

TULEVAISUUDEN AKTIVITEETIT AKTIVITEETTIPUISTOISSA

Pelillistäminen liikunnalliseen aktiivisuuteen motivoimisen keinona

LAHDEN AMMATTIKORKEAKOULU
Muotoilija (YAMK)
Muotoilu- ja media-alan uudistava
osaaminen
Syksy 2019
Tero Heikkinen

Tiivistelmä

Tekijä(t) Heikkinen, Tero	Julkaisun laji Opinnäytetyö, YAMK Sivumäärä 85	Valmistumisaika Syksy 2019
Työn nimi Tulevaisuuden aktiviteetit aktiviteettipuistoissa Pelillistäminen liikunnalliseen aktiivisuuteen motivoimisen keinona		
Tutkinto Muotoilija YAMK		
<p>SuperPark Oy on suomalainen lapsia, nuoria ja perheitä viihteellisesti liikuttava sisäaktiviteetti-puistoketju, jonka missiona on tuottaa viihdyttävän liikunnan kokemuksia ympäri maailman. Lasten ja nuorten liikkuminen vähenee iän myötä, johon monet toimijat tarjoavat ratkaisujaan kiristäen kilpailua myös aktiviteettipuistoalalla. Tuolloin nousee esiin tarve uusista, erilaisista ja kiinnostavista matalan kynnyksen liikunta-aktiviteeteista, joita kilpailijoilla ei ole tarjota käyttäjilleen. Liikunnan harrastaminen täyttää monelta osin myös viihteen kriteerit, mutta monelle säännöllinen liikunta vaatii enemmän sytykettä motivaation ylläpitämiseksi. Lasten ja nuorten fyysisen aktiivisuuden ylläpitämiseksi voidaan hyödyntää pelien positiivisia puolia pelikokemuksen luomisessa ja vaikuttaa siten motivaatioon. Pelillistäminen voi olla tehokas keino vaikuttaa käyttäjän käyttäytymiseen ja sovelluksen, kuten liikunta-aktiviteetin, käyttöön.</p> <p>Kehittämistyön tavoitteena oli määrittää tulevaisuuden aktiviteettipuiston ihanneaktiviteetin ominaisuudet. Aiheen tulevaisuussuuntaisen lähestymistavan ansiosta valittiin tiedonhankintamenetelmiksi kaksiosainen Delfoi-menetelmä, jota käytetään tulevaisuuden tutkimuksessa sekä käyttäjäkyselyt Vuokatin ja Vantaan SuperPark-puistoissa. Molemmissa menetelmissä tarkoituksena oli saada mielipiteitä aktiviteetteihin tarvittavista ominaisuuksista. Molempien tahojen vaatimia ominaisuuksia verrattiin toisiinsa ja luotiin artefaktianalyysi, jolla tarkoitetaan olemassa olevien tuotteiden ja tuotejärjestelmien käyttöä ja käyttäjiä koskevien oletusten selvittämistä.</p> <p>Artefaktianalyysi sisältää asiantuntijoiden sekä käyttäjien vastausten vertailua koskien tulevaisuuden aktiviteetin toivottuja ominaisuuksia. Artefaktianalyysin avulla kehittämistyön lopputuotoksena luotiin tulevaisuuden ihanneaktiviteetin määrittelevä konsepti, joka sisältää lähitulevaisuuden aktiviteettiin suositeltavat ominaisuudet.</p> <p>Kehittämistyön tuloksista tehtiin päätelmiä, että monet asiantuntijoiden aktiviteetteihin pakollisiksi määrittelemät ominaisuudet eivät olleet käyttäjien mielestä tärkeitä ja jotkin asiantuntijoiden vähäpätöisiksi ennustamat ominaisuudet olivat käyttäjille erittäin haluttuja. Kehitystyö ohjaakin SuperParkin tuotekehitystä oikeaan suuntaan ja vähentää näin turhaa aktiviteettien kehitystyötä nopeuttaen sekä vähentäen kehitysprosessin kuluja.</p>		
Asiasanat pelillistäminen, motivaatio, delfoimenetelmä		

Abstract

Author(s) Heikkinen, Tero	Type of publication Master's thesis	Published Autumn 2019
	Number of pages 85	
Title of publication Future activities in activity parks Gamification as a means of motivating physical activity		
Name of Degree Master of Culture and Arts		
<p>SuperPark Ltd is a Finnish indoor activity park company whose mission is to provide entertaining exercise experiences for children, young people and families around the world. Physical exercising of children and adolescents decreases when growing up. Many companies are offering their solutions and that intensifies competition in the activity park industry. As a result, there is a need for new, different and engaging sports activities that competitors do not have in their catalog.</p> <p>To maintain the physical activity of children and adolescents, the positive aspects of games can be utilized to create a gaming experience and thus influence motivation. Gamification can effectively influence user behavior and the use of an application such as an exergame.</p> <p>The goal of the development work was to determine the features of the future activity park's ideal activity. Because of the future-looking approach the two-cycled Delphi method and user surveys in the Vuokatti- and Vantaa Superparks. The purpose of both methods was to acquire options on the needed features for the activities. The features required by both parties were compared and an artifact analysis was created to determine the assumptions about the use and users of existing products. The Artifact analysis includes comparing the responses of experts and users regarding the desired features of future activity.</p> <p>With the help of artifact analysis, the outcome of the development work resulted in a concept defining the ideal future activity, which includes required features for the near future activity.</p> <p>From the results of the development work, it was concluded that many of the features that were required by the experts to be mandatory for the activities were not important to the users. The development work directs SuperPark Ltd's product development in the right direction, thus reducing unnecessary activity development work, speeding up- and reducing the cost of the development process.</p>		
Keywords Gamification, Motivation, Delphi-method		

SISÄLLYS

1	JOHDANTO	1
2	AKTIVITEETTIPUISTOT JA AKTIVITEETTIEN KEHITTÄMINEN	3
2.1	Perheiden viihdekeskukset ja aktiviteettipuistot	3
2.2	SuperPark aktiviteettipuistojen kehittäjänä.....	3
2.3	Tavoitteena tulevaisuuden aktiviteettipuistojen konstruktiiivinen hahmottaminen.	6
3	NUORTEN LIIKKUMATTOMUUS	8
4	PELILLISTÄMINEN	10
4.1	Pelillistämisen määritelmä	10
4.1.1	Hyötypelit.....	10
4.2	Pelillistäminen liikunnalliseen aktiivisuuteen houkuttelemisen keinona	13
5	ASiantuntija- JA Käyttäjätiedonhankinta Aktiviteettipuistojen Aktiviteeteista.....	16
5.1	Delfoi-menetelmä asiantuntijaideointiin.....	17
5.1.1	Asiantuntijoille osoitetun kyselylomakkeen suunnittelu ja kysymysten määrittely	19
5.2	Käyttäjäkyselyt SuperParkissa.....	21
5.3	Artefaktianalyysianalyysi.....	23
6	Tulevaisuuden Aktiviteettikonsepti.....	25
6.1	Artefaktianalyysi kyselyiden pohjalta.....	25
6.1.1	Aktiviteettien ulkoasu	25
6.1.2	Aktiviteettien asennus.....	28
6.1.3	Aktiviteettien äänet	31
6.1.4	Aktiviteettien toiminta ja ominaisuudet	34
6.1.5	Motivaatio aktiviteetin käytössä	46
6.1.6	Aktiviteetteihin kirjautuminen	55
6.1.7	Uudet teknologiat.....	60
6.1.8	Aktiviteettien ohjeistus ja valvonta	64
6.2	Tuotekonsepti käsitteenä.....	68
7	Yhteenveto	72
	LÄHTEET	75
	LIITTEET	79

1 JOHDANTO

Valtion liikuntaneuvoston LIITU-tutkimuksen mukaan suosituksen mukainen vähintään tunnin päivittäinen liikkuminen oli lisääntynyt vuodesta 2016 vuoteen 2018. Keväällä 2016 lapsista ja nuorista 32 prosenttia saavutti päivittäisen liikuntasuosituksen, kun vastaava osuus keväällä 2018 oli 38 prosenttia. Liikunta-aktiivisuus vähenee edelleen iän myötä sekä tytöillä että pojilla. UKK-instituutin johtaja Vasankarin (2019) mukaan erityisenä huolenaiheena on yläkouluikäisten nuorten liikkumisen vähäinen kokonaismäärä. Liikemittarimittausten mukaan ykkösluokkalaisista 71 prosenttia saavutti suosituksen, mutta yhdeksäsluokkalaisista vain 10 prosenttia.

Jyväskylän yliopiston liikuntatieteellisestä tiedekunnan apulaisprofessori Kokon (2019) mukaan vähän liikkuville nuorille tulee tarjota heitä kiinnostavia matalankynnyksen liikuntamuotoja. Samalla, tällä hetkellä paljon liikkuvien osalta toimet tulee suunnata siihen, että liikkuminen ei vähenisi iän myötä. Aktiviteettipuistot tähtäävät näiden ongelmien helpottamiseen ja ratkaisuun. Nuorten liikkumattomuudesta on kuitenkin tullut megatrendi, johon monet toimijat tarjoavat ratkaisujaan kiristäen kilpailua myös aktiviteettipuistoalalla. Tuolloin nousee esiin tarve uusista, erilaisista ja kiinnostavista liikunta-aktiviteeteista, joita kilpailijoilla ei ole tarjota käyttäjille. Kehittämistyönä tutkittiin minkälainen olisi lähitulevaisuuden ihanneaktiiviteetti sisäaktiiviteettipuistossa.

Taustana tälle ihanneaktiiviteettimäärittelylle on lasten, nuorten ja aikuisten asiakaskäyttäjien motivoiminen liikunnallisuuteen. Tähän liittyy pelillisyyden erilaisten elementtien tutkiminen ja hyödyntäminen ihanneaktiiviteettien kehittämisessä.

Aiheen tulevaisuussuuntaisen lähestymistavan ansiosta valittiin tiedonhankintamenetelmäksi kaksiosaisen Delfoi-menetelmä, joka on menetelmä useiden aiheen asiantuntijoiden ennustusten yhdistämiseksi. Samat kysymykset esitettiin jokaiselle asiantuntijalle siinä muodossa, että vastauksista voitiin myöhemmin tehdä yhteenveto. Asiantuntijapaneeliin pyydettiin Suomalaisia asiantuntijoita SuperParkin sidosryhmistä, sisältäen asiantuntijuutta alihankkijoilta, kehittäjiltä, suunnittelijoilta, kokoonpanijoilta, johtajilta, turvallisuusasiantuntijoilta sekä puistotyöntekijöiltä. Näin Delfoi-kyselyyn saatiin näkökulmaa eri vaiheista aktiviteettien elinkaaren ajalta.

Delfoi-kyselyssä pyrittiin selvittämään ominaisuuksia, joita asiantuntijat näkevät tarpeelliseksi lähitulevaisuuden aktiviteeteissa ja mitä asioita niiden suunnittelussa tulisi ottaa huomioon. Lisäksi suoritettiin mielipidekysely käyttäjille koskien nykyisiä aktiviteetteja ja ominaisuuksista, joita he haluavat peleihin.

Kyselyiden pohjalta tehtiin artefaktianalyysi, jolla kyselyn analyysituloksia soveltaen saatiin selville, mitä ominaisuuksia tulevaisuuden aktiviteettien on suositeltavaa sisältää. Hyysalon (2009, 142-143.) mukaan artefaktianalyysillä tarkoitetaan olemassa olevien tuotteiden ja tuotejärjestelmien käyttöä ja käyttäjiä koskevien oletusten selvittämistä. Analyysin avulla luotiin SuperPark-aktiviteettipuiston lähitulevaisuuden ihanneaktiviteetin konseptihahmotelma.

2 AKTIVITEETTIPUISTOT JA AKTIVITEETTIEN KEHITTÄMINEN

2.1 Perheiden viihdekeskukset ja aktiviteettipuistot

Perheiden viihdekeskusten (Family Entertainment Center (FEC)) juuret ovat 1700-luvun huvipuistoissa, mutta niistä on kasvanut oma viihteen haaransa vaihtoehtona valtaville huvipuistoille pitkin jonoineen. Pääosa keskuksien liikevaihdosta tulee sisäänkäymaksujen lisäksi oheismyynnistä, kuten syntymäpäiväjuhlista, ruoasta, peleistä ja muunlaisista vetonauloista, joista voidaan periä maksu.

Perheiden viihdekeskukset tunnistettiin alun perin siitä, että niistä löytyi minigolfrata ja mahdollisesti pari toisenlaista aktiviteettia. Nykypäivän keskukset ovat kehittyneet pitkälti tuosta tarjoamasta sisältäen muun muassa törmäilyautoja, lasertaistelupelejä, virtuaalitoimitteluun ja monia muita aktiviteetteja. Aktiviteettitarjoama yleensä rajoittuu keskuksen tiloihin, joiden koko vaihtelee 1000-4000m² välillä (Bethen. 2009, 13-17).

Tässä kehittämistyössä keskityttiin perinteisten perheiden viihdekeskusten terveellisempään kehitysmuotoon; aktiviteettipuistoihin. Kehittämistyössä aktiviteettipuistolla tarkoitetaan sisätiloihin rakennettua, pääsymaksullista vapaa-ajankeskusta, jossa käyttäjä käyttää omaa kehoaan pääasiallisena aktiviteettien voimainlähteenä. Näin ollen rajattiin pois ulkoilekipuistot sekä passiivista suorittamista vaativat sisä- sekä ulkohuvipuistot.

Aktiviteettipuistot on suunnattu laajalle asiakaskunnalle aina taaperoista teini-ikäisiin ja nykyään jopa aikuisille, jotka etsivät uudenlaisia viihdemuotoja. Aktiviteettipuiston maantieteellisellä toiminta-alueella on vain rajattu määrä yksilöitä, jolloin nuo yksilöt täytyy saada palaamaan puistoon useammin kuin kerran. Nämä ovat nuorten liikkumiseen kannustamisen ohella syitä, jonka takia alalla täytyy olla jatkuvasti liikkeessä etsien uusia, innovatiivisia tapoja asiakkaiden houkuttelemiseksi ja viihdyttämiseksi. Ilman uusia innovaatioita aktiviteettipuistot jäävät polkemaan paikoilleen menettäen vetovoimansa, samalla kun asiakkaat etsivät tekemistä toisista viihteen formaateista, kuten elokuvateattereista tai eläintarhoista.

2.2 SuperPark aktiviteettipuistojen kehittäjänä

Yhteistyöyrityksenä opinnäytetyössä toimi sisäaktiviteettipuistoketju SuperPark Oy. SuperPark on suomalainen lapsia, nuoria ja perheitä viihteellisesti liikuttava sisäaktiviteettipuistoketju, jonka missiona on tuottaa viihdyttävää liikunnan kokemuksia ympäri maailman.

Idea viihteellisestä liikunnasta syntyi lievän turhautumisen tuloksena, kun:

*Taneli Sutinen oli saanut eteensä kahvin, munkkirinkilän ja iltapäivälehdän. Kiireinen mies oli vienyt neljävuotiaan tyttärensä pienille lapsille tarkoitettuun sisäleikkipui-
toon ja ajatteli, että suo hetken laatuakaa itselleen puiston kahvilassa. Hän ei kuitenkaan saanut mahdollisuutta siihen. Tyttö halusi leikkiä isän kanssa: ”Kato iskä! Kato kun minä meen tuonne! Tuu mukaan!*

Sutinen jätti lehden ja seurasi tytärtään. Häntä alkoi kuitenkin naurattaa. Sitten nolotti. Iso mies konttaamassa telineissä ja tunneleissa. Hän jäisi vielä johonkin mukaan kiinni. Ei ihme, että muut aikuiset olivat jääneet kahvilaan. Sutinen näki kuitenkin ongelmassa suuren mahdollisuuden.

*Voitaisiinko Vuokattiin rakentaa puisto, jossa kaikenikäiset voisivat liikkua, temp-
puilla ja seikkailla yhdessä? Jotakin erilaista, jännittävämpää, sellaista, joka yhdistäisi vanhojen temppujen parhaimmiston uusimpiin virtauksiin, pitäisi vieraistaan poikkeuksellisen hyvää huolta ja kehittyisi kaiken aikaa? (Puustinen. 2017).*

SuperPark kuuluu perheiden viihdekeskus-kategorian alle, mutta erona perinteisiin perheiden viihdekeskuksiin on, että SuperPark ei tarjoa asiakkailleen passiivia aktiviteetteja, kuten moottoroituja ajoneuvoja tai karuselleja, vaan käyttäjä toimii itse aktiviteetin moottorina. SuperPark tarjoaa monipuolisen valikoiman erilaisia aktiviteetteja mukaan lukien trampoliinit, rullalautailualue, kiipeilyseinät, leikkirakenteet ja pallopelit. Aktiviteetit on suunnattu kaikenikäisille ja -kuntoisille käyttäjille. Suurin asiakaskunta aktiviteettipui-
toissa ovat lapset ja nuoret, jotka muodostavat selvän enemmistön kävijöistä. SuperParkin tarkoituksena on olla maailmanjohtaja viihdeellisen liikkumisen sekä stressittömän oppimisen saralla, ja puistoissa onkin tullut esiin käyttäjien keksimä termi ”sparking (Super Parking)”, joka kuvaa viihdyttävää fyysistä-, sosiaalista- ja henkistä toimintaa. Liikasen ja Pesolan (2018, 4) tutkimuksen mukaan SuperPark on onnistunut luomaan teini-ikäisille ympäristön suorittaa fyysistä aktiivisuutta ja sosiaalista vuorovaikutusta. Aktiivinen ”sparking” parantaa terveyttä ja fyysistä kuntoa samanaikaisesti, kun käyttäjät keskittyvät hauskanpitoon, oppimiseen ja kehittymiseen. SuperParkeissa vaihtoehtoisten liikuntamuotojen hyötyjä ja viehätysvoimaa tuodaan suuren yleisön suosioon. SuperParkin asiakkuudet perustuvat liikuntapalveluun pääasiallisena kohderyhmä 6-12 vuotiaat. Kausikorttien lisäksi tarjolla on kolmea erilaista päiväsisäänpääsyvaihtoehtoa: kahden-, neljän tunnin ja koko päivän vaihtoehdot oikeuttavat pääsyn kaikkiin puiston aktiviteetteihin. Lisänä tarjolla on ryhmälippuja, ohjattuja syntymäpäiväjuhlia sekä yrityksille virkistyspäivä-, kokous- ja asiakas-tilaisuuspalveluja.

Ansaintalogiikka perustuu siihen, että asiakkuuden aluksi tarjotaan erilaisia palvelutasoja, joista asiakas valittuaan, maksaa kertaluonteisen maksun. Palvelun aikana tarjolla on lisäksi ravintolapalveluita ruoka- ja juomapalveluineen sekä oheistarvikemyyntiä kuten esimerkiksi erityisesti trampoliinikäyttöön suunniteltuja sukkiä.

SuperPark Oy:n toimitusjohtaja Tanskasen mukaan Suomessa yksi SuperPark voi toimiaseudulla, jossa on 50000 asukasta. Kaupunkien urbanisoituminen sekä saasteet tukevat SuperParkin etenemistä, kun kiireiset perheet tarvitsevat sisäliikuntapaikkoja, joissa he voivat harrastaa liikumista yhdessä. Lasten liikkumattomuuden vastainen taistelu kuitenkin nousee muiden haasteiden yläpuolelle myös Aasiassa.

SuperPark on ylpeästi suomalainen ja kotimaan lisäksi puistoja löytyy, vuoden 2019 lopussa, myös Hong Kongista, Kiinasta, Singaporesta sekä Malesiasta yhteensä 15 kappaletta. Kuvassa 1 näkyy vuoden 2019 lopun SuperPark-puistot maailmalla.



Kuva 1: SuperPark puistot maailmankartalla

2.3 Tavoitteena tulevaisuuden aktiviteettipuistojen konstruktiiivinen hahmottaminen

Kulttuurialan ylempään ammattikorkeakoulututkintoon liittyvässä kehittämishankkeessa selvitettiin, mitä ominaisuuksia tulevaisuuden aktiviteettipuistojen aktiviteettien tarvitsee sisältää.

SuperParkit koostuvat kolmesta pääalueesta (seikkailualue, pelialue ja freestyle-alue). Seikkailualue koostuu muun muassa kiipeilytelineistä, tasoista, liukumäistä ja polkuautoradoista. Freestyle-alueelta löytyy potku- ja rullalauta-alueet, trampoliinit, vaahtomuovialtaat ja parkouralueet. Pelialueella kävijät pääsevät kokeilemaan erilaisten liikuntalajien yksinkertaistettuja, mutta peruseräiteeltään esikuvansa kaltaisia muotoja, kuten esimerkiksi jalkapalloflipperiä. Kuvassa 2 SuperPark Shanghain jalkapalloflipperi.

Monet aktiviteeteista ovat alihankkijoiden toimittamia, jotka tarjoavat tuotteitaan myös muihin viihdekeskuksiin kuin SuperParkeihin. Siksi SuperPark tarvitsee itsekehitettyjä aktiviteetteja, joita toisilta ei löydy ja näin erottautuu kilpailijoistaan.

Menetelminä aktiviteettien kehittämiseksi käytettiin Delfoi-menetelmää, joka on kaksivaiheinen alan asiantuntijoille osoitettu kyselykierros yhteisen ennustuksen saavuttamiseksi. Toisena menetelmänä käytettiin käyttäjien strukturoituja lomakehaastatteluja, johon kysymykset ja vastausvaihtoehdot määriteltiin ennalta ja lomakkeet täytettiin ohjatusti haastattelutilanteessa.

Käytännön tietoa minulla oli kehittämistyön aiheesta paljon, koska olen työskennellyt saman aiheen parissa useita vuosia. Käytännön tietoa on karttunut sekä liiketoiminnallisesta näkökulmasta että asiakkaan eli käyttäjän näkökulmastakin. Olen ollut mukana niin aktiviteettien fyysisten rakenteiden konseptoinnissa, testauksessa, valmistuksessa ja asennuksessa, kuin myös pelimekaniikan ja käytettävyyden suunnittelussa.

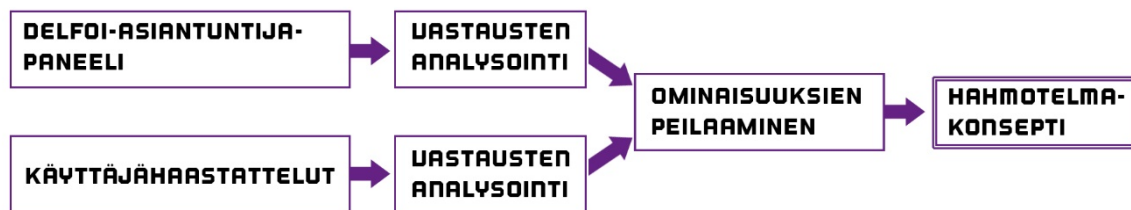
Teorian ja taustatietojen pohjalta luotiin sekä asiantuntija- että asiakaspaneelin kyselyt, joiden vastausten avulla luotiin yhteenveto aktiviteettien tämän hetkisestä tilasta sekä kysymykset asiantuntijapaneelikyselyn toiselle kierrokselle. Käyttäjien mielipiteitä jalkauduttiin kartoittamaan Vantaan ja Vuokatin SuperParkeihin. Kysymystyypeiksi valittiin monivaihtokysymykset sekä ”samaa mieltä- eri mieltä”-skaalan kysymykset.

SuperParkin sidosryhmistä kootun asiantuntijapaneelin yhteisen näkemyksen mukaan määritettyjä aktiviteettien ominaisuuksia verrattiin käyttäjähaastattelussa saatuun

mielipideinformaatioon aktiviteettien halutuista ominaisuuksista. Näiden ominaisuuksien pohjalta tavoite oli luoda lähitulevaisuuden ihanneaktiviteetin hahmotelmakonsepti



Kuva 2. Jalkapalloflipperi (SuperPark.fi)

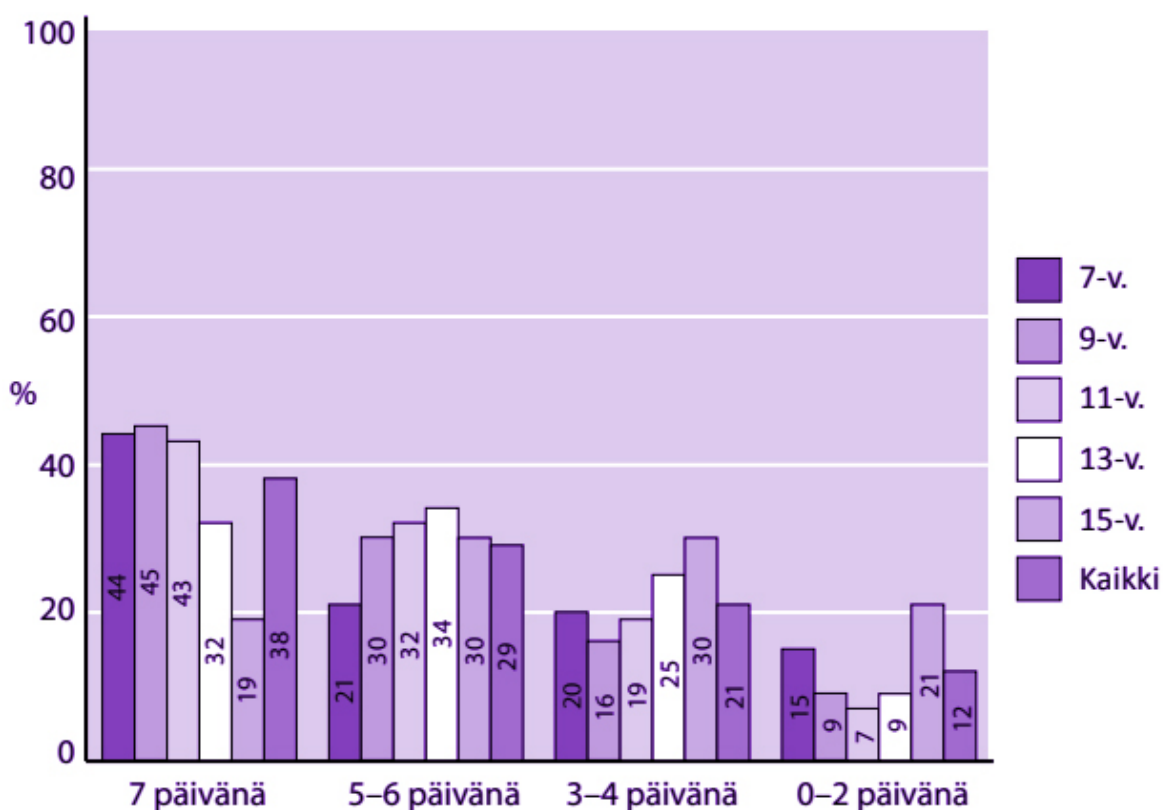


Kuvio 1. Opinnäytetyön kehittämisprosessi

3 NUORTEN LIIKKUMATTOMUUS

Kansainvälisen suosituksen mukaan 5-17 vuotiaiden tulisi harrastaa rasittavaa liikuntaa vähintään tunti päivittäin vähintään kolmesti viikossa sisältäen suurimmaksi osaksi aerobista liikuntaa (World Health Organization 2010). Aerobisia eli kestävyyskuntoa kehittäviä liikuntalajeja ovat esim. kävely, juoksu, erilaiset pallopelit sekä uinti.

Kuviossa 2 esitetyn Valtion liikuntaneuvoston LIITU-tutkimuksen mukaan suosituksen mukainen vähintään tunnin päivittäinen liikkuminen oli lisääntynyt vuodesta 2016 vuoteen 2018. Keväällä 2016 lapsista ja nuorista 32 prosenttia saavutti päivittäisen liikuntasuosituksen, kun vastaava osuus keväällä 2018 oli 38 prosenttia. Liikunta-aktiivisuus vähenee edelleen iän myötä sekä tytöillä että pojilla. UKK-instituutin johtaja Vasankarin (2019) mukaan erityisenä huolenaiheena on yläkouluikäisten nuorten liikkumisen vähäinen kokonaismäärä. Liikemittarimittausten mukaan ykkösluokkalaisista 71 prosenttia saavutti suosituksen, mutta yhdeksäsluokkalaisista vain 10 prosenttia.



Kuvio 2. Viikoittaisen liikuntasuosituksen (vähintään 60 minuuttia päivässä) saavuttavien ja liikuntasuositusta vähemmän liikkuvien lasten ja nuorten osuudet iän mukaan (mukailtu LIITU 2018-raportti 2018).

Liikunnan harrastaminen voidaan monelta osin myös laskea viihteeksi, mutta monelle säännöllinen fyysinen liikunta vaatii erilaisen kannustimen liikkumiseen motivoimiseksi. BusinessDictionary (2019) määrittelee motivaation sisäisiksi ja ulkoisiksi tekijöiksi, jotka stimuloivat halua ja energiatasoa olla jatkuvasti kiinnostunut tiettyyn tekemiseen tai tavoitteeseen pyrkimiseen. Staiano, Abraham ja Calvert (2012, 813) mukaan ylipainoisten nuorten fyysiseen aktiivisuuteen puuttuminen epäonnistuu tyyppillisesti suuren keskeytysprosentin tai alhaisen motivaation vuoksi. Luonnollinen, sisäinen motivaatio harjoittaa fyysisiä toimintoja on usein alhainen murrosiässä ja se voi johtaa painonnousuun. Nuoret lopettavat usein säännöllisen, ohjatun fyysisen toiminnan kiinnostuksen loppaessa sekä osaaamisen ja ajan rajoittaessa aktiivisuutta. Uusien ja hauskojen aktiviteettien avulla nuoria voidaan motivoida liikkumaan säännöllisesti sekä useammin ja näin ollen edistetään laihduttamista ja terveellisen painon ylläpitämistä.

Aktiivisuuden muutokset vaikuttavat myös mielentiloihin, kun liikunta tuottaa hyvänolon tunteen monelle ja on samalla myös nautinnollinen sekä mukava tapa viettää vapaa-aikaa. Wang, Orpana, Morrison, de Groh, Dai ja Luo (2012, 1095) tutkimus osoittaa, että vapaa-ajan aktiivisuudella on pitkäaikainen yhteys onnellisuuteen, joka on yksi ihmiselämän perustavoitteista. He tutkivat fyysistä vapaa-ajan aktiivisuutta ja -passiivisuutta kahden ja neljän vuoden jaksoissa. Tutkimuksessa havaittiin, että vapaa-ajan fyysinen aktiivisuus vähensi surullisen tunteen todennäköisyyttä molempien jaksoiden jälkeen. Ihmiset, jotka olivat passiivisia molempien jaksoiden aikana, olivat kaksi kertaa todennäköisemmin surullisia, kuin he, jotka pysyivät aktiivisina. Aktiivisesta passiiviseksi muuttumisen todettiin lisäävän todennäköisyyksiä onnettomaksi tulemisessa.

SuperPark yrittää löytää ratkaisua näihin ongelmiin ja Liikanen & Pesola (2018, 5) SuperPark-tutkimuksessa todettiin, että sparkkaus on niin fyysistä, että kaiken ikäiset voivat kehittää ja ylläpitää aerobista suorituskykyään ja lihaskuntoaan sen avulla. SuperPark-vierailut kasvattivat lasten fyysistä aktiivisuutta koko päivän tasolla ja World Health Organizationin määrittelemät liikuntasuosituksot täyttyivät lasten kohdalla vierailun aikana. Tutkimuksen mukaan SuperPark-vierailupäivinä lapset liikkuvat keskiraskaasti tai raskaasti tunnin enemmän ja istuivat tunnin vähemmän verrattuna päiviin, jolloin he eivät vierailleet SuperParkissa. Sparkkauksen epämuodollisuus, joustavuus ja hauskuus kehittävät vierailijoiden motoriikkaa ja kognitiivisia kykyjä sekä houkuttelevat lapsia sekä aikuisia aktiivisen toiminnan pariin.

4 PELILLISTÄMINEN

4.1 Pelillistämisen määritelmä

“We don’t stop playing because we grow old, we grow old because we stop playing.”
-George Bernard Shaw

Pelillistämisellä tarkoitetaan pelisuunnittelun teorian tuomista päivittäisiin tilanteisiin. Pelillistäminen määritetään pelielementtien käytöksi muissa kuin peliympäristöissä. Pelillistämisen konsepti on yksinkertainen: suunnitellaan uudelleen päivittäistä rutiineista ja tehtävistä pelinomaisia ja interaktiivisia, jotta tehtävistä saadaan kiinnostavampia, mielekkäämpiä, hausempia ja tuottavampia. Professori Werbach korostaa videolla (Exclusive Interview: Kevin Werbach, Gamification MOOC, 2013, 00:04:00), että pelillistäminen ei ole ainoastaan pisteitä ja palkintoja, vaan tapa sitouttaa ja motivoida käyttäjiä pelimaisilla keinoilla.

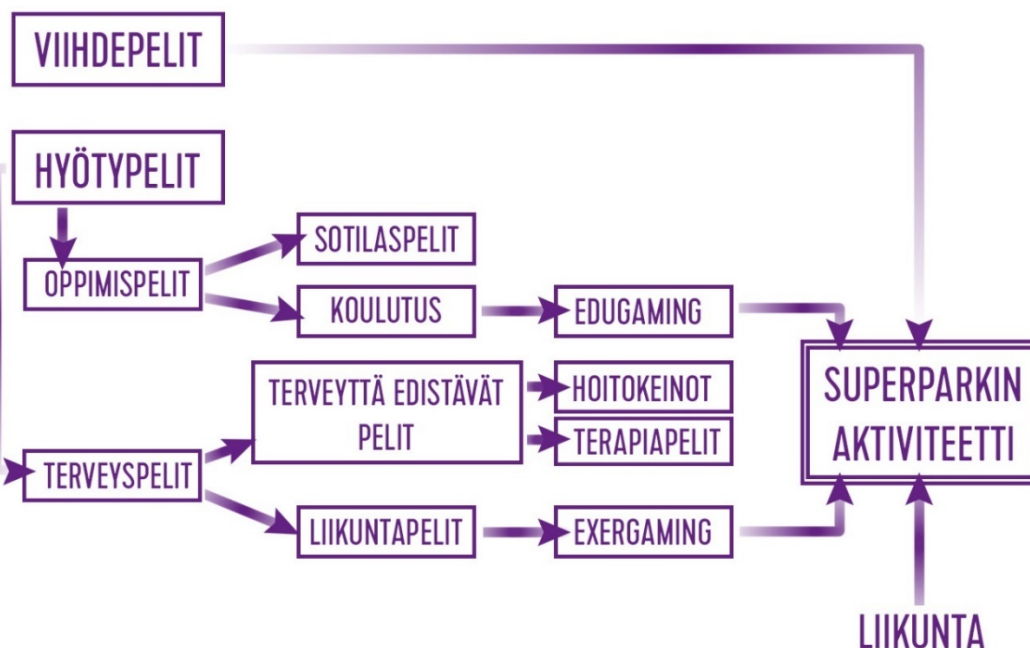
Ziesemerin, Müllerin ja Silveiran (2013, 276-279) mukaan pelillistäminen kattaa myös käyttäjän pelimaiset kokemukset, jotka eivät muodostu puhtaasti pelillistetyistä osatekijöistä. Kari, Piippo, Frank, Makkonen ja Moilanen (2016, 400) mukaan edellä mainittujen määritysten lisäksi pelillistäminen voidaan ymmärtää prosessina sekä kokemuksena. Nämä tutkijat ehdottavat, että pelillistämisen prosessi määritettäisiin joukoksi toimintoja, joiden tarkoitus on tuoda pelimaiset elementit pelien ulkopuolisiin ympäristöihin. Pelillistämiskokemus taas määritetään pelien ulkopuoliseksi käyttäjäkokemukseksi, jonka käyttäjä kokee pelimäiseksi. Karin ym. (2016, 400). mukaan pelillistämisen prosessin yleinen käyttökohde on luoda pelimaisia sekä nautinnollisia käyttäjäkokemuksia ja motivoida käyttäjää käyttäytymään toivotulla tavalla. Toisin sanottuna pelillistämisen prosessi tähtää parantamaan käyttäjän pelillistämiskokemusta.

Pelillistämisen termiä on käytetty usein hyötypelit-käsitteen sijaan, mutta on tärkeää osata erottaa ne toisistaan. Hyötypelit ovat pelejä, joita ei ole luotu viihdyttämiskäyttöön (esimerkiksi oppimiseen ja taitojen kasvattamiseen), kun taas pelillistäminen on pelielementtien ja -mekanismien käyttöä muissa, kuin peliympäristöissä.

4.1.1 Hyötypelit

Termi ”hyötypeli” on tänä päivänä erittäin suosittu. Google-haku antoi tulokseksi jo vuonna 2007 1 090 000 tulosta (831 000 000 osumaa 10.7.2019). Termi itsessään on vakiintunut, mutta siitä huolimatta sille ei ole yhtä ainoaa käsitteen määritelmää. Susi, Johannesson ja Backlund (2007, 1) mukaan hyötypeli viittaa yleensä peliin, jota käytetään harjoitteluun,

mainontaan tai koulutukseen, joka on suunniteltu käytettäväksi kotitietokoneella tai pelikonsolilla.



Kuvio 3. SuperParkin aktiviteetin sijoittuminen suhteessa hyöty- ja viihdepeleihin sekä liikuntaan

Kuviossa 3 selvitetään SuperParkin aktiviteettien sijoittuminen suhteessa hyöty- ja viihdepeleihin sekä liikuntaan. Koska SuperParkin aktiviteetit pääasiassa kuuluvat oppimis- ja terveystapeli-alaotsikoiden alle yhdistettynä viihteelliseen pelaamiseen, perehdyttiin esiselvityksenä vain noihin hyötytapeli-alueisiin.

Terveystapeliin voidaan laskea terveyttä edistäviä tapeli, kuten tapeliapeli sekä liikuntapeli (exergaming). Mueller, Edge, Vetere, Gibbs, Agamanolis, Bongers ja Sheridan (2011, 1) määrittävät exergamingin (exercise + gaming tai exertion + gaming) digitaaliseksi peliksi, jossa pelin tulos määräytyy käyttäjän fyysisen ponnistuksen tuloksena.

Baranowski, Maddison, Maloney, Medina ja Simons (2014, 72) mukaan kaksitoista terveystapeliin hyötyjä käsittelevää tutkimusta viittaavat siihen, että kun lapset ja nuoret pelaavat digitaalisia liikuntapelejä suunnitellulla tavalla, lisääntyy heidän energian kulutuksensa. Kuitenkaan digitaalisten pelaamisen vaikutus fyysiseen aktiivisuuteen ei ole niin selvää. Digitaalisilla liikuntapeleillä ei näytä olevan huomattavasti tavanomaista suurempaa vaikutusta lasten fyysisen aktiivisuuden lisääntymiseen. Tutkimukset kuitenkin osoittavat, että nämä pelit voivat lyhentää lasten paikallaan pysymisaikaa. Digitaalisten

liikuntapeliin pelaaminen on parempi vaihtoehto, kuin istuminen tai perinteisten videopelien pelaaminen, sen johtaen suurempaan energian kulutukseen.

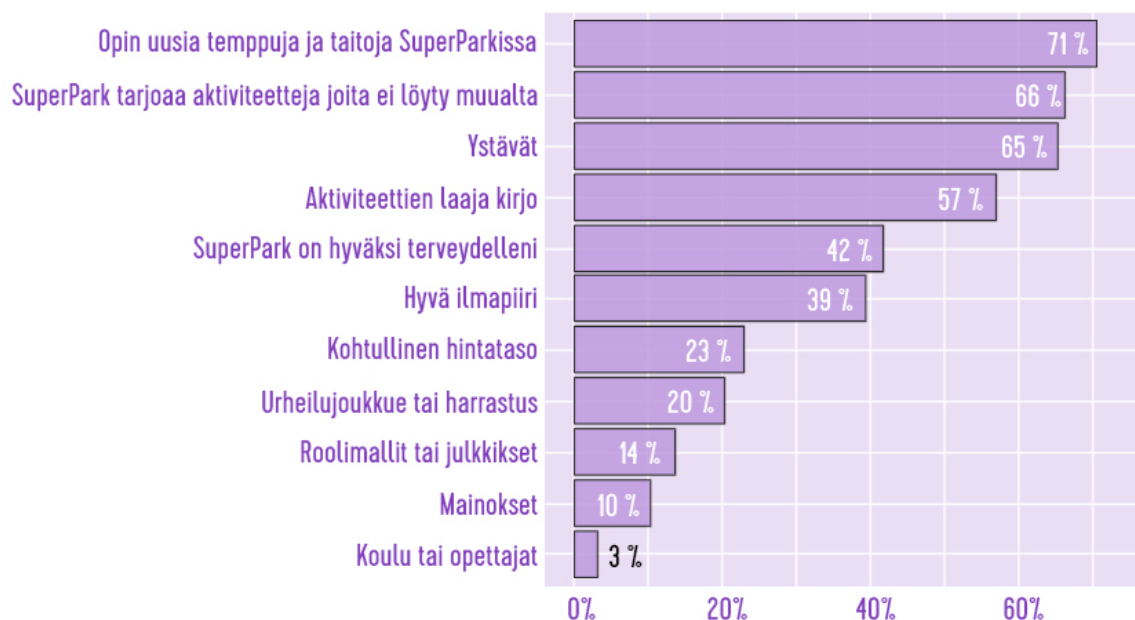
Muellerin ym. (2011, 3) mukaan ymmärtääksemme digitaalisia liikuntapelejä meidän on käsitettävä ihmiskehon periaatteet sekä rooli liikuntapeliin ja pelaajan vuorovaikutuksessa. On tärkeää muistaa, että tarkoitus ei ole luoda puitteita, joissa ainoastaan painotetaan kehon terveys- ja kuntohyötyjä, vaan pikemminkin kuvailu, kuinka suunnittelijat voivat käyttää tekniikkaa luodakseen entistä houkuttelevampia rasisuskokemuksia.

Itseohjautuvuusteorian mukaan ihmisten luontainen motivaatio toteuttaa itseään johtaen lisääntyneeseen- sekä pidempään ylläpidettyyn aktiivisuuteen, koska henkilö nauttii itse aktiviteetista eikä ulkoisista syistä (Deci & Ryan 2000, 259). Täten pelkkä terveellisyyden ja hyvinvoinnin väkisin tarjoaminen ei yleensä motivoi käyttäjää tarpeeksi vakuuttavien lopputulosten saamiseksi, vaan kiinnostus aktiviteettia kohtaan hiipuu nopeasti. Yksi parhaista tavoista tuoda terveellisyysnäkökulma peliin on sen tapahtuen huomaamatta, kuten Niantic Gamesin luomassa Pokémon Go-pelissä, jossa pelaaja kerää älypuhelimellaan eri sijainneissa oikeassa maailmassa esiintyviä Pokémon-hahmoja. Delahunty-Lightin (2019) mukaan edellä mainitussa pelissä, maaliskuuhun 2019 mennessä, pelaajat olivat kävelleet huimat 23 miljardia kilometriä. Vertailukohtana mainittakoon, että matka maasta Plutoon on 7,5 miljardia kilometriä. Pelaamisen aikana käyttäjät voivat oppia esimerkiksi maantiedosta tai historiasta PokéStop-paikkojen luona, joita voivat olla esimerkiksi julkiset taideteokset sekä historialliset paikat ja monumentit.

Pelipohjainen oppiminen on tapa saada käyttäjät aktiivisesti toimimaan kohti tavoitetta ja tuomaan simuloitua ympäristössä oppimansa, tarvittaessa, oikeaan elämään. Pelipohjaiseksi oppimiseksi voidaan sanoa tilannetta, jossa pelejä käytetään oppimisen tehostamiseen. Pelistä tulee osa oppimisprosessia ja se tähtää oppimistuloksiin antamalla käyttäjille mielenkiintoisia kokemuksia (Acer for Education, 2017). Oppimispelit ovat esimerkkejä sovelluksista, jotka käyttävät videopelien ominaisuuksia luodakseen sitouttavia ja viehättäviä oppimiskokemuksia oppimistavoitteiden saavuttamiseksi (de Freitas 2006, 9).

Kuten ei terveellisyyttä tai hyvinvointiakaan, ei myöskään opettavuutta pidä tarjota väkisin pelaajille, vaan motivaatio oppimiseen on tultava pelaajalta itseltään. SuperPark kuuluu Suomen valtion Education Finland-ohjelmaan, joka tukee parhaita koulutusalan tarjoajia kasvussaan kansainvälisillä markkinoilla. SuperPark haluaa olla suunnannäyttävä stressittömässä oppimisessa, luoda standardit fyysisen liikkumisen ja oppimisen yhdistämiseksi sekä selkeät kosketuskohdat oppimiselle.

Liikanen ja Pesola (2018) tutkimuksessa SuperParkin kävijät määrittivät SuperParkeihin tulemisen tärkeimmäksi syyksi uusien temppujen ja taitojen oppimisen (Kuvio 4). Oppimiskulma on hyvä ottaa huomioon uuden aktiviteetin suunnittelussa.



Kuvio 4. Mikä saa sinut tulemaan SuperParkiin (mukaiillen Liikanen & Pesola. 2018, 59).

4.2 Pelillistäminen liikunnalliseen aktiivisuuteen houkuttelemisen keinona

Digitaalinen pelaaminen ymmärretään usein passiiviseksi ajan käytöksi. Se voi kuitenkin myös toimia terveyden ja hyvinvoinnin edistämisen välineenä. Digitaaliset liikuntapelit yhdistävät pelaamisen ja liikunnan ja vaativat pelaajalta fyysistä aktiivisuutta. Digitaaliset liikuntapelit voivat pyrkiä kehittämään käyttäjien sisäistä motivaatiota parantamalla osaaamista, tarjoamalla valinnanvaraa ja yhdistämällä tavoitteet henkilökohtaisiin arvoihin.

Pelillistämässä motivointi tapahtuu pelielementtien avulla. Toisin sanoen tavoitteena on hyödyntää pelien positiivisia puolia pelikokemuksen luomisessa ja vaikuttaa siten motivaatioon. Pelillistäminen voi olla tehokas keino vaikuttaa käyttäjän käyttäytymiseen ja soveluksen, kuten liikunta-aktiviteetin, käyttöön. (Law, Kasirun & Gan, 2011, 349). Yleinen motivaatiokäsitteen jaottelutapa on jakaa se ulkoiseen- ja sisäiseen motivaatioon. Liukkonen ja Jaakkola (2012, 144) mukaan sisäinen motivaatio tarkoittaa jonkin asian tekemistä, koska se on luonnostaan mielenkiintoista tai nautittavaa. Tällöin motiiveina toiminnalle toimivat aikaan saadut myönteiset tunnekokemukset. Ulkoiset motiivit, kuten maine, kunnia tai palkinnot voivat lyhyellä aikavälillä toimia motivoitikeinona, mutta pitkällä aikavälillä ne eivät ole yhtä tehokkaita, kuin sisäinen motivaatio. Ulkoisesti motivoitunut toiminta on

vahvasti ulkoapäin kontrolloitua ja se voi vaikuttaa negatiivisesti henkilökohtaiseen hyvinvointiin. Kuviossa 5 kuvataan käyttäjän motivaatioastetta perustuen siihen, onko kyseessä sisäinen- vai ulkoinen motivaatio.



Kuvio 5. Urheiluun sitoutuminen sisäisen ja ulkoisen motivaation jatkumolla (mukailtu Liukkonen & Jaakkola 2012).

SuperParkin aktiviteeteissa sisäisenä motivaattorina toimii leikkimisen- ja pelaamisen ilo sekä omien taitojen kehittäminen. Lisämotivaattorina toimii osassa aktiviteeteista pistelaskusysteemi, joka antaa käyttäjälle välittömän palautteen onnistumisesta. Werbachin (2013) mukaan tuloslistat ovat mahdollisesti ongelmallisimpia PBL-kolmion (points, badges, leaderboards (Liite 3)) elementeistä. Vaikka käyttäjät haluavat verrata tuloksiaan ikätovereihinsa voivat tuloslistat toimia myös voimakkaana motivaation syöjänä. Mahdollisuus on, että käyttäjä, joka huomaa olevansa todella kaukana kärjestä, voi hävittää kaiken motivaationsa ja lopettaa aktiviteetin käytön kokonaan.

Lepper ja Malone (1987) kehittivät teorian, joka kuvaa luonnollisia motivaattoreita, jotka lisäävät yksilön kiinnostusta tietokonepelien pelaamiseen ilman tarvetta ulkoisille houkutteksille, kuten saavutuksille tai palkinnoille. Ensimmäinen heidän esittelemistään motivaatiolähteistä on aistien immersio, jossa keskittyminen haastavaan toimintaan kadottaa pelaajan itsetietoisuuden ja ajan käsityksen. Toinen lähde on pelin tapahtumien hallinnan tuntu, jota tapahtuu esimerkiksi, kun pelaaja suorittaa strategiaansa voittaakseen pelejä. Digitaalisen liikuntapelaamisen kokemus onkin täsmälleen niin hyvä, kuin sen sensorit: tarkkuus, luotettavuus, helppokäyttöisyys ja edullisuus, jotka tarjoavat tarpeeksi palautetta

käyttäjien motivoimiseksi. Kolmas lähde on haastavuus, joka sisältää ponnistuksia kohti henkilökohtaisesti merkityksellistä ja sopivan haastavaa päämäärää (Staiano ym. 2012, 813).

Kun Lepper ym. (1987) kolmatta motivaationlähdettä sovelletaan digitaalisiin liikuntapeleihin, tarkoittaa se, että peleissä täytyy olla vaikeustasot. Liian helppo peli ei kiinnosta pelaajaa kauaa, eikä uudelleenpeluuarvoa ole ja liian vaikea peli tappaa pelaajan motivaation, kun hän tietää valmiiksi häviävänsä tai epäonnistuvansa tavoitteessaan

Staianon ym. (2012, 813) mukaan myös sosiaalinen vuorovaikutus ikätoverien kanssa pelaamisen aikana voi lisätä pelaajan pelinautintoa, oman osaamistason hahmottamista sekä käsitystä omista kyvyistä suoriutua annetusta tehtävästä. Näillä näkökohdilla on positiivinen yhteys ja motivoiva vaikutus säännölliseen fyysisen liikunnan harrastamiseen varsinkin heikentyneen itsetunnon omaavilla nuorilla.

Motivaatio voi vaihdella riippuen pelataanko yhteistä päämäärää kohti vai vastakkain. Yhteispelissä pelaaja voi tuntea tyytyväisyyttä suoriutuessaan hyvin ja auttaessaan toisia pelaajia tavoitteiden saavuttamisessa. Vastakkain kilpaillessa pelaaja taas tuntee olonsa tyytyväiseksi vain, jos henkilökohtainen suoritus on parempi kuin muiden pelaajien suoritus. Ero on tärkeä sen osoittaessa yhteispelin hyötyjä. Yhteistyö lisää sosiaalisia suhteita ja parantaa itsetuntoa, joka voi motivoida ja auttaa ylläpitämään jatkuvaa fyysistä toimintaa.

Staianon ym. (2012, 813) tutkimuksessa korostetaan, että pelejä pelataan yleensä ikätoverien kanssa. SuperParkin perusajatuksen mukaan kuitenkin puistoissa perheen kanssa harrastaminen on tärkeää. Se on yhteistä aikaa lapsen ja vanhemman välillä. Jos oletetaan, että esimerkiksi vanhempi ja viisi vuotias lapsi pelaavat samaa peliä käyttäen samaa vaikeustasoa, laskee tuolloin toisen pelaajan motivaatio hyvin todennäköisesti. Toiselle peli on liian helppo samalla, kuin toiselle vaikea.

5 ASiantuntija- JA Käyttäjätiedonhankinta Aktiviteetti-PUISTO- JEN Aktiviteeteista

Tässä työssä tarkoituksena oli selvittää lähitulevaisuuden aktiviteetti-PUISTON ihanneaktiiviteetin vaaditut ominaisuudet, jotka ohjaavat kohdeorganisaation tuotekehitystä oikeaan suuntaan ja vähentävät näin turhaa kehitystyötä. Kyseessä on tulevaisuusorientoinut menetelmä, jossa laadullista aineistoa tuotettiin sekä kaksivaiheisen asiantuntijapaneelin voimin Delfoi-menetelmää käyttäen että käyttäjäkyselyin.

Tuulaniemen (2011, 94) mukaan loppukäyttäjän ottaminen mukaan palvelun kehittämiseen edistää suunnittelua, tiedon kulkua ja arvon rakentumista. Toisena laadullisena tutkimuksena suoritettiin mielipidekysely käyttäjille jalkautumalla Vantaan ja Vuokatin Super-Parkeihin. Kehitystyön peruslähestymistapaa voidaan pitää konstruktivisena, jolla pyritään ratkaisemaan jokin reaalimaailman ongelma ja luomaan myötävaikutteita sovellettavalle alalle.

Lukan (2001) mukaan konstruktioita ovat kaikki ihmisen luomat artefaktit eli keinotekoiset esineet ja tutkimuslöydökset. Tunnusomaista artefakteille on, että ne keksitään ja kehitetään. Kehittämällä uuden, olemassa olevasta poikkeavan konstruktion, luodaan jotain aivan uutta: uudenlaiset konstruktiot itsessään kehittävät uutta todellisuutta.

Kuviossa 6 esitetään konstruktivisen tutkimusprosessin eteneminen. Tässä työssä edettiin tuon prosessin mukaan käyttäen erilaisia menetelmiä. Teoreettinen tietämys tutkimustyöhön hankittiin kirjallisuudesta liittyen pelillistämiseen, motivointiin sekä digitaalisiin terveyspeleihin. Teoreettinen tieto yhdistettiin käytännön tietoon, jota minulla on kehittämistyön aiheesta paljon, koska olen työskennellyt saman aiheen parissa useita vuosia. Aineistoa pelillistämisestä, digitaalisista terveyspeleistä ja motivoinnista löytyi erittäin runsaasti.

Kertyneitä tietoja käytettiin käyttäjäkyselyn sekä Delfoi-väitepatterien suunnittelussa sekä niiden mukaan luodussa artefaktianalyysissä. Artefaktianalyysin, teoreettisen tietämyksen ja taustatietojen avulla luotiin määrittävä konsepti, joka esittää lähitulevaisuuden aktiviteetin toivotuimmat ominaisuudet mahdollisimman laajasti.



Kuvio 6. Konstruktiivinen tutkimusprosessi (mukaillen Ojasalo, Moilanen & Ritalahti. 2009, 67)

5.1 Delfoi-menetelmä asiantuntijaideointiin

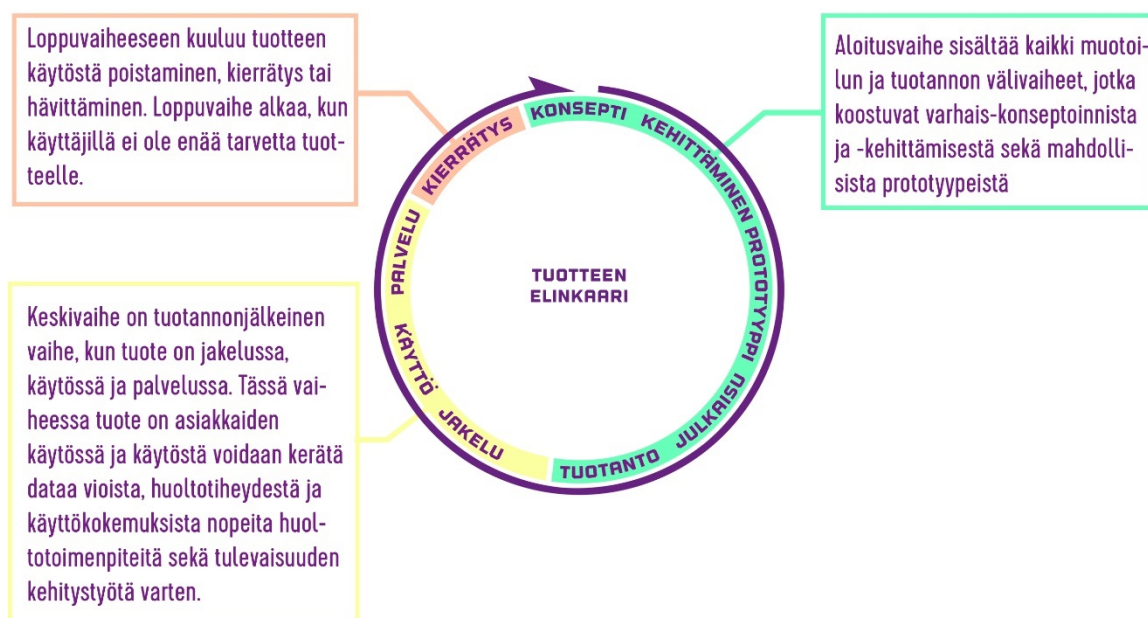
Roution (1997) mukaan asiantuntijajaneelin perusjoukkoon valitaan kehitettävän tuotteen oletettuja käyttäjiä ja henkilöitä, joiden tekemistä projektin on tarkoitus helpottaa. Delfoi-menetelmän hyvänä puolena voidaan pitää menetelmän anonyymisyyttä. Nimettömänä vastattava kysely poistaa dominoivien henkilöiden ja ryhmän paineet, jolloin yleensä takalalla pysyttelevät henkilöt saavat esitettyä mielipiteensä. Huonona puolena Routio pitää sitä, että tutkimuksesta ei saada oikeaa eikä väärää vastausta vaan ainoastaan asiantuntijoiden yhteinen oletus, joka voi olla tai olla olematta totta.

Woudenberg (1991) määrittelee Delfoi-menetelmälle kolme piirrettä. Ensimmäinen on anonymiteetti, jossa vastaajien persoonat eivät tule esiin, vaan heidän arvionsa ja argumenttinsa tulevat esiin luottamuksellisesti käsiteltävistä kyselylomakkeista. Toisena piirteenä on monta asiantuntijakierrosta, eli iteraatiota, jossa asiantuntijoiden on mahdollista korjata kannanottojaan. Kolmas piirre on palaute, jossa toisten osallistujien palautteet

voivat vaikuttaa kannanottojen korjaukseen. Keskeistä on asiakommenttien merkitys (Kuusi 1999, 206–207).

Delfoi-menetelmällä ei ole nykyään yhtä vakiintunutta tekniikkaa, vaan sitä voidaan soveltaa kohteen ja tavoitteiden mukaan. Tärkeää onkin määritellä tutkimus- tai kehittämisiongelma selkeästi (Ojasalo ym. 2009, 134).

Tähän asiantuntijapaneeliin valittiin henkilöitä SuperParkin sidosryhmistä aktiviteettien elinkaaren (Kuvio 7) joka vaiheelta. Osallistumista kysyttiin 18:sta asiantuntijalta ja heistä ilmoittautuneita osallistujia oli 13. Paneeli sisälsi asiantuntijuutta alihankkijoilta, kehittäjiltä, suunnittelijoilta, kokoonpanijoilta, johtajilta sekä puistotyöntekijöiltä. Samat kysymykset esitettiin jokaiselle asiantuntijalle siinä muodossa, että vastauksista voitiin myöhemmin tehdä yhteenveto.



Kuvio 7. mukailen Tuotteen elinkaari. Smartsheet.com. 2019.

Tässä tutkimuksessa kyselykierroksia tehtiin kaksi. Kierrosten jälkeen vastaajat saivat käytettäväkseen yhteenvedon edellisen kierroksen kaikista vastauksista, joiden avulla he saivat halutessaan korjata omia ennusteitaan. Kuviossa 8 esitetään tässä tutkimuksessa käytetty Delfoi-menetelmän prosessin kulku.



Kuvio 8. Tutkimuksessa käytetyn delfoi-menetelmän prosessin kulku

5.1.1 Asiantuntijoille osoitetun kyselylomakkeen suunnittelu ja kysymysten määrittely

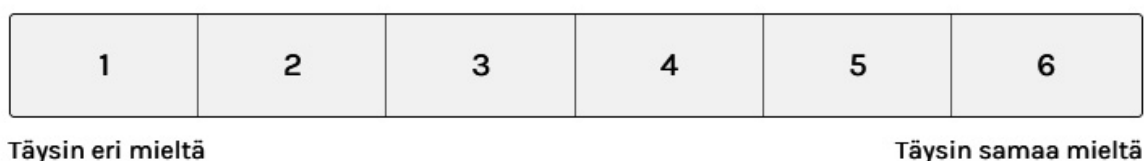
Mäntynevä, Heinonen ja Wrange (2008, 53) mukaan tutkijan kannattaa tutkimuslomaketta rakentaessaan jäsentää ensimmäisenä itselleen isot kokonaisuudet. Tutkimusongelmaa ratkaistaessa tutkijalla tulee olla selvillä tutkimuslomakkeeseen liitettävät osa-alueet. Kun isot kokonaisuudet ovat hahmottuneet, tutkija voi edetä yksittäisiin tutkimuskysymyksiin.

Kysymysten on oltava ymmärrettäviä, selkeitä ja johdattelemattomia. Kieliasun on oltava selkeää ja kohteliasta. Kysymykset on hyvä pitää lyhyinä. Vastaaja saattaa unohtaa mitä kysyttiin, jos kysymykset ovat liian pitkiä (Heikkilä, 2014, 54–55).

Jotta kyselylomake pysyy kohtuullisen mittaisena, jätetään tarpeettomat kysymykset pois. Vastaajakato kasvaa lomakkeen pidentyessä (Mäntyneva ym. 2008, 53). Hyvässä tutkimuskysymyksessä kysytään vain yhtä asiaa kerrallaan.

Kysymyslomake suunniteltiin käyttäen Typeform-ohjelmaa. Kyselykierroksilla kysymyksien suunnittelussa sovellettiin Hyysalon (2009, 147) artefaktianalyysin tärkeimpiä ominaisuuksia ja kysymykset jaettiin niiden mukaan viiteen aihealueeseen (ulkoasu ja asennettavuus, äänet, toimivuus ja ominaisuudet, palautteenanto sekä ohjeet ja valvonta). Kysymystyyppinä käytettiin kuusikohtaista tykkäämismittaria (kuvassa 3) sekä monivalintakysymyksiä.

Lisäksi vastaajat saivat kommentoida ja perustella vastauksiaan jokaisen osa-alueen jälkeen vapaasti.



Kuva 3. Kuusikohtainen tykkäämismittari

Ennen ensimmäistä kierrosta suoritettiin pilottikierros kolmelle henkilölle, jotka eivät kuuluneet asiantuntijapaneeliin ja joiden huomioiden ja ehdotusten mukaan kyselylomakkeeseen tehtiin muutoksia. Asiantuntijapaneeliin valituille 18 henkilölle lähetettiin sähköpostitse kutsukirje tutkimuksen aiheesta, tarkoituksesta, tavasta sekä aikataulusta ja kysyttiin mielenkiintoa osallistua kyselyyn. 18:sta valitusta 13:sta ilmoittautui osallistuvansa mielellään kyselyyn. Viideltä ei saatu vastausta.

Ensimmäinen kyselykierros levitettiin paneelille sähköpostitse sisältäen linkin Typeform-ohjelman kyselyyn. Syötetyt vastaukset vietiin automaattisesti Google Sheets-tilukkolaskentaohjelmaan.

Ensimmäisen kierroksen kysymyksiin vastasi 12/13 ilmoittautunutta asiantuntijaa, jolloin vastausprosentti oli 92,3%

Ensimmäisen vastauskierroksen analysointi suoritettiin tarkastelemalla laadullista dataa, joka saatiin Google Sheets-ohjelmasta. Vastaukset jaettiin kolmeen luokkaan (1-2 jotka olivat täysin erimieltä, 3-4 ei samaa- eikä eri mieltä ja 5-6 jotka olivat täysin samaa mieltä). Konsensus hyväksyttiin, jos vähintään 75% vastauksista sisältyi yhteen luokkaan.

Delfoi -tutkijaryhmä kerää ja analysoi vastaukset ja jakaa ne takaisin asiantuntijoille, jotka tulosten perusteella voivat muuttaa ja edelleen perustella käsityksiään. Usein jatkokierroksilla kysymyksenasettelua syvennetään esitettyjen väitteiden perusteella. Tutkimusta voidaan laajentaa uusien, ensimmäisen kierrosten vastauksiin perustuvien, kysymysten avulla tai sitten tutkimusta keskittää ja rajata niin, että jatkokierroksilla kysytään vain osa alkuperäisistä kysymyksistä (Kuusi. 1999).

Toisen kierroksen kysymykset perustuivat ensimmäisen kierroksen tuloksiin ja kommentteihin. Kysymykset, joihin saatiin konsensus jo ensimmäisellä kierroksella, jätettiin pois toiselta kierrokselta, mutta uusia kysymyksiä, jotka nousivat vastaajien mieleen, lisättiin

kysymyslistaan. Vastaajien ensimmäisen kierroksen vapaita kommentteja muotoiltiin uusiksi kysymyksiksi ja sekaannusta aiheuttaneet kysymykset poistettiin.

Toisen kierroksen kysymyksiin vastasi 11/12 ilmoittautunutta, jolloin vastausprosentti oli 91,6%

Toisen kierroksen analysointi tehtiin samalla tavalla, kuin ensimmäisenkin.

Delfoi-kyselyn aikajana

Päivämäärä	Tapahtuma
11.10.2019	Pilottikierros kolmelle, jotka eivät kuulu asiantuntijapaneeliin ja heidän palautteensa kysymyspatterista
14.10.2019	Kutsukirje asiantuntijapaneelille ja vastauspyyntö
17.10.2019	Ensimmäisen kyselyn lähettäminen osanottajille + saatekirje
23.10.2019	Muistutus vastauspyynnöstä niille, jotka eivät vastanneet
24.10.2019	Ensimmäinen kyselykierros päättyi
25- 28.10.2019	Ensimmäisen kyselykierroksen vastausten analysointi
4.11.2019	Toisen kyselykierroksen lähettäminen osanottajille
11.11.2019	Muistutus vastauspyynnöstä niille, jotka eivät vastanneet
13.11.2019	Toinen kyselykierros päättyi
15.-21.11.2019	Toisen kyselykierroksen vastausten analysointi

5.2 Käyttäjäkyselyt SuperParkissa

Hyysalon (2009, 131) mukaan kyselyt ovat usein käytettyjä tapoja tuotteiden vertailuissa, markkinatutkimuksissa sekä tiedon keräämisessä suurelta joukolta ihmisiä. Kyselyn suunnittelussa tulee ottaa huomioon kysymyspatterin kattavuus sekä kyselyn laajuus sillä laajaan kyselyyn moni ei viitsi vastata.

Asiakaskäyttäjien mielipidekyselyt (Liite 1) toteutti Tero Heikkinen syksyllä 2019 Vantaan ja Vuokatin SuperParkeissa. Kyselyn kohderyhmäksi valittiin kaikki puistokävijät iästä riippumatta. Alkuperäinen ajatus oli kiertää puistoissa taulutietokoneen kanssa, johon

käyttäjät voisivat täyttää mielipidekyselyn. Tuolloin kysely koostui strukturoiduista monivalinta-, viisikohtaisista tykkäämismittareista sekä avoimista kysymyksistä.

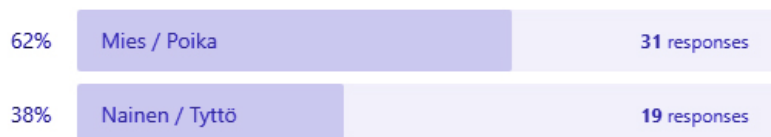
Strukturoidut kysymykset ovat helpompia käsitellä ja analysoida, kuin avoimessa haastattelutilanteessa, jolloin vuorovaikutustilanne on lähempänä avointa keskustelua (Hyysalo 2009, 129). Kysymykset muotoiltiin niin, että nuorimmatkin vastaajat osaisivat vastata kysymyksiin. Lisäksi monivalintakysymyksissä käytettiin kuvia.

Taulutietokoneen kanssa kerättävän strukturoidun kyselyn ajatusta testattiin käytännössä Vantaan puistossa, mutta tapa todettiin äärimmäisen hitaaksi ja haastavaksi. Avoimet tekstikysymykset poistettiin kymmenen ensimmäisen vastaajan jälkeen, kun huomattiin, että avoimet kysymykset eivät olleet saaneet yhtään vastausta. Syynä vastaamattomuuteen avoimien kysymysten kohdalla todettiin olevan hälisevä sekä rauhaton ympäristö ja vastaajien huono keskittymiskyky kyseenlaisissa ympäristöissä. Lisäksi ongelmaksi todettiin kyselyyn vastaamiseen vaadittava aika. Kun kyselyyn vastaaminen vei noin neljä minuuttia per osallistuja, joutui kolmen hengen ryhmä odottamaan paikallaan aivan liian kauan. Siksi kyselytapaa muutettiin Vuokatin SuperParkiin niin, että kysely suoritettiin puiston vaatteidensäilytystilassa, jonne käyttäjät tulevat hengähtämään hetkeksi. Kysely tulostettiin tällä kertaa papereille, jotta kyselyyn voi osallistua monta käyttäjää kerrallaan. Tapa osoittautui huomattavasti toimivammaksi. Kyselyn lopuksi asiakaskäyttäjien vastaukset lisättiin Typeform-ohjelmaan yhteenvedon saamiseksi.

Kahden haastattelukerran aikana vastauksia saatiin viisikymmentä kappaletta, joista 62% oli poikia tai miehiä ja 38% tyttöjä tai naisia (kuvio 9). Haastattelijoiden vähäisen määrän sekä haastattelujen haastavuuden ja hitauden vuoksi 50 vastausta nähtiin riittäväksi vastausmääräksi.

Oletko?

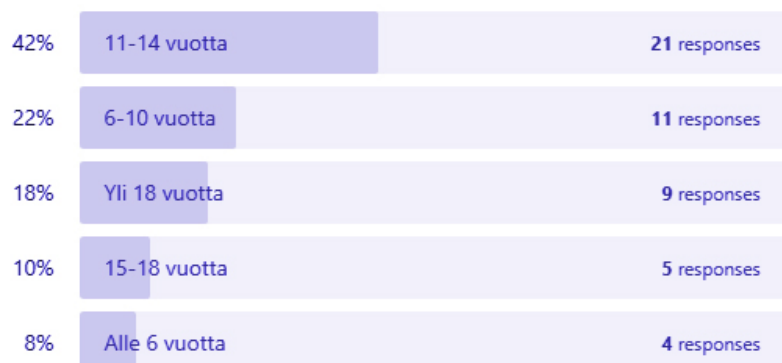
50 out of 50 people answered this question



Kuvio 9. Käyttäjähastateltavien sukupuolijakauma

Minkä ikäinen olet?

50 out of 50 people answered this question



Kuvio 10. Käyttäjähaastateltavien ikäjakauma

Kuten kuvioista 10 nähdään, sai SuperParkin kohderyhmä (6-12 vuotiaat) eniten vastauksia. Tästä syystä vain 6-10 vuotiaiden ja 11-14 vuotiaiden vastaukset analysoitiin tarkasti. Muiden ikäluokkien vastauksia tarkasteltiin vain, jos tietyn kysymyksen mahdollinen haajonta haluttiin selvittää.

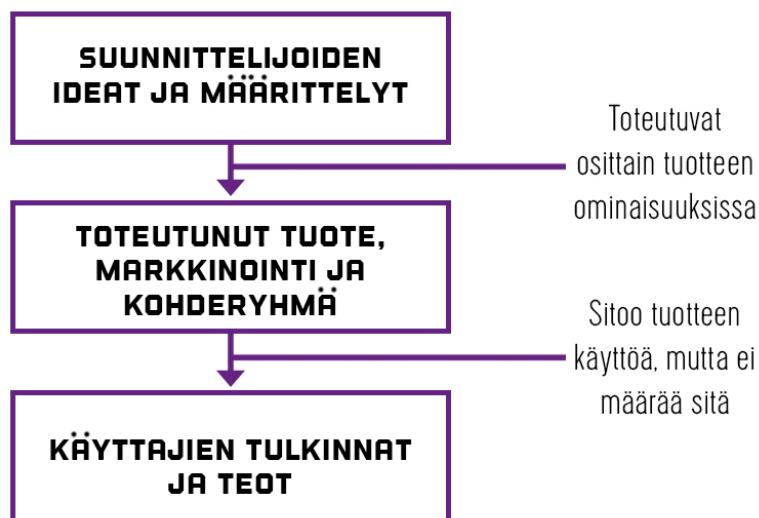
Kyselylomakkeessa (Liite 1) käyttäjien mielipiteitä kysyttiin SuperParkin aktiviteettien ulko- näöstä, toimivuudesta sekä äänimaailmasta. Lisäksi kysyttiin, miten he käyttävät aktiviteetteja, kenen kanssa ja minkälaisia ominaisuuksia tulevien aktiviteettien olisi hyvä sisältää.

5.3 Artefaktianalyysianalyysi

Hyysalon (2009, 147) mukaan artefaktianalyysissa yleensä puretaan tuote alkutekijöihinsä muun muassa ominaisuuksien, brändin piirteiden ja markkinaosuuksien mukaan. Kaikki näkökulmat kertovat jotain myös siitä, miten olemassa olevia tuotteita ja tuotejärjestelmiä on ajateltu käyttävän ja kenen toimesta. Aiemmista tuotteista oppiminen onkin yksi merkittävimmistä tavoista, joilla tuotteiden suunnittelu edistyy. Analyysin avulla saadaan tietoa monesta olennaisesta asiasta kuten: mitä ominaisuuksia laite tarjoaa käyttäjille, mitä tuotteen rakenteessa on oletettu käyttäjien toiminnasta, minkälaista käyttäjän ja tuotteen vuorovaikutusta tuotteen käyttöliittymässä on tuettu ja oletettu, minkälaisia mielleyhtymiä tuotteen ulkonäöllä ja suunnitteluratkaisuilla on pyritty tuottamaan tai kenelle tuotetta yritetään kaupata ja minkälaisilla mielikuvilla.

Hyysalo (2009) toteaa, että monesti suunnittelijoiden aikomukset ja toteutunut tuote voivat poiketa toisistaan merkittävästi. Miten tuote vaikuttaa käyttäjiinsä riippuu heidän

tavoistaan tulkita ja muokata tuotetta sekä sen ympäristö omanlaisekseen. Tätä voidaan havainnollistaa seuraavan kuvion 11 muodossa.



Kuvio 11. Tuotteen suunnittelun ja sen käytön välinen suhde (mukailtu Hyysalo 2009)

Artefaktianalyysin vahvuudeksi Hyysalo (2009) nimeää analyysin paljastavan, mitä aiempien tuotteiden käytöstä on oletettu sekä antaa tietoa käyttäjien esinemaailmasta, fyysisen ympäristön rajoitteista ja käyttötottumuksista. Suurimpia vaaroja ovat liian pitkälle menevä yleistäminen tuotteen ominaisuuksista verrattuna siihen, mitä käyttäjät tosiasiasa tekevät ja aikaisempien tuotteiden ratkaisumalleihin lukkiutuminen.

Hyysalon (2009) toteaa, että jos uuden tuotteen suunnitteluratkaisuja tehdään täysin tuotteen aiemman version pohjalta, jää uuteen tuotteeseen helposti historiallista painolastia, joka johtaa turhien ominaisuuksien siirtämiseen versiosta toiseen ja oletukseen, mitä käyttäjät oikeasti tuotteelta haluavat.

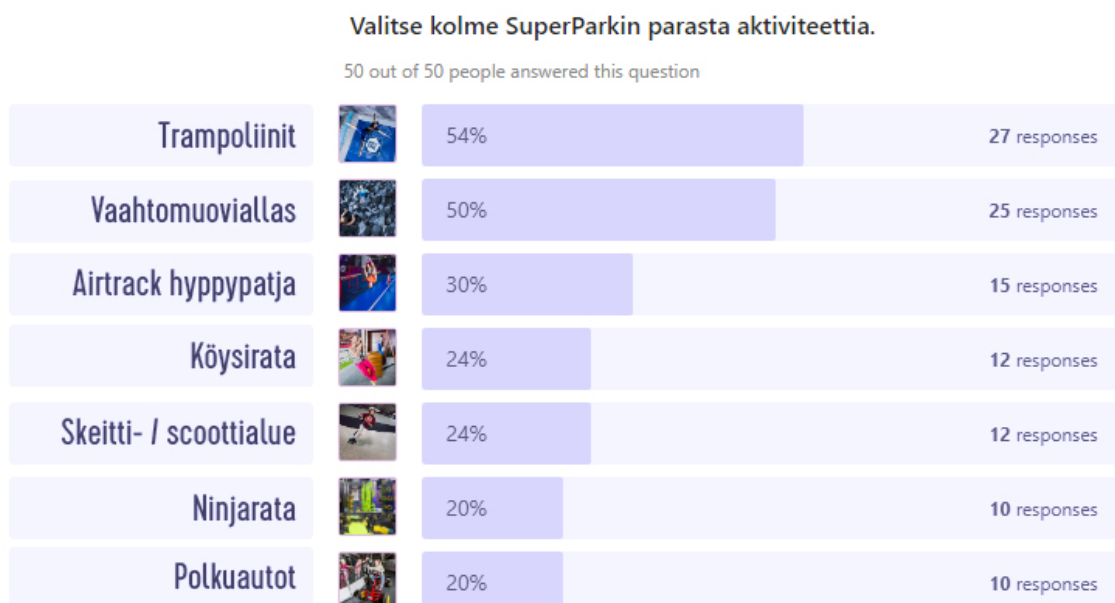
Kyselyiden pohjalta tehtiin artefaktianalyysi, jolla tässä tutkimuksessa saatiin selville, mitä ominaisuuksia tulevaisuuden aktiviteettien on suositeltavaa sisältää. Käyttäjäkyselyn vastauksia, jotka perustuivat Hyysalon (2009, 147) määrittämien artefaktianalyysin tärkeimpiin puoliin, verrattiin asiantuntijapaneelin Delfoi-menetelmävastauksiin.

6 TULEVAISUUDEN AKTIVITEETTIKONSEPTI

6.1 Artefaktianalyysi kyselyiden pohjalta

Artefaktianalyysissa yleensä puretaan tuote osiin. Analyysin avulla saadaan tietoa monesta olennaisesta asiasta kuten esimerkiksi, mitä ominaisuuksia laite tarjoaa käyttäjille. Artefaktianalyysi tehdään normaalisti jo olemassa olevasta tuotteesta, mutta tässä tutkimuksessa analyysiä on sovellettu niin, analyysi tehtiin Hyysalon (2009, 107) määrittelemien artefaktianalyysin tärkeimpien puolien mukaan ja mukana on myös, asiantuntijoiden sekä käyttäjien, tulevaisuuden aktiviteetin toivottuja ominaisuuksia. Analyysi on jaettu kahdeksaan osaan (1. ulkoasu, 2. asennus, 3. äänet, 4. toiminta ja ominaisuudet, 5. motivaatio, 6. kirjautuminen, 7. uudet teknologiat sekä 8. ohjeistus ja valvonta).

Käyttäjäkyselyyn vastaajat saivat määrittää kolme mielestään parasta tämän hetken aktiviteettia SuperParkeissa. Seitsemän suosituinta aktiviteettia olivat tuotteita, joissa ei ole juurikaan digitaalisuutta. Nuo suosituimmat aktiviteetit myös sijoittuivat pääasiassa free-style-alueelle (kuvio 12).

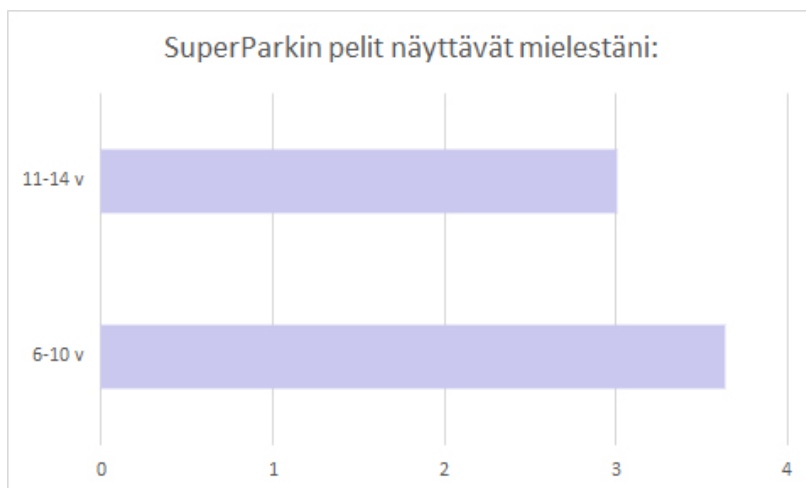


Kuvio 12. Käyttäjäkyselyn suosituimmat aktiviteetit SuperParkeissa

6.1.1 Aktiviteettien ulkoasu

Aktiviteettien ulkoasusta kyseltäessä käyttäjistä 52%:n mielestä SuperParkin tämän hetkiset aktiviteetit näyttävät hyviltä. Tykkäämisasteikolla 1-5 kaikkien vastaajien vastausten keskiarvo oli 4,2. SuperParkin nykyisen kohderyhmän (6-12 vuotiaat) kohdalla keskiarvo

tippui. Kuten kuviosta 13 nähdään, 6-10 vuotiaat antoivat ulkonäön keskiarvoksi 3,6 ja 10-14 vuotiaat ainoastaan 3.0. Voidaan todeta, että kohderyhmän ulkopuoliset ikäluokat pitävät aktiviteettien ulkoasuista, mutta kohderyhmän mielestä kehitettävää on. Asiantuntijapaneeli otti kantaa aktiviteettien ulkoasujen yhteneväisyyteen ja väite: ”värit ja logo riittävät pitämään ulkoasut yhteneväisinä” sai vastausten keskiarvoksi 4,3 asteikolla 1-6 (kuvio 14).



Kuvio 13. Käyttäjäkyselyyn vastanneiden mielipide aktiviteettien ulkoasusta



Kuvio 14. Asiantuntijoiden vastausjakauma aktiviteettien ulkoasusta

Monet SuperParkin tämän hetken aktiviteeteista käyttävät paksua liimapuutolppaa rakenteenaan, joka erottaa esimerkiksi SuperParkin kiipeilytelineet kiinalaisista kilpailijoista. Ensimmäisessä Delfoi-väitepatterissa tuli ilmi, että puurakennetta olisi hyvä uudistaa

aktiviteettien uudistamisen ja jatkokäytön vuoksi. Tämä väite esitettiin toisen kierroksen väitepatterissa ja, kuten kuvioista 15 nähdään, vastaukset jäivät kauas konsensuksesta ai-noastaan vastausarvon 1 jääden ilman ääniä.

Vaikka rakenne on hieman kömpelö, on sillä hyvät puolensakin, kuten edellä mainittu erot-tuvuus, helppo työstettävyys sekä hinta verrattuna kilpaileviin metallirakenteisiin. Koska selkeää suuntaa rakenteen tulevaisuudesta ei saatu, siihen ei voi ottaa kantaa aktiviteetti-konseptissa.



Kuvio 15. Asiantuntijoiden vastausjakauma nykyisestä puutolpparakenteesta

Asiantuntijoilta kysyttiin myös lisävalojen tarpeellisuudesta väittäen, että: "Aktiviteetit tarvitsevat lisävaloja (esim. spotit) lisäämään aktiviteettien houkuttelevuutta ja turvallisuutta". Myös tämän väitteen vastaushajonta oli laaja saaden keskiarvon 4. 50% vastaajista oli väitteen kanssa samaa mieltä (kuvio 16). Vaikka vastaajat eivät päässeet konsensukseen asiasta, voidaan todeta, että aktiviteettien valaistukseen on syytä kiinnittää nykyistä enemmän huomiota.



Kuvio 16. Asiantuntijoiden vastaushajonta koskien aktiviteettien valaistusta

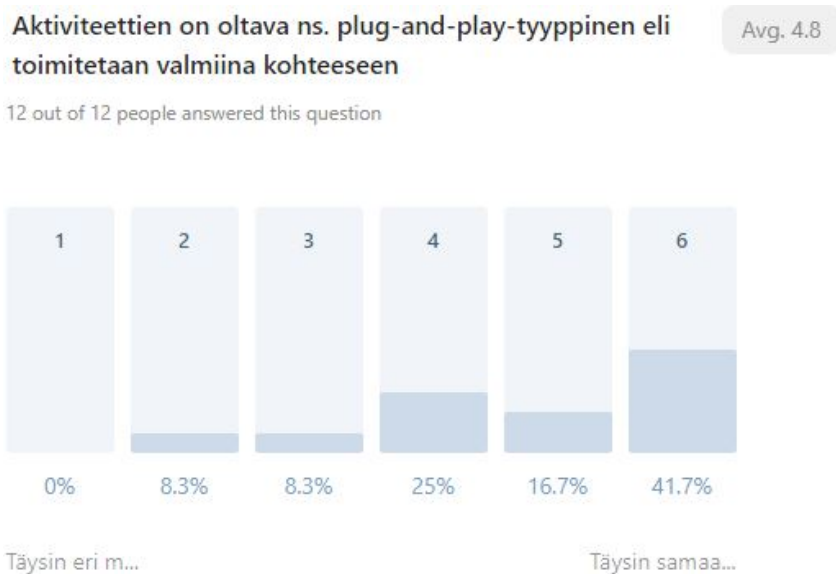
Yhteenvetona ulkoasusta voidaan todeta, että aktiviteetit tarvitsevat paremman valaistuksen nykyisen tasaisen loisteputkivalon sijaan lisäämään houkuttelevuutta sekä turvallisuutta. Nykyistä liimapuutolpparakennetta voidaan käyttää, mutta uusia vaihtoehtoja olisi hyvä kartoittaa aktiviteettien uudistamisen ja jatkokäytön helpottamiseksi. Nykyiset brändin värit, logot ja iskulauseet riittävät pitämään ulkoasut yhteneväisinä.

6.1.2 Aktiviteettien asennus

Asennuksella tarkoitetaan aktiviteettipuistotyömaalla tapahtuvaa aktiviteetin fyysisen rakenteen kasausta ja rakentamista sekä tietoteknisen ohjelman asentamista aktiviteettiin. Käyttäjillä ei ole kokemusta aktiviteettien asentamisesta, joten tätä osaa ei voida verrata asiantuntijoiden ja käyttäjien kesken.

Delfoi-menetelmän ensimmäisellä kierroksella väitettiin, että aktiviteettien on oltava ”plug-and-play”-tyyppisiä, eli aktiviteetti toimitetaan kohteeseen käyttövalmiina ja on valmis heti käyttöön, kun aktiviteetin sähköpistoke kytketään sähköverkkoon. Tuolloin vastaushajonta oli suurehko, kun ainoastaan vastausarvo 1 (täysin eri mieltä) jäi ilman ääniä. Vastauksien määrä kuitenkin painottui 67% arvoille 5 ja 6, joten ajatus kyseisestä ominaisuudesta sai enemmän kannatusta, kuin vastustusta (kuvio 17). Tuon väitteen mukaan väitteen kärjistystä pyöristettiin hieman ja muokattiin muotoon ”aktiviteetit on oltava mahdollista ottaa käyttöön ilman erikoisosaamisen omaavaa henkilöä paikan päällä”. Väitteen muokkaaminen toi ennustetta lähemmäs konsensusta vastauksista 90% sijoittuvan arvoille 4 ja 5 (kuvio 18).

Hyvänä huomiona avoimissa vastauksissa kävi ilmi, että asiantuntijaorganisaation on kuitenkin annettava tarvittavaa tukea asennukseen ja mahdollisesti suoritettava lopputarkastus, kun kyseessä on kumppani, joka asentaa laitteita ensimmäistä kertaa. Tämä on turvallisuuden kannalta erittäin tärkeä ja huomioonotettava asia.



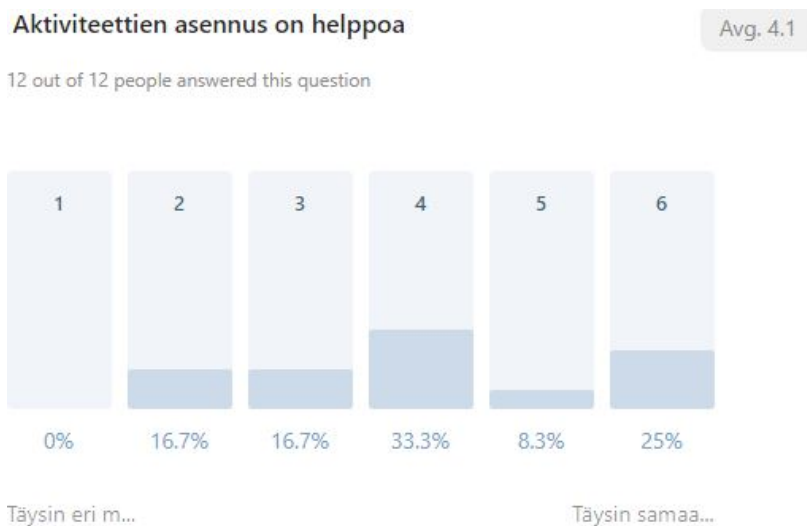
Kuvio 17. Asiantuntijoiden vastaushajonta plug-and-play-ratkaisuun



Kuvio 18. Asiantuntijoiden vastaushajonta koskien aktiviteettien käyttöönottamista

Lisäksi ensimmäisellä kierroksella asentamista väitettiin helpoksi, jonka vastaukset jakautuivat myös laajasti vastausarvon 4 suuntaan samaa mieltä ollen suosituin, mutta saaden ainoastaan 33% äänistä (kuvio 19). Jatkoksi edellä mainitulle väitteelle luotiin

yksinkertainen”, jonka vastaukset lähestyivät jo huomattavasti konsensusta sitä kuitenkin saavuttamatta. 60% vastaajista olivat väitteen kanssa samaa mieltä ja 80% vastauksista painottuivat arvoille 4 ja 5 (kuvio 20). Vastausten perusteella voidaan todeta, että selkeä tarve aktiviteettien asennuksen helpottamiselle on.



Kuvio 19. Asiantuntijoiden vastaushajonta koskien aktiviteettien asennuksen helppoutta



Kuvio 20. Asiantuntijoiden vastaushajonta koskien asennusten helpottamista

Asennettavuutta tutkittaessa kävi ilmi, että nykyinen asennustyyli on haastava ja vaatii usein erikoisosaamista paikan päällä. Tulevaisuuden aktiviteetin olisi hyvä olla mahdollisimman pitkälle kasattu ennen kohteeseen toimittamista sekä asennettavissa helposti

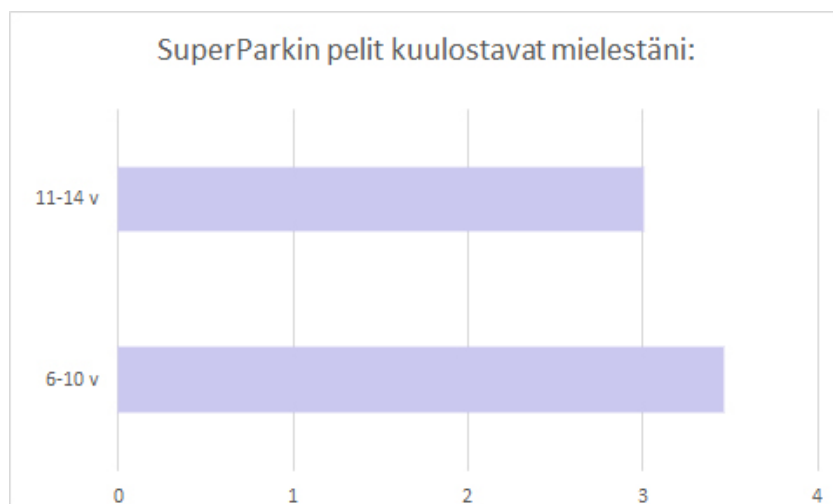
ilman erikoishenkilöitä. Kuitenkin aktiviteetin toimittajan on annettava tarvittava tuki asennukseen ja suoritettava sen lopputarkastus.

6.1.3 Aktiviteettien äänet

Käyttäjäkyselyssä SuperParkin aktiviteettien äänet saivat tyydyttävän keskiarvon 2,9 (kuvio 21). Alle 6-vuotiaiden vastaajien äänien keskiarvo oli huolestuttava 1,75 ja syyksi alhaiselle luvulle kuultiin monelta pieneltä käyttäjältä aktiviteettien liian kova ääni. Kohderyhmästä 6-10 vuotiaiden keskiarvo oli 3,5 ja 11-14 vuotiaiden keskiarvo 3 (kuvio 22). Asiantuntijoiden avoimissa vastauksissa oltiin huolissaan, että monet aktiviteetit rikkovat Sosiaali- ja terveysministeriön määrittämän 80 desibelin melurajan. Tuo meluraja on otettava huomioon myös työntekijöiden kannalta, ettei heidän päivittäinen melualtistuksensa ylitä tuota desibelirajaa, joka voi kahdeksan tunnin aikana olla kuulolle vahingollista (Sosiaali- ja terveysministeriö, 2006).

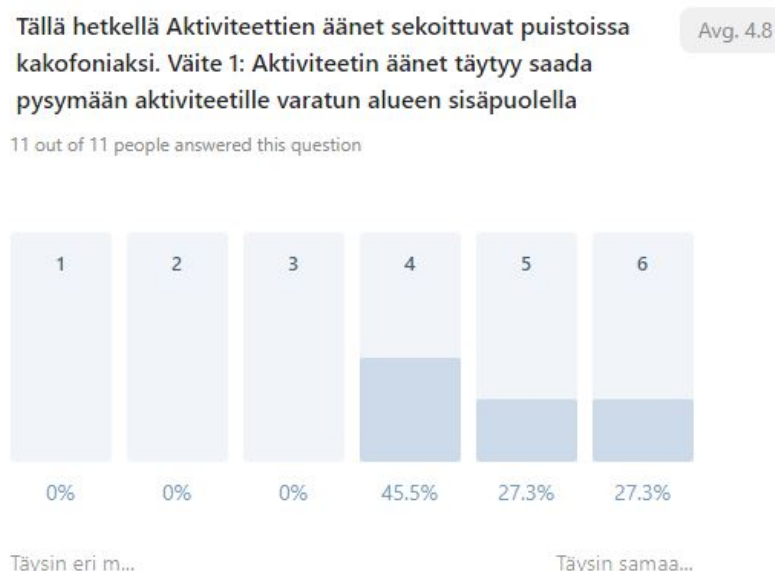


Kuvio 21. Kaikkien käyttäjien vastaushajonta aktiviteettien äänistä



Kuvio 22. Kohderyhmän keskiarvot koskien aktiviteettien ääniä

Ensimmäisellä Delfoi-kierroksella tuli ilmi, myös väite, että aktiviteettipuistojen äänimaa- ilma sekoittuu tällä hetkellä kakofoniaksi. Yhdeksi mahdollisuudeksi vähentää haitallista yleismelua väitettiin asiantuntijoille, että aktiviteetin äänet täytyy saada pysymään aktiviteetille varatun alueen sisäpuolella, jonka vastaukset painottuivat 54 prosenttisesti arvoille 5 ja 6 (kuvio 23). Ongelmaksi äänien suhteen todettiin, että vaatimukset Suomessa ja esimerkiksi Aasiassa ovat erilaiset, jossa aktiviteettien on tuotettava paljon ääntä käyttäjien kiinnostuksen herättämiseksi.



Kuvio 23. Asiantuntijoiden vastaushajonta koskien väitettä ” Aktiviteetin äänet täytyy saada pysymään aktiviteetille varatun alueen sisäpuolella”

Yleisesti kehitysvaatimuksina ovat aktiviteetti- ja jopa puistotason ääni- ja akustiikkasuunnittelun parantaminen huomattavasti nykyisestä (kuvio 24). Yleistä SuperParkin omaa,

brändättyä, äänimaailmaa koskenut ensimmäisen kierroksen väite ”SuperParkeissa on oltava oma, tunnistettava äänimaailmansa, joka erottuu kilpailijoista” sai laajan vastaushajonnan arvotasoille 2-5 (kuvio 25). Hajonta on niin suuri, että brändättyä äänimaailmaa ei voida ottaa huomioon tulevaisuuden konseptissa.



Kuvio 24. Asiantuntijoiden konsensus koskien akustiikan ja äänisuunnittelun parantamista



Kuvio 25. Asiantuntijoiden vastaushajonta koskien brändättyä äänimaailmaa

Äänistä muodostui tutkimuksen aikana aktiviteettien heikoin piirre. Nykyistä kakofonista äänimaailmaa täytyy parantaa ja äänien tasoa puiston yleistasolla laskea niin käyttäjien, kuin työntekijöiden kuulon suojelemiseksi. Yksi vaihtoehto ongelman ratkaisuun on, että aktiviteettien äänet saataisiin pysymään sille varatulla alueella, jolloin epätoivottua melua ei pääsisi niin helposti syntymään. Yleensäkin akustiikkasuunnittelua täytyy parantaa

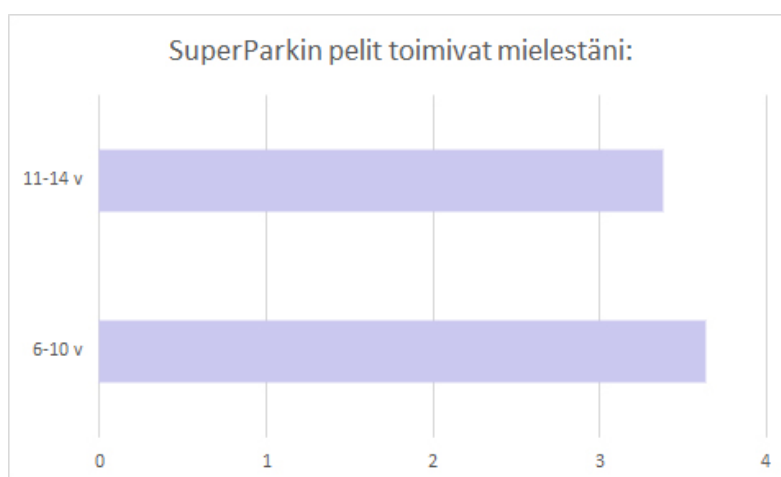
huomattavasti nykyisestä, kun suunnitellaan uusia puistoja. Omalle brändimaiselle äänimaailmalle ei ole tarvetta lähitulevaisuudessa.

6.1.4 Aktiviteettien toiminta ja ominaisuudet

Käyttäjäkyselyssä kysyttiin, miten hyvin aktiviteetit toimivat käyttäjien näkökulmasta. Keskiarvoksi toiminnalle muodostui 3,4 (asteikolla 0-4) 58% vastauksista painottuen arvolle 3 (kuvio 26). Kohderyhmien vastaushajonta on nähtävissä kuviossa 27. Käyttäjien mielestä aktiviteetit toimivat siis hyvin. Asiantuntijajaneelille väitettiin, että aktiviteetit toimivat kuten on suunniteltu heidän päätyessä samanlaiseen lopputulokseen, kun 63% asiantuntijoista valitsi arvon 5 (kuvio 28).



Kuvio 26. Kaikkien käyttäjien vastaushajonta koskien aktiviteettien toimintaa



Kuvio 27. Kohderyhmän keskiarvot koskien aktiviteettien toimintaa



Kuvio 28. Asiantuntijoiden vastaushajonta väitteeseen: Aktiviteetit toimivat kuten on suunniteltu



Kuvio 29. Asiantuntijoiden vastaushajonta väitteeseen: Aktiviteetteja käytetään, kuten on suunniteltu

Asiantuntijoille väitettiin myös, että aktiviteetteja käytetään kuten on suunniteltu. Kuten kuvio 29 nähdään, hajonta oli hieman laajempaa, kuin edellisessä väittämässä: 3 ja 4 painottui 63% vastauksista. Vastaajat eivät kuitenkaan antaneet avoimissa vastauskohdissa esimerkkejä, miten muuten aktiviteetteja käytetään, kuin siihen ajatellulla tavalla. Edelliseen väitteeseen viitattiin väittäen, että suunnitellun ensisijaisen käytön lisäksi suunnittelussa olisi hyvä pitää mielessä mahdollinen toissijainen tapa käyttää aktiviteetteja. Vastausjakauma jäi kauas konsensuksesta 54% vastauksista sijoittuen arvoille 3 ja 4 (kuvio 30). Yleinen toiminta todettiin niin käyttäjä- kuin asiantuntijavastausten mukaan hyväksi,

eikä tarvetta toissijaisten käyttötapojen huomioonottamista suunnitteluvaiheessa nähty tarpeelliseksi.



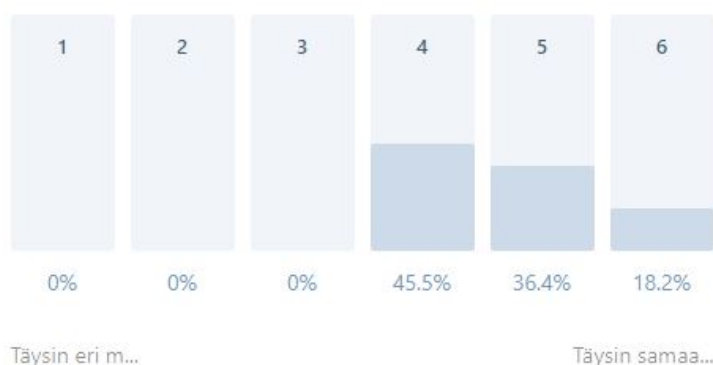
Kuvio 30. Asiantuntijoiden vastaushajonta koskien aktiviteettien toissijaista käyttötapaa

SuperParkin laajan kirjon aktiviteeteissa on monenlaisia käyttöliittymiä ja näin ollen myös monia erilaisia aktiviteettien käynnistysratkaisuja, joten molemmissa Delfoi-kyselyssä väitettiin, että jokaisessa pelissä tulisi olla samantapainen käynnistystapa loogisuuden vuoksi. Kuten kuviosta 31 nähdään, 54% vastaajista oli väitteen kanssa samaa mieltä keskiarvon ollessa ensimmäisessä vaiheessa 4,8 ja toisessa 4,7. Vastausten painottuessa arvoasteikon "samaa mieltä"-päähän voidaan todeta, että asiantuntijoiden mielestä aktiviteettien käynnistyslogiikan olisi hyvä olla samantapainen, ellei jopa samanlainen jokaisessa aktiviteetissa, joka sellaisen tarvitsee.

SuperParkin laajan kirjon aktiviteeteissa on nyt monenlaisia käyttöliittymiä ja näin ollen myös monia erilaisia aktiviteettien käynnistysratkaisuja. Väite: Jokaisessa pelissä täytyy olla samantapainen käynnistystapa loogisuuden vuoksi.

Avg. 4.7

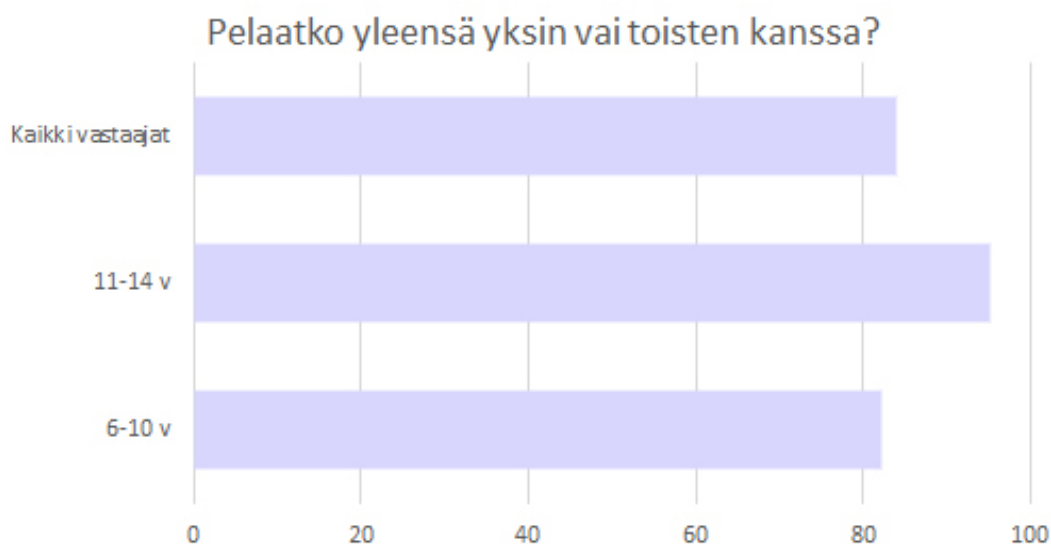
11 out of 11 people answered this question



Kuvio 31. Asiantuntijoiden vastaushajonta koskien aktiviteettien käynnistystapaa

Käyttäjistä 84% vastasi käyttävänsä aktiviteetteja toisten käyttäjien kanssa (kuvio 32).

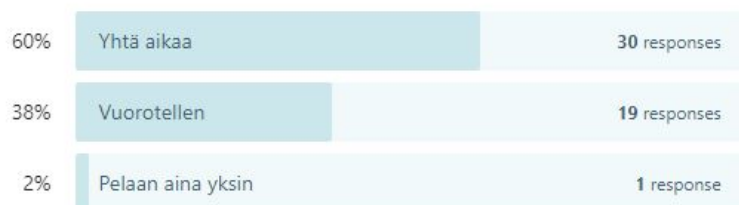
Tästä syystä voidaan todeta, että aktiviteeteissa on oltava moninpeluumahdollisuus sekä mahdollisuus monen käyttäjän yhtä aikaiseen käyttöön, kun 60% käyttäjistä lisäksi vastasi käyttävänsä aktiviteetteja yhtä aikaa (kuvio 33). Asiantuntijat ajattelivat väittämästä samoin 72% vastaajista ollen asiasta samaa mieltä (kuvio 34).



Kuvio 32. Käyttäjien vastaushajonta koskien kysymystä ”Pelaatko yleensä yksin vai toisten kanssa?”

Jos / kun pelaat toisten kanssa niin pelaatteko yleensä vuorotellen vai yhtä aikaa?

50 out of 50 people answered this question

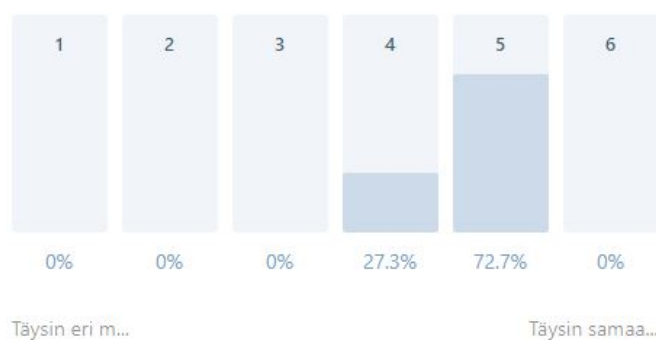


Kuvio 33. Käyttäjien vastaushajonta koskien yksin tai yhtä aikaa pelaamista

Aktiviteettia on pystyttävä käyttämään useampi, kuin yksi käyttäjä samaan aikaan

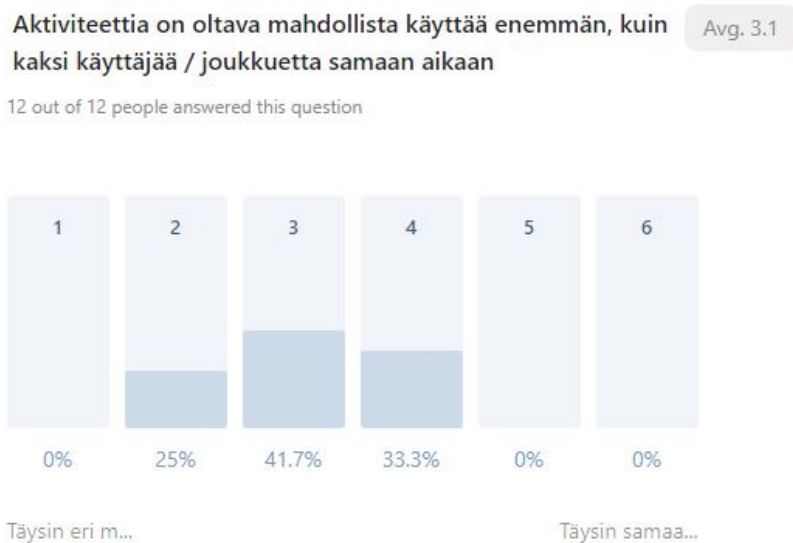
Avg. 4.7

11 out of 11 people answered this question



Kuvio 34. Asiantuntijoiden vastaushajonta koskien väitettä "Aktiviteettia on pystyttävä käyttämään useampi, kuin yksi käyttäjä samaan aikaan"

Väittämän rajoja testattiin vielä väittämällä asiantuntijoille, että aktiviteetin on oltava käytettävissä useammalla kuin kahdella käyttäjällä tai joukkueella samaan aikaan. Kuten kuvio 35 voidaan nähdä, asiantuntijat eivät olleet väittämän kanssa samaa mieltä keskiarvon ollessa 3,1 ja 74% vastauksista sijoittuen arvoille 3 ja 4. Tästä voidaan todeta, että asiantuntijat eivät nähneet tarvetta useamman käyttäjän tai joukkueen yhtäaikaiselle käytömahdollisuudelle.



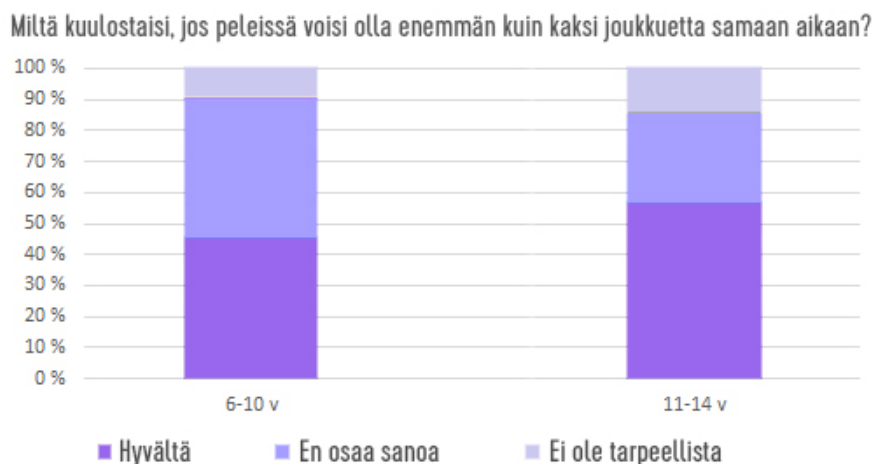
Kuvio 35. Asiantuntijoiden vastaushajonta koskien väitettä useamman kuin kahden käyttäjän yhtäaikaiseen aktiviteetin käyttöön

Myös käyttäjiltä kysyttiin mahdollisuudesta käyttää aktiviteetteja useammalla kuin kahdella joukkueella yhtä aikaa. 54% vastasi ajatuksen olevan hyvä, 28% ei osannut sanoa mielipidettään ja vain 18% näki ominaisuuden tarpeettomaksi (kuvio 36).



Kuvio 36. Käyttäjien vastaushajonta koskien useampaa kuin kahden käyttäjän tai joukkueen yhtäaikaista aktiviteetin käyttöä

Kuviosta 37 voidaan nähdä, että 6-10 vuotiaista 45% vastasi idean olevan hyvä ja 45% vastasi, että "ei osaa sanoa". Vain 9% oli sitä mieltä, että ominaisuus ei ole tarpeellinen. 11-14 vuotiaista 57% vastasi idean olevan hyvä ja 29% ei osannut sanoa, kun 14% vastasi ominaisuuden olevan tarpeeton.



Kuvio 37. Kohderyhmän vastaushajonta koskien useampaa kuin kahden käyttäjän tai joukkueen yhtäaikaista aktiviteetin käyttöä

Hajonta oli sen verran suuri, että yhteenvedoksi voidaan todeta, että aktiviteettia suunniteltaessa on otettava mahdollisuus käyttää aktiviteettia useammalla käyttäjällä yhtä aikaa tarpeen mukaan, mutta se ei ole aktiviteetin toimimisen perusedellytys vaan enemmänkin lisätoiminne. Suuressa määrässä "en osaa sanoa"-vastauksissa voi olla myös kyse siitä, että kyseistä ominaisuutta ei ole tarjolla eivätkä käyttäjät osaa vielä sellaista kaivata.

Aiheeseen liittyen asiantuntijoille väitettiin, että aktiviteettia on oltava mahdollista käyttää verkon ylitse reaaliajassa toisen puiston samanlaista aktiviteettia vastaan. Molemmilla kyselykierroksilla keskiarvoksi muodostui 3,7 laajalla hajonnalla arvoasteille 2-6. Ominaisuutta ei siis nähdä tarpeelliseksi tulevaisuudessa (kuvio 38).



Kuvio 38. Asiantuntijoiden vastaushajonta koskien aktiviteetin käyttöä verkon yli

SuperPark kuuluu Suomen valtion Education Finland-ohjelmaan, joka tukee parhaita koulutusalan tarjoajia kasvussaan kansainvälisillä markkinoilla. Tämän vuoksi asiantuntijoille väitettiin, että aktiviteetin täytyy opettaa käyttäjälleen pelin pelaamisen lisäksi taitoja, joita voi käyttää oikeassa elämässä. 27% vastaajista oli samaa mieltä, vastauksista 63% sijoituen arvolle 4 (kuvio 39). Vaikka asiantuntijat eivät päässeet yhteisymmärrykseen ja yllättävän moni sijoitti vastauksensa ”ei puolesta, eikä vastaan” -alueelle olisi oppimisominaisuus hyvä ottaa huomioon uuden aktiviteetin suunnittelussa, koska SuperPark kuuluu Suomen valtion Education Finland-ohjelmaan. Oppimisen täytyy kuitenkin olla viihteellistä ja huomaamatonta, mitä väitettiinkin asiantuntijoille. Kuten kuviosta 40 nähdään, saatiin vastauksista konsensus 91% vastaajista ollen samaa mieltä.

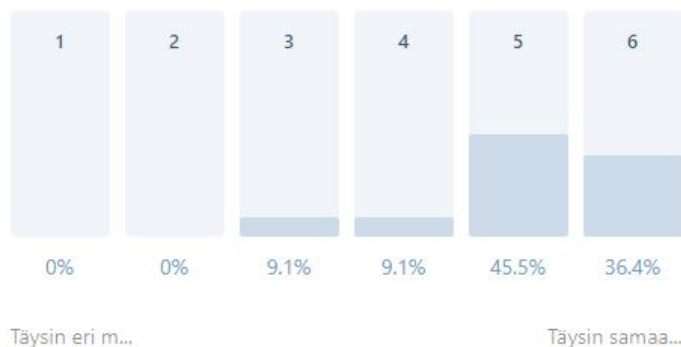


Kuvio 39. Asiantuntijoiden vastaushajonta koskien aktiviteettien opettavuusominaisuuksia

Väite 2: Mahdollisen oppimisen on oltava viihteellistä ja huomaamatonta

Avg. 5.1

11 out of 11 people answered this question

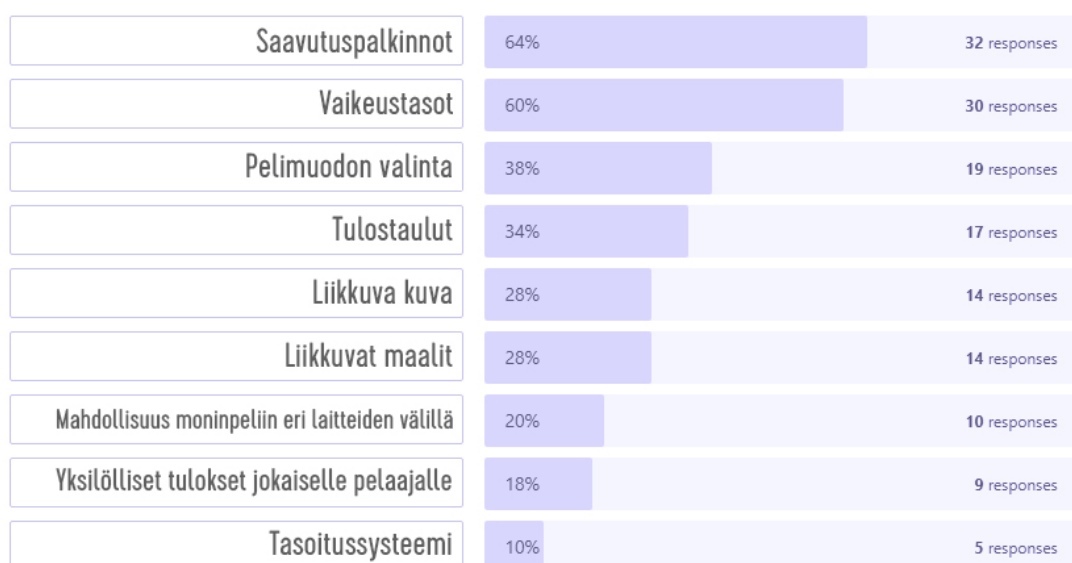


Kuvio 40. Asiantuntijoiden konsensus koskien aktiviteettien viihteellistä ja huomaamatonta opettavuutta

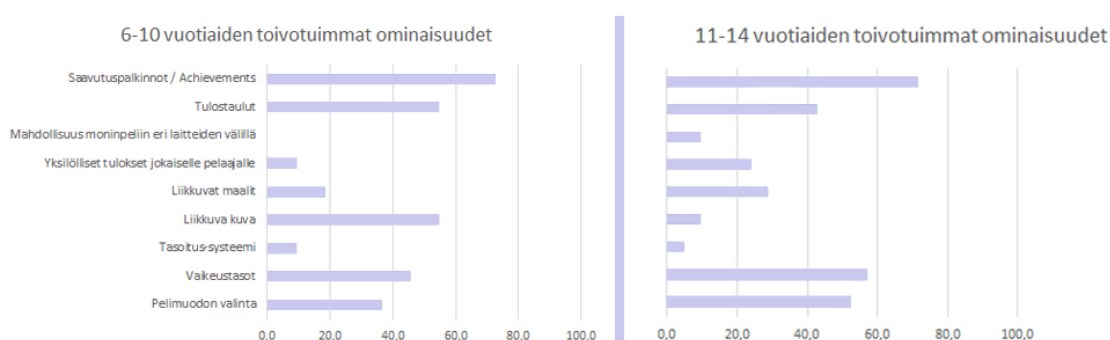
Useat SuperParkin aktiviteeteista ovat pelimäisiä ja peleihin liittyen käyttäjiltä sekä asiantuntijoilta kyseltiin pelimuodoista. Kaikkien asiakaskyselyyn vastanneiden mukaan kolmanneksi suosituin toivottu ominaisuus aktiviteettipeleihin on pelimuodon valintamahdollisuus, joka sai 38% äänistä (kuvio 41). Kuten kuvio 42 osoittaa, SuperParkin kohderyhmästä 6-10 vuotiaat eivät äänestäneet pelimuodon valintaa kolmen halutuimman ominaisuuden joukkoon mutta 11-14 vuotiaiden ryhmästä pelimuodon valinta sai 52,4% äänistä.

Mitkä kolme ominaisuutta haluaisit SuperParkin uusiin peleihin?

50 out of 50 people answered this question

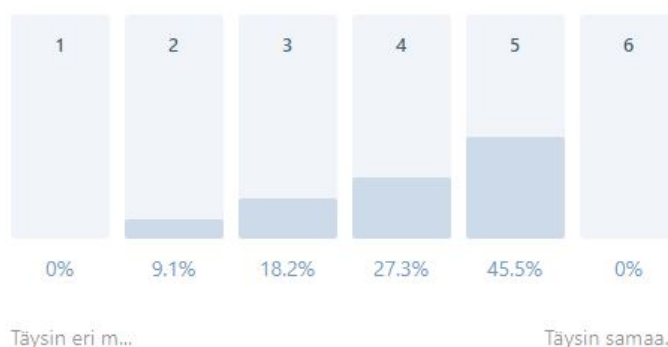
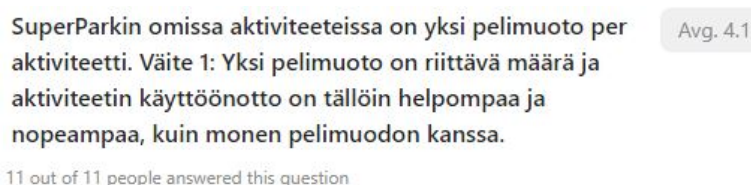


Kuvio 41. Kaikkien käyttäjien toivotuimmat uudet ominaisuudet tulevaisuuden aktiviteetille



Kuvio 42. Kohderyhmien toivotuimmat uudet ominaisuudet tulevaisuuden aktiviteetille

Asiantuntijoille osoitettiin kaksi väitettä koskien pelimuotoja. Ensimmäisessä väitettiin, että yksi pelimuoto, per aktiviteetti, on riittävä määrä ja aktiviteetin käyttöönotto on tällöin helpompaa ja nopeampaa, kuin monen pelimuodon kanssa. Kuten kuvioista 43 nähdään, väitettä tuki noin 45%. Vastausten perusteella voidaan todeta, että asiantuntijoiden mielestä yksi pelimuoto riittää. Näin käyttäjät eivät jää hidastelemaan käyttöliittymän pelimuodon valintaan vaan, pääsevät nopeasti käyttämään aktiviteettia.



Kuvio 43. Asiantuntijoiden vastaushajonta koskien pelimuotojen valintaa

Toisessa väitteessä väitettiin, että aktiviteetissa olisi hyvä olla enemmän pelimuotoja eriytettynä niin, että pelimuotoa voitaisiin vaihtaa esimerkiksi ajankohdan tai tapahtuman mukaan. Vastaukset saivat keskiarvon 4,5 ja 54% vastaajista oli väitteen kanssa samaa mieltä (kuvio 44). Pelimuotojen mahdollinen lisääminen vaatii lisätutkimusta, koska osa käyttäjistä toivoo kyseistä ominaisuutta, mutta asiantuntijat näkevät yhden pelimuodon kerrallaan riittävänä. Pelimuodon valinta ja käyttöliittymä tulisi virtaviivaistaa äärimmäisen

yksinkertaiseksi ja nopeaksi, jotta aktiviteetin käytön kiertoaika ei veny liiaksi valikoissa miettimisen vuoksi. Jos aktiviteettiin olisi eriytettyinä pelimuotoja niin, että sitä voi vaihtaa tarpeen mukaan, mahdollistaisi se uudenaikaiset sisällöt ja näin aktiviteetteja saadaan uudistettua ja päivitettyä kustannustehokkaasti ja nopeasti ilman aktiviteetin sulkemista päivien ajaksi.



Kuvio 44. Asiantuntijoiden vastaushajonta koskien eriytettyjä pelimuotoja

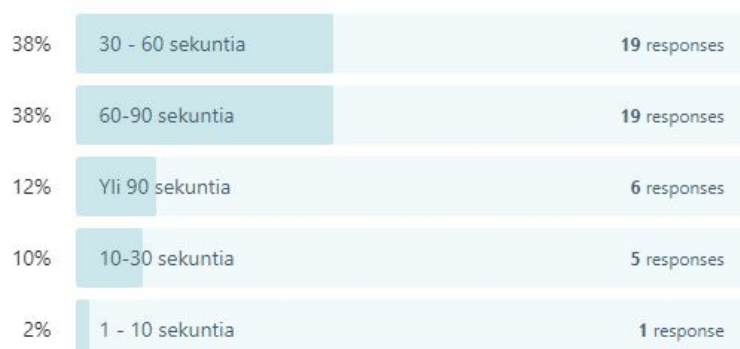
Sopivaksi pelikerran rotaatioajaksi asiantuntijat määrittivät 60-90 sekuntia, vaihtoehdon saaden 58% äänistä (kuvio 45). Käyttäjistä 38% valitsi mieluisimmaksi peliajaksi 30-60 sekuntia ja 38% 60-90 sekuntia (kuvio 46). Lyhyet peliajat jäivät viimeiseksi monivalintakysymyksessä. Voidaan todeta, että 60-90 sekuntia on sopiva aktiviteetin kiertoaika.



Kuvio 45. Asiantuntijoiden vastaushajonta koskien aktiviteettien rotaatioaikaa

Mikä mielestäsi on sopiva pelaajan pituus?

50 out of 50 people answered this question



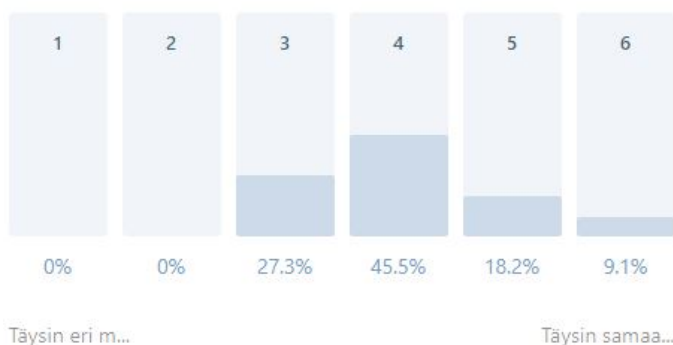
Kuvio 46. Käyttäjien vastaushajonta pelaajan pituutta koskevaan kysymykseen

Ensimmäisen kierroksen Delfoi-kyselyssä tuli ilmi asiantuntijan väite, että aktiviteettien tuottama fyysinen rasitus tulisi olla huomaamatonta. Tämä väite lisättiin toisen kierroksen kyselyyn ja kuviosta 47 voidaan nähdä, että 72% vastaajilla ei ollut selvää mielipidettä väitteeseen ja lopun 28% ollen samaa mieltä. Avoimissa vastauskohdissa väite sai kuitenkin osakseen kriittisyyttä, jossa todettiin, että ”jos aktiviteetti on suunniteltu tekemään fyysistä rasitusta, sen ei tarvitse olla huomaamatonta, kunhan se on tarpeeksi hauskaa”. Käyttäjiltä kysyttiin yksinkertaisesti: onko kivaa, kun aktiviteetin käytön aikana tulee hiki? Kuten kuviosta 48 nähdään, kaikista kyselyyn vastanneista 86% vastasi myöntävästi. 6-10 vuotiaista samaa mieltä oli 82% ja 11-14-vuotiasista 90%. Käyttäjien lukemat vahvistavat edellä mainittua asiantuntijan väitettä, että fyysistä rasitusta ei tarvitse piilottaa eikä aktiivisuutta ja terveellisyttä pidä tyrkyttää käyttäjille.

Pelkkä aktiivisuuden ja terveellisuuden tyrkyttäminen ei motivoi nuoria liikkumaan. Väite: Jos aktiviteetti on ensisijaisesti suunniteltu tuottamaan fyysistä rasitusta, on sen oltava huomaamatonta.

Avg. 4,1

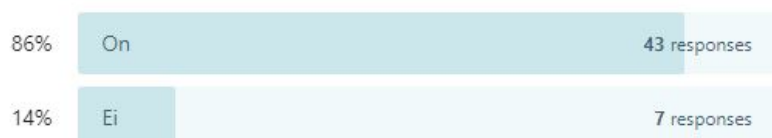
11 out of 11 people answered this question



Kuvio 47. Asiantuntijoiden vastaushajonta koskien fyysisen rasituksen huomaamattomuutta

Onko sinusta kivaa, kun pelaamisen aikana hengästyy tai tulee hiki?

50 out of 50 people answered this question



Kuvio 48. Käyttäjien vastaushajonta koskien pelaamisen fyysistä rasittavuutta

Aktiviteettien toimimista tutkittaessa kävi ilmi, että tällä hetkellä aktiviteetit pääasiassa toimivat ja niitä käytetään kuten on suunniteltu, mutta aktiviteettien käyttöliittymiä toivotaan yhtenäisimmiksi. Toivotuksi peliajaksi määräytyi 60-90 sekuntia. Aktiviteettien on ehdottomasti tuettava tulevaisuudessa vähintään kahta saman aikaista käyttäjää tai joukkueetta, mutta hyvänä ominaisuutena olisi hyvä pitää mahdollisuus käyttää aktiviteettia tarpeen mukaan useammalla, kuin kahdella käyttäjällä. Aktiviteettien on oltava fyysisesti aktivoivia sekä opettavia, opettavuuden ollessa huomaamatonta ilman oppimisen väkinäistä tyrkyttämistä.

6.1.5 Motivaatio aktiviteetin käytössä

Staianon ym. (2012, 813) tutkimuksen mukaan digitaalisten terveyspelien pelaajien motivaatio laskee, jos peli on liian helppo tai -vaikea. Kuitenkin motivaatio kasvaa, jos peliä

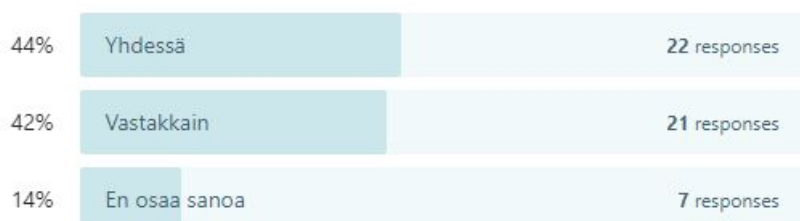
pelataan yhtä aikaa toisten kanssa. SuperPark on luotu lapsen ja vanhemman yhteiselle ajalle, jolloin molemmat eivät voi pelata samaa peliä säilyttäen motivaationsa (toiselle samaan aikaan helppo ja toiselle liian vaikea).

Kuten kuviosta 32 nähdään, 6-10 vuotiaista 82% ja 11-14 vuotiaista 95% käyttää aktiviteetteja toisten kanssa, joten jokaisen käyttäjän motivaation ylläpitämiseksi täytyy heidän omata samanlaiset taidot aktiviteetin käytössä. Samaa päämäärää kohti aktiviteettia käytettäessä taitotasoilla ei ole suurta merkitystä, vaan se korostuu kisaillessa.

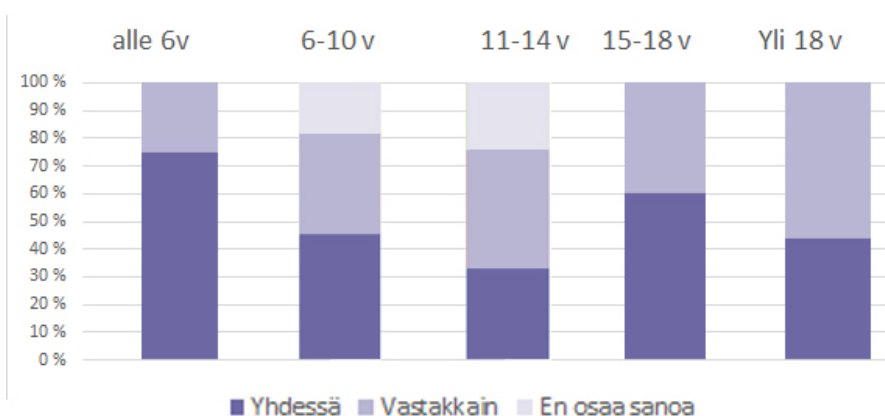
Kaikista käyttäjäkyselyyn vastanneista 44% toimi mieluummin yhdessä samaa päämäärää kohti ja 42% vastakkain (kuvio 49). 6-10 vuotiaista 45% toimi mieluiten yhdessä, 36% vastakkain ja 18% ei osannut sanoa, kun taas 11-14 vuotiaista 33% toimii mieluiten yhdessä, 43% vastakkain ja 24% ei osaa sanoa. Vastauksista voidaan todeta, että kilpailuhenkisyys kasvaa iän myötä, kun yli 18 vuotiaista vastaajista 56% kisaili vastakkain (kuvio 50).

Pelaatko mieluummin yhdessä vai vastakkain?

50 out of 50 people answered this question



Kuvio 49. Kaikkien käyttäjien vastaushajonta koskien pelien yhdessä pelaamista



Kuvio 50. Vastaushajonta ikäryhmittäin koskien yhdessä tai vastakkain pelaamista

Yhtenä ratkaisuna motivaation ylläpitämiseen voisi olla tasoitussysteemi, joka vertaa käyttäjän tuloksia hänen edellisiin tuloksiinsa ja helpottaa tai vaikeuttaa aktiviteettia osaamisen mukaan. Kuten kuviosta 41 nähdään, käyttäjäkyselyssä tasoitussysteemille ei kuitenkaan nähty tarvetta ominaisuuden jäädessä monivalintakysymyksen viimeiseksi saaden vain 10% äänistä. Myös asiantuntijoille väitettiin, että aktiviteetissä on oltava tasoitussysteemi, jotta eritasoiset pelaajat voivat säilyttää motivaationsa pelatessaan yhdessä samaa päämäärää kohti tai vastakkain kilpaillessaan. Vain 18% oli väitteen kanssa samaa mieltä vastausten painottuen arvolle 4 (kuvio 51). Tasoitussysteemiä ei siis nähdä pakolliseksi tulevaisuuden aktiviteetissa.



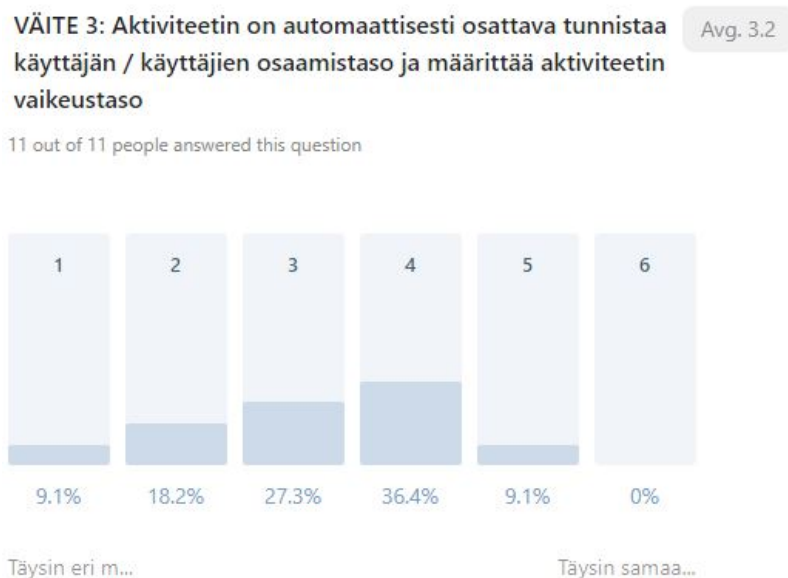
Kuvio 51. Asiantuntijoiden vastaushajonta koskien aktiviteettien tasoitussysteemiä

Toinen ratkaisu motivaation parantamiseen voi olla manuaalinen vaikeustason valinta, jossa käyttäjä itse määrittää aktiviteetin vaikeuden. Kuviosta 41 voidaan nähdä, että kyseinen ominaisuus olikin toiseksi toivotuin ominaisuus saaden kaikilta vastaajilta 60% äänistä. 6-10 vuotiaiden kolmen parhaan joukkoon vaikeustasojen valinta ei yltänyt, mutta sai kuitenkin 45,5% äänistä, kun jokainen vastaaja sai valita kolme suosikkiaan. 11-14 vuotiaiden äänistä ominaisuus sai 57,1% (kuvio 42). Asiantuntijoille väitettiin, että käyttäjän tai käyttäjien on pystyttävä valitsemaan vaikeustaso. 72% vastaajista oli väitteen kanssa samaa mieltä (kuvio 52). Voidaan todeta, että vaikeustasojen valinta on yksi tulevaisuuden aktiviteetin ominaisuuksista.



Kuvio 52. Asiantuntijoiden vastaushajonta koskien vaikeustasojen valintamahdollisuutta

Vaikeustasoväitettä vietiin vielä askeleen pidemmälle väittämällä asiantuntijoille, että aktiviteetin on osattava tunnistaa automaattisesti käyttäjän tai käyttäjien osaamistaso ja määrittää aktiviteetin vaikeustaso. Kuvio 53 voidaan nähdä, että vastaukset saivat laajan hajonnan keskiarvolla 3,2 ja 27% ollen väitteen kanssa eri mieltä ja 63% epävarmoja arvoilla 3 ja 4. Automatisoitua vaikeustason määrittystä ei siis tarvita lähitulevaisuuden aktiviteetissa.

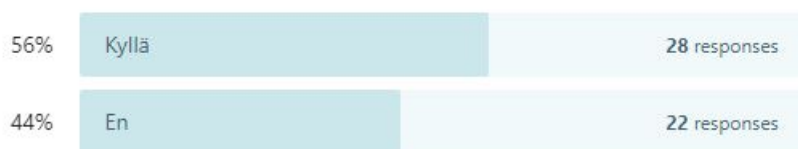


Kuvio 53. Asiantuntijoiden vastaushajonta koskien automaattista vaikeustason tunnistamista

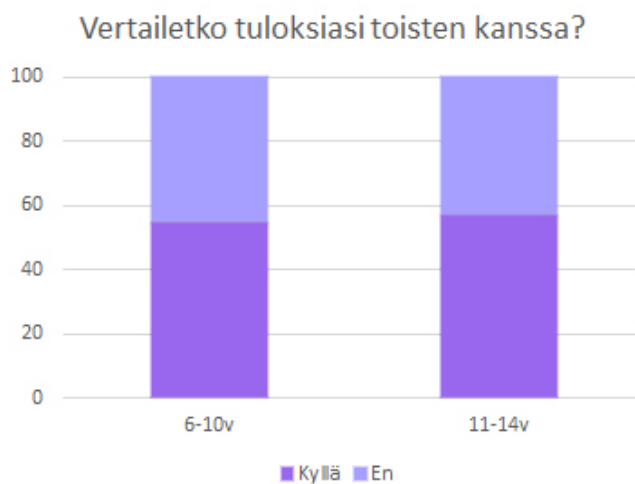
Tulosten vertailua käyttäjien kesken ajatellaan motivoivaksi ominaisuudeksi. Vaikka käyttäjät haluavat verrata tuloksiaan ikätovereihinsa voivat tuloslistat toimia myös voimakkaana motivaation vähentäjänä. Mahdollisuus, että käyttäjä huomaa olevansa todella kaukana kärjestä voi hävittää kaiken motivaation ja saada lopettamaan aktiviteetin käytön kokonaan. Asiakaskyselyssä tulosten vertailu sai oletukseen nähden yllättävän tuloksen, kun vain 56% kaikista vastaajista kertoi vertailevansa tuloksia (kuvio 54). Kohderyhmän 6-10 vuotiaista vastausmäärä oli 55% ja 11-14 vuotiaista 57% (kuvio 55). Asiantuntijoille aiheesta väitettiin, että aktiviteetin täytyy antaa aktiviteetin sisäistä palautetta käyttäjän onnistumisista, jotta käyttäjä voi seurata omaa kehittymistään. 45% vastaajista oli väitteen kanssa samaa mieltä (kuvio 56).

Vertailetko tuloksiasi muiden kanssa?

50 out of 50 people answered this question



Kuvio 54. Kaikkien käyttäjien vastaushajonta koskien tulosten vertailua



Kuvio 55. Kohderyhmien vastaushajonta koskien tulosten vertailua



Kuvio 56. Asiantuntijoiden vastaushajonta koskien aktiviteetin sisäistä palautteenantoa

Yksi tapa esittää tuloksia vertailtavaksi on aktiviteettien tulostaulut. Ennen tuloslistojen mahdollista käyttöä motivointiin on kuitenkin tarkasteltava aktiviteetin tyyppiä ja halutaanko käyttäjiä rohkaista kilpailemiseen? Voiko aktiviteeteissa huijata ja saavuttaa tulos, joka laskee muiden pelaajien motivaatiota tai rohkaisee myös huijaamaan kärkituloksen toivossa? Werbachin (2013) mukaan tuloslistat voivat myös ajaa jotkut persoonatyytit käyttämään aktiviteetteja liian totisesti ja käyttäytymään vähemmän toivotulla tavalla, joka hävittää muiden pelaajien sisäisen motivaation (peli-ilon).

Käyttäjäkyselyssä tulostaulut olivat toiseksi suosituin toivottu ominaisuus 6-10 vuotiaiden ryhmässä saaden 54,5% äänistä. 11-14 vuotiaiden ryhmässä tulostaulut sijoituivat neljänneksi saaden 42,9% äänistä (kuvio 42). Asiantuntijoista 54% vastasi, että aktiviteeteissa on oltava tulostaulu ja 36% sitä mieltä että, tuloksia on oltava mahdollista verrata puisto-kohtaisesti muiden pelaajien tuloksiin (kuvio 57).



Kuvio 57. Asiantuntijoiden vastaushajonta koskien aktiviteettien tulostauluja

Huijausnäkökulma tuotiin asiantuntijoiden esille kolmella väittämällä: 1. Kärkisijoille tulostaululla pääseminen motivoi huijaamaan aktiviteetissa. Väittämän kanssa samaa mieltä oli 63% asiantuntijoista (kuvio 58). 2. Huijaamalla saavutettu epäinhimillinen tulos listan kärjessä vähentää oikein pelaavien motivaatiota ja vähentää heidän aktiivisuuttaan. Tämän väitteen kanssa samaa mieltä oli 71% (kuvio 59). 3. Jos aktiviteetin ohessa on nähtävissä tulostaulu. On huijaamisen vähentämiseksi tulosten oltava nähtävissä vain lyhyen ajan, jotta esimerkiksi perhe tai kaveriryhmä voi verrata tuloksiaan, jonka jälkeen tulokset häviävät näkyvistä. Väitteen ratkaisuehdotus huijausongelmaan ei saanut kannatusta vastaushajonnan levityksessä arvoasteille 2-6 (kuvio 60).



Kuvio 58. Asiantuntijoiden vastaushajonta koskien huijauksen motivointia



Kuvio 59. Toinen väite asiantuntijoille koskien huijauksen motivointia



Kuvio 60. Asiantuntijoiden vastaushajonta tulostauluongelman ratkaisuun

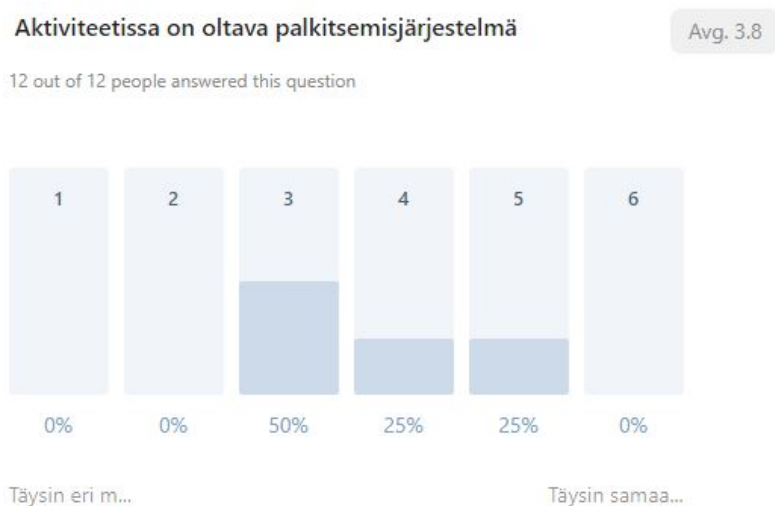
Tulostauluista voidaan todeta yhteenvetona, että käyttäjät sekä asiantuntijat näkevät tulostaulut tärkeänä ominaisuutena. Huomioon täytyy kuitenkin ottaa myös motivaatiota heikentävä huijausmahdollisuus. Yksi ratkaisumahdollisuus ongelmaan voi olla tuloslista, joka näyttää käyttäjän tuloksen, sijoittumisen listalla sekä pari parempaa sekä -heikompa tulosta. Näin käyttäjä ei näe kärkitulosta, ellei sitä itse saa aikaan, mutta voi nähdä kuinka paljon hänen tuloksensa on kehityttävä listalla nousemiseksi.

Koska aktiviteettipuistoja on useassa maassa ja puistoissa on samat aktiviteetit, väitettiin asiantuntijoille, että tuloksia on oltava mahdollista verrata maailmanlaajuisesti muiden pelaajien tuloksiin. Kuten kuvio 61 nähdään, vain 18% asiantuntijoista oli väitteen kanssa samaa mieltä ja avoimissa vastauksissa epäiltiin tuon ominaisuuden tuovan riittävää lisäarvoa yhdellekään sidosryhmälle.



Kuvio 61. Asiantuntijoiden vastaushajonta koskien maailmanlaajuisia tuloslistaa

Käyttäjäkyselyn toivotuin lisäominaisuus oli saavutuspalkinnot saaden 64% kaikista äänistä (kuvio 41). 6-10 vuotiaista samaa mieltä oli 72,7% ja 11-14 vuotiaista 71,4% vastaajista (kuvio 42). Asiantuntijoille väitettiin, että aktiviteetissa on oltava palkitsemisjärjestelmä, joka voidaan ymmärtää myös saavutuspalkinnoiksi. Kuten kuviosta 62 nähdään, vain 25% oli väitteen kanssa samaa mieltä 75% vastauksista sijoittuen niin sanotulle ”ei mielipidettä”-alueelle arvoille 3 ja 4. Vastaukset menivät mielenkiintoisesti ristiin, mutta voidaan todeta, että käyttäjien toiveesta saavutuspalkinnot on oltava ominaisuutena tulevaisuuden aktiviteeteissa.



Kuvio 62. Asiantuntijoiden vastaushajonta koskien aktiviteettien palkitsemisjärjestelmää

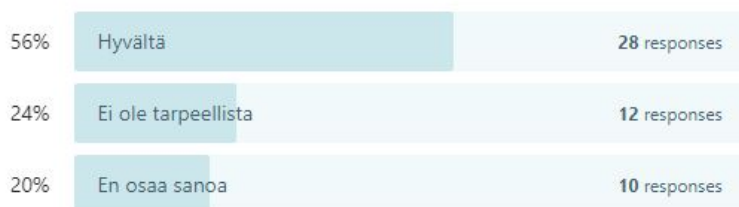
Motivaatiota tutkittaessa kävi ilmi, että käyttäjien kilpailuhenkisyys kasvaa iän karttuessa. Alle 10 vuotiaat pelasivat mieluiten yhdessä samaa päämäärää kohti, joten heille tarvitaan eri aktiviteetit tai pelimuodot, kuin vanhemmille, kilpailuhenkisille käyttäjille. Tulevaisuuden aktiviteettien on mahdollistettava käyttäjän manuaalisen vaikeustasojen valinnan ja tarjota käyttäjille aktiviteetin sisäistä palautetta. Toivottuina ominaisuuksina pidettiin myös aktiviteetin tuloslistaa puistokohtaisine tuloksine sekä palkitsemisjärjestelmää, jonka tarpeellisuudesta asiantuntijat olivat eri mieltä, kuin käyttäjät.

6.1.6 Aktiviteetteihin kirjautuminen

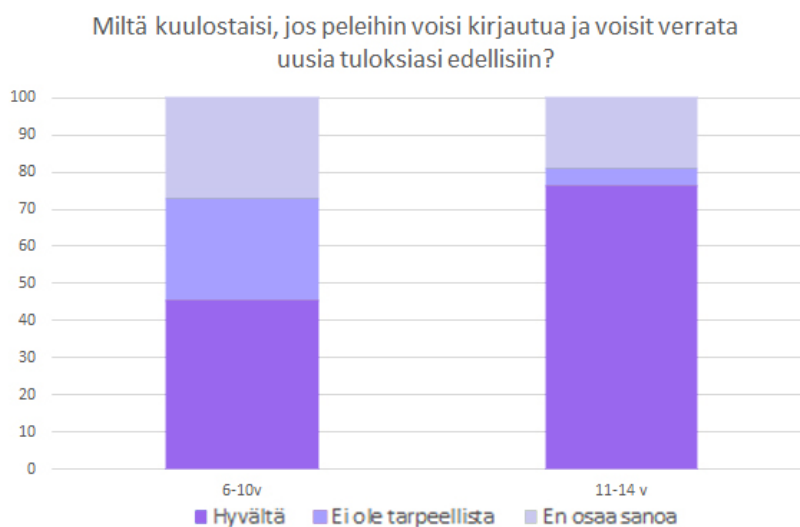
Oletuksena SuperParkilla on ollut, että seuraavan sukupolven aktiviteetteihin on pysyttävä kirjautumaan yksilöllisesti käyttäjän luomalla profiililla. Näin käyttäjä saisi tietoa tuloksistaan sekä kehittymisestään ja SuperPark Oy dataa aktiviteetin käytöstä. Kaikilta käyttäjiltä kysyttäessä 56% näki kirjautumismahdollisuuden hyvänä ja 24% ei nähnyt ominaisuutta tarpeellisena (kuvio 63). Kohderyhmästä 6-10 vuotiaista 45% ja 11-14 vuotiaista 76% pitivät ajatuksesta (kuvio 64).

Miltä kuulostaisi, jos peleihin voisi kirjautua ja voisit verrata uusia tuloksiasi edellisiin?

50 out of 50 people answered this question



Kuvio 63. Kaikkien käyttäjävastaajien vastaushajonta koskien kirjautumismahdollisuutta



Kuvio 64. Kohderyhmien vastaushajonta koskien kirjautumismahdollisuutta

Asiantuntijoille osoitettiin monta väitettä koskien kirjautumista, jotta oletukselle saataisiin vahvistus. Ensiksi väitettiin, että aktiviteettiin on pystyttävä tarpeen mukaan kirjautumaan yksilöllisesti sai yllättävästi, vasten alkuperäistä oletusta, laajan vastaushajonnan vastaus-ten keskiarvon ollessa 3,4 ja jopa 36% ollen väitteen kanssa eri mieltä ja 18% samaa mieltä (kuvio 65).



Kuvio 65. Asiantuntijoiden vastaushajonta koskien kirjautumista aktiviteettiin

Seuraavassa väitteessä oletettiin, että aktiviteettiin voi kirjautua ja että käyttäjän omia tuloksia on oltava mahdollista verrata omiin edeltäviin tuloksiin. Tuon oletuksen saattamana asiantuntijoista noin 45% oli väitteen kanssa samaa mieltä (kuvio 66). Jatkoväitteenä edelliseen väitettiin, että aktiivikohtainen palaute sekä kehittymisen seuranta olisi

oltava nähtävissä henkilökohtaisesti digitaalisesti verkossa. Tuon väitteen kanssa oli samaa mieltä noin 54% asiantuntijoista (kuvio 67).



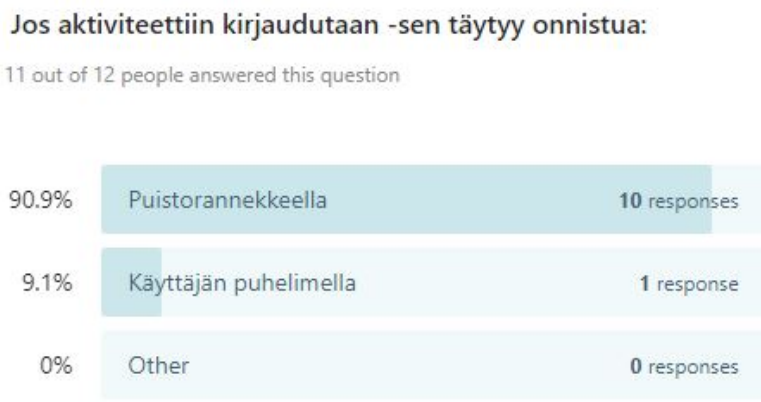
Kuvio 66. Asiantuntijoiden vastaushajonta koskien omien tulosten vertailua



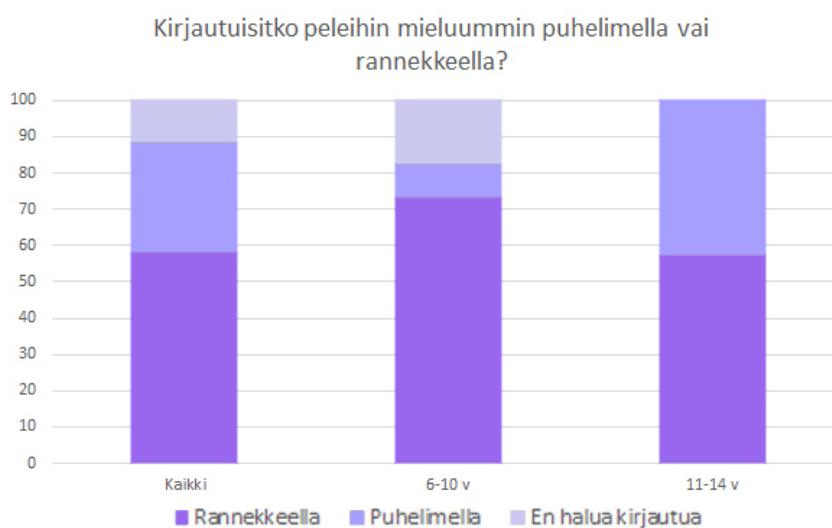
Kuvio 67. Asiantuntijoiden vastaushajonta koskien palautetta ja kehittymisen seuranta verkossa

Tällä hetkellä varteenotettavia kirjautumisvaihtoehtoja ovat puistoranneke, jonka jokainen kävijä saa sisäänkäynnin yhteydessä sekä älypuhelin, joita käyttäjät saattavat kuljettaa mukanaan puistossa. Kuten kuviosta 68 voidaan todeta, asiantuntijoista 90% vastasi rannekkeen olevan paras ratkaisu ja kaikista käyttäjistä 58% oli samaa mieltä. Käyttäjistä 12% ei haluaisi kirjautua aktiviteetteihin ollenkaan. 11-14 vuotiaista ranneketta suosisi

57% vastaajista. 6-10 vuotiaista 73% kirjautuisi mieluiten rannekkeella ja 18% ei ollenkaan (kuvio 69).

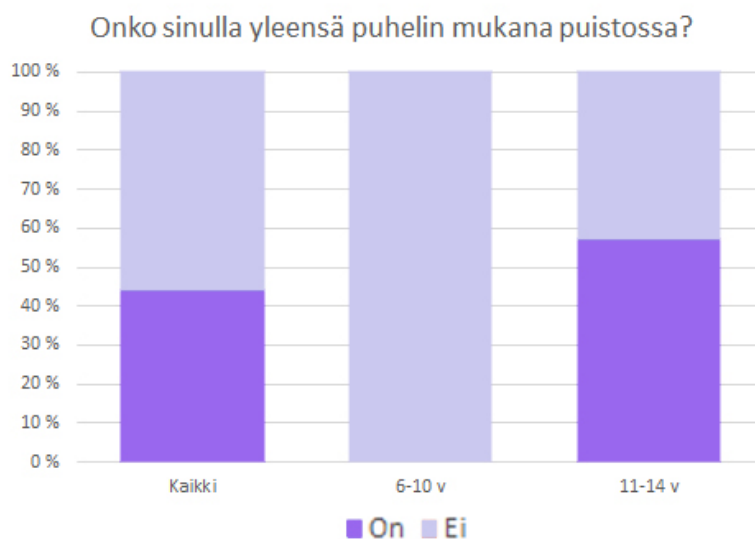


Kuvio 68. Asiantuntijoiden vastausten hajonta koskien aktiviteettiin kirjautumisvälinettä



Kuvio 69. Käyttäjien vastaushajonta kirjautumisvälinekysymykseen

6-10 vuotiaiden korkea rannekesuosio johtunee siitä, että kysyttäessä 6-10 vuotiaista piti 0% vastaajista mukanaan puhelinta puistossa, kun astetta vanhemmilla 11-14 vuotiailla 57% oli mukanaan puhelin. Kaikista vastaajista puhelinta mukanaan piti 44% (kuvio 70).



Kuvio 70. Käyttäjäkyselyyn vastanneiden osuudet koskien puhelimen mukana pitämistä puistoissa

Kuten kuviosta 71 nähdään, 66% kaikista vastaajista olisi valmis lataamaan SuperPark-sovelluksen, jos sellainen tehtäisiin kirjautumista ja tulosten keräämistä varten. 20% ei osaa sanoa ja 14% ei haluaisi ladata sovellusta. 6-10 vuotiaista 55% olisi valmis lataamaan sovelluksen, vaikka kenelläkään heistä, kyselyyn vastatessa, ei ollut puhelinta käytössä puistossa. 11-14 vuotiaista 81% olisi valmiita lataamaan sovelluksen ja 19% ei osaa sanoa.



Kuvio 71. Käyttäjäkyselyyn vastanneiden hajonta koskien sovelluksen lataamista

Yhteenvetona aktiviteetteihin kirjautumista tutkittaessa kävi, että oletusten vastaisesti kirjautumista ei nähtykään välttämättömäksi tulevaisuuden aktiviteeteissa, mutta olisi kuitenkin kiva lisäominaisuus. Tutkimuksen tuloksessa on järkeä, koska aktiviteettien on toimitettava myös ilman kirjautumista. Tulosten vertailua käyttäjien kesken toivottiin ja asiantuntijoiden mukaan vertailun on onnistuttava digitaalisesti verkossa yksilöllisillä tunnuksilla. Kirjautumisen aktiviteettiin on onnistuttava puistorannekkeella, koska yllättävän harva varsinkaan kohderyhmäläisistä kantoi älypuhelinta mukanaan puistossa. Kuitenkin moni käyttäjä on valmis lataamaan SuperParkin sovelluksen, jos sellainen luotaisiin kirjautumista ja tuloksia varten.

6.1.7 Uudet teknologiat

Tulevaisuuden aktiviteetteja ei voida suunnitella ainoastaan käyttäjäominaisuuksien perusteella vaan myös mahdollisista uusista teknologioista, niiden tarpeellisuudesta ja käytännöllisyydestä täytyi ottaa selvää. Käyttäjiltä toivotuimpia lisäominaisuuksia kysyttäessä 6-10 vuotiaista 54,5% kaipasi enemmän liikkuvaa kuvaa (kuvio 42). Kaikista vastaajista liikkuva kuva sekä liikkuvat maalit saivat 28% äänistä (kuvio 41). Käyttäjiltä ei muuten kysytyä mielipiteitä käytetystä- eikä mahdollisista tulevaisuuden teknologioista aktiviteeteissa.

Kuviosta 72 nähdään, että väitteeseen koskien liikkuvan kuvan lisäämistä, oli se sitten näyttöjä, projisointeja (videotykki) tms. helpottaisi se aktiviteettien muunneltavuutta ja toisi aktiviteetteihin uusia ulottuvuuksia vastasivat asiantuntijat 4,4 keskiarvolla, mutta paino vastauksilla oli 54% arvolla 4. Vastaajat eivät siis ole aivan varmoja väitteen totuudenmukaisuudesta.



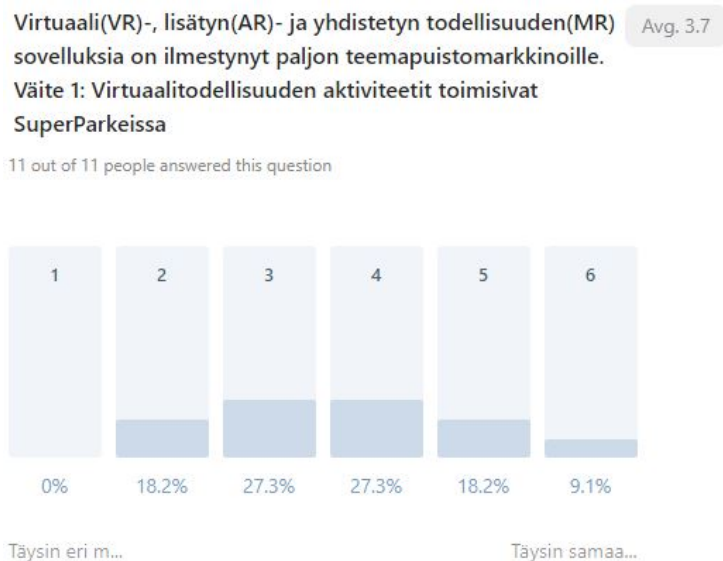
Kuvio 72. Asiantuntijoiden vastaushajonta koskien liikkuvan kuvan lisäämistä

Aktiviteettien muunneltavuuden ja uudistamisen helpottamiseksi väitettiin, että fyysiset kohteet tulisi korvata digitaalisilla elementeillä. Väite ei saanut vahvaa kannatusta keskiarvon jääden 3,8:aan ja 45% vastauksista painottuen arvoasteelle 3 (kuvio 73). Kaikkia fyysisiä kohteita ei siis tule korvata digitaalisilla elementeillä. Asiantuntijoiden vapaista vastauksista voidaan päätellä, että maailma digitalisoituu ja nuoret ovat siinä natiiveja, joten liikkuvaa kuvaa ja digitaalisia pelejä tarvitaan ehdottomasti. Tämä ei tarkoita sitä, että kaikkien aktiviteettien tarvitsisi olla digitaalisia, vaan myös analogisille aktiviteeteille on paikkansa.



Kuvio 73. Asiantuntijoiden vastaushajonta koskien fyysisten kohteiden korvaamista digitaalisilla elementeillä

Asiantuntijoiden mielipiteet virtuaali (VR)- lisätyn (AR)- ja yhdistetyn (MR)- todellisuussovelluksista ja käyttömahdollisuudesta SuperParkeissa levisivät laajalle alueelle. Väitteen: virtuaalitodellisuuden aktiviteetit toimisivat SuperParkeissa vastauksista ainoastaan arvoaste 1 ei saanut yhtään ääntä. Suurin osuus (54%) vastaajista antoi äänensä arvoille 3 ja 4 oli ilman vahvaa mielipidettä. Ongelmana voi olla tekniikan tämän hetkinen tila, ja jonka tulevaisuudesta ei vielä osata sanoa juuri mitään (kuvio 74).



Kuvio 74. Asiantuntijoiden vastaushajonta koskien virtuaalitodellisuutta SuperParkeissa
Puettavaa teknologiaa koskevassa väitteessä 54% vastaajista uskoi jonkinlaisen puettavan teknologian olevan osa SuperParkia lähitulevaisuudessa (kuvio 75).



Kuvio 75. Asiantuntijoiden vastaushajonta koskien puettavaa teknologiaa

Joissain SuperParkeissa on jo aktiviteetteja, joissa on käytetty lisättyä todellisuutta ja tuo ominaisuus nähtiin edelleen vahvana ja kehittävänä ominaisuutena 63% ollen samaa mieltä väittämän ” Riippumatta käyttölaitteista, lisätty todellisuus tulee yleistymään aktiviteettipuistoissa ja se tuo aktiviteetteihin lisäulottuvuuksia”- kanssa (kuvio 76).



Kuvio 76. Asiantuntijoiden vastaushajonta koskien lisättyä todellisuutta SuperParkeissa

Vapaissa kommentteissa virtuaalitodellisuuden ei uskottu toimivan SuperParkeissa tällä hetkellä, mutta tulevan SuperParkeihin teknologian kehittyessä. Virtuaalitodellisuuden nähtiin muuttavan koko puiston tilasuunnittelua pois avoimista tiloista. Huolta aiheutti, myös se, että VR vie parhaimmillaan pois fyysisestä ympäristöstä toiseen maailmaan (immersio), mutta SuperParkin hälisevä ympäristö rikkoo immersion ja pilaa kokemuksen.

Yhteenvetona aktiviteettien uusista teknologioista voidaan sanoa, että aktiviteetteihin on tuotava liikkuvaa kuvaa sekä lisättyä todellisuutta lisäulottuvuuksia varten, olipa tekniikkana sitten näytöt, videotykit tai lasit. Myös muunlainen puettava teknologia voi tulla kyseeseen teknologian kehittyessä.

Aktiviteettien uusia mahdollisia teknologioita tutkittaessa kävi ilmi, että aktiviteettien olisi toivottavaa sisältää liikkuvaa kuvaa tuoden lisäulottuvuuksia aktiviteetteihin. Virtuaalitodellisuuslasien ei nähty toimivan aktiviteettipuistoissa nykyisessä muodossaan, mutta muunlainen puettava teknologia nähtiin mahdollisena lisänä. Lisäksi lisätyn todellisuuden sovelluksia aktiviteetteihin pidettiin tärkeänä tulevaisuuden ominaisuutena.

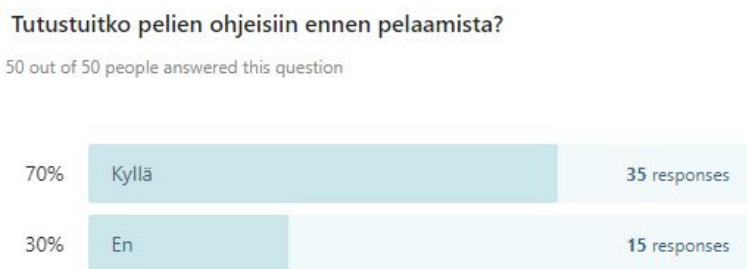
6.1.8 Aktiviteettien ohjeistus ja valvonta

Ongelmaksi aktiviteettipuistoissa on puistohenkilökunnan toimesta todettu, että suuri osa käyttäjistä ei tutustu aktiviteettien käyttöohjeisiin ennen ensimmäistä käyttökertaa. Kaikkia aktiviteetteja ei pääse käyttämään heti suorituspaikalle saavuttua, vaan esimerkiksi baseball-lyöntipaikalla käyttäjä voi joutua täyttämään pallon syöttölaitteen ennen, kuin pääsee lyömään. Kun ohjeisiin tutustumaton käyttäjä saapuu laitteelle ja painaa aktiviteetin aloitusnappia, saattaa olla, että mitään ei tapahdu ja aktiviteetti todetaan rikkinäiseksi tai huonoksi. Ohjeisiin tutustuminen myös vähentää loukkaantumiseriskiä, kun käyttäjä tietää missä seistä esimerkiksi edellä mainitulla baseball-lyöntipaikalla.

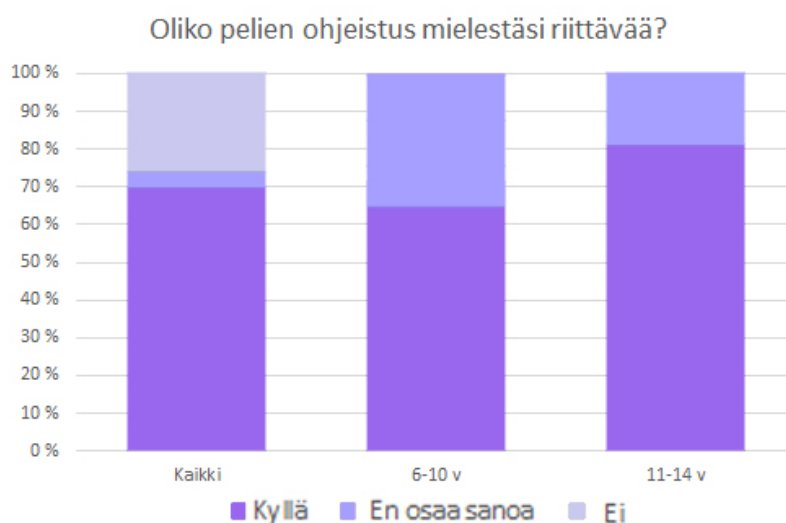
Asiantuntijoista 58% oli sitä mieltä, että käyttäjät eivät kiinnitä huomiota ohjeisiin (kuvio 77), mutta käyttäjäkyselyssä 70% kaikista vastaajista vastasi tutustuneena aktiviteettien ohjeisiin ennen käyttöä (kuvio 78) ja sama prosenttimäärä vastaajia kertoi ohjeistuksen olevan riittävää. 6-10 vuotiaista 64% vastasi ohjeistuksen olevan riittävää ja 36% ei osannut sanoa (kuvio 79). Riittämättömäksi ohjeistuksen näki ainoastaan yli 18 vuotiaat vastaajat.



Kuvio 77. Asiantuntijoiden vastaushajonta koskien käyttäjien ohjeiden huomiointia



Kuvio 78. Käyttäjäkyselyyn vastanneiden vastaushajonta koskien ohjeisiin tutustumista



Kuvio 79. Käyttäjäkyselyyn vastanneiden vastaushajonta koskien ohjeistuksen riittävyttä

Kuten kuviosta 80 näkee, oli asiantuntijoista 54% sitä mieltä, että aktiviteettien ohjeet ovat tällä hetkellä selkeät ja väite, että videomuodossa oleva ohjeistus toimisi nykyistä kylttivii-dakkoa paremmin sai laajan hajonnan, kun 45% vastaajista oli samaa mieltä (kuvio 81). Biteable.comin videomarkkinointistatistiikan mukaan 33% katsojista lopettaa videon katso-misen 30 sekunnin jälkeen, 45 % minuutin jälkeen ja 60% kahden minuutin jälkeen. Väi-tettiin, että jos aktiviteettiin tulee video-ohjeistus, on ohjevideon oltava lyhyempi, kuin 30 sekuntia mielenkiinnon säilyttämiseksi. Kuviosta 82 nähdään, että väitteeseen saatiin konsensus 91% ollessa samaa mieltä väitteen kanssa.

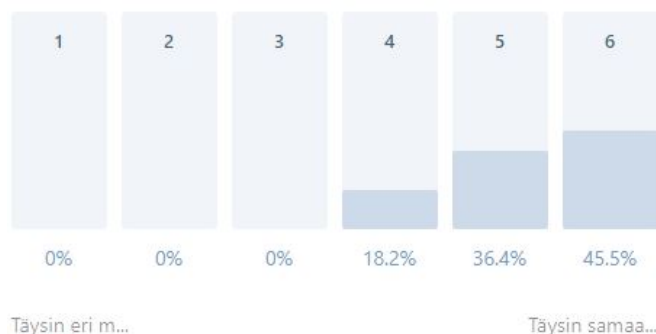


Kuvio 80. Asiantuntijoiden vastaushajonta koskien ohjeiden selkeyttä



Kuvio 81. Asiantuntijoiden vastaushajonta koskien videon toimivuutta ohjeistuksessa

Oletetaan, että aktiviteettiin tulee video-ohjeistus. Avg. 5.3
 Videomarkkinointistatistiikan mukaan 33% katsojista lopettaa videon katsomisen 30 sekunnin jälkeen, 45 % minuutin jälkeen ja 60% kahden minuutin jälkeen. Väite: ohjevideon täytyy olla lyhyempi, kuin 30 sekuntia mielenkiinnon säilyttämiseksi. Linkki статистиikkaan: <https://biteable.com/blog/tips/video-marketing-statistics/>
 11 out of 11 people answered this question



Kuvio 82. Asiantuntijoiden vastaushajonta koskien video-ohjeistuksen pituutta

Ensimmäisellä kyselykierroksella avoimissa vastauksissa tuli ilmi, että aktiviteetteja valvotaan taloushallinnon määrittämien resurssien puitteissa, joten toiselle kierroksella ratkaisuksi ehdotettiin, että jos henkilökuntaa ei voida lisätä, on lisättävä videovalvontaa. Tämän väitteen kanssa samaa mieltä oli 54% asiantuntijoista (kuvio 83).



Kuvio 83. Asiantuntijoiden vastaushajonta koskien videovalvontaa

Vapaissa vastauskohdissa videovalvontaa ei nähty oikeaksi suunnaksi eikä videovalvonnan eikä -ohjeistuksen korvaavan aitoa kohtaamista, mutta digitekniikan uskottiin

helpottavan laadukkaan asiakaspalvelun suorittamisessa. Osa ohjeista ehdotettiin sijoitettavaksi esimerkiksi aktiviteettivälineisiin, kuten pesäpallomailaan.

Ohjeistuksen ja valvonnan tutkimuksessa kävi ilmi, että käyttäjät eivät asiantuntijoiden mukaan tutustu ohjeisiin. Käyttäjät mutta olivat itse eri mieltä. Ohjeet nähtiin riittävinä, mutta nykyistä kylttiviidakkoa täytyy silti yksinkertaistaa ja tuoda osa ohjeista käyttäjien näkyville esimerkiksi videomuodossa. Video-ohjeiden on oltava alle 30 sekunnin mittaisia käyttäjän mielenkiinnon säilyttämiseksi. Videovalvonta ja -ohjeistus nähtiin hyväksi tavaksi tukea hyvää asiakaspalvelua.

6.2 Tuotekonsepti käsitteenä

Kivistö-Rahnaston ja Vuoren (1999, 6) mukaan tuotekonsepti on tuotteen korkean tason määrittäminen, joka kattaa tuotteen tärkeimmät piirteet sekä ominaisuudet, jotka määrittävät tuotetta tai tuoteryhmää ja erottavat sen muista. Tuotekonseptissa ei oteta tarkkaa kantaa piirteiden tai toiminnallisuuden toteutukseen eikä määritetä yksityiskohtaisia teknisiä ratkaisuja, elleivät ne ole tärkeä osa tuotetta.

Konseptoinnin keskeisin tavoite ei ole nykyisten tuotteiden kehittäminen, vaikka suunnittelutyötä tehtäessä saattaa esiin nousta tarpeita, joiden toteuttaminen nykyisiin tuotteisiin voi olla kannattavaa ja mahdollista. Konseptoinnissa on tarkoitus katsoa pidemmälle tulevaisuuteen ja seuraaviin tuotesukupolviin. Joissain tapauksissa konseptoinnin yhteydessä saattaa nousta esiin ideoita, jotka eivät ole nykyteknologialla toteutettavissa. Tällaiset ideat jäävät yleensä odottamaan teknologian kehittymistä (Keinonen ja Jääskö 2004, 35)



Kuvio 84. Nykyaikainen tuotekonsepti (mukailtu Kivistö-Rahnasto ja Vuori. 1999, 6).

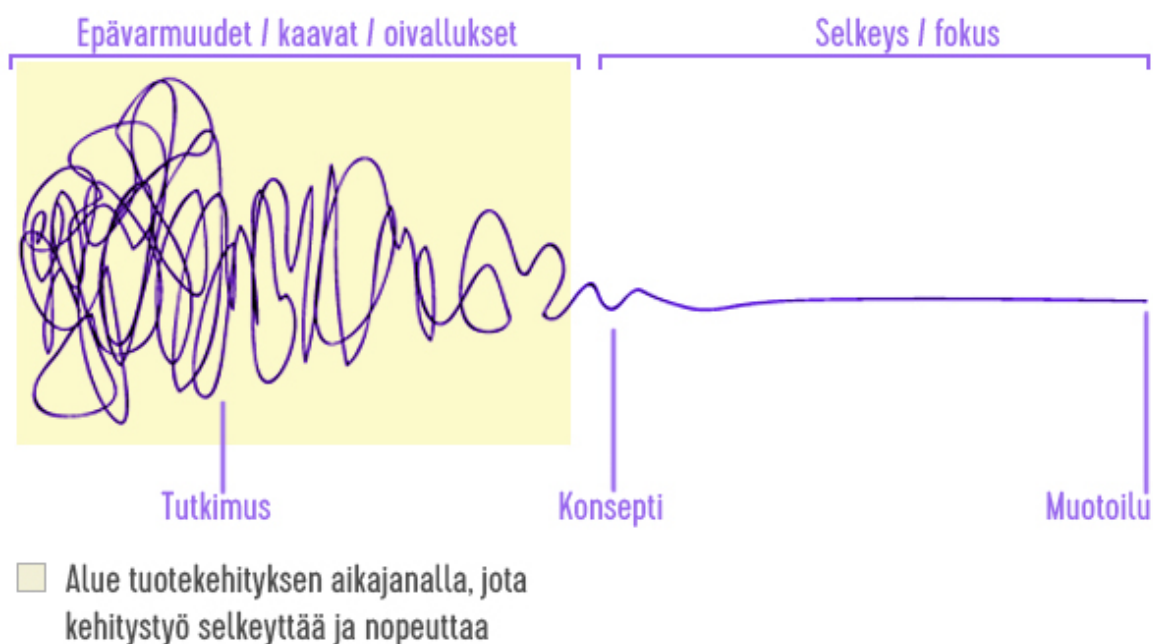
Kivistö-Rahnaston ym. (1999, 6) mukaan luonnokset tai tuotteen alustava kuvaus ymmärretään joskus konseptiksi, mutta käsitteillä on selvä ero, joka täytyy ymmärtää tuotekehityksessä. Luonnos on artefakti, joka toimii yhtenä taitopohjaisen tuotekehityksen välivaiheena tai visualisointiapuna, kun taas konsepti on abstrakti käsite, joka vahvistuu kehityksen kuluessa ja tuotteen elinkaaren aikana. Konseptia ei voi korvata muilla yksityiskohtaisemmillä kuvaustavoilla.

Kokkonen, Kuuva, Leppimäki, Lähteinen, Meristö & Piira (2005, 17) mukaan tuotekehitykseen, jonka lopputuloksena on valmistettava tuote, kuuluu vaihteita, joissa haetaan uusia vaihtoehtoisia ratkaisuja esimerkiksi tuotteen visuaaliselle ilmeelle, rakenteelle tai teknisille ongelmille. Tuotekonseptihankkeissa taas hahmotellaan kokonaisia tuotteita ja niihin liittyviä liiketoimintayhteyksiä omina kokonaisuuksinaan. Näiden projektien tarkoitus ei ole luoda tuotetta suoraan markkinoille, vaan niissä tutkitaan esimerkiksi uusia lupaavia teknologioita, -markkinoita tai tuotetaan materiaalia brändin ja mainonnan tueksi.

Konseptisuunnittelun lopputuotteet jakaantuvat konsepteihin tai osakonsepteihin, jotka tehdään tuotekehitysprojekteissa ja joilla kehitetään tuotteen tiettyjä piirteitä, sekä erillisissä tuotekonseptihankkeissa hahmoteltaviin kokonaisiin tuotteisiin.

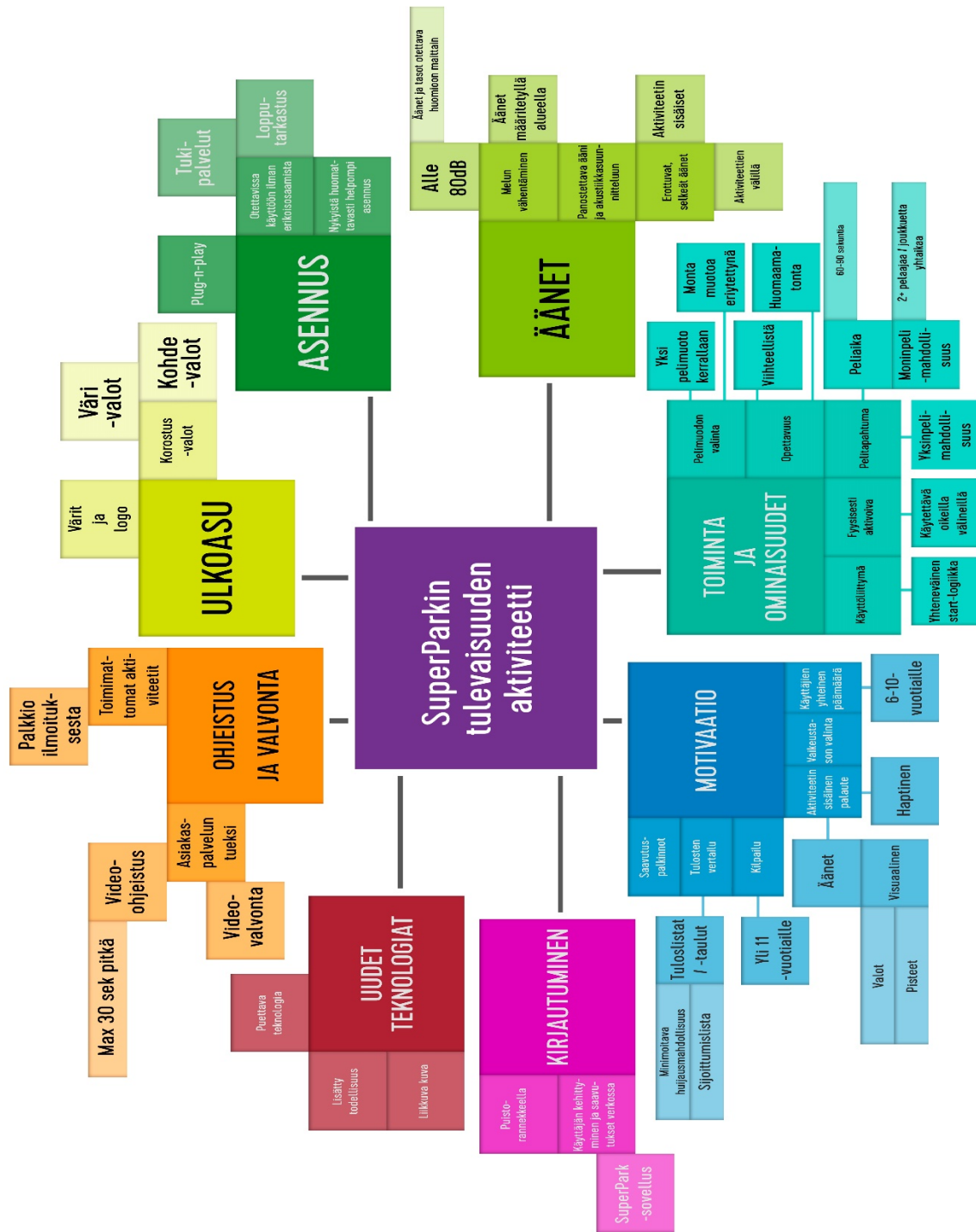
Ennen, kun varsinainen tuotekehitys aloitetaan, on tehtävä kokonaisvaltainen määrittely kehitettävästä tuotteesta. Tätä varten tarvitaan määritteleviä konsepteja, joilla hahmotellaan tuotteen kokonaisratkaisuja. Tämä tarkoittaa sitä, että konsepteissa määritetyt ominaisuudet on oltava tiedossa ennen kuin tuotekehitysprojekti aloitetaan, vaikkakin kokonaisratkaisun osalta prosessin alussa tehdään usein muutoksia. Vaikka määrittelyjä tehtäessä ei sitouduta minkään konseptin toteuttamiseen, tiedetään että yksi tai useampi vaihtoehto yleensä valitaan jatkokehitykseen (Kokkonen ym. 2005, 19).

Artefaktianalyysin pohjalta tein määrittelevän konseptin (kuvio 85, liite 4) asiantuntijoiden sekä käyttäjien määrittelemistä tärkeimmistä aktiviteetin ominaisuuksista.



Kuvio 85. Kehitystyön vaikutus tuotekehityksen aikajanaan (mukailtu Newman. 2002)

Tämän kehitystyön lopputulos selkeyttää ja nopeuttaa SuperPark Oy:n uuden aktiviteetin alkuvaiheen suunnittelua. Valmiiksi määritetyillä tarpeellisilla ja tarpeettomilla ominaisuuksilla voidaan jättää osa työvaiheista pois. Kehitystyötä voidaan käyttää pohjana sekä tukena täysin uuden tai seuraavan sukupolven aktiviteettien ideoinnissa ja kehittämisessä.



Kuvio 86. Artefaktianalyysin pohjalta luotu SuperParkin tulevaisuuden aktiviteetin määrittelevä konsepti

7 YHTEENVETO

Tämä kehitystyö ja sen lopputulokset sopivat SuperParkin tuotekehityksen tarpeisiin hyvin. Kehittämistyön konseptituloksia voidaan käyttää hyvänä apuna ja suuntaviivoina tulevaisuuden aktiviteettien tuotekehitysprosessissa. Tämä tutkimus osoitti monia tulevaisuuden aktiviteettien oletettuja pakollisia ominaisuuksia vääriksi tai turhiksi. Tutkimuksen tuloksiin on helppoa viitata noiden ominaisuuksien noustessa uudelleen ilmi.

Kokkosen ym. (2005, 19) mukaan tällaisen, tässä kehittämissä tehdyn määrittelevän konseptoinnin jälkeen on suunniteltava tuote tiedossa ja määritetty strategiseksi. Yleensä kyseessä on seuraavan tuotesukupolven määrytykset. Yksityiskohtainen tuotteen toteutus suunnittelu voidaan aloittaa määrittelevän konseptin pohjalta. Kehitystyön tuloksiin ei voida kuitenkaan aina tukeutua sokeasti, koska aktiviteeteista voi tulla tällöin liian samantaisia ja sieluttomia. Osa tutkimuksen kysymyksistä ja vastauksista liittyi myös puistosuunnitteluun pelkän aktiviteettisuunnittelun sijaan, joten tätä kehitystyötä voidaan käyttää apuna myös esimerkiksi ääni- ja akustiikkasuunnittelussa.

Kehitystyön alussa tarkoituksena oli suorittaa ainoastaan Delfoi-menetelmä asiantuntijapaneelina, mutta työn aikana kävi ilmi tarve saada tietoon käyttäjienkin mielipiteet aktiviteeteista. Käyttäjäkyselyn ottaminen kehitystyöhön mukaan oli hyvä valinta, sillä vertaamalla käyttäjien ja asiantuntijoiden mielipiteitä saatiin selville ovatko asiantuntijat määrittämässä ja pahimmillaan jo lisäämässä aktiviteetteihin ominaisuuksia, joita käyttäjät eivät todellisuudessa kaipaa. Esimerkkinä vastausten vertailusta; käyttäjien liikkumisen motiivointia tutkittaessa käyttäjien toivotuin uusi ominaisuus oli saavutuspalkinnot, kun taas asiantuntijat eivät nähneet kyseistä ominaisuutta ollenkaan tärkeänä.

Käyttäjäkyselystä saadun tiedon mukaan tämän hetken suosituimmat aktiviteetit ovat niitä, joissa ei juurikaan ole digitaalisuutta, kuten kuviosta 12 nähdään. Ne sijoittuvat pääsääntöisesti SuperParkin freestylealueelle. Silti nämä aktiviteetit ovat juuri sellaisia, jotka löytyvät useimmista sisäaktiviteettipuistoista tai ulkoleikkipuistoista eivätkä sellaisenaan tuo kilpailuetua markkinoilla. Digitaalisuuden ja pelillisten elementtien lisääminen joihinkin suosituimmista aktiviteeteista voisi tuoda toimintaan lisäulottuvuuksia kuitenkin unohtamatta perustoiminta-ajatusta, joka monessa suosituimmassa aktiviteetissa on äärimmäisen yksinkertainen. Käyttäjäkyselyyn olisi ollut hyvä saada vähintään 50 vastaajaa jokaisesta ikäryhmästä luotettavampien ja tarkempien mielipidehajontojen saamiseksi, mutta tämän kehitystyön aikataulun vuoksi tuo tarve kävi mahdottomaksi. Asiakaskyselyä tullaan kuitenkin jatkamaan tarpeen mukaan uusien aktiviteettien kehittämisessä.

Delfoi-menetelmän asiantuntijapaneeliin oli tärkeää ottaa henkilöitä aktiviteetin jokaiselta tuotteen elinkaaren vaiheelta. Näin saatiin tietoa mikä aktiviteeteissa toimi ja mikä ei. Lisäksi varsinkin puistohenkilökunnan anonyymit vastaukset puistojen epäkohdista toivat suunnittelijoiden tietoon tuntemattomia ongelmia, kuten aktiviteettien äänien puuroutumisen kakofoniaksi.

Haasteeksi Delfoi-menetelmän käytössä osoittautui, että kun väittämiä aktiviteettien ominaisuuksista esitettiin monelta kantilta mahdollisimman monen asiantuntijan näkemyksen saamiseksi, osa asiantuntijoista koki väittämät liian kärjistettyinä ja jättivät täten vastamatta tiettyihin väittämiin. Väittämällä yritettiin saada näkemystä vielä määrittelemättömän aktiviteetin ominaisuuksista ilman tarkkaa teemaa kuten urheilulajia.

Kuusen (1999) mukaan nykyisin useimmat Delfoi-tekniikan soveltajat eivät enää tavoittele asiantuntijoiden yksimielisyyttä vaan monia perusteltuja näkemyksiä tulevasta kehityksestä. Näin tehtiin myös tässä kehitystyössä, koska yhteisymmärryksen pääsemiseen tarvittavien kierrosten lukumäärällä ei ole merkitystä, kunhan konsensuksen saavuttamisessa on nähtävissä edistystä. Delfoi-menetelmän heikkouksiksi todettiin, että toivottuun konsensukseen ei aina päästä useasta kierroksesta riippumatta, mikä taas johtaa asiantuntijapaneelin vaihtamiseen ja asiantuntijoiden kiinnostuksen heikkenemiseen ja vastauksen vähenemiseen. Lisäksi, kuten Kuusi (1999) toteaa, että koska Delfoi-tutkimuksissa on pidetty tärkeänä, että näkemyksen esittäjää ei voida tunnistaa, oli selvästi havaittavissa, että varsinkin aktiviteettien valmistajien oli houkuttelevaa esittää kantoja, joilla he yrittivät ymmärrettävästi muokata yleistä mielipidettä heidän toivomaansa, tässä tapauksessa oman yrityksensä tuotteiden, suuntaan. Hyvän SuperPark-puistokokemuksen saavuttamiseksi tarvitaan Delfoi-menetelmän kaltaista monialaista yhteistyötä myös tulevaisuudessa.

Molempien kyselymenetelmien vastauksia vertailemalla saatiin aikaan laaja artefaktianalyysi aktiviteettien ominaisuuksista. Analyysillä selvitettiin aktiviteettien tärkeimmät puolet: käyttöominaisuudet, rakenne, käyttöliittymä, ulkomuoto sekä kirjautuminen. Tulevaisuudessa analyysiin syvemmälle mentäessä tulee mukaan vielä tekniset sekä rakenteelliset ominaisuudet sekä mahdollisesti uusien aktiviteettien antama data ja analyysin perusteella voidaan luoda aktiviteettikohtainen rakennemalli, joka kertoo käyttäjien käyttämät ominaisuudet sekä aktiviteettien ongelmakohdat.

Kehittämistyössä määritettiin tarvittavat ominaisuudet SuperPark-aktiviteettipuiston lähitulevaisuuden aktiviteeteille tuotekehitysprosessin selkeyttämiseksi ja nopeuttamiseksi. Tutkimuksessa päästiin ajateltuun lopputulokseen ja määrittävää konseptia tullaan varmasti

käyttämään uusien tuotteiden ja puistojen kehittämisen tukena. Konseptia tullaan päivittämään tekniikan ja puistokonseptien kehittyessä. Kehitystyön aihealueet kehittyvät nopeasti ja tutkimuksia on seurattava myöhemminkin alan tiedon aallon harjalla pysymiseksi.

LÄHTEET

- Acer for Education. 2017. 5 reasons to introduce Game-based Learning at school. [Viitattu: 28.11.2019] Saatavissa: <https://eu-acerforeducation.acer.com/innovative-technologies/5-reasons-to-introduce-game-based-learning-at-school/>
- Baranowski, T., Maddison, R., Mloney, A., Medina, E. & Simons, M. 2014. Building a Better Mousetrap (Exergame) to Increase Youth Physical Activity. Games for health journal. 2/2014, 72-73.
- Bethen, S. 2009. The Valuation of Amusement Parks and Family Entertainment Center Operations. Glendale: Mattatall Press. 13-17.
- Biteable. 2019. 55 video marketing statistics for 2019. [Viitattu: 21.11.2019]. Saatavissa: <https://biteable.com/blog/tips/video-marketing-statistics/>
- de Freitas, S. 2006. Learning in Immersive worlds. A review of game-based learning. [Viitattu: 28.1.2019] Saatavilla: <https://curve.coventry.ac.uk/open/file/aeedcd86-bc4c-40febdf-df22ee53a495/1/learning%20in%20immersive%20worlds.pdf>
- Deci, L. & Ryan, R. 2000. The “What” and “Why” of Goal Pursuits: Human Needs and the Self-Determination of Behavior. Psychological Inquiry. 4/2000. 259-260.
- Delahunty-Light, Z. 2019. Pokemon Go's community has walked 23 billion kilometers so far, enough to get you to Pluto and back (and there again). Gamesradar. [Viitattu: 28.10.2019]. Saatavissa: <https://www.gamesradar.com/pokemon-gos-community-has-walked-23-billion-kilometers-so-far-enough-to-get-you-to-pluto-and-back-and-there-again/>
- Exclusive Interview: Kevin Werbach, Gamification MOOC. 2013. StudentAdvisor. [Viitattu: 2.11.2019]. Saatavissa: <http://www.youtube.com/watch?v=7F19VN48uDo>
- Heikkilä, T. 2014. Tilastollinen tutkimus. 9. uudistettu painos. Helsinki: Edita Publishing Oy.
- Hyysalo, S. 2009. Käyttäjä tuotekehityksessä - Tieto, tutkimus, menetelmät. Taideteollisen korkeakoulun julkaisu B 97.
- Jyväskylän Yliopisto. 2019. Vain kolmasosa suomalaislapsista ja -nuorista liikkuu suositusten mukaan – paikallaanoloa kertyy runsaasti. [Viitattu: 7.11.2019]. Saatavissa: <https://www.jyu.fi/fi/ajankohtaista/arkisto/2019/01/vain-kolmasosa-suomalaislapsista-ja-nuorista-liikkuu-suositusten-mukaan-2212-paikallaanoloa-kertyy-runsaasti>

Kari, T., Piippo, J., Frank, L., Makkonen, M. & Moilanen, P. 2016. To gamify or not to gamify? Gamification in exercise applications and its role in impacting exercise motivation. Proceedings of the 29th Bled eConference. University of Maribor. Bled. 393–405.

Keinonen, T. & Jääskö, V. 2004. Tuotekonseptointi. Helsinki: Teknova Oyi.

Kivistö-Rahnasto J. & Vuori, M. 1999. Tulevaisuussuuntautuneet kehittämismenetelmät käyttöliittymien ja tuotekonseptien kehittämiseen. [Viitattu: 13.11.2019]. Saatavissa: <https://www.mattivuori.net/julkaisuluettelo/liitteet/tul-keh.pdf>

Kokko, S. & Martin, L. 2019. Lasten ja nuorten liikuntakäyttäytyminen Suomessa. LIITU-tutkimuksen tuloksia 2018. Valtion liikuntaneuvoston julkaisuja. [Viitattu: 7.11.2019]. Saatavilla: https://www.jyu.fi/sport/fi/tetk/liitu/vln_liitu-raportti_web_28012019-2.pdf

Kokkonen, V., Kuuva, M., Leppimäki, S., Lähteinen, V., Meristö, T., Piira, S. & Sääsäski, M. 2005. Visioiva tuotekonseptointi. Helsinki: Teknologainfo Teknova Oy

Kuusi, Osmo (1999) Delfoi-menetelmä. [Viitattu: 2.12.2019]. Saatavissa: <https://metodix.fi/2014/05/19/kuusi-delfoi-metodi/>

Law, F., Kasirun, Z. & Gan, C. 2011. Gamification towards sustainable mobile application. 5th Malaysian Conference in Software Engineering. IEEE. 349-353.

Liikanen, V. & Pesola, A. 2018. Physical fun: exercise, social relations and learning in SuperPark. XAMK Research 5. South-eastern Finland university of applied sciences Mikkeli.

Liukkonen, J. & Jaakkola, T. 2012. Urheilijan motivaatio. Teoksessa Matikka, L. & Roos-Salmi, M. (toim.) Urheilupsykologian perusteet. Liikuntatieteellisen seuran julkaisu nro 169. Helsinki: Liikuntatieteellinen seura ry. 48-69.

Lukka, K. 2001. Konstruktiivinen tutkimusote. [Viitattu: 2.12.2019]. Saatavissa: <https://metodix.fi/2014/05/19/lukka-konstruktiivinen-tutkimusote/>

Motivation. 2019. BusinessDictionary. [Viitattu: 8.11.2019]. Saatavilla: <http://www.businessdictionary.com/definition/motivation.html>

Mueller, F., Edge, D., Vetere, F., Gibbs, MR., Agamanolis, S., Bongers, B. & Sheridan, JG. 2011. Designing Sports: A Framework for Exertion Games. Proceedings of the International Conference on Human Factors in Computing Systems. Vancouver. 1-3.

- Müller, L., Silveira, M. & Ziesemer, A. 2013. Gamification aware: users' perception about game elements on non-game context. Proceedings of the 12th Brazilian Symposium on Human Factors in Computing Systems. Porto Alegre: ACM. 276-279.
- Mäntyneva, M., Heinonen, J. & Wrangle, K. 2008. Markkinointitutkimus. 1. painos. Helsinki: WSOY Oppimateriaalit Oy
- Ojasalo, K., Moilanen T., & Ritalahti, J. 2009. Kehittämistyön menetelmät, uudenlaista osaamista liiketoimintaan. Helsinki: WSOYPro Oy.
- Partanen, K. 2017. Exergaming Ja Smartgym -konsepti. Teoksessa Keränen, V & Järvi- luoma, J (toim.) Aktiiviteettimatkat Kainuuta kehittämässä. Esimerkkejä TKI-toiminnasta. Kajaani. Kajaanin Ammattikorkeakoulu. 6.
- Puustinen, T. 2017. SuperParkin tarina. [Viitattu: 28.6.2019]. Saatavissa: <https://www.superparkunited.com/fi/superparkin-tarina/>
- Routio, Pentti. 1997. Delfoi-menetelmä. Tuotetiede. Taideteollisen korkeakoulun virtuaaliyliopisto. [Viitattu: 16.9.2019]. Saatavissa: http://www.uiah.fi/virtu/materiaalit/tuotetiede/html_files/143_totea.html#delfoi
- Smartsheet.com. 2019. Product Life Cycle Management. [Viitattu: 2.12.2019]. Saatavissa: <https://www.smartsheet.com/product-life-cycle-management>
- Sosiaali- ja terveysministeriö. 2006. Valtioneuvoston asetus työntekijöiden suojelemisesta melusta aiheutuville vaaroilta. [Viitattu 19.11.2016]. Saatavissa: <http://www.finlex.fi/fi/laki/smur/2006/20060085>
- Staiano, A. Abraham, A. Calvert, S. 2012. Motivating Effects of Cooperative Exergame Play for Overweight and Obese Adolescents. [Viitattu: 28.10.2019]. Saatavissa: <https://journals.sagepub.com/doi/pdf/10.1177/193229681200600412>
- Susi, T., Johannesson, M. & Backlund, P. 2007. Serious Games – An Overview. Technical Report HS- IKI -TR-07-001. School of Humanities and Informatics University of Skövde. Skövde.
- Wang, F., Orpana, H., Morrison, H., de Groh, M., Dai, S. & Luo, W. 2012. Long-term Association Between Leisure-time Physical Activity and Changes in Happiness: Analysis of the Prospective National Population Health Survey. American Journal of Epidemiology, 12/2012, 1095–1100.

World Health Organization. 2010. Global recommendations on physical activity for health. Geneva: World Health Organization. [Viitattu: 7.11.2019]. Saatavissa: https://www.jyu.fi/sport/fi/tetk/liitu/liitu-raportit/vln_liitu-raportti_web_28012019-2.pdf/

5. Miten hyviä SuperParkin pelit mielestäsi ovat?

1 = Huono, 5 = Hyvä

1	2	3	4	5
---	---	---	---	---

6. Pelaatko yleensä yksin vai toisten kanssa?

- Yksin
 Toisten kanssa
 En osaa sanoa

7. Jos / kun pelaat toisten kanssa, niin pelaatteko yleensä vuorotellen vai yhtä aikaa?

- Vuorotellen
 Yhtä aikaa
 Pelaa aina yksin

8. Pelaatko mieluummin yhdessä vai vastakkain?

- Yhdessä
 Vastakkain
 En osaa sanoa

9. Vertailetko tuloksiasi muiden kanssa?

- Kyllä
 En

10. Miltä kuulostaisi, jos peleissä voisi olla enemmän kuin kaksi joukkuetta samaan aikaan?

- Hyvältä!
 Ei ole tarpeellista
 En osaa sanoa

11. Tutustuitko pelien ohjeisiin ennen pelaamista?

- Kyllä
 En

12. Oliko pelien ohjeistus mielestäsi riittävää?

- Kyllä
 Ei
 En osaa sanoa

13. SuperParkin pelit näyttävät mielestäni:

1 = Huono, 5 = Hyvä

1	2	3	4	5
---	---	---	---	---

14. SuperParkin pelit toimivat mielestäni:

1 = Huono, 5 = Hyvä

1	2	3	4	5
---	---	---	---	---

15. SuperParkin pelit kuulostavat mielestäni:

1 = Huono, 5 = Hyvä

1 2 3 4 5

16. Onko sinusta kivaa, kun pelaamisen aikana hengästyy tai tulee hiki?

On

Ei

17. Mikä mielestäsi on sopiva peliajan pituus?

1-10 sekuntia

10-30 sekuntia

30-60 sekuntia

60-90 sekuntia

Yli 90 sekuntia

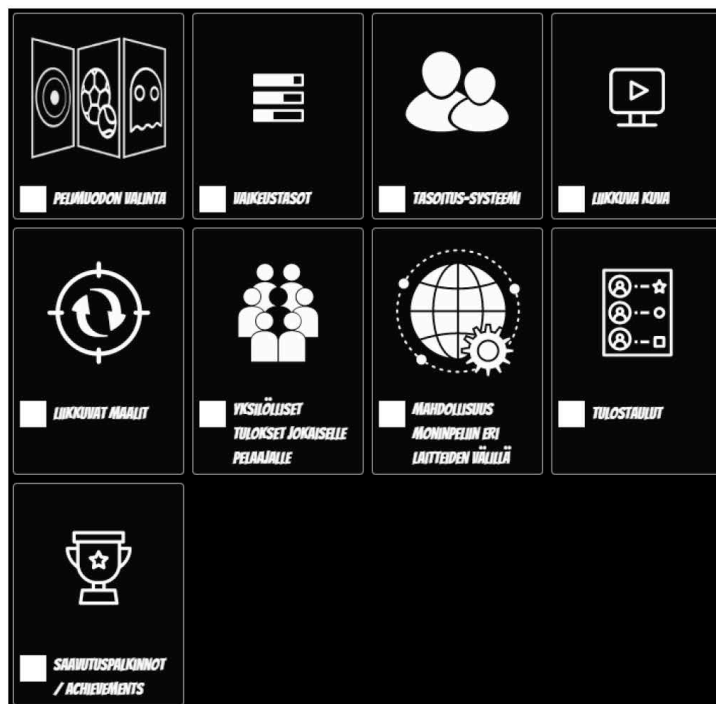
18. Valvotaanko pelejä mielestäsi tarpeeksi?

Kyllä

Ei

En osaa sanoa

19. Mitkä kolme ominaisuutta haluaisit SuperParkin uusiin peleihin?



20. Miltä kuulostaisi, jos pelien pelaamisesta järjestettäisiin kilpailuja?

- Kivalta
- Ei ole tarpeellista
- En osaa sanoa

21. Onko sinulla yleensä puhelin mukana puistossa?

- On
- Ei

22. Miltä kuulostaisi, jos peleihin voisi kirjautua ja voisit verrata uusia tuloksiasi edellisiin?

- Hyvältä
- Ei ole tarpeellista
- En osaa sanoa

23. Kirjautuisitko peleihin mieluummin puhelimella vai rannekkeella?

- Puhelimella
- Rannekkeella
- En halua kirjautua

24. Olisitko valmis lataamaan SuperParkin sovelluksen, jos sellainen tehtäisiin kirjautumista ja tulosten keräämistä varten?

- Kyllä
- En
- En osaa sanoa

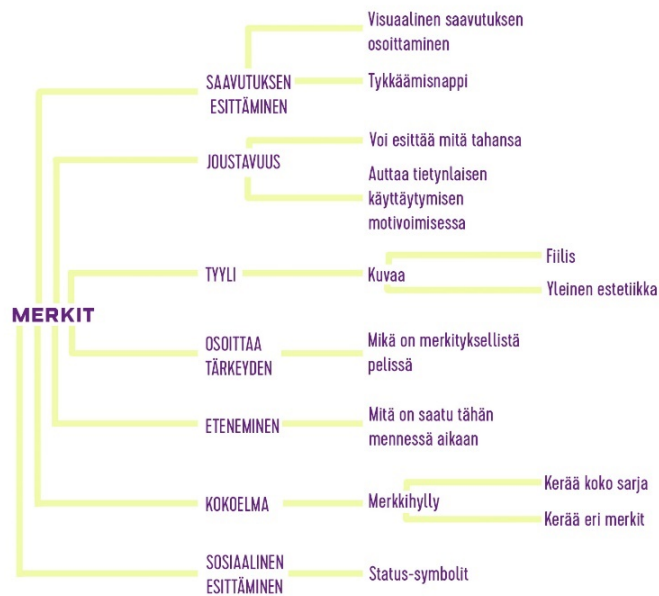
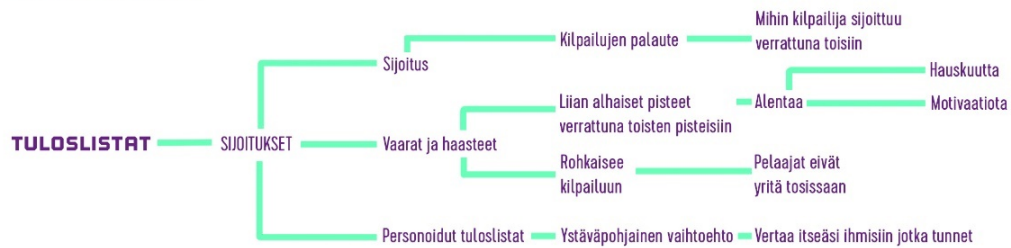
LIITE 2. Delfoi-menetelmän asiantuntijapaneeli:

- Susanna Partanen, Palvelupäällikkö, SuperPark Oy
- Teemu Avella, Project Manager, RD Velho Oy
- Petteri Kuisma, Safety manager, SuperPark Oy
- Leo Holsti, COO, Valo Motion Oy
- Jenni Aidanpää, vuoropäällikkö, SuperPark Vuokatti
- Tuomas Laatikainen, CTO, CSE Entertainment
- Raine Kajastila, CEO, Valo Motion
- Petri Pulkkinen, Järjestelmäasiantuntija, SuperPark Oy
- Mika Jimenez, palvelupäällikkö, Superpark Oy
- Miikka Suutari, Design & Project Director, SuperPark Oy
- Taneli Sutinen, Father of SuperPark, SuperPark Oy
- Jarkko Piirainen, IT-päällikkö, SuperPark Oy

LIITE 3. The PBL Triad

THE PBL TRIAD

- POINTS
- BADGES
- LEADERBOARDS



OSA PELIELEMENTEISTÄ ON:

- YLEISEMPIÄ, KUIN TOISET
- VAIKUTUSVALTAISIA

