



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

Oppiaine	Liiketaloustiede, Johtaminen ja organisointi	Päivämäärä	29.11.2007
Tekijä(t)	Katariina Hietikko	Matrikkelinumero	
		Sivumäärä	142
Otsikko	Yritysosto ostokohteen henkilöstön kokemana		
Ohjaaja(t)	KTT Jouko Toivonen		

#### Tiivistelmä

Tutkimuksessa käsitellään yritysostoa ja sen herättämiä emootioita ostokohteen henkilöstössä. Yritysostoa tarkastellaan yksilöiden kokemana, heidän emootioidensa ja käyttäytymisensä kautta. Aihetta lähestytään organisaatiomuutoksen näkökulmasta, soveltaen teoriaa yritysostotilanteeseen. Tavoitteena on selvittää yritysoston vaikutusta henkilöstöön sekä henkilöstön kokemuksien vaikutusta organisaatiotasolla.

Tutkimuksen tarkoituksena on tutkia yritysostoa yksilön näkökulmasta ostetussa organisaatiossa. Tutkimuksen kohteena olevan organisaation osti ruotsalainen yritys kesällä 2006, ja kohdeorganisaation henkilöstö on läpikäynyt yritysostoprosessin viimeksi kuluneen vuoden aikana. Tutkimuksessa selvitetään, miten henkilöstö kokee yritysostoprosessin ja minkälaisia emootioita yritysostoon liittyy. Tutkimuksen osatavoitteena on lisäksi testata aiemmista teorioista rakennettua sovellettua mallia, joka toimii myös tutkimuksen teoreettisena viitekehystenä.

Tutkimus on luonteeltaan määrällinen survey-tutkimus, jossa empiirinen aineisto kerättiin käyttämällä strukturoitua kyselylomaketta. Kysely toteutettiin vuoden 2007 touko- ja elokuun välisenä aikana. Kysely osoitettiin kaikille kohdeorganisaatiossa ennen yritysostoa aloittaneille työntekijöille, jolloin kyseessä on kokonaistutkimus. Tutkimusaineiston analyysit ja tulokset on tehty aineistolähtöisesti teoreettiseen viitekehukseen verraten.

Tutkimuksen perusteella yritysostoa voidaan pitää erittäin tunnepitoisena tapahtumana, jossa koetut emootiot vaihtelevat myönteisistä kielteisiin. Suurin osa kohdeorganisaation työntekijöistä on hyväksynyt yritysoston ja sopeutunut uuteen tilanteeseen. Tästä huolimatta vielä vuosi yritysoston jälkeen työntekijöissä havaittiin esiintyvän myös kielteisiä tunteita yritysostoa kohtaan. Kielteiset emootiot vaikuttavat organisaation toimintaan heikentäen yrityksen tuottavuutta ja sisäistä kommunikaatiota. Lisäksi kielteiset emootiot saattavat näkyä irtisanoutumisina.

Yritysosto on emotionaalisenä kokemuksena jokaiselle työntekijälle erilainen. Kokemuksen yksilöllisyyttä havainnollistettiin muodostamalla työntekijöistä neljä ryhmää. Näiden ryhmien kokemukset yritysostosta poikkeavat huomattavasti toisistaan. Myös yksilön asennoituminen, eli optimismi ja pessimismi, vaikuttaa muutostilanteessa koettuihin emootioihin. Optimistit suhtautuvat muutokseen myönteisemmin ja myönteinen asennoituminen edistää muutokseen sopeutumista.

Asiasanat	yritysosto, henkilöstö, organisaatio, muutos, yksilö, emootio, asennoituminen
Muita tietoja	