

Välipalakori ikäihmisille
Ideasta tuotteeksi käyttäjälähtöisen tuotekehityksen avulla



Kirjonen, Sami

Laurea-ammattikorkeakoulu
Laurea Leppävaara

**Välipalakeri ikäihmisille
Ideasta tuotteeksi käyttäjälähtöisen tuotekehityksen
avulla**

**Kirjonen, Sami
Palvelujen tuottaminen ja
johtaminen
Opinnäytetyö
Joulukuu, 2010**

Kirjonen, Sami

Välipalakeri ikäihmisille - Ideasta tuotteeksi käyttäjälähtöisen tuotekehityksen avulla

Vuosi 2010 Sivumäärä 48

Yksi tulevaisuuden ilmiöistä on väestön huomattava ikääntyminen kaikissa kehittyneissä teollisuusmaissa. Ikäihmisen hyvä arki koostuu myös hyvästä ruoasta ja jokaiselle ikäihmiselle tulisi antaa mahdollisuus hyvään ja terveelliseen ruokaan. Tällä tutkimuksella selvitettiin tarvetta ikäihmisille suunnattuun välipalakeriin. Tavoitteena oli Kotikori-idean pohjalta kehittää ikäihmisille, käyttäjälähtöistä tuotekehitystä apuna käyttäen tuote nimeltään Kotikori. Välipaloja sisältävän Kotikorin tarkoituksena on tarjota terveellisiä ja monipuolisia välipaloja kotona asuville ikäihmisille.

Idea Kotikoriin on lähtenyt Active Life Villagen ja Aalto Yliopiston seniori palveluiden kehittämispäivästä kesällä 2009. Toimeksiantaja tälle tutkimukselle on Active Life Village. Tuotekehitysprosessia on toteutettu Laurea-ammattikorkeakoulussa, jossa tämän opinnäytetyöntekijä on yhdistänyt käyttäjätiedon Kotikori-ideaan.

Opinnäytetyön teoreettinen viitekehys keskittyy käyttäjälähtöiseen tuotekehitykseen. Teoriaosuuteen sisältyy tuotekehitysprojektin selventäminen. Teoreettinen viitekehys asetetaan lähtemään liikkeelle idean syntymisestä, josta siirrytään käyttäjälähtöisen tuotekehitysprosessin tarkasteluun. Tämä opinnäytetyö painottuu käsittämään uuden innovaation alkuvaiheen käyttäjälähtöiseen tuotekehitykseen.

Tutkimusmenetelmänä käytettiin kvalitatiivista eli laadullista tutkimusmenetelmää. Tutkimusaineisto on kerätty haastattelemalla ja havainnoimalla kahdeksaa ikäihmistä, jotka tuotetta testasivat. Tutkimustieto on saatu käyttäjälähtöisestä tuotekehitysprosessista, jossa käyttäjät ovat keskiössä tiedon tuottamisessa. Prosessissa on haettu vastauksia tuotekehityksen erivaiheisiin, jotta tuotetta pystyttiin kehittämään edelleen. Testaukseen osallistuneet ikäihmiset kokeilivat tuotetta normaalin arjen yhteydessä omassa kodissaan.

Tutkimustulosten perusteella on pääteltävissä, että tarvetta olisi Kotikorin kaltaiselle tuotteelle. Saadun käyttäjätiedon avulla voidaan perustella tarpeelliseksi tuotteen jatkokehittämistä. Kotikorin jatkotutkimuksissa tuotetta pitäisi testata niin sanotusti oikealla kohderyhmällä, jotta saataisiin selvitettyä tuotteen tarpeellisuus perinpohjaisesti. Tämän tutkimuksen tuotoksena ovat johtopäätösluvussa esiteltävät kehittämis ehdotukset, joiden pohjalta tuotteen jatkotestaus on mahdollista käynnistää.

Asiasanat: ikäihminen, idea, innovaatio, käyttäjälähtöinen tuotekehitys

Kirjonen, Sami

The Snack Basket for Senior Citizens- A User-Oriented Development Process from Idea to Product

Year	2010	Pages	48
------	------	-------	----

Notable aging of population is one of the future phenomena in all developed industrialized countries. Senior citizens good everyday life partially consists of good nutrition, which every senior citizen should be given an opportunity to achieve. This research studies the need of a snack basket for senior citizen. The objective was to develop a product called the Home Basket for senior citizen. The home basket bases on user-oriented product development. The objective of the Home Basket is to offer healthy and diverse snack options for senior citizens who live at home.

The idea for the Home Basket originates from a service development event for senior citizen held by Active Life Village and Aalto University in summer 2009. This study was commissioned by Active Life Village. The product development process was realized in Laurea University of Applied Sciences. In this thesis user information has been submitted to the Home Basket.

The theoretical context of this thesis focuses on user-oriented product development. The clarification of product development is included in the theoretical section. The theoretical context starts from the beginning of the idea, which is followed by an analysis of the user-oriented product development process. This thesis emphasizes the first steps of a user-oriented product development of a new innovation.

A qualitative research method was used as the research method in this thesis. The research material has been collected through interviewing and observing eight senior citizens who tested the product. The research information has been gathered from the user-oriented product development process, where users are in the centre of producing the information. During the process, information has been gathered from different parts of the product development, in order to be able to develop the product further. The people participating in the experiment of this product were trying out the product in the comfort of their own homes as a part of their everyday lives.

The research shows that, a need for a product like the Home Basket exists. According to the results of this research a further development of the Home Basket is justified. In the further pieces of research of the Home Basket, the product should be tested by the actual target group, in order to examine the necessity of this product thoroughly. The development ideas which are included in the conclusion chapter are the main results of this thesis. Based on these development ideas, further development of this product can be fulfilled.

Keywords: senior citizens, idea, innovation, user-oriented product development

Sisällys

1	Johdanto.....	6
1.1	Tutkimuksen tarkoitus, tavoite, ongelma ja keskeiset käsitteet.....	7
1.2	Tutkimusmenetelmät, tutkimusraportin eteneminen ja tutkimuksen rajaus ...	7
2	Tutkimuksen tausta.....	8
2.1	Kotikori idean synty.....	8
2.2	Yhteistyökumppanit ja toimeksiantaja.....	9
3	Tuotekehitysprojekti.....	9
3.1	Ideasta innovaatioksi.....	9
3.2	Käyttäjätiedon hyödyt tuotekehitysprojektissa.....	11
3.3	Käyttäjäprofilointi.....	12
3.4	Käyttäjätiedon hankintamenetelmät.....	14
4	Tutkimuksen toteutus ja käyttäjälähtöisen tuotekehityksen tulokset.....	17
4.1	Tutkimuksen alkuvaihe.....	18
4.2	Kotikorin testausvaiheen sisällön esittely.....	20
4.3	Tuotteen testaajien esittely.....	23
4.4	Käyttäjätiedon analysointi.....	24
4.5	Testaustulokset.....	25
4.5.1	Tuotekehityksen ensimmäisen vaiheen tulokset.....	25
4.5.2	Tuotekehityksen toisen vaiheen tulokset.....	26
4.5.3	Tuotekehityksen kolmannen vaiheen tulokset.....	28
4.5.4	Tuotekehityksen viimeisen vaiheen tulokset.....	31
4.6	Tutkimuksen luotettavuus.....	32
5	Johtopäätökset.....	34
	Lähteet.....	37
	Taulukot.....	38
	Kuvat.....	38
	Kuviot.....	38
	Liitteet.....	39

1 Johdanto

Yksi tulevaisuuden ilmiöistä on väestön huomattava ikääntyminen kaikissa kehittyneissä teollisuusmaissa. Suuret ikäluokat vanhenevat ja ikääntyneiden osuus väestöstä kasvaa jatkuvasti. Yli 65-vuotiaita arvioidaan olevan suomessa vuonna 2040 runsas neljännes, seuraava taulukko (taulukko 1) tarkentaa kasvua. (Suominen 2008, 6.)

	Yksikkö	2010	2020	2030	2040
Väkiluku	1000	5310	5412	5443	5367
0-14 v.	%	16	16	16	15
15-64 v.	%	66	61	58	58
65- v.	%	17	23	26	27

Taulukko 1: Suomen väestöennuste ikäryhmittäin.

Ikääntyneiden arki muodostuu pitkälti samoista asioista kuin nuorempienkin. Hyvään arkeen kuuluu aktiivinen elämäntapa, ystävät ja harrastukset. Ikäihmisen arki koostuu myös hyvästä ruoasta ja jokaiselle ikäihmiselle tulisi antaa mahdollisuus hyvään ja terveelliseen ruokaan. Osa ikäihmisistä ei kykene valmistamaan itselleen päivittäistä ateriaa ja kaupassa käyntikin voi olla liian raskasta. Kunnat järjestävät ikäihmisille ateriapalvelua, jonka tehtävänä on toimittaa kotona asuville ikäihmisille lämmintä ruokaa.

Tarve olisi saada ikäihmisille myös terveellistä välipalaa kotiin kuljetettuna tukemaan päivittäistä ruokailua. Kaupassa käynti voi olla huonokuntoiselle ikäihmiselle liian rankka suoritus etenkin talvella rankassa lumisateessa ja rollaattorilla jopa vaarallista. Mahdollisella välipalalla ei haluttaisi korvata lämmintä ateriaa, vaan lisätä sillä ikäihmisen oikeanlaista ravitsemusta. Hyvällä ravitsemuksella pystytään parantamaan ikäihmisten elämänlaatua ja terveyttä. Hyvän terveyden turvin ikäihmiset pystyvät asumaan pidempään itsenäisesti kotonaan.

Sosiaali- ja terveysministeriö (2010) on asettanut valtakunnalliseksi tavoitteeksi, että vuoteen 2012 mennessä 75 vuotta täyttäneistä henkilöistä 91 - 92 prosenttia asuisi itsenäisesti kotona. Tavoitteen tueksi tarvitaan juuri edellä mainittujen ravitsemuspalvelujen onnistumista. Sosiaali- ja terveysministeriö (Ikääntymispolitiikka 2009) linjaa ikääntymispolitiikan tavoitteiksi ikäihmisten toimintakyvyn, itsenäisen elämän ja aktiivisen osallistumisen yhteiskunnan toimintaan edistämisen.

Ikäihmisiä tulisi motivoida ottamaan vastuuta oman terveyden ja toimintakykynsä säilyttämisestä. Tulisi myös muistaa se, että ikäihmiset eivät ole vain palvelujen tarvitsijoita, vaan yhteiskunnan voimavara, sillä hyväkuntoiset ikäihmiset toimivat omaishoitajina ja vapaaehtoistyöntekijöinä. (Sosiaali- ja terveysministeriö 2009.)

1.1 Tutkimuksen tarkoitus, tavoite, ongelma ja keskeiset käsitteet

Tutkimuksen tarkoituksena on kehitellä terveellisiä ja monipuolisia välipaloja ikäihmisille. Kotikoria täytettäisiin asiakkaan kotona tarvittaessa. Tarkoituksena olisi, että asiakkaana olevalla ikäihmisellä olisi aina tarjolla terveellisiä välipaloja ilman, että hänen itse tarvitsisi nähdä vaivaa tuotteiden hankkimisesta. Tuotteet valittaisiin Kotikoriin mahdollisesti lääkärin tai ravitsemuksen asiantuntijan kanssa, jotta ne palvelisivat mahdollisimman hyvin käyttäjän etua.

Tavoitteena on saada Kotikori-idean pohjalta ikäihmisille käyttäjälähtöistä tuotekehitystä apuna käyttäen tuote nimeltään Kotikori. Kuluttajatutkimuskeskuksen (Kuluttajatutkimuskeskus 2007) julkaiseman tiedotteen mukaan tuotteista ja palveluista voidaan kehittää parempia käyttäjien avulla. Käyttäjälähtöisen tuotekehityksen hyötyjä on muun muassa se, että tuotteen käyttäjät voivat antaa hyviä ideoita, joita itse tuotekehittäjät eivät osanneet edes ajatella ja lisäksi käyttäjät, jotka testaavat tuotetta pystyvät esittämään suoraan, mitä he haluavat tuotteelta (Hyysalo 2009, 93, 94, 95).

Tutkimuksen pääongelmana on selvittää, onko tämänkaltaiselle tuotteelle tarvetta. Sivututkimusongelmana voidaan pitää sitä, että saataisiin selvitettyä oikea tuotteen käyttäjäryhmä tutkimuksen avulla ja mihin mahdollisissa jatkotutkimuksissa pitäisi keskittyä sekä selvitys siitä minkälaisia tuotteita Kotikorin pitäisi sisältää.

Työn teoreettinen viitekehys kohdistuu tuotekehitykseen ja syvemmin käyttäjälähtöiseen tuotekehitykseen. Kotikorituotteen käyttäjän selventämiseksi määritellään käsite ikäihminen ja ikäihmisen ravitsemus, jotta raportin lukija saisi enemmän taustatietoa kenelle Kotikoria ollaan tekemässä. Lukijalle tulee lisäksi tutuksi testauksessa käytettävät termit. Testaaja tarkoittaa Kotikorin testaukseen osallistunutta henkilöä.

1.2 Tutkimusmenetelmät, tutkimusraportin eteneminen ja tutkimuksen rajaus

Tutkimuskysymysten selvittämiseen raportissa on käytetty kvalitatiiviseen tutkimusperinteesseen liitettäviä aineistonkeruumenetelmiä. Menetelminä on käytetty haastattelun eri muotoja ja havainnointia. Luku neljä esittelee tarkemmin käytetyt tutkimusmenetelmät ja perustelee niiden käyttöä tutkimuksessa.

Tutkimusraportti etenee noudattaen toiminnallisen opinnäytetyöraportin linjaa. Raportti alkaa tutkimuksen taustojen esittelyllä. Luvussa kaksi esitellään lisäksi projektin työstämiseen osallistuneet henkilöt sekä tutkimuksen toimeksiantaja.

Luvussa kolme siirrytään työn teoreettiseen viitekehykseen. Siinä käydään läpi, miten tuotekehitysprojekti käynnistetään. Sen jälkeen syvennyttään käyttäjälähtöiseen tuotekehitykseen, jonka avulla tutkimustyötä on viety eteenpäin. Seuraavaksi siirrytään käyttäjäprofilointiin, jotta lukijalle saadaan selvitettyä kenelle tuotetta ollaan tekemässä. Luvun päättää käyttäjätiedon hankintamenetelmien esittely.

Luvussa neljä käydään läpi tutkimuksen toteutus ja käyttäjälähtöisen tuotekehityksen eri vaiheiden tulokset. Luku neljä alkaa tutkimuksen alkuvaiheiden läpikäymisellä, josta siirrytään Kotikoriin sisällön esittelyyn. Sisältö on valittu käyttäjän tarpeiden mukaan. Seuraavaksi siirrytään tuotteen testaaajien esittelyyn, josta jatketaan siihen miten saatu käyttäjätieto on analysoitu ennen siirtymistä tuloksien esittelyyn. Luku päättyy tutkimuksen luotettavuuden selvitykseen. Opinnäytetyö päättyy lukuun viisi, jossa esitellään johtopäätökset.

Opinnäytetyö rajataan koskemaan uuden innovaation alkuvaiheen tuotekehitystä käyttäjälähtöisesti. Työssä keskitytään käyttäjälähtöisen kehittämisen avulla saadun käyttäjätiedon hyödyntämiseen tuotteen kehittämisessä. Työssä ei oteta kantaa tuotteen kaupallistamiseen eikä tuotekehityksen loppuvaiheeseen.

Tutkimustyö Kotikoriin toteutettiin yhdessä Laurean opiskelijan Sanna Aution kanssa. Tutkimustyön jälkeen kumpikin työsti omat opinnäytetyönsä kyseisestä aiheesta. Tässä opinnäytetyössä esitellään vain tekijän omat tutkimustulokset hankitusta tutkimusaineistosta.

2 Tutkimuksen tausta

Tässä luvussa esitellään tutkimuksen tausta, mistä idea Kotikoriin on syntynyt ja kenen toimesta. Lisäksi esitellään yhteistyökumppanit ja tutkimuksen toimeksiantaja.

2.1 Kotikori idean synty

Idea Kotikoriin on lähtenyt Active Life Villagen ja Aalto Yliopiston senioripalveluiden kehittämispäivästä kesällä 2009. Idea on siis opiskelijoiden aivoriihen tuotos.

Kotikoriin-idea syntyi osana Aalto yliopiston Design Factoryn opiskelijoiden tekemää ”Soita mummolle” projektia.

Ensin projekti kulki työnimellä ”Home minibar delivery for elderly”, mutta nopeasti huomattiin, että tuotteen nimeä pitää yksinkertaistaa. Ideoinnin tuloksena kehittyi suomenkielinen ja helpommin mieleen painuva nimi Kotikori.

2.2 Yhteistyökumppanit ja toimeksiantaja

Toimeksiantajan johdolla projekti lähti liikkeelle tammikuussa 2010. Projektiin saatiin heti mukaan CoreFinland Oy:stä Joonas Turkama. CoreFinland Oy halusi selvittää oliko Kotikori ideassa mahdollisuus laajentaa heidän liiketoimintaa. Aalto Design Factorystä projektiin saatiin Esa Reilio sekä graafiset suunnittelijat Stefania Passera ja Reetta Maila. Laurea-ammattikorkeakoulusta lehtorit Sirkka Antinluoma ja Marja Mikkola. Toimeksiantaja Active Life Villagesta mukana olivat kehittämispäällikkö Pia Kiviharju, tutkimusjohtaja Katariina Rajj ja toimitusjohtaja Olli Nuuttila.

Active Life Village Oy on siis tutkimuksen toimeksiantaja ja se myös rahoitti Kotikori-projektin. Kaikki tutkimukseen liittyvät tapaamiset järjestettiin sen toimipisteessä. Yhteishenkilö toimeksiantajalta oli kehittämispäällikkö Pia Kiviharju. Laurea Otaniemen toimipisteessä toimiva Active life Village on ainutlaatuinen hyvinvointiosaamiskeskus. Sen tavoitteena on edistää kilpailukykyisten innovaatioiden syntyä ja kaupallistamista yhteistyössä niitä käyttävien ihmisten kanssa. Active Life Villagessa kehitettyjen innovaatioiden tarkoitus on edistää ihmisten hyvinvointia.

3 Tuotekehitysprojekti

Tässä luvussa esitellään työn teoreettinen viitekehys. Kyseessä on siis tuotekehitysprojekti, joten luvussa käydään lyhyesti läpi, mitä tarkoitetaan tuotekehitysprojektilla ennen siirtymistä käyttäjälähtöiseen tuotekehitykseen. Lukijalle selvennetään, mitä hyötyä on käyttäjätiedolla ja suoralla käyttäjäyhteistyöllä uuden innovaation kehittämisessä.

Käyttäjälähtöisessä tuotekehittämisessä on tärkeitä tietää kenelle tuotetta tehdään, joten tässä luvussa esitellään Kotikorituotteen käyttäjäryhmä sekä käyttäjätiedon hankintamenetelmät. Teoreettisen viitekehityksen avulla pyritään todistamaan, miksi käyttäjälähtöinen tuotekehitys soveltuu juuri kyseiseen tutkimukseen.

3.1 Ideasta innovaatioksi

Uusia ideoita syntyy ja kuolee jatkuvasti, mutta tärkeitä on tuottaa paljon tuoteideoita (Rekola & Rekola 2003, 33). Tilastollisesti yhteen kaupallisen menestystuotteen löytämiseen tarvitaan noin 1000-3000 ideaa (Rekola & Rekola 2003, 33). Innovaatioita on monenlaisia, mutta jokaisen tärkein tehtävä on luoda uutta arvoa asiakkaille (Hyysalo 2009, 29). Hyysalo (2009,

30) luokittelee kirjassaan innovaatiot seitsemään eri lajiin: Tuote- ja palveluinnovaatioihin, teknologisiin innovaatioihin, designinnovaatioihin, markkinointi-innovaatioihin, jakeluinnovaatioihin, prosessi- ja kulttuuri innovaatioihin ja strategiainnovaatioihin.

Kotikori-innovaatio kuuluu tuote- ja palveluinnovaatioihin. Sillä tarkoitetaan nykyisten tuotteiden tai palveluiden parantamista, samoin kuin uusien lanseeraamista (Mäkeläinen & Solatie 2009, 30). Innovaatioprosessi alkaa ideoinnista, jatkuu siitä suunnitteluun, prototyypin valmistukseen ja tuotannon kautta lopulta markkinointiin ja myyntiin (Jylhä & Viitala 2001, 94). Innovaatioprosessiin osallistuvat niin suunnitteluinsinöörit, muotoilijat kuin markkinointihenkilötkin. Innovaatioprosessin lopputulosta kutsutaan tuotteeksi (Jylhä & Viitala 2001, 94).

Kun kyseessä on selkeästi projektimainen toteutus tavoitteineen, resurssineen ja aikatauluineen, niin voidaan puhua tuotekehitysprojektista. Tuotekehitysprojektikin on osa laajaa innovaatiotoimintaa. Aikaisemmin käytettiin termiä tuotekehitys, mutta nykyisin tuotekehitys-termiä yleisempi termi on innovaatioprosessi. Tuotekehitysprojekti on osa innovaatiotoimintaa, joka puolestaan on siis jatkuvaa ja hajautettua jokapäiväistä toimintaa. (Hietikko 2008, 41.)

Tuotekehitysprojekti on rajattu koskemaan tiettyä tuotetta. Sillä on oma organisaationsa, omat tavoitteensa ja rajallinen aikataulu. Tuotekehitysprojekti ei poikkea yleiseltä rakenteeltaan muista projekteista, vaan siihen sisältyy muiden projektien tapaan suunnitelmat, johto, ohjaus, katselmoinnit ja palaverit. (Hietikko 2008, 41; Viitala & Jylhä 2001, 98.)

Projekti alkaa yleensä kick-off- tilaisuudella. Tilaisuudessa projektin toimeksiantaja esittelee projektin. Projektia varten on voitu laatia esimerkiksi Mission Statement -määrittely tai perinteinen projektisuunnitelma. (Hietikko 2008, 45; Jylhä & Viitala 2001, 98.)

Mission Statement -määrittelyn tarkoituksena on kiteyttää yhdelle A4-sivulle projektin lähtökohdat. Mission Statementin sisällöstä tulisi selvittää tuotteen kuvaus, keskeiset tavoitteet, päämarkkinat, toissijaiset markkinat ja sidosryhmät. Projektisuunnitelmaan tulisi sisällyttää ainakin tavoitteet, resurssit, aikataulut, tehtävät ja vastuunjako. (Hietikko 2008, 45, 46, 47, 48; Jylhä & Viitala 2001, 98.)

Kyseiset kaksi edellä mainittua projektinasettamisvaiheen työkalua ovat esimerkkejä, kuinka projektin voi käynnistää. Projektityöskentelyyn on varmasti olemassa useita eri menetelmiä ja laajempia suunnitelmia, mutta Kotikorin kick-off- tilaisuudessa laadittiin edellä mainittujen projektinasettamisvaiheiden pohjalta Kotikoriprojektin pelisäännöt ja jaettiin tehtävät sekä vastualueet.

3.2 Käyttäjätiedon hyödyt tuotekehitysprojektissa

Onnistunut tuote nojaa kolmeen tukipilariin. Tuotteen on oltava teknisesti toimiva, kaupallisesti kannattava sekä käyttäjilleen hyötyä ja mielihyvää tuottava (Hyysalo 2009, 17). Käyttäjiä ja käyttöä koskeva tiedonkeruu on yksi tuotekehityksen tärkeimmistä seikoista. Seuraava kuvio (kuvio 1) hahmottaa onnistuneen tuotteen tukipilarit.



Kuvio 1: Tuotekolmio

Tärkein tukijalka tuotekolmiossa tämän opinnäytetyön kannalta on käytön suunnittelu. Käytön suunnittelun pohjaksi tehdään markkinatutkimusta, jonka avulla kartoitetaan mahdolliset kilpailijat ja potentiaaliset asiakkaat. Käytön suunnittelun apuna voidaan myös käyttää asiakastietoa (Hyysalo 2009, 17).

Käyttäjätieto ja asiakastieto ovat kuitenkin eri tavalla kerättyä tietoa, asiakastiedot käsittävät vain tuotteesta annetut palautteet, palautukset ja ostajamäärät, kun taas käyttäjätiedon avulla tuotteita ja palveluita pystytään kehittämään paremmiksi, koska käyttäjätiedon avulla tiedetään ketkä tulevat tuotetta käyttämään, mihin, miksi, missä käyttöyhteyksissä ja minkälaisessa ympäristössä. (Hyysalo 2009, 11.)

Käyttäjätiedon pohjalta saadaan tietoa, mikä on sellaista uutta, jota tuotekehityksessä kannattaa pyrkiä luomaan. Käyttäjätietoon sisältyy siis markkinatutkimuksia ja asiakastietoa syvällisempiä tietoja käyttäjistä. Syvällisempi tieto asiakkaista on omiaan täydentämään ja yhdistämään helposti toisistaan erille jäävää markkina- ja asiakastietämystä. Saatu asiakaspaute voidaan paremmin suhteuttaa selvitettyyn käyttäjätietoon, jolloin siitä saadaan huo-

mattavasti enemmän irti. Käyttäjätiedon avulla voidaan luoda hyödyllinen ja miellyttävä tuote sen tosiasialliselle käyttäjälle. Tällainen tuote tai palvelu on:

- **Haluttava:** vastaa käyttäjien toiveita ja tarpeita.
- **Hyödyllinen:** auttaa käyttäjää saavuttamaan tavoitteensa ja kehittämään toimiaan.
- **Käytettävä:** käyttö on helppoa myös käytännössä.
- **Miellyttävä:** käyttö ja hallussapito tuottavat iloa. (Hyysalo 2009, 17.)

Hyysalo (2009, 11) esittää kirjassaan hyvän esimerkin, mihin kysymyksiin käyttäjätieto antaa parhaimmat vastaukset. Esimerkki tuotteena on pyöräilyyn suunniteltu GPS -karttapaikannin. Pyöräilyyn suunniteltua GPS paikanninta käyttävät pyöräilijät ja tietysti suunnistaakseen oikeaan osoitteeseen. Jotta pyöräilijä voi katsoa paikantimen näyttöä ajaessaan, niin näytön tulee olla riittävän suuri ja sen tulee sijaita ohjaustangossa.

Tämä tieto on saavutettu omalla arkijärjellä, tilanne muuttuu kun halutaan saada tietoa esimerkiksi siitä, kuinka suuri kartan pitää näytöllä olla, jotta siitä saa selvää? Tai kuinka suuri laite saa olla, että sen saa helposti vaikkapa taskuun? Tai eri käyttäjäryhmien selvittäminen, miten he haluavat laitetta käyttä? Toisin sanoen voidaanko tuote tehdä usealla eri käyttäjäryhmälle samanlaisena, vai pitääkö tuoda markkinoille eri versioita, jotka soveltuvat läheteille, retkeilijöille tai työmatkapyöräilijöille? Luotettavat vastaukset tämänkaltaisiin kysymyksiin ovat käyttäjätieto. Monet tuotteet tai palvelut ovat epäonnistuneet juuri käyttäjien tarpeiden huomiotta jättämisessä. (Hyysalo 2009, 11.)

Innovaatiot eivät aina lähde liikkeelle yritysten tuotekehitysosastoilta, vaan tuotteiden käyttäjillä saadaan paljon tukea ja tietoa tuotteen kehitystyöhön. Suorassa käyttäjäyhteistyössä käyttäjille annetaan aktiivinen rooli johonkin tuotekehitykseen liittyvän osa-alueen aikaansaamisessa. Tällainen työtapa on hyvä juuri silloin, kun tuotetestaajat eivät tunne hyvin tulevia kohdemarkkinoita tai käyttäjiä. Suunnittelu ja testausvaiheessa käyttäjät pystyvät suoraan osoittamaan, mitä he haluavat tai tarvitsevat tuotteelta. (Hyysalo 2009, 93, 94.)

Suoran käyttäjäyhteistyön hyötyinä on se, että käyttäjät pystyvät esittämään suoraan, mitä he haluavat ja vaativat tuotteelta. Lisäksi käyttäjät tuovat tietoa asioista, joihin tuotekehittäjät eivät ehkä olisi osanneet suunnata huomiota. Suoraan käyttäjäyhteistyöhön tarvitaan aikaa ja resursseja, että yhteistyö saadaan käynnistettyä ja pidettyä käynnissä. Käyttäjille tarvitaan myös havainnointivälineitä tai tuotteen prototyyppijä testaukseen. (Hyysalo 2009, 94, 95.)

3.3 Käyttäjäprofilointi

Tuotekehitys jakaantuu siis eri vaiheisiin ennen kuin itse tuotetta voidaan testata käyttäjillä. Tuotekehitysprojektiin osallistuvien tulee tuntea niin sanotusti käyttäjä ja käyttäjien mahdolliset erityistarpeet. Kotikorin käyttäjä on kotona asuva ikäihminen. Vanhuus on määritelty alkavaksi, kun ihminen täyttää 65 vuotta (Suominen 2008, 5). Useimmat yli 60-vuotiaista ovat sitä mieltä, että vanhus-nimitystä tulisi käyttää vasta yli 85-vuotiaista. Suositeltavia nimityksiä ovat muun muassa ikääntynyt, iäkäs ihminen tai ikäihminen (Suominen 2008, 5).

Tässä työssä käytetään nimitystä ikäihminen. Kaikki Kotikorin testaukseen osallistuneet ihmiset olivat yli 65-vuotiaita. Tutkimuksen aikana käytettiin ikäihminen-nimitystä, kun oltiin tekemisissä testaaajien kanssa, koska vanhus-nimitys ei soveltunut kohderyhmälle, kuten edellisessä kappaleessa todettiin.

Ikäihmisen ravitsemuksen tärkeimpiä tavoitteita on saavuttaa hyvä ravitsemustila ja ravitsemuksen avulla riittävä toimintakyky ja hyvä elämänlaatu. Ikääntyessä ihmisen liikkuminen vähenee ja perusaineenvaihdunnan taso laskee hieman ja näin ollen energiantarve pienenee. Eroja yksilöiden välillä on tietenkin. Runsaasti liikkuvan ja aktiivisen ikääntyneen ihmisen energiantarve voi olla jopa suurempi kuin vähän liikkuvan nuoren aikuisen. Ikäihmisen on käytettävä enemmän energiaansa liikkumiseen kuin nuorempana, joten liikkuminen vaatii enemmän ponnistelua kuin aikaisemmin. (Ihanainen, Lehto, Lehtovaara & Toponen 2004, 83; Suominen 2008, 12.)

Ihmisen ikääntyessä vitamiinien ja kivennäisaineiden tarve ei pienene ja siksi ruoan laatuun ja määrään on hyvin tärkeää kiinnittää huomiota. Ikääntynyt ihminen tarvitsee aiempaa enemmän joitakin vitamiineja ja proteiineja. Lisäksi monet sairauksiin ja ikääntymiseen liittyvät muutokset ihmisessä lisäävät ravintoaineiden hukkaa elimistössä, jolloin niitä pitää saada tavallista runsaammin. Monipuolinen ja vaihteleva ruokavalio turvaa tietenkin parhaiten ikäihmisten ravintoaineiden saannin, mutta lisäksi olisi hyvä suositella ikäihmisille vitamiini- ja kivennäisainelisiä. (Suominen 2008, 12.)

Ikäihmisen ravitsemustavoitteita ovat hyvä ravitsemustila, riittävät ravintoainevarastot, toimintakyvyn ylläpito ja sen edistäminen sekä tietenkin hyvä elämänlaatu. Energiansaannin tulisi vastata ikäihmisen kulutusta, ettei kertyisi liikakiloja. Ravintoainevarastojen tärkeys korostuu silloin, jos tulee yllättäviä sairasteluja tai stressitilanteita ikäihmisille, koska tällöin ihmisen keho pystyy omista varastoistaan antamaan tarvittavat ravintoaineet ja näin ollen toipuminen on nopeampaa. Sairastaminen ja siitä toipuminen vievät ikäihmisiltä paljon energiaa ja ravintoaineiden tarve usein lisääntyy. (Suominen 2008, 12.)

Ikääntyessä janontunne heikkenee, mutta nestettä tulisi juoda riittävästi. Ikäihmisen tulisi nauttia vähintään puolitoistalitraa nestettä päivässä. Hyviä janojuomia ikäihmisille ovat muun

muassa vesi, laimeat mehut ja mehukeitot. Juomien monipuolisuus houkuttelee myös ikäihmisiä juomaan. Erilaiset juomat ovat hyviä ravintoaineiden lähteitä ja oivallisia välipaloja. (Ihanainen ym. 2004, 86; Suominen 2008, 45, 46, 48.)

Kyky erotella makuja heikkenee ikääntymisen seurauksena myös useat sairaudet ja lääkkeet heikentävät maku- ja hajuaistia. Syömiseen liittyvät ongelmat huonontavat ikäihmisten ruokavaliota. Lääkkeiden aiheuttama suun kuivuminen heikentää kykyä maistaa ja kuivassa suussa ei mikään maistu miltään ja nieleminenkin on vaikeaa. Tämän vuoksi ikääntyneet saattavat tuntea vastenmielisyyttä ruokailuun. (Suominen 2008, 34, 35.)

Usein juuri ruokahaluttomuuteen syynä ovat muun muassa sairaus, lääkkeet, suun huono hygienia tai tarjotun ruoan soveltumattomuus ikäihmisille. Suominen (2008, 36) mukaan ruokahaluttomuuteen voi kokeilla erilaisia menetelmiä, että saataisiin ruokahalu taas heräämään. Kotikori olisi hyvä uusi keino ruokahaluttomuuden lääkkeeksi. Suominen (2008, 36) kirjoittaa myös, että ikäihmisille olisi hyvä tarjota pieniä annoksia useasti, niistä saa runsaasti energiaa ja tärkeänä seikkana on se, että ruokailun tulisi tuottaa mielihyvää. Kotikorin tarkoitus on juuri tuottaa sen käyttäjälle mielihyvää ja tuotteet ovat myös tarjolla pieninä annoksina.

Ruokailu ei voi tuottaa mielihyvää jos ikäihminen kärsii nielemis- ja puremishäiriöstä (Suominen 2008, 37). Suominen (2008, 37) mukaan pureskeluongelma johtaa syljen erityksen vähenemiseen, joka taas aiheuttaa suun kuivumista. Suominen (2008, 37) mukaan suun kuivumisen estämiseen hyviä keinoja on kuitupitoinen ruoka, pähkinät, hedelmät, kasvikset ja ksylitolituotteet.

Tuotteen käyttäjän profiloinnin jälkeen käyttäjä tunnetaan paremmin, joten itse tuotteelle saadaan parempaa sisältöä. Kotikorin testausta varten oli tärkeää tietää ikäihmisen ravitsemuksesta, koska tuotteiden piti soveltua juuri ikäihmisille ravitsemuksellisesti. Jos ikäihmisen oikeaoppista ravitsemustietoa ei olisi selvitetty, olisi Kotikorin testausvaiheen sisältöön saatanut valikoitua aivan vääränlaisia tuotteita, tämä olisi taas johtanut siihen, että kehitteillä olevan tuotteen tarkoitus olisi hävinnyt. Tarkoituksenahan oli siis tuottaa ikäihmisille heidän oikeaoppisen ravitsemuksen pohjalta terveellinen välipalakori.

3.4 Käyttäjätiedon hankintamenetelmät

Kotikorin sisältö valittiin vastaamaan käyttäjien tarpeita, joten prosessin seuraavassa vaiheessa lähdettiin keräämään käyttäjätietoa. Käyttäjätiedon keräämiseksi käytimme kolmea menetelmää. Niitä käytetään yleisesti käyttäjälähtöisen tuotekehityksen tukena. Menetelmiksi valittiin haastattelu, kysely ja havainnointi. Haastattelujen avulla halusimme saada tietoa itse Kotikorista ja sen sisällöstä. Käyttäjätiedon tärkeys korostuu juuri tämän kaltaisten uusien tuotteiden testauksessa.

Kvalitatiivisissa tutkimuksissa haastattelu toimii päämenetelmänä. Itse haastattelutilanteessa ihminen on subjekti, merkityksiä luova ja aktiivinen osapuoli. Kun tutkimusaihe on vähän kartoitettu niin sanotusti tuntematon alue, niin haastattelun hyvät edut tulevat esiin. Haastattelu on myös menetelmänä joustava ja se sallii täsmennykset. (Hirsjärvi ym. 2007, 199, 200, 201.)

Haastattelumenetelmälajiksi valitsimme teemahaastattelun. Teemahaastattelussa haastattelun aihepiirit eli teema-alueet on etukäteen määrätty. Menetelmässä kysymysten muoto ja järjestys eivät ole keskeisessä asemassa, kuten strukturoidussa eli lomakehaastattelussa. Haastattelijan tulee varmistaa, että kaikki etukäteen päätetyt teema-alueet läpikäydään haastateltavan kanssa, mutta niiden laajuus ja järjestys vaihtelevat eri haastattelujen välillä. (Hirsjärvi ym. 2007, 203, 204.)

Valmiiden yksityiskohtaisten kysymysten sijaan haastattelu etenee tiettyjen keskeisten teemojen varassa. Tällainen lähestymistapa tuo etenkin tutkittavan äänen kuuluviin. Teemahaastattelu ottaa huomioon sen, että ihmisten tulkinnat asioista ja heidän asioille antamat merkitykset ovat keskeisiä, samoin kuin sen, että merkitykset syntyvät vuorovaikutuksesta. (Hirsjärvi ym. 2007, 203, 204.)

Haastattelut suoritimme haastateltavien kotona, joten emme pystyneet itse vaikuttamaan Hirsjärven ja Hurmeen. (2000, 74) huomioon siitä, että haastattelupaikan tulisi olla rauhallinen ja mielellään erillinen tila ja lämpötilan ja valaistuksen tulisi olla myös riittävä. Haastateltavien kotona, oli riittävän hyvät tilat suorittaa haastattelut, joten haastattelujen onnistuminen ei jäänyt kyseisestä seikasta kiinni. Hirsjärvi ja Hurme. (2000, 75) neuvovat myös tallentimen käyttöä haastatteluissa.

Ikäihmisiä haastateltaessa tulee ottaa huomioon se, että vaikka ikäihmiset ovat tottuneet erilaisiin teknisiin välineisiin, saattaa haastattelun tallentaminen olla joillekin heistä vieras ajatus (Ruusuvoori & Tiittula 2005, 129). Kysyimme aina haastattelujen alussa lupaa tallentamiseen ja perustelimme tallentimen käyttöä. Kaikki haastateltavat ymmärsivät tallentimen käytön tärkeyden tutkimuksessa.

Ruusuvoori ja Tiittula (2005, 128,129) toteavat kirjassaan, että ikäihmisiä haastateltaessa haastattelija on yleensä nuorempi ja tätä seikkaa voidaan pitää ongelmana. Tutkimukselle voi olla hyödyksi se, että haastattelija on mahdollisemman lähellä haastateltavan ikää, mutta käytännössä tämä ei ole mahdollista ainakaan opinnäytetyöhön liittyvän tutkimuksen tekemisessä. Haastattelutilanteissa minulle ei ainakaan tullut mieleen, että olisi ongelmia suuren ikäeron vuoksi. Mielestäni omalla käyttäytymisellä ja haastateltavien kunnioituksella pystyin

saamaan haastateltavien luottamuksen siihen, että kyllä nuori mieskin pystyy haastattelemaan ikäihmistä.

Ruusuvuori ja Tiittula (2005, 128, 129) kertovat kirjassaan, että ikäihmisiä ei ole vaikea löytää haastateltaviksi, koska heillä on enemmän vapaa-aikaa kuin työkäisillä. Monet ikäihmiset kokevat myös arvokkaaksi asiaksi haastateltavaksi pääsemisen. Haastattelut voivat myös tuoda vaihtelua yksin asuvan ikäihmisen arkeen. Haastattelu saattaa olla päivän odotettu ohjelmanumero. Erityisesti silloin jos haastattelu tapahtuu ikäihmisen kotona, saattaa haastatteli ja huomata joutuneensa ennemmin vierailulle kuin haastattelua tekemään. Tämä edellä mainittu seikka on aivan totta ja saimmekin nauttia haastattelujen yhteydessä ikäihmisten vieraanvaraisuudesta.

Käytimme yhtenä tutkimusmenetelmänä kyselyä. Kysely tunnetaan survey tutkimuksen keskeisenä menetelmänä ja sen englanninkielinen termi survey tarkoittaa sellaisia kyselyn muotoja joissa aineistoa kerätään standardoidusti. (Hirsjärvi ym. 2007, 188, 189.)

Käytimme kontrolloitua kyselyä ja sen toista muotoa informoitua kyselyä. Kyselylomakkeen teko vaiheessa tulisi ottaa huomioon Hirsjärven ym. (2007, 199) mukaan se, että lomake olisi helposti täytettävän näköinen ja ulkoasultaan moitteeton. Mielestäni lomake oli ulkoasultaan selkeä ja moitteeton. Hirsjärven ym. (2007, 199) mukaan joissakin tapauksissa lomakkeisiin merkitään valmiiksi koodausmerkinnät, jos kyseessä on suuri aineistonkeruu. Emme kuitenkaan kokeneet koodausmerkintää tarpeelliseksi, koska testauksessa oli mukana vain kahdeksan henkilöä.

Kyselyn ja haastattelun avulla saadaan selville, mitä henkilöt ajattelevat, tuntevat ja uskovat, mutta ne eivät kerro sitä mitä todella tapahtuu. Havainnoin avulla saadaan tietoa siitä, että toimivatko ihmiset niin kuin he sanovat toimivansa. Havainnoin avulla saadaan selvitettyä mitä todella tapahtuu siinä ympäristössä mitä tutkitaan. Havainnoinnilla saadaan välitöntä suoraa tietoa yksilöiden, ryhmien tai organisaatioiden toiminnasta ja käyttäytymisestä. (Hirsjärvi ym. 2007, 208.)

Havainnointi menetelmiä on useita ja niitä voidaan kuvailla kahdella jatkumolla. Ensimmäinen jatkumo kuvaa sitä, miten tiukasti havainnointia on säädelty. Kyseisessä jatkumossa havainnointi voi olla hyvinkin systemaattista ja tarkasti jäseneltyä, tai se voi olla täysin vapaata ja luonnolliseen toimintaan mukautunutta. Toinen jatkumo taas kuvaa havainnoijan roolia tilanteessa. Hän voi olla ryhmän jäsen, tai täysin ulkopuolinen. (Hirsjärvi ym. 2007, 209.)

Näiden ulottuvuuksien pohjalta syntyvät havainnoinnin lajit ja nimitykset, joita ovat *systemaattinen havainnointi* ja *osallistuva havainnointi*. *Systemaattinen havainnointi* on systemaattista ja tarkasti jäseneltyä ja havainnoija on ulkopuolinen toimija, kun taas *osallistu-*

vassa havainnoinnissa, havainnointi on vapaata tilanteessa muotoutuvaa havainnointia ja havainnoija osallistuu itse toimintaan. *Systemaattista havainnointia* käytetään yleensä kvantitatiivisissa tutkimuksissa, kun taas *osallistuvaa havainnointia* menetelmää käytetään yleensä kvalitatiivisissa tutkimuksissa. (Hirsjärvi ym. 2007, 208).

Opinnäytetyöhön liittyvässä tutkimuksessa käytettiin ohuesti osallistuvaa havainnointia. Käytän ohuesti termiä sen vuoksi, koska havainnointi on työläs menetelmä ja sen oikeaoppinen käyttö ja suunnittelu vievät varmasti enemmän aikaa, kun haastattelujen ohessa tehty havainnointi. Hirsjärvi ym. (2007, 211) toteavat, että usein osallistuvassa havainnoinnissa tutkija pyrkii pääsemään ryhmän jäseneksi, mutta omassa tutkimuksessa tarkoituksena ei ollut päästä ryhmän jäseneksi. Havainnoinnin tarkoituksena oli saada kokemuksia ikäihmisten arjesta, jotta pystyin paremmin ymmärtämään kenelle tuotetta ollaan tekemässä.

Havainnointimenetelmällä on pitkä historia, mutta tuotekehittäjien käyttöön se on levinnyt vasta 1980-luvulla (Hirsjärvi ym. 2007, 207, 208; Hyysalo 2009, 106). Havainnoinnilla tarkoitetaan tässä yhteydessä ihmisten toimien seuraamista heidän omissa ympäristöissään. Tuotekehittäjä saa omakohtaisen yleistuntuman käyttäjistä, heidän toimistaan ja käyttöympäristöistään (Hyysalo 2009, 106). Tuotekehittäjän kannalta havainnointi antaa mahdollisuuden muodostaa käsityksen siitä, minkälaisessa ympäristössä suunniteltavaa tuotetta tullaan käyttämään (Hyysalo 2009, 106).

Vähimmillään havainnointi tarkoittaa muutaman tunnin oleskelua käyttäjien ympäristössä. Havainnoijan tulee seurata mitä tapahtuu käyttäjien ympäristössä, ovatko he sitten työssä tai vapaa-ajalla, miksi he tekevät asioita niin kun he tekevät. Havainnoija voi myös kysellä ihmisiltä epäselviksi jääviä seikkoja, tai pyytää heitä selventämään miksi he toimivat niin kuin toimivat ympäristössään. Havainnot tulee kirjata ylös ja havainnointia voi tukea myös kameralla. (Hirsjärvi ym. 2007, 207, 208; Hyysalo 2009, 106, 107.)

4 Tutkimuksen toteutus ja käyttäjälähtöisen tuotekehityksen tulokset

Tässä luvussa on esittelyssä Kotikoriprojektin eteneminen ja tuotekehityksen erivaiheiden tulosten esittely. Luku etenee Kotikoriprosessin mukaisesti eli ensiksi luvussa esitellään, miten projektia on lähdetty työstämään. Koska tutkimus on osa käyttäjälähtöistä tuotekehitystä ja tuotteen käyttäjä on esitelty luvussa kolme, niin seuraavaksi käydään läpi tuotteet, jotka valittiin Kotikorin testausvaiheen sisällöksi vastaamaan käyttäjän tarpeita.

Tästä jatketaan siihen, miten saatu käyttäjätieto on analysoitu, jotta on saatu tutkimustuloksia. Luku jatkuu testaaajien esittelyllä, jonka jälkeen vaiheittaisen tuotekehityksen tulosten esittely. Luvun päättää tutkimuksen luotettavuuden arviointi. Luvun tarkoituksena on kuvata,

miten käyttäjälähtöisen tuotekehityksen erivaiheet näkyivät Kotikoriin (Kuva 1) kehittämissä.

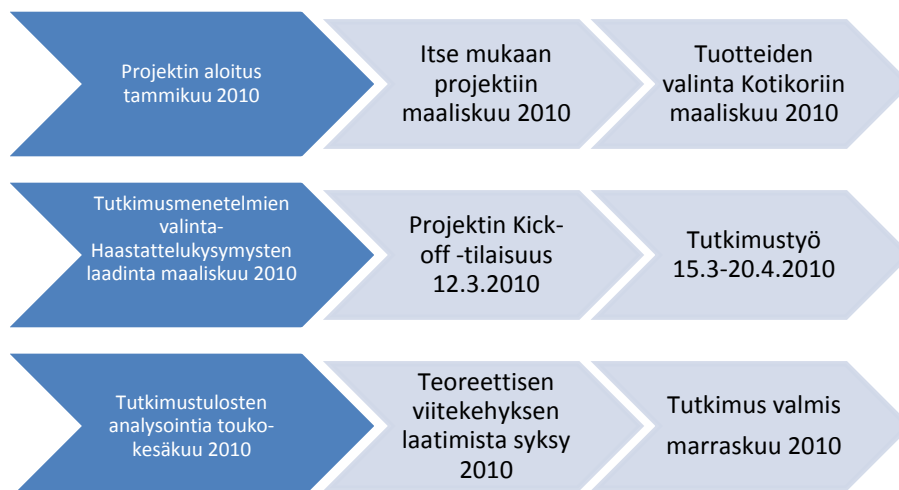


Kuva 1: Kotikori

4.1 Tutkimuksen alkuvaihe

Kotikori-projekti käynnistyi tammikuussa 2010 ja itse aloin työskentelemään projektin parissa maaliskuun alussa 2010. Olin juuri aloittanut opinnäytetyökurssin, kun Laurean opiskelija Sanna Autio tuli esittelemään Kotikori-projektin ryhmällemme. Sanna tarvitsi tutkimuksen tekoon apua ja itselläni ei ollut vielä silloin aihetta opinnäytetyöhön ja Kotikori-projekti vaikutti todella kiinnostavalta.

Ilmoitin Sannalle kiinnostukseni lähtöä mukaan työstämään projektia ja pääsinkin heti seuraavalla viikolla mukaan projektiin. Osuudeksi muodostui alkuvaiheessa tuotteiden valinta Kotikoriin ensimmäiseen testausvaiheeseen. Seuraava kuvio (kuvio 2) selventää tutkimuksen työvaiheita.



Kuvio 2: Tutkimuksen työvaiheet

Haastatteluja varten suunnittelimme kysymykset yhdessä Sannan Aution kanssa. Hyväksytimme haastattelurungot toimeksiantajalla. Koska projektissa oli mukana monta eri toimijaa, niin haastattelukysymykset piti laatia kattamaan kaikkia toimijoita. Aalto design factoryn opiskelijoiden Reetta Mailan ja Stefania Passeran vastuulla oli itse Kotikoron fyysinen olemus, joten he halusivat saada meiltä tietoa Kotikoron ulkonäöstä ja sen käytettävyydestä testaajilta, kun taas Joonas Turkama halusi taas saada tietoa liittyen Kotikoron tuotteiden hinnoitteluun ja tuotteiden jakeluun. Haastattelukysymykset oli siis laadittu kattamaan monen eri hankkeen kanssa toimivan tiedon tarpeiden pohjalta.

Itse projekti käynnistettiin todenteolla perjantaina 12.3.2010 Espoon Otaniemessä Active Life Villagen toimitiloissa. Kotikoron testaukseen osallistujille oli lähetetty kutsu saapua infotilaisuuteen. Heille oli myös ilmoitettu infotilaisuudesta jo puhelimitse, kun heiltä oli tiedusteltu halukkuutta osallistua testaukseen. Tilaisuudessa käytiin läpi yleisesti testaukseen liittyviä asioita, kuten aikataulua ja Kotikoron tuotteita. Infotilaisuudessa omaksi osuudekseni muodostui Kotikoron tuotteiden esittely ja perustella, miksi mikäkin tuote oli päätynyt koriin sekä vastaaminen esitettyihin kysymyksiin.

Infotilaisuus sujui hyvin ja saimme sovittua testaajien kanssa päivät jolloin toimittaisimme heille Kotikoron ja teimme myös kirjallisen sopimuksen (liite 1) testauksesta testaajien kanssa. Allekirjoittamalla sopimuksen testaja sitoutui osallistumaan haastatteluihin ja kertomaan totuudenmukaisesti omia kokemuksiaan tutkimuksesta.

Kirjallisen sopimuksen laatiminen oli hyvin tärkeätä ja sopimuksen avulla pystyimme lisäämään tutkimuksen luotettavuutta testaajien näkökulmasta. Esittelimme myös laatimamme kyselylomakkeen (liite 2) infotilaisuudessa, sitä testaajien tuli täyttää testauksen ajan ja palauttaa se testauksen päättävässä lopputapaamisessa.

Kotikoron toimitus testaajille sujui hyvin. Olimme laatineet toimitusaikataulun yhdessä testaajien kanssa infotilaisuudessa. Saimme toimitettua Kotikoron kaikille testaajille yhden päivän aikana. Kävimme tuotteet ja tuotetiedot vielä kertaalleen läpi testaajien kanssa. Sovimme myös testaajien kanssa ensimmäisen haastatteluaikakohdan. Kotikoron toimituksen yhteydessä jaoimme testaajille kyselylomakkeet. Hirsjärven, Remeksen ja Sajavaaran (2007, 191,192) tekstistä poiketen olimme jo siis kertoneet tutkimuksen tarkoituksesta hankkeen infotilaisuudessa, mutta kertosimme kyselylomakkeiden täyttämistä ja tarkoitusta.

Kotikoron toimituspäivä oli hyvin raskas ja kiireellinen. Ilman hyvää aikataulutusta ja taustatyötä olisi voinut seurata myöhästymisiä ja testaajille olisi voinut tulla heti alkuun tunne siitä,

että tutkimus tehdään huonolla suunnittelulla ja asenteella. Hyvin sujuneella infotilaisuudella ja toimituksella oli suuri merkitys testaukselle, koska testaajat saivat positiivisen ja ammattimaisen kuvan tutkimuksen järjestäjistä.

4.2 Kotikorin testausvaiheen sisällön esittely

Kotikori sisältää erilaisia terveellisiä ja ravitsevia välipaloja ottaen huomioon käyttäjän omat tarpeet. Tuotteiden valinnassa kriteerinä oli, että ne sisältäisivät mahdollisimman paljon hyviä ravintoaineita ikäihmisille, tuotteita olisi helppo nauttia ja, että tuotteet säilyvät huoneenlämmössä riittävän pitkän ajan. Kotikorin koko oli myös yksi kriteeri. Oleellista oli kuinka paljon laitoimme tuotteita koriin, jotta korista ei tulisi liian sekava vaan jokainen tuote olisi hyvin esillä ja saatavissa. Kotikorin sisältö oli siis valittu luvussa 3.3 esiteltyyn ikäihmisen ravitsemuksen pohjalta, eli sisältö vastaa käyttäjien tarpeita.

Määrällisesti laitoimme tuotteita koriin seuraavanlaisesti: Juotavia tuotteita korissa oli yhteensä seitsemän, sillä periaatteella, että juotavia tuotteita olisi yksi jokaiselle viikonpäivälle. Juotavia tuotteita edustivat nektarit, keitot ja välipalajuomat. Ripsejä oli jokaista laatua yksi samoin kuin Elovena välipalakeksejä. Pastilleja ja rusinoita laitoimme kaksi rasiaa. Saksanpähkinöitä ja Cereacol kaurakeksiä laitoimme yhden pakkauksen. Seuraavissa kuvissa on esiteltäyt tuotteet, jotka sisältyivät ensimmäisen Kotikorin testausvaiheeseen. Esittelyteksti on lainattu testaajille tarkoitetusta Kotikori menusta.

*valion nektarit,
vaihtoehtoina 5 hedelmää, appelsiini ja omena*

Valion nektarit ovat hyviä janon sammuttajia. Nektarit ovat myös hyvä neste- ja energialisa päivittäiseen elämään. Tuote ei sisällä lisättyä sokeria.



Kuva 2: Nektarit: 5 hedelmää, appelsiini ja omena

valion karviais-boysenmarjakeitto

Vatsaa hellivä karviais-boysenmarjakeitto on runsaskuituinen tuote, joka soveltuu myös hyvin painonhallintaan. Karviais-boysenmarjakeitto on täysin sokeriton tuote.



Kuva 3: Karviais-boysenmarjakeitto

elovena välipalajuoma hedelmäinen

Tuote pitää kehon nesteet tasapainossa ja sisältää runsaasti kuitua eli pitää vatsan kylläisenä pitkään. Juoma on runsas C-vitamiinin lähde.



Kuva 4: Välipalajuoma hedelmäinen

rips ruis snack, makuina salami, juusto ja valkosipuli

Ruis sisältää runsaasti vitamiineja, muun muassa B-vitamiineja, magnesiumia ja rautaa. Ruis auttaa pitämään hampaat ja ikenet kunnossa. Ruis Snacksit ovat kasvisöljyssä paahdettuja ruisleivän palasia. Rips-Ruis Snacksit ovat uusi herkullinen tapa nauttia kuiduista.



Kuva 5: Rips ruis snacksit: salami, valkosipuli ja juusto

elovena välipalakeksi, makuina kaura-hunaja, kaura-puolukka ja kaura hedelmä

Elovena välipalakeksit ovat runsaskuituisia ja niistä saa maistuvaa pitkäkestoista energiaa. Runsaskuituinen ruokavalio edistää myös vatsan toimintaa.



Kuva 6: Vällipalakeksit: kaura-hunaja, kaura-hedelmä ja kaura-puolukka

läkeroldents-xylitolipastillit

LäkerolDentsit ovat terveysvaikuttaisia Xylitol pastilleja. Suun ollessa hyvässä kunnossa myös ruokavalio pysyy monipuolisena. Pastillit lievittävät suun kuivumista, koska Xylitol edistää syljen erittymistä.



Kuva 7: Läkerol dents pastilli: mustaherukka

rusinat

Rusinat ovat hyvä energianlähde.



Kuva 8: Rusinat

saksanpähkinät

Saksanpähkinät ovat hyvä energialisä ja saksanpähkinät alentavat tutkitusti kolesterolia. Saksanpähkinät sisältävät runsaasti hyvälaatuisia rasvahappoja



Kuva 9: Saksanpähkinät

paussi cereacol

Terveysvaikutuksiltaan hyvä tuote, koska se alentaa kolesterolia. Pausi on myös runsaskuituinen tuote. Keksi sopii hyvin herkutteluun kahvin kanssa, ja samalla hoidat itseäsi.



Kuva 10: Pausi cereacol keksi

4.3 Tuotteen testaajien esittely

Tutkimukseen otettiin mukaan kahdeksan ikäihmistä, jotka testasivat tuotetta kotonaan normaalin arjen yhteydessä. Kriteerinä testiin osallistuville oli, että he asuisivat kotona ja olivat mieluiten yli 65-vuotiaita. He kuuluivat ikäihminen luokitukseen. Tarvittavat henkilöt saatiin mukaan Espoon vanhusneuvoston kautta.

Espoon vanhusneuvosto toimii espoolaisten ikäihmisten ja vanhusten edunvalvojana puolesta-puhujana kunnallisessa päätöksenteossa ja sen tarkoituksena on tuoda kaupungin palveluihin ja kaupunki suunnitteluun ikääntyvien näkökulman. (Espoon kaupunki 2010.)

Tutkimukseen valitut henkilöt edustavat seuraavanlaisia organisaatioita:

- Kauklahten eläkkeensaajat ry
- Olarin seudun Kansalliset Seniorit ry
- Eläkeliiton Espoon Yhdistys ry
- Viherlaakson-Karakallion Eläkeläiset ry
- Espoon seudun Opettajaseniorit ry
- SPR Kehä Espoon osasto
- Esbo Svenska pensionärer rf

- Espoon sotaveteraanit ry

4.4 Käyttäjätiedon analysointi

Käyttäjälähtöisen tuotekehityksen avulla on saatu käyttäjätietoa erilaisia menetelmiä käyttäen. Saatua käyttäjätietoa voidaan nyt käyttää tuotteen kehittämisessä. Käyttäjätieto tulee kuitenkin analysoida, jotta siitä saadaan parhaat hyödyt irti. Seuraavaksi esittelen saamaani tutkimusaineiston analyysia, jolla on niin sanotusti synnytetty tutkimustulokset opinnäytetyöhöni.

Analyysitapojen valinta ei määräydy säännön mukaan. Kvalitatiivisessa tutkimuksessa, ja erityisesti kenttätutkimuksessa, jossa aineistoa kerätään useissa eri vaiheissa ja eri menetelmin, analyysia ei tehdä yhdessä tutkimusprosessin vaiheessa, vaan pitkin matkaa (Hirsjärvi ym. 2007, 218).

Aineiston analysointitavat voidaan jäsentää karkeasti kahdella tavalla, selittämisellä ja ymmärtämisellä. Selittämiseen pyrkivässä analysointitavassa käytetään usein tilastollista analyysia ja päätelmien tekoa, kun taas ymmärtämiseen pyrkivässä lähestymistavassa käytetään tavallisesti laadullista analyysia ja päätelmien tekoa. Laadullisessa tutkimuksessa analyysi koetaan vaikeaksi, koska vaihtoehtoja on tarjolla paljon eikä tiukkoja sääntöjä ole olemassa (Hirsjärvi ym. 2007, 219; Sarajärvi & Tuomi 2009, 91, 117).

Laadullisessa tutkimuksessa aineiston runsaus ja tutkimuksen elämänläheisyys tekevät analyysivaiheen mielenkiintoiseksi ja haastavaksi. Aineistoa voi olla valtavasti, koska tutkija on käyttänyt monia menetelmiä. Yleensä tutkija ei voi millään käyttää kaikkea keräämäänsä materiaalia, mutta kaikkea materiaalia ei ole myöskään tarpeen analysoida. Tutkimusaineiston laadullisessa analyysissa tavoitteena on tutkittavan asian sisällöllisesti mahdollisemman monipuolinen kuvaus. (Hirsjärvi ym. 2007, 216, 218, 220.)

Tutkimusaineiston laadullisessa analyysissa tavoitteena on kuvata tutkittava asia mahdollisemman monipuolisesti. Tässä kohdin tutkija voi käyttää joko induktiivista tai abduktiivista päättelyä. Abduktiivisella päättelyllä pyritään kerätyn aineiston avulla todentamaan teoreettisia ideoita, joita tutkijalla on jo ennestään. (Hirsjärvi ym. 2000, 136, 139, 140.)

Kerätty ja tallennettu aineisto on hyvä kirjoittaa puhtaaksi sanasanaisesti, tätä nimitetään litteroinniksi. Litterointiin ei ole yksiselitteistä ohjetta, vaan litteroinnista lähdetään liikkeelle tutkimuskohtaisesti ja analyysin tarpeista käsin (Hirsjärvi ym. 2007, 217). Litteroidessani korostin tekstissä esille nousseita asioita, jotka olivat tärkeitä tutkimustulosten saamiseksi. Suoritin litteroinnit heti haastattelujen jälkeen, koska silloin asiat olivat vielä tuoreessa muistissa.

Käytin tutkimustulosten analysoinnissa abduktiivista päättelyä. Pyrin opinnäytetyössäni kuvaamaan tutkimaani asiaa mahdollisemman monipuolisesti ja todentamaan käytetyn teorian tärkeyttä keräämäni tutkimusaineistoon.

4.5 Testaustulokset

Seuraavaksi esittelen saadut tutkimustulokset. Haastatteluja suoritimme siis kaksi ja niistä saadut tulokset esitellään ensin. Tämän jälkeen vuorossa on kyselylomakkeilla ja sähköpostikyselyllä saatujen tulosten esittely. Varsinaiset keskeiset tutkimustulosten avulla tehdyt johtopäätökset esitellään tutkimusraportin päättävässä luvussa 5. Käytetyillä tutkimusmenetelmillä halusimme saada siis tietoa valitsimienne tuotteiden soveltuvuudesta Kotikorin sisällöksi sekä yleisesti tietoa testattavasta tuotteesta.

Yhtenä menetelmänä käytin havainnointia. Havainnointituloksia en esitele tuloksissa, vaan havainnointi oli minulle yksi hyvä työkalu, jolla pystyin sopeutumaan paremmin tutkimukseen. Havainnoinnilla saavuttamani tieto näkyy tutkimustulosten analysoinnissa, koska pystyin paremmin ymmärtämään ympäristöä, johon tutkimus sijoittui.

4.5.1 Tuotekehityksen ensimmäisen vaiheen tulokset

Ensimmäinen haastattelu suoritettiin testiin osallistuvien henkilöiden kotona. Ensimmäinen haastattelu jakaantui kahteen osioon. Osa kysymyksistä käsitteli korin tuotteita ja osa taas Kotikorin käytettävyyttä. Haastattelukysymykset ovat liitteenä (liite 3).

Ensimmäisen haastattelun ajankohdan olimme sopineet testaukseen osallistuvien kanssa henkilökohtaisesti Kotikorin toimituspäivänä. Ensimmäiset haastattelut toteutettiin noin viikko Kotikorien toimituksesta, joten testaaajilla oli ollut mahdollisuus maistella kaikkia tuotteita. Olimme aikatauluttaneet haastattelut siten, että yksi haastattelu kestää noin tunnin ja siirtymiseen haastattelupaikasta toiseen kestäisi noin puoli tuntia. Olimme myös sopineet Sannan kanssa, että suoritamme kolme haastattelua päivässä. Pidimme riskinä sitä, että jos olisi ollut neljä tai jopa enemmän haastatteluja päivässä, niin päivästä olisi tullut liian raskas ja mahdollisesti osa haastatteluista saama tieto olisi voinut jäädä huomioitta väsymyksestä johtuen.

Saimme suoritettua ensimmäisen haastattelukierroksen yhden viikon aikana. Haastattelujen yhteydessä täydensimme testaaajien Kotikoria. Ensimmäisen haastattelun jälkeen voidaan todeta, että korissa olevien tuotteiden avaamisessa ei ollut vaikeuksia. Haastateltavat kertoivat, että vaikka sormet olisivat huonossa kunnossa, niin saksien avulla tuotteet sai auki. Pakkausten koot olivat myös sopivia suurimman osan mielestä. Testaaajat pitivät tuotteiden määrää sopivana korissa, mutta he kyselivät mahdollisuutta vaikuttaa itse Kotikorin tuotesisäl-

töön. Esille nousi myös kotimaisuusasia tuotteiden valinnassa koriin. Osa tuotteista koettiin piristäviksi ja myös energiaa lisääväksi.

Tuotteet olivat myös testaaajille ennestään tuttuja ja tuotemerkit olivat hyvin esillä testaaajien mielestä. Hintaa testiin osallistujat pitivät liian kovana. Tässä kohdin haastattelua nousi myös esille se, että haastateltavat kokivat itsensä aivan vääräksi kohderyhmäksi. He tiesivät paljonko tuotteet kaupassa maksavat, joten he pelästyivät Kotikorin tuotteiden korkeita hintoja. Esille nousi positiivisena seikkana sosiaalinen puoli, jonka asiakas saa koria täydennettäessä hänen kotonaan.

Kotikorin ulkonäöstä on pidetty kovasti ja korin kokoa on pidetty sopivana. Nykyinen ulkomuoto kelpaisi testaaajille. Kantokahvoja on myös toivottu koriin, jotta koria voitaisiin siirtää helpommin esimerkiksi keittiöstä olohuoneeseen. Nimeksi haluttiin yksimielisesti Kotikori. Kotiminibaari nimestä tuli testaaajien mielestä mieleen hotellien minibaari ja se, että korissa olisi alkoholituotteita.

Kori sijoitettiin keittiön läheisyyteen ja parhaimpana loppusijoituspaikkana testaaajat pitivät myös keittiötä. Yleisesti testaaajien mielestä koria oli mukava käyttää ja muutenkin he pitivät hanketta mielenkiintoisena. Esiin nousi myös toive, että koria testattaisiin niin sanotusti oikealla kohderyhmällä. Oikealla kohderyhmällä tarkoitetaan tässä tapauksessa huonompikuntaisia ikäihmisiä, joille kaupassakäynti voi olla hankalaa.

Ensimmäinen haastattelu sujui hyvin ja haastateltavat olivat todella kiinnostuneita kyseisestä projektista. Haastattelujen onnistumista korostaa juuri se, että haastattelut suoritettiin testaukseen osallistuvien kotona. Pääsimme siis kurkistamaan ikäihmisten arkeen, joka tuotti ymmärrystä tutkimuksen käyttäjälähtöisyyteen. Haastattelujen aikana nousi esille hyviä kysymyksiä ja ideoita testaaajien puolelta. Näistä kysymyksistä ja ideoista saimme pohjaa toiselle haastattelukierrokselle. Ensimmäisen haastattelukierroksen lopussa sovimme myös toisen haastattelun ajankohdasta.

4.5.2 Tuotekehityksen toisen vaiheen tulokset

Toinen haastattelu suoritettiin myös testiin osallistuvien henkilöiden kotona. Toinen haastattelu pohjautui ensimmäisen haastattelun jälkeen esiin nousseisiin kysymyksiin. Kysymykset koskivat pääosin tuotteita ja Kotikorin fyysistä olomuotoa. Toisen haastattelun kysymykset ovat liitteenä (liite 4).

Olimme siis sopineet ensimmäisen haastattelukierroksen aikana toisen haastattelukierroksen aikataulun. Suoritimme haastattelut samalta pohjalta, kuin ensimmäisetkin haastattelut, koska aikataulutus oli onnistunut hyvin jo ensimmäisellä kerralla. Aikaa olimme siis varanneet

taas noin tunnin yhteen haastatteluun. Kaikki haastattelut sujuivat häiriöttä. Aikaa ensimmäisen ja toisen haastattelun välillä oli noin kaksi viikkoa.

Toisenkin haastattelun jälkeen voidaan todeta, että Kotikorin nykyisestä ulkonäöstä pidettiin. Kassimallista versiotakin ehdotettiin, jotta sitä pystyisi siirtämään paremmin. Korin kokoa pidettiin sopivana ja toivottiin, ettei siitä tehtäisi ainakaan isompaa. Kotikorin sisältöön saatiin myös paljon hyviä ehdotuksia. Testaajat toivoivat lisää erilaisia mehuja, makeita tuotteita ja erilaisia kuivattuja tuotteita.

Kysyimme myös, että olisiko parempi se, että asiakas itse valitsee tuotteet koriin, vai se, että aluksi asiakkaalle myytäisiin valmiiksi täytetty Kotikori. Valmiiksi täytettyä Kotikoria asiakas pystyisi tämän jälkeen muokkaamaan paremmin itselle soveltuvilla tuotteilla. Kaikki testaajat olivat sitä mieltä, että olisi parempi saada kori valmiiksi täytettynä, koska tällöin tulisi myös maisteltua sellaisia tuotteita, joita itse ei välttämättä koriinsa valitsisi. Testaajat kokivat tärkeänä kuitenkin sen, että jatkossa tuotteita saisi itse valita koriin jonkinlaisesta tuoteluettelosta. Halusimme selvittää myös sen, että haluttaisiinko koriin tuotteita joita säilytetään jääkaapissa. Testaajien mielestä sellaiset tuotteet, joita säilytetään jääkaapissa, eivät kuulu tähän konseptiin.

Tuotteiden kotimaisuus koettiin tärkeäksi testaajien mielestä. Osa testaajista totesi, että jos kaikki tuotteet olisivat kotimaisia, niin sitä ehkä pystyttäisiin käyttämään hyvänä markkinointivalttina. Kysyimme myös mitä mieltä oltaisiin jos Kotikorin tuotteeksi valittaisiin jokin ravintolisä. Ideaa pidettiin hyvänä, mutta Kotikori sisällöksi ne eivät testaajien mielestä sopineet, koska niiden käyttöä ei oikein pysty valvomaan. Ravintolisäkysymyksen kautta nousi esille se, että tuotteet valittaisiin yhdessä esimerkiksi oman lääkärin tai vaikka ravintoterapeutin kanssa.

Haastattelujen avulla saatiin hyvää käyttäjätietoa Kotikorista. Haastattelujen yhteydessä nousi esille tärkeitä kehittämisehdotuksia testaajilta. Tärkeimmät tulokset testaajilta nousivat haastattelukysymysten ulkopuolelta. Tietenkin laatimillamme kysymyksillä saatiin hyviä vastauksia, jotka auttoivat tuotteenkehittelyssä. Myös esiin nousseet kysymykset testaajilta antoivat todella paljon uusia näkökulmia Kotikorin kehittelyyn. Esille nousi esimerkiksi se, että Kotikorin tuotteet olisi hyvä valita yksilöllisesti oman lääkärin tai vaikka ravintoterapeutin kanssa.

Hinnoittelukysymyksestä oltiin yhtä mieltä. Tuotteiden hinnat olisivat mahdollisemman lähellä kauppojen hintatasoa ja niiden päälle lisättäisiin palvelumaksu, joka koostuisi tuotteiden kotiinkuljetuksesta. Tällä tavoin testaajien mukaan tuotteita saataisiin paremmin myytyä. Jos

tuotteissa olisi testausvaiheen mukainen hinta, johon on sisällytetty kuljetusmaksu, saattaisi se pelottaa asiakkaita juuri kovan hinnan vuoksi.

4.5.3 Tuotekehityksen kolmannen vaiheen tulokset

Kotikorin testaajille jaettiin testin alussa lomakkeet, (liite 2) joihin he täyttivät minkä tuotteen he olivat nauttineet. Lisäksi he antoivat arvosanan asteikolla yhdestä neljään, itse tuotteelle ja sen vaikutukselle hyvään oloon. Lomakkeisiin tuli myös täyttää kellonaika ja päivämäärä milloin tuote on nautittu. Jos tuotetta oli useampi makuvaihtoehto, niin minkä tuotteen oli valinnut. Testaajilla oli myös mahdollisuus kommentoida tuotetta omin sanoin.

Lomakkeet oli laadittu siten, että vastaajien piti merkata nauttimansa tuotteen arvosana asteikolla yhdestä neljään ja lomakkeissa oli myös avoin kohta, johon vastaajat pystyivät kirjoittamaan mielipiteensä tuotteesta. Avoin kohta oli riittävän tilava johon Hirsjärvi ym. (2007, 199) neuvovat kiinnittämään huomiota.

Halusimme lomakkeilla selvittää yleisarvosanan tuotteesta, jotta saisimme tukea haastattelulla saatuihin tietoihin siitä, minkälaisia tuotteita Kotikorin tulisi sisältää. Yleisarvosanalla tarkoitetaan tuotteen makua ja itse tuotetta yleisesti. Halusimme myös selvittää milloin tuotteita nautittiin. Tästä syystä pyysimme testaajia merkitsemään kellonajan, jolloin he testasivat tuotetta. Kellonajalla haluttiin saada tietoa pidettiinkö Kotikoria sen nimenmukaisesti välipalakorina. Nautittiinko tuotteita vain tiettyinä aikoina päivässä vai nautittiinko tuotteita pitkin päivää täydentämään normaalia ateriointia. Vai nautittiinko tiettyjä tuotteita vain iltaisin.

Halusimme myös selvittää oliko tuotteilla vaikutusta testaajien mielestä hyvään oloon, koska tuotteiden valinnassa oli kiinnitetty huomiota tuotteiden energia määriin, jotta saataisiin Kotikoriin oikeasti piristäviä tuotteita.

Laskimme tuotteille keskiarvon vastaajien antamien arvioiden pohjalta. Keskiarvot laskettiin itse tuotteen arvioista sekä vaikutuksesta hyvään oloon. Keskiarvon avulla pystyimme laittamaan tuotteet paremmuusjärjestykseen ja vastaajien kirjallisen palautteen johdosta saimme selvitettyä testaajien mielestä parhaimmat ja huonoimmat tuotteet Kotikorissa.

Keskiarvot on laskettu kahdeksan testaajan antamien arvosanojen pohjalta. Seuraavaksi taulukko tuotteiden keskiarvoista. Taulukosta (taulukko 2) selviää tuote, jota on testattu, tuotteen yleisarvosana ja vaikutus hyvään oloon.

TUOTE	YLEISARVO-SANA - ASTEIKKO 1-4	VAIKUTUS HYVÄÄN OLOON – ASTEIKKO 1-4
KARVIAIS-BOYSENMARJAKEITTO	3.8	3.6
APPELSIINI NEKTARI	3.4	3.3
OMENA NEKTARI	3.1	3.4
5-HEDELMÄÄ NEKTARI	3.6	3.6
ELOVENA VÄLIPALAJUOMA	3	2.9
VÄLIPALAKEKSI-KAURA-HUNAJA	2.6	2.6
VÄLIPALAKEKSI-KAURA-PUOLUKKA	2.6	2
VÄLIPALAKEKSI-KAURA-HEDELMÄ	2.6	2.5
RIPS-VALKOSIPULI	3	2.6
RIPS-JUUSTO	2.5	2.6
RIPS-SALAMI	2.7	2.8
LÄKEROL-MUSTAHERUKKA	3.4	3
LÄKEROL-EUCALYPTUS	3.3	2.7
PAUSSI CEREACOL	3.2	3
SAKSANPÄHKINÄT	3.7	3.6
RUSINAT	3.4	3.4

Taulukko 2: Tuotearvio taulukko

Seuraavana on selvennystä milloin testaajat olivat nauttineet tuotteita ja heidän mielipiteitään tuotteiden soveltuvuudesta kotikorin sisällöksi. Sisältö on saatu kyselylomakkeista joihin testaajat olivat merkanneet omia mielipiteitä ja kellonajat milloin he olivat tuotetta testanneet.

Karviais-boysenmarjakeitto

Karviais-boysenmarjakeittoa nautittiin aamu yhdeksästä ilta kuuteen. Testissä ei ilmennyt suosituinta aikaa vaan tuotetta oli nautittu laajalla aikavälillä. Tuotetta pidettiin hyvänä välipalana ja hinta-laatusuhde oli myös testaajien mieleen. Mausta pidettiin ja tuotetta oli ”helppo niellä” testaajien mielestä. Tuotteella oli myös piristävä vaikutus. Testaajien mielestä tuote sopii hyvin Kotikorin tuotteeksi.

Nektarit

Nektareita on nautittu aamu yhdeksästä ilta kymmeneen, mutta suosituin aika nektareiden nauttimiseen on ollut aamulla. Osa testaajista nautti nektarin ulkoilun tai muun kuntoilun jälkeen. He kokivat silloin tuotteen piristävän heitä. Testissä oli mukana kolme eri makua omena, appelsiini ja 5 hedelmää. Kellon ajalla ei ollut merkitystä siihen, minkä maun testaaja valitsi nautittavakseen. Testaajien mielestä tuote sopii hyvin Kotikorin tuotteeksi.

Elovena välipalajuoma hedelmäinen

Välipalajuomaa testaajat olivat nauttineet aamu kahdeksan ja ilta kahdeksan välisenä aikana. Tuotetta nautittiin kuitenkin eniten aamulla kello kahdeksan ja yhdentoista välillä. Tuotteen mausta pidettiin ja sitä pidetään myös hyvin ravitsevana. Tuote oli myös testaajien mielestä hyvä välipala. Testaajien mielestä tuote sopii hyvin Kotikoron tuotteeksi.

Elovena-välipalakeksi

Keksejä testaajat olivat nauttineet aamu kahdeksasta ilta yhteentoista. Tuotetta nautittiin hyvin tasaisesti pitkin päivää, mitään suositumpaa aikaa ei tuotteen nauttimiselle löytynyt. Tuotetta oli kolme eri makua kaura-hunaja, kaura-puolukka ja kaura-hedelmä. Kellon ajalla ei ollut merkitystä siihen minkä maun testaaja valitsi nautittavakseen. Suositumpaa keksiä ei testaajien keskuudesta selvinnyt vaan arvostelut jakaantuivat hyvin tasaisesti makujen kesken. Tuotetta pidettiin kuivana ja se tarttui osalla testaajista kitalakeen. Puolukan makuinen keksi sai paljon kommentteja siitä, ettei se maistu puolukalle ollenkaan. Keksiä kulutus oli runsasta testaajien keskuudessa.

Rips ruis snack

Ripsejä testaajat nauttivat aamu kahdestatoista ilta yhdeksään. Suosituimmaksi ajaksi muodostui kello 17 - 21 välinen aika. Tuotetta oli kolme eri makua salami, juusto ja valkosipuli. Kellon ajalla ei ollut merkitystä siihen minkä maun testaajat valitsivat nautittavakseen. Tuote jakoi mielipiteitä, osan mielestä ”varsin hyviä rukiin makuisia naksujia”, kun taas osa ei voinut sietää ollenkaan varsinkaan valkosipulin makua. Tuotetta pidettiin myös liian kovana ikäihmisen hampaille. Tuotetta osattiin myös hyödyntää osana lämmintä ateriaa. Salami ja juusto olivat testaajien mielestä miellyttävämpiä kuin valkosipuli.

LäkerolDents

LäkerolDentsejä testaajat nauttivat aamu yhdeksän ja ilta yhdeksän välisenä aikana. Pastilleille ei muodostunut mitään suositumpaa nauttimisaikaa. Tuotetta oli korissa kahta eri makua mustaherukka ja eucalyptus. Kellon ajalla ei ollut merkitystä siihen, minkä tuotteen testaaja valitsi nautittavakseen. Tuotetta pidettiin hintalaatu suhteeltaan huonona ja myös ihmeteltiin miksi tuote on edes Kotikorissa. Kummatkin maut todettiin ”ihan hyväksi”. Tuotetta pidettiin kuitenkin piristävänä ja hyvänä suun kostuttajana ja yskän hillitsijänä.

Paussi Cereacol

Paussi välipalakeksiä nautittiin aamu yhdeksän ja ilta kymmenen välillä. Suosituin aika oli iltapäivä ja ilta. Suurin osa testaaajista piti tuotetta sopivana välipalana ja pitivät sen mausta. Tuote oli sopivan rapea ja täyttävän tuntuinen. Tuotetta osattiin yhdistää esimerkiksi korissa olleen karviais-boysenmarjakeiton kanssa sekä ”kahvittelu hetken kanssa”.

Saksanpähkinät

Saksanpähkinöitä pidettiin hieman kalliina, mutta hyvinä ja ravitsevina nälän poistajana. Suurin osa testaaajista piti paljon pähkinöiden mausta ja muun muassa näiden yhdistämistä rusinoihin ehdotettiin. Osa testaaajista huomautti sen että pähkinät ovat usein allergian aiheuttaja. Pähkinöitä nautittiin pääsääntöisesti iltapäivän ja illan aikana, aamupalaksi niitä ei mielletty.

Rusinat

Rusinat olivat kaikille jo entuudestaan tuttuja, mutta niitä pidettiin erittäin hyvänä tuotteena koriin jokseenkin hieman tavallisena. Testaajat mielsivät rusinat halvoiksi, mutta hyväksi energian lähteeksi. Rusinoita oli ”helppo napostella” ja niitä naposteltiin pääsääntöisesti ilta-päivällä tai illasta.

Kyselylomakkeen avulla saatiin tukea haastatteluilla saatuihin vastauksiin tuotteiden sopivuudesta Kotikoriin. Mitään tuotetta ei tyrmätty täysin, vaikka joidenkin tuotteiden mukanaoloa Kotikorissa ihmeteltiin. Kaikista juomista pidettiin ja niillä on ollut testaaajien mielestä myös vaikutusta hyvään oloon. Testaaajien mielestä kaikki juomat sopisivat hyvin Kotikorin sisällöksi.

Testaajat olivat nauttineet tuotteita vuorokauden aikana hyvin laajalla aikavälillä, joten Kotikorin tuotteilla oli vain täydennetty päivän ateriointia. Näin ollen emme mielestäni saaneet minkäänlaista hyötyä tutkimukseen kellonaikojen merkkäamisella. Tässäkin kohdin esille nousi myös kommentteja siitä, että testaajat pitivät itseään vääränä kohderyhmänä testaukselle, koska he pääsevät itse kauppaan ostamaan tuotteita. Tuotteita nautittiin pitkin päivää lähinnä ylimääräisinä välipaloina.

Juomilla oli testaaajien mielestä vaikutusta hyvään oloon, varsinkin ulkoilun jälkeen todettiin juomien piristävän. Tämä tieto taas tukee tuotteiden onnistunutta valintaa Kotikoriin, koska tuotteiden valinnassa korostettiin juuri sitä, että tuotteiden tulisi saada aikaan hyvää oloa.

4.5.4 Tuotekehityksen viimeisen vaiheen tulokset

Suoritimme myös tutkimuksen loppuvaiheessa sähköpostikyselyn. Sähköpostikyselyssä halusimme testaajien mielipiteen Kotikorin ulkonäöstä sekä selvittää testiin osallistuneiden henkilöiden iät. Kysyimme ensiksi testaajilta mielipidettä tämänkaltaiseen kyselyyn, ja testaajat suostuivat ja pitivät sähköpostikyselyä hyvänä ideana. Sähköpostikyselyn kysymykset ovat liitteenä (liite 5)

Kysyimme muuttiko Kotikorin testaus testaajien ruokailutottumuksia. Osa testaajista kertoi jättäneensä jonkin verran hedelmiä syömättä välipalaksi, koska halusivat testata korin tuotteita. Omia mehuja myös säästyi testaajien mukaan. Testaajien mielestä Kotikori ei kuitenkaan muuttanut heidän syömistään juuri ollenkaan. Se oli vain mukava lisä päivän ruokailurytmiin.

Kysyimme myös testiin osallistuneilta, tietäisivätkö he tuttavapiirissään henkilöitä jotka kuuluisivat niin sanotusti oikeaan kohderyhmään, jolla tuotetta voitaisiin mahdollisesti jatkossa testata. Testaajat lupasivat selvittää asiaa, jotta voisimme ottaa heihin yhteyttä liittyen Kotikorin jatkotestaukseen.

Kyselyssä halusimme myös selvittää Kotikorin mahdollista ulkonäköä. Sähköpostin mukana lähetimme liitteenä kuvia vaihtoehtoista, jolta Kotikori voisi näyttää. Suosituimmaksi kuvaksi valikoitui numero yksi, vaihtoehdot löytyvät liitteenä (liite 6). Sähköpostikyselyn avulla saimme selvitettyä testaajien iän. Tämä oli meille tärkeää tietoa, koska testaajat olivat kommentoineet sitä, että he olivat liian nuoria ja hyväkuntoisia tähän testiin. Kyselyn tulokset tukivat myös haastattelujemme tuloksia tuotteiden osalta sekä kyselylomakkeen analysoinnin tuloksia. Saimme myös Kotikorin ulkomuotoon liittyen hyviä kommentteja.

4.6 Tutkimuksen luotettavuus

Tutkimuksen luotettavuutta voidaan lisätä validiteetilla eli pätevyydellä. Validius tarkoittaa siis tutkimusmenetelmän kykyä mitata juuri sitä, mitä on ollut tarkoituskin mitata. Laadullisen tutkimuksen luotettavuutta kohentaa myös tutkijan tarkka selostus miten hän tutkimustaan tehnyt, tarkkuus koskee tutkimuksen kaikkia vaiheita. (Hirsjärvi ym. 2007, 226, 227.)

Tutkijan tulisi kertoa selvästi ja totuudenmukaisesti esimerkiksi haastattelu- ja havainnointipaikoista ja olosuhteista. Samoin tulisi kertoa haastatteluihin käytetty aika, mahdolliset häiriötekijät ja myös tutkijan oma arviointi tilanteesta. (Hirsjärvi ym. 2007, 227.)

Tutkimuksessa käyttämäni laadullisen menetelmien haastattelun ja havainnoin luotettavuutta kohentaa tarkka selostus, miten olen tutkimukset suorittanut. Olen kertonut, missä haastattelut ja havainnoinnit on suoritettu ja paljonko aikaa niihin käytettiin. Minkäänlaisia häiriötekijöitä ei ollut haastattelutilanteissa, jotka olisivat voineet vaikuttaa tutkimustuloksiin.

Olen myös arvioinut haastattelu ja havainnointi tilanteiden etenemistä työssäni riittävästi. Haastatteluiden tallentamisella pystyin parantamaan litterointi vaihetta ja näin ollen tutkimustuloksista on saatu luotettavampia.

5 Johtopäätökset

Tämän tutkimuksen tavoitteena oli saada käyttäjälähtöisen tuotekehityksen avulla ikäihmisille suunnattu välipalakori nimeltään Kotikori. Yksi tulevaisuuden ilmiöistä on suurten ikäluokkien vanheneminen, joten tämänkaltaisille tuotteille voisi olla kysyntää. Tutkimuksen tarkoituksena oli siis selvittää onko välipalakorin kaltaiselle tuotteelle tarvetta, millaiset tuotteet ovat oikeita välipalakoriin sekä selvittää oikea käyttäjäryhmä. Tavoitteiden selvittämiseksi toteutettiin käyttäjälähtöistä tuotekehitystä, jolla saatiin käyttäjätietoa tutkimusta varten.

Teoreettisella viitekehityksellä saatiin tutkimusta varten tarpeeksi tietoa miten käyttäjätietoa saadaan kerättyä eri menetelmillä sekä selvyys suoran käyttäjyhteistyön hyödyistä tuotekehityksen kannalta. Tärkeää oli myös hahmottaa miten tuotekehitysprojekti lähtee liikkeelle, eli miten ideasta saadaan innovaatio. Käytetyillä tutkimusmenetelmillä saatiin riittävästi tietoa ja käyttäjälähtöinen kehittäminen soveltuikin tähän tutkimukseen loistavasti.

Menetelmiksi valikoitui haastattelu, kysely ja havainnointi, jotka ovat tärkeitä käyttäjätiedon hankkimisessa. Havainnointia ei suoranaisesti käytetty tutkimuksessa, mutta kun haastattelutilanteet suoritettiin haastateltavien kotona, niin haastattelujen yhteydessä pääsi tutustumaan ikäihmisten arkeen. Tämä taas auttoi käyttäjätiedon parempaan ymmärtämiseen ja hyödyntämisessä haastattelu kysymysten tekovaiheessa. Haastattelutilanteissa saatiin arvokasta tietoa siitä, minkälaisessa ympäristössä tuotetta tullaan mahdollisesti käyttämään. Jos haastattelutilanteet olisi järjestetty muualla kuin testaukseen osallistuvien kotona, niin käyttäjätiedon hankinta menetelmät olisivat jääneet suppeammaksi, koska havainnointi olisi jäänyt pois.

Kotikorin testausvaiheessa käytettiin siis suoraa käyttäjyhteistyötä, koska kyseessä oli aivan uusi tuote ja tutkimuksen suorittajat eivät tunteneet riittävän hyvin tulevia kohdemarkkinoita eikä käyttäjiä. Suoran käyttäjyhteistyön avulla saavutettiin paljon arvokasta tietoa mitä käyttäjät haluavat tuotteelta. Ilman suoraa käyttäjyhteistyötä olisi todennäköisesti jäänyt saamatta arvokasta tietoa siitä, mihin suuntaan tuotetta kannattaisi lähteä kehittämään edelleen.

Luvussa neljä kuvattiin Kotikori prosessi ja tuotekehityksen erivaiheet. Pystyin avaamaan käyttäjälähtöisen tuotekehityksen erivaiheet lukijalle eli sen, kuinka tietyissä vaiheissa edetään ja miten esimerkiksi käyttäjätietoa kerätään. Käyttäjätiedon hankintamenetelmillä saatiin tutkimukseen arvokasta käyttäjätietoa, jonka avulla saatiin selvitettyä tarve kyseiselle tuotteelle sekä jatkotutkimukselle.

Kotikorin testaukseen osallistuneet pitivät aihetta kiinnostavana ja toivoivatkin, että Kotikorin kaltainen tuote saataisiin oikeasti käyttöön. Testauksen edetessä huomasi sen, että Koti-

korin testaaminen kiinnosti oikeasti testaaajia ja he kokivat olevansa etuoikeutettuja kun saivat olla mukana kyseisessä tuotekehitysprojektissa.

Tutkimuksen aikana esille nousi useasti testaaajien suunnalta huomio, siitä että he pitivät itseään vääränä kohderyhmänä. Testaajat olivat liian hyväkuntoisia mielestään, ja he ehdottivatkin tuotteen testaamista niin sanotusti oikealla kohderyhmällä. Oikealla kohderyhmälle he tarkoittivat huonompikuntoisia ikäihmisiä, joilla on vaikeuksia käydä esimerkiksi kaupassa ja muutenkin arjesta selviytyminen on hankalaa.

Kotikoria voitaisiin jatkossa testata niin sanotusti oikealla kohderyhmällä, eli huonommassa kunnossa olevilla ikäihmisillä. Tämän tutkimuksen avulla selvitettiin myös yhtenä tutkimuskysymyksenä ollut seikka, eli minkälaisia tuotteita Kotikorin tulisi sisältää. Jatkotutkimusta varten olisi tämän tutkimuksen avulla saatujen tutkimustulosten johdosta helpompi valita tuotteita Kotikoriin, koska testaajilta saatiin paljon hyvää palautetta, mitkä tuotteet sopisivat Kotikorin sisältöön.

Nykyiset tuotteet voitaisiin kelpuuttaa hyvin myös seuraavan testausversioon, mutta niiden valintaa voitaisiin miettiä tarkasti tuote tuotteelta. Kyselylomakkeen ja haastatteluiden avulla tuotteista ja niiden soveltumisesta Kotikorin sisällöksi saatiin mielestäni tarpeeksi tietoa. Koen tärkeänä sen että Kotikorin sisältö pysyisi mahdollisesti tulevissa testauksissa mahdollisimman samankaltaisena, koska ensimmäisen Kotikorin sisältö oli tarkkaan mietitty ja mielestäni tutkimustuloksetkin kertovat sen.

Seuraavan testauksen yhteydessä voitaisiin tämän tutkimuksen avulla saatujen tietojen perusteella antaa, ehkäpä tuotteen testaajille suurempi rooli tuotteiden valinnassa. Kun testaus aloitettaisiin, niin Kotikorin sisältö voisi olla mielestäni muuten sama kuin kyseisessä testauksessa, mutta lisänä muutama uusi tuote, joita ehdotettiin testaaajien suunnalta tämän tutkimuksen aikana. Tämän jälkeen testaajille voitaisiin antaa tuoteluettelo, josta he saisivat valita tuotteensa jatkossa. Kotikoria täytettäisiin jatkossa pelkästään asiakkaan toiveiden mukaan. Tällä menettelyllä saataisiin vielä tarkempaa tietoa suosituimmista tuotteista.

Omalta osalta tutkimuksen olisi voinut tehdä vielä paremmin jos olisi ollut mahdollisuus lähteä projektiin mukaan heti alusta. Tulin mukaan projektiin siinä vaiheessa, että ei ollut mitenkään mahdollista esimerkiksi tutustua aiheeseen liittyvään teoriaan ja sitä kautta esimerkiksi miettiä mahdollisia tutkimusmenetelmiä syvällisemmin. Mielestäni suurin virhe tutkimuksen kannalta oli liiallinen kiire testaaajien valinnassa. Kotikorin testaaajien valintaan olisi mielestäni pitänyt käyttää enemmän aikaa jotta, olisi saatu valittua oikea kohderyhmä testaukselle. Testaukseen osallistuneet olivat kokoajan sitä mieltä, että he olivat väärä kohderyhmä ja kyllä itsekin sen tajusin aika nopeasti. Mahdollista jatkotestausta varten olisi nyt siis

tärkeää valita ajan kanssa seuraavat testajat. Jatkotestajien valinnassa voidaan käyttää tässä testauksessa mukana olleiden kontakteja.

Haasteellisista lähtökohdista huolimatta tutkimus saatiin omalta osaltani päätökseen. Haluan kiittää Sanna Autiota, Sannan kanssa saimme havainnoida ikäihmisten arkea ja nauttia useita kahvikupillisia, mielenkiintoisten tarinoiden säestäessä haastattelu hetkiämme. Kiitos.

Lähteet

- Hietikko, E. 2008. Tuotekehitystoiminta. Kuopio: Savonia-ammattikorkeakoulun kuntayhtymä.
- Hirsjärvi, S., Remes, P. & Sajavaara, P. 2007. Tutki ja kirjoita. 13. osin uudistettu painos. Helsinki: Tammi.
- Hirsjärvi, S. & Hurme, H. 2000. Tutkimushaastattelu- Teemahaastattelun teoria ja käytäntö. Helsinki: Helsinki University Press.
- Hyysalo, S. 2009. Käyttäjä tuotekehityksessä- Tieto, tutkimus, menetelmät. Helsinki: Otava
- Ihanainen, M., Lehto, M., Lehtovaara, A. & Toponen, T. 2004. Ravitsemustieto osaksi ammatitaitoa. Porvoo: WSOY.
- Jylhä, E. & Viitala, R. 2001. Menestyvä yritys- Liiketoimintaosaamisen perusteet. 4. uudistettu painos. Helsinki: Edita.
- Mäkeläinen, M. & Solatie, J. 2009. Ideasta innovaatioksi- Luovuus hyötykäyttöön. Helsinki: Talentum.
- Rekola, H. & Rekola, K. 2003. Palvelukeskeisten tuotteiden kehittäminen teollisuusyrityksissä. Helsinki: Teknologiateollisuus.
- Ruusuvuori, J. & Tiittula, L. 2005. Haastattelu-tutkimus, tilanteet ja vuorovaikutus. Jyväskylä: Gummerus kirjapaino
- Sarajärvi, A. & Tuomi, J. 2009. Laadullinen tutkimus ja sisällönanalyysi. 6. uudistettu painos. Helsinki: Tammi.
- Suominen, M. 2008. Ikääntyneen ravitsemus ja erityisruokavaliot Opas ikääntyneitä hoitavalle henkilölunnalle. 7. uudistettu painos. Helsinki: Ravitsemusterapeuttien yhdistys.

Sähköiset lähteet

- Espoon kaupunki 2010. Vanhusneuvosto. Viitattu 19.9.2010.
<http://www.espoo.fi/default.asp?path=1;28;11884;102938;106604>
- Kuluttaja tutkimuskeskus 2007. Käyttäjä osallistuminen tuottaa parempia tuotteita. Viitattu 15.10.2010.
http://www.kuluttajatutkimuskeskus.fi/ajankohtaista/tiedotteet/tiedotteet_2005-2010/kayttajaosallistuminen_tuottaa_parempia_tuotteita.html
- Sosiaali- ja terveysministeriö 2010. Ikäihmisten palvelujen laatusuositukset. Viitattu 22.10.2010.
http://www.stm.fi/sosiaali_ja_terveyspalvelut/ikaihmiset/palvelujen_laatu/laatusuositus
- Terveyden ja hyvinvoinninlaitos 2009. Tutkimus ja kehittäminen. Viitattu 22.10.2010.
http://www.thl.fi/fi_FI/web/fi/tutkimus;jsessionid=76A212341762DD70163EA7DFFD23AE9E
 viitattu 22.10

Taulukot

Taulukko 1: Suomen väestöennuste ikäryhmittäin.....	6
Taulukko 2: Tuotearvio taulukko	29

Kuvat

Kuva 1: Kotikori	18
Kuva 2: Nektarit: 5 hedelmää, appelsiini ja omena	20
Kuva 3: Karviais-boysenmarjakeitto	21
Kuva 4: Välipalajuoma hedelmäinen	21
Kuva 5: Rips ruis snacksit: salami, valkosipuli ja juusto	21
Kuva 6: Välipalakeksit: kaura-hunaja, kaura-hedelmä ja kaura-puolukka.....	22
Kuva 7: Läkerol dents pastilli: mustaherukka.....	22
Kuva 8: Rusinat	22
Kuva 9: Saksanpähkinät	23
Kuva 10: Paussi cereacol keksi	23
Kuva 12: Vaihtoehto 1 Kotikorin ulkonäöksi.....	47
Kuva 13: Vaihtoehto 2 Kotikorin ulkonäöksi.....	47
Kuva 14: Vaihtoehto 3 Kotikorin ulkonäöksi.....	48
Kuva 15: Vaihtoehto 4 Kotikorin ulkonäöksi.....	48

Kuviot

Kuvio 1: Tuotekolmio.....	11
Kuvio 2: Tutkimuksen työvaiheet	19

Liitteet

Liite 1. Kotikorin testaussopimus	40
Liite 2. Kyselylomakkeet	41
Liite 3. Ensimmäisen haastattelun kysymykset	44
Liite 4. Toisen haastattelun kysymykset.....	45
Liite 5. Sähköpostikysely	46
Liite 6. Liite sähköpostikyselyssä, vaihtoehtoja Kotikorin ulkonäöksi	47

Liitteet

Sopimus 12.3.2010

Kotikori – välipalakori ikääntyville



Kotikori parantaa ikääntyvien ihmisten hyvinvointia tarjoamalla terveellisiä välipaloja. Kotikorin sisältämät välipalat ovat ravitsemuksellisesti tarkkaan harkittuja ja sisältävät mahdollisimman paljon tärkeitä ravintoaineita.

Kahdeksan vapaaehtoista testihenkilöä testaavat tuotteita. Heille toimitetaan kotiin ensimmäinen Kotikorin testiversio. Korin mukana tulee tarkat tiedot tuotesäällöistä. Hankkeeseen osallistuva henkilö haastatellaan kaksi kertaa. Kysymykset kohdentuvat koehenkilön omiin kokemuksiin. Tämän lisäksi testauksen alussa ja lopussa järjestetään kaikille yhteinen tapaaminen Active Life Villagessa (Metsänpojankuja 3, Espoo).

Allekirjoittamalla tämän sopimuksen henkilö sitoutuu osallistumaan haastatteluihin ja tapaamisiin ja kertomaan totuudenmukaisesti omista kokemuksistaan. Allekirjoitus ei sido tämän ensimmäisen testauksen jälkeen mihinkään. Testaus on valituille henkilöille maksuton. Allekirjoittanut ottaa itse vastuun siitä, että ei valitse korista tuotteita, joille tietää olevansa allerginen.

Lisätietoja:

Sanna Autio sanna.autio@laurea.fi p. 050-3674078

Sami Kirjonen sami.kirjonen@laurea.fi p. 044-2931115

Pia Kiviharju (pia.kiviharju@activelifevillage.fi)

Kehittämispäällikkö

Active Life Village Oy



PAUSSI CEREACOL

PÄIVÄYS	KLO.	ARVOSANA (1=todella huono, 4=erittäin hyvä)			
		1	2	3	4
<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>
<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>

MIKSI TUOTE OLI HYVÄ / HUONO?



VALIO
KARVIAIS-BOYSENMARJAKEITTO

PÄIVÄYS	KLO.	ARVOSANA (1=todella huono, 4=erittäin hyvä)			
		1	2	3	4
<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>

MIKSI TUOTE OLI HYVÄ / HUONO?



ELOVENA VÄLIPALAJUOMA
HEDELMÄINEN

PÄIVÄYS	KLO.	ARVOSANA (1=todella huono, 4=erittäin hyvä)			
		1	2	3	4
<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>
<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>

MIKSI TUOTE OLI HYVÄ / HUONO?



SAKSANPÄHKINÄT

PÄIVÄYS	KLO.	ARVOSANA (1=todella huono, 4=erittäin hyvä)			
		1	2	3	4
<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>
<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>

MIKSI TUOTE OLI HYVÄ / HUONO?



RUSINAT

PÄIVÄYS	KLO.	ARVOSANA (1=todella huono, 4=erittäin hyvä)			
		1	2	3	4
<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>
<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>

MIKSI TUOTE OLI HYVÄ / HUONO?



LÄKEROL DENTS
XYLITOLIPASTILLIT
(MUSTAHERUKKA, EUCALYPTUS)

MIKÄ MAKU?	PÄIVÄYS	KLO.	ARVOSANA (1=todella huono, 4=erittäin hyvä)			
			1	2	3	4
<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>
<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>
<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>
<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>

MIKSI TUOTE OLI HYVÄ / HUONO?



VALION NEKTARI
(5 HEDELMÄÄ, APPELSIINI, OMENA)

MIKÄ MAKU?	PÄIVÄYS	KLO.	ARVOSANA (1=todella huono, 4=erittäin hyvä)			
			1	2	3	4
			1	2	3	4
			1	2	3	4
			1	2	3	4
			1	2	3	4

MIKSI TUOTE OLI HYVÄ / HUONO?



ELOVENA VÄLIPALAKEKSI
(KAURA-HUNAJA, KAURA-PUOLUKKA,
KAURA-HEDELMÄ)

MIKÄ MAKU?	PÄIVÄYS	KLO.	ARVOSANA (1=todella huono, 4=erittäin hyvä)			
			1	2	3	4
			1	2	3	4
			1	2	3	4
			1	2	3	4

MIKSI TUOTE OLI HYVÄ / HUONO?



RIPS RUIS SNACK,
(SALAMI, JUUSTO, VALKOSIPULI)

MIKÄ MAKU?	PÄIVÄYS	KLO.	ARVOSANA (1=todella huono, 4=erittäin hyvä)			
			1	2	3	4
			1	2	3	4
			1	2	3	4
			1	2	3	4

MIKSI TUOTE OLI HYVÄ / HUONO?

Ensimmäisen haastattelun kysymykset

Kysymykset tuotteista:

- Tuotteen avaamisesta helppoa /vaikeaa? Miksi?

Pakkausten koko? Tuotteiden määrä?

- Tuotteiden nimet näkyivät hyvin/huonosti?
- Miltä oletettu hinta vaikuttaa?
- Huomasitko tuotteen tuovan lisää energiaa/parempaan olon?

Kysymykset Kotikorista:

- Kotikorin ulkonäkö?
- Kumpi nimi miellyttää enemmän: Kotiminibar vai kotikori? Miksi?
- Onko koko hyvä? Pieni tai suuri?
- Minne sijoitit Kotikorin? Miksi?
- Miltä Kotikoria tuntui käyttää?
- Mikä olisi mielestäsi paras paikka sijoittaa Kotikori ? Miksi?

-Toisen haastattelun kysymykset

Kysymykset tuotteista:

Olisiko hyvä että asiakas saa itse valita tuotteensa koriin?

Minkälaisia tuotteita haluaisitte koriin?

Koetteko tuotteiden kotimaisuuden tärkeäksi?

Voisiko korissa olla esim. vitamiinilisiä mm.d-vitamiini omega3?

Mitä mieltä olisitte että tuotteita säilytettäisiin jääkaapissa /pakastimessa?

Kysymykset Kotikorista:

Millaiset kahvat olisi parhaimmat siirtelyä varten? - Pitääkö korja pystyä siirtämään ja miksi?

Paljon oltaisiin valmiita maksamaan kustakin tuotteesta? Miltä palvelumaksu kuulostaisi tuotteiden hintojen lisäksi?

Hei,

Nyt olisi aika viimeisen kyselyn Kotikoriin liittyen. Testaus teidän osaltanne loppuu siihen kun vastaatte tähän, joten enää ei tarvitse merkitä ylös mitä on syönyt ja mihin aikaan. Kotikorin ja jäljelle jääneet tuotteet saatte pitää muistona tästä testauksesta. Ottakaa testauksen aikana täyttämännenne kyselylomake mukaan lopputapaamiseen. Lopputapaaminenhan järjestetään 20.4.2010 Active Life Villagessa klo.11.00 samaan tapaan lounaan merkeissä kuten testauksen ensimmäinen infotilaisuuskin. Tavataan taas siinä aulaassa niin katsotaan sitten mikä tila on vapaana.

Tässä kysely, josta puhuimme viime kerralla kun kävimme haastattelemassa teitä. Voitte vastata suoraan tähän viestiin. Jos mahdollista niin voisitteko vastata kyselyyn viikon loppuun mennessä, eli sunnuntaihin 18.4. mennessä. Kysymyksessä 5 pyydämme teitä kertomaan mielipiteenne korin ulkonäköön liittyvistä asioista. Tämän sähköpostin liitteestä löydätte kuvat erilaisista vaihtoehdoista. Jos ette saa liitettä auki, voitte jättää vastaamatta tähän kysymykseen.

1. Ikänne?

2. Tämän sähköpostin liitteenä on viisi erilaisia ideoita ja esimerkkejä tuotteen ulkonäöstä. Tuotteet on numeroitu 1-5. Kerro mielestäsi paras idea ja perustele. Voit kertoa mielipiteesi myös muista ideoista.

3. Muita kommentteja testauksesta, tuotteista ja itse Kotikorista?

4. Muuttiko välipalakorin käyttö normaaleja ruokailutottumuksiasi? (Jäikö esimerkiksi jotain pois?)

5. Suosittelisitko tuttavaasi tuotteen jatkotestaukseen? Jos suosittelisit ja tiedät sopivan henkilön, joka kuuluisi oikeaan kohderyhmään, otamme mielellämme vastaan vapaaehtoisten yhteystietoja tulevaisuuden testejä varten.

Terveisin,
Sanna Autio ja Sami Kirjonen

Vaihtoehtoja Kotikorin ulkonäöksi:

Vaihtoehto 1.



Kuva 11: Vaihtoehto 1 Kotikorin ulkonäöksi

Vaihtoehto 2.



Kuva 12: Vaihtoehto 2 Kotikorin ulkonäöksi

Vaihtoehto 3



Kuva 13: Vaihtoehto 3 Kotikorin ulkonäöksi

Vaihtoehto 4



Kuva 14: Vaihtoehto 4 Kotikorin ulkonäöksi