intranetis muudatuste tegemiseks.

Täna lõputöö juhendajat Tiina Palu sujuva koostöö, nõuannete ning pühendatud aja eest.

1. TEOREETILISED LÄHTEKOHAD

1.1. Intraneti mõiste ja olemus

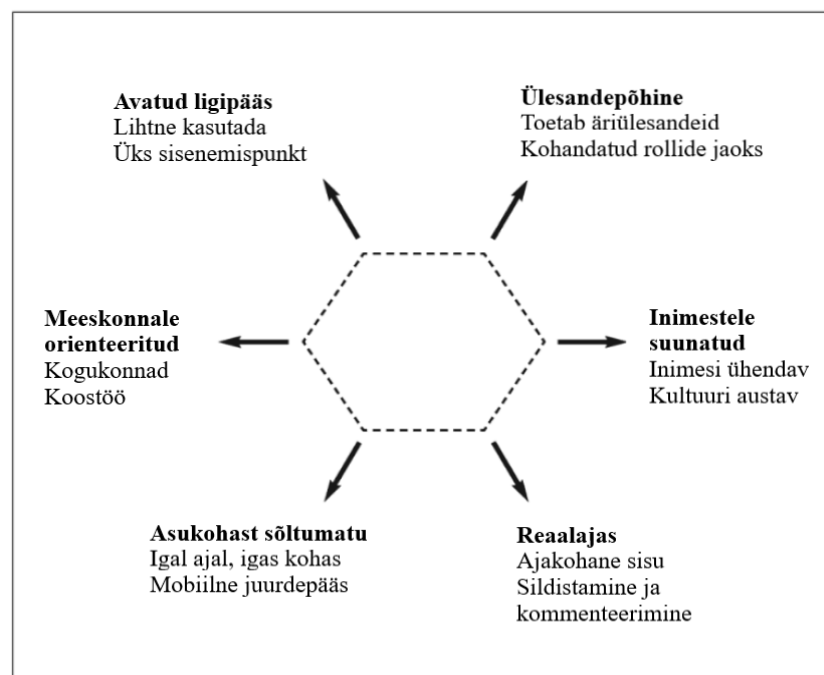
Tänase ühiskonna kiire tehnoloogiline areng ja kiired muutumisprotsessid on ümber korraldanud ka paljusid tööprotsesse - infotehnoloogia on kaasatud pea igasse tööelu valdkonda, töö on liikunud füüsilisest ruumist digitaalsesse keskkonda ja muutunud on tööpõhimõtted, -koht ning -iseloom (Byström, Heinström ja Ruthven, 2019: 9). Ka ettevõttesiseses info edastamises ja vastuvõtmises on võimalik kasutada erinevaid süsteeme, tehnoloogiaid ning protsesse. Wright (2009: 33-42) toob välja erinevaid sisekommunikatsioonis kasutatavaid kanaleid, millest traditsiooniliste vahenditena nimetab ta uudiskirju, teadetetahvleid, koosolekuid ja üritusi, meediumipõhiste süsteemidena telefonikõnesid- ja sõnumeid, e-kirju, ekraane ja videoid, telefoni- ja videokonverentse, raadio- ja telesaateid. Internetipõhiste vahenditena toob Wright (2009: 38-42) esile voogedastused, blogid, vikid, podcastid, kiirsõnumid, veebikoosolekud ning intranetid.

Intranet on privaatne ja turvatud ettevõtte eravõrk, mille eesmärk on hõlbustada info jagamist inimeste vahel ettevõtte siseselt (Lakshminarayanan, Ganesan ja Kasinathaguru, 2020: 120). Intranet on ligipääsetav kindlale inimrühmale, ettevõtte töötajatele, kelle volitatud juurdepääs võimaldab kontrollida infovoogu ja takistab volitamata isikute juurdepääsu intranetile väljastpoolt konkreetset ettevõtet (Błaszczak, 2018: 113). Intraneti erinevus internetist seisneb selles, et internet on kogu maailmas serverites salvestatud andmeid kasutav globaalne võrk, intranet on aga kohalik ja turvaline sisevõrk, info jagamise süsteem, mis kasutab vaid ettevõttesiseses võrgus salvestatud andmed (Tona ja Sharma, 2020: 2). Intranetti saab vastavalt vajadustele muuta, täiustada ja laiendada (Błaszczak, 2018: 114). Intranetti on defineeritud ka kui ettevõtte veebipõhist keskkonda, mis on igal ajal juurdepääsetav pea igast kohast, mis aitab maksimeerida individuaalset ja kollektiivset efektiivsust ning suurendada kogu ettevõtte efektiivsust, maksimeerides inforessursside väärtust ja pakkudes ühtset platvormi peamistele äriprotsessidele ja administratiivfunktsioonidele (Goodman, 2006: 1). Digitaalsel ajastul on intranet muutunud oluliseks vahendiks igas suuruses ettevõtetele, hoidmaks töötajaid kursis ettevõtte suuna ja

strateegiatega, pakkudes platvormi suhtlemiseks ja ettevõtte toimuvaga kursis olemiseks (Steers, 2017: 90). Intranet annab juurdepääsu infoallikatele ja koostöovahenditele, mida töötajad vajavad igapäevase töö tegemiseks, rollide täitmiseks ja ettevõttele väärtuse lisamiseks (Goodman, 2006: 1). Intranet on teenus, läbi mille informatsioon, infoallikad ja muud infokanalid on ettevõtte töötajale ligipääsetavad ehk intranet saab olla korraka nii infokanal, infoallikas kui info jagamise tööriist (Byström, Heinström ja Ruthven, 2019: 115). Intranetti saab kasutada tootlikkuse parandamiseks, töövoogude lihtsustamiseks ja konkurentsieelise saavutamiseks nende ees, kes veel ei ole õppinud, kuidas intraneti eeliseid ära kasutada (Piliouras ja Braun, 2018: 91).

Niisiis omab intranet ettevõtte veebipõhise infokanalina mitmeid erinevaid rolle ja funktsioone, see on ligipääsetav igal ajal ja igast kohast. Samas on see piiratud ligipääsuga konkreetsele inimhulgale, mis omakorda võimaldab intraneti sisu kontrollida ja keskkonda turvalisena hoida.

White (2011: 5) ütleb intranetti kirjeldades, et intranet on sama mitmekesine kui selle kasutajad ehk ühe kasutaja jaoks võib see olla kommunikatsioonikanal, teise jaoks meeskonnatöövahend, kolmandale pakkuda iseteenindusrakendusi, kuid mis oluline – see toimub kõik ühes, intraneti rakenduses. Ta toob joonisel 1 välja selle, kuidas intranet loob ettevõttele väärtust.



Joonis 1. Kuidas intranet loob ettevõttele väärtust (Allikas: White, 2011: 5)

White'i (2011: 5) joonise järgi on intranet ülesandepõhine, mis tähendab, et see toetab ettevõtte ülesandeid ja on kohandatud erinevate rollide jaoks. Intranet on keskendunud inimestele ja meeskondadele, see ühendab inimesi ja toetab ettevõttekultuuri, hõlbustab koostööd ja seob

kogukondi. Intranet võimaldab reaajas sisu avaldamist ja suhtlemist ning kasutatav asukohast sõltumata ehk kasutatav igal ajal igas kohas, see on ühe sisenemiskohaga ning lihtne kasutada.

Intranet on oluline tööriist suhtlemise ja koostöö hõlbustamiseks ka geograafiliselt hajutatud töötajate vahel ning et ettevõttele intranetist võimalikult palju kasu oleks, peaksid enamik töötajaid intranetti asjakohaselt ka kasutama (Lee ja Kim, 2009: 191). Käesolevas töös lähtun intranetist kui ressursi- ja kommunikatsiooniplatvormist, tööriistast, mis hõlbustab geograafiliselt hajutatud töötajate vahel info jagamist ja koostööd ning aitab töötajaid hoida kursis ettevõttes toimuvaga, suurendab töötajate kaasatust ning ühtekuuluvustunnet.

1.2. Intraneti kasutuselevõtmine

Intranet peab olema kui veebileht, mis kajastab ettevõtte ärikultuuri ja kasutab töötajaid kaasavaid dünaamilisi tööriistu (Steers, 2017: 90). Ka peaks intranet peegeldama ettevõtte väärtusi, sealhulgas kultuurilisi väärtusi (Jelov ja Laas, 2017: 148). Tõhus intranet vastab ettevõtte profiilile, strateegilistele eesmärkidele ja kõigi töötajate konkreetsetele igapäevastele nõuetele ja vajadustele (Goodman, 2006: 1).

Piliouras ja Braun (2018: 87) ütlevad, et kui soovitakse, et intranet ettevõtte vajadusi tõhusalt täidaks, nõuab see hoolikat planeerimist ja ehitamist. Parsons (2004: 59) märgib, et kindlaks peaksid olema määratud:

1. sihtrühmad, kes intranetti kasutavad või hakkavad kasutama;
2. mida peaks intranet suutma teha;
3. kas info on saadaval mõnes muus vormingus;
4. kas intranetti peaks olema lisatud isikupärastatud teave;
5. kas intranet peaks olema interaktiivne;
6. kuidas intranet välja näeb.

Piliouras ja Braun (2018: 87) märgivad, et esimene samm eduka intraneti juurutamisel on töötajate ja juhtkonna toetuse hankimine ning laialdase toetuse saamiseks tuleb selgitada, mis on intranet ja kuidas see ettevõttele kasuks tuleb. Seejärel, enne intraneti kujundamist ja sisu loomist, peaksid olema määratletud kasutajate võimalikke vajadusi intraneti kajastavad eesmärgid, kusjuures iga

eesmärk kujundab ja määratleb funktsionaalsuse, mida intranet peab toetama. Vajaduste tuvastamine võiks käia läbi töötajatega korraldatud intervjuude ja küsitluste, mis on suurepärase viisi ideede kogumiseks, kuidas intranetti ettevõttes rakendada (Piliourasi ja Braun, 2018: 88)

Intraneti loomisel peab meeles pidama, et intranet peaks muutma protsessid paremaks ja tõhusamaks, see peaks olema lihtne ja mugav kasutada ning olema oma olemuselt ja mahult muudetav (Jelov ja Laas, 2017: 148). Parsons (2004: 57) nimetab nelja aspekti, millele tuleks tähelepanu pöörata enne ettevõtte esimese intraneti väljatöötamist või olemasoleva täiustamist:

1. Planeerimine – teha selgeks intraneti eesmärgid, eesmärkide saavutamise mõõdikud, intraneti laiendamise võimalused tulevikus ning projekti meeskonnaga seotud küsimused.
2. Turvalisus – määratleda turbega seotud aspektid ning arutleda mis-oleks-kui stsenaariumite üle, et kaitsta intranetis olevat intellektuaalset vara.
3. Hooldus – teha kindlaks milline informatsioon vajab säilitamist, kes vastutab intraneti sisu ja kinnitamisprotsessi eest.
4. Kaasamine – määratleda, milline info on kõitev, kasutada veebidisaini ning kaaluda erinevaid turundusvõtteid.

Sarnaselt Parsonsile toovad ka Piliouras ja Braun (2018: 88) välja küsimused, mille küsimine võiks olla abiks intraneti väljatöötamisel sellele esitatavate nõuete määratlemisel:

1. Kas intraneti kasutajad peavad ligi pääsema juba olemasolevatele süsteemidele ja andmebaasidele?
2. Mis tüüpi koolitust ja tuge intraneti kasutajad vajavad?
3. Kes haldab, loob ja uuendab intraneti kaudu kättesaadavaks tehtud sisu?
4. Kas osakonnad loovad oma intraneti sisu iseseisvalt?
5. Kas kasutajad vajavad intraneti kaugjuurdepääsu?
6. Kas intranet peab piirama juurdepääsu teatud kasutajatele ja sisule?
7. Kas intraneti hoolduseks määratakse tehniline tugi?
8. Kas intranetti hallatakse ettevõtte seest või tellitakse see teenus väljast?

Kuna intranet on pidevalt arenev tööriist, siis tuleks eeldada, et tulevikus intraneti maht suureneb. Seetõttu on oluline panna paika plaan, milliseks võiks intranet areneda ühe, kolme ja viie aasta pärast (Parsons, 2004: 59). Intraneti arendamisel tuleks arvestada ka sellega, et kuigi on see suunatud ettevõtte sisemistele rühmadele, võib sinna sattuda küllastajaid ka väljastpoolt ettevõtet (Past, 2009: 197).

Uue ning paljusid töötajaid puudutava süsteemi kasutuselevõtmine ja kasutusel hoidmine vajab hoolikat eesmärkide seadmist, planeerimist ning pidevalt kohalolekut. Väga oluline on kindlaks määrata kasutajate vajadused. Järgmistes alapeatükkides toon välja intraneti võimalikud funktsioonid, ülesehituse ja disainiga seonduva ning selle, mida peaks tähele panema intraneti sisuloomise osas.

1.2.1. Intraneti funktsioonid

Intranet võimaldab info hankimist, korrastamist, salvestamist, säilitamist, levitamist ja esitamist ning parandada andmetele ligipääsu, vähendada kulusid, ka ettevõttesisese suhtlusega kaasnevaid kulusid ning parandada otsustuskvaliteeti (Lee ja Kim, 2009: 192). Intranet võib täita mitmeid erinevaid funktsioone, näiteks anda ligipääs ettevõtte levinumatele inforessurssidele – uudistele ja teadetele, dokumentidele, blankettidele ja taotlustele, kontaktandmetele, koolitusmaterjalidele, kalendritele, aruteludele, galeriidele, kasulikele linkidele (Błaszczak, 2018: 105-107).

Lisaks inforessursside, koostöovahendite ja muude ettevõttespetsiifiliste rakenduste platvormile on intranet ettevõtte siseturunduse tööriist, mis tutvustab ettevõtte kaubamärki oma töötajatele (Goodman, 2006: 9). Tähelepanuta ei tohiks jätta intraneti sotsiaalset funktsiooni - intranet on üks tõhusamaid suhtluskanaleid, mis suurendab ettevõtte efektiivsust ja aitab läbi arutelude ja vestluste, küsitluste kaasa töötajate integreerimisele (Błaszczak, 2018: 104). Yadav, Sharma ja Keswani (2017: 2) märgivad, et töötajatele intranetis häälte andmine ja vabadus oma kolleegidega ideid jagada võib olla positiivne samm koostöökultuuri poole. Sotsiaalmeedia areng on muutnud inimeste asjaajamisi ja suhtlust ning ehkki juhid võivad karta sotsiaalsete funktsioonide intranetis kättesaadavaks tegemist, kasutavad töötajad tegelikkuses neid tööriistu iga päev oma isiklikus elus ja teevad seda ka tööil ning selle võimaldamine suurendab suhtlemist ja koostööd, pakkudes inimestele tööriistu, mis tõstavad produktiivsust, teadlikkust ja kaasatust (Yadav, Sharma ja Keswani, 2017: 4). Ka Steers (2017: 90) rõhutab, et hea intranet on ettevõttes väärtuslik tööriist, võimas vahend pakkumaks töötajatele võimalust suhelda ja suhestuda kogu ettevõttes toimuvaga ning seega peab intranet olema dünaamiline. Intraneti dünaamilisemaks muutmiseks pakub ta võimalust integreerida intranetti sotsiaalseid tööriistu, dünaamilisi mehhanisme ja koostöölahendusi, mis on kui ettevõttesisene sotsiaalmeedia. Intraneti igapäevane kasutamine loob töötajatele võimaluse tehnoloogia vahendusel ettevõttekultuuri õppimiseks, kuid strateegiliseks

muutmiseks peavad intranetid olema projekteeritud nii, et nad toetaksid töötajaid organisatsiooniliste eesmärkide saavutamisel, mitte ei takistaks tööd tehniliste tõrgete, ebaloogiliste protsesside või valesti juhitud teabe abil (Bennett, 2014: 2).

Jelov ja Laas (2017: 149-155) eristavad intranetis pakutavate võimaluste põhjal kolme intraneti tasandit – elementaarne, kõrgema taseme ja tipptaseme intranet. Elementaarses intranetis on hästi organiseeritud ja kergesti leitavat kontaktide ning profiilide andmebaas, ettevõtte struktuur, uudised ning teadaanded, dokumendid, sündmuste ja tähtpäevade osa ning otsingufunktsioon. See peaks võimaldama kasutajaõiguste loomist ning olema tavakasutajale lihtne kasutada. Kõrgema taseme intranetis on eelnevale lisaks välja toodud integratsioon personalisüsteemiga, ressursside broneerimise süsteem, meeskonnaliikmete kalendrid, puhkusesoovide märkimise võimalus ja juurdepääs palgalipikutele. Kõrgema taseme intranetis on ka kommunikatsiooni ja kommenteerimise võimalus, tsentraliseeritud süsteem taotluste esitamiseks ja mängud. Kõrgema taseme intranetile peaks olema juurdepääs erinevate seadmetega. Tipptasemel intranetis võiks Jelovi ja Laasi (2017: 154) järgi olla meeskondade ja osakondade omavahelise kommunikatsiooni võimalus, integratsioon intraneti-väliste süsteemidega ning projektihalduse funktsioon. Sotsiaalsust silmas pidades on oluline tegevusaktiivsus ja blogid, mis annavad töötajatele põhjuseid sagedamini intranetti külastada (Jelov ja Laas, 2017: 154).

Eelnevale tuginedes võib öelda, et intranet võimaldab kasutada paljusid erinevaid funktsioone. See, millised kasutusele võetakse, sõltub konkreetse ettevõtte ja selle töötajate spetsiifilistest omadustest, nõudmistest ja vajadustest ning intranetile seatud eesmärkidest. Lisaks nõudmisi ja vajadusi toetavatele funktsioonidele on oluline ka intraneti sotsiaalne funktsioon ning samuti siseturunduse ülesanne, mis mängivad suurt rolli ettevõtte sisekliima ning kultuuri loomises.

1.2.2. Intraneti ülesehitus ja kujundus

Stenmark (2010: 10) väidab, et intranetti ei saa käsitleda homogeense infokeskkonnana ning et intraneti tajutava struktuuri ja tajutava teabe leidmise lihtsuse vahel on tugev seos. Mida mahukam on intraneti sisu, seda raskem on intraneti kasutajal selles navigeerida, mistõttu peab intranetil olema korralik otsingu- ja kategoriseerimissüsteem (Yadav, Sharma ja Keswani, 2017: 3). Stenmark (2010: 10) ütleb, et infoarhitektuuri oluliseks aspektiks on menüüd ja need on kõige

sagedamini kasutatavad vahendid intranetis teabe leidmiseks, mistõttu peaks see olema väga selgelt läbimõeldud intraneti osa.

Intraneti kujundus on üks tähtsamaid fookuspunkte, sest see võib oluliselt mõjutada intraneti kasutuskogemust (Yadav, Sharma ja Keswani, 2017: 3). Intraneti kujundus peab aitama kaasa info leidmisele (Past, 2009: 197). Parsons (2004: 61-62) selgitab, et hästi kujundatud intranet peaks võimaldama külastajatel lehtedel intuitiivselt navigeerida, info peaks olema leitav kiiresti ja lihtsalt. Ta lisab, et heade kujunduspõhimõtete hulka kuuluvad selged linkide nimed, suure graafika vähene kasutamine, lühikesed, kuni kolme ekraani pikkused lehed ning järjepidev elementide paigutus ühelt lehelt teisele. Veebidisaini põhimõtteid järgides saab kasutajate kogemusi paremaks muuta ning lihtsa ja järjepideva kujunduse abil saavad kasutajad intraneti lehega kiiremini tuttavaks (Parsons, 2004: 62).

Ka Goodman (2006: 9) rõhutab intraneti kasutatavuse võtmetegurina ning eduka intraneti lahutamatu osana kujunduse järjepidevust ja ühiseid standardeid. Ta ütleb, et järjepidevusele ja kasutusmugavusele aitavad kaasa lihtsad kujunduse markerid, näiteks konkreetse fondi valimine, linkide allakriipsutamine ja värvivalik. Lisaks on populaarseimate standardite hulgas päiste ja jaluste kasutamine, mis näitavad kasutajale, et ta on intranetis teabe otsimiseks õiges kohas. Goodman (2006: 9) pakub intraneti disaini osas välja, et kõik intranetis kasutatavad värvid võiksid olla valitud kooskõlas ettevõtte logoga, et säilitada püsiv kaubamärgikuvand. On oluline, et kõik, kes sisestavad intranetti informatsiooni, kasutaksid järjepidevat stiili või samu malle.

Teise olulise tegurina viitab Goodman (2006: 10) ettevõtte intraneti ja ettevõtte avaliku veebisaidi seotusele. Ta märgib, et intraneti kujunduse valimisel tuleb arvestada, et mõned omadused on tõenäoliselt mõlemale saidile ühised ning ehkki intranetis on oluline luua püsiv välimus ja tunnetus, on sama oluline teha vahet avalikul ja privaatsel, vaid ettevõtte töötajale ligipääsetaval lehel. Lisaväärtuse loomiseks saab intranetti kohandada veebitehnikaid nagu video, heli, e-õpe, ajaveebid ja mobiilne juurdepääs (Goodman, 2006: 10).

Intraneti läbimõeldud, kasutajate ootustele ning vajadustele vastav ülesehitus ja disain aitavad lehe muuta kasutajasõbralikumaks – kasutajal on hõlpsam infot leida ja sellest aru saada. Intranetikeskkonna planeerimisel peab kindlasti meeles pidama seda, et intranet on pidevalt arenev ning mahult suurenev tööriist, mistõttu peaks intraneti infoarhitektuur pidevalt toimuvaid muudatusi toetama.

1.2.3. Intraneti sisu

Intraneti jõud on reaajas suhtlemises ja võimaluses jagada uudiseid kiirelt (Parsons, 2004: 60), seega on intraneti lehtede täpsus ja ajakohasus üliolulised faktorid (Goodman, 2006: 10). Lisaks on oluline info väljaandmise õige ajastamine (Past, 2009: 160). Hästi kujundatud lihtsasti navigeeritavad lehed on kasutajatele väärtuslikud vaid siis, kui need sisaldavad täpset ja ajakohast teavet, mis tähendab, et informatsiooni pidev värskendamine intranetis on hädavajalik (Goodman, 2006: 10). Samas aga peaks info hulka piirama nii, et oleks lihtne leida sõnumi mõte, sest kõik intraneti kasutajad ei liigu lehel ringi, vaid piirduvad ekraanil oleva infoga, mis tähendab, et sõnumi mõte peaks olema kohe selgeks tehtud (Past, 2009: 198). Kui intraneti sisu ei värskendata või värskendatakse juhuslikult, ei tunneta töötajad intraneti väärtust ning pärast seda muutub töötajate veenmine intranetti tagasi pöörduma palju keerulisemaks (Parsons, 2004: 61). Kui intranet ehitatakse üles vaid uudiste edastamiseks ning dokumentide hoidmiseks, siis suur osa töötajatest intranetti ei kasuta (Jelov ja Laas, 2017: 148).

Parsons (2004: 61) väidab, et intraneti tajutavat väärtust suurendavad ahvatlev sisu, ühised veebidisaini põhimõtted ning intraneti turundamine mitmete kommunikatsioonikanalite kaudu. Intraneti sisu värskena hoidmine julgustab töötajaid ikka ja jälle intranetti naasma ning selleks on võimalik kasutada erinevaid elemente, näiteks artikleid, uudiseid, näpunäiteid, teatmematerjale, kasulikke linke ning võimalusel ka isikupärastatud informatsiooni (Parsons, 2004: 61). Ka müügieesmärkide jälgimise, päringute ja puhkuseavalduste võimalused meelitavad töötajaid intranetti aina uuesti (Parsons, 2004: 61). Samuti on töötajaid huvitavad teemad töötingimused, töövahendid, kvaliteedinõuded, mis on hea töö, palga- ja edutamise tingimused, sündmused, koosolekud, koolitused, vaba aja tegevused, ettevõtte areng, müügieedu, juhtkonna tegevus ja juht kui persoon (Past, 2009: 159). Lisaks huvitatakse sellest, mis kõneleb töötajatest – edutamistest, pensionilejääjatest, osalemisest sotsiaalset vastutust kandvatel vabatahtlikel üritustel, rahvaspordiüritustel osalejatest ja hobidest (Past, 2009: 159-160). Andes töötajatele võimalikult palju põhjuseid intraneti kasutamiseks, on neid võimalik intranetiga tutvustada, õpetada intranetis orienteeruma ning veenda intraneti olulisuses (Parsons, 2004: 61).

Kokkuvõtteks võib öelda, et intranet ennast ettevõttele ära tasuks ja sellest võimalikult palju kasu oleks, peaksid töötajad intranetti ka kasutama. Intranetti kasutatakse siis, kui selle sisu on huvipakkuv ja vajalik, mistõttu peavad selgelt olema kokku lepitud intraneti sisu haldamisega seonduvad ülesanded ja nende eest vastutajad, et hoida intranet värskelt ja ahvatlevana.

1.3. Peamised probleemid ja võimalikud lahendused

Intraneti kasutuselevõtmine ei tähenda alati, et töötajad seda ka kasutama hakkavad. Probleeme ja takistusi ette võib tulla igas etapis. Piliouras ja Braun (2018: 90) toovad esile väljakutseid, millega ettevõtted peale intraneti kasutuselevõtmist silmitsi võivad seista. Nad märgivad väljakutsetena intraneti sisu regulaarse ajakohastamise, töötajate juhendamise, ühe isiku või rühma poolt intraneti sisu kontrollimise ning intraneti turundamise, et töötajad toetaksid intraneti kasvu ning pidevat kasutamist. Samuti lisaraha saamise intraneti uute võimaluste rakendamiseks ja ettevõtte infojagamiskultuuri soodustamise. Väljakutseks võib olla ka paberipõhise kultuuri ühendamine elektroonilise dokumentatsiooni kultuuriga ja intraneti üldise efektiivsuse ja panuse mõõtmine.

Üheks probleemiks võib olla see, et intranet saab vähe tuge, investeeringuid või juhtimist, sest ettevõttes ei mõisteta, et informatsioon on vara (White, 2011: 8). White (2011: 8) kirjeldab, et ettevõtte muu vara eest vastutavad juhid – personaliosakonna vara on töötajad, finantsosakonna vara on raha, hallatakse hooneid ja muid füüsilisi rajatisi. IT-osakond haldab tehnoloogia infrastruktuuri. Info kui vara haldamise eest ei vastuta keegi, sest seda vara bilansis ei kuvata (White, 2011: 8). Ka arvab White (2011: 8), et intranet on varjatud rakendus - ettevõttes leitakse intranetist iga päev vajalikku infot, kuid sellest tegevusest pole nähtavat jälge. Sellise olukorra parandamise eelduseks on ettevõtte juhtkonna teadlikkuse tõstmine infost kui väärtuslikust varast ja sealjuures intraneti olulisusest infovara kättesaadavuse tagamisel ettevõtte töötajatele.

Parsons (2004: 58) nimetab intranette puudutava probleemina intraneti arendamisele eelneva vähese planeerimise - planeeritakse otseseid vajadusi, kuid lühiajalistele eesmärkidele suunatud aeg ja vaev toovad lõpuks juurde lisatööd. Goodman (2006: 3) ütleb, et tihti keskenduvad intraneti arendajad pigem tehnoloogiale, mitte inimestele, kes seda kasutavad ja kes määravad intraneti edu või ebaõnnestumise. Parsons (2004: 59) kirjeldab olukorda, kus personaliosakonna infot kasutatakse intraneti tuumana, mis tähendab kujunduse, korralduse ja planeerimise tiirlemist ühe osakonna ümber. Kui teistel osakondadel tekib vajadus intranetikanali järele, siis kas töötatakse välja oma lehed, mis ei ole kooskõlas olemasolevate personaliosakonna lehtedega, või muudetakse intranet ümber kohanemaks vajamineva kasvuga. Vajadusi prognoosimata ollakse kinni jäigas kujunduses, raamistikus ja navigeerimises (Parsons, 2004: 58). Et kirjeldatut vältida, peaks ettevõtte välja töötama eesmärgid ning efektiivsuse mõõdikud, otsima projekti sobivad meeskonnaliikmed ja koostama intraneti kavandi (Parsons, 2004: 58). Intraneti arendajad peaksid projekti ulatuse juba algusest peale selgelt määratlema (Goodman, 2006: 5), pidades silmas nii praeguseid vajadusi kui ka võimalikke tulevikuvõimalusi.

Steers (2017: 90) märgib, et vältima peaks intraneti muutmist info- või dokumendihoidlaks. Probleem, mille taha ettevõtted sageli takerduvad, on intraneti eesmärgi puudumine või selle ebaselgus, mistõttu muutuvadki intranetid ebaoluliseks prügimäeks (Parsons, 2004: 58). Intraneti eesmärk peab olema kooskõlas ettevõtte enda strageeriliste eesmärkidega (Goodman, 2006: 3) ning eesmärgi väljatoomine annab raamistiku intraneti sisule (Parsons, 2004: 58). On oluline meeles pidada, et aega ja ressursse pühendatakse sisule, mis on kooskõlas eesmärgiga, sest see aitab vältida info ladustamise efekti (Parsons, 2004: 58). Parsons (2004: 60-61) ütleb, et ettevõtted tihti unustavad intraneti pärast esimest käivitamist ja lasevad sisul vananeda, mistõttu intraneti väärtus hääbub ning ilma asjakohase, ajakohase ja kasuliku teabeta pole töötajatel intraneti kasutamiseks põhjust. Ta pakub, et selle probleemi vältimiseks tuleks intraneti loomisel arutada hooldust, sest info värskendamine on tehniliselt lihtne, kuid on raske määratleda, millist infot ja millal tuleks värskendada, mistõttu peaks see olema varakult meeskonnas kokku lepitud. Uuendusi metoodiliselt kavandades säilitab intranet väärtuse (Parsons, 2004: 61).

Hoolduse juures on Parsonsi (2004: 61) järgi tähtis info heakskiitmisprotsess, teadmine, kes on kinnitamisahela osa, milline info tuleb heaks kiita, millised on kinnitamise tähtjad, kes info intranetti avaldab. Ta märgib, et info tuleb täpsuse, sobiva ajastuse ja juriidiliste küsimuste osas üle vaadata, kuid selge kinnitusprotsessita võib info avaldamine muutuda keerukaks ning intraneti värskendused võivad väheneda. Samas ütleb ta, et kui kinnitamisprotsess on leebe, on oht, et avaldatakse ebaolulist või eksitavat teavet. Lahenduseks on kinnitamisahela kirjeldamine, mis kõrvaldab segaduse ning kiirendab intraneti värskendamise protsessi (Parsons, 2004: 61).

Lisaks esineb probleeme intraneti kasutajate erinevate oskuste tõttu. Paljudes ettevõtetes esineb digitaalne lõhe info edastajate ja info saajate vahel - IT valdkonda tundvad inimesed peavad intraneti kasutamist lihtsaks, samas kui töötajal on raske jälgida loogikat, mida mööda infot otsides peaks minema (Past, 2009: 197). Seetõttu tuleks kindlasti intraneti kasutajaid õpetada, kuidas intranetist infot kergemini leida, sest inimesed, kes on harjunud infot analoogmeetodil vastu võtma, jäävad digitaalsel infotarbimisel hätta (Past, 2009: 197).

Intranetti puudutavaid probleeme võib ette tulla erinevates etappides, nii planeerimisel, juurutamisel kui juba kasutusel oleva intranetiga. Eelnevalt väljatoodud probleemidega, näiteks vähe planeeritud, ebaselge eesmärgiga, minimaalselt tuge ja juhtimist saav intranet ei anna ettevõttele lisaväärtust ja peletab kasutajad endast eemale. Probleemide vältimiseks tuleks intraneti loomise esimestes etappides väga kindlalt määratleda eesmärgid, teha plaanid ning tagada intranetile pidev hooldus, hoides sisu ahvatleva ja värskena ning juhendades ja toetades kasutajaid.

1.4. Ülevaade uuringutest

Lotta Wahlroos (2017) uuris magistritöös intraneti kasutamist Finnairi pilootide kogemuste põhjal. Töö eesmärk oli leida lahendusi, kuidas parandada pilootide intraneti kasutamist. Uurimine viidi läbi kvalitatiivsete meetoditega - digitaalse kasutajauuringu ning töötoaga. Wahlroos (2017: 26) leidis, et pilootide töö mobiilsus tekitab ettevõtte intranetile tehnoloogiliselt ning ajaliselt juurdepääsuraskusi, sest intranet ei pruugi kogu maailmas kättesaadav olla ning töötundide ajal on juurdepääsuvõimalused vähesed, mistõttu peaksid piloodid intraneti kasutama vabal ajal. Kirjeldatud intraneti kasutamisega seotud probleemid on osati võrreldavad Coop Põlva intraneti kasutamisega. Coop Põlva töötajatest suurema osa moodustavad klienditeenindajad ja teenindajate töö eripära tõttu ei ole neil tööajal ligipääsu ettevõtte intranetile. Seetõttu on ka käesoleva töö uurimisprobleemist tulenevalt põhjendatud arutelu teemadel, kas ettevõttel on õigus eeldada, et töötajad kasutaksid intranetti oma vabal ajal, kuidas teha intranet selliseks, et töötaja sooviks seda kasutada ka oma vabal ajal ning kuidas oleks seda probleemi võimalik veel lahendada.

Wahlroos (2017: 48-56) märgib, et intranet peaks olema lihtsasti juurdepääsetav ja hõlpsasti kasutatav. Lisaks peaks intraneti sisu olema asjakohane ja huvitav, et töötajail oleks intranetist ka kasu. Intraneti juurdepääsetavuse ja kasutusmugavuse probleemidest ülesaamiseks on vaja uusi tehnilisi lahendusi. Wahlroosi ettepanekul tuleks pilootidele pakkuda intraneti kasutajakoolitust, et suurendada tajutavat kasutusmugavust ja kasutatavust. Täiustada tuleb intraneti sisu, et muuta see kasutajatele atraktiivsemaks ja kasulikumaks. Ka Coop Põlva töötajate hulgast on varasemalt tulnud tagasisidet, et intranetti on raske sisse logida, lehe ülesehitus on keerukas ning vajalikke dokumente on raske leida. Seetõttu vajab töötajate intraneti kasutuskogemus täpsemat uurimist ja kasutamisel ilmnunud probleemid väljaselgitamist.

Lee ja Kim (2009: 191-201) uurisid intraneti kasutamist mõjutavaid faktoreid küsitledes üle 300 intranetikasutaja kümnes Korea ettevõttest. Nad leidsid, et intraneti kasutamist mõjutavad kasutajatugi, interneti kasutuskogemus, ülesannete vastastikune sõltuvus ja intraneti tajutav kasulikkus. Intraneti kasutamist ei mõjuta aga ülesannete ühemõttelisus, surve ja tajutav kasutusmugavus. Tajutav kasulikkus on arusaam, et konkreetse süsteemi kasutamine parandab antud ülesande täitmist, tajutav kasutusmugavus on aga arusaam, et konkreetse süsteemi kasutamine on võimalik vähese vaevaga (Lee ja Kim, 2009: 192). Kasutajatugi ja interneti kasutuskogemus mõjutavad tajutavat kasulikkust, mis selgitab nende kahe muutuja olulist mõju intraneti kasutamisele - kui kasutajad tajuvad intraneti suuremat kasulikkust, kipuvad nad intranetti laiemalt kasutama (Lee ja Kim, 2009: 199). Tajutava kasutusmugavuse ebaoluline mõju intraneti

kasutamisele näitab, et disain kasutusmugavuse parandamiseks on vähem oluline kui intraneti funktsionaalsuse aspektid, mis käsitlevad ülesannete täitmise eesmärki (Lee ja Kim, 2009: 199).

Sotsiaalse surve vähene mõju intraneti kasutamisele näitab, et teiste ootusel ja välisel surveel pole tugevat mõju tegelikule kasutamisele, mistõttu tuleks inimesi julgustada intranetti kasutama intraneti väärtuste abil (Lee ja Kim, 2009: 200). Kui kasutajatugi ja kasutuskogemus suurenevad, arvavad kasutajad, et intraneti kasutamine on lihtne. Kasutajatoe ja kasutuskogemuse mõju ning ülesannete vastastikune sõltuvus intraneti kasutamisel näitab, et õppeprotsess intraneti kogemuste omandamiseks ja juhtkonna innustamine on olulised intraneti toetamiseks (Lee ja Kim, 2009: 200).

Lee ja Kim (2009: 200) väidavad, et enne tehnoloogia kasutuselevõttu peaks ettevõtte hoolikalt uurima väliseid tegureid, mis oluliselt mõjutavad kasutajate arusaamasid intranetist. Ka Coop Põlva intranetikasutuse puhul on asjakohane uurida, kuidas mõjutavad intraneti kasutamist töötajate varasemad interneti kasutamise kogemused ning kas intraneti puhul on vajadus laiema kasutajatoe ning –koolituse järele. Samuti tuleks tähelepanu pöörata sellele, kuidas tõsta intraneti väärtust ja funktsionaalsust töötajate silmis, et nad ise sooviksid intranetti rohkem kasutada.

1.5. Uurimisprobleem ja uurimiseesmärk

Coop Põlva on Põlva, Võru ja Tartu maakondades tegutsev ettevõtte, mille tegevus põhineb tulundusühistuseadusel ja mis on koos teiste piirkondlike ühistutega Coop Eesti Keskühistu liige. Coop Põlva üksuste hulka kuuluvad toidu- ja tööstuskauplused ning toitlustus- ja tootmisüksused.

Coop Põlva Tarbijate Ühistus võeti intranet (esilehe vaade esitatud lisana 2) kasutusele 2019. aasta mais, kuid intraneti olemasoleva kasutusstatistika järgi on näha, et töötajad ei ole intranetti hästi omaks võtnud. Samas on ettevõtte seisukohalt väga oluline omada kesket asutusesisest usaldusväärset infoedastuskanalit seetõttu, et ettevõtte üksused, mida on kokku 30, on geograafiliselt hajutatud ning töötajatele, keda on ca 350, oleks intraneti kaudu informatsiooni edastamine üks potentsiaalselt kiiremaid ning efektiivsemaid viise. Intraneti loomisel võeti peamiseks eesmärgiks luua kõigile töötajatele kättesaadav ettevõtte infot, dokumente, uudiseid ning eelkõige personaliosakonna materjale pakkuv platvorm. Coop Põlva intranetist on praegusel hetkel võimalik lugeda uudiseid, tutvuda erinevate kohustuslike ja mittekohustuslike koolitus- ja juhendmaterjalidega, samuti dokumentidega, näha sündmuste- ja koolituste kalendrit,

sünnipäevasad, tööpakkumisi, ettevõtte kontakte, lugeda siselehte, vaadata ürituste galeriisid, saada infot töötajatele mõeldud hüvede kohta. Töötajate arvamusi ja ootusi intraneti osas varasemalt, intranetti planeerides ega peale seda uuritud või kaardistatud pole. Intraneti tehnilised lahendused võimaldavad praegusel hetkel saada infot vaid kasutajate viimase sisselogimisaegade kohta. Muid andmeid, näiteks kasutussagedust ja uudiste ning lehtede klikkimiste arvu intranetist saada ei ole võimalik.

2021. aasta 1. jaanuari seisuga oli Coop Põlva intranetti kasutajatena registreeritud 359 töötajat. Töötajad registreeriti kasutajateks intraneti kasutuselevõtul ning kõik uued töötajad registreeritakse kasutajateks tööle asudes. Registreeritud töötajatest ca 31% ehk 110 töötajat ei olnud 1. jaanuari seisuga Coop Põlva intranetti mitte kordagi sisse loginud. 249 töötajast, kes vähemalt üks kord on intranetti kasutanud 131 töötajat ehk ca 36% kõigist töötajatest, oli intranetti kasutanud rohkem kui üks kuu tagasi, so novembris 2020 või enne seda. Viimasel kuul, so detsembris 2020 oli intranetti vähemalt ühel korral sisse loginud 118 töötajat, mis teeb kõigist registreeritud töötajatest ca 33%. Seega jagunevad töötajad intraneti kasutamiskiivsuse järgi kolmeks üsnagi võrdseks osaks – töötajad, kes pole kunagi intranetti kasutanud, töötajad, kes kasutavad intranetti üsnagi aktiivselt ning töötajad, kes kasutavad intranetti väga harva.

Käesoleva töö uurimisprobleemiks on teadmatus, miks suurem osa töötajatest kasutavad ettevõtte intranetti harva või ei kasuta üldse. Seetõttu soovin teada, millised on töötajate kogemused intranetiga, kuidas töötajad intranetti kasutavad, millised on töötajate ootused intranetile, kuidas saaksin keskkonda töötajate jaoks huvitavamaks, kasutajasõbralikumaks muuta, et kasu oleks nii info edastajal – juhtkonnal, kes saaks oma sõnumi võimalikult paljude töötajateni viia ning info vastuvõtjal – töötajatel, kes saaks ettevõttes toimuva kohta parema ülevaate ja olla seeläbi ettevõtte tegevusse rohkem kaasatud.

Uurimiseesmärgiks on saada teada, kui kasutatav on intranet infoedastuskanalina Coop Põlva Tarbijate Ühistus ehk millised on töötajate senised kogemused intranetiga, kuidas hindavad töötajad intraneti kasutatavust ning kas ja millised ettepanekuid teevad töötajad intranetis muudatuste tegemiseks.

Uurimiseesmärgi saavutamiseks esitan järgmised küsimused:

1. Milline on ettevõtte töötajate intraneti kasutuspraktika?
2. Kuidas hindavad töötajad intraneti eesmärgipärasust?
3. Millised on töötajate ettepanekud intraneti muutmiseks?

2. UURIMISMETOODIKA

2.1. Valim

Valimi moodustamisel on aluseks võetud sihipärase valimi moodustamise põhimõtted (Rämmer, 2014). Valimisse püüdsin leida populatsiooni kõige tüüpilisemad esindajad. Coop Põlva töötajad on jaotatud kolme rühma – juhtkond, kaupluste juhatajad ja klienditeenindajad ning valimisse on valitud liikmed igast rühmast järgmiselt – 2 juhtkonna liiget, 4 juhatajat, 4 teenindajat. Valim koosneb 10 inimesest, kes kõik töötavad ettevõtte erinevates üksustes ning kellel on kogemusi intraneti kasutamisega. Jagades töötajad kolme rühma, on tagatud see, et valimisse on kaasatud töötajad erinevate tööiseloomadega ning igalt ettevõtte tasandilt.

2.2. Uurimismeetod

Antud uurimistöös on uuringu läbiviimisel kasutatud kvalitatiivset lähenemisviisi. Kvalitatiivsed meetodid võimaldavad uurida inimrühmade vaateid ja aitavad mõtestada erinevaid vaatenurki, kvalitatiivse lähenemise tugevuseks on võime uurida põhiväärtusi, uskumusi ja eeldusi ning saadud andmed on nüansirikkad (Choy, 2014: 102). Kvalitatiivset uurimistööd iseloomustab süvenemine probleemi mõistmiseks ning kvalitatiivse meetodi eesmärk on põhjaliku ja illustreeriva teabe kogumine mõistmaks analüüsitava probleemi erinevaid dimensioone, keerukat reaalsust ja tegevuste tähendust antud kontekstis (Queirós, Faria, ja Almeida, 2017: 370).

Kvalitatiivse uurimisviisi valik lähtus asjaolust, et kvalitatiivse uurimistöö eesmärkideks on mõista, seletada, tõlgendada, kirjeldada, teha nähtavaks uusi tõsiasi ja avastada uusi aspekte ning kvalitatiivse uurimistöö käigus keskendutakse sotsiaalsetele ja inimese seesmistele nähtustele - mõtetele, eesmärkidele, hoiakutele, tõekspidamisele, tähendustele, arvamustele, kogemustele

(Õunapuu, 2014: 58). Seetõttu sobib kvalitatiivne lähenemine käesoleva töö uurimiseesmärgi saavutamiseks - töötajate intranetiga seotud kogemuste, arvamuste, mõtete ja hoiakute uurimiseks, ette tulnud probleemide väljaselgitamiseks ja võimalike lahenduste otsimiseks.

Andmekogumismeetodiks on semi-struktureeritud individuaalintervjuu, mida iseloomustab paindlikkus – intervjuude läbiviimise aluseks on intervjuukava, kuid kavas olevate küsimuste järjekorda võib muuta, vajadusel on võimalik küsida täpsustavaid lisaküsimusi (Lepik jt, 2014). Meetodi plussiks on intervjuueeritava võimalus vastata küsimustele oma sõnade ja sobiva tempoga. Puuduseks iga intervjuueeritava erinev kogemus ja tõlgendus ning suhteline „tõde“, mistõttu võib analüüsi lõpptulemust mõjutada intervjuu analüüsija tõlgendusoskus, kogemused, hoiakud ja arusaamad (Lepik jt, 2014). Intervjuueerijal on oluline mõista, et oma aktiivse rolli tõttu võib ta vastajat mõjutada ja tähtis on proovida mõjusid hoida võimalikult minimaalsena (Lepik jt, 2014).

Intervjuu eesmärgiks on koguda infot töötajate intraneti kasutuspraktika kohta ning selle kohta, millised on töötajate hinnangud ja ettepanekud intranetile. Intervjuukavas (lisa 1) olevad üksteist intervjuuküsimust on vastavalt uurimisküsimustele jagatud kolme plokki – kasutuspraktika, hindamine ja ettepanekud. Intervjuud viidi läbi ühe nädala jooksul 2021. aasta märtsis telefoni-intervjuudena, need salvestati ning transkribeeriti. Intervjuueeritavad nimetasin vastavalt valimi rühmade järgi – juhtkond „IK1“ ja „IK2“, juhatajad „IJ1“, „IJ2“ jne, teenindajad „IT1“, „IT2“ jne. Intervjuu alguses küsisin nõusolekut intervjuu läbiviimiseks, andsin ülevaate intervjuu eesmärgist ning andmete töötlemisest. Kõik, kellelt intervjuus osalemist palusin, olid sellega nõus.

Intervjuude analüüsimeetodiks on kvalitatiivne sisuanalüüs, mis võimaldab uurida transkribeeritud intervjuude sisu ning tähendust pöörates muuhulgas tähelepanu ka harva esinevatele ja unikaalsetele tekstis esinevatele nähtustele (Kalmus, Masso, Linno, 2015). Analüüsitehnikaks on juhtumiülene analüüs, milles vaadeldakse mitut analüüsitavat juhtumit, kogudes läbiviidud intervjuudest kokku kõik konkreetse teema kohta käivad tekstiosad ja võrreldes selle teema käsitlemist kõigi läbiviidud intervjuude lõikes (Kalmus, Masso, Linno, 2015). Intervjuude analüüsi alustasin intervjuutekstide kui tervikute korduvast läbilugemisest. Edasi eristasin igas intervjuus olulised tekstiosad, tõstsin esile uurimisküsimuste seisukohast kõige olulisemad mõtted ja väited ning määrasin tekstiosa iseloomustavad ja kirjeldavad märksõnad. Märksõnad ja nendega koos intervjuudest väljavõetud tekstiosad jagasin sarnasuse järgi kategooriateks. Seejärel võrdlesin konkreetsete teemadega ehk kategooriatega seotud intervjuude lõikusid, analüüsisin nende erinevusi ja sarnasusi ning võimalikke seoseid. Järgmises, uurimistulemuste ja analüüsi peatükis on esitatud kolme valimisse kuulunud grupi intervjuude tulemused.

3. UURIMISTULEMUSED JA ANALÜÜS

Järgnevalt toon uurimisküsimustele tuginedes välja uurimistulemused - annan intervjuude põhjal ülevaate a) intervjueeritud töötajate intraneti kasutuspraktikast, b) sellest, kuidas töötajad hindavad intraneti eesmärgipärasust ning c) millised on intervjueeritute ettepanekud intraneti muutmiseks. Tulemused esitan kolme valimisse kaasatud rühma alusel – juhtkond, kaupluste juhatajad ning klienditeenindajad

3.1. Kasutuspraktikad

Juhtkond

Intervjueeritud juhtkonnaliikmete kasutuspraktikad erinesid kasutussageduse osas üksteisest üsnagi oluliselt. Kui üks vastanutest kasutab intranetti mitmeid kordi nädalas, siis teine ligikaudu üks kord kuus.

Intranetti kasutatakse peamiselt töötajatele mõeldud hüvede ja soodustuste kohta info otsimiseks ning nende taotlemiseks vajalike blankettide allalaadimiseks. Kõige kasulikemate osadena nimetati intranetis olevaid dokumente, kontaktandmeid ning juhendmaterjale. Uudiseid juhtkonnaliikmed intranetis lugemas pigem ei käi ning saavad suurema osa infot kätte kas e-kirjavahetustest, telefonis ja näost-näku suhtlemise teel. Palju kasutatud tööalase info allikatena nimetati ettevõtte kodulehte, Facebooki kanaleid ning igakuiselt väljaantavat ettevõtte siselehte „Sõnumite Tooja“.

„No kahju öelda, aga intranetis ma küll infot otsimas ei käi. Siseveebi ma ei külasta rohkem, kui mul häda on. Minul oleks esimene, mida ma olen rohkem isegi vaadanud, koduleht, näiteks seal on need lahtiolekuajad, kui mul vaja. Ja minul liigub seda siseinfot niigi, ma suhtlen teistega ja loen ju ka seda meie lehte. [---] Mina nüüd kasutan ikkagi ka seda Facebooki, siis sealt tuleb mulle väga palju sellist liikuvat infot sisse.“ (IK1)

Üldjoontes intranetti intervjueeritud juhtkonnaliikmete poolt kasutatakse, samas kasutatakse seda sagedamini, kui seal oleks rohkem ahvatlevat ja tihemini uuendatud sisu.

Juhatajad

Intervjueeritud kaupluste juhatajate intraneti kasutuspraktika on üksteisele üsnagi sarnane. Intranetti kasutatakse peamiselt paar korda nädalas. Kõige enam kasutatavateks osadeks intranetis nimetati kontakte ning töötajate hüvede ja soodustuste infot, sisenemisvõimalust tööajaarvestusprogrammi ning sünnipäevasad. Enda jaoks kõige kasulikumateks pidasid juhatajad taotluste ja avalduste blankette ning tööajaarvestusprogrammi juhendeid.

„Minu jaoks on see dokumentatsioon, et kui mingisuguseid, dokumente on vaja täita, et siis ma saan kohe siit kätte. Siis muidugi see tööajaarvestusprogramm, kui ma jään hätta siis ma saan sealt need vastused enda jaoks ja siis ütleme, et sünnipäevad. [---] Siis igasugused need hüved ja soodustused, et kui keegi tuleb küsima, siis ma saan kohe sealt selle info anda, et ma ei pea kuskilt, ma ei tea kust-iganes seda infot otsima hakkama. [---] Aga põhiline on ikkagi dokumendid.“ (IJ3)

Erinevalt juhtkonnaliikmetest pidasid juhatajad peamiseks infoallikaks e-kirjade ning telefoni teel saadava info kõrval ka intranetti.

„No peamine on e-post, kuhu tulevad kõik sellised informatiivsed kirjad [---] Ülejäänud info saabki sealt meie siseveebist kätte.“ (IJ4)

Kuigi suurem osa töökorraldust puudutavast infost liigub e-kirjade teel, siis oleks oluline, et sama info oleks kättesaadav ka intranetist, sest seal on info kompaktselt koos ja annab seetõttu ülevaatlilikuma pildi, kui postkastis olevad e-kirjad.

Teenindajad

Intervjueeritud teenindajate intraneti kasutussagedus on tagasihoidlik ja intraneti külastatakse pigem harva. Peamiseks infoallikaks ettevõttes toimuva kohta info saamisel nimetati Facebooki, intranetti selleks pigem ei kasutata.

„Et ma ei kasuta seda millegipärast väga. [---] Ma ei ole väga selline, et ma niisama lähen käin ja vaatan. Ma lähen siis, kui mul midagi vaja on. Et niisama uudistama ei lähe.“ (IT3)

Kuigi kõik intervjueeritavad ise olid intraneti olemasoluga kursis ning seda kasutanud, selgus intervjuerimise käigus, et on ka töötajaid, kelleni ei ole jõudnud info intraneti olemasolust.

*„Ma olen paljudega rääkinud ka kes ei ole kuulnudki, et kuskilt saab midagi vaadata.“
(IT2)*

Peamiste põhjustena, miks teenindajad intranetti kasutavad, nimetati kord kuus ilmuva siselehe lugemist, lisatöö võimalustena tööampsude vaatamist ning info otsimist hüvede ja soodustuste kohta. Samuti kasutatakse intranetti vahe-etapina tööajaarvestusprogrammi edasi liikumiseks.

3.2. Eesmärgipärasus

Juhtkond

Ettevõtte intranet on loodud eesmärgiga pakkuda kõigile töötajatele kättesaadavat infot, dokumente, uudiseid ja eelkõige personaliosakonna materjale.

Kuigi mõlema intervjuueeritava poolt märgiti ära, et värskete uudiste rubriigis on pigem vana info, siis intraneti muud sisu silmas pidades peetakse seda siiski asjakohaseks, sisurikkaks ning töötajatele vajalikuks. Intranetis on töötajale kõik vajalik olemas, välja on toodud otseteed töötajale vajaliku süsteemide ja keskkondade juurde – näiteks tööajaarvestusprogrammi. Kättesaadavad on kõigile töötajatele kohustuslikud üld- ja kaubandusjuhendid, teenindusjuhendid, ohutusjuhendid. Samas aga võib konkreetse info leidmine olla keerukas ning aeganõudev, lehe ülesehitus on ebaloogiline ja segadusse ajav, mistõttu ei ole intranet kuigi kasutama meelitav.

„Ma ei tea, ega mulle ta ei ole niiväga kutsuv. [---] Lehel ringiliikumine tundub vahepeal kuidagi raske, kõik need nooled üleval servades ja kolm triipu ja ... see on nüüd küll natuke segane asi. Ma suudan vahepeal ära eksida, et siis pean noolega ennast tagasi klõpsima avalehele ja siis uuesti vaatama hakkama.“ (IK1)

Ka intraneti avalehe ülesehitust ei peeta kuigi heaks, samuti selle visuaalset poolt. Avalehele on kogutud väga palju erinevat infot, palju teksti, kasutatud on erinevaid fonte, erinevaid värve ja kujundusi ning see võib kasutaja jaoks olla pigem eemaletõukav.

„See ruupori märk seal tundub nagu kirves. Terve see esileht ongi nagu hirmutamise leht. Kõigepealt loed seda maskikandmist ja siis tulevad reeglid ja kohustused ja siis

käitumisjuhend. [---] Kuna ta on sellisel roosakas-punasel foonil ka, see alguse pilt, noh nagu jah, nagu kiirabis oleks. See on minu arvates nii hirmus.“ (IK1)

Peale selle kipub info lehtedel kohati ka korduma, menüüd on eksitavad ning segadust tekitavad. Intraneti otsingufunktsioon ei anna oodatud tulemust ja otsingulahtri kuvamine lehel on poolik, justkui äralõigatud.

„Vasakpoolne ja pildialune menüü mind õudselt häirib, et see dubleerib. Ja samas on sinnasamma alla toodud ka asju, mida vasakult ei leia. Ei saa aru, kust mida otsima peab. [---] Ja siis tekibki see tunne, et miks ma tulen siia, et see ajab mind ainult segadusse ja ma ei leia sealt vastuseid.“ (IK2)

Intraneti vähese kasutuse põhjuseks tunduvad olevat varasemad negatiivsed kogemused intraneti kasutamisel.

„Siseveebis on muidugi palju täpsem info tegelikult, kui ma niimoodi nüüd ilusti mõtlen. Et aga kuna ma olen seal mitu korda hädas olnud ja sipelnud, siis ma ei ole vist väga vajanud seda “ (IK1)

Nagu eelnevast nähtus, on juhtkonnaliikmete üldine hinnang intranetile pigem rahulolematu ja seda just lehe ülesehituse ning kasutamise lihtsuse osas.

Juhatajad

Juhatajate üldine hinnang intranetile on positiivne, seda peetakse kasulikuks ja meeldivaks. Kõik vajalikud asjad on ühest kohast kättesaadavad ja info on põhjalik. Positiivse näitena toodi välja töötajate hüvede ja soodustustega seotud info olemasolu.

„Mulle meeldib, et kohe on need soodustused omatöötajatele, et kui meil uued töötajad tulevad, et siis ma võtan siseveebi lahti kohe ja siis ma saan siit ette kõik vuristada, et mis soodustused ja pakkumised meil on enda töötajatele.“ (IJ4)

Kuigi intranetti peetakse juhatajate poolt ka üheks peamiseks ja neile oluliseks infoallikaks, siis sarnaselt juhtkonnale käis ka vestlustest juhatajatega läbi aktuaalse info vähesus.

„No neid uuemaid uudiseid ikka võiks olla. Et ma siselehest loen küll, aga seesama võiks uudisena ka intranetist läbi käia. Rohkem seda siseelu kajastada. Kui ta juba on. Vahepeal tundub, et ega midagi põnevat ei ole. Noh vaatan need oma sünnipäevad ära ja siis nagu

ei olegi muud. Vahepeal tundub, et ta nii igav, et ma ei saa aru, milleks see üldse olemas on.“ (IJ1)

Samas tuleb ka juhatajate vastusustest välja intraneti ülesehituse ja info leidmise keerukus, vajaliku infoni jõudmiseks on vaja teha palju klikke ja see vähendab kasutamise lihtsust ja mugavust. Sarnaselt juhtkonnale nimetati häiriva asjaoluna seda, et dokumentide osa ei ole loogiliselt üles ehitatud, lisaks on lehtede alajaotused segadust tekitavad.

„Et kui ma nüüd ise liigun sinna või sinna või sinna, siis ma lõpuks saan selle kätte, et võib olla inimene on selline, et ta ei hakkagi nii kaugele minema. Et, samas ma ei tea, on vaja üsna palju tuhnimist, et dokumentideni jõuda. Ma olen isegi sellega hätta jäänud. Aga kui hakata korralikumalt vaatama, siis on need asjad ikkagi kõik kuskil olemas. Et lõpuks on ikkagi kõik leitav.“ (IJ3)

Juhatajad märkisid ka, et nad suunavad teenindajaid intranetti kasutama küllaltki sageli, kuid samas tunnevad nad muret ka selle üle, et teenindajate jaoks võib intraneti kasutamine pigem keeruline.

„Ma arvan, et töötajate jaoks ei ole ta üldse lihtne. [---] Ma arvan, et nendel on kindlasti tunduvalt rohkem probleeme. Mina suudan nagu siit välja otsida mida mul vaja on ja läbi tuhnida onju, aga ma arvan et enamuse jaoks on ta ikkagi suht-koht ebamugav, või ei suuda nad sealt midagi leida.“ (IJ2)

Ka mainisid mitmed juhatajad, et on intranetist vajaliku info ülesleidmiseks pidanud personaliosakonnast abi ja juhendamist paluma.

Teenindajad

Teenindajatelt saadud tagasiside põhjal on nende hoiak intraneti suhtes positiivne, seda peetakse heaks ja kasulikuks.

„Üldiselt ma arvan, et tore, et ta olemas on, ega ta ju halb pole.“ (IT1)

Kuigi intranetti kasutatakse pigem harva, siis teenindajate sõnul neile intranet meeldib, nad peavad seda mugavaks ning kasutamisel esinenud probleeme ei osatud välja tuua. Intranetist saavad nad kõik endale vajaliku info kätte, samuti ollakse teadlikud intranetis asuvatest dokumentidest ja blankettidest.

„Minu jaoks on hea, et see info kõik ilusti kätte jookseb. Vahepeal ikka midagi uut on tulnud ja info liigub seal rohkem.“ (IT2)

Intraneti mobiilivaade hinnati üsna heaks, selle ülesehitus on arusaadav ja vajalik info leitav.

3.3. Ettepanekud

Juhtkond

Ettepanekuid intraneti muutmiseks, sinna erineva info ja funktsioonide lisamiseks tuli juhtkonnaliikmetelt mitmeid. Lehe mugavamaks ja lihtsamini kasutatavaks muutmise eesmärgil pakuti välja, et üle tuleks vaadata lehe struktuur ja ülesehitus ning vastavalt vajadusele lehe osad ümber paigutada ja -sõnastada. Näiteks vajaksid korrastamist ja loogilisemaks muutmist kontaktide ja koolituste alamjaotused. Ka märgiti, et kokku võiks olla lepitud see, kuidas intranetti nimetatakse. Praegusel juhul on kasutusel nii sõna „siseveeb“ kui ka „intranet.“

„Mind häirib veidi see kasutus, et kas ta on siseveeb või intraneti või... inimesed ei tee ju vahet kodulehel, siseveebil, intranetil. Et vaata, siin kui me sisse läheme, on cooppolva.ee/intra, et see võib ajada väga sassi inimese.“ (IK1)

Intraneti visuaalse poole parandamine võiks olla üks aspekt, mis töötajaid lehte kasutama meelitaks. Kindlasti tuleks uuendada ka galeriid, lisada sinna rohkem erinevat, ka igapäevast tööd kajastavat materjali. Samuti tehti ettepanek, et intranet võiks visuaalselt olla sarnane ettevõtte kodulehega.

„Lihtne oleks kui siseveeb oleks sarnase ülesehitusega nagu koduleht. Et see oleks palju tuttavam. [---] Oleks tore kui see oleks sama põhimõttega, lihtsalt teine sisu, alamlehed jms.“ (IK2)

Kuivõrd intranetis on väga palju tekstilist materjali, mille lugemiseks kuluks palju aega, pakuti välja, et osa sellest võiks olla asendatud plakatite, kujunduste või piltidega, millegagi, mis töötajat rohkem kõnetaks ja mis oleks huvitavam ning kergemini arusaadav. Paremini võiks esile olla toodud ettevõtte tutvustus - üldine info, töötamise põhimõtted, missioon, visioon. Samuti selgitus selle kohta, mis on intranet, kellele on see mõeldud, et rõhutada töötajale selle vajalikkust.

„ [---] äkki peaks nagu kuidagi kasvõi seal kohe alguses, kus on avalehel see Coop Põlva siseveeb, kuidagi ära märkima selle, et misasi see on. Et see ongi nagu meie töötajatele [---] oleks igale ühele selge, et misasi see siseveeb siis on - ettevõttesisene info meie ette töötajatele ja töötajatele info jagamise koht.“ (IK2)

Dokumentide – infomaterjali, avalduste, taotluste, juhendite osa on hetkel raskesti hoomatav, palju materjali on ühte kohta kokku kuhjatud ning see tuleks täies ulatuses korrastada. Intranetile annaks palju väärtus juurde funktsioon, mille kaudu oleks võimalik taotlusi esitada läbi intraneti keskkonna, ilma, et peaks läbima pikka ning tüütut otsi-salvesta-täida-salvesta-allkirjasta-saada protsessi.

Ettepanekutena värskema ja töötajaid intranetti meelitava info lisamise osas toodi välja, et rohkem võiks kajastada just igapäevaseid tavapäraseid tegevusi, näiteks panna üles kaupluste remontide ja uuendamistega seotud uudiseid, samuti töötajate tähtpäevadega, näiteks tööjuubelitega seotud sündmuste kajastusi.

Juhatajad

Seoses aktuaalse info vähesusega soovitakse intranetti juurde lisada just uuemat ja olulisemat infot. Kui enamuse intranetis olevatest materjalides moodustavad personaliosakonna materjalid, siis peamiselt tuntakse puudust kaubanduse ala puudutavast infost, näiteks infost kampaaniate ja käimasolevate tarbijamängude kohta. Samuti soovitakse intranetist saada rohkem infot kaupluste tööd puudutavate muudatuste ning uuenduste kohta.

Ettepanekuna käis läbi intraneti avalehe muutmine selliselt, et oluline info ja uudised oleks rohkem esile tõstetud. Lisaks võiks mõelda, ka, kuidas teenindajaid rohkem intranetti kasutama meelitada, näiteks võiks selleks olla erinevate sotsiaalmeedias kajastust leidvate kampaaniate ja reklaamide lisamine neile töötajatele, kes sotsiaalmeediaplatforme ei kasuta.

Teenindajad

Kasutuskogemuse vähesuse tõttu ükski intervjueritud teenindaja ettepanekuid intraneti muutmiseks või sinna materjali lisamiseks teha ei osanud.

4. JÄRELDUSED JA DISKUSSIOON

Käesolevas peatükis võrdlen saadud uurimistulemusi teooriaosas esitatud seisukohtadega ning analüüsin, millise vastuse annavad saadud tulemused püstitatud uurimisküsimustele ja uurimisprobleemile. Samuti toon välja enda ettepanekud intraneti muutmiseks, hindan kasutatud uurimismeetodit ja lõputöö eesmärgi täitmist.

Lõputöö uurimisprobleemiks oli teadmatuse, miks suurem osa töötajatest kasutavad ettevõtte intranetti harva või ei kasuta üldse. Lõputöö eesmärgiks oli saada teada, kui kasutatav on intranet infoedastuskanalina Coop Põlva Tarbijate Ühistus. Eesmärgi saavutamiseks soovisin saada vastuseid küsimustele, milline on ettevõtte töötajate intraneti kasutuspraktika, kuidas hindavad töötajad intraneti eesmärgipärasust ja millised on töötajate ettepanekud intraneti muutmiseks.

Kasutuspraktika

Kokkuvõtvalt saab öelda, et intraneti kasutamine intervjueritute seas varieerus mitmest kasutuskorrast nädalas kasutamiseni umbes üks kord kuus – sagedasti kasutavad intranetti kaupluste juhatajad, klienditeenindajad kasutavad pigem harva, intervjueritud juhtkonnaliikmete intraneti-kasutus oli erinev. Kõige enam kutsub töötajaid intranetti kasutama ja kõige olulisemateks peetakse infot töötajate hüvede ja soodustuste kohta ja nende taotlusblankette. Intranetist vaadatakse ka kontakte ja sünnipäevaid, loetakse siselehte, samuti erinevaid juhendmaterjale. Vastanute tööiseloom, mis puudutab võimalust töö ajal interneti kasutada, on erinev. Kui juhtkonnaliikmetel ja juhatajatel on töö ajal ligipääs internetile ja seega ka intranetile hea, siis klienditeenindajatel selline võimalus tööajal puudub. See aga võib olla üheks põhjuseks, miks teenindajate seas intranet kuigi palju kasutust ei leia – töö ajal ei ole võimalust kasutada, vabal ajal ei taheta kasutada. Ühe lahendusena võiks olla töötajatele antud võimalus kasutada intranetti ka tööl olles, näiteks paigutades töötajate puhkeruumi pauside ajal, enne või pärast tööpäeva kasutamiseks intraneti ligipääsuga arvuti.

Praegusel hetkel, arvestades, et 67% töötajatest, kes on intranetti registreeritud, kasutab intranetti vähe või ei kasuta üldse, ning seda, et ka intervjueeritutes pooled kasutavad intranetti pigem harva, siis võib järeldada, et infoedastuskanalina intranet ettevõttes suurt rolli ei mängi.

Eesmärgipärasus

Üldjoontes olid intervjueeritud töötajad arvamusel, et intranet on töötajatele vajalik kanal, sealt on võimalik ligi pääseda paljudele olulistele töökorraldusega seotud materjalidele, infole ning süsteemidele, samas on intraneti ülesehitus küllaltki keerukas ja vajaliku info leidmine raske. Nii Jelov ja Laas (2017: 151), Stenmark (2010: 10) kui ka Parsons (2004: 62) rõhutavad, et intranet peab olema töötajatele lihtne ja mugav, intraneti infoarhitektuuri oluline aspekt on selgelt läbimõeldud menüüd ning intranet peaks võimaldama kasutajal intranetilehel intuiitiivselt navigeerida, info peaks olema leitav kiiresti ja kergelt. Seega ei ole Coop Põlva intraneti ülesehitus vastavuses teoorias soovitatuga ja keerulise ülesehituse tõttu jääb osa vajalikku infot kättesaamatuks, mistõttu võib intranet töötajaid kasutama kutsumise asemel pigem eemale peletada. Peale esimest negatiivset kasutuskogemust seda rohkem kasutada ei soovita.

Täpsus ja ajakohasus on intraneti puhul väga olulised faktorid ning intraneti sisu värskendamine on hädavajalik (Goodman, 2006: 10). Samuti on oluline pakkuda muud töötajaid huvitavat sisu, näiteid sellest toovad nii Parsons (2004: 61) kui ka Past (2009: 159-160). Mõne töötajaid huvitava infona tuuakse välja näiteks müügieesmärgid, näpunäited, kasulikud lingid, ettevõtte töötajatest ja juhtidest kõnelev sisu. Mitmetes intervjuudes toodi aga välja, et Coop Põlva intranetis on vähe aktuaalset infot ja värskaid uudiseid, seal on vähe ettevõtte sisemist, ainult töötajatele suunatud infot ja uudiseid ning seetõttu ei näe töötajad põhjust intranetti kuigi sageli kasutada.

Sama kõneleb ka asjaolu, et tööalase ja ettevõttes toimuva kohta info saamise allikana nimetati mitmel korral eelkõige välistele sihtrühmadele suunatud ja pidevalt uuenevaid Facebooki lehti ja kodulehte, mitte aga aegunud uudistega intranetti. Töötajad ei leia intranetis sama väärtust kui sotsiaalmeediakanalites. Tuginedes siinkohal teoreetikute arvamustele (Parsons, 2004: 60-61; Goodman, 2006: 15; Piliouras ja Braun, 2018: 88), on tähtis kokku leppida intraneti sisu loomine ja uuendamine ning kinnitamisprotsess. Kui sisu loomisega seotud töökorraldused ja protsessid on ebaselged, siis on tulemuseks igav ja aegunud, kasutuseta seisev intranet.

Seega tulenevat eelnevast on intranetile seatud eesmärk, pakkuda kõigile töötajatele kättesaadavat infot, dokumente, uudiseid ja eelkõige personaliosakonna materjale, täidetud osaliselt. Dokumendid ja materjalid on intranetis küll olemas, kuid nende kättesaamine sealt pigem

keerukas, liigset pingutust nõudev ja segadusseajav. Ka uudiste, kui värsked ja uue info edastamine töötajatele ei ole täielikult eesmärki täitev, sest intranetil puudub ahvatlev värsked sisu, uuendusi selles rubriigis on vähe ning olemasolev info pigem vana.

Ettepanekud

Intraneti muutmise kohta tehtud ettepanekud edastamiseks ettevõtte juhatusele toon tabelis 1 välja tuginedes intervjuude käigus töötajate poolt tehtud ettepanekutele ning omapoolselt, tuginedes teooriale, kogemustele ja intervjuudes räägitule.

Tabel 1. Intraneti muutmiseks tehtud ettepanekud, tegevused ja ajakava.

Ettepanek	Tegevused	Täitja(d)	Ajakava
Ülesehituse lihtsustamine ja arusaadavamaks muutmine	<ul style="list-style-type: none"> • Menüüstruktuuri muutmine • Alamlehtede ümberjaotamine, ümbersõnastamine ja sisu muutmine • Dokumentide ja juhendmaterjalide korrastamine • Korduste eemaldamine 	Juhiabi, personalijuht	Märts - aprill 2021
Visuaalselt atraktiivsemaks muutmine	<ul style="list-style-type: none"> • Pikkade tekstide asemel pildimaterjali ja kujunduste lisamine 	Juhiabi, kujundaja	Aprill 2021
Värsked sisu lisamine	<ul style="list-style-type: none"> • Uudiste sagedasem lisamine • Kaubandusalase info lisamine • Reklaamide ja kampaaniate lisamine 	Juhiabi, kaubandus- ja personalijuht	Jooksvalt
Kahepoolse suhtluse võimaldamine	<ul style="list-style-type: none"> • Arutelufoorumi lisamine • Küsitluste läbiviimine 	Juhiabi	Juuli – august 2021 Jooksvalt
Turundamine	<ul style="list-style-type: none"> • Erinevates kanalites (e-post, infostendid, siseleht, otsesuhtlus) intraneti reklaamimine 	Juhtkond	Jooksvalt
Kasutusstatistika kogumine	<ul style="list-style-type: none"> • Pakkumise küsimine intraneti kasutamise statistiliste näitajate salvestamiseks 	Juhiabi	Juuni 2021
Koolitus, juhendamine	<ul style="list-style-type: none"> • Töötajate küsitamine intraneti osas lisajuhendamise või koolituse soovi ja vajaduste kohta 	Juhiabi	September – oktoober 2021

Töötajate poolt tehtud ettepanekud intraneti muutmiseks ja seeläbi kasutusmugavuse tõstmiseks puudutasid peamiselt intraneti lehe struktuuri ja ülesehituse lihtsamaks ja arusaadavamaks muutmist, lehe visuaalselt atraktiivsemaks tegemist ning aktuaalse info ja uudiste sagedasemat lisamist. Näiteks võiks ümber sõnastada ja -jaotada intraneti alamlehti ja muuta menüüstruktuuri, korrastada dokumendid ja juhendmaterjalid, lisada intranetti personaliosakonna materjalidele ja infole ka kaubandusalast infot ning sotsiaalmeedias kajastatavaid reklaame ja kampaaniad.

Lisaks intervjueritute poolt tehtud ettepanekutele lisan ma omaltpoolt teooriaosale, kogemustele ja uuringu käigus läbiviidud intervjuudele tuginedes mõned ettepanekud intraneti haldamiseks ja täiustamiseks.

Coop Põlva intranet võimaldab praegusel hetkel vaid ühepoolset suhtlemist, see on infoedastuskanal, kus info liigub juhtkonnalt töötajatele, kuid töötajalt juhtkonnale mitte. Teooriaosas on välja toodud mitmete autorite seisukohad, mis rõhutasid intraneti sotsiaalset funktsiooni (Błaszczak, 2018: 113; Yadav, Sharma ja Keswani, 2017: 4; Steers, 2017: 90), mille abil on võimalik suurendada töötajate kaasatust, suhtlemist ja koostööd ja seeläbi parandada ettevõtte kultuuri. Kuna isiklikus elus omab sotsiaalmeedia aina suuremat rolli, siis intraneti atraktiivsuse tõstmiseks võiks kaaluda kahepoolse suhtlemise võimaldamist, lisades intranetti näiteks aruteluforumid, vestlusaknad, kommenteerimise ja/või küsitluste läbiviimise võimalused. Selline lahendus aitaks töötajaid rohkem kaasata ja rõhutada töötaja olulist rolli ettevõtte „asjades“ kaasa rääkimisel.

Ühes intervjuus märgiti, et on töötajaid, kelleni ei ole jõudnud info intraneti olemasolust. Lisaks on võimalik, et kasutamise vähesuse taga on see, et töötajad on küll intraneti olemasolust teadlikud, kuid nad ei ole aru saanud intraneti kasulikkusest ja vajalikkusest. Töötajad ei ole aru saanud, miks intranetti on vaja. Nii Piliouras ja Brauni (2018: 90) kui ka Parsons (2004: 62) toovad ühe intranette puudutava väljakutsena esile intraneti turundamise. Tulenevalt sellest, oleks ühe võimaliku intraneti kasutatavust tõstva aspektina panna rohkem rõhku järjepidevamale ja ulatuslikumale, kõiki võimalikke kanaleid hõlmavale intraneti reklaamimisele töötajate seas, tuletamaks neile meelde intraneti olemasolu ja selle kasulikkust ning vajalikkust. Mida väärtuslikumaks intranet töötajate silmis muutub, seda rohkem hakatakse seda kasutama.

Tehnilise lahendusena oleks kasulik intranetti lisada võimalus koguda andmeid intraneti kasutamise kohta. Kuivõrd praegusel hetkel intranetist rohkem andmeid peale kasutaja viimase sisselogimise ei saa, siis oleks intraneti haldajale kasulik teada ka muud kasutusstatistikat, näiteks võiks selleks olla intraneti kasutamise sagedus töötaja kohta ja erinevate lehtede külastuste ning

uudistele klikkimiste arv. See annaks lisateavet selle kohta, millised teemad töötajaid enim huvitavad ja millisele sisule ja lehtedele edaspidi rohkem rõhku panna.

Tuginedes teooriaosas väljatoodud võimalikele probleemidele, töötajate erinevate digitaalsete oskuste ja pädevuste tõttu tekkivatele takistustele intraneti kasutamisel (Past, 2009: 197) ning Piliouras ja Brauni (2018: 90) olulise küsimusena väljatoodud koolituse ja toe vajaduse väljaselgitamisele, teen ettepaneku tulevikus laiemalt kaardistada töötajate huvi ja vajadust intraneti kasutamise koolituse ja toe järele. On teada, et siiani ei ole töötajatele intraneti kasutamise osas koolitusi ega juhendamist pakutud. Võimalik, et töötajate vähese intraneti kasutamise taga võib olla vähene kogemus digitaalse info tarbimisel, hirm ja teadmatus uue süsteemi ja selle kasutamise ees, mistõttu võib laiemat koolituse ja toe pakkumisest olla kasu intraneti kasutatavuse tõstmisel.

Meetodi kriitika, töö eesmärgi täitmine ja praktiline väärtus

Kuivõrd kvalitatiivne sisuanalüüs ei taotle valimi representatiivsust või üldistatavust (Kalmus, Masso, Linno, 2015), siis intervjuude tulemused ei ole üldistatavad kõikidele ettevõtte töötajatele. Töö eesmärk, saada teada kui kasutatav on intranet infoedastuskanalina ettevõtte töötajate kasutuspraktika, hinnangute ja ettepanekute põhjal, on seega täidetud osaliselt ehk teada on konkreetsete intervjuueeritud töötajate seisukohad, mitte kõigi ettevõtte töötajate seisukohad. Samas aga heitsid uurimistulemused valgust uurimisprobleemile ehk teadmatussele, miks töötajad intranetti ei kasuta. Siinkohal annaks võimaliku edaspidise uuringuna statistiliselt analüüsiv kvantitatiivne uuring üldistatavamalt ja laiapõhjalisemat infot, hõlmates võimalikult suurt osa töötajatest ja andes ülevaate nende kogemustest, hinnangutest ja arvamustest, samuti vajadustest ja ootustest. Töötajate kaasamine intraneti arendamisse, uuendamisse ja muutmisesse annab töötajale signaali, et töötaja arvamus ja ideed on olulised. Seega on võimalik, et laiapõhjalise küsitluse läbiviimine iseenesest tõstaks töötajate teadlikkust ja tekitaks töötajais huvi intraneti vastu, kui varem sellest ei teatud või ei huvitunud.

Kuna kunagi varem ei ole töötajatelt intraneti kasutamise praktikate ja kasutatavuse hindamise osas tagasisidet küsitud, siis pean lõputöö raames läbiviidud intervjuudest saadud tulemusi ettevõttele praktiliselt väärtuslikeks. Ühest küljest tulid intervjuudest välja aspektid, mida töötajad kõrgelt intraneti juures hindavad ja mida kõige enam kasutavad, teisalt toodi esile mitmed kasutamiseiga seotud kitsaskohtasid ja probleeme. Töötajate poolt tehtud ettepanekud intraneti muutmiseks on asjakohased ja heaks sisendiks intraneti täiendamisel ja muudatuste planeerimisel.

Seoses varasema intervjuueerimiskogemuse puudumisega, pean oluliseks rõhutada, et esmakordne intervjuude läbiviimine oli ühest küljest huvitav ja arendav kogemus – tehnilistest aspektidest väljendusoskuseni, teisalt aga arvan, et nii intervjuude tulemused kui ka analüüsiosa võivad olla mõjutatud varasemate kogemuste puudumisest, tõlgendusoskusest, arusaamadest, hoiakutest ja kogemustest. Intranetti puudutava teoreetilise materjali läbitöötamine andis hulgaliselt uusi ja väga vajalikke teadmisi, millele ka edaspidi tööülesannete täitmisel toetuda.

Lõputöö esitamise ajaks on uurimistöole tuginedes intranetis tehtud mitmeid muudatusi. Muudetud on menüü struktuuri, menüüpunktide sõnastusi ja alamlehtede jaotust ning sisu. Pika tekstimaterjali asemel on rohkem sisse toodud visuaalselt huvitavamad pildimaterjali ning eemaldatud on kordused ja dubleeringud. Lihtsamaks on tehtud ligipääs varasemalt lehe sügavustes olnud materjalidele, näiteks personalialastele juhend- ja koolitusmaterjalidele. Intranetti on lisatud ettevõtte visioon, missioon, väärtused, et panna rõhku ettevõtte tegutsemise põhimõtete ja aluste kuvamisele.

KOKKUVÕTE

Lõputöö eesmärgiks on saada teada, kui kasutatav on intranet infoedastuskanalina Coop Põlva Tarbijate Ühistus ehk uurida, millised on töötajate kogemused intranetiga ning kuidas hindavad töötajad intraneti kasutatavust ning kas ja milliseid ettepanekuid teevad töötajad intraneti muutmiseks. Intraneti olulisus seisneb selles, et see on asutusesisene usaldusväärne infokanal, mille kaudu oleks geograafiliselt hajutatud töötajatele informatsiooni edastamine üks potentsiaalselt kiiremaid ning efektiivsemaid viise jõudmaks iga töötajani.

Uurimisküsimustele tuginedes koostasin kolme teemaplokki jaotatud intervjuukava, mille abil viisin läbi poolstruktureeritud intervjuud kümne Coop Põlva töötajaga. Valimisse olid sihipärase valimi moodustamise põhimõttel valitud erineva tööiseloomuga töötajad igalt ettevõtte tasandilt – teenindajad, juhatajaid ja juhtkond. Intervjuud viidi läbi 2021. aasta märtsis. Uurimistulemustest selgus, et intervjuueeritute intraneti kasutussagedus oli varieeruv. Kõige olulisemaks intranetis peetakse infot töötajate hüvede ja soodustuste kohta ning nende taotlusblankette. Ka vaadatakse intranetist kontakte ja sünnipäevaseid, loetakse siselehte, samuti erinevaid juhendmaterjale. Probleemidena toodi välja intraneti keerukat ülesehitust, vajalike materjalide leidmise komplitseeritust ning värske info puudumist. Seega intranetile seatud eesmärk, pakkuda kõigile töötajatele kättesaadavat infot, dokumente, uudiseid ja eelkõige personaliosakonna materjale, on täidetud osaliselt. Võttes intervjuudest selgunud kasutussagedusele lisaks arvesse ka kättesaadavat kasutusstatistikat, võib väita, et, infoedastuskanalina intranet ettevõttes väga suurt rolli ei mängi.

Intervjuueeritud töötajad tõid intervjuudes välja nii intraneti häid külgi kui ka puuduseid, samuti tehti mitmeid asjakohaseid ettepanekuid, millele tuginedes on lõputöö esitamise ajaks mõningaid muudatusi juba tehtud ning mida ka edaspidi intranetis planeeritavate muudatustena on võimalik kaaluda, nagu näiteks lehe ülesehituse lihtsamaks muutmine ning aktuaalse info ja uudiste lisamine. Lisaks töötajate ettepanekutele tegin tuginedes teooriale, kogemustele ja vestlustele töötajatega ka omapoolseid ettepanekuid, mida intraneti täiustamisel võiks kaaluda – võimaldada intranetis kahepoolne suhtlemine, koguda kasutamise kohta rohkem andmeid, pöörata enam tähelepanu intraneti turundamisele ja töötajatele koolituse ja toe pakkumisele.

SUMMARY

Intranet as an information channel in Coop Põlva Consumer's Cooperative

The aim of the study is to find out how the intranet works as an information channel in Coop Põlva Consumers' Association, to investigate what are the employees' experiences with the intranet and how do they evaluate the usability of the intranet and what suggestions do the employees make for changing the intranet. The importance of the intranet lies in the fact that it is a reliable internal information channel through which the communication with geographically dispersed employees would be one of the potentially fastest and most efficient ways to reach each employee.

Based on the research questions, I prepared an interview plan divided into three thematic blocks, which I used to conduct semi-structured interviews with ten Coop Põlva employees. The sample was selected on the basis of purposive sampling and included employees from all levels of the company – customer service, store managers and company management – all with different work characteristics. The interviews were conducted in March 2021. The results of the study showed that the frequency of use of the intranet by the interviewees varied. The most important intranet features were information on employee benefits and their application forms. They also check contacts and birthdays from intranet, read the intranet's contents page, as well as various guidance materials. Problems identified include the complex structure of the intranet, the complexity of finding the necessary materials and the lack of up-to-date information. Thus, the objective of the intranet, to provide information, documents, news and, in particular, human resource materials accessible to all staff, has been partially met. Taking into account not only the frequency of use revealed by the interviews but also the available usage statistics, it can be said that the intranet does not play a very important role in the company as an information channel.

During the interviews, there were pointed out both the advantages and disadvantages of the intranet, as well as a number of relevant suggestions. Based on the proposals, some changes have already been made, and there are proposals that could be considered as future changes to the intranet, such as simplifying the page layout and adding up-to-date information and news. In

addition to the suggestions made by employees, I also made my own suggestions, based on theory, experience and interviews, for improvements to the intranet that could be considered - allowing two-way communication on the intranet, collecting more data on usage, paying more attention to marketing the intranet and providing training and support to employees.

KASUTATUD KIRJANDUS

Bennett, E. E. (2014). How an intranet provides opportunities for learning organizational culture: Implications for virtual HRD. *Advances in Developing Human Resources*, 16(3), 296-319. doi:10.1177/1523422314532093

Błaszczak, I. (2018). Benefits of an intranet use in dialogue. M. Podkowińska (toim). *Communication. Education. Culture* (lk 103 - 116). University of Presov.

Byström, K., Heinström, J., ja Ruthven, I. (Eds.). (2019). *Information at work: information management in the workplace*. Facet Publishing.

Choy, L. T. (2014). The strengths and weaknesses of research methodology: Comparison and complimentary between qualitative and quantitative approaches. *IOSR Journal of Humanities and Social Science*, 19(4), 99-104. doi:10.9790/0837-194399104

Goodman, J. (2006). *Intranet strategy*. The Ark Group.

Jelov, V ja Laas, K. (2017). *Personalivaldkonna infosüsteemid: Sissejuhatus*. Tallinn: Print House.

Kalmus, V., Masso, A. ja Linno, M. (2015). *Kvalitatiivne sisuanalüüs*. Sotsiaalse analüüsi meetodite ja metodoloogia õpibaas. Kasutatud 03.12.2020, <http://samm.ut.ee/kvalitatiivne-sisuanalyys>

Lakshminarayanan, K., Ganesan, J., ja Kasinathaguru, E. (2020). Intranet Based Multiple Equipment Controller with Text Panel. *Irish Interdisciplinary Journal of Science & Research*, 4(3), 120-126.

Lee, S., ja Kim, B. G. (2009). Factors affecting the usage of intranet: A confirmatory study. *Computers in Human Behavior*, 25(1), 191-201. doi:10.1016/j.chb.2008.08.007

Lepik, K., Harro-Loit, H., Kello, K., Linno, M., Selg, M. ja Strömpl, J. (2014). *Intervjuu*. Sotsiaalse analüüsi meetodite ja metodoloogia õpibaas. Kasutatud 02.12.2020, <http://samm.ut.ee/intervjuu>

- Parsons, A. (2004). Building a Successful Intranet. *Compensation & Benefits Review*, 36(3), 57–62. doi:10.1177/0886368703262901
- Past, A. (2009). *Too oma meeskond ühte paati: sisekommunikatsioon ettevõtetes ja organisatsioonides*. Tallinn: Äripäev.
- Piliouras, T. ja Braun, J. (2018). Internet and Intranet Management Concepts. Morreale, P. A. Morreale ja K. Terplan (toim), *CRC handbook of modern telecommunications* (lk 85-113). Florida: CRC press.
- Queirós, A., Faria, D., ja Almeida, F. (2017). Strengths and limitations of qualitative and quantitative research methods. *European Journal of Education Studies*, 3(9). doi:10.5281/zenodo.887089
- Rämmer, A. (2014). *Valimi moodustamise põhimõtted*. Sotsiaalse analüüsi meetodite ja metodoloogia õpibaas. Kasutatud 27.11.2020, <http://samm.ut.ee/valimid>
- Steers, S. (2017). *A Practical Guide for Internal Communicators*. Lulu Press.
- Stenmark, D. (2010). *Information Seeking in Organisations: A Comparative Survey of Intranet Usage*. Americas Conference on Information Systems (AMCIS). (lk 87).
- Tona, A. A., ja Sharma, D. P. (2020). Shift Strategic Algorithm for Intranet Over Cloud. *IUP Journal of Computer Sciences*, 14(3), 31-47.
- Virkus, S., Lepik, A., Uverskaja, E., Reimo, T., Metsar, S., Ruusalepp, R., Möldre, A., Laurits, M. (2017). *Infoteadused teoorias ja praktikas*. Tallinn: TLÜ Kirjastus
- Wahlroos, L. (2017). *Internal communication through intranet to the operative employees-case Finnair pilots*. Magistritöö. Haaga-Helia University of Applied Sciences.
- White, M. S. (2011). *The intranet management handbook*. Facet Publishing.
- Wright, M. (2009). *Gower handbook of internal communication*. New York: Routledge.
- Õunapuu, L. (2014). *Kvalitatiivne ja kvantitatiivne uurimisviis sotsiaalteadustes*. Tartu: Tartu Ülikool.
- Yadav, D., Sharma, D. P., ja Keswani, B. (2017). A Study of Intranet over Cloud. *International Journal of New Innovations in Engineering and Technology*, 7(2), 1-6.

LISAD

Lisa 1 - Intervjuu kava

Intervjuu toimub Tartu Ülikooli ühiskonnateaduste instituudi infokorralduse õppekava lõputöö raames. Intervjuu eesmärk on kaardistada Coop Põlva intraneti kasutajate kasutuskogemusi ja ootusi intranetile ning tulemuste põhjal teha muudatusi intraneti kasutusmugavuse tõstmiseks. Intervjuul osalemine on vabatahtlik, intervjuueeritava nime, töökohta ega intervjuu täisteksti ei avaldata.

1. Millised on peamised allikad, kust saad tööalast infot ja infot ettevõttes toimuva kohta?

Kasutuspraktika

2. Kui tihti sa intranetti kasutad?
3. Milleks sa intranetti kasutad?
4. Milline osa intranetist on sinu jaoks kõige kasulikum?

Hindamine


5. Mida sa üldiselt intranetist arvad?
6. Mis sulle intraneti juures meeldib ja mis ei meeldi?
7. Selgita, kas intraneti kasutamine on sinu jaoks lihtne?
8. Selgita, kas sa saad intranetist kõik endale vajaliku info kätte?
9. Milliseid probleeme on intraneti kasutamisel ette tulnud?


Ettepanekud

10. Mida võiks intranetti sinu arvates lisada?
11. Mis on asjad, mida sinu arvates võiks intranetis muuta?

Lisa 2 – Intraneti vaade


AVALEHT


SISEVEEB

Tere Liina Jõgeva!


→ 🔍

←



DOKUMENDID
INFORE
STAFFLOGIC
ETTEPANEKUD
JÄLGI SOTSIAALMEEDIAS

SÕNUMITE TOOJA

- Alates 13.11.2020 on kõikidele Coop Põlva töötajatele **KOHUSTUSLIK** kanda maski/visiiri. Loe **SIIT MASKI KANDMISE JUHENDIT**
- Töögraafikud tuleb koostada nii, et oleks töötajad eraldi vahetustes (haigestumise korral oleks võimalik kiiresti reageerida)
 - Kaupluse töötajatel on kohustus jälgida **2+2 reeglit** – töötajad peavad hoida ka omavahel distantsi, otsekontaktid viia minimaalseks
 - Kaupluse juhtkonnal on kohustus olla eeskujuks oma töötajatele ning selgitada ja nõuda töötajatelt reeglitest kinnipidamist

SIIT leiad COVID käitumisjuhendi (märts 2021)

SIIT leiad Coop Põlva käitumisjuhendi Covid-19 ennetamisel ja tuvastamisel.

TERVISETÕENDID

- Tervisetõend peab olema igal töötajal, kes asunud tööle toidupoes, toitlustuses või tööstuspoes, kus müüakse toidukaupa.
- Uuel töötajal on kohustus enne tööle asumist (hiljemalt nädala jooksul) esitada

Kõikidel töötajatel, kellel on olnud kokkupuude teadaoleva viirusesse nakatunuga (või kelle pereliikmel on olnud kokkupuude), andke sellest **KOHESELT** teada! Kiire info jagamine erinevate juhtumite osas on hädavajalik.

i **Töötajatega seotud olukordades võtke**

VÄRSKED POSTITUSED

- 🔊 Coopi töötajate auhinnaloosi tulemused – veebruar
- 🔊 Muudatused tööstuskaupluste töös alates 11.03
- 🔊 Innustame kliente häälutama!
- 🔊 Veebruari Sõnumite Tooja
- 🔊 Coopi töötajate auhinnaloosi tulemused – jaanuar

KOOLITUSED & SÜNDMUSED

< MÄRTS 2021 >

Esm	Tei	Kol	Nel	Ree	Lau	Push
1	2	3	4	5	6	7
8	9	10	11	12	13	14
15	16	17	18	19	20	21
22	23	24	25	26	27	28

Lihtlitsents lõputöö reprodutseerimiseks ja üldsusele kättesaadavaks tegemiseks

Mina, Liina Jõgeva

1. annan Tartu Ülikoolile tasuta loa (lihtlitsentsi) minu loodud teose „Intranet infoedastuskanalina Coop Põlva Tarbijate Ühistus“, mille juhendaja on Tiina Palu, reprodutseerimiseks eesmärgiga seda säilitada, sealhulgas lisada digitaalarhiivi DSpace kuni autoriõiguse kehtivuse lõppemiseni.
2. Annan Tartu Ülikoolile loa teha punktis 1 nimetatud teos üldsusele kättesaadavaks Tartu Ülikooli veebikeskkonna, sealhulgas digitaalarhiivi DSpace kaudu Creative Commons'i litsentsiga CC BY NC ND 3.0, mis lubab autorile viidates teost reprodutseerida, levitada ja üldsusele suunata ning keelab luua tuletatud teost ja kasutada teost ärieesmärgil, kuni autoriõiguse kehtivuse lõppemiseni.
3. Olen teadlik, et punktides 1 ja 2 nimetatud õigused jäävad alles ka autorile.
4. Kinnitan, et lihtlitsentsi andmisega ei riku ma teiste isikute intellektuaalomandi ega isikuandmete kaitse õigusaktidest tulenevaid õigusi.

Liina Jõgeva

21.05.2021