



TAMPEREEN
AMMATTIKORKEAKOULU

KOTIKOKKIPALVELU KOTIHOIDON JA RUOKAPALVELUN YHTEISTYÖNÄ

Kaija Rönni

Opinnäytetyö
Maaliskuu 2017
Restonomi YAMK
Palveluliiketoiminnan johtaminen



TIIVISTELMÄ

Tampereen ammattikorkeakoulu
Restonomi YAMK
Palveluliiketoiminnan johtaminen

RÖNNI KAIJA:

Kotikokkipalvelu kotihoidon ja ruokapalvelun yhteistyönä

Opinnäytetyö 95 sivua, joista liitteitä 14 sivua
Maaliskuu 2017

Opinnäytetyössä tutkittiin uuden palvelun kehittämistä ja luomista. Tutkimuksessa kehitettiin uutta kunnallista ruoanvalmistuspalvelua ikäihmisten kotiin ruokapalvelun ja kotihoidon yhteistyönä Ikaalisten kaupungilla. Palvelussa työrajoitteinen kokki meni toimintakykyrajoitteisen asiakkaan kotiin valmistamaan ruokaa ja leivonnaisia. Toimintamalli on uusi Suomessa, joten tavoitteena oli tutkia kannattaako vastaavanlaista toimintaa järjestää muualla Suomessa, tukeeko toiminta toimintakykyisyyttä ja voidaanko toiminnan avulla saada luotua uudenlaisia työpaikkoja.

Opinnäytetyö oli kvalitatiivinen tapaustutkimus, jossa tutkimusmenetelmänä käytettiin palvelumuotoilua, ja pääasiallisena tiedonhankintamenetelmänä käytettiin videoitua teemahaastattelua. Tutkimukseen osallistui kuusi henkilöä eli tutkimushetkellä palvelun piirissä olleet asiakkaat. Tutkimuksen validiteetti ja realibiteetti olivat hyvät, koska tutkimuksen aineisto dokumentoitiin ja tarkastettiin useita kertoja tutkimuksen eri vaiheissa.

Tutkimuksessa havaittiin, että kotikokkipalvelu oli tarpeellista ja toimivaa, joten palvelua voidaan hyödyntää muualla Suomessa, mutta palvelun tulee olla eri tarpeisiin ja toiveisiin perustuvaa. Lisäksi havaittiin, että asiakkailla oli tarvetta kodin pienten apu-
töiden tekemiselle. Johtopäätöksenä todettiin, että palvelu vähentää ikäihmisten yksinäisyyden kokemista, tuottaa mielihyvää ja turvallisuutta sekä parantaa ruokahalua. Tutkimuksessa työntekijä koki palvelun tuottamisen mielekkäänä ja sopivana työnä, joten tutkimuksen perusteella kotikokkipalvelulle on kysyntää ja sen avulla voidaan luoda uusia työpaikkoja. Palvelun kehittäminen jatkuu tutkimuksen päättyttyä Leader-
rahoituksen avulla, jolloin palvelun toteuttamista kehitetään vapaaehtoistoiminnan kanssa. Toiminta laajenee ja tavoitteena on, että myös yritykset lähtevät toimintaan mukaan.

Asiasanat: kokki, palvelumuotoilu, palvelu, kehittäminen, kunnallinen

ABSTRACT

Tampereen ammattikorkeakoulu
Tampere University of Applied Sciences
Master of Hospitality Management
Master's Degree in Management of Service Business

RÖNNI KAIJA:

Home Cooking Service Development Co-Operation with Home Care and Food Service

Master's thesis 95 pages, appendices 14 pages
March 2017

In this Master's thesis, a new municipal cooking service was built up and developed. The service was created for older people, and it was designed in collaboration with food service and home health care in Ikaalinen. In this concept, working restricted a professional chef with impaired capacity for work assisted a disabled senior customer in his or her home to prepare food and pastries. The approach is novel in Finland. Thus the major goal was to explore whether this kind of service is working, and if it can be arranged in other communities in Finland and also whether the service creates new jobs for example for person with limited working ability.

A qualitative case study approach was selected for current purposes. The research method used was service design and the main method was used for data acquisition was videotaped theme interview. Six customers in the service were interviewed for this study. The study was documented and verified several times at different stages of the investigation to confirm the validity and the reliability of this study.

The study demonstrated that home cooking service was necessary and effective, implying that this kind of service could be useful also elsewhere. This service will be based on different needs and desires. The purpose of this service is to reduce customers' loneliness, to produce pleasure and feeling of safety, as well as to improve the appetite. The employee also had good experiences and enjoyed to work in the customers' homes. According to this study, this kind of service creates new jobs and working possibilities for employees with limited working ability.

As a continuation, the development work for this service continues with the help of Leader funding. The possibility to perform the service using volunteers will be carried out. The concept of this service will be expanded and local companies will be invited to join the service and finance it.

Key words: chef, service design, service, develop, municipal

SISÄLLYS

1	JOHDANTO.....	7
1.1	Tutkimuksen taustaa	7
1.2	Ikaalisten kaupunkiorganisaation esittely	8
1.2.1	Ravitsemis- ja siivouspalvelut	9
1.2.2	Kotihoito	9
1.3.	Tutkimuksen lähtökohdat	10
1.4.	Tutkimusongelma	12
1.5.	Tutkimuksen tavoite, tarkoitus ja rajaus	13
1.6.	Tutkimusetiikka	14
2	PALVELUJEN KEHITTÄMINEN	16
2.1.	Palvelun arvot kehittämisessä.....	16
2.2.	Palvelun resurssit ja organisaation toimintakulttuuri.....	19
2.3.	Palvelun hinnoittelu ja markkinointi.....	20
2.4.	LEAPS-malli.....	21
2.5.	Asiakasymmärrys ja -kokemus	23
2.6.	Asiakastarpeiden ja -profiilien tunnistaminen	24
2.7.	Kotona tehtävään työhön liittyvät erityispiirteet, lait ja asetukset.....	26
2.8.	Palvelun kehittämisen riskit.....	28
3	PALVELUJEN MITTAAMINEN	30
3.1.	Mittaamisen vaiheet ja mittauksen merkitys	30
3.2.	Palvelujen mittaamisen mittaristot ja arvioinnit	31
4	PALVELUMUOTOILU KEHITTÄMISMENETELMÄNÄ	34
4.1.	Mitä palvelumuotoilu on?.....	34
4.2.	Palvelumuotoilun vaiheet eri asiantuntijoiden mukaan	37
4.3.	Tunnelmamuotoilu.....	41
4.4.	Palvelumuotoilun tiedonhankintamenetelmät.....	42
5	ASIAA KÄSITTELEVÄT TUTKIMUKSET.....	45
6	TUTKIMUKSEN TOTEUTUS	47
6.1.	Tutkimuksen aloitus.....	47
6.2.	Asiakasymmärryksen hankinta	48
6.3.	Käyttäjäprofiilien ja palvelupolkujen tekeminen.....	49
7	TULOKSET	55
7.1.	Asiakasymmärryksen hankinta ja käyttäjäprofiilin tekeminen.....	55
7.2.	Käyttäjäprofiilien tekeminen arvoroolien avulla	58
7.3.	Muun tiedon yhdistäminen käyttäjäprofiiliin ja käyttäjäprofiilit.....	61
7.4.	Palvelun konseptointi, arviointi ja markkinatilanteen selvittäminen.....	63

7.5. Palvelupolku	64
8 POHDINTA.....	67
8.1. Tutkimuksen johtopäätökset	67
8.2. Tutkimuksen luotettavuus	68
8.3. Kehittämistoimenpiteet	70
8.1. Tutkimuksen tarkastelu	72
LÄHTEET.....	75
LIITTEET	82
Liite 1. Ikaalisten Onni	82
Liite 2. Kotikokkipalvelun pelisäännöt	83
Liite 3. Ruokien toivelistaus	85
Liite 4. Kotikokkimainos.....	88
Liite 5. Haastattelukysymykset asiakkaille	89
Liite 6. Lupa asiakastietojen keräämiseen.....	90
Liite 7. Haastattelukysymykset kokille	94
Liite 8. Käyttäjäprofiileja kuvaavien arvoroolien taulukointi	95

LYHENTEET JA TERMIT

Apunen	Ikaalisten Eläkeliiton vapaaehtoistoimintaa, jonka nimi on Apunen. Toiminnan tavoitteena on edesauttaa inhimillistä ja hyvää vanhenemista vapaaehtoistyöntekijöiden eli Apusten avulla. (Pirkanmaan Eläkeliitto 2017.)
Kotihoito	sosiaali- ja terveystoimen palvelu, jota tarjotaan asiakkaan kotiin ja sen tavoitteena on auttaa hoitotyön keinoin erikäisiä ja erilaisissa elämäntilanteissa olevia henkilöitä, jotka tarvitsevat apua. Tällöin asiakkaiden toimintakyky on heikentynyt tilapäisesti, iän, sairauden tai muun syyn seurauksena. (Ikonen 2015, 15, 19.)
Kotihoidon tukipalvelut	Tukipalveluilla täydennetään kotihoidon antamaa henkilökohtaista huolenpitoa. Asiakas tarvitsee itsenäisen asumisen tueksi tukipalveluja. Tukipalveluita voivat saada myös sellaiset henkilöt, jotka eivät tarvitse muuta kotipalvelun tai kotihoidon palvelua. Tukipalveluja ovat: ateriapalvelu, siivous, vaatehuolto, kylvytys, kauppa- ja muut asiointipalvelut, sosiaalista kanssakäymistä edistävät palvelut sekä kuljetus- ja saattajapalvelu. (Sosiaali- ja terveysministeriö 2016a; Ikonen 2015, 17.)
Ra-Si-palvelut	Ravitsemis- ja siivouspalvelut on yksikkö, joka toimii Ikaalisten kaupungin tukipalveluissa
Sote	sosiaali- ja terveydenhuolto (Sote- ja maakuntauudistus 2016).
Sotepalvelut	sosiaali- ja terveystoimen palvelut

1 JOHDANTO

1.1 Tutkimuksen taustaa

Opinnäytetyön aiheena on uuden toimintamallin luominen Ikaalisten kaupungin kotihoidon ja ruokapalvelun yhteistyönä. Opinnäytetyössä kehitetään uudenlainen kotikokkipalvelu eli palvelu, jossa kokki menee valmistamaan ruokaa asiakkaan kotiin. Palvelun piiriin kuuluvat asiakkaat valitaan kotihoidon asiakastarvekartoituksen avulla. Sen jälkeen kokki ottaa yhteyttä asiakkaaseen ja menee valmistamaan ruokaa asiakkaan kotiin sovitusti.

Kotikokkipalvelu on kotiateriapalvelua, joka on vapaaehtoinen ja ennalta ehkäisevään toimintaan perustuva kotihoitokeino, joten sen kustannukset saattavat tulevaisuudessa-kin saatavat olla kunnan tai asiakkaan itse maksettavia. Ovatko kaikki kotiateriapalvelun keinot jo käytössä, vai voitaisiinko niitä laadullisesti parantaa niin, että kunta ja asiakas hyötyvät?

Sosiaali- ja terveyspalvelut eli sotepalvelut keskitetään maakunnallisiin yksiköihin pois kuntien omasta hallinnasta 1.1.2019 alkaen (Sosiaali- ja terveysministeriö 2016b). Samalla on pohdittu myös niihin liittyvien palveluiden keskittämisestä. Sotepalveluiden uudistus tulee siis vaikuttamaan esimerkiksi ravitsemispalveluihin. Todennäköistä on, että ruokapalveluissa työntekijöiden määrä vähenee kuntien ruokapalveluja tuottavissa yksiköissä ja ulkoistaminen lisääntyy Kuntaliiton työryhmän raportin 25.11.2015 mukaan, joka tutki soten muutoksien vaikutuksia keskisuurissa kunnissa. (Kuntaliitto 2016, 7–8.)

Kunta on uusien haasteiden edessä ja ruokapalveluissa tarvitaan uudenlaista työtä, jotta irtisanomisista ei tarvittaisi tulevaisuudessa. Lisäksi uuteen maakunnalliseen malliin ei kuulu kuntalaisten hyvinvoinnin ja terveyden edistäminen, vaan se jää kunnille. (Sosiaali- ja terveysministeriö 2016c.) Onko mahdollista, että tämä voisi olla tulevaisuudessa yksi osa sitä toimintaa?

1.2 Ikaalisten kaupunkiorganisaation esittely

Ikaalisten kaupungilla työskentelee noin 480 työntekijää, joista noin 80 %:lla on vaki-
tuinen työsuhde ja muut työsuhteet ovat määräaikaaisia. Ikaalisten kaupungissa asuu noin
7130 asukasta ja kaupungin toiminnasta vastaa kaupunginvaltuusto, jonka alaisuudessa
toimii kaupunginhallitus. Kaupunginhallituksen alaisuudessa toimivat sosiaali- ja terve-
yslautakunta, sivistyslautakunta ja tekninen lautakunta. Hallintopalvelut toimivat suo-
raan kaupunginhallituksen alaisuudessa, joten niillä ei ole omaa lautakuntaa. Kuvioon 1
on tiivistetty kaupungin toiminta ja siinä kerrotaan vain pääkohdat, jotka liittyvät tähän
tutkimustyöhön. Organisaatiokaavio on tiivistetty käsittelemään erityisesti tähän tutki-
mukseen liittyviin sektoreihin, jotta rakenne tältä osin tulee selkeämmin esiin.



KUVIO 1. Ikaalisten kaupunkiorganisaatio tutkimuksen näkökulmasta tiivistettynä

1.2.1 Ravitsemis- ja siivouspalvelut

Ikaalisten kaupungin ravitsemis- ja siivouspalvelut, eli Ra-Si-palvelut, toimivat kaupunginhallituksen alaisuudessa olevassa tukipalvelut-osastossa. Ra-Si-palveluita johtaa palvelupäällikkö Kaija Rönni ja siihen kuuluvat Ikaalisten kaupungin kaikki ruoka- ja pesulapalvelut sekä pääosa kaupungin puhtaanapitopalveluista ja osittain logistiikkapalvelut. Ra-Si-palvelut jakaantuvat tiimeihin, joissa työskentelee 57 henkilöä ja kolmen esimiehen alaisuudessa ja viidessä tiimissä. Aterioita valmistetaan noin 497 000 aterialla vuodessa ja siivousneliöitä on noin 31 000 m².

Ra-Si-palveluiden vastuullisuutta on kehitetty asiakaskeskeisemmäksi, sillä esimerkiksi vuonna 2015 perustettiin ikäihmisten asiakasraati kehittämään kotiaterioita ja ikäihmisten ruokailua sekä huhtikuussa 2016 aloitti toimintansa makuraati, joka kehittää koulu- ja päiväkotilasten ruokailua. Molemmat raadit koostuvat asiakkaista ja ruokapalveluhenkilökunnasta. Ikäihmisten asiakasraadilla avulla ruokapalvelutoimintaa on kehitetty ja positiivista palautetta on tullut enemmän kuin ennen ja asiakastyytyväisyys on parantunut. Ikaalisten kaupungin ruokapalveluissa työskentelee kolme kehitysvammaista työntekijää, joten työyksiköt ovat merkittäviä monimuotoisen työn mahdollistajia. Lisäksi ruokapalveluissa työskentelee määräaikaista palkkatuetta tuettuja työntekijöitä, harjoittelijoita ja kuntouttavan työtoiminnan kautta tulleita työntekijöitä. Heitä työskentelee myös tutkimuksen kotikokkipalvelussa vakituisen, työrajoitteen työntekijän rinnalla.

Lisäksi uutta teknologiaa on otettu helpottamaan ruokapalvelun työtä, sillä keittiöllä otettiin käyttöön uusi ruokatuotannon toiminnanohjausjärjestelmä, Jamix, marraskuussa 2015. Nyt työskennellään toiminnanohjausjärjestelmään tietoja, jotta toiminta yksiköissä helpottuu loppuvuodesta 2016. Toiminnanohjausjärjestelmästä saadaan eriannoskooille sopiva reseptejä ja erityisruokavalioihin tarkat tiedot eri ainesosista.

1.2.2 Kotihoito

Ikaalisten kaupungin sosiaali- ja terveystoimen vanhus- ja kotihoito jakaantuu moneen eri osa-alueeseen, joista kotihoito on tässä tutkimuksessa yhteistyökumppani. Tutkimuksessa kotihoito yhteistyökumppanina, koska palvelu tapahtuu kotona, ja kotihoidon tavoitteena on tukea asiakasta asumaan kotona mahdollisimman pitkään. Kotihoito voi

olla kunnan, yksityisen tai kolmannen sektorin tuottamaan palvelua (Ikonen 2015, 18). Ikaalisissa palvelun tuottaa pääosin kunnan oma yksikkö. Kotihoidon palvelujen saanti perustuu aina havaittuun tarpeeseen ja tätä varten kunnat ovat laatineet kotihoidon saantikriteerejä. Kriteerien avulla pyritään selkiyttämään palvelujen kohdentamista niitä tarvitseville. Lisäksi kriteerit laaditaan asuinalueesta riippumatta ja tasavertaiseen sekä oikeudenmukaiseen kohteluun perustuen. (Ikonen 2015, 28.)

Kotihoidon tehtävänä on seurata asiakkaan selviytymistä kotona ja siihen liittyvä olennaisesti hyvin järjestetyt ateriapalvelut. Lisäksi ruoalla ja ruokailulla on tärkeä psykososiaalinen merkitys, joka tukee asiakkaan jaksamista ja terveyttä. Yksi tärkeä asia ruokailun suunnittelussa on asiakkaan tarpeiden huomiointi, sillä vain syöty ateria ravitsee ja asiakkaalla on oikeus saada arvio ravitsemustilastaan. Tarvittaessa asiakkaalle tulee antaa tukea riittävään ja monipuoliseen syömiseen sekä yksilöllistä ohjausta. Kun asiakasta kannustetaan ruoanvalmistukseen ja omatoimiseen ruokailuun, niin nämä asiat tukevat asiakkaan toimintakykyä ja vireyttä. (Ikonen 2015, 217–221.)

Ikaalisten kotihoidossa työskentelee tällä hetkellä 22 työntekijää ja kotihoidon toiminnasta vastaa kodinhoidonohjaaja Leena Nuora, jolla on apunaan kaksi alueellista hoitotiimiä ja neljä sairaanhoitajaa. Kotihoidon asiakaspiiriin kuuluu noin 195 asiakasta ja heistä noin puolet saa kotiaterian kotiinsa. Kotiateriat kuljetetaan koteihin pääosin lämpimänä. Ikaalisissa asuu melko paljon iäkkäitä henkilöitä, sillä heitä on nyt noin 27 % asukkaista ja määrän uskotaan nousevan 34 % asukkaista vuonna 2030. (Viitasalo-Männistö & Nuora 2016.)

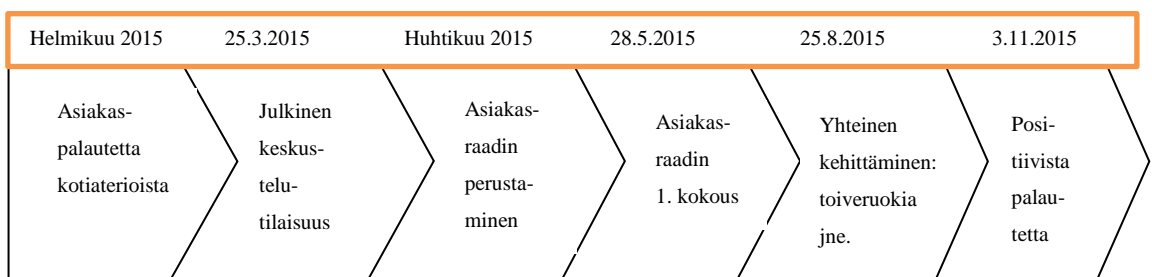
1.3. Tutkimuksen lähtökohdat

Ikaalisten kaupunki on kehittänyt palvelutuotantoaan maltillisesti ja isoja muutoksia ei ole tehty, mutta kaikissa hallintokunnissa on säännöllisesti säästetty ja sillä on pidetty kustannuksia kurissa. Organisaatorakenteita on uudistettu ja toimintatapoja on muokattu vallitsevaan tilanteeseen sopiviksi. Ikaalisten kaupunginhallitus ja valtuusto ovat ilmaisseet viime vuosina halua uudistaa toimintaa, jotta kuntalaisten palvelut säilyisivät mahdollisimman lähellä kuntalaisia. Marraskuussa 2015 Ikaalinen aloitti oman kehittämishankkeen Uusi Ikaalinen – lähipalveluita ja digitekniikkaa yhdessä kehittämisen. Hankkeessa palveluita kehitetään yhdessä asiakkaiden kanssa ja jonkin verran myös

poikkihallinnollisesti eri hallintokuntien kanssa. (Ikaalinen 2015, 1–3.) Tämä on lisännyt asiakkaiden vaikuttamisen mahdollisuuksia monella tavalla ja palveluja on jonkin verran uudistettu. Lisäksi palveluja on uudistettu kokeilujen ja LEAN-filosofian avulla. Kokeilujen avulla on testattu palvelun toimivuutta ja uusia ideoita. LEAN-filosofian soveltaminen Ikaalisten kaupungilla on tarkoittanut toimintojen yksinkertaistamista ja asioiden tarkastelua monesta näkökulmasta, jotta palveluprosessi olisi mahdollisimman tehokas, yksinkertainen ja päällekkäistä työtä ei tehtäisi.

Kokeilukulttuuri on tarkoittanut Ikaalisten kaupungilla sitä, että henkilöstöllä on kaupungin johdon lupa kokeilla erilaisia asioita ja niissä voidaan onnistua tai epäonnistua. Sitran (2012) mukaan ”täysin uutta ei voi pelkästään suunnitella, se täytyy luoda kokeilemalla”. Tämä on kokeilukulttuurin perusajatuksia, sillä idean saamisen jälkeen pyritään ideaa rohkeasti kokeilemaan käyttäjien kanssa parin viikon kuluessa, ja mikäli kokeilun aikana tulee virheitä, niin niistä opitaan ja niistä kerrotaan (Nieminen 2015). Kokeilukulttuuri on myös Valtion hallituksen kärkihankkeita, joiden avulla tavoitellaan innovatiivisia uusia ratkaisuja, parannetaan palveluita, edistetään omatoimisuutta, vahvistetaan maankunnallista ja paikallista päätöksentekoa sekä yhteistyötä (Valtioneuvosto 2016).

Ikaalisissa kehittämistarpeita nousee esiin vuosittain, mutta yksi merkittävä kehittämistoimi syntyi keväällä 2015, kun Ikaalisten kaupungin kotiateriapalvelut saivat asiakaspalautetta ruoan heikosta laadusta. Palautetta tuli kirjallisesti ja suullisesti. Tämän johdosta tehtiin toimenpiteitä, ja perustettiin säännöllisesti kokoontuva asiakasraati, joka käsitteli palautetta ja kehitti palvelua, kuviossa 2 olevan aikajanan mukaisesti.



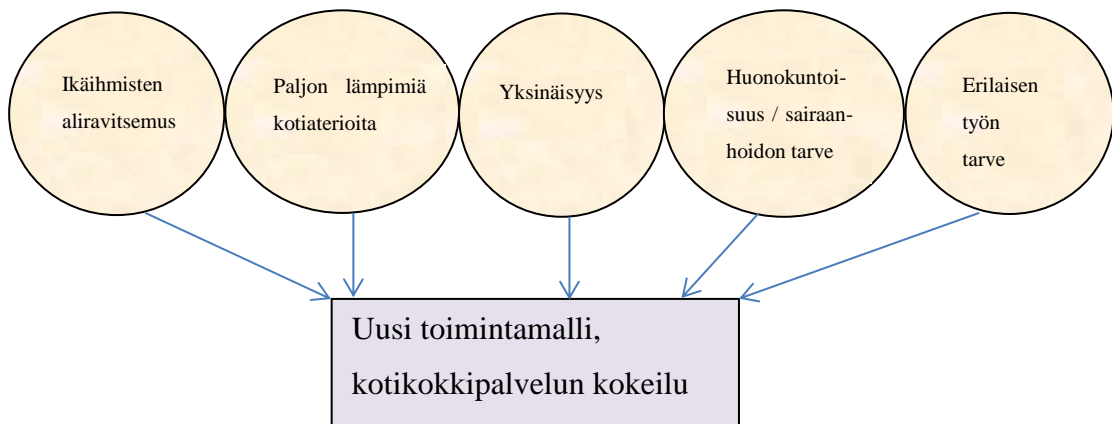
KUVIO 2. Ikäihmisten ruokapalvelun kehittämisen aikajana ennen tutkimusta

Asiakasraatiin pyydettiin jäseniä sotainvalidi- ja veteraaniliitosta, vanhusneuvostosta, ja kotihoito houkutteli muutamia kotiateria-asiakkaita mukaan. Kukin yhdistys valitsi omat edustajansa raatiin, joten raatiin saatiin neljä asiakkaan edustajaa, muutama vara-

edustaja ja kolme Ikaalisten kaupungin edustajaa. Kaupungin edustajat sovittiin kotihoidon kanssa yhdessä. Asiakasraadin toiminnan avulla kotiateriapalvelua tehtiin näkyvämmäksi, asiakkaiden toiveita kuultiin ja toiveet vietiin ruokalistalle. Asiakasraadin mielipiteitä on hyödynnetty aterioiden kehittämisessä, aterioiden hintojen määrittelyssä ja yhteisten tapahtumien järjestämisessä. Aikajanan lopussa on positiivinen palaute, mutta se ei tarkoita, että toiminta on hyvää, ja sitä ei tarvitse enää kehittää, vaan se antaa luottamuksen ilmapiirin kehittämiselle ja luotaa kehittämistä paremmin eteenpäin. Näin kehittäminen sai alkunsa myös tässä tutkimuksessa ja asiakasraadin kanssa jatketaan kehittämistä tutkimuksessa, eli kotikokkipalvelun suunnittelussa ja sen eri vaiheissa.

1.4. Tutkimusongelma

Tutkimusongelmana on ikäihmisten kuntoisuuden heikkeneminen aliravitsemuksen seurauksena ja lisääntyvä kotiateriapalvelu. Tämä tuli esiin marraskuussa 2015 Uusi Ikaalinen hankkeessa, kun ryhmissä pohdimme poikkihallinnollisesti, kuinka kotiaterioita voitaisiin kehittää. (kuvio 3) Ryhmään kuului jäseniä kuljetuksesta, kotihoidosta, vuodeosastolta, työllisyyspalveluista ja ateriapalveluista.



KUVIO 3. Tutkimusongelmat selvisivät Uusi Ikaalinen-hankkeen kehittämistehtävissä

Ryhmäkeskusteluissa selvisi, että asiakkaiden terveyden heikentyessä he hakeutuvat terveyskeskukseen ja päätyvät usein Ikaalisten terveyskeskukseen vuodeosastolle hoidettaviksi. Asiakkailla todetaan usein aliravitsemuksen vuoksi heikentynyt terveys. Asiakkaat ovat iäkkäitä, kotona asuvia henkilöitä, joilla on usein myös sairauksia ja osa iäkkäistä henkilöistä on yksinäisiä. Tämän jälkeen sairaanhoitohenkilöstö ja kotihoito pohtivat sopivaa toimintatapaa tilanteen korjaamiseen. Yksi tapa on ollut kotiateriapalvelun piiriin siirtyminen, jolloin asiakkaalle kuljetetaan 1 – 7 lämmintä ateriaa viikossa.

Kun asiakas siirtyy nauttimaan valmiista kotiateriasta, niin hänen toimintakykyisyytensä voi heiketä normaalia enemmän myös tämän seurauksena, koska ruokaa ei tarvitse enää itse valmistaa. Olisiko siis kotikokkiateriapalvelun avulla lisättävissä asiakkaiden kuntoisuutta ja siirtymistä myöhemmin valmiin kotiaterian piiriin? Tämä hillitsisi kotiaterioiden määrän kasvua tulevaisuudessa.

Määriteltyjen tutkimusongelmien merkitys kasvaa, koska ikäihmisten määrä kasvaa Ikaalisissa, kuten muuallakin Suomessa. Asia on tiedostettu myös TAYS:ssa eli Tampereen yliopistollisessa sairaalassa, sillä ravitsemusterapeutit lähtivät mukaan yhteiseen toiminnan suunnitteluun. Kotikokki-toimintaan liittyvä kokeilu liitettiin osaksi Ikaalisten kaupungin ravitsemushoidon suunnittelua, joten ravitsemusterapeuttien tehtävänä on ollut antaa välineitä ja keinoja aliravitsemuksen havainnointiin.

Lisäksi Ikaalisten kaupungilla, kuten useimmilla muillakin Suomen kunnilla, on tarve osoittaa työtä työttömille ja vajaakuntoisille työntekijöille. Näiden työntekijöiden hyödyntämistä toteutetaan ja tarkastellaan hieman tässä tutkimuksessa. Kaupunkiorganisaatioon on tulossa muutoksia sotien maakunnallisten muutosten myötä, joten ruokapalveluhenkilöstön määrä ei todennäköisesti lisääny sen myötä, vaan uhkana on henkilökunnan vähentäminen toimintojen keskittämisen myötä. Henkilökunnan ja organisaation osaaminen on merkittävä osa onnistunutta palvelua, vaikka sen käsittely tässä tutkimuksessa jää vähäiseksi.

1.5. Tutkimuksen tavoite, tarkoitus ja rajaus

Tutkimuksen tavoitteena on kuvata asiakasymmärrykseen pohjautuvan palvelun luomista, jotta vastaavan asiakaskeskeisen toiminnan käynnistäminen myös muualla Suomessa olisi mahdollista. Lisäksi tavoitteena on, että uuden toiminnan avulla saadaan parannettua ikäihmisten ja toimintakykyrajoitteisten henkilöiden elämää heidän kodeissaan. Yhtenä alitavoitteena on saada tulevaisuudessa uudenlaisia työpaikkoja Ikaalisiin, sillä vastaavaa palvelua ei ole saatavilla Ikaalisista tai lähistöltä, eikä kunnallisena palveluna ollenkaan Suomessa. Palvelu voitaneen toteuttaa kunnallisena palveluna tai yksityisten palvelutuottajien toimesta.

Tutkimuksen tarkoituksena on luoda uusi palvelumalli eli kotikokkipalvelu Ikaalisiin. Uuden palvelumallin käyttöönottoon liittyy monia asioita, joten opinnäytetyössä pyritään vastaamaan seuraaviin kysymyksiin:

- miten ja miksi uusi asiakaskeskeinen palvelu luodaan?
- kuinka palvelua kehitetään toimivammaksi?
- kuinka palvelun tuottavuutta ja laatua voidaan mitata?
- miten luotua mallia voitaisiin hyödyntää Ikaalisissa ja muualla Suomessa?

Tutkimus rajataan koskemaan palvelun toteuttamista. Tutkimuksen aikajanalla myöhemmin esitellään lyhyesti ennen tutkimusta tehty työ ja tutkimus sekä tutkimuksen jälkeen suunnitellut työt, tutkimukset ja seurannat. (kuvio 10) Varsinaisessa tutkimuksessa käsitellään asiaa idean syntymisestä prototypointiin ja sen aikana syntyneisiin kehittämisideoihin. Tutkimuksen tavoitteena on kehittää palvelua asiakasnäkökulmasta ja työn laajuus halutaan pitää kohtuudessa, joten tutkimuksessa käsitellään vain vähän toiminnan markkinointia ja rahoittamiseen liittyviä asioita sekä kotikokkipalvelun toteuttamiseen liittyviä ammattitaitovaatimuksia.

1.6. Tutkimusetiikka

Tutkimuseettinen neuvottelukunta on määritellyt tieteellisen tutkimuksen ja siitä saadut tulokset eettisesti hyväksyttäväksi ja luotettavaksi, mikäli tutkimus on tehty hyvän tieteellisen käytännön edellyttämällä tavalla. Hyvä tieteellinen käytäntö tarkoittaa toimintaa lainsäädännön rajoissa ja sitä koskevien ohjeiden soveltamista. Lisäksi se tarkoittaa tutkimuksen rehellisyyttä, huolellisuutta, tarkkuutta tutkimuksen eri vaiheissa ja arvioinnissa. Tutkimuksessa käytetään eettisesti kestäviä tiedonhankinta-, tutkimus- ja arviointimenetelmiä. Lisäksi hyvä käytäntö edellyttää muiden tutkijoiden työn kunnioittamista ja niihin asianmukaisesti viittaamista. Tutkimus tulee myös suunnitella ja toteuttaa tieteelliselle tiedolle asetettujen vaatimusten mukaan. Tutkimuksissa saatetaan käsitellä ihmisten henkilökohtaisia tietoja, joten se edellyttää tutkimusetiikan mukaisten tutkimuslupien hankintaa ja joillakin aloilla jopa eettistä ennakoarviointia. (Tutkimuseettinen neuvottelukunta 2012.) Tämä tarkoittaa sitä, että tätä tutkimusta tehtäessä on pohdittava henkilösuojaan liittyvien asioiden turvaaminen, sillä tutkimuksessa mainitaan käsite työntekijän työrajoitteet ja niihin soveltuva työ. Kuinka tutkimuksessa kerrotaan asioista, niin että palvelun kehittämisen haasteet tulevat riittävässä määrin huomioi-

tua mutta samalla huolehditaan Julkisuuslain 621/1999 ja Henkilötietolain 523/1999 toteutumisesta. Tietojen käsittely vaatii myös hienotunteisuutta, luottamusta ja rehellisyyttä kaikilta tutkimuksessa olevilta henkilöiltä, jotta tutkimuksen validiteetti on hyvä. Lisäksi tutkimuksessa saadaan tietoa asiakkaiden sairauksista tai muista arkaluonteisista henkilökohtaisista asioista, jotka on jätettävä haastattelujen käsittelystä pois, jotta tutkittavien tietosuoja ei vaarannu.

Tutkimuksessa on lisäksi sovittava tutkijan ja eri osapuolten, kuten tutkijan ja työnantajan välisistä oikeuksista, velvollisuuksista sekä aineiston säilyttämistä ja käyttöoikeuksia koskevista asioista. Nämä tulisi tehdä ennen tutkimuksen aloittamista, ja tutkimuksen edetessä sopimuksia voidaan täsmentää ja tarkistaa. Mikäli tutkimukseen on myönnetty rahoitusta tai muuta tukea, niin se tulee ilmoittaa tutkimuksessa tutkimukseen osallistuville, tutkimukseen liittyville asiantuntijoille ja se tulee raportoida tuloksia julkaistaessa. (Tutkimuseettinen neuvottelukunta 2012.)

Tutkimuksen eettisyyteen voi vaikuttaa myös tutkijan oma esteellisyys. Saako siis tutkija tai hänen lähiomainen tutkimukseen liittyvästä arvioinnista tai päätöksentekoon liittyvistä asioista hyötyä ja onko tutkija tällöin esteellinen tekemään tutkimusta. (Tutkimuseettinen neuvottelukunta 2012.) Tämä voi olla haasteellista todeta, jos monia tutkimushankkeita toteutetaan samaan aikaan tai jos tutkimuksella tavoitellaan lisätutkimuskohteiden löytymistä jollekin tietyille organisaatioille.

2 PALVELUJEN KEHITTÄMINEN

Palvelut eivät ole konkreettisia asioita, ja niitä ei voi erottaa kulutuksesta, ei varastoida, eikä omistaa, sillä se on aina ainutkertainen kokemus, jonka laatua on vaikea mitata (Moritz 2005, 28–31; Mager 2009a). Lisäksi Moritzin (2005, 180) mukaan palvelu on aineeton kokemus, joka syntyy ajan myötä asiakkaan ja organisaation eri kosketuspintojen kautta. Palveluiden kehittäminen on täten jatkuvaa, koska ihminen ja sen tarpeet muuttuvat iän ja yhteiskunnan muutosten myötä. Palvelujärjestelmien on pystyttävä auttamaan riittävän varhain ja tehokkaasti, kun ihmisen omat voimavarat kotona selviytymiseen eivät enää täysin riitä. Tämä on ennalta ehkäisevää työtä ja osaamista, jota vaaditaan tämän päivän työntekijöiltä. (Sosiaali- ja terveysministeriö 2010, 11.) Näihin asioihin voidaan vaikuttaa valituilla arvoilla eli millaisia palveluita tuotetaan ja kuinka.

2.1. Palvelun arvot kehittämisessä

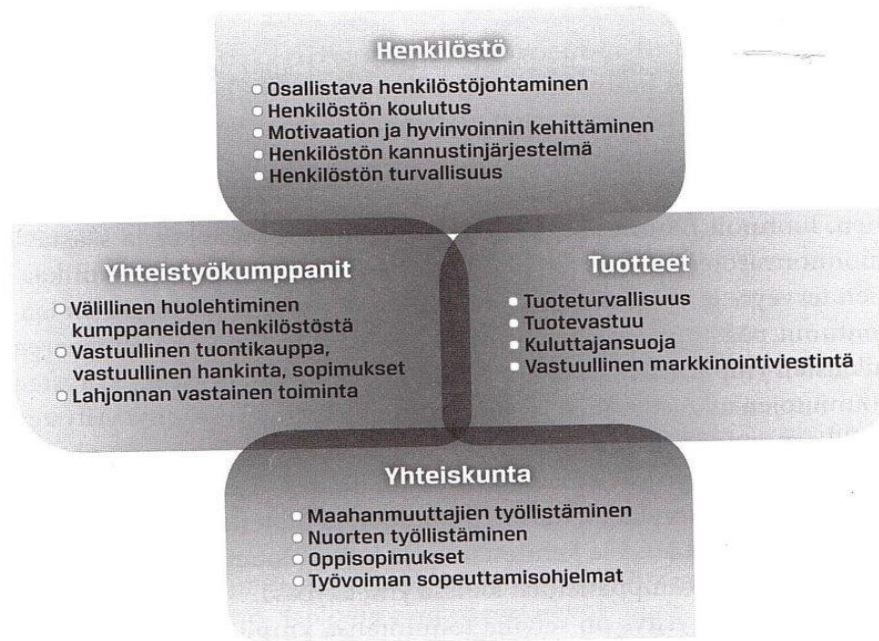
Palvelujen kehittämisen perustana ovat arvot, joihin kehittäminen perustuu. Mitä asioita kehittää, mitkä asiat pitäisi olla tosin? Palvelun arvot perustuvat organisaation visioon ja strategiaan, jonka pohjalle ne on luotu. Visio kuvaa organisaation tavoitteita tietyn ajan kuluessa, joten organisaatiolle luodaan yleensä visio, miltä se näyttää vuosien tai vuosikymmenten kuluttua. Vision jälkeen luodaan yleensä strategia, joka koostuu päätöksistä, valinnoista ja toimenpiteistä, jotka tähtäävät visioon. (Sydänmaalakka 2001, 258–259.) Visiot, strategiat ja muut tavoitteet ovat ylimmän johdon asettamia (Ahola & Lauslahti 2003, 268). Johdon sitoutuminen ja osallistuminen kehittämiseen on tärkeää, jotta palvelua voidaan kehittää, sillä kehittäminen, jota johto ei tue, ei yleensä onnistu (Oksanen 2010, 49).

Palvelujen arvoja voidaan määritellä eri tavoin. Useimmat kunnat ovat rakentaneet arvojen perusteella erilaisia strategioita ja ohjelmia, jotka ohjaavat toimintaa. Palveluja määritellään eri asiakasryhmille ja Ikaalisten kaupungilla niitä on määritelty Ikaalisten Onnessa (liite 1), Ikaalisten Illassa ja hyvinvointisuunnitelmassa. Ohjeistuksia ja suunnitelmia uudistetaan säännöllisin väliajoin, jotta toiminta ja käytännöt ovat ajan tasalla.

Yhä useammin palvelun arvoissa näkyy myös kestävä kehitys ja palvelun vastuullisuus (liite 1). Se ei ole ihme, sillä on arvioitu, että tulevaisuudessa palvelujen merkitys kasvaa, asiakkaan mielipiteen kunnioittaminen korostuu, terveyteen ja hyvinvointiin sekä kestäväan kehitykseen kiinnitetään yhä enemmän huomiota (Mustranta 2016, 47). Palveluiden vastuullisuus on kestäväää kehitystä ja asia on huomioitu myös EU:ssa, jossa on laadittu direktiivi yhteiskuntavastuuraportin tarpeellisuudesta. Tämä tarkoittaa sitä, että vuonna 2017 on yhteiskuntavastuuraportointivelvollisuus yli 500 työntekijän organisaatioilla (Juvonen 2014). Yhteiskuntavastuuraportin tavoitteena on antaa selvitys organisaation ympäristö-, työntekijä- ja sosiaaliasioista sekä kiinnittää huomiota ihmisoikeuksiin, korruption torjuntaan ja lahjontaan (Työ- ja elinkeinoministeriö 2015).

Yrityksissä ja organisaatioissa palveluiden vastuullisuutta voidaan pohtia PESTEL:n avulla, joka tarkoittaa toiminnan kuvaamista poliittisesta, ekologisesta, sosiaalisesta, teknologisesta, ekonomisesta ja lainsäädännön näkökulmasta. Tällöin kunnassa ja yrityksessä päätetään, mitkä työt tehdään itse ja mitkä palvelut / tuotteet ulkoistetaan, sillä toiminnan periaatteena on lisäarvon tuottaminen ja tuottavuuden lisääminen valitun tavalla. Yrityksen tulee tuottaa voittoa, jotta toiminta kannattaa, joten ekonomian eli taloudellisuuden merkitys on suuri erityisesti yrityksille. Vastuullisuudessa taloudellinen vastuu voi merkitä myös yrityksen sidosryhmien taloudellisia toimintaedellytyksiä ja menestystä. (Haavisto & Nurro 2013, 65.)

Palveluiden vastuullisuudessa korostuu usein sosiaalinen vastuu (kuvio 4). Sosiaalinen vastuu kohdentuu yleensä henkilöstöön. Länsimaisissa valtioissa sosiaalisen vastuun ajatellaan sisältävän henkilöstön hyvinvointia, työturvallisuutta ja osaamisen kehittämistä enemmän kuin laki vaatii, sillä on muistettava, että organisaation oppimista ja osaamista pidetään avaintekijöinä oman kilpailukyvyn kasvattamiselle. (Harmaala & Jallinoja 2013, 20; Leväinen 2013, 68.) Yhteiskunnallisesti ajatellen sosiaalinen vastuu sisältää myös työllistämisen edistämistä ja työpaikkojen vähentämisen minimointia. Välillisesti sosiaalinen vastuu ulottuu laajemmalle, kuten yhteistyökumppaneihin, heidän henkilöstöön, palveluihin ja tuotteisiin. (Harmaala & Jallinoja 2013, 20–21.) Organisaatioilla on sosiaalinen vastuu asiakkaista, keille ja millaista palvelua tuotetaan. Nämä asiat perustuvat organisaation strategiaan ja arvoihin. Arvot näkyvät palvelussa, jota henkilöstö tuottaa, joten henkilöstön luomat asiakaspalvelukokemukset voidaan lukea osaksi kestäväää kehitystä (Löytänä & Korteso 2011, 174).



KUVIO 4. Sosiaalisen vastuun vaikutukset heijastuvat moniin asioihin (Harmaala & Jallinoja 2013, 21.)

Palveluja uudistetaan kokonaisuuksina, joissa asiakkaat ovat aktiivisesti mukana. Tämä on erityisen tärkeää asiakkaille, joiden toimintakyky on heikentynyt. Tällöin asiakasta on tuettava hänen omassa asuinympäristössään, ja apuna voidaan käyttää uutta teknologiaa, koska lähtökohtana tulee olla saavutettavat, yhdenvertaiset, vaikuttavat ja asiakas-keskeiset palvelut. (Sosiaali- ja terveysministeriö 2010, 11–12.) Tämä voi näkyä vastuullisuusajattelussa, sillä vastuullisuutta määritellään myös teknologisesti, ekologisesti ja lainsäädännön avulla. Teknologinen vastuullisuus tarkoittaa nykyisin useimmiten digitalisaatioita, sillä sen avulla voidaan parantaa yrityksen vastuullisuutta, vaikka samalla on kiinnitettävä erityistä huomiota yrityksen tietosuojaukseen, jotta palvelua voidaan käyttää turvallisesti. Ekologinen vastuullinen toiminta voi näkyä monella tavoin, mutta usein sen taustalla on markkinointikeinot, ja kunnilla voi olla halua tukea paikallisuutta esimerkiksi lähiruoan hankinnalla tai taustalla voi olla halu kriisiaikojen valmiuksien parantamiseen. (Haavisto & Nurro 2013, 58.) Julkinen valta valvoo myös lainsäädännön noudattamista ja sen eettisyys lain valvonnassa vaikuttaa siihen kuinka asioita hoidetaan. Julkisen vallan käyttäjät neuvovat ja tiedottavat uusista muutoksista yrityksii, jotta ne pystyvät huomioimaan muutokset ajoissa. Monet yritykset ovat todenneet, että lainsäädännön ennakointi on kannattavampaa kuin uusien lakien odottelu, koska ensimmäisenä markkinoille tullut saa yleensä kilpailuedun uutuudesta. (Harmaala & Jallinoja 2012, 62–63.) Vastuullisuusasioita hoidetaan erilalla eri organisaatiossa.

Nyrkkisääntönä voidaan sanoa, että asia hoidetaan paremmin - ainakin kirjallisesti - isoissa yrityksissä, kuten ISS Oy, verrattuna kuntiin, joissa vasta hiljalleen on herätty tekemään asioita näkyvämmäksi, koska tuleva laki niin vaatii.

2.2. Palvelun resurssit ja organisaation toimintakulttuuri

Palvelun kehittämistä ohjaavat resurssit: paljonko palvelu saa maksaa ja onko palvelun tuottamiseen tarvittavaa henkilöstöä, jolla on kyvykkyyttä ja osaamista palvelun toteuttamiseen (Rissanen 2006, 165–166; Lankinen, Miettinen & Sipola 2004, 61). Kyvykkyys on osa osaamista ja kykyä käyttää osaamistaan (Kuntatyönantajan palkkausopas 2004, 17). Hägg:n (2010, 4) mukaan ammatillinen osaaminen syntyy asiantiedosta, käytännön tiedosta ja taidoista, ja Visantin (1994, 56–57) mukaan osa ammatillista osaamista on ammattitaito, joka muuttuu työtehtävien, – paikan ja – ympäristön vaatimusten ja oman kehittymisen mukaan. Fischer & Vainio (2014, 170) korostavat osaamisessa koulutusta ja kokemusta sekä niiden soveltuvuutta nyky-yhteiskuntaan. Määrittelyvaihteista huolimatta työntekijän oma osaamisen taso, osaamisen hyödyntäminen nykyaikana ja tulevaisuudessa vaikuttavat palvelun tuottamiseen ja sen kehittämiseen.

Tärkeintä palvelussa on, että hyvää palvelua voidaan toteuttaa motivoituneella henkilökunnalla ja osaamisen avulla. Kun työntekijä tietää työntekijän tarpeet, mikä työntekijää motivoi, niin tehdään hyvää palvelua. Työntekijöiden motivointi alkaa kuitenkin arvostuksesta eli siitä, että työntekijä kokee olevansa arvokas omana itsenä ja saavansa toteuttaa itseään ammatista riippumatta. (Rissanen 2006, 169–170.) Tällöin työntekijät kokevat työniloa, sitoutumista ja halua suunnata positiivinen tunne-energia, osaaminen ja toimintakyky työhön (Fischer & Vainio 2014, 150). Tästä voi syntyä positiivinen lumipallokierre, joka tuottaa hyvää tai jopa erinomaista palvelua.

Fischer & Vainio (2014, 145–149) tarkastelevat palvelujen kehittämistä organisaation näkökulmasta, sillä heidän mukaan organisaation toimintakyky yhdistää työyhteisön kokemuksen asiakaskokemukseen. Heidän mukaan organisaation toimintakyky syntyy valinnoista, merkityksellisyyden kokemuksista, laatuyhteyksistä ja yhteisestä tahtotilasta. He lähtevät ajatuksesta, että korkean toimintakyvyn organisaatioissa 60 prosenttia työntekijöistä ajattelee asioista positiivisesti, sillä positiivien tunne-energia vahvistaa organisaation toimintakykyä ja negatiivinen tunne-energia heikentää sitä. Tämä näkyy

organisaation tuloksissa, asiakastyytyväisyydessä ja jopa liikevaihdossa. Kun organisaation toiminnassa on positiivista tunnetta ja tahtotilaa, se näkyy asiakkaalle asti arvostamisena, välittämisenä ja jopa osaamisena. (Fischer & Vainio 2014, 145–147.)

Asiasta on myös toisenlaisia näkemyksiä, sillä Löytänä & Kortesuon ja Tuulaniemen mukaan yritykset ja organisaatiot eivät pysty täysin vaikuttamaan asiakkaan palvelukokemukseen muuta kuin yrittämällä luoda toimintaan, tunteisiin tai / ja merkityksellisyyteen liittyviä kokemuksia, jotka perustuvat asiakkailta saatuihin toiveisiin. Asiakaskokemuksia pyritään johtamaan CEM:n eli customer experience management:n avulla ja asiakkuuksien johtamisen avulla, jonka tavoitteena on maksimoida yrityksen tuotot ja asiakkaalle tuotettu arvo. (Löytänä & Kortesuo 2011, 11–13; Tuulaniemi 2011, 74–75.) Tuotettua arvoa on helpompi nostaa, kun yritys tietää asiat, joita asiakas arvostaa. Kun yritys osaa hyödyntää asiakasta ja hänen kokemuksiaan, niin se omaa hyvät mahdollisuudet menestyä, mikäli muutkin liiketoiminnan edellytykset ovat kunnossa.

2.3. Palvelun hinnoittelu ja markkinointi

Toimintamäärärahat vaikuttavat palvelun toteuttamiseen ja kehittämiseen, ellei kyseessä ole täysin vapaaehtoinen palvelu, joka ei sisällä korvattavia kustannuksia. Määrärahat määrittävät palvelulle raamit, joissa toiminta tapahtuu ja palvelun toteuttamista seurataan kustannuslaskennan avulla. Hyvin tehdyn toimintoperusteisen kustannuslaskennan avulla ymmärretään organisaation toimintaa ja palvelujen kehittämistä paremmin. Kustannuslaskenta antaa tarkempaa tietoa esimerkiksi tuotteen tai yksittäisen palvelun hinnasta ja näin voidaan seurata kustannuksia kyseisen tuotteen tai palvelun tasolla. (Neliimo & Uusi-Rauva 2014, 161–163.) Tuotteen ja palvelun hinnoittelulla luodaan asiakkaalle kokemuksia ja mielikuvia, joten hinnoittelun tulee olla selkeää. Asiakkaalle tulee kertoa yksinkertaisesti ja läpinäkyvästi, mitä palvelu maksaa. Kun hinnan lisäksi pysytään osoittamaan palvelun arvo, niin asiakkaan on helpompi tehdä ostopäätös ja ostaa palvelu. (Löytänä & Kortesuo 2011, 84.) Palvelun hinnoitteluun vaikuttaa onko kyseessä julkisin varoin tuotettu kunnallinen palvelu vai yksityisesti tuotettu palvelu, sillä kunnallinen palvelu ei saa tuottaa voittoa.

Yrityksen määrärahat määrittelevät palvelun markkinointia, vaikei se ole enää nykyisen internetin aikana niin merkittävä tekijä kuin aiemmin. Internet tuo lisämahdollis-

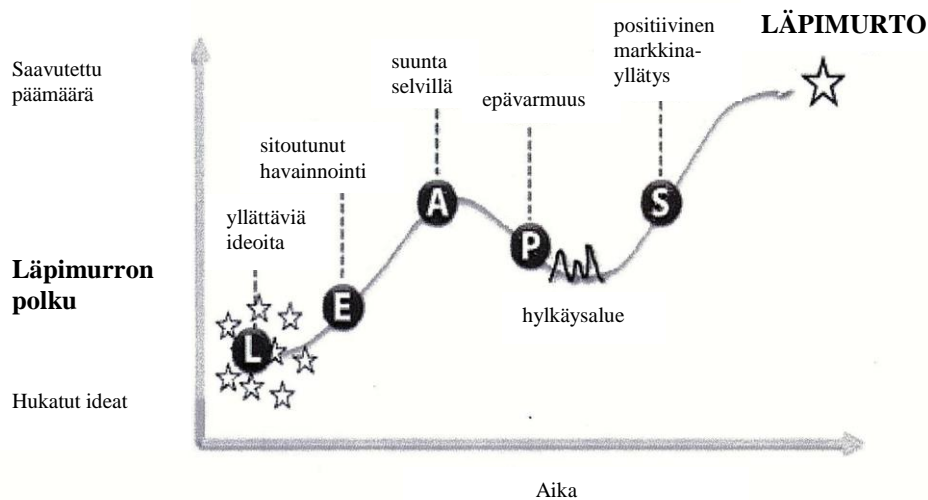
suuksia välittömään vuorovaikutukseen ja markkinointiin sähköisten palveluiden avulla. Internetin käyttö markkinoinnissa ei ole yksiselitteistä, sillä siellä oleva tietotulva voi aiheuttaa kaoottisuuden tunnetta asiakkaalla, koska mainoksia on paljon. Usein se tarkoittaa, että internetin lisäksi mainosten on oltava näkyvillä perinteisissä viestimissä. Mainosten pitää olla kuitenkin riittävän lyhyitä ja kertoa ydinasiat, jotta asiakkaat kiinnostuvat, ja lisäksi hyvässä mainoksessa on tunteiden viestintää. Pieneen paikalliseen markkinointiin soveltuvat hyvin paikallislehdet ja paikallisradiot, joissa voi olla asiasta juttuja ja mainoksia. Televisiomainonta voi olla tehokasta, mutta se on melko kallista. Suoramainonta internetin kautta tai henkilökohtainen myyntityö ovat usein tehokkaimpia palvelun markkinointikeinoja, sillä niiden avulla vastataan asiakkaiden odotuksiin ja luodaan palvelulle lisäarvoa. Internetin sekä sähköisten viestimien sosiaalisten kanavien kautta, tavoitetaan monia käyttäjiä, jotka mahdollisesti jälleenmarkkinoivat palvelua omille ystävilleen. Henkilökohtainen kontakti palvelun tuottamisen yhteydessä tuottaa usein tuloksia, kun se liitetään mukaan isompaan palvelukokonaisuuteen, niin sen avulla luodaan asiakaskokemuksia. Em. palvelut täydentävät toisiaan, mutta tehokkaaseen markkinointiin kannattaa lisätä vielä yrityksen sisäinen markkinointi, jotta se toimii. Sisäisellä markkinoinnilla tarkoitetaan toimenpiteitä, joiden avulla lisätään oman henkilöstön palvelutuntemusta ja -asenteita organisaatiossa. (Rissanen 2006, 68–69, 71–72, 79, 81–83, 93; Löytänä & Korteso 2011, 96–97, 137.)

2.4. LEAPS-malli

Palvelujen kehittäminen on pitkäjänteistä työtä ja toiminnan kehittäminen onnistuu parhaiten pienin askelin. Uuden ja vanhan palvelun kehittäminen saattaa tapahtua samaan tapaan, sillä uusi palvelu voi kehittyä jostain vanhasta mallista yhdistellen vanhaa ja uutta. Uusi palvelu on voinut syntyä asiakkaiden kanssa innovointiprosessin tuloksena ja sen avulla voidaan lisätä yrityksen tai organisaation kannattavuutta ja mahdollisesti kysyntää. Innovoinnin avulla pyritään siis hyötymään silloin, kun tuote tai palvelu on saatu kaupallistettua ja otettua käyttöön. (Ojasalo ym. 2015, 83, 85.) Lisäksi uusien asioiden keksiminen ei tapahdu isoja asioita keksimällä, vaan ne koostuvat sarjasta pienempiä asioita, jotka nivoutuvat kokonaisuuteen (Collins 2010, 245; Kaplan 2012, 14).

Kaplan on kehittänyt tältä pohjalta ns. LEAPS-mallin, jonka kirjaimet tulevat sanoista englannin kielen sanoista L = listen (kuunnella), E = explore (tutkia), A = act (toimia), P

= persist (pysyä elossa) ja S = seize (anastaa itselle). Ne kuvaavat strategiaa, joka jatkuu kuvion 5 mukaan erilaisina sykleinä. (Kaplan 2012, 58–59.)



KUVIO 5. Idean läpimurron polku LEAPS-mallissa (Kaplan 2012 muokattu)

LEAPS-malli kuvaa hyvin luomisen ylä- ja alamäkiä, kuten kuvioista 5 hyvin näkyy. L-vaiheessa havaitaan usein alustava tarve tai ongelma, joka kiinnostaa meitä, vastaa arvomaailmaamme ja meillä on jokin motiivi selvittää asiaa. Tällöin voi olla tunne, että asian voisi tehdä paremmin. Emme vielä tiedä miten, mutta haluamme selvittää asiaa. L-vaiheessa on tärkeää kuunnella itseä, ei markkinoita. E-vaiheessa lähdetään tutkimaan uusia tuntemattomia osa-alueita. Kun suunnataan oman mukavuusalueen ulkopuolelle, nähdään perinteisten mallien sijaan uusia suuntauksia. E-vaiheessa havainnoidaan ympäristöä, jotta tuote tai palvelu osataan suunnitella oikeanlaiseksi ja oikealle kohderyhmälle (Kaplan 2012, 56, 58, 61, 81–83.)

A-vaiheessa etsintä opettaa uusia asioita ja uudenlaista oivallusta. Se tuo mukanaan yllätyksiä, haastaa oivalluksia, mutta se auttaa luomaan tarkalleen mitä täytyisi luoda ja miten se olisi parhaita tehdä. Tässä vaiheessa on tärkeää muistaa rauhallinen eteneminen, sillä isot kehitysloikat syntyvät pienistä askelista. Tätä vaihetta kutsutaan myös konkreettiseksi painopisteeksi, jolloin saavutetaan itse vakioitu käsitys omasta aihealueesta ja suunnasta, jota kohti edetään. A-vaiheen jälkeen luomisessa tapahtuu pieni notkahdus ja saavutaan P-vaiheeseen, jolloin tunteina ovat pelko ja epäily. Tällöin toiminnassa saavutaan ns. hylkäysalueelle eli miljoonien potentiaalisten läpimurtojen hautausmaalle. Tässä vaiheessa asiat nähdään eri tavalla, sillä nyt havaitaan ongelmat, tar-

peet, haasteet, vaatimukset ja toiminnalliset aukot. Nähdään edessä oleva iso työmäärä ja kehittämisinnostus alkaa hiipua, mutta tästä päästään eteenpäin optimismin avulla. Edistyminen jatkuu ja siirrytään S-vaiheeseen. S-vaiheessa ei vielä saavuteta välitöntä menestystä, mutta silloin syntyy jo tunne voitosta ja tällöin kannattaa antaa positiivista palautetta asiakkaille ja tekijöille. Tästä syntyy positiivinen lumipallokierre, jolloin voitot alkavat näkyä markkinoilla ja päästään lähelle uuden asian läpimurtoa. Tässä vaiheessa on tärkeää tarkkailla ympäristöä kaukonäköisesti, sillä se auttaa pitämään kehittämisen ketteränä ja mukautuvaisena. (Kaplan 2012, 56–58, 105, 127, 155.)

Ulkoisesti läpimurtovaihe saattaa näyttää järisyttävältä tai kumoukselliselta, vaikka organisaation sisällä se näyttää usein luonnolliselta vaiheelta, jonka tavoitteena on toiminnan vakiinnuttaminen. Tämä merkitsee sitä, että asiakkaat tuntevat ja tietävät palvelut. (Kaplan 2012, 183–185; Collins 2010, 236.) Tämä vaikuttaa myös palvelujen markkinointiin, koska palvelu markkinoi nyt enemmän itse itseään, joten markkinointia voidaan tarvittaessa vähentää.

2.5. Asiakasymmärrys ja -kokemus

Palvelujen kehittämisessä tulevaisuudessa korostuu vuorovaikutus ja yhteinen luominen, eli co-creation, yhdessä asiakkaiden kanssa. Tällöin on mahdollista, että syntyy uusi kilpailukykyinen tuote tai palvelu. Tuotteen tai palvelun henkilökohtainen kokemus lisää tuotteen arvon kokemuksesta ainakin tietynä ajankohtana, tietyssä paikassa ja tietyn tapahtuman yhteydessä. (Soundview Executive Book Summaries 2004, 3.)

Tällöin kehittämisen lähtökohtana on asiakasymmärrys, joka tarkoittaa, että palvelun tuottaja ymmärtää sen todellisuuden, jossa asiakkaat toimivat ja elävät. Asiakasymmärrys tarkoittaa myös sitä, että tiedetään mistä asioista asiakkaan arvot palvelussa muodostuvat. Millaisia ovat asiakkaan tarpeet, odotukset, tottumukset ja tavat? Mitä mieltä muut ihmiset ovat palvelusta? Mikä on oikea palvelun hinta ja laatu? Tällaisten kysymysten avulla voidaan selvittää asiakkaan arvoja ja kehittää asiakaskeskeistä palvelua. (Tuulaniemi 2011, 71–71.)

ISO 9241–210 –standardissa määritellään asiakaskokemus henkilön havainnoiksi ja hyödyiksi, jotka syntyvät tuotteen, jonkin järjestelmän tai palvelun (suunnitellusta) käy-

töstä (ISO 9241–210:2010). Asiakaskokemus on käytännössä niiden kohtaamisten, mielikuvien, uskomusten ja tunteiden summa, jonka asiakas yrityksen tai organisaation toiminnasta muodostaa ennen käyttöä, käytön aikana ja sen jälkeen. Kyseessä on kokemus, johon vaikuttavat tunteet ja alitajunta. (ISO 9241–210:2010; Löytänä & Korteso 2011, 11.) Asiaa on tutkittu myös yliopistotasolla, sillä tunteiden merkitys käyttökokemukseen havaittiin myös yliopistojen kansainvälisessä tutkimuksessa vuonna 2015, jolloin tutkittiin 88 yliopisto-opiskelijan tunteita ja kokemuksia videopelien avulla. Tutkimuksissa tuli esiin persoonallisuuden merkitys tunnereaktioissa ja sen vaikutus saatuun kokemukseen. (Nah & Tan 2016, 91–98.)

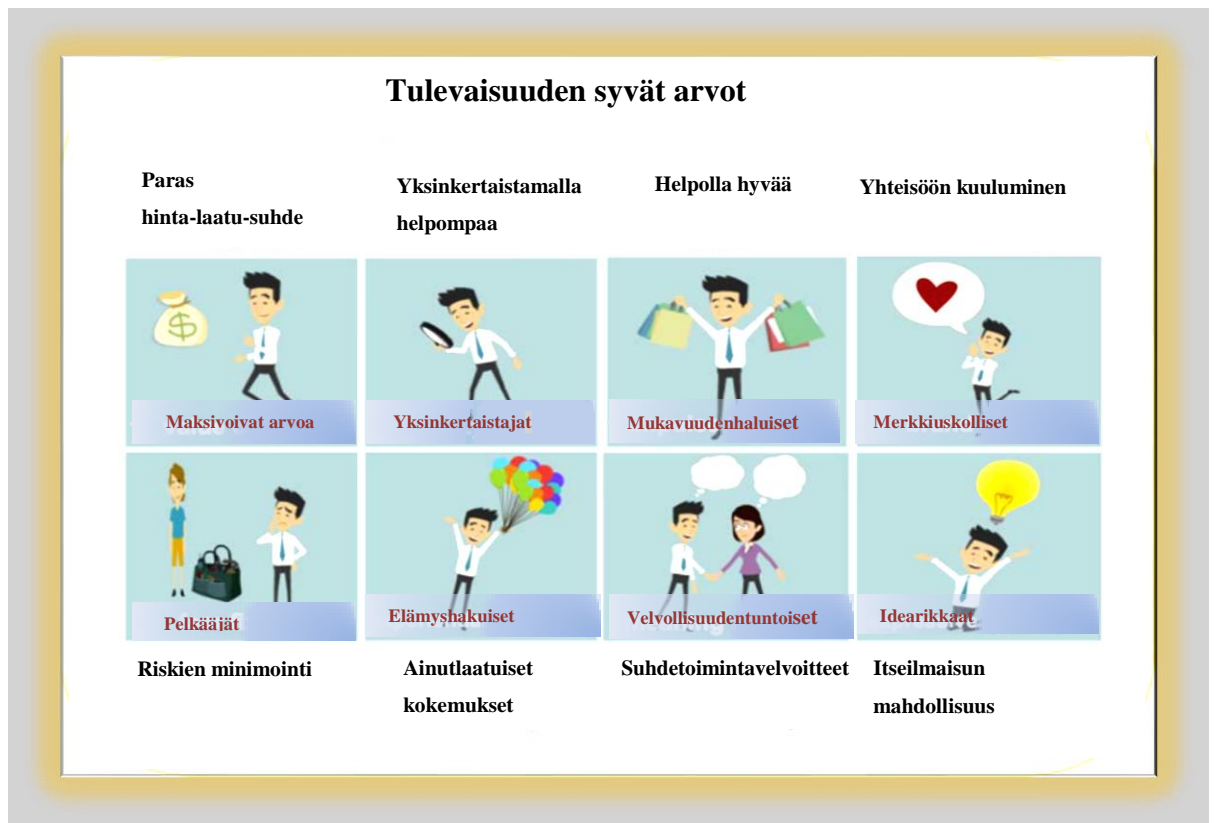
Asiakkaiden tietoa ja innovointia hyödynnetään julkisissa palveluissa vielä melko vähän. Asiakkaiden innovoinnilla julkisissa palveluissa tarkoitetaan asiakasryhmien herkkää kuulemistä ja mahdollisesti heidän resurssiensa ja luovuuden hyödyntämistä mahdollisimman tehokkaasti. Toisaalta sen tavoitteena voi olla myös asiakkaiden hyödyntäminen tuotekehitystyössä esimerkiksi asiakasraadeissa, työpajoissa tai internetpohjaisen yhteistyön avulla. (Jyrämä & Mattelmäki 2015, 176–177, 179.)

Useat tutkimukset tukevat asiakkaiden osallistumisen vaikutuksia innovointiin (Jyrämä & Mattelmäki 2015, 177). Se näkyy myös eri ministeriöiden raporteissa, kuten Sosiaalisesti kestävä Suomi 2020 ja Suomen Työelämä vuonna 2013, joissa kiinnitetään huomiota asiakkaiden ja työyhteisöjen yhteisen kehittämisen tarpeellisuuteen (Sosiaali- ja terveystieteiden ministeriö 2010, 11; Alasoini, Järvensivu & Mäkitalo 2012, 13). Toiminta näkyy kunnissakin, sillä esimerkiksi vuonna 2015 Ikaalisissa aloitettiin uusi kehittämishanke Uusi Ikaalinen – lähipalveluita ja digitekniikkaa yhdessä kehittäen (Ikaalinen 2015, 1–3). Asiakasyhteistyö korostui jo hankerahoituksen hakuvaiheessa, sillä neuvotteluissa selvisi, että se oli yksi hankerahoituksen ehdoista.

2.6. Asiakastarpeiden ja -profiilien tunnistaminen

Kun asiakasymmärrys on saatu selville, niin se kiteytetään rakentamalla asiakkaille asiakasprofiileja. Profiilit ovat yleensä visuaalisia kuvauksia asiakkaasta, jotka kuvaavat ikää, kasvoja, tyyppillistä sanontaa, käyttäytymismallia, motiiveja, tarpeita ja elämäntilanteita. Profiileja luodaan pääsääntöisesti keskiverto- ja epätyyppisistä asiakkaista, jotta kehittämistyöhön saadaan erilaisia näkökulmia. (Ojasalo ym. 2015, 77.)

Asiakaskohderyhmittäisten tarpeiden ja odotusten tunnistaminen ja määrittely on tärkeää, sillä se on palvelujen kehittämisen lähtökohta, koska asiakas on aktiivinen toimija, joka tuottaa tietoa ja koordinoi palvelua (Anttonen ym. 2012, 210; Tuulaniemi 2011, 142). Palvelujen kehittämisessä tulevaisuudessa on kiinnitettävä erityisesti huomiota kenelle palvelua kehitetään ja millaisiin motiiveihin heidän tarpeensa perustuvat, sillä se vaikuttaa siihen millainen olisi sopivin palvelu käyttäjälle. Kaplan näkee tulevaisuuden asiakasrooleissa kahdeksan roolia, joilla on erilaiset arvot, sillä eri asiat motivoivat erilaisia henkilöitä (Team Finland 2015, 5).



KUVIO 6. Tulevaisuuden syvät arvot asiakastyypin mukaan (Team Finland 2015, muokattu)

Eri organisaatioiden tulee ymmärtää asiakkaitensa syvällisiä arvoja, sillä asiakkaat toimivat eri tavoin eri ympäristöissä. Kuviossa 6 on koottu yhteen Kaplanin kahdeksan asiakasroolia, joita ovat 1) arvon maksimoijat, 2) yksinkertaistajat, 3) mukavuudenhaluiset, 4) merkkiuskolliset, 5) pelkääjät, 6) elämyshalukaiset, 7) velvollisuudentuntoiset ja 8) idearikkaat. Arvon maksimoijat pyrkivät saamaan tuotteet ja palvelut parhaalla mahdollisella hinnalla, mutta kuitenkin ajankäyttö huomioiden. He eivät siis ole ”nuukia/pihejä”, vaan suhteuttavat käytettävän ajan myös palvelun arvoon, sillä arvokkaamman palvelun saamiseksi edullisemmin voi asiakas nähdä enemmän vaivannäköä ja hän

tutustuu ja vertailee tuotteita ja palveluita ennen päätöksen tekoa. Yksinkertaistajat arvostavat selkeitä, helposti ymmärrettäviä palveluita. Mikäli palvelu ei ole tällainen, niin he pyrkivät nopeasti tiivistämään ydinasioista tällaisen kokonaisuuden. Heitä ei kiinnosta yleensä tarkat yksityiskohdat. Mukavuudenhaluiset asiakkaat arvostavat helppoja, vaivattomia ja nopeita palveluja, joilla on hyvä arvo. Lisäksi he eivät halua välttämättä opetella uusia asioita. (Team Finland 2015, 1–3.)

Merkkiuskolliset asiakkaat arvostavat tuotebrändejä ja pyrkivät kuulumaan yhteisöihin, koska ne lisäävät asiakkaan arvon tunnetta. Yhteisöjen ja merkkien maine on tärkeää. Pelkääjät pelkäävät mitä huomenna tai tulevaisuudessa tapahtuu ja he pyrkivät minimoimaan tulevaisuuteen liittyvät riskit. He arvostavat turvallisuutta ja asioita, joiden avulla voidaan säästää rahaa, aikaa tai poistaa ongelmia. Elämyshakuiset nauttivat elämyksistä ja viihteestä, joihin saa osallistua tai olla itse tekemässä sitä. Elämyshakuiset asiakkaat arvostavat myös uutta tietoa, näkemyksiä ja luovuutta. Velvollisuudentuntoisia asiakkaita ohjaa tarve tehdä yhteiskunnallisesti oikeita asioita tai tehdä asioita erityisestä syystä, sillä he haluavat kaiken toiminnan olevan merkityksellistä. Erityiset syyt voivat liittyä samankaltaiseen elämän tilanteeseen tai olosuhteisiin, joihin heidän arvot perustuvat, ja he arvostavat työskentelyä samoja arvoja omaavien kanssa. Idearikkaat asiakkaat nauttivat saadessaan tuoda esille omaa luovuutta ja osaamista, joten he etsivät keinoja, joiden avulla tämä on mahdollista. (Team Finland 2015, 1–3.)

Asiakkaiden toimintatavat omassa toimintaympäristössä ovat erilaisia kuin muualla ja se vaikuttaa palvelun toimivuuteen ja laatuun. Joku asia toimii hyvin omassa toimintaympäristössä, mutta toisessa se ei toimi. Mikäli palvelu vastaa tähän haasteeseen, niin tällöin toimitaan kysyntälähtöisesti tarpeeseen perustuen ja yksilöllisesti. Nämä ovat asioita, jotka korostuvat tulevaisuudessa yhä enemmän. Syvät arvot muuttuvat elämän varrella ja toisinaan jopa päivittäin, joten motivaatiotekijöitä tulee tarkkailla säännöllisin väliajoin. (Team Finland 2015, 1–5; Mörk 2016, 1–2.)

2.7. Kotona tehtävään työhön liittyvät erityispiirteet, lait ja asetukset

Tutkimuksen aihe, kotikokkitoiminta, kuuluu lainsäädännöllisesti kotihoitoon, sillä Sosiaali- ja terveysministeriön julkaiseman soveltamisoppaan ja Sosiaalasetuksen (607/1983) 9 §:n mukaan kotona tarjottavat ateriapalvelut ja avustustyöt kuuluvat sosi-

aalihuoltolain piiriin (Sosiaali- ja terveysministeriö 2015, 40; Finlex 1983). Kotona tehtävää ruoanvalmistusta ei koske omavalvontasäädökset, sillä Elintarvikelain (23/2006) 1. luvun 4 §:n mukaan omavalvontalakeja ei sovelleta omaan käyttöön tarkoitettujen elintarvikkeiden valmistukseen, käsittelyyn tai varastointiin yksityistalouksissa (Finlex 2006, Elintarvikelaki 23/2006 1. luvun 4 §).

Kotihoitoa säätelee monta eri lakia ja tässä eritellään niistä muutamia tähän tutkimukseen oleellisesti liittyviä lakeja ja asetuksia. Keskeisempiä säädöksiä ovat sosiaalihuoltolaki (1301/2014), sosiaalihuoltoasetus (607/1983), sosiaali- ja terveydenhuoltolaki (734/1992), terveydenhuoltolaki (1326/2010), laki ikääntyneen väestön toimintakyvyn tukemisesta sekä iäkkäiden sosiaali- ja terveystalouksista (980/2012), henkilötietolaki (523/1999), laki viranomaisten toiminnan julkisuudesta (621/1999) ja laki vammaisuuden perusteella järjestävistä palveluista ja tukitoimista (380/1987). Sosiaalihuoltolaki uudistui vuonna 2015 ja uusi laki tuli voimaan 1.4.2015 alkaen. Sosiaalihuoltolain tehtävät on määritelty vuonna 2014 ja sosiaalihuoltolain (1301/2014) 1. luvun ja 1 §:n mukaan lain tavoitteena on:

- 1) edistää ja ylläpitää hyvinvointia sekä sosiaalista turvallisuutta
- 2) vähentää eriarvoisuutta ja edistää osallisuutta
- 3) turvata yhdenvertaisin perustein tarpeenmukaiset, riittävät ja laadukkaat sosiaalipalvelut sekä muut hyvinvointia edistävät toimenpiteet
- 4) edistää asiakaskeskeisyyttä sekä asiakkaan oikeutta hyvään palveluun ja kohteluun sosiaalihuollossa
- 5) parantaa yhteistyötä sosiaalihuollon ja kunnan eri toimialojen sekä muiden toimijoiden välillä 1—4 kohdassa tarkoitettujen tavoitteiden toteuttamiseksi. (Finlex 2014, Sosiaalihuoltolain 1301/2014 1. luvun 1 §.)

Sosiaalihuoltolain 4. luku 41 §:n mukaan asiakkaan hyväksi voidaan tehdä monialaista yhteistyötä eri hallintokuntien kanssa, jotta ne muodostavat asiakkaan edun mukaisen kokonaisuuden. (Finlex 2014.) Laki kannustaa poikkihallinnolliseen yhteistyöhön, jotta asiakkaat saisivat parhaan mahdollisen palvelun. Laki iäkkäiden palvelujen turvaamisesta ja laki vammaisuuden perusteella järjestettävistä palveluista myötäilevät hyvin sosiaalihuollon perusperiaatteita. Lainsäädännössä kiinnitetään huomiota siihen, että kunnan tulee järjestää omille asiakkaiden mukaan palvelut eli esimerkiksi vammaisuuden ja iäkkyyden perusteella myönnettävissä palveluissa korostetaan palvelun yksilöllisyyttä, apua oman tarpeen mukaan. (Finlex 1987, 1. luku 3 §; Finlex 2012, 3. luku 13 §.)

Terveydenhuoltolain (1326/2010) 2§:ssä velvoitetaan kuntia edistämään ja ylläpitämään väestön terveyttä ja hyvinvointia sekä velvoitetaan antamaan yhdenvertaisia palveluja kuntalaisille. Lain 3§:ssä terveyden edistämiseksi tarkoitetaan yksilön, väestön, yhteisöjen ja elinympäristöjen järjestämää toimintaa, joka tähtää terveyden ja toimintakyvyn ylläpitämiseen tai jopa niiden parantamiseen. Lisäksi tavoitteena on em. asioiden taustatekijöihin vaikuttaminen ja terveyserojen kaventaminen eri väestöryhmien välillä. (Finlex 2010.)

Kotihoitopalvelujen käytöstä voidaan periä kohtuullinen asiakasmaksu. Maksuja määritellään sosiaali- ja terveydenhuoltolaissa (734/1992) 1. luvun 1 – 2 §:ssä. Lain mukaan maksu voidaan periä palvelun käyttäjältä ja jättää perimättä maksukyvyttömyyden vuoksi. Maksu saa kuitenkin olla enintään palvelun tuottamisesta aiheutuvien kustannusten suuruinen. Kotona annettavan palvelun saamisen ehtona on, että annettavasta palvelusta tehdään palvelu- ja hoitosuunnitelma, joka tarkistetaan palvelujen tarpeen muuttuessa. (Finlex 1992a.) Sosiaali- ja terveydenhuollon asetuksessa asiakasmaksuista (912/1992) 1.luvussa 3§:ssä määritellään kotikäynnin kotisairaanhoidon maksuista ja muista tilapäismaksuista enimmäismäärät. (Finlex 1992b.)

2.8. Palvelun kehittämisen riskit

Palvelun kehittäminen voi epäonnistua monesta eri syystä. Yleisempiä riskitekijöitä ovat henkilöstön huono asiantuntemus palvelusta sekä asiakkaiden ja markkinoiden huono tuntemus. Näihin asioihin ajaututaan usein seuraavien puutteiden vuoksi:

- organisaatiossa on olematon päätöksenteko
- toiminnan avainhenkilöt ovat liiaksi tuotanto-orientoituneita, jolloin markkinoita ei seurata riittävän valppaasti
- toiminnan kehittäminen venähtää ajallisesti liian pitkäksi, eikä tavoiteajoissa pysytä
- toiminnan kehittäminen ei saa riittäviä resursseja; ei aineellisia, eikä henkisiä
- toiminnan kehittämisestä ei ole informoitu organisaation korkeinta johtoa, eikä organisaation johto ole tukemassa kehittämistä
- alihankinta- ja yhteistoimintamahdollisuuksia laiminlyödään

- kehittämisellä sekoitetaan arjen toimintatapoja muuttamalla jatkuvasti hyväksi havaittuja toimintatapoja
- toimintaa vetävät näennäisinnovaattorit (Rissanen 2006, 207–209.)

Menestyminen kehitystyössä ei koostu kertasuorituksista, vaan kehittäminen on jatkuvaa, pitkäjänteistä toimintaa. Työssä on tänä päivänä jatkuvasti keskeytyksiä ja keskenräisyyttä, töiden sujuvuus kärsii, koska muutoksia on jatkuvasti. Tulee uusia muutoksia ennen kuin vanha muutos on viety loppuun. Tulee uutta teknologiaa, vaihtuvia organisaatiorakenteita, uusia asiakkaita, lisätyötä ja – kuormitusta. Työn mielekkyys on vaarassa ja työn hallinnan kokemus saattaa vähentyä, ellei samalla pystytä poisoppimaan tarpeettomia asioita ja oppimaan uusia asioita. (Alasoini ym. 2012, 5; Rissanen 2006, 96.) Tällöin seurauksena voi olla ylikuormitusta ja sairastumista, jolloin kehittäminen vaarantuu. Tärkeää on, että asioista pystytään keskustelemaan ajoissa ja tällaiseen mahdollisuuteen varaudutaan.

Kehittämisen onnistumiseen vaikuttaa kehittämistyöhön osallistuvien koulutus, asenteet ja arvot, sillä on vaikea kehittää sellaista toimintaa, jota ei itse hyväksy (Rissanen 2006, 96, 208–209). Tärkeää on löytää oikeat henkilöt oikeisiin paikkoihin. Parhaille työntekijöille tulee antaa työtehtäviä, joissa heidän on mahdollista kehittyä, jotta kehittämisestä saadaan organisaatiolle paras mahdollinen hyöty. (Collins 2010, 100–101.) Toisaalta toiminnan onnistunut kehittäminen tulee tehdä mahdollisimman laaja-alaisesti, jotta asiakkaiden, työkaverien, yhteistyökumppaneiden ja markkinoiden tarpeet on huomioitu, joten toiminnan onnistunut kehittäminen ei ole helppoa.

3 PALVELUJEN MITTAAMINEN

Kaplan (2012, 41) vertaa läpimurtojen tekemistä pieniin lääkeannoksiin, jotka näyttävät voimansa vasta jonkin ajan kuluttua. Valitut mittarit kertovat yrityksen arvoista ja mitatut asiat vain mitatuista asioista sovitun mittausajan kuluessa. Tällaisia asioita saattaa olla haastava mitata, koska palvelun vaikuttavuus voi näkyä vasta ei-mitattavana aikana ja mahdollisesti ei-mitattavissa asioissa. Tuotetun palvelun tulee olla tuloksellista joko aineettomalla tai aineellisella pääomalla mitaten, ja tulosten tulee tukea organisaation toimintaa, jotta mittaustulokset eivät jää irrallisiksi tuloksiksi, vaan hyödyntävät koko organisaatiota. (Löytänä & Kortesus 2011, 13; Lönnqvist, Jääskeläinen, Kujansivu, Käpylä, Laihonen, Sillanpää & Vuolle 2010, 126–128.)

3.1. Mittaamisen vaiheet ja mittauksen merkitys

Mittaamisessa on kolme vaihetta: suunnittelu, käyttöönotto ja mittareilla johtaminen. Suunnitteluvaiheessa suunnitellaan mittarit niistä haluttavan tiedon mukaiseksi, hiotaan teknisiä yksityiskohtia, määritellään arviointia ja raja-arvoja. Käyttöönottovaiheessa mittareiden käytöstä tiedotetaan ja useimmiten kerätään riittävät alkutiedot, joita voidaan verrata myöhempiin tuloksiin, jota johdetaan mittareiden avulla. (Lönnqvist ym. 2010, 122–124.)

Palveluiden kehittämisen kannalta palveluja tulee mitata, jotta niitä pystytään kehittämään haluttuun suuntaan. Palvelun aineetonta pääomaa, kuten asiakaskokemusta, tulee voida arvioida, jotta tuotettu palvelu on tuottavaa yritykselle ja antaa lisäarvoa asiakkaalle. Asiakaskokemus on subjektiivinen tunne, jossa mitataan, miltä asiakkaasta oikeasti tuntuu aidossa oikeassa tilanteessa. Mittaustilanne ei saa olla siis lavastettu, vaan sen mittauksen tulee toimia aidossa ympäristössä. (Miettinen 2011, 137–138.) Tämä aiheuttaa mittaamiselle haasteita, kuinka voidaan mitata asiakaskokemusta esimerkiksi jännityksestä kärsivää asiakasta mahdollisimman luonnollisesti ja luonnollisessa ympäristössä, koska asiakkaan on kuitenkin tietoinen siitä, miksi häntä haastatellaan?

Mittauksessa tulee lisäksi huomioida se, että saman asiakkaan kokema arvo useimmiten kasvaa asiakassuhteen keston myötä. Asiakkaan kokema arvo on usein pienempi palvelusuhteen alussa kuin lopussa tai matkan varrella. (Löytänä & Kortesus 2011, 56.) Kun

palvelun piiriin tulee uusia asiakkaita, niin jokaisen asiakkaan kokema arvo on yksilöllinen, eikä sitä välttämättä voida suoraan verrata toisten kokemaan arvoon. Tämä aiheuttaa palvelumuotoilun avulla tehtävään palvelun kehittämiseen haasteita. Minkä verran palvelua kannattaa mitata ja kuinka? Onko siis tarpeen käyttää virallisia arviointimenetelmiä, vaan voidaanko arviointia tehdä myös intuition avulla? Miettisen mukaan (2011, 138) kokenut suunnittelija oppii ”haistamaan” mikä toimii ja mikä ei.

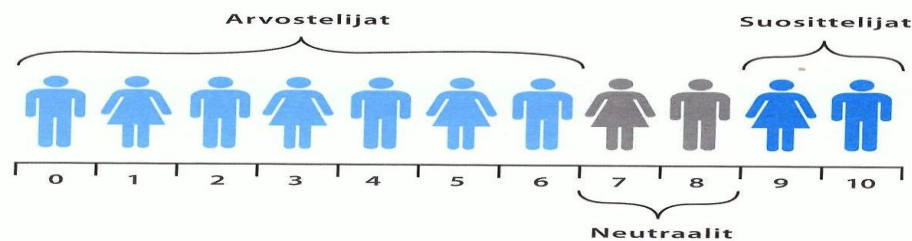
3.2. Palvelujen mittaamisen mittaristot ja arvioinnit

Jos asiakkaan kokemuksia mitataan, niin on tärkeää määrittää asiakaskokemuksen matkan varrelta tärkeät kokemuspisteet, jotka tulevat esiin, kun asiakkaan palvelupolku määritellään. Asiakkaan palvelukokemuksia voidaan mitata esimerkiksi erilaisten palautelomakkeiden, spontaanin palautteen, sosiaalisen median, asiakaskohtaamisten, -paneelien ja tutkimusten avulla. Lisäksi palvelukokemuksia voidaan mitata asiantuntijoiden ja suositusmittareiden avulla. (Laine 2013.) Näiden pohjalta syntyy asiakasymmärrys eli ymmärrys mitä asiakas tarvitsee, haluaa ja arvostaa.

Palvelujen arviointi- ja mittausmenetelminä voidaan käyttää monia eri menetelmiä. Näistä ehkä yleisin on suorituskykyä mittaava KPI-mittaristo eli Key Performance Indicators-mittaristo, jossa käyttäjät ja asiantuntijat antavat arviointiin arvokasta tietoa ja usein näiden perusteella pystyy päättämään onko konsepti toteuttavissa vai ei. (Miittinen 2011, 140.) KPI-mittareita käytettäessä tulee mittareiden 1) täyttää organisaation strategiset tavoitteet, 2) olla luotettavia, 3) olla määrällisesti rajoitettu määrä ja 4) olla sellaisia mittareita, joihin pystytään itse vaikuttamaan. Yksi hyvä strateginen mittari voi olla asiakaskokemus, jos se tukee organisaation tavoitteita. (Kortelainen 2016.)

Tiedon luotettavuuden varmistamiseksi tulee huolehtia siitä, että arvioitavaa tietoa on riittävästi ja saatu tieto on laadukasta. Lisäksi seurattavat mittarit tulee valita niin, että palvelua tuottavan organisaation ja ihmisten on mahdollista kehittyä saatujen mittaustuloste pohjalta eli on mitattava sellaisia asioita, joihin pystytään vaikuttamaan. (Kortelainen 2016.) Asiakaspalveluja kehittävä yritys, Provad Oy, suosittelee myös asiakaspalvelukokemuksen ja työntekijän työtyytyväisyyden mittaamista osana KPI:ta, sillä tyytyväinen työntekijä tuottaa helpommin tyytyväisiä asiakkaita. (Keränen 2014.)

Palvelun toimivuutta voidaan mitata myös muulla tavoin. NPS-mittari kuvaa asiakkaan halukkuutta suositella palvelua toisille asiakkaille. Reicheld ja konsulttiyhtiö Bain & Company:n vuoden 2002 tutkimuksen mukaan NPS-mittari on yksi yrityksen tulevan menestyksen mittari. (Korkiakoski & Löytänä 2014, 57.) NPS-mittari vastaa kysymykseen: ”Kuinka todennäköisesti suosittelet yritystä /tuotetta /palvelua ystävällesi tai kollegallesi?” Vastaaja arvioi suositteluhalukkuuttaan asteikolla 0 – 10, jolloin 0 tarkoittaa ”en suosittele” ja 10 ”suosittelen”. (Tuulaniemi 2011, 242.) Asiaa kuvataan kuviolla 7. NPS-luku lasketaan vähentämällä arvostelijoiden määrä suosittelijoiden määrästä prosentteina eli suosittelija % - arvostelija % = NPS %. Neutraaliarviointeja, joita kuvaavat luvut 7 ja 8, ei huomioida tämän luvun laskennassa. Erinomaisena saavutuksena pidetään +50 prosentin tulosta, sillä jo näin suuri luku kertoo asiakaskokemuksen rakentamisen onnistuneen. (Tuulaniemi 2011, 241–242.)



KUVIO 7. NPS-mittarin määrittelyajan avulla lasketaan palvelun suositteluhalukkuutta annettujen arvosanojen avulla (Tuulaniemi 2011, 242.)

Yllä olevaan mittariin voitaisiin yhdistää myös asiakastuottavuus, joka on uusi asia palvelujen mittaamisessa. Asiakastuottavuudella tarkoitetaan asiakkaan palvelun elinkaaren aikana saatujen tulosten vertailua asiakkaalle koituviin kustannuksiin ja resurssitarpeisiin. (Wilkman 2017, 14–17.) Onko palvelu siis tuottavaa, jos se aiheuttaa asiakkaalle paljon lisätöitä tai lisäkustannuksia, jotta saa hyvää palvelua? Mikä olisi kaikkia hyödyttävä ratkaisu, jottei säästetä väärässä paikassa? Entä onko palvelu tuottavaa, jos samanlaatuista palvelua saa vähemmällä panostuksella toiselta organisaatiolta (Wilkman 2017, 17)? Asiakastuottavuuden mittaaminen on useimmiten osa asiakkuuksien hallinnan strategiaa, joita tässä tutkimuksessa ei käsitellä, vaikka ajatus asiakastuottavuudesta on mielenkiintoinen – voitaisiinko tästä tehdä oma toimiva mittari tähän palveluun?

Näiden lisäksi aloilla on omia asiakohtaisia mittareita. Tässä tutkimuksessa voidaan käyttää yhtenä mittarina ravitsemustilan arviointiin MNA- eli Mini Nutritional Assessment-mittaria, jolla seulotaan aliravitsemuksen riskiryhmään kuuluvat henkilöitä. Täl-

löin asiakkailta kysytään seulonnassa kuusi kysymystä ja mikäli näistä saadut pisteet ovat alle 11 pistettä, niin heidät ohjataan tarvittaessa ravitsemusterapeutin tai terveydenhoitajan vastaanotolle tai kysellään jatkokysymykset. Arvioinnin seulontaosuuden maksimipistemäärä on 14 pistettä ja koko kyselyn 30 pistettä. Mikäli koko kyselyn tulos jää alle 17 pistettä, niin asiakas on aliravittu ja hänen ohjaaminen asiantuntijan luokse on välttämätöntä, jotta ravitsemusasiat saadaan korjattua. (Nestle Nutrition Institute 2006.)

Palvelujen mittaamiseen voidaan käyttää myös muita asiantuntijoita, kun halutaan mitata eri asioita. Tällaisia ovat laatukselmukset ja laatusertifioinnit, joita käytetään kuvaamaan palvelujen vaikuttavuutta. Asiantuntija-arviointia pidetään nopeana ja kustannustehokkaana tapana parantaa palvelun käytettävyyttä, tehokkuutta ja asiakaskokemusta, mutta mitattavuutta sen avulla ei välttämättä saada (Adage 2016; Mustaniemi 2009, 17–18.) Käytettävyydellä tarkoitetaan useimmiten opittavuutta, tehokkuutta, muistettavuutta, virheettömyyttä ja tyytyväisyyttä, sillä yleisin käytettävyyden määritelmä pohjautuu Jakob Nielsenin käytettävyyden määritelmään vuodelta 1993 (Nielsen 1993, 26).

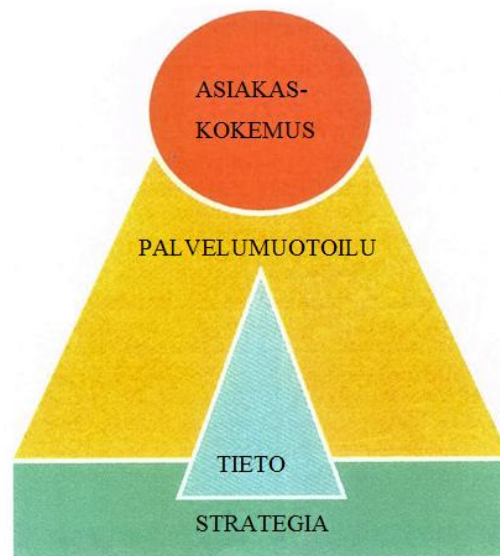
Asiantuntija-arvioiden perusteella tutkitaan usein käytettävyyttä erilaisten käytettävyytestien avulla (Adage 2016; Mustaniemi 2009, 40). Asiantuntija-arvioijat voivat olla esimerkiksi kyseisen palvelualan asiantuntijoita ja heidän avullaan voidaan saada aikaan parempia tuloksia kuin ilman asiantuntijaa (Mack & Nielsen 1994, 1). Käytettävyyden arvioinnissa ja mittauksissa täytyy tuntea käyttäjän tavoite tai tavoitteet: mitä hän palvelulta haluaa. Käytettävyyttä on määritelty ISO 9241–11:1998 – standardissa, jossa mitataan sitä, miten hyvin määrätyt käyttäjät voivat käyttää tuotetta määrätyssä käyttötilanteessa saavuttaakseen määritetyt tavoitteet tuloksellisesti, tehokkaasti ja miellyttävästi. Käytettävyyden mittareina pidetään tehokkuutta, tuloksellisuutta ja tyytyväisyyttä, sillä ne kaikki näyttävät kuinka tavoitteet saavutetaan. (Jokela 2011.) Kyseistä standardia ollaan juuri uudistamassa, joten määrittely muuttunee lähiaikoina. Tässä tutkimuksessa esiteltyjen aiempien mittareiden avulla voidaan mitata näitä kaikkia. Mittaamisessa tavoitteiden asettaminen on haastavaa, jotta aluksi ei vaadita liian heikkoa tai ylivahvaa osaamista ja tulosta. Tässä korostuu alakohtaisten asiantuntijoiden merkitys, jotta mitaaminen onnistuu.

4 PALVELUMUOTOILU KEHITTÄMISMENETELMÄNÄ

Tutkimuksessa käytetään pääasiallisen kehittämismenetelmänä palvelumuotoilua, jotta tuloksissa voidaan mitata asiakaskokemuksia. Asiaa on tutkittu yli 15 vuotta ja pitkä kokemuksellinen tieto on osoittanut, että kerätty tieto ja analysoitu asiakaskokemus muotoilevat kokonaisuuksia parantaen asiakaskokemusta. Lisäksi palvelumuotoilu on todettu menestyksekkääksi keinoksi hankkia todellista asiakaskokemusta. (Stott 2016, 21.)

4.1. Mitä palvelumuotoilu on?

Palvelumuotoilun määrittelyssä on hienovaraisia eroja eri asiantuntijoilla. Kaikki asiantuntijat tähtäävät hyvään palveluun asiakasymmärryksen ja -kokemuksen avulla. Asiaa kuvaa ehkä parhaiten palvelumuotoilun asiantuntija, tohtori Lynn Stott (2016, 21) kuvion 8 avulla, jossa hän havainnollistaa palvelumuotoilun merkitystä asiakaskokemuksen hankkimiseen. Asiakaskokemuksen hankkiminen pohjautuu tehtyyn strategiaan, saatuun tietoon, josta palvelumuotoilun avulla voidaan rakentaa hyviä asiakaskokemuksia.



KUVIO 8. Palvelumuotoilu näyttää kuinka asiakaskokemus syntyy (Stott 2016 muokattu)

Eri asiantuntijat painottavat vain hieman eri asioita tai näkökulmia. Palvelumuotoilun professori Birgit Mager (2003, 8; 2004, 60) korostaa palvelumuotoilussa asiakkaiden

helppokäyttöisiä, hyödyllisiä ja kiinnostavia asiakaspalvelukokemuksia ja organisaation näkökulmasta katsoen riittävän vaikuttavia, tehokkaita, kannattavia ja muista erottuvia palveluita. Toisaalta myöhemmin, vuonna 2009 Mager painottaa, että hyvään palveluun kuuluu hyvä strategia ja asiakashyötyihin keskittyminen kannattaa. Asiakkaan tunne- maailma avaa ison uuden kehittämisikkunan, jossa on huomioitava suhdetoiminta ja vuorovaikutus. Lisäksi Mager korostaa asiakaskokemuksen suunnittelua, sen tekemistä visuaalisesti näkyväksi palvelupolun palvelutuokioiden kokemusten kuvaamisen avulla. Kehittäminen edellyttää aktiivisia, innostuneita toimijoita, jotka kehittävät toimintaa arvioinnin kautta, sillä kyseessä on myös ”elävä”, muuttuva tuote, jonka toiminta kannattaa vakiinnuttaa ja perustaa niille sopivia, mukautuvaisia standardeja. (Mager 2009b, 35–37.)

Moritzin (2005, 42, 44) mukaan palvelumuotoilu on tarkoittaa lähes samoja asioita, mutta hän korostaa niiden avulla luotavia uusia palveluja ja palvelumuotoilun avulla palvelujen kehittämistä asiakasnäkökulmasta organisaation sisällä ja ulkona. Lisäksi hän kokoaa useampien kehittäjien näkökulmia yhteen (Koivisto 2007). Moritzin (2005, 126) mukaan palvelumuotoilu edellyttää muotoilijalta kehittäjän avointa mieltä ja hyviä tiimi- ja vuorovaikutustaitoja koko muotoiluprosessin ajan.

Itävaltalainen palvelumuotoilija, kirjailija Marc Stickdorn edustaa uutta palvelumuotoilun ajattelutapaa, joka soveltaa käyttöönsä vanhemman asiantuntijan, Jacob Schneiderin, ajatuksia palvelumuotoilusta ja he ovat yhdessä julkaisseet vuonna 2010 palkitun kirjan ”This is Service Design Thinking”. Stickdorn korostaa palvelumuotoilun soveltuvuutta kaikkeen kehittämiseen toimintaympäristö huomioiden, mutta erityisen lähellä kehittämisessä on digitaalisuuden huomioiminen vuorovaikutuksessa ja palvelumuotoilussa. Lisäksi hän korostaa palvelukokemuksen mittaamisessa koko palvelupolun mittaamisen ja seuraamisen tärkeyttä heti kunkin palvelutuokion päätyttyä. Palvelukokemus jakaantuu palveluun ennen, aikana ja jälkeen tapahtuviin vaiheisiin, joista muodostuu kokonainen palvelukokemus. (Stickdorn 2014; Stickdorn 2013.)

Suomessa palvelumuotoilun uranuurtajia ovat Satu Miettinen, Mikko Koivisto ja Juha Tuulaniemi. Miettisen (2011, 30–31) mukaan palvelumuotoilussa korostuu asiakkaiden tarpeista ja toiveista, aikaansaatu käytännön palvelukokemus. Tuulaniemi ajattelee asiaa filosofisemmin. Tuulaniemen (2011, 10) mukaan palvelumuotoilu on systemaattinen tapa kehittää palveluita ja innovointia yhtä aikaa sekä analyyttisesti että intuitiivisesti.

Analyttisellä tarkastelulla hän tarkoittaa loogista päättelyä tosiasioista, asiakastutkimuksesta ja muusta saatavilla olevista tiedoista. Intuitiivisella tarkastelulla hän tarkoittaa taitoa ja kokemusta havaita miten asiat voisivat olla tulevaisuudessa mutta niitä ei vielä ole olemassa. (Tuulaniemi 2011, 11.) Koiviston (2007, 64) mukaan palvelumuotoilun keskiössä on asiakas, jolle palvelua suunnitellaan tai jopa innovoidaan. Koiviston mukaan palvelumuotoilu on palvelujen muotoilua teollisen muotoilun keinoin (Rantanen 2016, 26). Ojasalo ym. (2015, 38,71) ovat koonneet eri palvelumuotoiluajatuksista oman ytimekkään prosessin ja heidän mukaan palvelumuotoilussa palvelua kehitetään kaikilla toiminnan tasoilla asiakaskeskeisesti.

Palvelumuotoilua käytetään nykyisin paljon myös julkisissa palveluissa (Miettinen 2014, 85). Julkisia palveluita on kehitetty palvelumuotoilun avulla paljon esimerkiksi Englannissa, sillä siellä vuonna 2012 hallituksen toimeksiannosta kehitettiin palvelumuotoilun avulla digitaalinen äänestäminen. Kehittämisessä kiinnitettiin huomiota palvelun käyttäjiin, heidän tarpeisiin ja kokemuksiin. Näin saatiin luotua toimiva ja yksinkertainen äänestysjärjestelmä. (DesingCouncil 2015.) Palvelumuotoilun kansainvälisiä, tunnettuja käyttäjiä ovat esimerkiksi Google ja Mc Donald's, jotka käyttävät sitä paljon toimintansa kehittämiseen (Moritz 2012). Palvelumuotoilussa palveluita kehitetään aina yhdessä henkilöstön, asiakkaiden ja organisaation johdon kanssa (Miettinen 2014, 87).

Toistuva suunnittelu, eli iteraatio, ja yhteissuunnittelu, eli co-desing, ovat tyypillistä palvelumuotoilulle. Iteraatio perustuu toimintaratkaisujen kehittämiseen ja kokeilemiseen sekä niiden tulosten arviointiin monesta näkökulmasta, jolloin voidaan aikaansaada uusia suunnitelmia, ongelmia ja ratkaisuja, jotka eivät olisi muulla tavoin tulleet esille. Palvelun kehittäminen tähtää palvelun toimivuuteen, joten käyttäjien tarpeet ja odotukset huomioidaan koko prosessin ajan. Palvelumuotoilun prosesseissa ja kokonaisuuden hahmottamisen apuna saatetaan käyttää myös mindmap:iä eli käsitekarttaa, jonka avulla kokonaisuus hahmottuu helpommin, kun siihen liittyvät asiat ovat nähtävissä. (Miettinen 2011, 23, 78 – 80; Tuulaniemi 2011, 140.)

Palvelumuotoilussa palvelut pyritään myös visualisoimaan, saamaan käsin kosketeltaviksi tai yhdessä tekemisen avulla opitaan oikea tapa tuottaa palvelua. Visuaalisuus helpottaa kokonaisuuksien ymmärtämistä ja sitä käytetään useimmiten keskustelun apuna sekä projektin alkuvaiheessa. (Jyrämä & Mattelmäki 2015, 75–77.) Segelströmin (2009, 181) mukaan tyypisimpiä visualisointimenetelmiä palvelumuotoilussa ovat videointi,

haastattelut ja kontaktipisteiden kuvaaminen palvelupolkujen tai tarinoiden avulla. Miettisen (2011, 63–64) mukaan palvelumuotoilun kehittämisessä kannattaa hyödyntää lisäksi markkinatutkimuksia, kyselyjä, suunnittelutyöpajoja ja käyttäjien prototypointia, jotta asiakkaiden tiedostamattomat ja tietoiset tarpeet saadaan selville.

Palvelumuotoilussa asiakkaiden elämykset ja kokemukset pyritään saamaan nopeasti käyttöön, joten vaiheet sisältää myös kokeilun, jolloin palvelusta tehdään ensimmäinen koemalli eli palvelu prototypoidaan. Palvelun prototypoinnissa on tärkeää, että käyttäjät otetaan mukaan mahdollisimman aikaisin mukaan jo prototypointiprosessiin, jotta voidaan selvittää ideoiden / konseptien toimivuus ja haluttavuus. Tällöin virheet ja ongelmat korjataan mahdollisimman pian, jotta niistä ei tule ylimääräisiä kustannuksia organisaatiolle. (Miettinen 2011, 129–131, 137, 140; Ojasalo ym. 2015, 76.) Prototypointivaihe päättyy usein pilottiin tai kokeiluun, jossa palvelua testataan ja arvioidaan. Tämän jälkeen toimiva palvelu pyritään lanseeraamaan markkinoille ja palvelun toimivuutta seurataan erilaisten mittareiden avulla ja kehitetään tarvittaessa lisää. (Miettinen 2011, 139, 141.)

4.2. Palvelumuotoilun vaiheet eri asiantuntijoiden mukaan

Palvelumuotoilun vaiheet perustuvat pääosin ISO 9241-210:2010-standardiin, joka on vuorovaikutteisten järjestelmien asiakaskeskeinen suunnitteluprosessi. Eri asiantuntijat jakavat muotoilun vaiheet eri tavalla ja ne perustuvat useimmiten aiempaan ISO 13407-standardiin, koska uusi standardi julkaistiin vasta vuonna 2010. Tässä tutkimuksessa on tarkasteltu muotoilun vaiheita muutamien aiemmin mainittujen asiantuntijoiden mallien pohjalta ja ne on koottu yhteenvedoksi kuvioon 9.

Mager (2009)	palveluratkaisujen tutkiminen		ideointi ja ratkaisujen luonti		arviointi		toteutus		
Moritz (2005, 123.)	asiakasymmärryksen hankkiminen: -sisäinen ja ulkoinen ymmärrys - asiakkaiden tarpeiden tutkiminen		strategian valinta käytetyn tiedon pohjalta	ideointi ja kehittäminen useista vaihtoehdoista	kehittämävaihtoehdon valinta	asian syvälinen ymmärtäminen: visualisointi, prototyyppi, arviointi		toteutus käytännössä	
Stickdorn (2013)	käyttäjakeskeisyyden hahmottaminen		yhdessä luominen		vaiheittain eteneminen: - näkyvät sekä tukiprosessit		todistaminen		kokonaisvaltainen onnistuminen
Koivisto (2007)	tiedon kerääminen	tiedon analysointi	kehittämiskohteiden priorisointi	projektisuunnitelman laadinta ja projektiryhmän nimeäminen	ideointi ja konseptointi	palvelukonseptin testaus ja päätös käyttöönotosta	konseptin päivitys	henkilöstön koulutus	lanseeraus
Miettinen (2011, 23.)	asiakasymmärryksen hankinta		palvelun konseptointi - visualisointi		mallinnus, arvioiva tutkimus + (yhteissuunnittelu)		lanseeraus ja ylläpito		
Ojasalo ym. (2015, 75.)	kartoitus ja ymmärryksen hankinta: etnografia, luotaimet, haastattelut, analyysit		ennakointi ja ideointi: työpajat, asiakasprofiilit, tarinat, jne		mallinnus ja arviointi: skenaariot, toimijakartat, asiakaspolut, prototyytit, näytelmät		konseptointi ja vaikuttaminen: visiointi, muutospolut, roolitukset, jne		
Tuulaniemi (2011, 130-131.)	määrittely: -aloitus - esitutkimus	tutkimus: -asiakasymmärrys -strateginen suunnittelu	suunnittelu: - ideointi, konseptointi - prototyyppi		palvelutuotanto: - pilotointi - lanseeraus		arviointi: - jatkuva kehittäminen		

KUVIO 9. Yhteenveto palvelumuotoilun vaiheista eri asiantuntijoiden mukaan

Kuviosta 9 on nähtävissä palvelumuotoilun vaiheiden määrän väheneminen, kun siirrytään lähemmäksi tätä päivää. Lisäksi siitä on nähtävissä se, että Mager, Miettinen ja Ojasalo suosivat nelivaiheista palvelumuotoilutapaa. Muutoin voidaan havaita, että palvelumuotoilun prosessin vaiheistusten määrään vaikuttaa eniten muotoilijan oma näkemys vaiheiden määrästä ja tehtävistä vaiheen sisällä.

Magerin (kuvio 9) mukaan palvelumuotoilu jaetaan neljään eri vaiheeseen: 1) palveluratkaisujen tutkiminen, 2) ideointi ja ratkaisujen luonti, 3) arviointi ja 4) toteutus. Palveluratkaisujen tutkimisessa korostuu asiakasymmärryksen hankkiminen selvittämällä asiakaskokemuksia ja käyttäjien tarpeita sekä palvelun järjestämiseen liittyvien asioiden selvittäminen esimerkiksi liiketoiminnallisesti. Ideointivaiheessa hyödynnetään yhteissuunnittelua ja arvioinnissa käytetään apuna koemalleja, joita palvelusta on tehty. Toteutuksessa testattu palvelu viedään käytäntöön ja käytännössä pyritään hyödyntämään digitaalisuutta. (Mager 2009a; Miettinen 2011, 33.)

Moritzin (kuvio 9) mukaan palvelumuotoilu jaetaan kuuteen vaiheeseen: 1) asiakasymmärryksen hankinta sisäisesti ja ulkoisesti, 2) palvelustrategian valinta käyttäjätiedon pohjalta, 3) ideointi, 4) ideoiden arviointi ja niiden jatkokehittäminen, 5) palveluideoiden visualisointi, prototyyppi ja arviointi sekä 6) palvelun toteutus. Asiakasymmärryk-

sen hankinta edellyttää asiakkaiden, toimintaympäristön, toiminnan ja suhdetoiminnan ymmärrystä. Toisessa vaiheessa tunnistetaan toiminnan kriittiset menestystekijät, joiden pohjalta täsmennetään palvelua. Kolmannessa vaiheessa kehitetään ideat, joille luodaan konseptit ja skenaariot sekä määritellään palvelupolun palvelutuokiokohdat. Neljännessä vaiheessa valitaan paras konsepti, jota jatkojalostetaan erilaisten menetelmien avulla, kuten heuristisesti, taloudellisesti tai teknisesti. Viidennessä vaiheessa tapahtuu toiminnan arviointi ja visualisointi tulevaisuuden skenaarioiden pohjalta, sillä tavoitteena on näyttää tulevaisuuden mahdollisuuksia. Viimeisessä eli kuudennessa vaiheessa käynnistetään toiminta testaamisen, kehittämisen ja luotujen pelisääntöjen avulla. (Moritz 2005, 123–147; Miettinen 2011, 33.)

Stickdorn jakaa prosessin vaiheet viiteen osa-alueeseen: 1) asiakaskeskeisyyden suunnittelu, 2) yhdessä luominen, 3) vaiheittain eteneminen, 4) todistaminen ja 5) kokonaisvaltaisen palvelun luominen. Hän pyrkii ainoastaan raamittamaan eri vaiheet määrittämättä niitä kovin täsmällisesti. Hän kokee tärkeäksi tietää millaisia odotuksia, kokemuksia ja jälkitunteita käyttäjällä, jotta palvelutuokioiden muodostaa onnistuneen palvelukokemuksen. Asiakaskeskeisyyden suunnittelu perustuu asiakasymmärryksen hankkimiseen. Yhdessä luominen tapahtuu, kuten muillakin asiantuntijoilla, vaiheittain etenemisessä huomioidaan näkyvät ja taustalla olevat prosessit, todistaminen tarkoittaa toiminnan testaamista ja viimeisessä vaiheessa toimintaa hiotaan vielä tunnelma huomioiden. Viimeisessä vaiheessa huomioidaan erityisesti henkilökohtaiset tunteet ja ympäristössä hajut ja melu. (Stickdorn 2013.)

Koivisto jakaa toiminnan yhdeksään vaiheeseen, joita ovat 1) tiedon kerääminen, 2) aineiston analysointi, 3) kehittämiskohteiden priorisointi, 4) projektin suunnittelu ja työryhmän perustaminen, 5) ideointi ja konseptointi, 6) konseptin testaus ja päätös toiminnan käyttöönotosta, 7) konseptin päivitys, 8) henkilöstön koulutus ja 9) toiminnan laseraus. Tiedonkerääminen on tutkimuksen isoin vaihe, jossa käytetään sekä kvantitatiivisia että kvalitatiivisia tiedonhankintamenetelmiä. Tutkimuksessa hyödynnetään hyvin tutkimuskohteen omia laadunseurantamenetelmiä, kuten asiakastyytyväisyyskyselyitä ja mystery shopping eli haamuasiakkuuden avulla havainnointia, ja haastatteluja. Tutkimuksen kehittäminen on toiminnan uudistamista kokoamalla havaitut asiat yhteen ja niiden yhteiskehittämistä palvelumuotoilun keinoin. (Koivisto 2007.)

Ojasalo ym. (2015, 75) jakavat palvelumuotoilun vaiheet neljään vaiheeseen: 1) kartoitus ja ymmärrys, 2) ennakointi ja ideointi, 3) mallinnus ja arviointi ja 4) konseptointi ja vaikuttaminen. He painottavat prosessien vaiheiden toistumista nopeasti ja monta kertaa sekä toisaalta toiminnan käynnistymistä hitaasti, jotta syvälinen asiakasymmärrys ehtii syntyä ennen palvelun aloittamista. Lisäksi he painottavat erilaisten ennakointimenetelmien käyttöä ja tulevaisuuden pohtimista ”mitä, jos”-kysymysten avulla. (Ojasalo 2015, 74–75.)

Tuulaniemi (2011, 127) jakaa palvelumuotoilun vaiheet viiteen osaan eli määrittelyyn, tutkimukseen, suunnitteluun, tuotantoon ja arviointiin. Tuulaniemi painottaa myös ensimmäisen vaiheen merkitystä palvelumuotoiluprosessissa syvän asiakasymmärryksen saavuttamiseksi. Hän jakaa jokaisen prosessin vaiheet kahteen osaan, jotta toiminta on helpompi hahmottaa. Tuulaniemen mukaan määrittelyvaiheessa tulee ensin olla selvillä organisaation resurssit ja tavoitteet, ja vasta sen jälkeen tulee siirtyä tutkimukseen, jossa selvitetään asiakkaiden tarpeita ja toiveita. Palvelumuotoilun ratkaisujen suunnittelu alkaa tutkimusvaiheesta, sitä täsmennetään suunnitteluvaiheessa, toteutetaan tuotantovaiheessa ja lopussa oleva arviointi auttaa toiminnan jatkuvaan kehittämiseen. (Tuulaniemi 2011, 126–131.)

Tässä tutkimukseen sovelletaan Miettisen palvelumuotoilun vaiheita, joten sen vuoksi tutkimuksessa avataan Miettisen vaiheistusta ja siihen liittyviä asioita. Miettisen tapa vaiheistaa palvelumuotoiluprosessi on selkeä ja yksinkertainen sekä palvelumuotoilun ketteryys tulee usein hyvin esiin sen käytössä. Hänen mukaansa muotoilussa asiakas osallistuu palvelun kehittämiseen yhdessä muotoilua tekevän tiimin kanssa ja tällä tavoin saadaan tietoa nopeasti hyödynnettyä palvelun kehittämisessä. Muotoiluprosessi koostuu yleensä 1) ymmärtämisestä ja kontekstin kartoituksesta, 2) käyttäjän profiloinnista, 3) suunnitteluratkaisujen tuottamisesta eli konseptoinnista ja 4) arvioinnista. (Miettinen 2011, 23.)

Ensimmäisessä vaiheessa tehdään taustatyötä ja esiselvityksiä, jotta saadaan asiakasymmärrystä. Tämä ensimmäinen prosessi on usein pitkä, sillä asiakas- ja toimintaympäristön syvälinen ymmärtäminen vie aikaa ja se vaatii muotoilijalta myös empatiaa, jotta pystytään ymmärtämään ihmisen käyttäytymistä, arvoja ja piileviä tarpeita. (Ojasalo ym. 73–75; Petäkoski-Hult 2012.)

Seuraavassa vaiheessa korostuu luovuus ja ennakointi, sillä tällöin ideoidaan uusia ratkaisuja ja muotoillaan käyttäjien profiilit. Käyttäjäprofiilien luomisen apuna voidaan käyttää ideointityöpajoja ja pelejä, joihin asiakkaat osallistuvat ja kohdeorganisaation edustajat osallistuvat. Profiileja voidaan pohtia myös heidän tarpeiden ja toiveiden avulla, mutta tällöin tulee myös pohtia mitkä toiveista ovat toteutettavissa eli mihin organisaatio pystyy. Käyttäjien profilointia tehdään havainnoiden, tarpeiden, toiveiden ja intuition pohjalta. Lisäksi apuna voidaan käyttää benchmarkingia eli esikuva-analyysia ja yhdessä tekemistä. (Ojasalo ym. 2015, 75; Miettinen 2011, 13; Miettinen 2014, 174–179; Petäkoski-Hult 2012.)

Kolmannessa vaiheessa tapahtuu palvelun konseptointi eli kuvataan palvelun tuottamaa lisäarvoa organisaatiolle ja kuinka se vastaa käyttäjien tarpeisiin. Palveluiden konseptoinnissa yhdistetään usein laadullista ja määrällistä tutkimustietoa, käyttäjäkeskeistä suunnittelua sekä tehdään visuaalisia luonnoksia, kuvia tai malleja. Konseptointi esittää tällöin palvelun keskeiset ominaisuudet ja kuvaa käyttäjien tarpeet, tekee niistä ymmärrettäviä ja tukee organisaation päätöksentekoa. Palvelua kuvataan usein kuvakäsikirjoittamisen avulla, kuten visuaalisena palvelupolkuna, jolloin palvelua kuvataan aikajärjestyksessä asiakkaan näkökulmasta ja tällöin palvelun tapahtumat ymmärretään nopeammin kuin kirjoitettu teksti. Palvelupolku muodostuu perättäisistä, toisiaan seuraavista palvelutuokioista, jotka muodostavat asiakkaalle palvelun arvoa tuottavan kokonaisuuden ja asiakaskokemuksen tai jopa elämyksen. (Miettinen 2011, 49–50, 107, 112.)

4.3. Tunnelmamuotoilu

Näiden asiantuntijoiden lisäksi palvelumuotoilussa puhutaan myös tunnelmamuotoilusta, joka tarkoittaa tunnelman merkittävää vaikutusta ja huomioimista palvelumuotoilussa. Tunnelmamuotoilun tavoitteena on luoda hetkessä syntyviä iloisia tai onnellisia kokemuksia erilaisten yksityiskohtien ja aistiärsykkeiden yhdistelyn avulla. Tunnelmamuotoilu on syntynyt palvelumuotoilusta ja aistiystävällisyysajattelusta, jonka uranuurtajia on Margit Sjöroos. Sjöroos suunnitteli aistiystävällisiä tiloja ja hänen sloganina oli, että rakkaus ja myötätunto auttavat nousemaan uudelle tasolle eli Sjöroos yhdisti työssään aistiystävällisyyden ja myötätuntoajattelun. Marjo Rantanen on yhdistänyt nämä asiat tunnelmamuotoiluksi, joka rakentuu ihmisten kokemuksista ja antaa palvelulle arvoa. (Rantanen 2016, 12–14, 37, 43, 166.)

Rantasen (2016, 33) mukaan moniaistillisuus on tämän hetken uusimpia asioita, sillä käyttäjät haluavat kokonaisvaltaisen kokemuksen kaikilla aisteilla ja palvelun tai tuotteen, joka tuntuu omalta tai omannäköiseltä. Tuotteiden ja palveluiden soveltuvuus eri persoonille korostuu yhä enemmän. Rantanen korostaa tunnelmamuotoilussa hyvää vuorovaikutusta, sanatonta viestintää, tarvekartoitusta, luottamusta ja toimintaympäristön tunnelmaa. Näitä asioita aistimme viidellä aistilla: näkemällä, kuulemalla, haistamalla, maistamalla ja tuntemalla. Ihmisellä on yli 1000 hajureseptoria, joten hajumuistot lapsuudesta ovat usein voimakkaita ja tuoksut vaikuttavat tunteisiin. Muistot, perinteet ja elämykset vaikuttavat makuihin, joita koetaan. (Rantanen 2016, 33, 52–53, 157, 163.) Miksi siis tuoksua ja makuja ei hyödynnetä enemmän palvelun tuottamisessa? Kaipaamme tiettyjä makuja ja hajuja. Lindströmin (2009, 153–154) kirjassa esittelemän tutkimuksen mukaan tuote ja tuoksu yhdessä ovat tehokkaampi yhdistelmä kuin ne erikseen. Jos asia toimii tuotteiden kanssa, niin se toimii varmasti myös palvelun kanssa oikein yhdistettynä. Aito hymy luo luottamusta ja turvallisuutta, koska hymyllä hyväksymme toisen ihmisen ja osoitamme kiinnostusta häntä kohtaan. (Rantanen 2016, 84.) Aidolla hymyllä ja halauksella voidaan saada aikaan myös tyytyväisempiä asiakkaita, joten niiden käyttö luontevasti lisää asiakastyytyväisyyttä.

Kun tunnelmamuotoilu yhdistetään palvelumuotoiluun, niin voidaan sanoa, että hyvä palvelu huomio asiakkaan tunteet, toiveet, tiedostamattomat ja tiedostetut tarpeet. Tämä tarkoittaa syvää asiakasymmärrystä, ympäristön huomioimista ja asiakkaan osallistamista palvelun kehittämiseen. Yhteenvetona voidaan siis sanoa, että hyvä ja kokonaisvaltainen palvelukokemus koostuu erilaisista positiivista palvelutuokioista palvelupolun matkan varrella, joten tunnelmamuotoilu ei välttämättä poikkeakaan perinteisestä palvelumuotoilusta.

4.4. Palvelumuotoilun tiedonhankintamenetelmät

Palvelumuotoilun tiedonhankintamenetelmänä voidaan käyttää myös haastattelua. Eri käyttötarkoituksiin valitaan eri haastattelutavat. Strukturoitu haastattelu on lähellä kyselyä, sillä haastatteliija on suunnitellut etukäteen haastattelurungon, jota hän käyttää kaikissa haastatteluissa. Puolistrukturoitua haastattelua käytetään, kun asiakkaalta kysellään johonkin teemaan liittyviä asioita, eikä haastattelua haluta ohjata liikaa. Puolistruk-

turoidun haastattelun pohjalta saatetaan myöhemmin tehdä aiheeseen liittyvä kysely, jotka pohjautuvat haastattelussa saatuihin tietoihin. (Ojasalo ym. 2015, 41.)

Teemahaastattelun asiateemat on suunniteltu ennen haastattelua, mutta haastattelun sanamuodot, kysymysten muoto ja järjestys voi vaihdella eri haastateltavien kesken. Haastatteluun myöhemmin tulevia henkilöiden kysymyksiä voidaan muokata, jotta ensimmäisiin haastatteluihin saadaan jostain uudesta kiinnostavasta asiasta lisää tietoa. Yksi haastattelumuoto on avoin haastattelu, joka on kaikkein joustavin haastattelumuoto ja muistuttaa keskustelua. Se sopii tilanteisiin, joissa halutaan saada syvällistä tietoa ihmisten todellisista ajatuksista. Tämä haastattelumuoto vei aikaa. Lisäksi haastatteluja voidaan tehdä ryhmähaastatteluna, 6 – 12 hengen ryhmissä, edellisten haastattelutyyppien mukaan. Ryhmähaastattelujen etuna on nopeus ja syvällinen tieto, sillä tällöin saadaan yhdellä kerralla nopeasti tietoa monelta henkilöltä ja henkilöiden täydentäessä toisiaan saadaan syvällisempää tietoa kuin yksilöhaastatteluissa. Kaikki haastattelut litteroidaan eli aukikirjoitetaan sanasta sanaan haastattelun jälkeen. Tämän jälkeen aineisto luokitellaan esimerkiksi teemojen mukaan teemakortistoon, jotta samaan asiaan liittyvät asiat voidaan hyödyntää tutkimuksessa. (Ojasalo ym. 2015, 41–42, 107, 141.)

Haastatteluihin voi liittyä myös havainnointia erityisesti silloin, kun haastattelut videoidaan, sillä varsinaisen haastattelun jälkeen voidaan havainnoida haastateltavan ja haastattelijan todellisia tapahtumia. Havainnointi on tarkkailua, jossa havainnoillaan käyttäytymistä, keskusteluja ja ympäristöä, ja sitä voidaan tehdä ilman videointia, mutta se edellyttää havainnointien kirjaamista ylös. Lisäksi havainnointia voidaan tehdä haamuasiointina eli esiintymällä asiakkaan roolissa paljastamatta tehtävää henkilökunnalle. (Ojasalo ym. 2015, 42.)

Kyselyä käytetään tutkimuksiin, joiden aihealue tunnetaan hyvin ja kyselyn avulla halutaan varmistaa todetut tiedot. Tyypillisiä kyselyjä ovat asiakastyytyväisyyskyselyt, joita tehdään isolle joukolle. Kyselyt voidaan tehdä sähköisellä tai paperisella lomakkeella, mutta myös puhelimitse, jolloin lomakkeen täyttää haastattelija, kun muutoin sen täyttää useimmiten haastateltava itse. Kyselyssä on tärkeää, että tietää täsmällisesti mitä tietoa tarvitaan, jotta saatuja vastauksia pysytään mittaamaan. (Ojasalo ym. 2015, 40–41.)

Yhtenä kehittämismenetelmänä pidetään myös toivelistausta, joka perustuu asiakkaan antamiin mielipiteisiin siitä millaista toiminnan tulisi olla. Toivelistatekniikkaa käyte-

tään, kun halutaan selvittää mitä asiakkaat haluaisivat, jos toiveilla ei olisi mitään rajoituksia. Hyvin toteutettuna tällä tekniikalla voidaan saada määrällisesti paljon toiveita, vaikka asiakkaiden ei ole aina helppoa kertoa mitä haluaisivat. Heidän on usein helpompaa kertoa, mitä he eivät saa. (Ojasalo ym. 2015,172–173).

Menetelmää valittaessa on tärkeää tietää miksi tutkija tekee asioita, sillä asioita tulee tehdä sen vuoksi, että siihen liittyvää tietoa tarvitaan, eikä sen vuoksi, että asian pystyy tekemään jonkin ohjelman avulla. Haasteita tutkimusmenetelmän valintaan aiheuttaa myös se, että jotain tietoa ei pystytä analysoimaan valituilla menetelmillä tai saatavilla ohjelmilla. (Ojasalo ym. 2015, 145.) Tällöin tieto tulisi kirjata tutkimukseen, jotta siitä voidaan tehdä lisätutkimuksia tarvittaessa myöhemmin.

5 ASIAA KÄSITTELEVÄT TUTKIMUKSET

Kotona asumista ja sen tukemiseen on tehty monia erilaisia hankkeita, mutta hankkeet ovat keskittyneet enemmän hoidolliseen työhön kuin kotihoidon tukityöhön, jota esimerkiksi kotikokkitoiminta on. Toisaalta Suomen hallitus on nimennyt yhdeksi kärkihankkeeksi ikäihmisten kotihoidon kehittämisen vuosina 2016 – 2018, ja niissä kiinnitetään huomiota esimerkiksi moniammatillisuuden lisäämiseen kotihoidossa ja ravitsemuskäytäntöihin ikäihmisten palveluissa. (Sosiaali- ja terveysministeriö 2016d, 17–18.) Tähän liittyviä asiakaskokemuksia tulee saataville tämän hankkeen jälkeen. Varsinaisia suoraan tähän tutkimukseen liittyvää tutkimusmateriaalia ei vielä ole, mutta lähivuosina tähän liittyviä tutkimuksia on tulossa. Muutamia tätä asiaa osittain tutkivia tutkimuksia on ja niitä valmistunee tulevaisuudessa lisää.

Tällä hetkellä kotihoidon palveluista maaseudulla tehdään väitöskirjatutkimusta, sillä YTM Terhi Myller tekee väitöskirjaa aiheesta ”Sosiaalityötä syrjäseudulla: asiakasprosessien rakentuminen paikallisuuden ja sosiaalityön asiantuntijuuden näkökulmasta”. Tutkimukselle on myönnetty apurahaa vuoteen 2017 asti. (Kunnallisan alan kehittämissäätiö 2015.) Myller kertoo väitöstyöstään, että on tyytyväinen siihen, että sosiaalihuoltolaki korostaa varhaista tukemista: perhetyötä ja perinteistä kotiapua sairastumistilanteissa. Lisäksi Myller toteaa, että työelämässä tarvitaan muunkinlaista työtä kuin työtä kahdeksasta neljään, sillä on työntekijöitä, jotka pysty tekemään kokoaikaista työtä, joten työarvostusta pitäisi laajentaa ja luoda mahdollisuuksia tehdä muutakin kuin kokoaikaista työtä. Myller näkee uudessa soteuudistuksessa mahdollisuuksia maaseudun sosiaalityön kehittämiseen. (Polemiikki 2016, 18–19.)

Ikäihmisten asumista kotona on tutkittu kotihoidon näkökulmasta Leena Packalén lisen-siaatintutkimuksessa ”Vanhusten ja omaisten kokemuksia kotona avun turvin asumises-ta”. Tutkimuksen keskeisenä tuloksena oli, että 1) ikäihmiset eivät saa tarvitsemiaan palveluita, 2) heidän taustaansa ei tunneta, 3) yksilöllisyyttä on liian vähän, 4) arjessa selviytymiseen ja vuorovaikutukseen pitäisi panostaa, 4) ikäihmisten omaiset tarvitsevat tukea ja 5) yhteistyötä eri palvelujen tuottajien välillä on vähäistä. Näiden asioiden ke-hittäminen koettiin tärkeäksi ja tutkimustulosten odotetaan hyödyntävän vanhustenhuol-lon kehittämistä. (Packalén 2004, 75–78.)

Kotona asuen, hyvään vanhenemiseen liittyviä tekijöitä on tutkittu Satu Parviaisen pro gradu-tutkielmassa ”Iäkkäiden kotihoidon asiakkaiden kotona asumisen mahdollistuminen: hyvään vanhenemiseen liittyvien tekijöiden tunnistaminen”. Tutkimuksen johtopäätöksenä oli, että kotihoidon henkilöstön tulee huomioida entistä enemmän ikäihmisen oma kokemus kotona asumisesta. Se tarkoittaa asiakkaan kuuntelemista, mielipiteen kunnioittamista ja asiakkaat huomioivan yksilöllisen avun antamista. Tutkimuksessa koettiin, että moniammatillinen yhteistyö ja tiimityö ovat tärkeitä kehitettäviä asioita. Toisaalta asiakaspalautteissa tuli esiin yksinäisyys, tarve saada apua ruoan lämmittämiseen ja tehdä yhdessä esimerkiksi aamu- tai iltapalaa. (Parviainen 2011, 36–38, 54–61.)

Kotihoidon henkilökunnan osaamista kotona asuvien ravitsemuksessa ovat tutkineet henkilöt, esimerkiksi Kaija Koivula ja Vappu Salo. Koivula on tutkinut asiaa YAMK:n opinnäytetyössä, jossa todetaan, että kotihoidon ravitsemuksellinen osaaminen on riittämätöntä. Tutkimus tehtiin Sastamalan kotihoitotiimien toiminta-alueella ja tutkimustulokset koostuvat kyselyistä ja työpajoista hoitajien kanssa. Hyvä ravitsemushoidon osaaminen edellyttää kotihoidon henkilökunnan koulutusta, yhteistyötä omaisten ja ruokapalveluhenkilökunnan kanssa. Asiakkaiden ravitsemuksen nykytilasta tehtävät jatko-tutkimukset koettiin tärkeiksi. (Koivula 2014, 2, 41, 56–58.) Salo tutki väistökirjassaan kotihoidon työntekijöiden ruokailuun ja ravitsemukseen liittyvää koulutustarvetta. Tutkimuksen mukaan tietoa kaivattiin erityisruokavalio-osaamiseen, aliravitsemuksen tunnistamiseen liittyviin asioihin, lääkkeiden ja ruoan yhteen sopivuuteen sekä ruokailun käytännön toimiin. (Salo 2012, 6, 164.)

6 TUTKIMUKSEN TOTEUTUS

Tutkimus on kvalitatiivinen tapaustutkimus, sillä tapaustutkimus soveltuu empiiriseen kehittämistyöhön, jossa halutaan syvällisesti ymmärtää kehitettävää kohdetta ja saada aikaan uusia kehittämissuhteita. Tapaustutkimuksessa käytetään yleensä monenlaisia menetelmiä, jotta saadaan riittävän syvä ja kokonaisvaltainen kuva tutkimuskohdesta. (Ojasalo ym. 2015, 52, 55.) Tämä tutkimus on empiirinen tutkimus, jonka pääasiallisena tutkimusmenetelmänä on palvelumuotoilu ja aineistonkeruumenetelmänä on teemahaastattelu. Tutkimuksen toteutusta edeltäneitä sekä tutkimuksen jälkeisiä vaiheita havainnoidaan kuviolla 10, johon on koottu tutkimukseen sisältyvät ja tutkimuksen ulkopuolelle jäävät vaiheet. Ennen tutkimusta käsittelevät asiat on ryhmitelty numeroilla 1–4, tutkimukseen sisältyvät vaiheet 5–11 ja tutkimuksen jälkeen tapahtuvat vaiheiksi 12–13. Ennen tutkimusta sekä tutkimuksen jälkeen tapahtuvat vaiheet toteutettiin palvelumuotoilun keinoin.

6.1. Tutkimuksen aloitus

Kun uutta toimintaa ja tutkimusta aloitetaan, niin toiminnan toteuttamiseen tuli varata resursseja. Kuka toimintaa toteuttaa ja kuinka tarvittavat työt tehdään? Tästä lähdettiin liikkeelle myös tutkimuksessa. Kaupungin ravitsemispalveluissa oli tarvetta löytää yhdelle työntekijälle sopivaa työtä, koska hän ei pystynyt tekemään koulutusta vastaavaa perinteistä suurtaloukskokin työtä, johon hänellä oli koulutus. Asiaa suunniteltiin yhteistyössä työterveyshuollon kanssa sen jälkeen, kun työntekijä oli lupautunut kokeilemaan uutta kotikokin työtä. Kehittämistä jatkettiin ja pohdittiin tapoja tuottaa palvelua. Tähän löydettiin ratkaisu hallintokuntayhteistyöstä, ja palvelun tuottajaksi sovittiin kaupungin ravitsemispalvelut ja tilaajaksi kotihoito. Yhdeksi yhteistyökumppaniksi otettiin vielä työllisyyspalvelut, ja lisäksi sovittiin toiminnan pelisäännöt eli mistä asioista kotihoito, ravitsemispalvelut ja työllisyyspalvelut huolehtivat. Tutkimuksen onnistumista helpotti, kun selvisi, että Kunnallinen Eläkelaitos oli halukas tukemaan vakituisen työntekijän, kotikokin, osa-aikaista työkokeilua, ja hänen pariksi saataisiin osa-aikainen kokki työllistämistoiminnan kautta. (liite 2)

Tutkimuksen ja toiminnan toteuttamisesta ei tullut siis palkkakuluja kaupungille, joten toiminnan aloittamiseen liittyvien lupien saaminen helpottui, sillä kun tutkimusta aloitetaan, tulee myös tutkijan saada lupa tutkia. Tutkimuskohteesta ja tavasta riippuen lupaa voidaan joutua pyytämään usealta eri taholta. Tässä tutkimuksessa tutkimuslupia pyydettiin useilta palvelua tekeviltä työntekijöiltä, kotihoidosta ja asiakkailta itseltä. Lupien pyytämällä haluttiin varmistaa hyvän tutkimusetiikan mukaan toimiminen. Lupien lisäksi uuden kunnallisen toiminnan aloittaminen vaatii paikkakunnan kilpailevan toiminnan selvittämistä, sillä Kilpailulain (595/2013) 30 a §:n mukaan kunta ei saa häiritä tai vääristää kilpailua markkinoilla omalla toiminnallaan (Finlex 2011). Tämän vuoksi paikalliselta yrittäjäjärjestöltä pyydettiin lupa aloittaa toiminta kokeiluna ja yrittäjähdistys antoi toiminnalle luvan.

6.2. Asiakasymmärryksen hankinta

Toimintaan koottiin resurssit, jotta kotikokkitoimintaa ja empiiristä tutkimusta päästiin tekemään. Näistä ensimmäinen vaihe oli asiakasymmärryksen hankinta ja se vaatii monta eri vaihetta. Osa toteutettiin jo ennen varsinaisen tutkimuksen aloittamista. Asiakasymmärrystä hankittiin tutkimuksessa, kun asiakastarpeita ja toiveita selviteltiin seniorimesseillä toukokuussa 2016 avoimella kyselyllä. Kysely toteutettiin Seniorimesseillä 14.5.2016 puolistrukturoituna kyselynä toivelistauksena kyselemällä ruokatoiveita aloitettavalle palvelulle (liite 3). Toiveita saatiin hyvin ja niiden perusteella määriteltiin tarkemmin palvelua ja palvelun piiriin soveltuvia asiakkaita yhteistyössä kotihoidon kanssa. Palvelusta tehtiin alustavaa protypointia eli pohdittiin keille palvelua tarjotaan. Lisäksi sovittiin työntekijää koskettavista asioista, kuten työajan pituudesta ja työtehtävistä (liite 2). Tässä yhteydessä sovittiin myös, että kokki haluaa asiakasta aina käynnillä, mikäli hän kokee sen luontevaksi, jotta asiakaskokemus olisi hyvä.

Tämän jälkeen toimintaratkaisuja kehitettiin ja pohdittiin monesta näkökulmasta. Asiasta keskusteltiin kotihoidon kanssa, joka sai palautetta työntekijöiden kautta ja keskusteluissa tuli esiin jo muutamia sopivia asiakkaita, joille voisi tarjota palvelua. Asiasta keskusteltiin aktiivisesti ikäihmisten asiakasraadin kanssa eli tehtiin co-designia. Tutkimuksen aikana asiaa käsiteltiin kahdessa kokouksessa ennen toiminnan aloittamista ja kaksi kertaa toiminnan alettua tutkimusaikana. Kokouksista tehtiin muistiot, mutta keskusteluja ei kirjattu ylös.

Toiminta alkoi 8.8.2016 kokeiluna, sillä tavoitteena oli selvittää tarvitaanko palvelua. Kokeilu kiinnosti mediaa, joten markkinointi ei ollut vaikeaa. Palvelua markkinoitiin lehtien, internetin ja television kautta. Palvelu sai myös valtakunnallista huomiota, koska se palvelusta tiedotettiin ajankohtaisena asiana Yleisradion internetsivuilla ja radiossa sekä televisiossa Pirkanmaan alueuutisissa elokuussa 2016. Lisäksi palvelun kokeilusta tehtiin mainoslehtinen, joka oli jaossa neuvolassa ja kotihoidossa. Mainoksessa huomiota kiinnitettiin siihen, että se olisi selkeä sekä asiakkaiden kohderyhmät ja palvelupolku kuvattiin lyhyesti (liite 4).

Tutkimuksen alkuvaiheessa asiakkaita oli kolme ja tutkimuksen jatkuessa asiakkaiden määrä nousi kahdeksaan henkilöön, joista kaksi asiakasta sai palvelun ilmaisena arpajaispalkintona. Tutkija oli 7.9.2016 esittelemässä kotikokki toimintaa Eläkeliiton tapahtumassa Ikaalisten seurakuntatalolla ja paikalla oli 65 henkilöä. Tapahtumassa kotikokkipalvelu herätti kiinnostusta ja tuolloin arvottiin kolme kotikokkikäyntiä arpajaispalkintona.

6.3. Käyttäjäprofiilien ja palvelupolun tekeminen

Näiden vaiheiden jälkeen siirryttiin asiakkaiden käyttäjäprofiilien tekemiseen haastatteleamalla ja havainnoimalla asiakkaita. Haastattelun tavoitteena oli kartoittaa onko palvelupolulla ongelmia ja millaisia syvällisiä arvoja asiakkaat omaavat, jotta palvelu osataan määritellä vielä oikeanlaiseksi. Haastattelumuotona on puolistrukturoidut kysymykset teemoittain ja eri teemoiksi valittiin: 1) taustatiedot, 2) tarpeet ja arvot, 3) sosiaaliset suhteet ja yksinäisyys, 4) aliravitsemus ja 5) NPS-mittari. Teemahaastattelu sisälsi 18 kysymystä, 1 – 6 kysymystä /teema-alue. Kysymysten valinnassa kiinnitettiin huomiota siihen, että asiakas ei voisi vastata kysymyksiin yhdellä sanalla, vaan asiaan tulisi selittää tarkemmin. Kysymyksiä täydennettiin valmiilla lisäkysymyksillä, kuten kysymyksessä 12. ”Kuinka omaiset, naapurit ja tuttavat ovat suhtautuneet saatuun palveluun? Millaisia kommentteja olet saanut heiltä?” (liite 5) Kysymysjärjestys oli etukäteen suunniteltu ja aikaa haastatteluille oli varattu yksi tunti asiakasta kohden, jotta tarvittaessa voidaan kiinnostavista asioista kysyä lisäkysymyksiä ja jotta vastaus ymmärretään oikein. Tutkimuksessa haastatteluaika vaihteli asiakaskohtaisesti 45 minuutista 1 tunti 15 minuuttiin. Käyttäjäprofiilien määrittämisen tavoitteena oli muokata palvelua asia-

kaskeskeiseksi palveluksi, jotta palvelulla pystytään vastaamaan asiakkaiden oikeisiin tarpeisiin ja ennakoimaan tulevia tarpeita.

Haastatteluun valittiin kaikki palvelussa mukana olevat asiakkaat, sillä haastatteluhetkellä marraskuussa 2016 palveluita käytti kuusi asiakasta. Haastateltavien yhteystiedot saatiin kotipalvelusta. Tutkija otti haastateltaviin yhteyttä puhelimitse viikkoa ennen haastattelutapahtumaa ja sopi haastatteluista. Kaikki asiakkaat olivat halukkaita osallistumaan tutkimukseen, sillä kotikokki oli kertonut tulevasta haastattelusta asiakkaalle kotikäynneillään heidän luonaan. Lisäksi kotikokki oli ottanut ensimmäisellä käynnillä asiakkailta tutkimuslupa-allekirjoituksen, sillä tutkimuslupa oli osa asiakastietorekisteriselostetta, johon asiakkaan lupa tarvittiin myös. Asiakastietorekisteriseloste laadittiin Henkilötietolakin (523/1999) 10§ ja 24§:n mukaan ja rekisteriseloste sisälsi myös informaatio-osan, jossa kerrotaan mitä varten tietoja kerätään. Asiakirja oli kolme sivua pitkä, josta vain ensimmäinen sivu täytettiin rastittamalla halutut valinnat ja siihen otettiin asiakkaan allekirjoitus. Muut sivut kertoivat esimerkiksi asiakaskirjan tarkoituksesta, säilyttämisestä ja asioita käsittelevien henkilöiden yhteystiedot. (liite 6) Asiakirjoja täytettiin aina kaksi kappaletta, joista toinen jätettiin asiakkaalle tiedoksi. Tällä haluttiin varmistaa, että tarvittaessa asiakkaan lähiomaiset tietävät asiasta.

Haastattelut tapahtuivat sovituksi asiakkaan kotona ja haastattelut videoitiin. Kaikki haastateltavat antoivat luvan videointiin. Yksi asiakas ei antanut lupaa kuvata itseään, koska oli menossa parturiin vasta seuraavana päivänä. Haastattelun videointi toteutettiin tällöin niin, että videokamera osoitti tyhjää tuolia ja vain äänet kuuluvat videolta. Muissa haastatteluissa videokamera asetettiin kuvaamaan asiakasta ja videokamera oli omalla jalustalla. Tutkija käytti videokameraa yksin ja videoinnin aloitus ja lopetus kerrottiin asiakkaalle. Haastattelu keskeytyi kahdessa kohteessa, koska television ääni kuului kovana. Tällöin videointia ei keskeytetty, vaan tutkija pyysi lupaa hiljentää television ääntä, jotta asiakkaan ääni kuuluisi videolta. Lupa myönnettiin molemmilla kerroilla ja haastattelu jatkui.

Asiakashaastattelujen lisäksi kokilta kyseltiin kokemuksia puolistrukturoidulla kyselykaavakkeella kokien omassa kodissa, koska ajankohta sopi tällä tavoin kokille parhaiten. Kaavake sisälsi 14 kysymystä, jotka olivat pääosin samoja tai samantapaisia kuin asiakkailla, koska kysymysten avulla pyrittiin saamaan lisää tietoja ja uusia näkökulmia ky-

sytyihin asioihin (liite 7). Tutkija kirjasi vastaukset paikanpäällä kannettavalle tietokoneelle ja lopussa kokki tarkisti, että asiat oli kirjattu oikein ylös.

Asiakashaastattelujen jälkeen haastattelut litteroitiin ja litteroinnin jälkeen tekstistä poistettiin terveystietoja, jotta niitä ei käsitellä vahingossa tekstiä lainatessa. Asiakkaat nimettiin asiakkaiksi Matti, Maija 1, Maija 2, Maija 3, Maija 4 ja Maija 5, jotta anonymiteetti säilyy. Litteroitua tekstiä syntyi yhteensä 43 sivua, kun tekstin riviväli oli 1 ja tekstin korkeus 11. Litteroinnin jälkeen tekstin litterointi tarkistettiin videolta ja tekstiin tehtiin haastattelun ajalta havaintoja käyttäytymisestä ja eleistä.

Ensimmäisenä haastatteluista koottiin yksilöidyt tiedot asiakkaista eli millaisia asioita asiakkaat toivat esiin omassa arjessaan. Tämän tarkoituksen oli hahmottaa asiakkaan toimintaympäristöä ja arjen elämää, koska tutkijan tulee palvelumuotoilussa ymmärtää asioiden taustoja ja asiakkaan arkea. Näistä asioista koottiin asiakaskohtainen tärkeyslista intuition pohjalta sekä yhteinen lista, johon koottiin kaikkien asiakkaiden yhteiset tiedot, kuten kotona asumisen tärkeys. Nämä asiat avattiin tutkimuksessa asiakkaan sanoilla, jotta tutkimuksessa selviää mitä asiakkaan tarkoittamat asiat elleivät sanotut asiat olleet henkilötietosuojalain (523/1999) 3§ 1 - 2 mom. vastaisia. Tällöin sanottua tekstiä muokattiin, niin että tunnistetieto jäi lauseesta pois tai se korvattiin neutraalilla sanalla ja osa kommentista kerrotaan ilman Matti tai Maija-määritystä, jotta henkilötietosuoja säilyy, koska pienessä kunnassa tunnistettavuus on helpompaa. Suorat lainaukset haastattelusta esitetään tutkimuksessa *kursivoidulla tekstillä* tekstin ymmärrettävyyden helpottamiseksi.

Seuraavaksi luokiteltiin eri teemat eri väreillä omiin ryhmiin: Keltainen väri kertoi asiakkaan arvoista ja tarpeista, vihreä väri kehitettävistä tai jo palvelussa kehitetyistä asioista, yksinäisyyttä ja sosiaalisia suhteita kuvattiin sinisellä värillä, harmaalla kuvattiin aliravitsemusta ja vaaleanpunaisella värillä NPS-mittarista saatuja lukuja. Tekstin arvoja tutkittiin ja tehtiin havaintoja sekä luettiin tekstit neljään kertaan. Havainnot kirjattiin ylös ja asiakkaiden arvot koottiin asiakaskohtaiseen yhteenvedon. Yhteenvedon tarkoituksena oli koota arvot ja tarpeet selkeämmäksi kokonaisuudeksi, jonka avulla voidaan määritellä käyttäjäprofiiliin liittyvät arvot. Yhteenvedoa tarkastelemalla huomattiin, että asiakkaiden arvoja voidaan määritellä sovelletusti Kaplanin kahdeksan asiakasroolin mukaan, joita olivat 1) arvon maksimoijat, 2) yksinkertaistajat, 3) mukavuudenhaluiset,

4) merkkiuskolliset 5) pelkääjät, 6) elämyshalukuiset, 7) velvollisuudentuntoiset ja 8) idearikkaat.

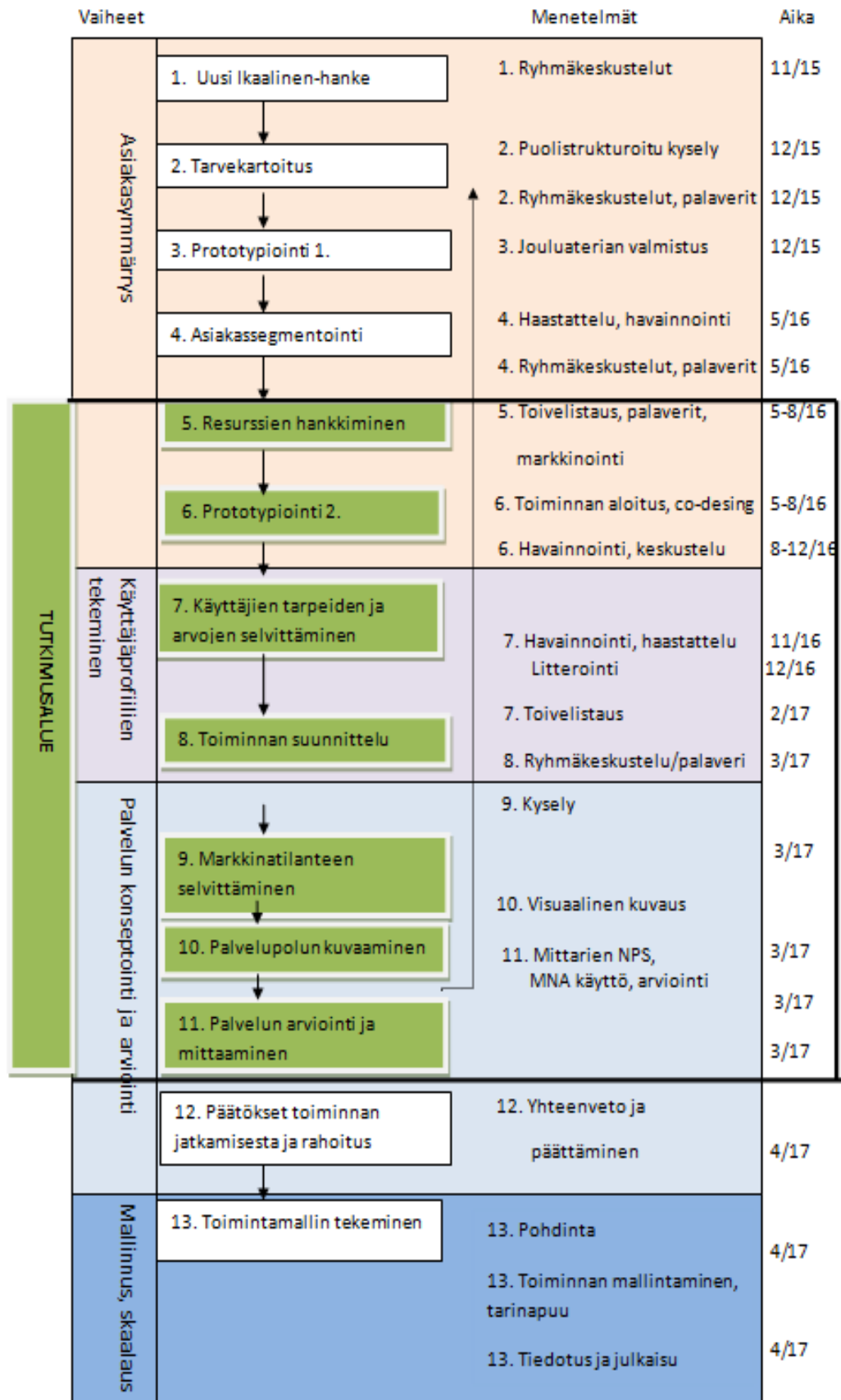
Tämän jälkeen näistä laadittiin sisältöanalyysi teemoittain. Teemoiksi kirjattiin Kaplanin arvoroolit, alateemat määriteltiin teemat purkamalla ne pienempiin osa-alueisiin. Alateemoja kuvaavat lauseet merkittiin haastattelupaperien vasempaan reunaan Kaplanin asiakasroolin numeroilla asiaa kuvaavan rivin kohdalle. Näistä valittiin alateemoja kuvaavat lauseet, jotka koottiin kunkin arvoroolin kohdalle yhteenvetotaulukkoon.

Haastattelut luettiin riveittäin läpi kaksi kertaa ja merkittiin lisää arvoroilien numeroita sitä kuvaavaan kohtaan ja kirjattu arvo vietiin ”tukkimiehen kirjanpidolla” taulukkoon, jossa jokaisella asiakkaalla oli kullekin arvolle oma ruutu, johon tulokset kirjattiin, kuten liitteestä 8. näkyy. Tällä tavoin saatiin laskettua määrät kullekin arvoroolille asiakaskohtaisesti. Kirjauksessa tuli esiin, että useimmilla asiakkailla oli kommentteja, jotka voitiin tulkita kuuluvaksi kahteen eri arvoryhmää, joten ne kirjattiin tällöin molempiin ryhmiin. Kommenttien arviointi eli mihin ryhmään ne kuuluvat, tehtiin siis kolme kertaa, jotta arvovalinta olisi oikea. Kirjausten jälkeen kunkin asiakkaan arvot laskettiin kussakin ryhmässä. Ryhmien yhteisarvosta laskettiin kullekin ryhmälle kommenttien prosenttiosuus kuvaamaan asiakkaan arvoja. Tämän jälkeen arvoista tehtiin asiakaskohmainen taulukko, johon prosenttimäärät kirjattiin, ja tästä laadittiin Excel-taulukko, jossa näkyy asiakkaiden käyttöprofiilit eri arvojen mukaan (liite 8.) Taulukon arvoja selvennettiin tutkimuksessa lisäämällä kommentteja haastatteluista. Lisätyt kommentit kuvasivat joko sanotulta asialtaan tai havainnoinnin perusteella asiaa. Näiden pohjalta laadittiin kolme käyttäjäprofiilia, jotka kuvasivat saatuja arvooleja mahdollisimman hyvin. Profiileja täydennettiin asiakashaastatteluissa saaduilla muilla tiedoilla sekä kokilta kyselyssä saatujen tietojen pohjalta, joista tehtiin mindmapit. Profiilien luonnin lähtökohdana oli, että ne eivät ole sukupuolesta riippuvia mutta ne kuvaavat haasteltuja. Käyttäjäprofiilien nimet tehtiin riimittelemällä mindmapin asiasanoja.

Seuraavaksi tehtiin konseptointi, jolla kuvattiin miten palvelu tuottamaa lisäarvoa Ikaalisten kaupungille ja sitä kuinka se vastaa käyttäjien tarpeisiin. Palvelun konseptoinnissa selvitettiin, että mitä asioita asiakas tarvitsee ja sen jälkeen mitä asioita Ikaalisten kaupunki tekee ja mihin asioihin se tarvitsee apua muulta. Tutkimuksessa selvisi, että kaikkia asioita Ikaalisten kaupunki ei pysty toteuttamaan yksin, joten tutkimukseen pyydettiin mukaan Ikaalisten Eläkeliiton vapaaehtoistoiminta Apunen. Apunen-toiminnan

kanssa pidettiin palaveri 6.3.2017 ja käytiin läpi käyttäjäprofiilit ja heidän tarpeet sekä Apunen-toiminnan mahdollisuudet avustaa ilmenneissä tarpeissa. Apunen-toiminta lähti mukaan toimintaan, joten työnjakoa tehtiin Ikaalisten kaupungin Apunen-toiminnan kanssa. Kokonaisvaltaista toimintaa toteuttamaan tarvitaan muitakin yhdistyksiä ja yrityksiä, joten markkinatilannetta tutkitaan sotepalveluiden keräämän palvelukartoituksen avulla (Ikaalisten kaupunki 2017.) Markkinoita tutkitaan näkökulmasta, mitä yhteistyötä voitaisiin tehdä eri toimijoiden kanssa, jotta tutkimus ei laajene liikaa.

Palvelupolut kuvataan käyttäjäprofiilien mukaan kolmena eri polkuna visuaalisesti ja aikajärjestyksessä asiakkaan näkökulmasta, koska visuaaliset palvelun tapahtumat ymmärretään nopeammin kuin kirjoitettu teksti. Palvelupolku muodostuu perättäisistä, toisiaan seuraavista palvelutuokioista, jotka tuottavat asiakkaalle palvelun asiakaskokemuksia. Palvelun arviointia ja mittaamista tarkastellaan samassa kappaleessa.



KUVIO 10. Tutkimuksen vaiheet

7 TULOKSET

7.1. Asiakasymmärryksen hankinta ja käyttäjäprofiilin tekeminen

Palvelumuotoilu perustuu asiakasymmärrykseen, sillä asiakasymmärryksen avulla hahmotetaan se maailma, jossa asiakas elää. Tutkimuksessa asiaa tutkittiin toivelistauksella ja selvisi, että uudelle palvelulle oli kysyntää ja se, että myös kehitysvammaiset ovat kiinnostuneita palvelusta. Toivelistauksessa selvisi suosituimmat kotiruoat ja leivonnaiset. Suosituimpia kotona valmistettavia pääruokia olivat keitot ja niistä erityisesti kala- ja lihakeitot sekä suosituimpia jälkiruokia olivat kiisselit ja rahkat. Leivonnaisista eniten toivottiin pikkupullia (liite 3). Tämä antoi suuntaviivoja siihen, mitä asiakkaat tulevalta palvelulta odottivat, kun palvelun toteuttaminen alkoi.

Palvelun suunnittelun ja kehittämisen lähtökohtana on ymmärtää asiakkaan arkea ja elämää. Palvelua lähdettiin toteuttamaan elokuussa 2016 esitutkimusten (toivelistaus) perusteella ja toimintaa kehitettiin palvelussa esiin tulleiden tarpeiden pohjalta. Tässä vaiheessa kehitysvamma palveluiden esimies ilmoitti, että he ovat sopineet asiakkaiden kanssa, etteivät he käytä kotikokkipalvelua toistaiseksi. Näin palvelun kohderyhmä tarkentui. Kokki aloitti kotikäynnit ja pyrki sopeuttamaan toimintaansa asiakkaan tarpeisiin ja toiveisiin. Jos kokki esimerkiksi havaitsi, että asiakas on muistisairas tai huonomuistinen, niin hän soitti asiakkaalle useamman kerran ennen tuloa asiakkaan kotiin ja merkitsi seuraavan käyntipäivän aina asiakkaan seinäkalenteriin. Tästä oli apua toimintaan, kuten kaupan ostoslistan täydentäminen ostoskassipalvelussa, joka helpotti kokin ja asiakkaan toimintaa.

Lokakuussa tehtiin palveluun osallistuville asiakkaille haastattelu asiakkaiden kotona ja se videoitiin. Videoidun haastattelun pohjalta kerättiin asiakkaista tietoja yhteneviä ja erilaisia tietoja. Yhtenevissä tiedoissa läheisten ja omaisten apu koettiin tärkeäksi riippumatta siitä oliko asiakkailla lähimaisia vai ei. Mikäli asiakkaalla ei ollut lähimaisia, niin hän kertoi kaikesta muusta tuttavien tekemästä avusta ja sen merkityksestä. Lähiomaiset mahdollistivat asiakkaiden asumisen kotona monella tapaa avustamalla ja/tai hankkimalla yhteiskunnan apua asiakkaalle. Lisäksi lähiomaisten elämä koettiin usein osaksi omaa elämää ja heille tapahtuvat asiat koskettivat asiakkaita. Asiakkaat kertoivat

seikkaperäisesti lähiomaisten asioista ja seurasivat tarkasti heidän elämää ja olivat kiitollisia omaisten tarjoamaan apuun.

Hän opiskeli nyt sitten viisikymppisenä, että joulukuulla valmistui lähihoitajaksi ja tammikuuko se oli, kun valmistui muistihoitajaksi. Ne on niitä uusia tutkintoja. Ollut X-paikassa työntekijänä toistakymmentä vuotta, mutta nyt on näin. Siellä on enää neljä työntekijää ja nytkin siellä on kahden viikon seikkokki. Sitten oli neuvottelut, että kaksi lähti. Se riippuu siitä, ettei ole asiakkaita ja yleensä ne asiakkaat on ollut ennen sellaisia, että jotkut/joku maksaa, niin kuin sotainvalidit aikoinaan. Ja nyt niin kuin kaikki firmat. Nyt on sitten kait niin kuin loppu, ja kun nyt on lama.

Tytär on maatalon emäntä, että ei ehdi oikein paljoa käymään, enkä voi sitä pyytää enkä kysellä, että koska hän tulee. Mutta kyllä hän huolen musta pitää ja aina käy lääkärissä mun kanssa.

Kaikki asiakkaat kertoivat omasta terveydestään ja siihen liittyvistä asioista. Terveysongelmat oli ratkaistu melko hyvin oman tukiverkon avulla. Terveysteen liittyvissä asioissa korostui tutkimusten ja hoidon merkitys. Tutkimukset olivat tärkeitä, kuten myös se, mitä lääkäri oli sanonut asiakkaalle. Asiakkaat arvostivat kotiin saatua apua, sillä kotona asuminen koettiin mahdollisuutena päättää omista asioista, koska ”*laitoksissa on sitten aina omat sääntönsä*”. Yleisimmin asiakkaat käyttivät kotisairaanhoidoa, kotihoitoa, kotiateriapalvelua ja siivouspalvelua. Siivouspalvelua oli kaikilla asiakkailla, mutta osalle asiakkaista sen tekivät omaiset, ja yksi asiakas käytti sotainvalidien kodinhoitopalvelua kerran kuukaudessa.

Kokin sopivuutta ja luontevuutta työhön sekä omaa valinnanvapautta arvostettiin, sillä koettiin, että kokki on ”*luonteva ihminen, että sen kanssa sai puhella vapaasti*”. Kokki valmisti asiakkaan toivomaa ruokaa ja tosinaan ehdotti jotain uutta ruokaa. Asiakkaan omaa valinnanvapautta kommentoitiin esimerkiksi, että ”*kokki esittelee ruokia, mitä voi olla ja siitä saa aina valita mitä haluaa*”. Kokin tekemää ruokaa arvostettiin, koska asiakkaat kokivat, että itseltä ”*ei enää onnistu muuta kun, kahvin ja puuron keitto*” ja että, ”*tämä teki ihan oikeita kaalikääryleitä ja oikeita lihapullia. Olin tyytyväinen*” sekä ”*olen kehunut niille (naapureille) nämä kokit*”. Muistojen merkitys ruokatoiveissa näkyi, sillä usein valittu ruoka sisälsi jonkin muiston ja elämyksen aiemmilta vuosilta, kuten borssikeitto, jonka ensimmäistä maistelukertaa risteilylaivalla Matti muisteli, että ”*Ja oli sitten siinä listalla, borchkeitto. Kun en ollut sitä ennemmin syönyt, niin tilattiin se. Se oli niin hyvää. Sitten oli se venäläinen tarjoilija. Ja kyllä me ihastuttiin siihen, että se oli niin hyvää, ja siitä se jäi se mieliteko sitten kyllä.*”

Leipominen, työpisteen siivoaminen työn päätyttyä ja pakastaminen korostuivat kaikkein asiakkaiden vastauksissa. Leipomista tehtiin kaikissa työkohteissa, paitsi yhdessä paikassa, jossa sitä olisi tehty myös, mikäli asiakas olisi asiasta tiennyt. Leivonnaiset koetaan tärkeiksi, ja erityisesti pikkupullat ja kakut, joista kaikilla oli jokin maininta. Leivonnaiset lisäävät myös asiakkaiden tapaamisia muiden tuttavien kanssa, sillä ”*jos on hyviä leivonnaisia, niin saatan pyytää (naapureita) päiväkahville*”. Asiakkaat arvostavat, että kokit siivoavat jälkensä ja tiskaavat astiat. ”*Olen ehdottoman tyytyväinen. Ei tarvitse siivota jälkiä ja kaikki roskat viedään pois silleen, ettei niitä jää tonne lojuun.*”

Palvelussa ruokaa valmistetaan useille päiville ja asiakkaat pakastavat ylimääräiset ruoat annosrasioihin, jotta ruokaa saa annoksittain pakastimesta tarvittaessa, eikä samaa ruokaa tarvitse syödä montaa päivää. Asiakkaat nauttivat myös ruoan tuoksusta kotona ja ruokahalun lisääntymisestä, kuten ”*kun kokki laittaa ja ne tuoksut tulee, niin sitten onkin jo valmis ruokahalu*” ja ”*Eilen oli se lihasoppa. En muistakaan milloin olisin kolme lautasellista heti syönyt. Kyllä siinä on suuri ero, kun se on tuossa juuri tehtyä ja sitä kotiruokaa juuri. Se maistuu. – – Ne tulee syötyä, että ei jää hukkaan.*”

Lisäksi asiakkaat arvostivat suoraa yhteydenpitoa kokkiin, koska se koettiin helpoksi tavaksi pitää yhteyttä. Osa asiakkaista sopii seuraavan käynnin asiakaskäynnillä ja osa otti yhteyttä kokkiin myöhemmin, kun he tiesivät, milloin olisi sopivin ajankohta. ”*Minusta on hyvä tää suora yhteydenpito kokkiin, ja mähän sain heti nämä kaikki puhelinnumerot.*”

Valittuun toimintatapaan vaikutti asiakkaan oma tarve.

Kaikilla asiakkailla oli erityistarpeita tai toiveita, jotka vaihtelivat. Kaikilla oli toiveita siitä millaista ruoan pitää olla, mitä raaka-aineita siihen voidaan käyttää ja mitä ei. Osa toiveista perustui mieltymyksiin, osa kokemukseen, mikä tuote ei sovi. Kokit valmistavat ruokaa näiden toiveiden perusteella. Esille tuli lisäpalveluiden tarvetta, kuten iltapalan valmistaminen ja seurustelu asiakkaan kanssa. Yksi asiakas koki itsensä yksinäiseksi, vaikka asuisi parisuhteessa. Asiaan vaikutti asiakkaan oma huonokuuloisuus ja puolison suomenkielentaito, koska asiakas kertoi, että ”*Ei aina tiedä mitä toinen tarkoittaa, kun vieras kieli on sitten vähän sekaantunut, niin väliin täytyy arviolta, että mistä on kysymys*”. Huonokuuloisuus näkyi haastattelussa, kun asiakas käänsi usein oikean korvan kohti tutkijaa, kun hän pyysi toistamaan kysymyksen. Haastatellut asiakkaat kertoivat keskustelewansa kokin kanssa tavallisista asioista, kuten perheestä, naapureista, terveydestä ja ajankohtaisista asioista. Kaikki asiakkaat osasivat kuvata asiaa, joten seurust-

telulla on tärkeä merkitys ja tällöin saattoi kertoa omia muistojaan sekä juoruja ja tarinoita, joita oli kuullut.

Asiakkailla oli jonkin verran tarpeita, joita asiakkaat eivät suoraan tuoneet esille, kuten fyysiset läheisyyden tarpeet, joista asiakkaan ei ollut helppoa puhua. Yksi asiakas kertoi ”*Avoliitossa ollaan, mutta kun ei meillä ole mitään semmoista. Mitä nyt tämän ikäisellä.*” ja hän esitteli heidän nukkumisjärjestelyjä kahdessa erillisessä vuoteessa kirjahyllyn jakaessa ison huoneen kahteen makuutilaan. Pari asiakasta toi esille liikkumisen ja ulkoilmasta nauttimisen tarpeen, joita oma kuntoisuus ja haastavat keliolosuhteet hättäsivät. Yksi asiakas toi esille apuvälineiden käytön tärkeyden ja kokin vertaistuen. Asiakas kertoi mitä apuvälineitä hän käyttää ja mitä vielä tarvitsisi, jotta toiminta olisi helpompaa. Kokin vertaistuesta hän kertoi, että ”*Kokki on persoonana niin sopiva. Ja sitten musta on ihana kuulla siitäkin, että kokilla on ollut tällainen asia. Se tietysti lisäsi sympatiaa siitä, että voi selvitä näin hyvin.*” Tarpeet olivat siis yksilöllisiä ja osa tarpeista oli samoja kaikilla, mutta eri syistä.

7.2. Käyttäjäprofiilien tekeminen arvoroolien avulla

Tutkimuksessa tehdyn haastattelun pohjalta asiakkaat jaettiin kommenttien perusteella Kaplanin asiakasrooleihin, koska ne kuvasivat asiakkaita hyvin. Arvoroolit koottiin kuvioon 11 teemoittain, alateemoittain ja kuvattuna. Alateemat kuvaavat arvoja, jotka ovat kyseiselle asiakasroolille tärkeitä. Kuvauksiin koottiin alateemoja kuvaavat asiat.

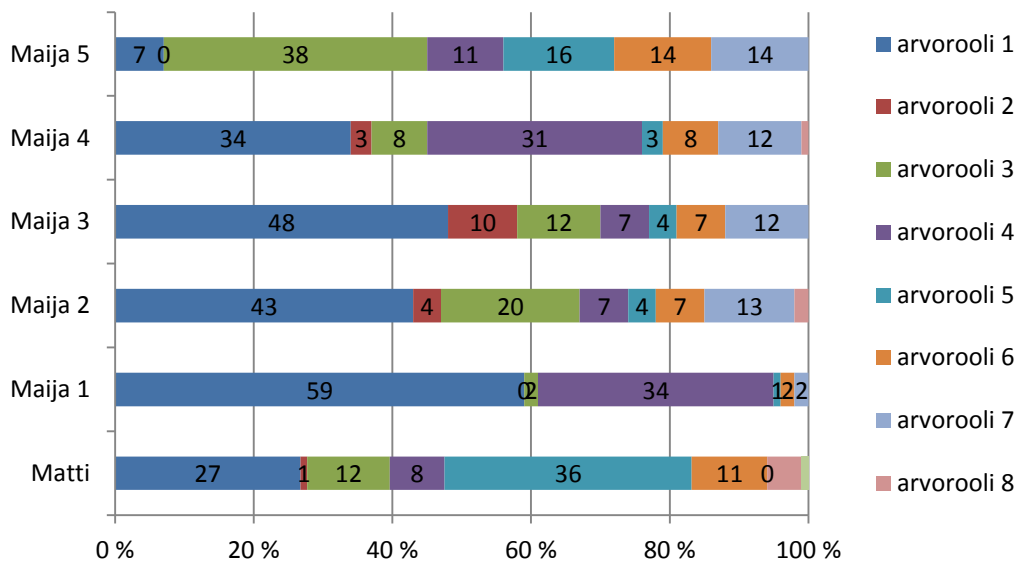
Teema	Alateema	Kuvaus
Arvorooli 1 eli arvon maksimoijat	nopeus/ käytettävä aika maksimi hyöty, laatu ja aika ahkeruus, tehokkuus	<i>"Oli se, puolituntia aikaa, niin ei siinä mitään kerkeä. Jääkaapista ottaa ja kahvia keittää.. Se on pieni aika."</i> <i>"Se on kauhean hienoo, kun saa ottaa valmiita kaalikääryleitä pakkasesta ja lämmittää. Ja sitte liha todella, muttei mitään puurojuttuja, kun niitä tehdään itse. Mutta se on hidasta ja kauan kestävä työ se kaalikääryleitten teko, kun ne oikealla lailla tehdään."</i> <i>"Ne keittiössä tekevät omia töitään, en mä mee häiritte."</i> <i>"Yli kaksi viikkoa olin ja viisi eri sairaalaa. Se oli hyvä kierros."</i>
Arvorooli 2 eli yksinkertaistajat	mutkattomuus selkeys	<i>"Minusta tässä ei ollut minkäänlaisia ongelmia. Et sitten vaan tilasin hänet tai heidät. Olin miettinyt, että mitä tehtäisiin. Ja siitä se sitten lähti."</i> <i>"Kyllä se menee ihan niin, että kokki sanoo ja kysyy ja sitten mä niin kuin hyväksyn sen."</i>
Arvorooli 3 eli mukavuudenhaluiset	kodin tärkeys ja vapaus joustavuus	<i>"Kuitenkin sitä haluasi omissa oloissaan asua. Ja aina on sellainen toive, että kotona on kiva olla ja ei ole kenestäkään riippuvainen. Laitoksissa on aina omat säännöt."</i> <i>"Em mä ihan säännöllisesti silleen. Että me ei ole sovittu. Niin kuin se on tavallaan auki, että koska mulle tulee seuraava tilanne. Mutta se on sitten hirveen kiva, että sen joustavasti saa."</i>
Arvorooli 4 eli merkkiuskolliset	yritykset, organisaatiot tärkeitä tuotemerkit tärkeitä asema, elinolosuhteet tärkeitä	<i>"Se sai Tampereen sydänosastokin jonkun palkinnon, kun se oli niin tehokas."*</i> <i>"Ehkä joku pikkufirma tekee, mutta ei Saarioinenkaa tee."</i> <i>X on niitten tytär ja se on naimisissa sen pojan kanssa. Ne asuu sitä taloo."</i> <i>"Ketä siihen nyt kuuluu, siihen päätöksentekijöiksi?"</i>
Arvorooli 5 eli pelkääjät	huolta tulevaisuudesta, terveydestä koneiden käytämisestä	<i>"Kyllähän se ajankohtaiseksi tulee, että se, kun menee liikuntakyky. Sitte elämä muuttuu. Sitä ei tiedä, että mitenkä se sitten jatkuu."</i> <i>"Tarvitaan sen takia, koska minusta on tullut kauhean arka noitten kanssa (viittaa uuniin ja lieteen)."</i> ***
Arvorooli 6 eli elämishakuiset	toiveruokien valmistaminen, muistoilla merkitystä tuoksuilla on merkitystä	<i>"Mä sanoin, että mitä ruokaa minä milloinkin haluan. Toi on ollut sellainen herkkuruoka, se borchkeitto. Ja mä olen tykännyt hirveästi. Sitten pannukakkoa on paistettu ja semmosta, mitä on ennenkin tullut ja mistä tykkäsi."</i> <i>"No siitä, kun se ruoan käry tulee, niin se on se yksi suuri nautinto."</i>
Arvorooli 7 eli velvollisuudentuntoiset	velvollisuudentunne sosiaaliset suhteet ja niiden hoitaminen on tärkeää	<i>"Pojalla on ulkomaalainen vaimo ja se ruokakulttuuri on siellä vähän erilaista kuin täällä, mutta kyllä minä olen sitä syönyt."</i> <i>"On ystäviä ja omaisia. Lähetän aina niitä kortteja niille"</i> <i>"Tuo toimintakeskus on sellainen henkireikä."</i>
Arvorooli 8 eli idearikkaat	uusien ideoiden tuottaminen uusien ideoiden toteuttaminen	<i>"Meillä oli semmoinenkin, että kun on tuo baari tuossa ja rouva pitää sitä. Että tekisikö hän iltapalaa ja heittäisi sitten, vaikka pari, kolmekin kertaa viikossa."</i> <i>"Leivänpaahtimen juuri ostin, että saa paahtoleipää."</i>

Kuvio 11. Kaikki arvoroolit näkyivät haastatteluissa

Kuviossa 11 on avattu arvoroleja, joita haastattelussa ja havainnoinnin avulla löydettiin. Havainnoinnista on yksi esimerkki pelkääjän arvoroolissa ja se on merkitty ** -merkillä, sillä ilman havainnointia ko. tulosta ei olisi voitu ottaa esimerkiksi kuvioon.

*-merkillä, merkkiuskollisissa, on kuvattu asia, jota voidaan käyttää esimerkkinä myös arvon maksimoijissa. Kuvauksessa sydänosaston sanotaan olevan tehokas, joka kuvaa asioita, joita arvon maksimoijat arvostavat. Nämä asiat huomioitiin, kun seuraavaksi laskettiin yhteen arvoprofiileja kuvaavat asiat.

Seuraavaksi tutkimuksessa laskettiin arvoroolien määrät, jotka muutettiin prosentiosuuksiksi kullekin asiakkaalle. Näin saatiin luotua käyttäjäprofiilit, jotka kuvataan kuviossa 12, ja siitä näkyy, että asiakkaiden käyttäjäprofiilit muodostuvat monista arvoroleista, mutta jokaisella asiakkaalla on yksi – kaksi muita voimakkaampaa arvoa. Käyttäjäprofiileissa korostuu erityisesti arvojen maksimointi, joka näkyi lähes kaikilla asiakkailla ollen 27 – 59 %, paitsi Maija 5:llä sen osuus oli vain seitsemän prosenttia. Maija 5:n arvoroleissa korostui mukavuudenhaluisuus, sillä sen osuus oli isoin, 38 %, hänen rooleistaan. Matilla korostui turvallisuuden maksimoinnin tarve, sillä sen osuus oli isoin, 36 %, hänen rooleistaan. Näistä voidaan muodostaa kolme käyttäjäprofiilia: arvon maksimoijat eli arvorooli 1, mukavuudenhaluiset eli arvorooli 3 ja pelkääjät eli arvorooli 7.



Kuvio 12. Asiakkaan käyttäjäprofiili muodostuu monista arvoroleista

Seuraavaksi saatuja arvoroleja peilattiin sosiaalisiin suhteisiin ja yksinäisyyteen. Yksinäisyyden kokemus on subjektiivinen kokemus, joten suoraa yhteyttä asiaan näkyi pelkääjän, Matin, ja mukavuudenhaluisen, Maija 5:n, vastauksissa. Matti eli parisuhteessa ja koki parisuhteen turvalliseksi sanoen siitä, että *”on aina turvallisempaa, kun on kaksi”*. Hänelle oli tärkeää, että häntä kävi katsomassa vierailijoita, joiden kanssa saattoi keskustella, joten *”enemmän saisivat poiketa”*. Maija 5 kertoi, että *”Muuten on niin yksinäistä”* ja *”että tytär ei ehdi paljoa käymään”*. Toisaalta hän jatkaa, että *”mutta hän musta huolen pitää ja aina käy lääkärissä mun kanssa.”* Hän siis kokee yksinäisyyttä, vaikka on huolenpitoakin. Muut vastaajat eivät tuoneet yksinäisyyttä kommenteilla esille.

Maija 1, 2, 3 ja 4 olivat ensisijaisesti arvoa maksimoijia ja vastasivat tutkimuksen keskivertohenkilöä. Merkittävin ero näiden henkilöiden välillä oli turvallisuuden tunteessa, joka oli paras niillä henkilöillä, jotka olivat päivittäin tekemisissä läheisten kanssa. Arvon maksimoijille oli tärkeää myös ulkoiset asiat, kuten merkit tai asema yhteiskunnassa, sekä perustelut ja faktat olivat tärkeitä. *”Kun Juhannukseen asti olen ollut 69-vuotias, itsenäisesti toimiva, autoa ajava ihminen. Ja nyt tuli tää sairaus ja se heitti minut vähän niin kuin vammaiseksi vanhukseksi. Mutta nyt tässä roolista kyllä mä pyristelen pois.* Asioita perusteltiin faktoilla, kuten *”onhan meitä nyt lähemmäs miljoona suomalaista, että en mä nyt varmaan ainut ole”*. Heillä korostui myös tiedottamisen ja yhteydenpidon tärkeys, joka saattoi tarkoittaa sitä, että kokki soitti huonomuistiselle asiakkaalle useamman kerran ennen tuloaan. Tiedottamisen tärkeys tuli esille myös, koska yksi asiakas koki palvelun aloittamisen hankalana. Hän koki, ettei alussa kukaan tiennyt asiasta ja kesti pitkään ennen kuin oikeat henkilöt saatiin kiinni. Hän ei itse soittanut asian vuoksi kenellekään, vaan hän hoiti asiaa kotihoidon lähihoitajien kautta, kun hoitajat kävivät hänen luona. Lisäksi asiakkaalla oli huonoja kokemuksia kunnallisen kotihoidon kotisiivouksen lopettamisen johdosta, eikä hän ymmärtänyt miksi se oli aikoinaan lopetettu, vaikka hän siitä maksoi.

7.3. Muun tiedon yhdistäminen käyttäjäprofiiliin ja käyttäjäprofiilit

Käyttäjäprofiilia peilattiin myös aliravitsemukseen, eikä selkeää aliravitsemusta tullut esiin. Puutteita ravitsemuksessa oli, sillä iltapäivästä iltaan ruokailu oli usein vain kahvia, teetä ja voileipää / pullaa. Kaikki asiakkaat kertoivat syövänsä aamupalalla puuroa

lisukkeineen ja lounaalla ruoan, mikä viittaa proteiinien saannin vähäisyyteen. Kokki teki tutkimus aikana MNA-ravitsemusarvioinnin yhden asiakkaan luona ja sen tulos oli, että asiakkaalla on lievää aliravitsemusta, jota tulee seurata. Lisäksi kokkia haasteltiin ja hän koki, että asiakkaat tarvitsevat siivouspalvelua ja apua muihin pieniin tehtäviin.

Siivouspalvelua tarvittaisiin. Lähes kaikilla on jokin siivouspalvelu jo käytössä. Pieni avustustoiminta, kuten lamppujen vaihto, joulukorttien kirjoittaminen, postien vienti tai tavaran haku / toimitus, pienet ompelutyöt, kuten napin ompelu, kuminauhan pujotus, sukan parsiminen. Lisäksi uunin pesu ja jääkaapin siivous, keittiön hyllyjen pyyhkiminen, elintarvikkeiden kelpoisuuden tarkistus – vaikka niitä onkin tehty nyt jo – ja pakastimen sulatus, jäälokeron sulatus jääkaapista ja kauppakassipalvelu.

Kokki toivoi lisää yhteistyötä eri tahojen kanssa, kuten omaiset ja yritykset. Hän toivoi, että omaiset voisivat jättää viestiä, mitä he toivovat, että asiakkaan kanssa tehtäisiin. Lisäksi kokki toivoi, että asiakkaan olisi mahdollista saada apua ompeluun ja erilaiseen vaatteiden korjaustoimintaan. Kauppakassitoimintaa hän kehittäisi vielä edelleen, jotta eri toimijoiden palveluita voitaisiin yhdistää toimivaksi kokonaisuudeksi.

Kun kaikki yllä olevat asiat yhdistetään yhteen, niin voidaan muodostaa seuraavat käyttäjäprofiilit: Elli Elämys, Tuula Turvallinen ja Heidi Hyötyjä. Elli Elämykselle tärkeää ovat tuoksut, hajut ja maut tärkeitä sekä seurustelu. Hän kuvaa itseään herkuttelijaksi ja on valmis maistamaan uusia makuja. Ellin toimintakyky voi olla tilapäisesti tai pysyvästi laskenut ja hän saattaa haluta osallistua toimintaan kotona. Hän arvostaa erilaisia apuvälineitä ja saatua apua, jotka mahdollistavat itsenäisen vapaan toiminnan. Mikäli toimintakyky on heikko esimerkiksi muistisairauden vuoksi, niin hän kokee yksinäisyyttä.

Tuula Turvallinen haluaa varmistaa, että hänellä ja läheisillä ovat asiat mahdollisimman hyvin. Hänen toimintakyky voi olla heikentynyt, eikä hän itse pysty tekemään asioita, joita haluaisi. Hän on kuitenkin idearikas ja löytää uusia ratkaisuja, joilla voidaan turvata tulevaisuutta. Hän on useimmiten yksinäinen ja tarvitsee paljon apua, sillä ilman yhteiskunnan ja läheisten apua hän ei selviydy kotona.

Heidi Hyötyjä tarvitsee apua kotona selviytymiseen, vaikka osittain pärjääkin omin avuin sekä läheisten avulla. Heidi arvostaa työläiden tai monimutkaisten ruokien valmistamista, tehokasta toimintaa, nopeaa, faktoihin perustuvaa ja ajantasaista tiedonkulkua. Yksinäisyyden kokemisessa on paljon yksilöllisiä vaihteluja ja avun tarve vaihtelee

terveyden ja omaisten avustamisen mukaan. Hän käyttää jonkin verran ulkoisia palveluita selviytymisen tueksi ja hän vertailee palveluita mitä kannattaa milloinkin hankkia. Hän on aktiivinen ja käyttää usein päivätoimintapalveluja ja toisinaan kotiateriapalvelua.

7.4. Palvelun konseptointi, arviointi ja markkinatilanteen selvittäminen

Uuden palvelun konseptointi perustuu käyttäjäprofiileihin Elli Elämys, Tuula Turvallinen ja Heidi Hyötyjä. Elli Elämyksen ja Heidi Hyötyjän palvelun tarve vaihtelee. Ellin palvelun tarve saattaa olla tilapäinen joltain osin, joten palvelun tarve muuttuu palveluaikana. Ellin tavoitteena on pystyä nauttimaan elämästä, joten palvelun tulee mahdollistaa sitä. Kotona valmistetulla ruoalla on iso merkitys asiakkaalle ja hän saattaa olla kiinnostunut erilaisista ruuista, joten palvelun tuottamisessa tulee kiinnittää huomioita uusien ideoiden toteuttamiseen, asiakkaan osallistamiseen ja seurusteluun asiakkaan kanssa. Elli voi tarvita Apusten apua terveysyistä ja yksinäisyyden vuoksi.

Heidi Hyötyjä pyrkii maksimoimaan saadun palvelun arvon. Hän ei ole todennäköisesti ole valmis osallistumaan varsinaiseen ruoanvalmistamiseen, mutta hän saattaa ottaa lihapullat pois uunista, jos kokin työaika on päättymässä ennen kuin ne ovat kypsiä. Heidille ruoka on myös keino lisätä sosiaalisista kanssakäymistä naapurien ja muiden tuttavien kanssa. Heidille on tärkeää täsmällinen tieto muutoksissa, sillä Heidi ei pidä muutoksista elleivät ne perustellusti tehosta toimintaa tai anna jotain muuta oleellista hyötyä itselle tai omalle yhteisölle. Heidi tarvitsee satunnaisesti Apusten apua kodin aputöihin, kuten napin ompeluun ja pattereiden vaihtamiseen, mutta useammin seurusteluun ja ulkoiluseuraksi. Heidi Hyötyjä on tavanomaisin asiakas kotikokkipalvelussa.

Tuula Turvallinen tarvitsee kotihoidon palvelutarveselvityksen toiminnan alussa, koska hänen palvelutarve on suuri. Tuulan kuntoisuutta tulee seurata aktiivisesti, jotta hänelle saadaan riittävät aputoimet, sillä hänen kuntoisuus voi olla heikko tai vaihtelee suuresti. Tuula tarvitsee todennäköisesti kaikkia saatavilla olevia palveluita ja erityistä huomioita tulee kiinnittää hänen yksinäisyyteen. Yksinäisyyden kokemusta voidaan auttaa säännöllisellä Apunen-toiminnalla ja samalla Apuset voivat tehdä asiakkaan luona muita pieniä aputöitä. Tuula tietää mitä haluaa ja pohtii aktiivisesti käytännönongelmiin ratkaisuja, joiden avulla voidaan turvata oma ja läheisten elämä. Tuula ei yleensä osallistu

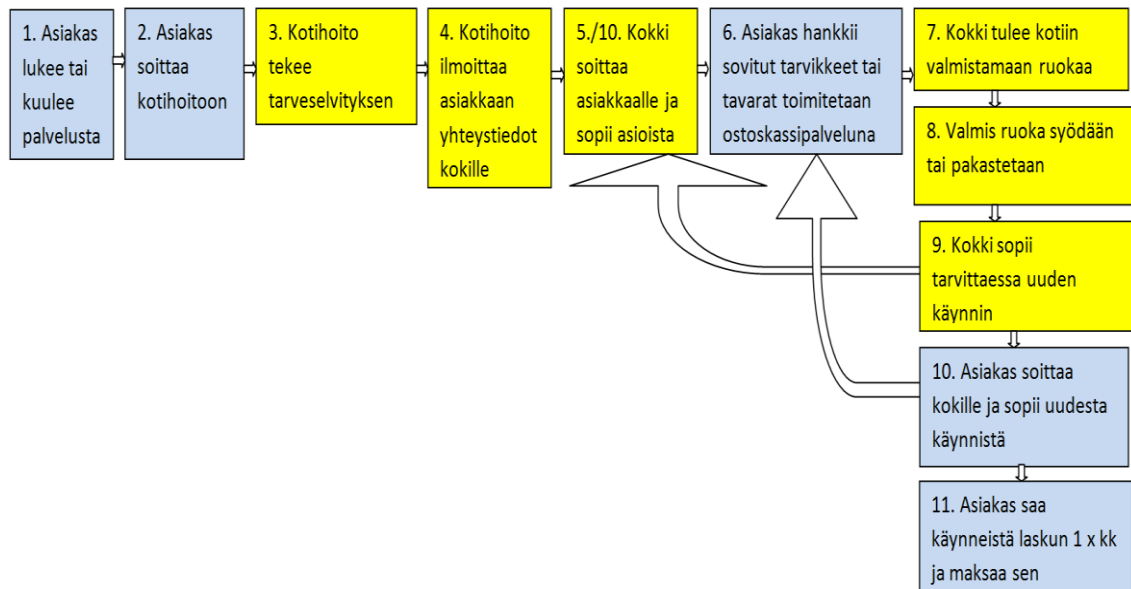
ruoan valmistamiseen ja haluaa ruoan olevan helposti käytettävissä, esimerkiksi annospakkauksina.

Siivouspalvelun yhdistäminen kotikokkitoimintaan ei voi toteuttaa, koska sitä toteutetaan markkinoilla, eikä kunta voi harjoittaa kilpailevaa toimintaa, joten ainoastaan voimavarojen yhdistäminen tai yhteistyö on mahdollista. Voimavarojen yhdistäminen voisi tarkoittaa sitä, että monipalvelua tarvitsevat henkilöt siirrettäisiin yksityiselle palveluntuottajalle, jolla on mahdollista tuottaa tällaista kokonaispalvelua. Tämä tarkoittaisi useimmiten Tuula Turvallisen siirtämistä pääosin yrittäjien palvelujen piiriin, mikäli yrittäjät haluavat ottaa näin sitovaa huolenpitoa vaativia säännöllisiä asiakkaita. Yhteistyön tekeminen on mahdollista, sillä markkinoilla toimii tällä hetkellä useita kotisiivouspalveluita tuottavia yrittäjiä, yksi huolenpitoa ja siivousta tuottava yritys sekä yksi siivousta ja ateriapalvelua tuottava yritys (Ikaalisten kaupunki 2017.) Lisäksi sotainvalidiliitto ja vapaaehtoistoiminta Apunen antavat lisäpalveluja asiakkaille.

Palvelu tuo lisäarvoa Ikaalisten kaupungille tarjoamaan kuntalaisille parempia palveluita ja terveempää elämää sekä kuntalaisille että työntekijöille hyödyntämällä yhteistyötä eri toimijoiden kanssa. Ikaalisten kaupunki saa palvelusta myös taloudellista hyötyä, kun työrajoitteisten työntekijöiden varhaisen eläköitymisen maksut vähenevät ja kuntalaisten hyvinvointi lisääntyy, jolloin muita palveluita tarvitaan vähemmän. Lisäksi palvelun avulla voidaan luoda uutta työtä Ikaalisiin, jos toimintaan saadaan riittävästi asiakkaita, sillä uusi toiminta synnyttää uusia palveluita ja yrityksiä.

7.5. Palvelupolku

Palvelupolku kuvataan yhdestä näkökulmasta, mutta sitä arvioidaan Elli Elämyksen, Heidi Hyötyjän ja Tuula Turvallisen silmin, koska palvelupoluilla korostuu eri asiat käyttäjäprofiilien mukaan. Palvelupolku kuvataan kuviossa 13 palvelukokemuksen kontaktipisteiden avulla, jolloin saadaan kokonaiskuva palvelusta ja sen kaikki vaiheet ovat tärkeitä, jotta onnistunut asiakaskokemus saadaan luotua.



KUVIO 13. Kotikokkipalvelun palvelupolku

Ensimmäisenä asiakas kuulee tai lukee palvelusta. Tieto palvelusta on voinut tulla läheisten, tuttavien tai erilaisten asiantuntijoiden kautta tai lehden tai sosiaalisen median kautta. Tiedon tulee olla helposti saatavilla ja selkeästi ilmaistua, ajan tasalla olevaa tietoa. Ensimmäisestä vaiheesta tuli negatiivista palautetta, sillä lehdessä kerrottiin tuntea liian lyhyt kokin käyntiaika ja asiakkaat epäilivät: ehtiikö siinä ajassa tekemään mitään. Lisäksi asiakkaat kokivat eri tavalla yhteyden saamisen kotihoitoon, vaikka pääosa asiakkaista koki yhteyden saamisen kotihoitoon helpoksi, yksi asiakas koki sen vaikeaksi. Asia on tärkeä, sillä tällöin asiakas tekee valinnan soittaako hän palvelusta kotihoitoon vai ei, ja soitetun puhelun aikana asiakas päättää ottaako hän palvelua. Kotihoito tekee tarvittaessa tarveselvityksen ja sen tekeminen on erityisen tärkeää, paljon apua tarvitsevalle, kuten Tuula Turvalliselle. Neljännessä vaiheessa kotihoito ilmoittaa kokille asiakkaan tarpeista ja antaa yhteystiedot. Kokki soittaa asiakkaalle ja sopii asioista tarkemmin. Näissä vaiheissa ei ollut ongelmia.

Tällä hetkellä asiakkaat eivät kokeneet ongelmaksi hankkia elintarvikkeita ennen kokin tuloa, mutta asiakkaan omaiset voivat kokea sen niin, sillä asiaa ei selvitetty tutkimuksessa. Seitsemännessä vaiheessa kokki tulee kotiin valmistamaan ruokaa. Mikäli ruoan valmistusvaiheeseen menee paljon aikaa, kokki sopii asiakkaan kanssa kuinka toimitaan, jotta ruoka saadaan valmiiksi, ja jotta asiakkaan kyvykkyys ja osallistaminen huomioidaan. Lisäksi kokki sopii asiakkaan kanssa syödäänkö ruokaa heti, myöhemmin vai pakastetaanko se esimerkiksi annospakkauksiin. Nämä vaiheet ovat tärkeitä kaikille käyttäjäprofiileille, vaikkakin eri syistä. Kokki siivoaa työtilat, joissa työskenteli ja pe-

see astiat sekä tarvittaessa vie roskapussin pois. Tämän lisäksi kokki sopii tarvittavasta lisäävusta ja mahdollisesta seuraavasta käynnistä. Tuula Turvallinen sopii yleensä heti seuraavan käynnin mutta muut käyttäjät saattavat sopia, että he soittavat myöhemmin kokille ja sopivat käynnin. Tällöin toisen käyntikerran palvelupolku poikkeaa ensimmäisestä kerrasta, niin että ”vanhat” asiakkaat ottavat suoraan yhteyttä kokkiin, kun tarvitsevat palvelua. Lisäapu, kuten asiakkaalle ilmainen Apunen, tulee asiakkaan luokse vasta, kun asiasta on sovittu asiakkaan kanssa. Apuset, eli Apusen vapaaehtoinen henkilö, tulee asiakkaan luokse kokin käynnin yhteydessä, jotta sopivasta avun tarpeesta voidaan sopia kokin ja asiakkaan läsnä ollessa ja näin saadaan paras mahdollinen hyöty kaikkien kannalta. Lopuksi palvelusta tulee lasku, jonka asiakas maksaa. Laskujen käsittelyn ja hoitamisen suhteen ei palvelussa ilmennyt ongelmia.

Palvelupolun kontaktpisteitä voidaan mitata ja parantaa sen avulla asiakaskokemusta. Tässä tutkimuksessa toimintaa arvioitiin suositteluprosentin avulla. Yksi asiakas arvioi palvelun arvosanan olevan 8 tai 9, joten hän ei määritellyt asiaa kovin tarkasti, mutta asialla ei ole merkitystä, koska muut asiakkaat antoivat arvosanaksi 9, 9½, 10- tai 10, joten suositteluprosentti oli 100. Haastatteluissa tuli myös ilmi, että asiakkaat pelkäsivät jatkuuko palvelu, koska kyseessä oli kokeilu, jonka perusteella päätettiin jatketaanko palvelua. Tämä saattoi vaikuttaa arviointiin, joten tuloksesta voidaan päätellä vain, että palvelulle on tarvetta, ja että sen halutaan jatkuvan.

8 POHDINTA

8.1 Tutkimuksen johtopäätökset

Tutkimuksessa tuli esille kotikokkipalvelu toimii odotetusti ja palvelun haluttiin jatkuvan. Tutkimuksessa todettiin, että palvelu vähentää ikäihmisten yksinäisyyden kokemista, tuottaa mielihyvää ja turvallisuutta sekä parantaa ruokahalua. Kokin työrajoitteet huomioitiin oikealla tavalla ja asiakkaan toiveet ja tarpeet määrittivät palvelua. Asiakkaat nauttivat palvelusta eri tavoin, joten palvelulle laadittiin kolme käyttäjäprofiilia: Elli Elämys, Heidi Hyötyjä ja Tuula Turvallinen. Elli Elämys nauttii palvelun tuoksuisista, ruoan mausta ja seurustelusta kokin kanssa. Heidi Hyötyjä nauttii palvelun hyödyistä, kuten työläiden ruokien saamisesta puhtaana kotiruokana ja edullisesta hinnasta. Tuula Turvallinen nauttii palvelun tuomasta turvallisuudesta, kokin seurasta ja palvelun mahdollisuuksista tukea omaa ja läheisten elämää, jotta kotona selviää paremmin. Tutkimuksessa havaittiin, että Tuula Turvallinen tarvitsee näistä eniten erilaisia apu- toimia kotona selviytymisen tueksi. Kun palvelun kehittämisessä huomioidaan nämä käyttäjäprofiilit palvelun eri vaiheissa, niin erilaisille asiakkaille voidaan kehittää sopivia palveluita, ja kotikokkipalvelun avulla voidaan ylläpitää asiakkaiden toimintakykyä ja joskus jopa auttaa toimintakyvyn palautumisessa.

Avainroolissa palvelun kehittämisessä on kokki, joka käy asiakkaiden luona. Kokki oli ammattitaitoinen, hänen sosiaaliset taidot ja luontaiset kehittämistaidot olivat riittävän hyvät, jotta palvelua saatiin kehittyä koko tutkimusajan. Lisäksi kokki koki työn mielekkäänä, koska pääsi kehittämään omaa työtä koko ajan ja auttamaan samalla asiakkaita. Voidaan siis sanoa, että oikea työ ja oikea henkilö kohtasivat, ja tämä mahdollisti palvelun kehittämisen. Tämän näkyi siinä, että kokki havaitsi asiakkaan voinnin muutokset ja tutustuessaan asiakkaaseen hän osasi kysellä ja havaita asiakkaan tarpeita. Kokki ohjasi varovaisesti asiakkaan ruokailutottumuksia ja -tapoja, kun tuntee asiakkaan, jos havaitsee puutteita ravitsemuksessa ja muussa toiminnassa, vaikka kaikki asiakkaat eivät ole valmiita muuttamaan toimintatapojaan. Useimmat asiakkaat ottivat vastaan uusia ehdotuksia ja kokeilivat uusia ruokia ja leivonnaisia.

Tutkimuksessa ei tullut esiin varsinaista aliravitsemusta, vaikka vähäistä aliravitsemusriskiä havaittiin, joten kotikokki toiminnan avulla voidaan tehdä ennalta ehkäisevää terveyden edistämistä. Tutkimuksessa ei tavoitettu merkittävää aliravitsemusriskiä

omaavia asiakkaita, joka ei ole yllätys, koska tutkimuksen otos oli pieni, joten aliravitsemusta ei voida arvioida tämän tutkimuksen perusteella. Toisaalta tutkimuksessa todettiin, että paikan päällä asiakkaan kotona valmistettu ruoka lisäsi ruokahalua, joten tätä hyödyntämällä voidaan pienentää asia aliravitsemusta, koska proteiinin saanti haastatteluilla vähäistä haastattelun tietojen perusteella.

Tutkimusta ennen tehdyissä selvityksissä havaittiin ikäihmisillä yksinäisyyttä, ja se näkyi myös tutkimuksessa. Tutkimuksessa havaittiin, että yksinäisyyden kokemukseen ei vaikuttanut parisuhteessa eläminen ja läheisten määrä, vaan yksilölliset vuorovaikutustarpeet olivat erilaisia. Asiakkaat kokivat kotikokkipalvelun vähentävän yksinäisyyden tunnetta ja he nauttivat palvelusta. Havaitut asiat tukivat siis aiempia tutkimustuloksia ja käytännön kokemusta hoitotyössä vuodeosastolla ja kotihoidossa. Tutkimuksessa näkyi ikäihmisten arjessa selviytymisen ongelmia, vuorovaikutuksen ja yksilöllisyyden tarvetta. Toisaalta tutkimuksessa näkyi myös asiakkaan omaisten ja tukiverkon merkittävä työpanos, jolla mahdollistettiin asiakkaan kotona asuminen, joka muutoin ei olisi ollut mahdollista.

Tutkimuksessa havaittiin, että kodeissa tarvitaan lisäapua erilaisiin työtehtäviin. Lisäavun tarve on erilaista eri ihmisillä. Tutkimuksen aikana saadut tulokset palvelun lisätarpeista eivät ole stabiileja, vaan ne muuttuvat koko ajan. Tämän vuoksi palvelua toteutettaessa tulee herkällä korvalla kuunnella asiakkaita, heidän toiveitaan ja tarpeitaan, koska ne muuttuvat yhteiskunnan ja asiakkaan voinnin mukaan. Asiakkaat olivat kiitollisia lähimmäisiltä saadusta avusta, joten he harkitsivat mitä asioita saattoi lähimmäisiltä pyytää ja mitä ei. Tutkimuksessa tuli esiin, että erilaisten pienten aputöiden tekemisille olisi tarvetta, joten tutkimuksen lopussa lähdettiin kokeilemaan yhteistyötä Ikaalisten Eläkeliiton vapaaehtoistoiminta Apusen kanssa, joten tästä ei saatu tutkimukseen käyttökokemuksia, eikä tuloksia.

8.2. Tutkimuksen luotettavuus

Tutkimus oli kvalitatiivinen, empiirinen tapaustutkimus, jossa pääasiallisena tutkimusmenetelmänä käytettiin palvelumuotoilua. Palvelumuotoilun tiedonhankintamenetelmänä käytettiin teemahaastattelua, havainnointia, ryhmäkeskusteluja, toivelistausta ja palaveria. Tässä tutkimuksessa tapahtumat on kuvattu totuudenmukaisesti, mutta kuitenkin

niin, että asiakkaiden henkilötietosuoja ei vaarannu. Tällaisia asioita olivat nimet, henkilökohtaiset kuvaukset ja sairaudet, joiden vuoksi haastattelusta tehdyissä litteroinnissa jätettiin osa yksityiskohdista pois ja korvattiin neutraalisti, esimerkiksi että sairaus x vaikuttaa x-asiaan. Asiat jätettiin näkymään tällä tavoin, koska sillä oli merkitystä asiakkaiden käyttäjäprofiilien muodostamisessa. Osa käyttäjäprofiilien muodostamista oli arvoroolien määrittely, jossa arvoroleihin kuuluvat asiat laskettiin ensin yhteen ja sen jälkeen eri roolien osuus kuvattiin prosenttein kyseisen asiakkaan rooleista. Tutkimuksessa näkyy joitain yksityiskohtia, joihin on saatu lupa. Käyttäjäprofiilien kokonaisuus laadittiin yhdistämällä arvoroolit ja mindmap, jossa oli asiakkaille tärkeät asiat ja arvot.

Tutkimuksen realibiteetin ja validiteetin tulee olla hyvä. Tällä tarkoitetaan sitä, että tutkimuksen tulee olla luotettava ja mittausten toistettavuuden avulla voidaan saada samanlaisia tuloksia sekä sitä, että mitataan sellaisia asioita, joita oli tarkoitus mitata. Kvalitatiivisessa tutkimuksessa tämä tarkoittaa sitä, että aineiston tuottamisen olosuhteista kerrotaan mahdollisimman hyvin ja aineistoa dokumentoidaan. (Hirsjärvi, Remes, Sajavaara 2007, 226–228.) Kvalitatiivisessa tutkimuksessa haastattelujen videointi on hyvä tapa, sillä sen avulla voidaan tarkistaa aineiston pätevyyttä eli onko tutkija tulkinut haastattelun tulokset luotettavasti ja pätevästi (Saaranen-Kauppinen & Puusniekka 2006). Haastatteluja kuunnellessa ja katsoessa useita kertoja, tulee esille myös uutta tietoa ”rivien välistä”, joten videointi oli tämänkin vuoksi hyvä menetelmä (Ojasalo ym. 2015, 107). Tutkimuksen realibiteetti on hyvä, koska asiat voidaan tarkistaa dokumenteista ja videolta. Tutkimuksen tapahtumat on kuvattu totuudenmukaisesti ja omia tulkintoja on vältetty ja sen vuoksi tekstissä on melko paljon lainauksia suoraan haastatteluista. Omia tulkintoja on käytetty silloin, kun haastattelua on kuunneltu ja havainnoitu ja tästä on tekstissä yksi esimerkki läheisyyden tarpeesta ja se on tarkemmin avattu.

Mittausten luotettavuuden ja pätevyyden varmistamiseksi kaikki mittaukset tehtiin vähintään kaksi kertaa. Arvoroolien mittauksissa oli pieniä lukumääräeroja eri kertojen välillä, mutta ne eivät vaikuttaneet kokonaistulokseen, koska asioita mitattiin prosentuaalisesti. Mikäli siis toinen tutkija haluaisi käsitellä samat tulokset uudelleen, niin hän todennäköisesti havaitsisi saman ja lisäksi hän saattaisi kiinnittää huomioita erilaisiin yksityiskohtiin, joita oli paljon. Tutkimuksessa ei kuitenkaan ollut mahdollisuutta käsitellä kaikkia yksityiskohtia, joten tutkimukseen poimittiin vain muutamia yksityiskohtia, jotka kuvaavat asiakkaiden erilaisia yksilöllisiä tarpeita.

Tutkimuksessa saatiin mitattua tuloksia, joihin etsittiin vastauksia ja tutkimustietoa tuli enemmän kuin odotettiin. Mittareissa oli yksi mittari, jolla ei saatu täysin varmaa tulosta ja se oli NPS-suosittelemittari. Syy tähän oli se, että haastatteluun osallistuvat asiakkaat saattoivat antaa erinomaiset arvioinnit varmistaakseen palvelun jatkuvuuden, koska kyseessä oli kokeilujakson, jonka perusteella päätettiin palvelun jatkumisesta. Tämä tuli esiin suosittelemittarin yhteydessä käydystä keskustelusta. Täten NPS-mittarin käyttö tässä vaiheessa tutkimusta ei ollut hyvä asia, vaan se osoitti ainoastaan, että palvelun haluttiin jatkuvan, ja kun tämä otetaan huomioon, niin tutkimuksen realibiteetti ja validiteetti oli hyvä.

8.3. Kehittämistoimenpiteet

Tutkimuksen aikana kehitettiin toimintaa yksilöllisempään suuntaan koko ajan, koska kokki pyrki vastaamaan havaitsemiin asiakkaan tarpeisiin. Viimeisin tutkimuksessa tehty kehittämistoimenpide oli Apunen toiminnan ottaminen mukaan kotikokkipalveluun ja tämän avulla pyritään vastaamaan mahdollisimman moneen yksilölliseen lisäpalvelutarpeeseen. Asiakkaiden yksilölliset tarpeet ovat hyvin erilaisia ja kaikkiin tarpeisiin ei pystytä vastaamaan. Yksi tällainen toive voi olla läheisyyden tarpeen tyydyttäminen, sillä kokin tekemä halaus ei välttämättä poista tätä tarvetta. Toinen tällainen toive voisi olla omaisten tukeminen asiakkaan elämässä. Asiakkaat seurasivat tarkkaan omaisten vointia ja jaksamista, eivätkä pyytäneet aina tarvittavaa apua, koska he ovat töissä, kuten ”*kyllä se on väliin hankalaa, kun tytär on työelämässä. Mutta kyllä sitä pitkäjänteisyyttä on löytynyt*”. Omaisten ja läheisten tukeminen onnistuu todennäköisesti parhaiten, kun asiasta keskustellaan yhdessä heidän kanssaan. Se jäi tästä tutkimuksesta pois, joten sen avulla voitaisiin löytää uusia toimintatapoja.

Toiminnan kehittäminen jatkuu tutkimuksen päätyttyä, sillä seuraavaksi tavoitteena on tehdä toiminnan mallinnus. Se tarkoittaa toiminnan jatkamista hankkeena ja asiasta kertomista tarinapuu-mainoksella. Tutkimus eteni aiempaa suunnittelua hitaammin, joten jatkorahoituksen järjestämiseksi tutkimuksen ohessa käynnistettiin Kotikokkihanke Leader-rahoituksella. Päätös hankerahoituksesta saatiin 16.3.2017 ja hanke aika on 1.1.2017 – 31.12.2018. Tänä aikana on tavoitteena laajentaa toiminta käsittämään kaikkia apua tarvitsevia henkilöitä, koska kyseessä on yleishyödyllinen hanke. Lisäksi tämän tutkimuksen käytännön työstä kerrottiin 6.3.2017 Valtioneuvoston Kokeileva

Suomi – internetsivustolla Opiteissa asioissa. Kunta- ja uudistusministeri Anu Vehviläinen tutustui hankkeeseen ja se esitellään Valtioneuvoston Kokeileva Suomi-työryhmälle 22.3.2017. Vaikka tutkimus päättyi, niin kotikokkipalvelu kehittyy siis hankkeessa hieman koko ajan ja mielenkiinnolla odotetaan, miten se tulee näkymään Suomessa.

Seuraavaksi hankkeessa tapahtuu markkinointia, jotta palvelun piiriin saadaan uusia asiakkaita. Markkinointi toteutetaan sosiaalisen median ja perinteisten viestintäkanavien kautta eli se on esille paikallislehdessä ja mahdollisesti radiossa. Hankerahoituksen saamisesta voidaan tiedottaa ja samalla myös laajemmasta palvelumahdollisuudesta, kuten lisäapu Apunen ja laajempi kohderyhmä. Lisäksi hankkeesta ylläpidetään blogia ja tavoitteena on, että ensimmäinen blogikirjoitus saadaan julkaistua huhtikuussa 2017. Kun toiminta alkaa uuden käyttäjäryhmän kanssa, niin käyttäjäprofiileja tulee tarkistaa, ovatko ne samat kuin vanhoilla asiakkailla. Kun asia on arvioitu, niin toiminnasta kerrotaan ”tarinapuumainoksella”, johon kootaan asiat, millaista iloa ja hyötyä palvelu tuottaa. Tarinapuu voi olla puu, josta kasvaa erilaisia hyötyjä ja iloja tai se voi olla jokin muu visuaalinen kuvaus, sillä visuaalisella mainoksella voidaan markkinoida palvelua nopeasti ja yksinkertaisesti, joka on nykyään hyvin tärkeää.

Yritykset pyritään saamaan mukaan hankkeeseen, jotta palveluvalikoimaa voidaan laajentaa ja asiakkaat saavat tarvitsemiaan palveluita. Tästä ei ole vielä pidetty neuvottelua, joten tarkempia yhteistyömuotoja ei vielä tiedä. Yksi mahdollisuus on se, että ostoskasitoimintaa voitaisiin laajentaa ja se, että yritykset markkinoisivat palveluitaan myös tulevan blogin kautta, jolloin osa palvelun kustannuksista saataisiin sen avulla. Tällä hetkellä asiakas maksaa palvelusta noin 20 %, eikä tutkimuksen perusteella asiakas todennäköisesti pysty koskaan maksamaan palvelusta 100 % kustannuksista. Tämä perustuu asiakkaan kuvauksiin palvelujen hinnoista haastattelussa. Hankkeen tavoitteena onkin, että hankkeen päättyessä kunta maksaisi palvelusta 34 %, asiakas 33 % ja 33 % saataisiin yrityksiltä tai lahjoituksena. Kunnan kannattaa maksaa palvelusta hieman itse, koska se saa samalla pienennettyä varhaisen eläköitymisen aiheuttamia ylimääräisiä kustannuksia.

Uuden palvelun kehittäminen on prosessi, joka voi onnistua tai epäonnistua. Palvelun kehittämisessä käytännötyössä näkyy hyvin LEAPS-malli, mutta tutkimuksessa ei välttämättä näy selkeästi, koska tutkimusalue oli rajattu. Suurimpia tutkimuksen haasteita

oli rahoituksen saaminen eli toiminnan jatkuminen hankkeena, sillä sen avulla tutkimusta pystyttiin jatkamaan ja löytämään uusia ideoita, joita toteutettiin tutkimuksen loppuvaiheessa. Mikäli tutkimus ei olisi saanut rahoitusta, niin todennäköisesti tutkimus olisi tällöin päätynyt LEAPS-mallin ”miljoonien ideoiden hautausmaalle”. Nyt tutkimuksen päättyessä, toiminnan kehittäminen jatkuu hankkeena, joten läpimurtoa odotellaan.

Kehittämisen kannalta on tärkeää, että palvelua voidaan mitata jatkossakin. Kotikokki toimintaa voitaisiin mitata palvelupolun eri kontaktipisteissä myös palvelun tuottavuutta ja laatua mittaamalla. Tällainen mittari voisi olla palvelun vastaanottoaika eli aika, jolloin kotipalveluohjaaja sai puhelun asiakkaalta siihen asti, kunnes kokki soitti asiakkaalle ja sopi käyntipäivän. Lisäksi voitaisiin mitata kuinka kauan kestää, että asiakas saa palvelun verrattuna hän toiveaikaan. Tämä mittari on hyvä, sillä se kertoo onko palvelussa liikaa vai liian vähän resursseja. Lisäksi palvelua voisi mitata edelleen NPS-suosittelemittarilla, joka kertoo tyytyväisyyden palveluun. Jos suosittelemittari laskee esimerkiksi 70 prosenttiin, niin tällöin täytyy tehdä tarkempi tutkimus, jonka perusteella voidaan selvittää, miksi palvelu ei toimi odotetulla tavalla. Näiden erilaisten mittareiden perusteella voitaisiin antaa palvelulupaus, kuinka palvelu toteutetaan. Näitä kannattaa pohtia, kun palvelua kehitetään edelleen, olisivatko ne sopivia mittareita.

8.1. Tutkimuksen tarkastelu

Tutkimus oli tutkimuksellinen ja kehittäminen eteni järjestelmällisesti, analyttisesti ja kriittisesti. Järjestelmällisyys näkyi kehittämisen systemaattisena etenemisena, jonka eri vaiheissa toimintaa tarkasteltiin kriittisesti. Kriittisyys näkyi työssä ensisijaisesti asioiden vertailuna, kuten palvelumuotoilun eri asiantuntijoiden vaiheistuksen vertailemisena ja tämän tutkimuksen toteuttamisen arviointina.

Tutkimuksessa palvelumuotoilun teoriaan perehdyttiin laajalti, valittiin yksi asiantuntija, jonka vaiheistuksen perusteella tutkimus toteutettiin. Tutkimuksen toteuttaminen oli ajoittain haasteellista, koska palvelumuotoilussa palvelu kehittyy koko ajan käytännössä, koska asiakkaiden yksilöllisiin tarpeisiin reagoitiin. Tutkimusprosessin tueksi tehtiin tutkimuksen vaiheistus, joka ohjasi toimintaa tavoitteiden saavuttamiseksi. Tutkimuksen vaiheistus auttoi tutkimuksen toteuttamisessa, vaikka menetelmiä tarvittavan tiedon hankintaan jouduttiin muuttamaan useita kertoja, jotta tarvittavat tiedot saatiin hankittua

kuhunkin vaiheeseen sopivalla tavalla ja koska kyseessä oli palvelumuotoilun avulla tehty tutkimus, niin se oli tavanomaista. Tutkimukseen käytettiin laajasti teoriapohjaa ja tutkimus olisi voitu toteuttaa vähemmälläkin teoriapohjalla, mutta tutkimuksessa haluttiin osoittaa, kuinka ajankohtainen ja moniin asioihin yhdistyvästä palvelun kehittämisestä oli kysymys.

Tutkimuksessa asiakkaiden syvällinen ymmärtäminen vei aikaa ja käyttäjäprofiilin tekeminen oli haastavaa. Tutkimuksessa käyttäjäprofiileissa arvoroolien muodostaminen oli selkeää ja helppoa, mutta kaiken tiedon yhdistäminen käyttäjäprofiiliin oli haastavaa, koska osa asioista perustui havainnointiin ja haastatteluun. Tuliko havainnot tutkimuksessa riittävästi avattua, jotta lukija ymmärtää ne? Toisaalta palvelumuotoilu kehittämismenetelmänä toi esille hyvin käyttäjien elinympäristön ja kuinka kehittämismenetelmä toimi tutkimuksessa. Palvelupolkujen visuaalisuus tutkimuksessa jäi vähäiseksi aikapulan vuoksi. Tämä asia on kuitenkin mahdollista korjata, kun palvelun markkinointi aloitetaan tuomalla asia kuvina mainokseen.

Tutkimuksessa tarkasteltiin asiakaskeskeisen palvelun luomista ja huomattiin, että hyvä tapa luoda asiakaskeskeinen palvelu on käyttää palvelumuotoilua kehittämisen apuna. Palvelumuotoilun avulla saadaan asiakkaat osallistettua mukaan kehittämään palvelua ja saadaan laaja-alaista tietoa, jota ei muuten välttämättä havaita. Palvelumuotoilun avulla saadaan käytännön kokemusta ja tietoa käsiteltyä teoreettisesti ja käytännönläheisesti.

Palvelumuotoilun tiedonhankintamenetelmä käytettiin videoitua haastattelua. Asiakkaat kokivat haastattelun tärkeäksi, koska esimerkiksi kaksi haastateltavaa pyysi haastattelun aikana tarkistamaan onnistuuko videointi. Videointi on hyvä tapa tallentaa asioita, koska niissä näkyy toimintaympäristö ja asiakkaan ilmeet ja eleet puheen lisäksi. Videointi auttoi tutkimuksessa asioiden tulkinnassa. Lisäksi tutkimuksessa kehittämiseen käytettiin co-designia ja co-creationia, jotka ovat palvelumuotoilun keinoja. Näitä keinoja tarvittiin erityisesti tutkimuksen alussa, kun tehtiin toiveruokalistauksia ja suunniteltiin toimintaa erilaisissa keskusteluissa ja palaverissa, jotta uusi asiakaskeskeinen palvelu saatiin luotua. Uuden asiakaskeskeisen palvelun tavoitteena oli mahdollistaa asiakkaiden selviytyminen hyvin kotona mahdollisimman pitkään ja luoda uudenlaista, sopivaa työtä työrajoitteisille kokeille. Tutkimuksen perusteella voidaan todeta, että kotikokki-työ on yksi vaihtoehto toteuttaa uudenlaista työtä, ja se soveltui hyvin tutkimuksen kohderyhmälle Ikaalisissa, miksei siis myös koko Suomessa. Tutkittava otos oli pieni, kuusi

henkilöä, koska tutkimuksen haastatteluhetkellä kotikokkipalveluun osallistui kuusi henkilöä. Tämä tarkoittaa kuitenkin, että tutkimustulosten yleistyksessä tulee olla varovainen otoksen pienuuden vuoksi, mutta niitä voidaan pitää suuntaa-antavina tuloksina.

Tässä tutkimuksessa ei käsitelty kokin apulaisen osuutta ja merkitystä tutkimukseen, eikä sen tulokseen tietosuojasyistä. Kokin apulainen vaikuttaa palvelun toteuttamiseen, joten hänen rekrytoinnissa tulee olla huolellinen, ellei toimintaa järjestetä jollain muulla tavalla. Yhteistyö poikkihallinnollisesti mahdollisti apulaisen käytön kokin apuna ja yhteiskunta tulee sitä todennäköisesti kunnilta yhä enemmän odottamaan työllisyysasioiden siirtyessä kunnan hoidettaviksi. Vapaaehtoisjärjestöjen hyödyntäminen ja yhteistyö tulee myös korostumaan tulevaisuudessa. Nyt Ikaalisissa yhteistyö Apusen kanssa on tähän hyvä alku ja jatkossa tulee tarkastella myös vapaaehtoistoiminnan ja yritysten yhteistyötä ja pelisääntöjä toiminnassa. Kuinka toiminta saadaan onnistumaan, että kaikki hyötyvät siitä?

Tutkimuksessa ei huomioitu sairauksien ominaisuuksien vaikutusta palvelun toteuttamiseen, tarpeisiin ja toiveisiin. Sairaudet eri piirteineen ovat kuitenkin oleellinen osa ikäihmisten arkea, joten totuudenmukaisin ja laajempi tutkimus aiheesta saataisiin, mikäli se tehtäisiin yhteistyössä sosiaali- ja terveystieteiden opiskelijan kanssa. Tällöin tutkimukseen saataisiin mukaan myös hoidollinen näkökulma ja todennäköisesti tutkimuksessa voitaisiin saada myös uusia erilaisia tuloksia.

Aihe oli mielenkiintoinen ja antoisa tutkijalle, sillä aihealue ja palvelumuotoilu kehittämismenetelmänä olivat uusia. Kun asioita tutkittiin toisen ammattialan alueella, oman ammattiosaamisen rajapinnalla, niin aihetta tarkasteli uusin silmin. Aihe vaati vieraan aihealueen lainsäädäntöön tutustumista ja itselle uuden kehittämismenetelmän haltuottoa. Koin tutkimusaiheen innostavana ja palvelumuotoilun kiinnostavana tapana kehittää uutta palvelua. Tutkimuksen lopputulos oli yllättävä, koska asiakkaiden vastauksissa korostui palvelun mahdollisimman suuri koettu hyöty, kun olin odottanut elämyksen voimakasta korostumista. Suuri hyöty tarkoitti kuitenkin yksilöllisten toiveiden toteuttamista, tuoksujen ja makujen toteuttamista, joten elämyksellisyys toteutui toisella tavalla kuin odotin. Eri asiakkaat arvostavat eri asioita, joten toiminnan kehittämisessä on tärkeää jatkuva vuorovaikutteinen ja havainnoiva kehittäminen asiakkaan aidossa elinympäristössä, johon palvelumuotoilu tarjoaa erinomaisen kehittämismenetelmän.

LÄHTEET

- Adage 2016. Tutkimus. Luettu 23.9.2016. <http://adage.fi/palvelut/tutkimus/>
- Ahola, K. & Lauslahti, S. 2003. Laskentatoimi ja kannattavuuden hallinta. Vantaa: WSOY.
- Alasoini, T., Järvensivu, A. & Mäkitalo, J. 2012. Suomen työelämä vuonna 2030. Miten ja miksi se on toisennäköinen kuin tällä hetkellä. TEM-raportteja 14/2012. Helsinki: Työ ja elinkeinoministeriö. Työllisyys- ja yrittäjyysosasto.
- Anttonen, A., Haveri A., Lehto, J. & Palukka, H. (toim.) 2012. Julkisen ja yksityisen rajalla. Julkisen palvelun muutos. Tampere: Tampereen Yliopistopaino Oy.
- Collins, J. 2010. Hyvästä paras. Miksi jotkut yritykset menestyvät ja toiset eivät? Hämeenlinna: Kairiston Kirjapaino Oy.
- DesingCouncill 2015. What's design service? Video. Luettu 3.10.2016. <http://www.designcouncil.org.uk/news-opinion/video-what-service-design>
- Finlex 1983. Sosiaaliasetus 607/1983. Luettu 12.9.2016. <http://www.finlex.fi/fi/laki/ajantasa/1983/19830607?search%5Btype%5D=pika&search%5Bpika%5D=sosiaalihuoltoasetus>
- Finlex 1987. Laki vammaisuuden perusteella järjestettävistä palveluista ja tukitoimista 380/1987. Luettu 12.9.2016. <http://www.finlex.fi/fi/laki/ajantasa/1987/19870380>
- Finlex 1992a. Laki sosiaali- ja terveydenhuollon asiakasmaksuista 734/1992. Luettu 12.9.2016. <http://www.finlex.fi/fi/laki/ajantasa/1992/19920734>
- Finlex 1992b. Asetus sosiaali- ja terveydenhuollon asiakasmaksuista 912/1992. Luettu 12.9.2016. <http://www.finlex.fi/fi/laki/ajantasa/1992/19920912?search%5Btype%5D=pika&search%5Bpika%5D=kotihoidon%20asiaksmaks%2A>
- Finlex 2006. Elintarvikelaki 23/2006. Luettu 12.9.2016. <http://www.finlex.fi/fi/laki/ajantasa/2006/20060023?search%5Btype%5D=pika&search%5Bpika%5D=omavalvonta%20>
- Finlex 2010. Terveystuolilaki 1326/2010. Luettu 12.9.2015. <http://www.finlex.fi/fi/laki/ajantasa/2010/20101326?search%5Btype%5D=pika&search%5Bpika%5D=terveydenhuoltolaki#L4P36>
- Finlex 2011. Kilpailulaki 948/2011. <http://www.finlex.fi/fi/laki/ajantasa/2011/20110948#L4a>
- Finlex 2012. Laki ikääntyneen väestön toimintakyvyn tukemisesta sekä iäkkäiden sosiaali- ja terveystuolista 980/2012. Luettu 12.9.2016. <http://www.finlex.fi/fi/laki/ajantasa/2012/20120980?search%5Btype%5D=pika&search%5Bpika%5D=omavalvonta%20kotona>

- Finlex 2014. Sosiaalihuoltolaki 1301/2014. Luettu 12.9.2016.
<http://www.finlex.fi/fi/laki/ajantasa/2014/20141301>
- Fischer, M. & Vainio, S. 2014. Potkua palvelubisnekseen. Asiakaskokemus luodaan yhdessä. Helsinki: Talentum.
- Haavisto, P. & Nurro, M. 2013. Vastuullisuus ruokaketjun kilpailuetuna. Verkko-opiskelumateriaali 2013 – 2014. Helsinki: Ruokatieto Yhdistys ry.
- Harmaala, M-M. & Jallinoja, M., 2012. Yritysvastuu ja menestyvä liiketoiminta. Helsinki: Sanoma Pro Oy.
- Hirsjärvi, S., Remes, P. & Sajavaara, P. 2007. Tutki ja kirjoita. 13. painos. Keuruu: Otavan Kirjapaino Oy.
- Hägg, O. 2010. Ammatillisen osaamisen hahmottaminen ja kehittäminen. Aalto-yliopisto. Kauppakorkeakoulu. Pienryrityskeskus. Powerpoint-esitys 9.3.2010. Luettu 13.9.2016. <http://otyy.tek.fi/sites/otyy.tek.fi/files/sefeesitysoutihagg9.pdf>
- Ikonen, E.-R., S. 2015. Kehittyvä kotihoito. Helsinki: Edita Prima.
- Ikaalisten kaupunki. 2015. Uusi Ikaalinen – lähipalveluita ja digitekniikkaa yhdessä kehittäen – hanke. Luettu 26.3.2016.
<http://www.ikaalinen.fi/kaupunki/?x21599=470412>
- Ikaalisten kaupunki. 2017. Yhteystietoja senioreille 2017. Luettu 16.3.2017.
<http://www.ikaalinen.fi/kaupunki/palvelut/sosiaali-ja-terveystoimi/hoito-ja-hoivapalvelut/>
- ISO 9241-210:2010 (en). Ergonomics of human-system interaction – Part 210: Human-centred design for interactive systems. Luettu 7.10.2016.
- Jokela, T. 2011. Mikä olikaan käytettävyyden määritelmä? Mitä ajatuksia ja kokemuksia? Käytettävyysnavigoija. Blogi. Luettu 23.9.2016.
<http://kaytettavaisyysnavigoija.blogspot.fi/2011/08/mika-olikaan-kaytettavaisyysnavigoija-maarithelma.html>
- Juvonen, A. 2014. Yhteiskuntaraportit pakollisiksi suuryhtiöille. Kauppalehti. Luettu: 9.9.2016. <http://www.kauppalehti.fi/uutiset/yhteiskuntavastuuraportit-pakollisiksi-suuryhtiöille/hv2wJFEEd>
- Jyrämä, A. & Mattelmäki, T. (toim.) 2015. Palvelumuotoilu saapuu verkostojen kaupunkiin. Verkosto- ja muotoilunäkökulmia kaupungin palvelujen kehittämiseen. Aalto-yliopiston julkaisusarja. Taide + muotoilu + arkkitehtuuri 1 / 2015. Helsinki: Unigrafia Oy.
- Kaplan, S. 2012. Leapfrogging. Hardness the Power of Surprise for Business a Break-thoughts. San Francisco: Berrett-Koehler Publisher, Inc.
- Koivula, K. 2014. Kotihoitohenkilöstön ammatilliset valmiudet asiakkaiden ravitsemuksen ja ruokailun tukemiseen. Opinnäytetyö. Terveystyön edistämisen koulutusohjelma. Ylempi AMK-tutkinto. Tampere: TAMK.

Keränen, M. 2014. Onnellinen asiakas ostaa enemmän. Blogi. Provad Chat. Luettu 21.9.2016. <http://www.provad.fi/asiakaspalvelun-mittarit-vaativat-paivitysta/>

Koivisto, M. 2007. Mitä on palvelumuotoilu? Muotoilun hyödyntäminen palvelujen suunnittelussa. Taiteen maisterin lopputyö. Taideteollinen korkeakoulu. Luettu 6.10.2016. <http://hyrrat.metropolia.fi/wp-content/uploads/2014/10/Koivisto-M.-2007..pdf>

Korkiakoski, K. & Löytänä, J. 2014. Asiakkaan aikakausi. Rohkeus + rakkaus = raha. Helsinki: Talentum.

Kortelainen, M. Miten asettaa KPI-mittarit asiakaspalvelun kehittämiseksi? Blogi. SN4. Luettu 22.9.2016. <http://www.sn4.com/fi/blog/2016/06/miten-asettaa-kpi-mittarit-asiakaspalvelun-kehittamiseksi/>

Kunnallisan kehittämissäätiö. 2015. Kunnallisan kehittämissäätiö myönsi apurahoja: Väitöskirjatyö koulun kurinpitotilanteista sai kolmivuotisen apurahan. Uutiset 10.12.2015. <http://kaks.fi/uutiset/kunnallisan-kehittamissaatio-kaks-myonsi-apurahoja-vaitoskirjatyo-koulun-kurinpitotilanteista-sai-kolmivuotisen-apurahan/>

Kuntaliitto 2016. <http://www.kunnat.net/fi/palvelualueet/projektit/uso2015-2016/teema/iha-kuntavaikutukset/Documents/Keskisuuret%20kunnat%20Itsehallintoalueiden%20kuntavaikutukset%20-raportti.pdf>. Luettu 25.8.2016.

Kuntatyöntajan palkkausopas 2004. Henkilökohtainen palkitseminen käyttöön 2/20014. Osaamiskartoitus hyödyksi työsuorituksen arvioinnissa. Helsinki: Kunnallinen työmarkkinalaitos.

Laine, K. 2013. Palvelun ja palvelukokemuksen arviointi. Blogi 5. Haaga Helian oppimateriaali. Luettu 22.9.2016. <http://asiakasymmarrysjapersonat.blogspot.fi/>

Lankinen, P., Miettinen, A. & Sipola, V. 2004. Kehitä osaamista – hyödynnä kokemusta. Hämeenlinna: Kairisto Oy.

Leväinen, K. 2013. Kiinteistö- ja tilajohtaminen. Helsinki: Hakapaino Oy.

Lindström, M. 2009. Buyology – ostamisen anatomia. Hämeenlinna: Kairiston kirjapaino Oy.

Lönnqvist, A., Jääskeläinen, A., Kujansivu, P., Käpylä, J., Laihonen, H., Sillanpää, V. & Vuolle, M. 2010. Palvelutuotannon mittaaminen johtamisen välineenä. Helsinki: Tietosanoma Oy.

Löytänä, J. & Korteso, K. 2011. Asiakaskokemus. Palvelubisneksestä kokemusbisnekseen. Helsinki: Talentum.

- Mager, B. 2003. Design und Forschungskommunikation. Kreative und innovative Wege beim Dialog mit der Öffentlichkeit. Artikkel. Sivu 8. Luettu 5.10.2016. <http://www.service-design.de/fileadmin/pdf/publikationen/2003-kreative-wege.pdf>
- Mager, B. 2004. Service Design. A Review. Köln: Prima Print.
- Mager, B. 2009a. Introduction to Service Design. Digital communications tools. Culminatum Innovation 2009.
- Mager, B. 2009b. Service Design as an Emerging Field. Osa 1. Sivut 27–43. Luettu 9.10.2016. https://www.academia.edu/20566424/Service_Design_-_An_Emerging_Field
- Mack, R. L. & Nielsen, J. 1994. Executive Summary. Teos: Mack R.L. & Nielsen J. (toim.) Usability Inspection Methods. New York: John Wiley & Sons, Inc, 1–23.
- Miettinen, S 2011. Palvelumuotoilu – uusia menetelmiä käyttäjätiedon hankintaan ja hyödyntämiseen. Helsinki: Teknologiainfo Teknova Oy.
- Miettinen, S. 2014. Muotoiluajattelu. Tampere: Tammerprint Oy.
- Moritz, B. 2005. Service Design. Practical access to an evolving field. Luettu 5.10.2016. <http://hci.liacs.nl/files/PracticalAccess2ServiceDesign.pdf>
- Moritz, B. 2012. The Future of Service Design. Youtube. Service Design Global Conference 12.12.2012. Paris. Katsottu 7.10.2016. <https://www.youtube.com/watch?v=wXDMh51rk9>
- Mustaniemi, J. 2009. Käytettävyyden arviointimenetelmät. Tietojärjestelmätieteen kandidaatintutkielma. Jyväskylä: Jyväskylän yliopisto. Tietojen käsittelytieteiden laitos. Luettu 23.9.2016. <https://jyx.jyu.fi/dspace/bitstream/handle/123456789/19970/Johanna.Mustaniemi.pdf?se>
- Mustranta, M. 2016. Asiakas on oikeassa. Kuluttajalehti 2/2016. Artikkel. Sivu 47. Tampere: Punamusta Oy.
- Mörk, P. 2016. Tarja Heinonen: Startup-yrittäjä, tunnetko asiakkaasi? Tekes.Uutiset 2016. Luettu 3.9.2016. <http://www.tekes.fi/nyt/uutiset-2016/tarja-heinonen-startup-yrittaja-tunnetko-asiakkaasi/>
- Nah, F. F-H. & Tan, C-H. 2016, HCI in Business, Government and Organizations: Information Systems. Third International Conference. HCIBGO 2016. Toronto: Book-metrix.
- Nelimo, K. & Uusi-Rauva, E. 2015. Johdon laskentatoimi. Helsinki: Edita Business.
- Nestlé Nutrition Institute 2006. Mini Nutritional Assessment. MNA. http://www.mna-elderly.com/forms/MNA_finnish.pdf
- Nielsen, J. 1993. Usability engineering. San Diego: Academic Press.

Nieminen, K. 2015. Parempi ei aina vaadi rahaa. Sitra. Luettu 28.9.2016. https://www.intermin.fi/download/58186_290115_0830_nieminen.pdf?c93f53295413d288

Ojasalo, K., Moilanen, T. & Ritalahti, J. 2015. Kehittämistyön menetelmät. Uudenlaista osaamista liiketoimintaan. 3. – 4. painos. Helsinki: Sanoma Pro Oy.

Oksanen, T. 2010. CRM ja muutoksen tuska. Asiakkuudet haltuun. Helsinki: Talentum.

Packalén, L. 2004. Vanhusten ja omaisten kokemuksia kotona avun turvin asumiseen. Lisensiaatintutkimus. Kuopio: Kuopion yliopisto. Yhteiskuntatieteellinen tiedekunta. Hoitotieteenlaitos.

Parviainen, S. 2011. Iäkkäiden kotihoidon asiakkaiden kotona asumisen mahdollistuminen: hyvään vanhenemiseen liittyvien tekijöiden tunnistaminen. Pro Gradu-tutkielma. Kuopio: Itä-Suomen yliopisto. Hoitotiede. Preventiivinen hoitotiede. Hoitotieteenlaitos.

Pirkanmaan Eläkeliitto 2017. Apunen toiminta. Luettu 28.2.2017. <http://pirkanmaa.elakeliitto.fi/yhdistykset/ikaalinen/apunen-vapaaehtoisty/>

Polemiikki 2016. Maaseudun sosiaalityö ei saa unohtua rakenneuudistuksessa. Polemiikki 1/2016. Artikkel. Sivut 18 – 19. Helsinki: Pole-Kuntatieto Oy c/o Kunnallissalan kehittämissäätiö.

Petäkoski-Hult, T. 2012. Käyttäjakeskeisyydellä parempia palveluita. Suuntaaja 1/12. Artikkel. Espoo: VTT. Teknologian tutkimuskeskus. Luettu 14.9.2016. <https://www.aspa.fi/fi/suuntaaja/numeron-teemana-teknologia-itsen%C3%A4isen-e%C3%A4m%C3%A4n-ja-asumisen-tukena/k%C3%A4ytt%C3%A4j%C3%A4keskeisyydell%C3%A4>

Rantanen, M. 2016. Tunnelmamuotoilu. Helsinki: Talentum Pro.

Rissanen, T. 2006. Hyvän palvelun kehittäminen. Vaasa: Kustannusyhtiö Pohjantähti Polestar Ltd.

Saaranen-Kauppinen, A. & Puusniekka, A. 2006. KvaliMOTV - Menetelmäopetuksen tietovaranto. Tampere: Yhteiskuntatieteellinen tietoarkisto. Luettu 20.3.2017. <http://www.fsd.uta.fi/menetelmaopetus>

Salo, V. 2012. Kotipalvelun työntekijöiden koulutustarpeet ja ammatillisen kasvun tukeminen iäkkäiden ruokailuun ja ravitsemukseen liittyen. Väitöskirja. Turun Yliopisto. Kasvatustieteiden tiedekunta. Opettajankoulutuslaitos. Rauman yksikkö. Turku: Painosalama Oy.

Segelström, F. 2009. Communicating through Visualizations: Service Designers on Visualizing User Research. DeThinkingService. ReThinkingDesing. First Nordic Conference on Service Design and Service Innovation. Oslo 24th – 26th November 2009. Linköping: Linköpings Universitet, Department of Computer and Information Science. Luettu 6.10.2016. <http://www.ep.liu.se/ecp/059/014/ecp09059014.pdf>

Sitra. 2012. Kokeilukulttuuri. Katsottu 22.9.2016. <https://www.youtube.com/watch?v=1YEM2pQQNEc>

Sosiaali- ja terveysministeriö 2010. Sosiaalisesti kestävä Suomi 2020. Sosiaali- ja terveyspolitiikan strategia. Julkaisu 20. Helsinki: Valtioneuvosto.

Sosiaali- ja terveysministeriö 2015. Soveltamisala. Luettu 12.9.2016. <http://stm.fi/documents/1271139/1352015/Sosiaalihuoltolain+soveltamisopas.pdf/cb12a5c4-9bfa-4983-adf6-94ca18815f1b>

Sosiaali- ja terveysministeriö. 2016a. Kotihoito ja kotipalvelut. Luettu 29.8.2016. <http://stm.fi/kotihoito-kotipalvelut>.

Sosiaali- ja terveysministeriö. 2016b. Sosiaali- ja terveyshuollon uusi hallintomalli. Luettu 29.8.2016. <http://alueuudistus.fi/soteuudistus/hallinto-ja-tehtavat>.

Sosiaali- ja terveysministeriö. 2016c. Itsehallinto ja kunnat edistävät hyvinvointia ja terveyttä. Luettu 29.8.2016. <http://alueuudistus.fi/soteuudistus/hyvinvoinnin-edistaminen>.

Sosiaali- ja terveysministeriö. 2016d. Kehitetään ikäihmisten kotihoitoa ja vahvistetaan kaikenikäisten omaishoitoa 2016 – 2018. Hallituksen kärkihanke. Sosiaali- ja terveysministeriön raportteja ja muistioita 2016:32. Hankejulistus 6.5.2016. Helsinki: Sosiaali- ja terveysministeriö.

Sote- ja maakuntauudistus. 2016. Sotesanasto. Luettu 8.9.2016. <http://alueuudistus.fi/sotesanasto>

Soundview Executive Book Summaries 2004. The future of competition. co-creating unique value with customers. Concordville, Pennsylvania 19331 USA. Artikkele. Sivut 1–3 (8). <http://www.businesstraining.com.mx/egaii/docs/The%20Future%20of%20Competition.pdf>

Stickdorn, M. 2013. Service Design. Luettu 8.10.2016. <http://www.marcestickdorn.info/#intro>

Stickdorn, M. 2014. Service Design Thinking. Creative Unfold: Meet the Unmet: From hidden needs to business growth. Youtube. Katsottu 7.10.2016. <https://www.youtube.com/watch?v=LUSjjOtAwcs>

Stott, L. 2016, Bridging the Gap. Service Design is the Means to Customer Experience Success. Touchpoint 8 – 1. Köln: Service Design Networking. Artikkele. Sivut 21.

Sydänmaalakka, P. 2001. Älykäs organisaatio – tiedon, osaamisen ja suorituksen johtaminen. Jyväskylä: Gummerus Kirjapaino Oy.

Team Finland. 2015. What makes us buy, and why? The future of consumers' roles and motivations. Future Watch Report. Helsinki: Tekes. Luettu 20.8.2015. https://www.tekes.fi/globalassets/global/ohjelmat-ja-palvelut/kasvajakansainvalisty/future-watch/team_finland_future_watch_report_what_makes_us_buy_and_why.pdf

Tutkimuseettinen neuvottelukunta 2012. Hyvä tieteellinen käytäntö ja sen loukkausepäilyjen käsitteleminen Suomessa. Luettu 15.2.2017.
http://www.tenk.fi/sites/tenk.fi/files/HTK_ohje_2012.pdf

Tuulaniemi, J. 2011. Palvelumuotoilu. Hämeenlinna: Kariston Kirjapaino Oy.

Työ- ja elinkeinoministeriö 2015. Vastuullisuusraportointi: Uudet tuulet puhaltavat EU eturintamassa. Luettu 10.4.2016.
<https://www.tem.fi/yritykset/yhteiskuntavastuu/vastuullisuusraportointi>

Valtioneuvosto 2016. Digitalisaatio, kokeilut ja normien purkaminen. Luettu 22.9.2016.
<http://valtioneuvosto.fi/hallitusohjelman-toteutus/digitalisaatio>

Valtiovarainministeriö 2016. Digitalisaatio. Luettu 28.3.2016. <http://vm.fi/digitalisaatio>

Viitasalo-Männistö, M. & Nuora, L. 2016. Sähköposti. Luettu 22.8.2016.

Visanti, M. 1994. Majoitus- ja ravitsemis- ja puhdistuspalvelualan ammattitaitoselvitys. Kehittyvä ammatillinen koulutus 4/94. Helsinki: Opetushallitus.

Wilkman, A. 2017. Palveluala tuottavuuden näkökulmasta. Puhtausala. 1/2017. Helsinki: Siivoussektori Oy. Artikkel. Sivut 14–17

LIITTEET

Liite 1. Ikaalisten Onni



Liite 2. Kotikokkipalvelun pelisäännöt

1(2)

1. Toteutetaan kokeiluna ajalla 1.8. – 31.12.2016.
2. Toimintaa toteuttaa käytännössä restonomi, suurtalouskokki Marika ja hänellä on apunaan suurtalouskokki XX. Marikan työskentelylle haetaan KEVA:n rahoitusta ja XX:lle kuntoutustukea ja myöhemmin palkkatukea. XX on ns. apukokki ja hänen läsnäoloon ei mainosteta.
3. Toiminnan mainostaminen aloitetaan kesäkuussa ja mikäli ennen lomia ei ole tullut riittävästi asiakkaita, niin 18.7. kotihoito aloittaa uusien asiakkaiden houkuttelun. Mainostamista tehdään internetissä (vanhusneuvoston, kotihoidon, Ra-Si:n, ajan-kohtaiset, yhteiskäyttöpisteen sivut), paperisena myös päivystyksessä, neuvolassa, kotihoidossa (voidaan antaa hoitajien mukana koteihin) ja kirjastossa. Tarvittaessa laitetaan mainos Oiva-lehteen 21.7.2016.
4. Palvelun vastuut:
 - yhteydenotot: kotihoidonohjaaja ja kotikokki hoitavat yhteydenpidon asiakkaisiin. Kotihoidon vastuulla on asiakkaiden valinta, ensimmäiset yhteydenpidot asiakkaisiin ja tarpeenmukainen toiminnan seuranta (eli jos tulee palautetta, niin tarkistetaan mikä on tilanne ja tehdään toimenpiteitä sen mukaan). Kotihoito tekee asiakaskäynnistä alustavan varauksen kotikokin sähköpostikalenteriin ja kotihoito kyselee ostokassin tarpeellisuudesta sekä ohjaa tarvittaessa sen käyttöön. Kotikokki hoitaa yhteydenpitoa ns. toimistopäivänä ja kodeissa paikan päällä, kun ruoanvalmistusta tehdään.
 - Ra-Si-palvelut: vastuu työntekijöistä, esimiesvastuut, käytännön töiden järjestelyt
 - Nuorten työpaja: kuntoutujan työn seuraaminen, tukikeskustelut tarpeen mukaan
5. Kotikokin työnkuva:
 - ma yhteydenpito asiakkaisiin kotihoidosta saatujen yhteystietojen pohjalta. Asiakkaan kanssa sovitaan kotiin tulosta, valmistettavista ruoista, raaka-aineista jne. Etäpäivä, kesto n. 2 h.
 - ti – pe klo 8.30 – 12.30 lähtö asiakkaiden luokse, tavoiteaika asiakkaiden luona klo 9 – 11.30
 Kotikokin esimiehenä toimii Kaija ja hänen opintovapaan aikana Maarit Lepistö.
6. Kotikokin apulaisen työnkuva:
 - ma vapaa päivä
 - ti – pe klo 8.30 – 12.30 kotikokin apulaisena toimiminen kodeissa, klo 12.30 – 13.30 työvälineiden järjestäminen seuraavaan päivään, kuljetuslaatikoiden puhdistus

7. Asiakkaiden valinta ja palvelukerrat

Sovittiin, että palvelu kohdennetaan seuraaville asiakkaille:

- a. yksinasuville henkilöille, jotka ovat vähintään 75-vuotiaita tai kehitysvammaisia
- b. yksinhuoltajat, joilla on tilapäinen tarve palvelulle, kuten esimerkiksi jalka on kipsissä
- c. kahdestaan asuville iäkkäille henkilöille, joilla on selvityksen mukaan tarve palvelulle
- d. perheiden kriisitilanteissa, jolloin esimerkiksi joku perheen jäsenistä on sairastunut vakavasti, on mahdollista saada kotikokin apua
- e. käyntikertoja ei toistaiseksi rajoiteta, ellei asiakkaan tarve muutu. Tavoitteena on, että palvelun piiriin päässeiden henkilöiden luona ehdittäisiin käydä vähintään kahden viikon välein, mikäli he sitä haluavat.

8. Kotikokin varusteet:

- työvaatteet (essu, T-paita, housut, päähineet + työntekijä hankkii itse työkenkät)
- ”työkalupakkeja”, jotta pystytään toimimaan puutteellisessakin keittiössä
- ruokaohjeita 4 / 10 hengelle seniorimessuista saatujen suosikkiruokien perusteella
- älypuhelin ja kannettava tietokone

9. Toimintaa seurataan ja seuraava pelisääntöjen tarkistuskokous pidetään syksyllä toiminnan käynnistyttyä, esim. syyskuussa. Ajankohta sovitaan myöhemmin.

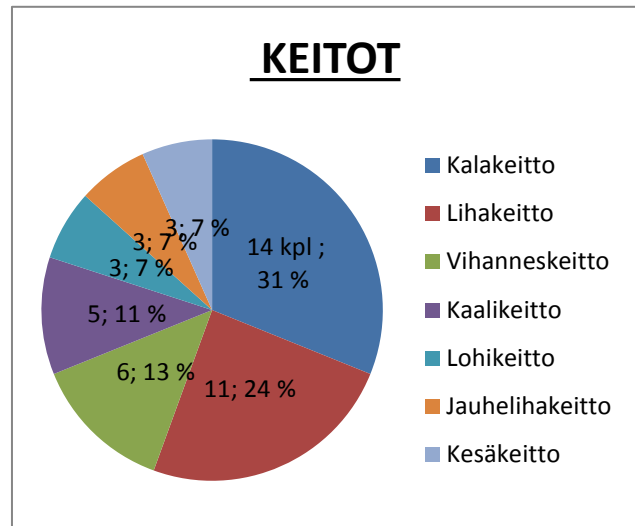
10. Pelisäännöt on sovittu yhteistyössä seuraavien henkilöiden kesken 20.5.2016:

Marika, Sari Hallikainen, Leena Nuora ja Kaija Rönni

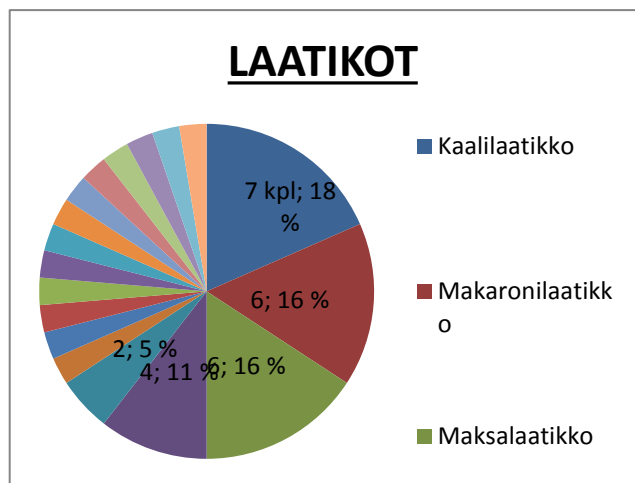
Liite 3. Ruokien toivelistaus

1(3)

KEITOT	kpl
Kalakeitto	1
Lihakeitto	11
Vihanneskeitto	6
Kaalikeitto	5
<u>Lohi</u> keitto	3
Jauheliha-keitto	3
Kesäkeitto	3
Sosekeitto	1
Perunakeitto	1
Siskonmakkarakeitto	1
Savuluukeitto	1
Porkkanakeitto	1
Pinaattikeitto	1
Hernekeitto	1
Chili-tomaattikeitto	1
ns."Paholaisen keitto".	1
Suurustetut kei- tot(pussikeitoilla)	1
Parsakeitto	1

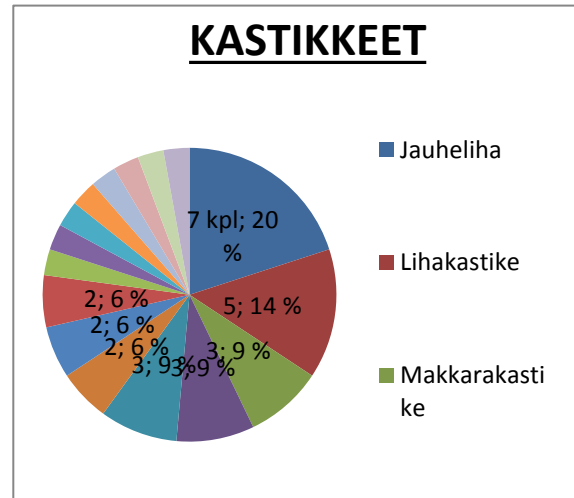


LAATIKOT	kpl
Kaalilaatikko	7
Makaronilaatikko	6
Maksalaatikko	6
Lihamakaronilaatikko	4
Janssoninkiusaus	2
Kalalaatikat	1
Silakkalaatikko	1
Lohikiusaus	1
Kinkkukiusaus	1
Kaikki muut paitsi maksa	1
Lasagne	1
Perinteiset Joululaatikat	1
Porkkanalaatikko	1
Sienilaatikoita	1
Moussaka	1
Punajuuri- sinihomejuustolaatikko	1
ilman ananasta	1
Vihanneslaatikko	1
Bataattilaatikko	1

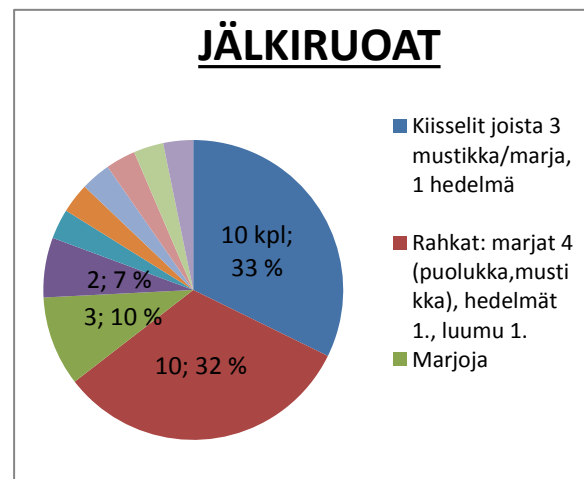


2(3)

KASTIKKEET	kpl
Jauheliha	7
Lihakastike	5
Makkarakastike	3
Läskisoosi	3
Valkokastike	3
Kananmunakastike	2
Lihapullakastike	2
Ruskeakasike	2
Palapaistikastike	1
Karjalanpaisti	1
Nakkikastike	1
Sipattikastike	1
Kana-vihanneskastike	1
Kalakastike lohesta	1
Vihanneskastike	1
Maksakastike	1

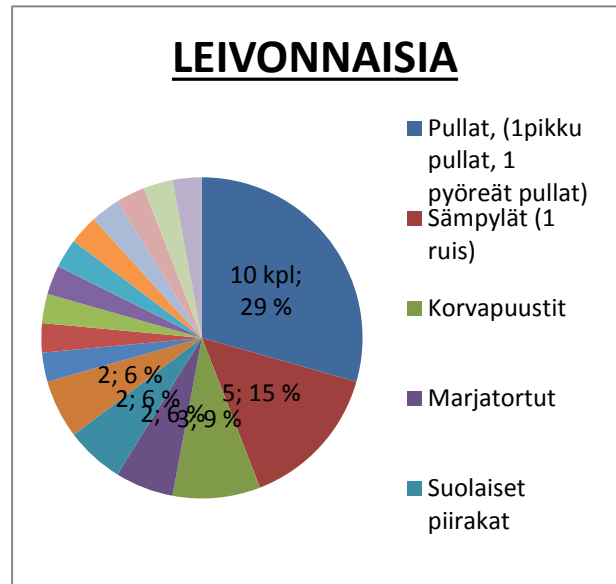


JÄLKIRUOAT	kpl
Kiisselit joista 3 mustikka/marja, 1 hedelmä	10
Rahkat: marjat 4 (puolukka, mustikka), hedelmät 1., luumu 1.	10
Marjoja	3
Vispipuuro	2
Riisipuuro	1
Mannapuuro	1
Ruismarjapuuro	1
Uunipuuro	1
Mustikkakeitto	1
Jogurttia	1

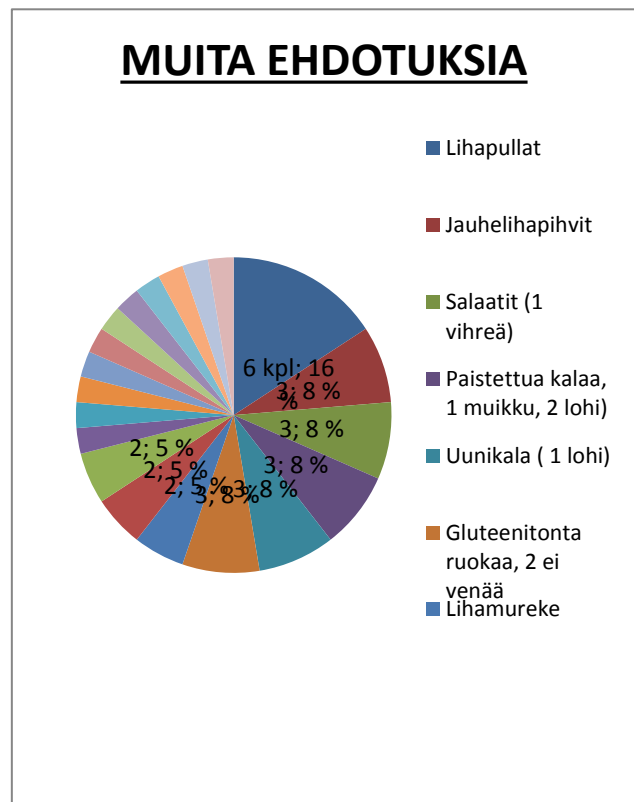


3(3)

LEIVONNAISIA	kpl
Pullat, (1pikku pullat, 1 pyöreät pullat)	10
Sämpylät (1 ruis)	5
Korvapuustit	3
Marjatornut	2
Suolaiset piirakat	2
Makeat piirakat	2
Kuivakakut	1
Suklaaleivoksia	1
Mansikkakakku	1
Kauraleivoksia	1
Munkit	1
Wienerit	1
Piparit	1
Letut	1
Pannukakku	1
Spelttileivonnaiset	1



MUUT	kpl
Lihapullat	6
Jauhelihapihvit	3
Salaatit (1 vihreä)	3
Paistettua kalaa, 1 muikku, 2 lohi)	3
Uunikala (1 lohi)	3
Gluteenitonta ruokaa, 2 ei venää	3
Lihamureke	2
Kalaa	2
Pihvit	2
Maksapihvit	1
Naudansisäfile	1
Karjalanpaisti	1
Possunfilee	1
Lihakääryleet	1
Kyljys	1
Wienerleike	1
Perunamuusia	1
Perunoita	1
Silakkapihvit	1
Pizzaa	1



PALAUTETTA JA TOIVEITA, vastauksia 24 kpl


Vaihtelu virkistää, opastusta ruuanlaittoon. Toivotaan, että toiveet huomioidaan.

Olen ehkä kiinnostunut 3

Halukas kokeilemaan 3 Muille asia ei ollut ajankohtainen.

Liite 4. Kotikokkimainos

Ulkosivun aukeamalla, taitettuna A5:



Kokkina toimii
restonomi, suurtalouskokki Marika Alanen
ammattikeittökokemusta yli 10 vuotta.

Kokeilujakso toteutetaan ajalla 1.8. – 31.12.2016, joten tilaamalla voit saada kokin kotiisi apulaisen kanssa 2.8.2016 alkaen. Kokeilun tavoitteena on tukea toimintakykyrajoitteisten ja yli 75-vuotiaiden henkilöiden asumista kotona. Kokeilujaksosta saatujen palautteiden pohjalta päätetään toiminnan jatkosta.

Kokin voit tilata kotiisi Ikaalisten kaupungin kotihoidosta arkisin klo 8 – 9:
puh. 044-7301361 / kotihoionohjaaja Leena Nuora

Hinnat:
Käyntimaksu (työaika klo 9 – 11.30) 15 €/kerta
Ostokassan toimitus 6 €/kerta
mikäli ostokassi halutaan palveluun mukaan

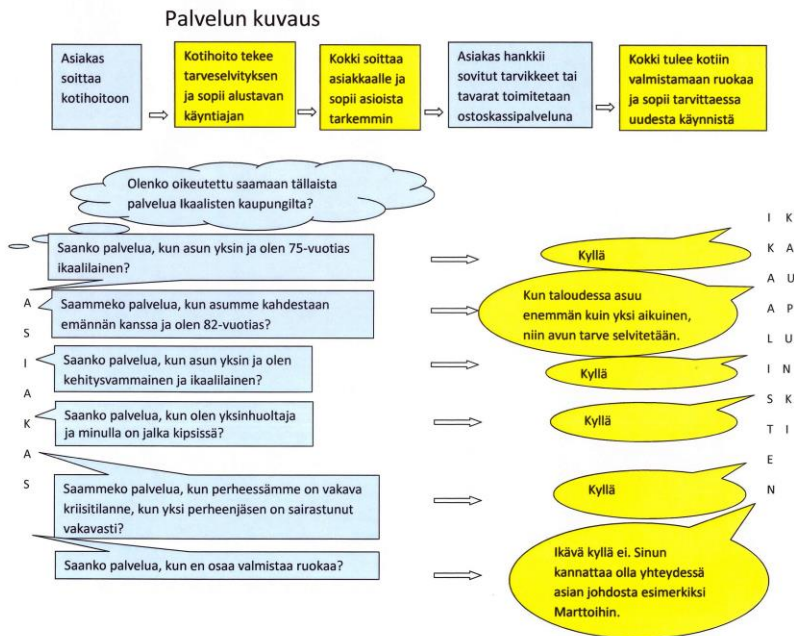
TILAA KOKKI KOTIISI



Hei!
Olen Marika, uusi kotikokki Ikaalisten kaupungilla. Saanko tulla kotiisi valmistamaan ruokaa kanssasi?

**Uusi toimintamalli Suomessa –
NYT kokeiluna Ikaalisten kaupungilla!**

Sisäsivun aukeamalla, taitettuna A5:



Liite 5. Haastattelukysymykset asiakkaille

HAASTATTELUKYSYMYKSET, KOTIKOKKITOIMINTA

Taustakysymykset

1. Kuinka / Mistä sait palvelusta tietoa?
2. Kuinka palvelun aloittaminen sujui? Kuinka yhteydenotto kotihoitoon onnistui? Kuinka kotihoito ja ruokapalvelut ymmärsivät mitä palveluja tarvitset?
3. Osaatko sanoa, kuinka monta kertaa olet käyttänyt tätä palvelua?
4. Mikäli toiminta jatkuu ensi vuonna, niin aiotko jatkossa käyttää tätä palvelua?
5. Kuinka hankit elintarvikkeet, muut tarvitsemasi tuotteet ja palvelut? Jos siinä on ongelmia, niin millaisia?

Tarpeet ja arvot

6. Millaisia palveluita kotona annettavia palveluita käytät?
7. Kuinka yhteydenpito kotikokin ja kotihoidon kanssa on toiminut?
8. Mitä hyötyä palvelusta on? / Mistä nautit tässä palvelussa?
9. Millaisissa tilanteissa et käyttäisi tätä palvelua?
10. Asut kotona. Millaista apua saat / olet hankkinut kotona asumisen tukemiseen?
11. Missä asioissa on haasteita / ongelmia joskus tai usein?

Sosiaaliset suhteet, yksinäisyys

12. Kuinka omaiset, naapurit ja tuttavat ovat suhtautuneet saatuun palveluun? Millaisia kommentteja olet saanut heiltä?
13. Millaisista asioista yleensä keskustellette, kun kotikokit ovat käymässä?

Aliravitsemus

14. Millainen on ruokahalusi? Mitä yleensä syöt ja kuinka monta kertaa päivässä?
15. Millaista valmistettua ruokaa on?
16. Kuinka monelle päivälle tehty ruoka riittää? Missä säilytät ruoan ja mitä syöt muina päivinä?

NPS-mittari

17. Jos jollain henkilöllä olisi samantapaisia tarpeita kuin sinulla, niin suosittelitko palvelua hänelle? Kun asiaa kuvataan asteikolla 0 - 10 ja 0 = en suosittele ja 10 = suosittelen, niin minkä numeron valitsit?

18. Mitä muuta haluat sanoa tai kysyä?

Liite 6. Lupa asiakastietojen keräämiseen

1(4)

**LUPA ASIAKASTIETOJEN KERÄÄMISEEN JA KÄYTTÖÖN KOTIKOKKIPALVELUKOKEILUSSA**

Annan luvan tietojeni käsittelyyn

- kotikokkipalvelussa
- Ikaalisten kaupungin sotepalveluissa
- kotikokkipalvelua käsittelevässä opinnäytetyössä ja hankkeessa nimettömänä

Tietoja käsitellään aina luottamuksellisesti ja oheisen rekisteriselosteen mukaan.

Ikaalisissa ____ . ____ . 2016

asiakkaan allekirjoitus



Yhdistetty rekisteriseloste ja informointiasiakirja. Henkilötietolaki (523/1999) 10 ja 24§.

Laatimispäivämäärä 5.8.2016

1. Rekisterinpitäjä

Rekisterinpitäjä on Ikaalisten kaupunki. Valtakatu 5. 39500 IKAALINEN.

2. Yhteyshenkilö rekisteriä koskevissa asioissa

Ikaalisten kaupungin työntekijät, jotka ylläpitävät rekisteriä.

kokki Marika Alanen, p. 044-7306 705 (kotikokkipalvelu)

kotihoito Leena Nuora, p. 044-7301 361 (kotikokkipalvelu, sotepalvelut)

ravitsemis- ja siivouspalvelut Kaija Rönni, p. 044-7301 266 (kotikokkipalvelu, opinnäytetyö, mahd. hanke)

3. Rekisterin nimi

Kotikokkipalvelun asiakasrekisteri.

4. Henkilötietojen käsittelyn tarkoitus

Henkilötietojen käsittelyn tarkoituksena on helpottaa kokkien työtä asiakkaan luona, kun toiveet on kirjattu muistiin. Lisäksi henkilötietojen käsittelyn tarkoituksena on auttaa Ikaalisten kaupunkia tarjoamaan tarvittavia palveluita asiakkaalle ja kehittämään omaa toimintaa sekä antamaan tarvittavia tietoja opinnäytetyöhön ja hankkeeseen, joiden pohjalta palvelua voidaan kehittää.

5. Rekisterin tietosisältö

Rekisteri sisältää rekisteröidyistä seuraavat tiedot:

Käyttöön kerätään asiakaskohtaisia tietoja toiveineen. Tällaisia tietoja ovat mm. palveluun liittyvät toiveet ja mieltymykset, palvelun toimivuus ja kehittämis ehdotukset. Henkilökohtaisia tietoja käytetään ainoastaan viranomaiskäytössä.

6. Henkilötietojen säilytysaika

Henkilötietoja säilytetään palvelun toteuttamisen ajan ja sen jälkeen 12 kk.

7. Säännönmukaiset tietolähteet

Ikaalisten kaupungin kotihoito (yhteystiedot) ja rekisteröidyltä itseltään muut lisätiedot.

Tiedot saadaan rekisteröidyltä itseltään lomakkeiden, kyselyjen ja haastattelujen avulla.

8. Tietojen säännönmukaiset luovutukset

Tietoja voidaan luovuttaa viranomaisille lakisääteisissä tapauksissa. Tietoja käytetään opinnäytetyössä ja hankkeessa. Ikaalisten kaupunki ei luovuta tietoja muille kolmansille osapuolille.

Tietoja ei luovuteta Euroopan unionin tai Euroopan talousalueen ulkopuolelle.

9. Rekisterin suojauksen periaatteet

Millä tavoin rekisteri on suojattu ja kenellä siihen on käyttöoikeus. Alla oleva esimerkki on lomake.ayy.fi-järjestelmästä.

Rekisteritietoja ei säilytetä muussa kuin sähköisessä muodossa. Verkon yli siirrettäessä tiedot suojataan atk-tekniikalla. Rekisterin palvelinlaitteistoa ylläpidetään hyvän ylläpidotavan mukaisesti.

Rekisterin käyttö on ohjeistettu.

Pääsy rekisteritietoja sisältävään tietokantaan on rajoitettu sekä verkkotekniikan että henkilökohtaisten käyttäjätunnusten ja salasanojen avulla.

Rekisterin käyttöoikeus on palvelua järjestävillä toimihenkilöillä.

Rekisterin ylläpito-oikeudet on rajoitetulla joukolla Ikaalisten kaupungin palkattuja toimihenkilöitä, joiden toimenkuvaan järjestelmän ylläpito kuuluu.

10. Tarkastusoikeus

Rekisterissä olevalla on henkilötietolain mukainen oikeus tietojensa tarkastukseen korvauksetta kerran vuodessa. Sen, joka haluaa tarkastaa itseään koskevat tiedot, on esitettävä tästä kirjallinen ja omakätisesti allekirjoitettu tai vastaavalla tavalla varmennettu pyyntö rekisteriasioista vastaavalle yhteyshenkilölle.

11. Oikeus vaatia tiedon korjaamista

Rekisterinpitäjän on ilman aiheetonta viivytystä oma-aloitteisesti tai rekisteröidyn vaatimuksesta oikaistava, poistettava tai täydennettävä rekisterissä oleva, käsittelyn tarkoituksen kannalta virheellinen, tarpeeton, puutteellinen tai vanhentunut henkilötieto.

Rekisterinpitäjä korjaa tiedot henkilötietolain 29 §:n mukaisesti. Tiedonkorjaamispyynnöt on osoitettava rekisteriasioista vastaavalle yhteyshenkilölle.

12. Muut henkilötietojen käsittelyyn liittyvät oikeudet

Rekisteröidyllä on oikeus kieltää rekisterinpitäjää käsittelemästä häntä itseään koskevia tietoja suoramainontaa, etämyyntiä ja muuta suoramarkkinointia sekä markkina- ja mielipidetutkimusta samoin kuin henkilömatrikkeliä ja sukututkimusta varten.

Rekisteröidyllä on oikeus henkilötietolain 30 §:n mukaiseen kieltoon henkilötietojensa käyttämisestä.

Liite 7. Haastattelukysymykset kokille

HAASTATTELUKYSYMYKSET, KOTIKOKKITOIMINTA kysymykset kokille

Taustakysymykset

1. Kuinka palvelun aloittaminen sujui?
2. Kuinka yhteydenpito asiakkaiden ja kotihoidon kanssa on toiminut?

Tarpeet ja arvot

3. Millaiseksi palveluksi olet kokenut kotikokkipalvelun tuottamisen?
4. Millaisia palveluita kotona annettavia palveluita asiakkaat voisivat tarvita?
5. Mitä hyötyä palvelusta on? / Mistä nautit tässä palvelussa?
6. Millaisissa tilanteissa et käyttäisi tätä palvelua (asiakkaana)?
7. Missä asioissa on haasteita / ongelmia joskus tai usein?

Sosiaaliset suhteet, yksinäisyys

8. Kuinka asiakkaat ja heidän omaiset / tuttavat ovat suhtautuneet saatuun palveluun? Millaisia kommentteja olet saanut heiltä?
9. Millaisista asioista yleensä keskustellette?

Aliravitsemus

10. MNA:n hyödyntäminen. Kuinka se on onnistunut?
11. Millaista valmistettu ruoka on?
12. Kuinka monelle päivälle tehty ruoka riittää?

Muut kysymykset

13. Miten kehittäisit palvelua?
14. Mitä muuta haluat sanoa tai kysyä?

Liite 8. Käyttäjäprofileja kuvaavien arvoroolien taulukointi

Tukkimiehen kirjanpidolla:

	Matti	Maija 1	Maija 2	Maija 3	Maija 4	Maija 5	Josta
1.	25 (27%)	59 (59%)	43 (43%)	48 (48%)	34 (34%)	7 (7%)	59%
2.	1 (1%)	0 (0%)	4 (4%)	10 (10%)	3 (3%)	0 (0%)	0%
3.	12 (12%)	2 (2%)	20 (20%)	12 (12%)	8 (8%)	38 (38%)	2%
4.	8 (8%)	34 (34%)	7 (7%)	7 (7%)	31 (31%)	11 (11%)	34%
5.	36 (36%)	1 (1%)	4 (4%)	4 (4%)	3 (3%)	16 (16%)	1%
6.	11 (11%)	2 (2%)	7 (7%)	7 (7%)	8 (8%)	14 (14%)	2%
7.	0 (0%)	2 (2%)	13 (13%)	12 (12%)	12 (12%)	14 (14%)	2%
8.	5 (5%)	0 (0%)	2 (2%)	0 (0%)	1 (1%)	0 (0%)	0%
yhteensä	100	100	100	100	100	100	100

Josta exceltaulukko prosenttilukuina:

	Matti	Maija 1	Maija 2	Maija 3	Maija 4	Maija 5
arvorooli 1	27	59	43	48	34	7
arvorooli 2	1	0	4	10	3	0
arvorooli 3	12	2	20	12	8	38
arvorooli 4	8	34	7	7	31	11
arvorooli 5	36	1	4	4	3	16
arvorooli 6	11	2	7	7	8	14
arvorooli 7	0	2	13	12	12	14
arvorooli 8	5	0	2	0	1	0
yhteensä	100	100	100	100	100	100