

# **Digitaalinen hyvinvoinnin edistäminen**

**Ikääntyneiden kokemuksia ja ensireaktioita mynavigo-palvelusta**

LAB-ammattikorkeakoulu

Sairaanhoitaja (ylempi AMK), Asiakkuusjohtaminen sosiaali- ja terveyspalveluissa

2021

Leena Mäkitalo

Maaret Rajala

## Tiivistelmä

Tekijä(t) Mäkitalo, Leena Rajala, Maaret	Julkaisun laji Opinnäytetyö, YAMK Sivumäärä 75 + 5 liitettä	Valmistumisaika 2021
Työn nimi <b>Digitaalinen hyvinvoinnin edistäminen</b> <b>Ikääntyneiden kokemuksia ja ensireaktioita mynavigo-palvelusta</b>		
Tutkinto Sosiaali- ja terveysalan koulutus (ylempi AMK), Asiakkuusjohtaminen sosiaali- ja terveyspalveluissa		
Toimeksiantajan nimi, titteli ja organisaatio Niko Lankinen, Senior Advisor, Gavon Oy		
Tiivistelmä <p>Mynavigo-palvelu on digitaalista ennakoivaa asiakasohjausta hyvinvoinnin edistämiseen, jonka kohderyhmänä ovat yli 65-vuotiaat ikääntyneet. Tutkimuksellisen opinnäytetyön tavoitteena oli selvittää ikääntyneiden kokemuksia ja ensireaktioita digitaalisesta mynavigo-palvelusta. Tutkimuksessa selvitettiin lisäksi vastaajien suositteluhalukkuutta ja tyytyväisyyttä palveluun sekä ehdotuksia mynavigo-palvelun kehittämiseksi. Tutkimus tehtiin Gavon Oy:n ja Päijät-Hämeen hyvinvointiyhtymän mynavigo-palvelun pilotoinnin aikana.</p> <p>Tutkimus toteutettiin kyselytutkimuksena, johon osallistui 33 vastaajaa. Tutkimuksen aineisto kerättiin maaliskuun 2020 aikana yhteistyössä LAB-ammattikorkeakoulun ylemmän AMK-opiskelijoiden kanssa. Tutkimuksessa vastaajilta kysyttiin strukturoitujen väittämien ja avointen kysymysten avulla kokemuksia palvelun käytettävyydestä, hyödynnettävyydestä ja tyytyväisyydestä. Strukturoitujen kysymysten analyysi tehtiin tunnuslukujen ja ristiintaulukoinnin avulla. Avointen kysymysten analyysi tehtiin teorialähtöisesti teemoittelun keinoin.</p> <p>Tutkimuksen tulosten mukaan vastaajat kokivat mynavigo-palvelun helppokäyttöiseksi, mutta toivat esille palveluun liittyviä käytettävyyden haasteita, jotka liittyivät verkkosivustolla etenemiseen ja digitaalisten laitteiden käyttöön. Mynavigo-palvelu vahvisti vastaajien kokemusta omasta hyvinvoinnin tilasta ja siihen liittyvistä haasteista. Vastaajat kokivat palvelun avulla saaneensa tietoa oman hyvinvoinnin tukemisesta ja edistämisestä esimerkiksi liikuntaan, ravitsemukseen sekä sosiaaliseen aktiivisuuteen liittyen. Tutkimuksen mukaan vastaajat olivat tyytyväisiä mynavigo-palveluun, mutta eivät halunneet suositella palvelua muille. Kehittämisehdotusten perusteella vastaajat toivoivat mynavigo-palvelulta parempaa käyttäjälähtöisyyden huomiointia ja asiakaskokemusta.</p>		
Asiasanat asiakaskokemus, digitaaliset palvelut, hyvinvointi, ikääntynyt, tutkimus		

## Abstract

Author(s) Mäkitalo, Leena Rajala, Maaret	Type of Publication Master's thesis Number of Pages 75 pages, 5 appendices	Published 2021
Title of Publication <b>Digital promotion of well-being Elderly experiences and first reactions from the mynavigo service</b>		
Name of Degree Master of Social and Health Care, Customer Relationship Management in Social and Health Care Services		
Name, title and organization of the client Niko Lankinen, Senior Advisor, Gavon Oy		
Abstract <p>The Mynavigo service is a digital proactive customer guidance to promote well-being, which targets the elderly over the age of 65. The aim of the research thesis was to find out the experiences and first reactions of the elderly from the digital mynavigo service. The survey also examined the respondents' willingness to recommend and satisfaction with the service, as well as suggestions for further developing the mynavigo service. The study was conducted during the piloting of the mynavigo service of Gavon Oy and the Päijät-Häme Welfare Group.</p> <p>The survey was conducted as a questionnaire survey involving 33 respondents. The material of the study was collected during March-August 2020 in cooperation with the master's degree students of LAB University of Applied Sciences. The survey asked respondents about their experiences of the service usability, utilizability, and satisfaction through structured statements and open-ended questions. The analysis of structured questions was done by cross-tabulation and the analysis of open-ended questions by theory-based means of thematic design.</p> <p>According to the results of the survey, respondents found the mynavigo service easy to use, but raised usability challenges related to the website progression and use of digital devices. The Mynavigo service strengthened the respondents' experience of their own state of well-being and the challenges associated with it. Respondents felt that the service provided them with information on supporting and promoting their own well-being, for example in the fields of exercise, nutrition and social activity. According to the survey, respondents were satisfied with the mynavigo service but did not want to recommend the service to others. Based on the development proposals, the respondents wanted the mynavigo service to take better account of user orientation and customer experience.</p>		
Keywords customer experience, digital services, well-being, elderly, survey		

## Sisällys

1	Johdanto.....	1
2	Tutkimuksen lähtökohdat .....	3
2.1	Tutkimuksen tavoite, tarkoitus ja tutkimuskysymykset .....	3
2.2	Kohdeorganisaatioiden kuvaus .....	4
3	Digitaaliset palvelut sosiaali- ja terveysalalla.....	6
3.1	Hyvinvoinnin edistäminen digitaalisten palveluiden avulla.....	6
3.2	Ikääntynyt digitaalisten palveluiden käyttäjänä.....	9
3.3	Digitaalisten palveluiden laadun arviointi .....	10
4	Asiakaskokemus.....	13
4.1	Asiakaskokemuksen määrittelyä.....	13
4.2	Digitaalinen asiakaskokemus.....	18
4.3	Asiakaskokemuksen johtaminen.....	20
4.4	Asiakaskokemuksen mittaaminen .....	24
5	Tutkimusmenetelmät ja tutkimuksen toteutus .....	30
5.1	Määrällinen tutkimus.....	30
5.1.1	Kyselytutkimus.....	30
5.1.2	Mittarin laatiminen .....	31
5.2	Aineiston keruu.....	35
5.3	Aineiston analyysi.....	36
6	Tutkimuksen tulokset .....	41
6.1	Vastaajien taustatiedot .....	41
6.2	Ikääntyneiden kokemukset ja ensireaktiot digitaalisesta mynavigo-palvelusta ...	44
6.2.1	Käytettävyys .....	44
6.2.2	Hyödynnettävyys .....	47
6.3	Ikääntyneiden tyytyväisyys mynavigo-palveluun .....	51
6.4	Mynavigo-palveluun liittyvät kehittämissuhteet.....	53
7	Pohdinta ja johtopäätökset.....	55
7.1	Yhteenveto .....	55
7.2	Tutkimuksen tulosten ja menetelmien arviointia.....	56
7.3	Eettiset näkökulmat ja luotettavuus.....	60
7.4	Jatkotutkimusehdotukset .....	64
	Lähteet .....	66

## Liitteet

Liite 1. Ohjeita aineistoa keräävälle opiskelijalle

Liite 2. Tutkimustiedote

Liite 3. Suostumuslomake

Liite 4. Mynavigo-palvelun kyselylomake

Liite 5. Avointen kysymysten teemoittelutaulukko

## 1 Johdanto

Tutkimusten mukaan Suomi on digitaalisen kehityksen Euroopan kärkimaita. Suomi sijoittui Euroopan komission digitaalitalouden ja -yhteiskunnan indeksissä (DESI) 2020 ensimmäiseksi Euroopan unionin 28 jäsenvaltiosta. Suomen erinomainen tulos perustuu julkishallinnon digitaalisten palveluiden osaamiseen sekä digitaaliteknologian kehittämisen tiiviiseen yhteistyöhön julkisen ja yksityisen sektorin välillä. Suomen väestöstä 76 prosentilla on vähintään digitaaliset perustaidot, mikä on Euroopan unionin keskiarvon (58 prosenttia) yläpuolella. Digitalisaatio on keskeisessä asemassa Suomen hyvinvoinnin ylläpitämisessä ja tuottavuuden lisäämisessä. Suomi on tasa-arvoinen ja osallistava yhteiskunta, jossa tavoitteena on varmistaa myös ikääntyneiden toimiminen aktiivisina kansalaisina. (European Commission 2020.)

Digitalisaatio vaikuttaa ihmisten elämään. Euroopan digitaalistrategian tavoitteena on palvella ihmisiä ja yrityksiä. Digitaalistrategian tarkoitus on helpottaa ihmisten arkea teknologian avulla ja mahdollistaa yrityksille oikeudenmukainen ja kilpailukykyinen digitalous. (Euroopan komissio 2020.) Euroopan digitaalistrategia näyttää suuntaa digitalisaation hyödyntämiseen kansalaisten hyvinvoinnin edistämiseksi. Strategian tarkoituksena on tieto- ja viestintäteknikan yhteiskunnallisten ja taloudellisten mahdollisuuksien hyödyntäminen mahdollisimman laajasti. Digitaalitekniikan laajempi ja tehokkaampi käyttö antaa mahdollisuuden parantaa eurooppalaisten elämänlaatua paremman terveydenhuollon ja sen helpomman saatavuuden kautta. (Euroopan komissio 2010.) Pääministeri Marinin hallitusohjelmassa on huomioitu Euroopan digitaalistrategia. Hallitusohjelman yhtenä tavoitteena on, että Suomi toimii edelläkävijänä digitalisaation ja teknologisen kehityksen tuomien mahdollisuuksien kehittämisessä ja käyttöönotossa sekä kehittää julkisen sektorin teknologia- ja digitalisaatio-osaamista. (Valtioneuvosto 2019b.) Näiden hallitusohjelmatavoitteiden saavuttamiseksi on rakennettu digitalisaation edistämisen ohjelma, jonka toteuttamisen myötä palvelut ovat digitaalisesti saatavilla kansalaisille ja yrityksille vuoteen 2023 mennessä (Valtiovarainministeriö 2020).

Hallitusohjelman tavoitteena on lisäksi toteuttaa sosiaali- ja terveyspalveluiden uudistus, jonka keskeisinä teemoina ovat hyvinvointi- ja terveyserojen kaventaminen, yhdenvertaisten ja laadukkaiden sosiaali- ja terveyspalveluiden tarjoaminen kaikille suomalaisille, palveluiden saatavuuden ja saavutettavuuden parantaminen, ammattitaitoisen työvoiman saannin turvaaminen, yhteiskunnallisten muutosten mukanaan tuomiin haasteisiin vastaaminen sekä kustannusten kasvun hillitseminen. Sosiaali- ja terveyspalveluiden rakenneuudistuksen myötä sosiaali- ja terveydenhuollon toiminnan painopistettä siirretään perustason palveluihin ja ennaltaehkäisevään toimintaan. Tavoitteena on, että palvelut ovat

yhteensovitettuja, hoitoketjut ovat sujuvia ja ihmiset saavat tarpeenmukaiset sekä vaikuttavat palvelut oikea-aikaisesti. Palveluiden avulla vahvistetaan eri-ikäisten ihmisten kykyä huolehtia omasta hyvinvoinnistaan ja terveydestään. (Valtioneuvosto 2019a.)

Suomessa ikääntyvien määrä kasvaa jatkuvasti, mikä lisää sosiaali- ja terveyspalveluiden saatavuuden haasteita erityisesti alueilla, joissa asuu paljon ikääntyneitä. Sosiaali- ja terveyspalvelujen uudistuksen tavoitteena on, että perustason sosiaali- ja terveyspalvelut tuotetaan lähellä ihmisiä. Palveluiden saatavuuden parantamiseksi kotiin vietäviä palveluja lisätään kehittämällä digitaalisia mahdollisuuksia ja uusia palveluita kuluttajille ja terveydenhuollon tarjoajille. (Valtioneuvosto 2019a.) Vehmaksen ym. (2017, 47) mukaan teknologian käyttö ihmisten hyvinvoinnin edistämiseksi on lisääntynyt viime vuosina. Digitalisaatio tarjoaa kustannustehokkaan tavan terveyden edistämiseen ja sairauksien ehkäisyyn. Digitaaliset palvelut tukevat ihmisten omahoitoa perinteisten fyysisten palveluiden rinnalla. Valtiovarainministeriö (2019) on kiinnittänyt huomiota digitaalisten palveluiden laatuun ja käyttökokemukseen, koska niiden avulla voidaan lisätä asiakkaiden halukkuutta käyttää digitaalisia palveluita ja halua suositella niitä tuttavilleen. Digitaalisia palveluita kehitettäessä tulee huomioida asiat, jotka vaikuttavat asiakkaan digitaalisen asioinnin onnistumiseen ja myönteiseen käyttökokemukseen.

Päijät-Hämeen väestörakenne on erityisen haastava hyvinvointipalvelujen tuottamisen kannalta. Päijät-Hämeessä väestö ikääntyy ja työikäisten, lasten ja nuorten määrä vähenee nopeammin kuin keskimäärin koko maassa (THL 2018). Tilastokeskuksen (2020) väestörakennetilaston mukaan Suomessa oli vuoden 2019 lopussa 1 231 274 yli 65-vuotta täyttänyt henkilöä ja yli 70 vuotta täyttäneitä henkilöitä oli 874 314, joista noin 38 000 (4,3 %) asui Päijät-Hämeessä. Tilastokeskuksen mukaan yli 70-vuotiaiden määrä on kasvanut kolmessa vuodessa 100 000 henkilöllä. Päijät-Hämeessä yli 70-vuotiaiden osuus maakunnan väestöstä on 18,9 prosenttia.

Digitaalisten palveluiden tuottaminen ikääntyneille on entistä tärkeämpää. Gavon Oy on kehittänyt ennakoivaan asiakasohjaukseen digitaalisen mynavigo-palvelun, joka on tarkoitettu yli 65-vuotiaille ikääntyneille. Gavon Oy pilotoi mynavigo-palvelua yhteistyössä Päijät-Hämeen hyvinvointiyhtymän ikääntyneiden palveluiden toimialan kanssa. Tämä yamk-opin näytetyö kohdentuu digitaalisen mynavigo-palvelua käyttävien ikääntyneiden kokemuksiin ja ensireaktioihin. Tutkimuksen aihe on ajankohtainen, koska ikääntyvien osuuden kasvassa väestössä hyvinvointia lisäävien digitaalisten ja omahoitoon liittyvien palveluiden tarve kasvaa, jotta palveluiden saatavuus ja saavutettavuus saadaan varmistettua laadukkaasti ja oikea-aikaisesti.

## 2 Tutkimuksen lähtökohdat

### 2.1 Tutkimuksen tavoite, tarkoitus ja tutkimuskysymykset

Tutkimuksen tavoitteena on selvittää ikääntyneiden kokemuksia ja ensireaktioita digitaalisesta mynavigo-palvelusta. Tutkimuksessa mynavigo-palvelun kokemuksia ja hyvinvointiin liittyviä ensireaktioita tutkitaan digitaalisen palvelun käytettävyyden ja hyödynnettävyyden tasoilla. Tutkimuksessa ei syvennytä palvelun herättämiin tunnekokemuksiin tai niihin liittyviin merkityksiin.

Tutkimuksen tarkoituksena on saada käyttäjälähtöisiä kehittämissuhteita mynavigo-palvelun kehittämistä varten palvelun tuottajalle. Tutkimuksen tarkoituksena on, että mynavigo-palvelua tuottava yritys voisi parantaa edelleen palvelunsa laatua. Tarkoituksena on lisäksi tuottaa hyötyä palvelua käyttäville ikääntyneille kansalaisille arjessa pärjäämiseen ja oman hyvinvointinsa edistämiseen, jolloin varsinkin julkisten sosiaali- ja terveystalveluiden käyttö vähenisi. Tutkimuksesta saadun tiedon avulla voidaan kehittää myös muita digitaalisia ikääntyneiden hyvinvoinnin edistämisen ja omahoitoa tukevia palveluita.

Tutkimuksen tutkimuskysymyksiin vastaamisen avulla pyritään saavuttamaan tutkimukselle asetetut tavoitteet. Tutkimuksessa haetaan vastauksia seuraaviin tutkimuskysymyksiin:

1. Millaisia ovat ikääntyneiden kokemukset ja ensireaktiot digitaalisesta mynavigo-palvelusta?
2. Missä määrin ikääntyneet ovat tyytyväisiä mynavigo-palveluun?
3. Miten ikääntyneet mynavigo-palvelua käyttäneet kehittäisivät palvelua?



## 2.2 Kohdeorganisaatioiden kuvaus

### Gavon Oy ja mynavigo-palvelu

Gavon Oy on yritys, joka on erikoistunut käyttäjälähtöiseen palvelusuunnitteluun ja monipuolisten mobiilisovellusten toteuttamiseen. Yrityksen toimintakulttuuria kuvaavat asiakaslähtöisyys, ketteryys ja yritysekosysteemi. Asiakaslähtöisyydellä tarkoitetaan sitä, että yritys toimii yhdessä asiakkaiden ja loppukäyttäjien kanssa, jolloin yritys pystyy luomaan visuaalisesti ja toiminnallisesti miellyttäviä digitaalisia käyttäjäkokemuksia. Yritys hyödyntää ohjelmistokehitystapoja, jossa koko tiimi on tietoinen projektin vaiheista ja sen etenemisestä. Yrityksellä on vahva yhteistyöverkosto muiden teknologiayritysten kanssa, joka mahdollistaa tarvittaessa erityisasiantuntijoiden hyödyntämisen asiakasprojekteissa. (Gavon 2020.)

Gavon Oy on kehittänyt digitaalisen mynavigo-palvelun (Kuva 1), joka on ennakoivaa asiakasohjausta yli 65-vuotiaille ikääntyneille. Mynavigo-palvelu on linkitetty Päijät-Hämeen hyvinvointiyhtymän asiakasohjaus Siirin verkkosivuille ja mynavigo-palvelun löytää myös suoraan omilta verkkosivuilta [www.mynavigo.fi](http://www.mynavigo.fi). Mynavigo-palvelussa vastaaja tekee terveyden ja hyvinvoinnin itsearviointin valitsemastaan aihealueesta kansallisesti ja kansainvälisesti validoitujen itsearviointimittareiden avulla. Asiakasohjaus toteutetaan itsearviointin tulosten perusteella digitaalisessa ympäristössä. Mynavigo-palvelu ohjaa ikääntyneitä elämäntapamuutokseen ja tarpeen mukaisen tuen piiriin. Asiakas saa toimintakyvyn itsearviointiin perustuvan palautteen hyvinvoinnin ja terveyden voimavara- ja kuormitustekijöistä, informaatio-ohjausta elämäntapamuutokseen sekä tietoa alueen toimijaverkostosta. (Gavon 2020, Päijät-Hämeen hyvinvointiyhtymä 2020.)



Kuva 1. Kuvakaappaus mynavigo-palvelun etusivusta (mynavigo 2021)

## **Päijät-Hämeen hyvinvointiyhtymä ja ikääntyneiden asiakasohjaus Siiri**

Päijät-Hämeen hyvinvointiyhtymä on päijäthämäläisten kuntien omistama julkinen organisaatio. Hyvinvointiyhtymä kertoo tuottavansa laadukkaita sosiaali- ja terveydenhuollon sekä ympäristöterveyden palveluja yli 212 000 asukkaan Päijät-Hämeessä. Hyvinvointiyhtymä on maakunnan suurin alan toimija ja työnantaja, jonka palveluksessa on noin 7000 asiantuntijaa. Päijät-Hämeen hyvinvointiyhtymässä korostuvat elinvoima ja asukkaiden etu. (Päijät-Hämeen hyvinvointiyhtymä 2020.)

Ikääntyneiden asiakasohjaus Siirin tehtävänä on antaa tietoa ja ohjausta kaikista ikääntyneiden arkea tukevista asioista. Asiakasohjaus Siiri antaa neuvontaa ja ohjausta Siirin toimipisteessä, puhelimitse sekä sähköisten palveluiden kautta. Neuvonta ja ohjaus ovat asiakkaalle maksuttomia ja asiakas voi halutessaan asioida anonyymisti. Ikääntyneiden palveluiden tarkoituksena on tukea ikäihmisten kotona selviytymistä ja etsiä arjen sujumisen ratkaisuja yhdessä asiakkaan kanssa. Tavoitteena on löytää oikeanlaista apua oikeaan aikaan. Palveluneuvojat kertovat tarjolla olevista vaihtoehdoista ja auttavat asiakkaita palveluiden valinnassa. Palveluneuvojat järjestävät asiakasohjaajan kotikäynnin, jos asiakkaan tilanne vaatii laajaa palvelutarpeen selvittämistä. Tällä hetkellä ikääntyneiden asiakasohjaus Siirin sivuille on linkitetty sähköisen asiakasohjauksen pilottihanke mynavigo-palvelu, joka ohjaa kuntalaista elämäntapamuutokseen ja tarpeenmukaisen tuen piiriin. (Päijät-Hämeen hyvinvointiyhtymä 2020.)

### 3 Digitaaliset palvelut sosiaali- ja terveysalalla

#### 3.1 Hyvinvoinnin edistäminen digitaalisten palveluiden avulla

Hyvinvointi on käsitteenä laaja ja sitä voidaan kuvata monilla eri tavoilla, termeillä sekä monista eri näkökulmista. Hyvinvointi käsitteen sisältö vaihtelee tarkasteltavasta näkökulmasta ja painopisteet voivat vaihdella ajan sekä paikallisten arvojen mukaan. Hyvinvoinnin edellytyksiä määriteltäessä tulee määritellä hyvinvoinnin osatekijät, jotka tekevät yksilöistä hyvinvoivia. Usein hyvinvoinnin osatekijät jaetaan terveyteen, materiaaliseen hyvinvointiin sekä koettuun hyvinvointiin tai elämänlaatuun. Hyvinvointiin kuuluu sekä yhteisön että yksilöiden hyvinvointi. Yhteisön hyvinvoinnin ulottuvuuksia ovat esimerkiksi elinolot, työllisyys sekä toimeentulo. Yksilöllisen hyvinvoinnin osatekijöitä ovat sosiaaliset suhteet, itsensä toteuttaminen, onnellisuus ja sosiaalinen pääoma. (THL 2016.) Maailman terveysjärjestön WHO:n (2020) määritelmän mukaan terveys on täydellinen fyysisen, henkisen ja sosiaalisen hyvinvoinnin tila.

Hirvilampi (2015, 70) on tutkinut väitöskirjassaan hyvinvointia ekologisuuden ja kestävyysnäkökulmasta. Hän kuvaa hyvinvoinnin kokonaisuutta kohtuullisena elintasona, mielekkäänä tekemisenä, merkityksellisinä suhteina sekä elävänä läsnäolona. Vuori (2012, 68) on puolestaan väitöskirjassaan tutkinut hyvinvointia perheiden näkökulmasta ja määrittelee hyvän voinnin perheiden kuvaamien merkitysten kautta. Hyvä vointi on tervettä arkea, arjen yhteistä rytmittämistä, yhteen hiileen puhaltamista, päivä kerrallaan elämistä, riittävää taloudellista toimeentuloa, tarkoituksenmukaista sosiaalista verkostoa sekä mielekäästä jakamisesta ja selviytymistä tukevaa toimintaa. Burr ym. (2020, 2313) lähestyvät hyvinvointia digitaaliteknologian näkökulmasta. Heidän määritelmänsä mukaan digitaalisella hyvinvoinnilla tarkoitetaan sitä, miten digitaaliteknologialla voidaan vaikuttaa ihmisten hyvinvointiin ja siihen, miten elää hyvää elämää. Kunnari (2017, 183) on tutkinut väitöskirjassaan aikuisväestön hyvinvointiin liittyviä huolia ja hyvinvoinnin heikentäjiä. Hänen mukaansa hyvinvointia heikentävät ja huolta herättävät aiheet liittyvät terveyteen, taloudelliseen tilanteeseen ja läheisiin ihmissuhteisiin.

Terveydenhuollossa on maailmanlaajuisesti nähtävissä suuntaus, joka korostaa kansalaisten omaa vastuuta terveyden hoidossa ja ylläpidossa. Teknologian kehityksen myötä kansalaisilla itsellään on aikaisempaa laajemmat mahdollisuudet seurata omaa terveyttään ja hyvinvointiaan. Terveyden ja hyvinvoinnin ylläpidossa korostuu voimakkaasti terveyden ylläpitäminen ja pitkäaikaissairauksien itsehoito. (Korhonen & Virtanen 2015, 237.)

Digitalisaatio on toimintatapojen uudistamista sekä sähköisten prosessien ja palveluiden kehittämistä (STM 2016, 5). Salon ja Hennerin (2017, 3) mukaan digitalisaatio mahdollistaa

asiakkaan asioinnin ja palveluiden käytön ajasta ja paikasta riippumattomasti. Digitaaliset ja älykkäät järjestelmät auttavat ihmisiä tunnistamaan henkilökohtaisia riskejä, arvioimaan terveyteen liittyviä oireita ja ohjaamaan tarvittaessa ammattilaisen luo. Hyvinvointisovellukset kannustavat terveyden ja hyvien elämäntapojen parantamiseen, jonka avulla ihmisten osallisuus ja vastuu omasta terveydestä ja hyvinvoinnista vahvistuvat. Hyppönen ym. (2018, 3) korostavat, että sähköinen tiedonhallinta toimii keskeisenä välineenä oman elämän hoitamiseen itsenäisesti ja tarvittaessa ammattilaisen tukemana. Omaan hoitoon osallistumisen on todettu parantavan hoidon tehoa ja laatua sekä lisäävän kustannustehokkuutta.

Asiakkaiden tarpeisiin vastaamisella ja asiakaslähtöisellä toimintatavalla tarkoitetaan tietojen ja tietojärjestelmien suunnittelua niiden hyödyntämisen näkökulmasta. Käyttäjille on tarjottava ymmärrettäviä ja helppokäyttöisiä ratkaisuja, joita tukee yhtenäinen käyttökokemus. (Pellikka 2017, 637.) Helmisen (2018, 73–74) tutkimuksen mukaan digitalisaatiolla on positiivinen vaikutus yrityksen brändiin ja menestymiseen. Digitalisaation avulla organisaatiot voivat vapauttaa resursseja rutiininomaisista töistä, jolloin aikaa jää enemmän asiakkaiden kohtaamiseen. Huotarinen (2017, 60) tutkimuksessa nousi esille, että yritykset haluavat tarjota digitaalisia palveluita, jotka helpottavat asiakkaiden arkea. Tavoitteena yrityksillä on, että digitaaliset palvelut tarjoavat asiakkaille helppoa ja sujuvaa asiointia.

Sosiaali- ja terveydenhuollon palveluntuottajien on mukauduttava asiakkaiden toiveisiin ja tarpeisiin kehittämällä digitaalisia asiointimahdollisuuksia. Palveluntuottajat voivat tukea ja kannustaa ihmisiä ottamaan aktiivisempi rooli omahoitoon, hyvinvointitiedon hyödyntämiseen sekä digitaaliseen viestintään hoitotiimin ja läheisten välillä. (Jalonen ym. 2017, 40.) Sote-tieto hyötykäyttöön strategia 2020 on osaltaan ohjaamassa tähän suuntaan. Strategian tavoitteena on tukea sosiaali- ja terveydenhuollon uudistusta ja kansalaisten aktiivisuutta oman hyvinvoinnin ylläpidossa. Tavoitteeseen pääsemiseksi tiedonhallintaa tulee parantaa ja sähköisiä palveluita lisätä. (Sosiaali- ja terveystieteiden ministeriö & Kuntaliitto 2015, 5.) Sähköisten palveluiden tarjonnan lisääminen ei yksistään riitä kansalaisille. Palveluiden tuottajien on varmistettava sähköisessä muodossa tarjottavien palveluiden lisäarvo eri asiakasryhmille. Lisäksi on varmistettava, että palveluiden hyödyntäminen sähköisesti on mahdollista, motivoivaa ja ongelmatonta. (Hyppönen & Ilmarinen 2019, 288.) Korhonen ja Virtanen (2015, 237) korostavat, että asiakas on oman hyvinvointinsa asiantuntija, jonka voimavaroja kannattaa hyödyntää palveluiden toteuttamisessa ja kehittämisessä.

Hyppösen ja Ilmarisen (2019, 280) mukaan luotettavalla hyvinvointitiedolla ja sähköisillä palveluilla on tärkeä merkitys, kun terveys- ja hyvinvointipalveluja uudistetaan. Uudistusten yhtenä tavoitteena on parantaa palvelujen asiakaslähtöisyyttä ja kansalaisten

mahdollisuuksia huolehtia terveydestään ja hyvinvoinnistaan omatoimisesti tai tarvittaessa ammattilaisen tukemana. Sähköisten palvelujen laajamittainen käyttö edellyttää, että verkosta löytyy luotettavaa terveys- ja hyvinvointitietoa sekä palveluita niihin liittyen. Tiedon tulee olla helposti saavutettavissa ja palveluiden tulee tukea elämänhallintaa, palvelutarpeen arviointia ja oikea-aikaista hakeutumista palveluihin.

Ahmadinia ja Eriksson-Backa (2020, 17–18) ovat tehneet tutkimuksen Suomessa käytössä olevista terveydenhuoltoon liittyvistä sähköisistä palveluista ja laitteista sekä niihin liittyvistä hyödyistä ja rajoitteista. Tutkimuksen perusteella sähköisten teknologisten ratkaisujen kehittämisessä tulisi huomioida sähköisten terveyspalvelujen ja järjestelmien tehokkuuteen vaikuttavat tekijät kuten saavutettavuus, kustannusvaikuttavuus, käyttäjien vaatimukset ja käytännön ratkaisujen helppokäyttöisyys. Lisää tutkimusta tarvittaisiin sähköisten palvelujen käyttäjien terveyteen liittyvistä tietotarpeista sekä tehokkaista ja vaikuttavista käytännön ratkaisuksista. Terveyden- ja hyvinvoinnin laitos (2019) on kiinnittänyt samaan asiaan huomioita. Digitaalisten hyvinvointi- ja terveyspalvelujen kehittäminen ja vakiinnuttaminen vaatii kuntatasolta paljon erilaisia toimia. Kunnat tarvitsevat väestöryhmittäistä tietoa palvelutarpeen arvioinnista, toimien kohdentamisesta, resurssien ohjauksesta sekä tavoitteiden toteutumisen seurantaan. Tieto auttaa tunnistamaan hälyttävät ilmiöt, valitsemaan parhaat keinot eriarvoisuuden vähentämiseksi, käymään julkista keskustelua, kouluttamaan henkilöstöä, arvioimaan kustannuksia sekä perustelevaan poliittisia päätöksiä. Tämän taustalla on terveydenhuoltolaki (1326/2010, § 12), joka määrittelee, että kunnan on strategisessa suunnittelussaan asetettava paikallisiin olosuhteisiin ja tarpeisiin perustuvat terveyden ja hyvinvoinnin edistämisen tavoitteet, määriteltävä niitä tukevat toimenpiteet ja käytettävä näiden perustana kuntakohtaisia hyvinvointi- ja terveystilamittareita.

## **Yhteenveto**

Hyvinvoinnin määritelmässä nousee esille monenlaisia tekijöitä, joilla on vaikutusta siihen, miten ihmiset kokevat hyvinvointinsa. Siihen voi kuulua terveys, materiaallinen hyvinvointi ja kokemus hyvinvoinnista sekä elämänlaadusta (THL 2016). Tärkeä hyvinvointiin liittyvä asia on yhteisöllisyys ja kokemus merkityksellisestä arjesta, jossa toimeentulo on turvattu, tarkoituksenmukainen sosiaalinen verkosto on ympärillä ja saa toteuttaa mielekästä tekemistä, joka tukee jaksamista ja arjessa selviytymistä (Hirvilampi 2015, 70; Vuori 2012, 68.) Tutkimusten mukaan hyvinvointia heikentävät ja huolta herättävät aiheet liittyvät erityisesti terveyteen, taloudelliseen tilanteeseen ja läheisiin ihmissuhteisiin (Kunnari 2017, 183). Tämän ajan suuntauksena on yksilön vastuu omasta hyvinvoinnista (Korhonen & Virtanen 2015, 237), jolloin digitaalisten palveluiden merkitys korostuu. Digitaaliset hyvinvointisovellukset kannustavat terveyden ja hyvinvoinnin edistämiseen omatoimisesti ja tarvittaessa

ammattilaisen tukemana (Salo & Henner 2017, 3; Hyppönen ym. 2018, 3; Hyppönen & Ilmarinen 2019, 280). Digitaalisten palveluiden hyödyntäminen hyvinvoinnin edistämiseksi tuo väistämättä uusia eettisiä haasteita. Burrin ym. (2020, 2315–2317) tekemän kirjallisuuskatsauksen perusteella digitaalisten palveluiden avulla hyvinvoinnin edistämiseen liittyviä keskeisiä eettisiä haasteita ovat terveyteen ja terveydenhoitoon liittyvät vastuut, yksityisyyden ja itsemääräämisoikeuden toteutuminen, digitaalisten palveluiden ymmärrettävyys sekä niiden yhdenvertainen saatavuus. Terveystieteiden tutkimuksen mukaan terveydenhuollon saatavuutta ja kansanterveydelisiä vaikutuksia voidaan parantaa digitaaliteknologian avulla, kun eettiset kysymykset ovat huomioitu toteutuksessa.

### 3.2 Ikääntynyt digitaalisten palveluiden käyttäjänä

Tilastokeskuksen väestön tieto- ja viestintätekniikan käyttötutkimuksen (2020) perusteella suomalaisten internetin käyttö on lisääntynyt viime vuosina. 16–89-vuotiaista suomalaisista 82 prosenttia käytti internetiä useasti päivässä vuonna 2020. Internetin käyttö yleistyi etenkin tutkimuksen kahdessa vanhimmassa ikäryhmässä. Ikääntyneistä 65–74-vuotiaista 88 prosenttia ja 75–89-vuotiaista 51 prosenttia käyttää internetiä. Korona-virukseen liittyvä tilanne on voinut jossain määrin vaikuttaa vuoden 2020 tietoihin.

Ikääntyneiden valmiudet digitaalisten palvelujen käyttöön ovat muita ikäryhmiä heikommat. (Roselund & Kinnunen 2018, 264). Keränen ym. (2017) tuovat esille tutkimuksessaan, että ikääntyneiden fyysinen hauraus vaikuttaa heikentävästi ikääntyneiden tieto- ja viestintätekniikkansa käyttöön. Tämä on huomioitava suunniteltaessa ennaltaehkäiseviä ja avustavia digitaalisia ratkaisuja. Linnan (2018, 4, 88) tutkimuksessa ilmeni, että yhteiskunnan digitalisoituminen tuo monille ikääntyneille haasteita. Tutkimus osoitti, että ikääntyneet pystyvät oppimaan uutta teknologiaa ja pysyvät mukana digitaalisessa kehityksessä, jos heille tarjotaan siihen mahdollisuus ja sopiva oppimisympäristö. Tärkeää on tarjota heille tarvittaessa teknologisiin palveluihin liittyvää ohjausta ja opetusta.

Palveluntuottajien tulee ottaa ikääntyneet mukaan digitaalisten palveluiden kehittämisprosessiin, jotta palveluista saadaan asiakaslähtöisiä ja kustannustehokkaita. Ikääntyneille suunnattujen digitaalisten palveluiden tulee olla helppokäyttöisiä, selkeitä ja helposti saatavuttavia. (Röyskö 2016.) Rosenlundin ja Kinnusen (2018, 271–274) tekemän kirjallisuuskatsauksen perusteella ikäihmisille suunnatuissa teknologisissa ratkaisuissa on huomioitava ikäryhmän tarpeet sekä heidän alentunut fyysinen ja kognitiivinen toimintakyky. Käytettävyydellä voidaan edistää ikääntyneiden sähköisten palveluiden käyttöä. Suurin hyöty saavutetaan huomioimalla ja osallistamalla ikääntyneet järjestelmä- ja sovelluskehityksen eri vaiheissa, jolloin palveluista saadaan tehtyä mahdollisimman käytettäviä.

Ikääntyneet ovat poikkeuksellinen ikäryhmä digitaalisten palveluiden käyttäjinä. Heillä on heikommat valmiudet digitaalisten palveluiden käyttöön kuin nuoremmilla ikäryhmillä, koska digitaalisten palveluiden käyttö heillä on vähäisempää, fyysinen hauraus ja alentunut fyysisen ja kognitiivinen toimintakyky heikentävät digitaalisten palveluiden käyttöä (Tilastokeskus 2020a; Rosenlund & Kinnunen 2018, 264; Keränen ym. 2017). Terveysten ja hyvinvoinninlaitoksen teettämän tutkimuksen (2017) mukaan yli 65-vuotiaista suomalaisista 43 prosenttia koki pystyvänsä itsenäisesti asioimaan sähköisesti. (Keränen ym. 2017). Digitaalisia palveluita käyttöönottaessa ikääntynyt käyttäjäryhmä tulee huomioida tarjoamalla heille neuvontaa ja ohjausta digitaalisen palvelun käyttöön ja hyödyntämiseen (Linna 2018, 88).

### 3.3 Digitaalisten palveluiden laadun arviointi

Digitaalisten asiointipalveluiden yleistyessä tulee huomioida palveluiden laatu ja asiakkaiden käyttökokemus. Hyvän asiakaskokemuksen myötä asiakkaat ovat halukkaita jatkaamaan sekä laajentamaan sähköisiä asiointejaan ja jopa suosittelemaan niitä tuttavilleen. Kriteeristö muodostuu tekijöistä, jotka vaikuttavat asiakkaan sähköisen asiointin onnistumiseen ja tähtäävät palvelusta saatavaan myönteiseen käyttökokemukseen. Digitaalisten asiointipalveluiden laatutyöryhmän (2019) mukaan laatukriteeristö koostuu kuudesta osa-alueesta, jotka ovat palvelun tietopohja, asiointitilanne, käytettävyyden, asiointin tukipalvelut, tietoturva- ja suoja sekä asiakkaan osallistaminen. (Valtiovarainministeriö 2019.) Digitaalisen palvelun laatu määräytyy sen mukaan, miten se suoriutuu siitä tehtävästä, mikä sille on määritelty palveluketjussa (Filenius 2015, 76).

Voutilainen (2020, 194–196) kuvaa digitaalisten palveluiden sisältövaatimuksia hallintolain hyvän hallinnon perusteiden, digipalvelulakiin kirjattujen viranomaisia koskevan digitaalisten palveluiden järjestämiseen liittyvien velvollisuuksien sekä sähköisestä asiointista annetun lain mukaan. Hallintolaissa keskeisiä digitaalisiin palveluihin liittyviä vaatimuksia ovat hyvän kielenkäytön vaatimus, palveluperiaate, tasapuolisuus ja yhdenvertaisuus sekä digitaalisten palveluiden käytön neuvontavelvollisuus. Digipalvelulaista nousevia vaatimuksia ovat ymmärrettävyys, digitaalisen palvelun löydettävyys, tietoturvallisuus ja tietoturva ja lisäksi on huolehdittava digitaalisten palveluiden toiminnallisesta ja sisällöllisestä käytettävyydestä helppokäyttöisyyden varmistamiseksi.

Palvelutarjoajan on varmistettava digitaalisten palvelujensa sisältöjen havaittavuus ja ymmärrettävyys sekä käyttöliittymien ja navigoinnin hallittavuus ja toimintavarmuus saavutettavuusvaatimusten mukaisesti (Laki digitaalisten palveluiden tarjoamisesta 306/2019, 7 §). Saavutettavuus tarkoittaa esteettömyyttä digitaalisessa toimintaympäristössä. Saavutettavuus on sitä, että erilaisten ihmisten on helppoa käyttää verkkopalveluja ja niissä olevia

sisältöjä. Saavutettavuus parantaa yhdenvertaisuutta digitaalisessa yhteiskunnassa. (Saavutettavuus 2020.)

Digitaalisen palvelun teoreettista laatuajattelua ovat tutkineet ja kehittäneet Zeithaml, Parasuraman ja Malhotra (2000, 2002), jotka kehittivät digitaalisen palvelun laatuasteikon palvelun laadun mittaamiseksi. Zemblyté (2015, 801–802) on tutkinut myös digitaalisen palvelun laatua (Taulukko 1) ja perustaa oman katsausartikkelinsa (review) edellä mainittujen tutkimuksiin, jonka perusteella digitaalisen palvelun laadun kriteerit on luotu. Zemblytén mukaan digitaalisen palvelun laadun arviointiin kuuluu koko digitaalisen palvelun toimintaprosessi.

<b>Digitaalisen palvelun laadun ulottuvuudet</b>		
<b>verkkosivusto</b>	<b>palvelun laatu</b>	<b>tuki ongelmatilanteissa</b>
pääsy verkkosivustolle	yksityisyys	reagointikyky
helppokäyttöisyys	turvallisuus	korvaus
verkkosivuston ulkoasu	luotettavuus	yhteydenotto
rakenne ja asettelu	lupausten täyttyminen	
linkitys	ymmärrettävyys	
tietojen tarkkuus	tehokkuus	

Taulukko 1. Digitaalisen palvelun laadun ulottuvuudet (mukailtu Zemblyté 2015, kirjoittajien suomennos)

Digitaalisen palvelun laatu on Zemblytén (2015, 801–806) tutkimuksen perusteella asiakkaan näkökulmasta moniulotteinen, johon kuuluvat ongelmatilanteissa saatava tuki, palvelun laatuun ja verkkosivustoon liittyvät tekijät. Ongelmatilanteissa saatavalla tuella tarkoitetaan sitä, että asiakkaat odottavat palveluita tarjoavalta organisaatiolta tiukkoja laatuvaatimuksia palvelun toimitusprosessin oikea-aikaisuuteen ja täsmällisyyteen liittyen sekä



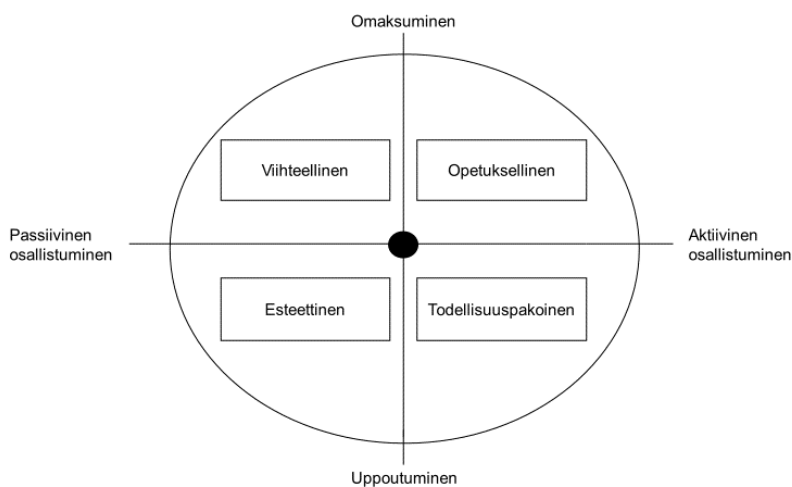
reagointikykyä ongelmatilanteiden ratkaisemiseen. Palvelun laatuun kuuluvat vastuullisuus ja luotettavuus. Tämä tarkoittaa asiakkaan näkökulmasta, että organisaatio tarjoaa luvattua palvelua ja täyttää lupauksensa, kuuntelee asiakkaita, tarjoaa heille selkeää ja ymmärrettävää tietoa palveluprosessista. Verkkosivuston toimivuuteen vaikuttaa verkkosivuston visuaalisuus. Asiakkaat arvostavat verkkosivustoja, jossa tiedot ovat tarkkoja, järjesteltyjä ja ajantasaisia sekä saatavilla 24/7. Digitaalisten palveluiden laatua mitattaessa merkityksellisiä asioita ovat verkkosivuston suorituskyky, johon kuuluvat sivuston helppokäyttöisyys ja latautuminen sekä tiedon löytäminen.

## 4 Asiakaskokemus

### 4.1 Asiakaskokemuksen määrittelyä

Yksi palveluiden kehittämisen ydinajatuksista on ymmärtää käyttäjien kokemuksia palveluista. Jotta palvelunkäyttäjien kokemuksia voidaan mitata ja ymmärtää, tulee tietää mitä asiakaskokemus tarkoittaa. Asiakaskokemukselle löytyy useita erilaisia, mutta samankaltaisia piirteitä sisältäviä määritelmiä. Pine ja Gilmore (1999, 12, 97) ovat asiakaskokemuksen määrittelyn edelläkävijöitä ja he loivat käsitteen elämystalous vuonna 1999. Heidän mukaansa asiakaskokemus muodostuu emotionaalisista, fyysisistä, älyllisistä sekä henkistä ulottuvuuksista. Asiakaskokemus rakentuu palvelun tai tuotteen sekä palvelunkäyttäjän ja palveluntuottajan vuorovaikutuksesta. Asiakaskokemus syntyy tapahtumista, jotka koskettavat ihmistä omalla yksilöllisellä tavalla. Asiakaskokemus on yksilöllinen ja henkilökohtainen tapahtuma, joka syntyy reaktiona johonkin ärsykkeeseen, eikä kukaan voi kokea sitä samalla tavalla kuin toinen. Palveluntuottajan tulee vastata asiakkaan tarpeisiin ja toiveisiin sekä tarjota arvoa tuottavaa asiakaskokemusta.

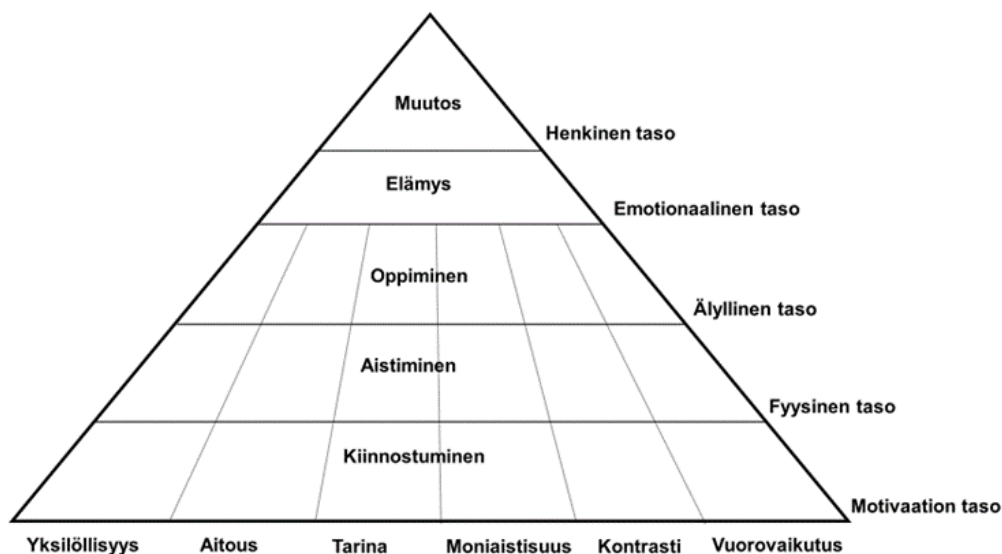
Pine ja Gilmore (1999, 30–37) kehittivät oman nelikenttämallinsa (Kuvio 1), jossa esitetään elämyksen muodostumisen osa-alueet, jotka ovat viihteellisyys, esteettisyys, opetuksellisuus sekä todellisuuspakaisuus. Vaikuttavan elämyskokemuksen tarkoituksena on tarjota syviä tunnekokemuksia aistien välityksellä, jolloin palveluun voi uppoutua täysin ja se vie mennessään. Kokonaisvaltaisin elämyskokemus muodostuu nelikenttämallin keskiössä, johon vaikuttavat kaikki neljä osa-alueetta, asiakkaan osallistuminen sekä aistien välityksellä palveluun saavutettu yhteys. Palvelun elämyksellisyyttä voidaan arvioida edellä mainittujen osa-alueiden avulla.



Kuvio 1. Elämyksen neljä ulottuvuutta (mukailtu Pine & Gilmore 1999, 30)

Tarssanen ja Kylänen (2007, 102–103) lähestyvät asiakaskokemusta myös elämyksellisyyden kautta. Kun kokemus on erittäin merkityksellinen, sitä voidaan kutsua elämykseksi. Elämys on enemmän kuin hyvä palvelu tai kokemus. Elämys voi olla moniaistinen, positiivinen ja kokonaisvaltainen tunnekokemus, joka voi johtaa kokijan henkilökohtaiseen muutokseen. Se voi johtaa jopa kokijan käsitysten muuttumiseen tai uuden elämäntavan omaksumiseen.

Tarssanen ja Kylänen (2009, 11–15) ovat kuvanneet asiakaskokemusta elämyskolmio-mallin (Kuvio 2) muodossa. Elämyskolmio-mallin avulla on mahdollista analysoida ja ymmärtää tuotteisiin sekä palveluihin liittyvää elämyksellisyyttä ja löytää tapoja kehittää niitä. Elämyskolmio on esimerkki siitä, mitä tasoja täydelliseen tuotteeseen tai palveluun tarvitaan. Mallissa elämystä tarkastellaan kahdesta näkökulmasta sekä tuotteen elementtien tasolla että asiakkaan kokemuksen tasolla. Kolmion alareunassa on kuvattuna asiakkaan kokemukseen vaikuttavat tekijät. Elämyskolmio-mallin pystyakselilla on kuvattu asiakkaan kokemuksen rakentuminen kiinnostuksen heräämisestä muutokseen. Hyvässä elämystuotteessa tai palvelussa on kaikki edellä kuvatut elämyksen peruselementit mukana jokaisella kokemisen tasolla.



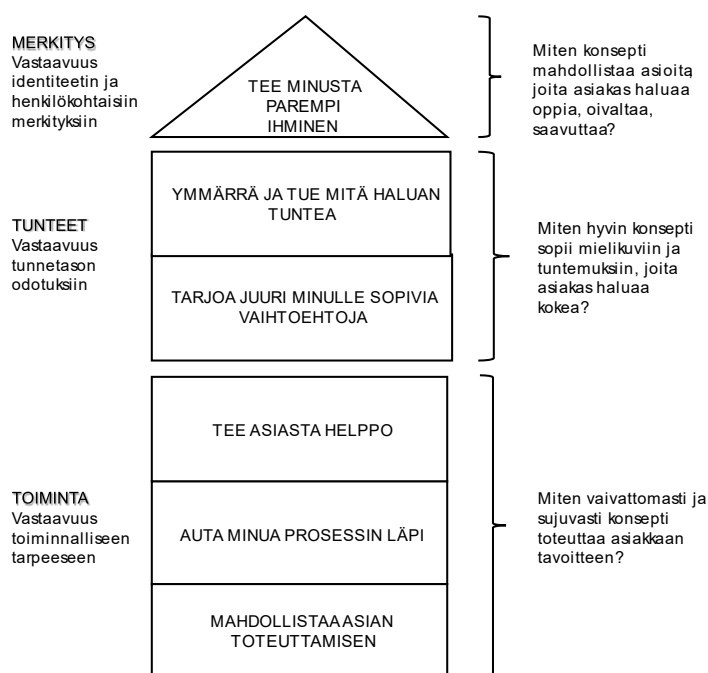
Kuvio 2. Elämyskolmio-malli (Tarssanen & Kylänen 2007, 114)

Löytänän ja Kortesuon (2015, 11) asiakaskokemuksen määritelmässä korostuvat kohtaaminen, mielikuvat ja tunteet. Näiden kautta asiakas muodostaa tulkinnoistaan kokonaisuuden yrityksen toiminnasta ja palvelusta. Asiakaskokemus ei ole rationaalinen päätös vaan kokemus, johon vaikuttavat vahvasti tunteet ja alitajuisesti tehdyt tulkinnat. Mitä vahvempia kohtauksia, mielikuvia ja tunteita syntyy, sitä vahvempi on asiakaskokemus. Tämän vuoksi

ei ole täysin mahdollista vaikuttaa siihen, millaisen asiakaskokemuksen asiakas muodostaa.

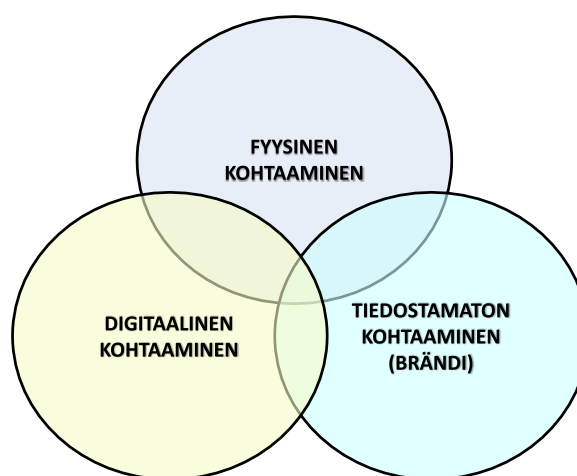
Mustosen (2012, 17) asiakaskokemuksen määritelmän mukaan *kokemus on henkilökohtainen ja moniulotteinen tapahtuma, joka tapahtuu yksilössä ympäristön ärsykkeiden ja yksilön itsensä välillä tapahtuvan vuorovaikutuksen seurauksena. Kokemuksen henkilökohtaisuus sekä siihen vaikuttavat monet tekijät tekevät kokemuksesta hankalasti hallittavan. Edes itse kokija ei voi täysin hallita syntyvää kokemusta. Kuitenkin ainakin osaan kokemuksen synnyssä mukana oleviin tekijöihin voidaan vaikuttaa.* Mustosen asiakaskokemuksen näkemyksessä nousee esille kokemuksen henkilökohtaisuus ja moniulotteisuus, jonka vuoksi se on hankalasti hallittavissa.

Tuulaniemi (2013, 75) tarkastelee asiakaskokemusta palvelumuotoilun lähtökohdista. Hänen mukaansa asiakaskokemus voidaan jakaa kolmeen arvon muodostumisen tasoon (Kuvio 3). Tasot muodostuvat alhaalta ylöspäin nousevasta kokonaisuudesta, johon kuuluvat toiminta, tunteet ja merkitykset. Näillä kaikilla tasoilla luodaan asiakkaalle merkityksellistä arvoa. Toiminnan tasolla vastataan asiakkaan tavoitteeseen ja mahdollistetaan asian toteutuminen prosessin läpi vaivattomasti ja sujuvasti. Tunnetasolla vastataan asiakkaan tunnetason odotuksiin, mielikuviin ja tuntemuksiin sekä tarjotaan asiakkaalle juuri sopivia vaihtoehtoja. Merkitystasolla kosketetaan asiakkaan identiteettiä, unelmia, lupauksia ja kokemuksen henkilökohtaisuutta ja tehdään kokemuksen avulla ihmisestä parempi ihminen.



Kuvio 3. Arvon muodostuksen tasot (mukailtu Tuulaniemi 2013, 75)

Ahvenainen ym. (2017, 34) määrittelevät asiakaskokemuksen kolmen ulottuvuuden (Kuvio 4) kautta, jotka ovat fyysinen, digitaalinen ja tiedostamaton kohtaaminen. Fyysisesti tapahtuva kohtaaminen kasvokkain asiakkaan ja yrityksen edustajan välillä on tunnetuin asiakaskokemuksen ulottuvuuksista. Digitaalisessa ympäristössä tapahtuva asiakaskohtaamisen kokonaisuus on noussut tärkeäksi asiakaskokemuksen ulottuvuudeksi, koska asiakkaat käyttävät entistä enemmän verkkosivustoja tiedon hakemiseen, vaihtoehtoihin tutustumiseen sekä itselleen sopivien ratkaisujen löytymiseen. Tiedostamaton kohtaaminen on tunnekokemus, johon vaikuttavat aikaisemmat olettamukset, näkemykset ja mielikuvat. Nämä yhdessä vaikuttavat brändikokemuksen syntymiseen.



Kuvio 4. Asiakaskokemuksen kolme ulottuvuutta (mukailtu Ahvenainen ym. 2017, 34)

Uusimpia asiakaskokemuksen määritelmiä ovat tehneet Korhonen (2019) sekä Saarijärvi ja Puustinen (2020). Korhosen (2019, 18–19) määritelmässä korostuvat koko asiakkaan palveluprosessi sekä siihen liittyvät kokemukset sekä tunteet. Asiakaskokemus on asiakkaan palvelusta muodostama käsitys, joka syntyy kohtaamisissa eri kontaktipisteissä, asiakkaan uusien ja vanhojen mielikuvien sekä palvelun herättämien tunteiden perusteella. Asiakkaalle jää jokaisesta palvelutapahtumasta jonkinlainen kokemus ja muistijälki. Asiakaskokemus syntyy varhaisessa vaiheessa ja se alkaa hetkessä, jossa tarve palvelulle ilmenee. Asiakaskokemus syntyy kaikesta suorasta ja epäsuorasta vuorovaikutuksesta asiakkaan ja palveluntuottajan välillä. Saarijärven ja Puustisen (2020, 20, 117) asiakaskokemuksen määrittelyssä asiakkaan näkökulma nousee vahvasti esille. Asiakaskokemus syntyy aina asiakkaan näkökulmasta, subjektiivisena ja kokonaisvaltaisena kokemuksena, johon kuuluvat kognitiivinen, emotionaalinen, sosiaalinen ja sensorinen ulottuvuus (Kuvio 5). Se rakentuu kaikissa asiakkaan ja organisaation välisissä vuorovaikutushetkissä eli

kosketuspisteissä. Asiakaskokemuksen kokonaisuuteen kuuluu erilaisia osakokemuksia, jotka voivat liittyä brändikokemukseen, ostokokemukseen, palvelukokemukseen tai käyttökokemukseen.

Kognitiivinen	Asiakas tietää, millainen tuotteen tai palvelun ominaisuus on ja minkä tavoitteen sen avulla voivat saavuttaa.
Emotionaalinen	Asiakas tuntee erilaisia emootioita tuotteen käytön tai asiakaspalvelutilanteen aikana. Vahvat tunteet ja emootiot jäävät mieleen.
Sosiaalinen	Asiakas on vuorovaikutuksessa henkilökunnan ja muiden asiakkaiden kanssa.
Sensorinen	Asiakas näkee, haistaa, kuulee ja tuntee. Asiakkaalle syntyy aistikokemus siitä, miltä tuotteet ja palvelut tuntuvat.

Kuvio 5. Asiakaskokemuksen ulottuvuudet (mukailtu Puustinen & Saarijärvi 2020, 78–80)

Asiakaskokemuksen luonne on moniulotteinen ja sen eri ulottuvuudet (Kuvio 5) tulee huomioida asiakaskokemusta määriteltäessä. Asiakaskokemus ei ole ainoastaan tarpeeseen vastaamista vaan myös sitä millaisia emootioita asiakas kokee ja mitä asiakas aistii tuotteen tai palvelun käytön aikana. Myös tuotteeseen ja palveluun liittyvät vuorovaikutustilanteet muiden ihmisten kanssa vaikuttavat vahvasti asiakaskokemukseen. Kaikki edellä kuvatut asiakaskokemuksen ulottuvuudet toistuvat niin fyysisessä kuin digitaalisessa asiakaskokemuksessa sekä realisoituvat eri tavoin ja painoituksin toimialan mukaan. Sosiaali- ja terveysalalla korostuu asiakaskokemuksen kognitiivinen ulottuvuus, jolloin asiakas saa hoitoa ja neuvontaa vastaten tiettyyn tarpeeseen, mutta myös henkilökunnan sosiaaliset taidot ja ympäristön vaikutus ovat tärkeä osa asiakkaan kokemusta. Organisaatiot pyrkivät palveluilla tyydyttämään asiakkaan tarpeet, mutta se, miten asiakkaisiin suhtaudutaan ihmisinä, määrittää suuren osan asiakaskokemuksesta. (Saarijärvi & Puustinen 2020, 78–81, 113.)

Tutkimusten mukaan tunteilla ja elämyksellisyydellä on merkittävä vaikutus ihmisten kokemuksiin. Nummenmaa ym. (2018) korostavat tunteiden merkitystä kokemuksissa. He ovat tutkineet ihmisen kokemusmaailman rakennetta. He ovat sen pohjalta luoneet ihmisen

kokemuskartaston, johon heidän mukaansa kuuluvat kielteiset tunteet, myönteiset tunteet, sairauden tunteet, keholliset toiminnot ja mielentoiminnot. Tutkimuksen mukaan suurin osa kokemuksista koettiin tunnetiloina, joko miellyttävinä tai epämiellyttävinä, harvemmin neutraaleina tunnetiloina. Kokemuskartastoon kuuluvat erilaiset elementit ja niihin liittyvät tunteet määrittävät, minkä luonteiseksi ihmisen kokemus värityy. Kokemuksen emotionaalinen voimakkuus vaikuttaa merkittävästi sekä mielen että kehollisten tuntemusten voimakkuuteen. Konu (2016, 8) on puolestaan tehnyt tutkimuksen asiakkaan osallistamisesta matkailupalveluiden kehittämisestä hyvinvointi- ja luontomatkailukontekstissa. Tutkimuksen tulosten keskeinen väite on, että elämyksellisten palveluiden tulisi vedota asiakkaiden mielihyvään ja onnellisuuteen pyrkiviin tavoitteisiin. Palveluihin osallistumalla asiakas voi saavuttaa tunteisiin vetoavan elämyksen. Tärkeää on, että palvelun tarjoaja tunnistaa, miten he pystyvät tarjoamaan puitteet asiakkaan elämykselle. Tämän edellytyksenä on, että palvelun tarjoajilla on syvällistä asiakasymmärrystä nykyisistä ja mahdollisista tulevista asiakkaista.

## 4.2 Digitaalinen asiakaskokemus

Digitaalisen asiakaskokemuksen merkitys korostuu teknologian kehittyessä ja digitaalisten palveluiden lisääntyessä. Fileniuksen (2015, 29–30) määritelmän mukaan digitaalinen asiakaskokemus syntyy käyttäjän hyödyntäessä digitaalisesti tuotettua palvelua mitä tahansa päätelaitetta käyttäen, suorittaen sillä halutun operaation tai osan siitä. Onnistunut digitaalinen asiakaskokemus syntyy, kun asiakkaan tarve on ymmärretty oikein, prosessit ovat rakennettu palvelemaan asiakastarpeen toteutumista, järjestelmät tukevat prosesseja ja verkkopalvelun käytettävyydessä on huomioitu ymmärrys asiakkaan käyttäytymisestä. Digitaaliseen asiakaskokemukseen vaikuttaa vahvasti asiakkaan tekninen osaaminen, koska digitaalisen palvelun käyttäminen vaatii yleensä jonkin teknisen laitteen käytön osaamista.

Ahvenaisen ym. (2017, 36, 43) mukaan digitaalinen asiakaskokemus alkaa asiakkaan vieraillessa yrityksen verkkosivuilla tai sosiaalisen median profiilissa. Digitaalisissa palveluissa asiakkaan mielenkiinto tulee herättää verkkosivujen selkeällä ulkoasulla, rakenteella ja sisällöllä. Digitaalisen palvelun käyttäjän ensikokemus on tärkeä osa asiakaskokemusta, joten palvelun käyttämisen helppokäyttöisyyteen ja vaivattomuuteen tulee kiinnittää erityistä huomiota positiivisen asiakaskokemuksen luomiseksi. Digitaalisissa palveluissa korostuu asiakkaan ohjaaminen prosessin läpi. Visuaalisilla keinoilla voidaan ohjata verkkosivuston käyttäjän toimintaa. Positiivinen käyttökokemus lisää suositteluhalukkuutta ja halua palata tuotteen tai palvelun pariin uudestaan. Yli-Junnila ym. (2018, 61) määrittelevät, että digitaalinen asiakaskokemus muodostuu digitaalisten prosessien ja toimintojen kautta. Digitaalisen asiakaskokemuksen hallinnan tavoitteena on, että palvelut näyttäytyvät asiakkaille yhdenmukaisina ja sujuvina kokonaisuuksina.

Tasalaatuisen asiakaskokemuksen tuottaminen on haastavaa, koska jokainen digitaalisen palvelun käyttäjä on yksilö ja käyttötilanne on yksilöllinen. Hyvä asiakaskokemus ei aina edellytä asiakkaan odotuksien ylittämistä vaan hyvään asiakaskokemukseen riittää useimmiten palvelun sujuvuus, vaivattomuus ja virheettömyys asiakkaan näkökulmasta. Käytettävyyden merkitys korostuu digitaalisissa palveluissa ja käyttökokemus on merkittävä tekijä asiakaskokemuksen luomisessa. Käyttökokemuksen arvioinnissa korostuu digitaalisen palvelun käytön helppous ja yksinkertaisuus. (Filenius 2015, 36.) Maijala (2017) korostaa, että käyttäjät kaipaavat digitaaliselta asiakaskokemukselta samoja ominaisuuksia kuin fyysiseltä asiakaskokemukselta, kuten luotettavuutta, läpinäkyvyyttä, nopeutta, turvallisuutta, asiantuntijuutta, helppokäyttöisyyttä sekä vuorovaikutusta.

Novakin ym. (2000, 23) kuvaavat digitaalista asiakaskokemusta käyttäjän kokemaksi kognitiiviseksi flow-tilaksi verkkosivustolla navigoidessa. Flow-tilaan vaikuttavat käyttäjän ymmärrys verkkosivujen toiminnasta sekä digitaaliset taidot. Novakin ym. määritelmästä puuttuu kuitenkin asiakaskokemuksen emotionaaliset tekijät, jonka taas Hair ym. (2009, 52) toivat esille tutkimuksessaan. Heidän mukaansa digitaalinen asiakaskokemus muodostuu asiakkaiden kohtaamisista palvelujen ja yritysten kanssa. Siihen vaikuttavat niin kognitiiviset kuin tunteisiin vetoavat tekijät. He painottavat erityisesti tunteiden ja aistien vaikutusta myös digitaalisessa asiakaskokemuksessa.

### **Yhteenveto**

Galle (2017, 29) korostaa, että asiakaskokemukseen vaikuttavat kontaktit voivat olla suoria tai epäsuoria, jotka liittyvät niin kasvokkain tapahtuvaan kuin digitaalisesti tuotettuun palveluun sekä palvelua edeltäviin tunnekokemuksiin. Tässä tutkimuksessa käytetyn teorian ja tutkitun tiedon perusteella vaikuttaisi, että digitaalinen ja kasvokkain tapahtuva asiakaskokemus rakentuvat samoista tekijöistä, mutta digitaalisessa asiakaskokemuksessa verkkosivuston toimivuus ja käyttäjän digitaalisten taitojen merkitys korostuvat.

Asiakaskokemusta on määritelty eritavoin 1990-luvulta lähtien lähinnä liiketalouden näkökulmasta, mutta määritelmät ovat sovellettavissa kaikille aloille. Taulukkoon 2 on koottu asiantuntijoiden määritelmiä asiakaskokemuksesta, joissa korostuvat tunteiden merkitys, asiakkaan henkilökohtainen kokemus palvelusta sekä kokemuksen moniuloitteisuus ja ainutlaatuisuus. Asiakaskokemuksen muodostumiseen vaikuttaa yksilön kokemat ärsykkeet ja vuorovaikutustilanteet koko palveluprosessin aikana. Kokemuksen ollessa erityisen vaikuttava, siitä voi muodostua elämys. Koetun elämyksen avulla yksilö voi muokata arvojaan, asenteitaan ja käyttäytymistään.



Pine, P.J. & Gilmore, J.H. 1999, 12, 97	Asiakaskokemus on asiakkaalle muodostuva yksilöllinen tunne tai käsitys, joka muotoutuu/rakentuu kaikissa vuorovaikutustilanteissa organisaation ja sen palveluiden sekä tuotteiden kanssa.
Novak, T. P., Hoffman, D. L. & Yung, Y. 2000, 23	Digitaalinen asiakaskokemus on käyttäjän kokemana kognitiivinen flow-tila verkkosivustolla navigoidessa. Flow-tilaan vaikuttaa käyttäjän digitaaliset taidot.
Tarssanen, S. & Kylänen, M. 2007, 102–103	Merkityksellinen kokemus voi olla elämys, joka on yksilöllinen, moniaistinen ja voimakas tunnekokemus. Kokonaisvaltainen tunnekokemus voi johtaa elämyksen kokijan henkilökohtaiseen muutokseen.
Hair, N., Rose, S. & Clark, M. 2009, 52	Digitaalinen asiakaskokemus muodostuu asiakkaiden kohtaamisista palvelujen ja yritysten kanssa. Digitaaliseen asiakaskokemukseen vaikuttavat niin kognitiiviset kuin tunteisiin vetoavat tekijät.
Filenius, M. 2015, 29–30	Digitaalinen asiakaskokemus syntyy käyttäjän hyödyntäessä digitaalisesti tuotettua palvelua mitä tahansa laitetta käyttäen. Digitaalisessa asiakaskokemuksessa otetaan huomioon asiakkaan tarve, toimivat prosessit ja verkkopalvelun käytettävyys. Digitaaliseen asiakaskokemukseen vaikuttaa asiakkaan tekninen osaaminen.
Mustonen, J. 2012, 17	<i>”Asiakaskokemus on henkilökohtainen ja moniulotteinen tapahtuma, joka tapahtuu yksilössä ympäristön ärsykkeiden ja yksilön itsensä välillä tapahtuvan vuorovaikutuksen seurauksena”</i>
Tuulaniemi, J. 2013, 75	Asiakaskokemus voidaan jakaa kolmeen arvon muodostumisen tasoon, joihin kuuluvat toiminta, tunteet ja merkitykset. Näiden avulla voidaan vastata ja vaikuttaa asiakkaan tarpeeseen ja odotuksiin jokaisella tasolla.
Löytänä, J. & Korteso, K. 2015, 11	<i>”Asiakaskokemus on niiden kohtaamisten, mielikuvien ja tunteiden summa, jonka asiakas yrityksen toiminnasta muodostaa”</i>
Ahvenainen, P., Gylling, J. & Leino, S. 2017, 34	Asiakaskokemukseen kuuluu kolme ulottuvuutta: fyysinen, digitaalinen ja tiedostamaton kohtaaminen.
Korkiakoski, K. 2019, 18	Asiakaskokemus on asiakkaan palvelusta muodostama käsitys, joka syntyy kohtaamisissa eri kontaktipisteissä, asiakkaan uusien ja vanhojen mielikuvien sekä palvelun herättämien tunteiden perusteella
Saarijärvi, H. & Puustinen, P. 2020, 117	Asiakaskokemus syntyy aina asiakkaan näkökulmasta, subjektiivisena ja kokonaisvaltaisena kokemuksena, johon kuuluvat kognitiivinen, emotionaalinen, sosiaalinen ja sensorinen ulottuvuus. Se rakentuu kaikissa asiakkaan ja organisaation välisissä vuorovaikutushetkissä eli kosketuspisteissä.

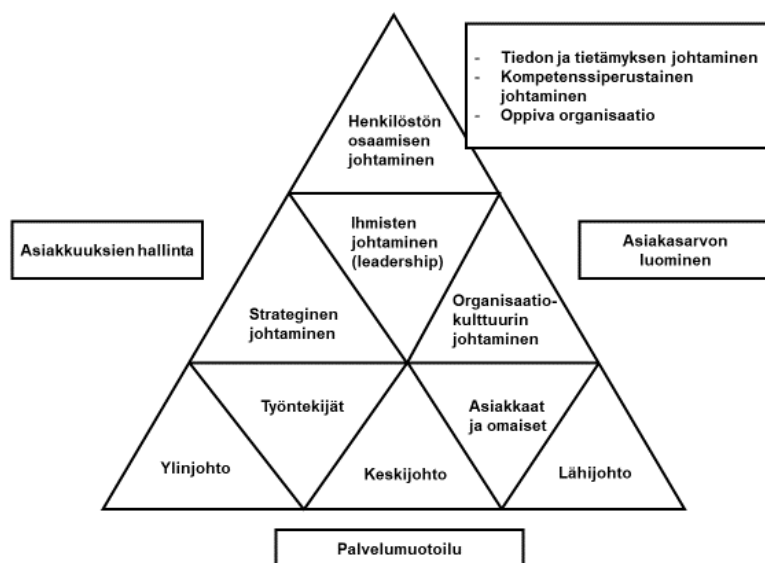
Taulukko 2. Asiakaskokemuksen määritelmät

### 4.3 Asiakaskokemuksen johtaminen

Asiakaskokemuksen johtamisen määrittäminen on haasteellista sen moninaisen olemuksen vuoksi. Asiakaskokemuksen johtamisen olemusta tarkastellaan erityisesti Moisanen

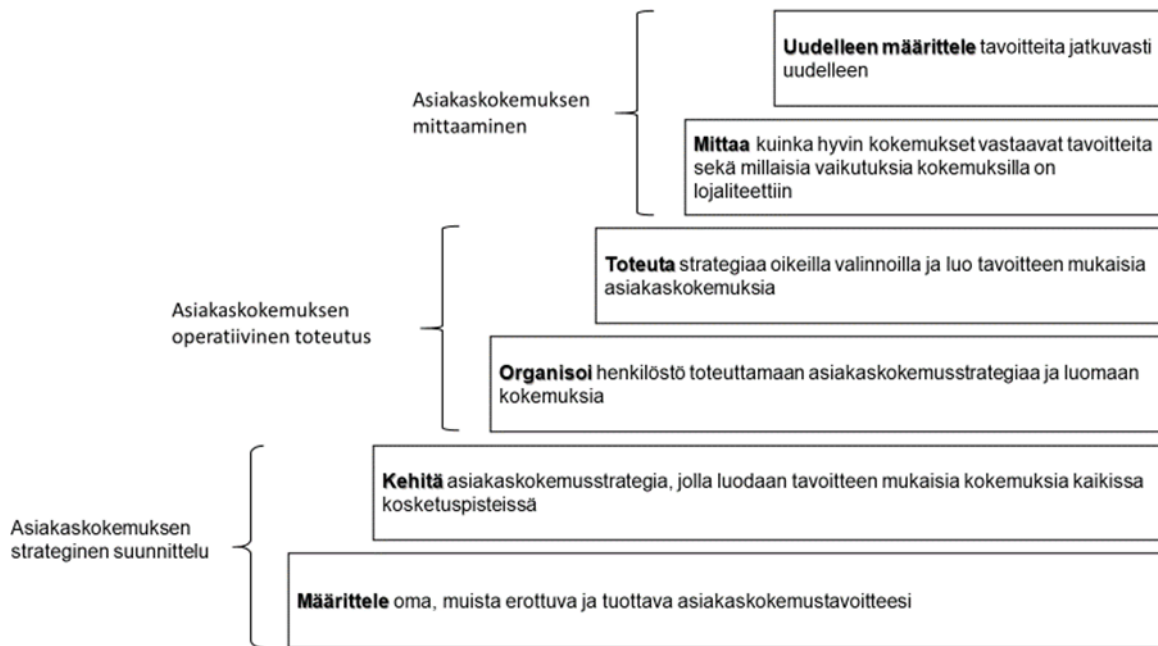
(2018) väitöskirjan asiakaslähtöisen osaamisen johtamisen käsitteellisen viitekehyksen ja Saarijärven ja Puustisen (2020) sekä Löytänän ja Kortesuon (2015) käsityksiin perustuen. Lisäksi nostamme esille asiakasarvon merkityksen asiakaskokemuksen johtamisessa tutkimusten valossa.

Moisanen (2018, 8, 63) on tarkastellut väitöskirjassaan asiakaslähtöistä osaamisen johtamista vanhuspalveluissa ja tehnyt siihen liittyen käsitteellisen viitekehyksen (Kuvio 6). Asiakaslähtöinen johtamisen perustana on eri tasoilla ja tehtävissä toimivat työntekijät, asiakkaat ja omaiset. Asiakaslähtöisen osaamisen johtaminen on lähtökohtaisesti ihmisten johtamista, jota tukee organisaation asiakaslähtöinen strategia ja työyhteisön myönteinen organisaatiokulttuuri. Sitä vahvistetaan johtamalla ihmisiä ja osaamista transformaattista johtamistyyliä hyödyntäen sekä kehittämällä organisaation toimintaa johdonmukaisesti. Asiakaslähtöisen johtamisen vahvistamiseen asiakkuuksienhallinta, asiakasarvon luominen ja palvelumuotoilu ovat hyviä menetelmiä. Keinoina tähän voi olla esimerkiksi yhteiskehittäminen, tiedon tulkinta yhteistyössä ja kokemusten reflektointi.



Kuvio 6. Asiakaslähtöisen osaamisen johtamisen käsitteellinen viitekehys (mukailtu Moisanen 2018, 33)

Puustisella ja Saarijärvellä (2020) sekä Löytänällä ja Kortesuolla (2015) on samansuuntainen näkökulma asiakaskokemuksen johtamiseen. Asiakaskokemusta voidaan johtaa ja kehittää strategisen suunnittelun, operatiivisen toteutuksen ja mittaamisen avulla. Nämä johtamisen osa-alueet ovat kuvattu asiakaskokemuksen portaina (Kuvio 7).



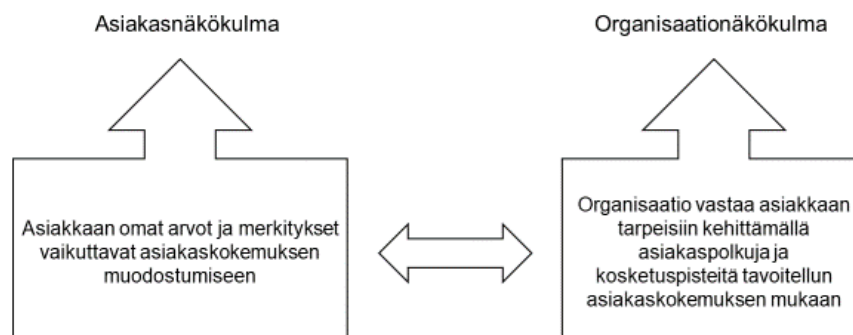
Kuvio 7. Asiakaskokemuksen johtamisen portaavat (mukailtu Löytänä & Kortesus 2015, 167 ja Puustinen & Saarijärvi 2020, 119–229)

Puustinen ja Saarijärvi (2020, 23) korostavat, että asiakaskokemus on väline asiakaslähtöisyyden toteuttamiselle. Organisaatiolla tulee olla kykyä luoda asiakkaan tarpeen mukaisia tuotteita ja palveluita sekä kiinnittää huomiota siihen, miten asiakas ja hänen tarpeensa huomioidaan asiakaspolun kaikissa vaiheissa. Tämän vuoksi asiakaskokemuksen kehittäminen on oikein kohdennettuna johtamistapa, joka ohjaa organisaatiota tarkastelemaan keskeisiä kosketuspisteitä ja tavoittelemaan haluamaansa asiakaskokemusta. Organisaatio määrittelee strategiassaan tavoitteen, millaisena se haluaa asiakkaan tuotteen tai palvelun kokevan. Parhaimmillaan asiakaskokemus on koko organisaation strategisen johtamisen tapa. Löytänä ja Kortesus (2015, 166) nostavat esille, että asiakaskokemukseen vaikuttavat voimakkaasti asiakkaan tunteet ja tulkinnat, jonka vuoksi siihen ei voi täysin vaikuttaa. Organisaatiot voivat vaikuttaa siihen, millaisia kokemuksia asiakkaille pyritään luomaan.

Saarijärven ja Puustisen (2020, 16, 125–128) mukaan asiakaskokemuksen johtamisen edellytyksenä on, että organisaatiolla on selkeä ja jaettu näkemys siitä, mitä asiakaskokemuksella tarkoitetaan. Organisaatio ei pysty luomaan hyvää asiakaskokemusta kaikkiin mahdollisiin ja erilaisiin asiakastarpeisiin vaan organisaation tulee valita, millaisiin asiakastarpeisiin keskittyy ja mitkä asiakas- ja kohderyhmät ovat tärkeimpiä organisaation kannalta.

Kun organisaatiossa on jäsentynyt näkemys asiakas- ja kohderyhmästä, joiden ehdoilla asiakaskokemusta kehitetään, päästään määrittelemään tavoiteltava asiakaskokemus. Löytänen ja Kortesuon (2015, 168–169) mukaan asiakaskokemukselle asetetun tavoitteen tarkoituksena on kertoa, millaisia kokemuksia organisaatio pyrkii luomaan asiakkaille arvon, hyödyn tai tarpeiden tyydyttämisen kautta. Tavoitteen määrittelyn jälkeen kehitetään toimintatapoja, joiden avulla varmistetaan tavoitteen toteutuminen jokaisessa palvelun kosketuspisteessä. Asiakaskokemuksen operatiivinen toteutus määrittää miten tavoiteltu asiakaskokemus käytännössä saavutetaan eli miten henkilöstä luo tavoitteiden mukaisia kokemuksia asiakkaille (Saarijärvi & Puustinen 2020, 48). Asiakaskokemuksen mittaamisen tarkoituksena on mitata kuinka hyvin asiakkaiden muodostamat kokemukset vastaavat organisaation asettamia tavoitteita. Uudelleen määrittelyn tavoitteena on ylläpitää organisaation kykyä tarjota merkityksellisiä kokemuksia sekä tuottaa lupaamansa arvon asiakkaalle. (Löytänä & Kortesuon 2015, 178–179.)

Asiakaskokemuksen johtamisen kaikilla portailla (Kuvio 7) tulee huomioida asiakasnäkökulma ja organisaationäkökulma. Saarijärvi ja Puustinen (2020, 28, 56–57) ovat tarkastelleet asiakaskokemusta sekä asiakkaan että organisaation näkökulmasta (Kuvio 8). Asiakasnäkökulmasta asiakas määrittää itse millainen asiakaskokemus on. Asiakaskokemus muodostuu jokaisen yksilön omista tulkinnoista, arvoista ja merkityksistä. Tämän näkökulman mukaan esimerkiksi tuotteiden tai palveluiden käyttökokemukset liittyvät yksilöiden arkiin toimintoihin ja merkityksien kautta muokkaavat sekä määrittävät asiakaskokemusta. Koska asiakaskokemus on subjektiivinen kokemus, on organisaatioiden mahdotonta täysin johtaa asiakaskokemusta. Tämän vuoksi organisaationäkökulmasta asiakaskokemusta pyritään rakentamaan kehittämällä asiakaspolkuja ja kosketuspisteitä, joiden avulla vastataan asiakkaan tarpeisiin ja saavutetaan strategisen tavoitteen mukainen asiakaskokemus.



Kuvio 8. Asiakaskokemuksen kaksi näkökulmaa (mukailtu Puustinen & Saarijärvi 2020, 56–57).

Löytänän ja Kortesuon (2015, 13, 19) mukaan asiakaskokemuksen johtamisen tavoitteena on luoda asiakkaille merkityksellisiä kokemuksia. Sen avulla saadaan lisättyä asiakkaalle tuotettua arvoa. Kokemusten luominen asiakkaille edellyttää, että asiakkaat asetetaan toiminnan keskiöön ja toiminnot järjestetään asiakkaan ympärille luomaan kokemuksia sekä arvoa asiakkaalle. Asiakaskokemuksen johtaminen lisää asiakastyytyvyyttä, suosittelijoiden määrää, sitouttaa henkilöstöä sekä parantaa yrityksen tai organisaation imagoa.

Asiakaskokemuksen johtamisessa asiakasarvon luominen on tärkeää ja merkityksellistä. Murtosen (2013, 5) väitöstutkimuksen mukaan asiakas lähtökohtaisesti määrittää palvelun tuottaman asiakasarvon, mutta palveluntuottajien on tärkeää ymmärtää, mistä asiakasarvossa on kysymys. Tutkimuksen mukaan palvelun tuottajien arvokäsityksiä määrittävät palvelutuotannon tehokkuus ja halu erottua kilpailijoista asiakasarvon avulla. Palveluntuottajilla on halu lähentyä asiakkaita ja olla entistä vuorovaikutteisempia heidän kanssaan. Kukkonen (2016, 141–142) puolestaan on lähestynyt väitöstutkimuksessaan asiakkuuksien johtamisesta digitaalisessa liiketoimintaympäristössä erityisesti yritysten näkökulmasta. Tutkimuksen mukaan asiakkaat tuovat arvoa yritykselle monista eri näkökulmista digitaalisessa ympäristössä. Asiakkuuksista nousee kolmen tyyppistä arvoa yritykselle. Nämä arvon muodostumisen elementit ovat taloudellinen, sosiaalinen ja vierailija-arvo, joista muodostuu asiakasarvon kokonaisuus.

#### 4.4 Asiakaskokemuksen mittaaminen

Asiakaskokemuksen mittaaminen on tärkeä osa asiakaskokemuksen johtamista. Saarijärven ja Puustisen (2020, 229–233, 239) mukaan asiakaskokemuksen mittaaminen on vaikeaa. Erinomaisen asiakaskokemuksen tavoittelu on kuitenkin kannattavaa, koska sen avulla voidaan lisätä asiakastyytyvyyttä, sitoutuneisuutta ja suositteluhalukkuutta sekä luoda organisaatioille menestymisen edellytyksiä. Asiakaskokemuksen mittaamisessa tulee huomioida mittaamisen kolme tasoa, jotka ovat asiakaskokemus, vaikutukset asiakaskäyttäytymiseen (kuinka tyytyväinen asiakas oli? mitä hän kertoo palvelusta muille?) ja seuraukset yrityksen liiketoimintaan (kasvuun ja kannattavuuteen). Järkevän asiakaskokemusmittariston rakentamisessa asiakaskokemuksen johtamisen tueksi tulisi huomioida nämä mittaamisen kolme tasoa ja rakentaa mittaristot strategisesti suhteessa tavoiteltavaan asiakaskokemukseen.

Organisaatiot tarvitsevat tietoa heidän tuottaman palvelun onnistumisesta. Tietoa voidaan hyödyntää markkinoinnissa ja viestinnässä. Asiakkaalle pitää pystyä perustelemaan palvelun kannattavuus ja mitä lisäarvoa palvelu tuottaa. Organisaatioiden täytyy osoittaa veronmaksajille ja poliittisille päättäjille palvelun tuottama hyöty ja tuottamistavan vaikuttavuus. Palvelutuotannon mittaamiseen liittyy paljon tilannesidonnaisia tekijöitä, esimerkiksi

hyvinvointipalvelut tuotetaan usein asiakasvuorovaikutuksessa. Hyvinvointipalveluiden vaikutusten selvittäminen on haastavaa. On olemassa kuitenkin mittareita ja lähestymistapoja, joilla voidaan selvittää palveluorganisaatioiden menestystä ja asiakaskokemusta. Nämä liittyvät esimerkiksi tehokkuuteen, tuottavuuteen ja kannattavuuteen. (Jääskeläinen ym. 2013, 12–13, 36.)

Korkiakosken ja Gerdin (2016) mukaan asiakaskokemuksen mittaamisessa tulee varmistaa neljä ratkaisevaa osa-aluetta: keneltä kysytään, mitä kysytään, milloin kysytään ja missä kanavassa. Usein tärkeintä on kysyä kokemuksesta suoraan asiakkaalta. Ennen mittaamista, tulee olla tiedossa mitä kysytään kussakin mittaamisen kohteeksi valitussa palvelun kontaktipisteessä ja milloin asiakkaan kokemusta mitataan. Korkiakosken ja Gerdin luomassa mittausmallissa korostuu asiakaskokemuksen mittaamisen moniulotteisuus, jossa tulisi huomioida yrityksen ja palvelun menestykseen vaikuttavat toiminnan mittarit, kokemusmittarit ja tulosmittarit. Mittausmallin tavoitteena on kuvata toiminnan ja tuloksen yhteys. Välillä tapahtuvan kokemuksen mittaamisen avulla saadaan ymmärrystä, miten toimintoja tulisi kehittää asiakkaan haluamaan suuntaan, jotta tehokkuus, helppous ja tunnekokemus paranisi. Korkiakoski (2019, 69–70) korostaa tunteiden merkitystä asiakaskokemuksessa. Tunteiden mittaaminen on tärkeä asiakaskokemuksen mittaamisessa. Tunteet asiakaskohtaamisissa toimivat pohjana brändin rakentumiselle, jonka vuoksi olisi tärkeä tavoitteellistaa tunteita. Mitä tunteita halutaan, missäkin vaiheessa asiakkaalle tuottaa. Eniten arvoa tuottavia tunteita ovat onnellisuus ja tyytyväisyys.

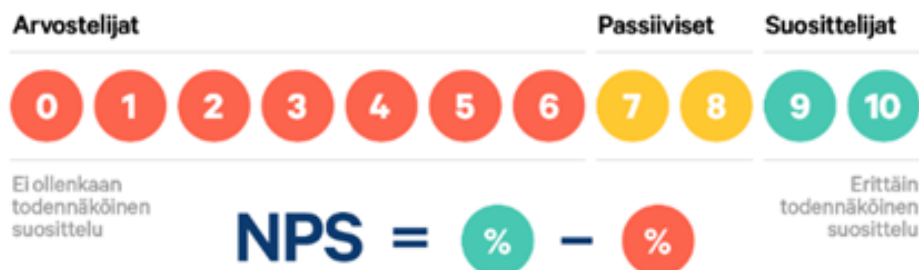
Fileniuksen (2015, 25) mukaan asiakaskokemus on yksilöllinen, tiettyyn ajankohtaan ja tilanteeseen liittyvä tunnetila, jonka vuoksi sen mittaaminen kokonaisuudessaan on mahdollonta. Asiakaskokemuksen mittaamiseen ja arvioimiseen on kuitenkin menetelmiä, joiden avulla voidaan arvioida kokemuksen laatua ja tunnistaa tarvittavat kehityskohdat asiakaskokemuksen parantamiseksi. De Keyserin ym. (2015, 29) korostavat, että asiakaskokemuksen mittaaminen vaatii useita mittareita, jotta siitä saadaan syvälinen ymmärrys ja tuloksien avulla pystytään kehittämään palveluita huomioiden palvelun kaikki kontaktipisteet. Perinteisten menetelmien rinnalle on tullut uusia keinoja mitata asiakaskokemusta, kuten sosiaalisen median seuraaminen. Löytänän ja Kortesuon (2015, 188) tuovat esille, että asiakaskokemuksen mittaamiseen on monia keinoja. Asiakaskokemusta voidaan mitata esimerkiksi asiakkaan spontaanisti antaman palautteen, palautelomakkeiden, reklamaatioiden analysoinnin, asiakastyytyväisyystutkimusten, asiakaspaneelien sekä mystery-shopping-tutkimusten avulla.

Sosiaali- ja terveysalalla käytetään yleisimmin kyselytutkimuksia asiakaskokemuksen selvittämiseksi. Laadulliset mittarit selvittävät asiakkaan kokemuksia palvelukohtaamisissa.

Tyypillisiä asiakaskokemuksen mittareita ovat suositteluhalukkuusmittari NPS (Net Promoter Score) ja palvelun helppouden ja vaivattomuuden mittari CES (Customer Effort Score) sekä perinteinen asiakastytyväisyysmittaus esimerkiksi lomaketutkimuksella. Mikään mittari itsessään ei ratkaise ongelmia, vaan saatu tieto tulee osata hyödyntää palvelun parantamiseksi. Asiakaspalaute tulee hyödyntää heti tilanteiden korjaamiseksi, jotta arvostelijat huomioidaan ja suosittelijat aktivoidaan. (Korkiakoski 2019, 66–67.)

### NPS-mittari (Net Promoter Score)

Asiakassuosittelun mittaaminen on tärkeää, koska sen avulla organisaatiot voivat luoda muille asiakkaille tietoisuutta ja odotuksia organisaatioin tuotteista ja palveluista. (Saarijärvi & Puustinen 2020, 246). Asiakaskokemuksen keskeisenä mittarina pidetään NPS-mittaria (Net Promoter Score) (Kuva 2), jonka avulla saadaan tietoa kuinka suurella todennäköisyydellä asiakas suosittelisi palvelua muille (Tuulaniemi 2013, 243). Yksinkertaisen ja helppokäyttöisen NPS-mittarin kehitti Frederick F. Reichheld. Mittarin avulla asiakkaalta kysytään ”kuinka todennäköisesti suosittelisit yritystä tai palvelua ystävillesi?”. Vastaukset kerätään asteikolla 0–10, missä 0 on ”ei ollenkaan todennäköistä”, 5 on ”neutraali” ja 10 on ”erittäin todennäköistä” suositella palvelua. Vastaukset jaetaan kolmeen ryhmään. Ne, jotka vastaavat 0–6 kutsutaan arvostelijoiksi. Ne, jotka vastaavat 7–8 kokevat palvelun tai yrityksen neutraaliksi ja heidät luokitellaan passiivisiksi ja ne, jotka vastaavat 9–10 luokitellaan suosittelijoiksi. NPS arvo lasketaan vähentämällä arvostelijoiden prosenttiosuus suosittelijoiden prosenttiosuudesta. (Reichheld 2003, 1.) Tuulaniemen (2013, 244) mukaan positiivista NPS-arvoa pidetään hyvänä ja yli 50 ylittävää arvoa erinomaisena tuloksena.



Kuva 2. NPS-mittari (Trustmary 2019)

NPS (Net Promoter Score) on hyvä työkalu suositteluhalukkuuden tarkasteluun. Se on pätevä mittari kertomaan, että asiakas on ollut tyytyväinen asiakasvuorovaikutuksen

lopputulokseen ja valmis jakamaan positiivisen kokemuksen toisille. (Gerdt & Eskelinen 2018, 80.) Sainion (2019, 66–67) tutkimuksen perusteella NPS-mittari pystyy melko helposti ja nopeasti selvittämään olemassa olevan ilmiön ja sen seurauksia, mutta sen avulla ei pystytä syvällisesti selvittämään syitä seurausten taustalla. Asiakkaan asiakaskokemus johdetaan aina jostakin taustatekijöistä ja nämä taustatekijät jäävät usein NPS-mittarissa selvittämättä. Tutkimuksen havaintojen perusteella syvällisen asiakaskokemustiedon saamiseksi tulee käyttää NPS-mittarin lisäksi jotain muuta asiakaskokemusmittaria.

### **CSAT-mittari (Customer Satisfaction Score)**

Asiakastyytyväisyydellä tarkoitetaan koetun asiakaskokemuksen jälkeistä tilaa. Se kuvaa sitä, miten organisaatio on onnistunut vastaamaan asiakkaan odotuksiin. (Saarijärvi & Puustinen 2020, 240.) Asiakaskokemuksen mittaamisessa voidaan käyttää CSAT-mittaria (Customer Satisfaction Score) (Kuva 3), joka mittaa asiakkaan tyytyväisyyttä palveluun. CSAT-mittari kertoo palvelun laadusta. Se mittaa asiakkaan tyytyväisyyttä lyhyellä aikavälillä asteikolla 1–5 ja tiivistyy kysymykseen: kuinka tyytyväinen olit saamaasi palveluun? Jos asiakas on tyytymätön saamaansa palveluun, häneen voidaan olla yhteydessä välittömästi ja saada selville tyytymättömyyden syy. Näin toimimalla voidaan palvelukokemus saada paremmaksi. (Tenhunen 2016.)



Kuva 3. CSAT-mittari (MindTouch Digital Team 2020)

### **CES-mittari (Customer Effort Score)**

CES-mittari (Customer Effort Score) (Kuva 4) on kehitetty vuonna 2010. Väittämien avulla voidaan selvittää, kuinka vaivattomaksi ja helpoksi asiakas kokee tietyn kontaktipisteen yrityksen kanssa (Dixon ym. 2010.) Se on kehitetty palvelemaan erityisesti asiakaspalveluorganisaatioita. CES-mittari soveltuu hyvin rutiininomaisten ja arkisten asiakaskohtaamisten



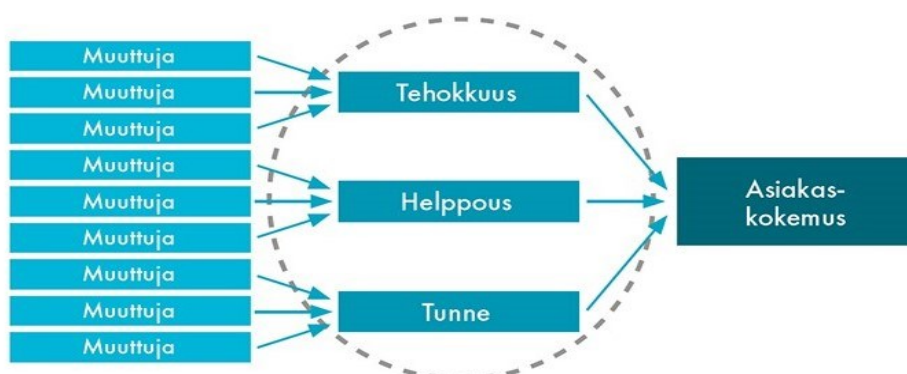
mittaamiseen. Alkuperäinen asteikko on 1–5, mutta sitä voidaan muunnella tarvittaessa esimerkiksi 1–7 asteikoksi. (Korkiakoski 2019, 67.)



Kuva 4. CES-mittari (MindTouch Digital Team 2020)

### CX3D-malli asiakaskokemuksen mittari

Futurelab Finland on kehittänyt asiakaskokemuksen mittaamiseksi CX3D-mallin (Kuva 5), joka yhdistää tehokkuuden, helppouden ja tunteet yhdeksi mittarikokonaisuudeksi. Kyselylomakkeeseen laaditaan kolme kysymystä tehokkuuteen, helppouteen ja tunteisiin liittyen. Näiden kysymysten avulla selvitetään, kuinka hyvin yritys on onnistunut kullakin osa-alueella asiakkaan näkökulmasta. Useimmiten suomalaiset yritykset ovat hyviä tehokkuuden ja helppouden mittaamisessa, mutta lomakkeista puuttuvat kysymykset tunteista. (Korkiakoski 2019, 67–68.)



Kuva 5. CX3D-malli (Korkiakoski 2019, 68)

Korkiakosken (2019, 69) mukaan tunteiden mittaaminen on noussut yhdeksi uudeksi laadullisen kehityksen mittariksi. Tunteet asiakaskohtaamisissa ovat pohja, jolle brändi rakentuu. Yritysten tulee entistä paremmin ymmärtää ja tavoitteellistaa tunteita. Uutta tuotetta tai palvelua markkinoitaessa on varmistettava asiakkaan turvallisuuden tunne ostopäätöksen varmistamiseksi. Yrityksen tulee tunnistaa kaikissa ostopolun vaiheissa se tunne, jonka se haluaa asiakkaalleen tuottaa.

### **NayaDayan® tunnesovellus**

Uusimpia asiakaskokemukseen liittyviä mittareita on Naya Day yrityksen kehittämä NayaDaya® tunnesovellus (Kuva 6), joka mahdollistaa uudenlaisen tavan mitata ja kerätä tietoa ihmisten emotionaalisista ja käyttäytymisvaikutuksista eri brändejä, toimialoja ja ilmiöitä kohtaan. Tiedot kerätään ja analysoidaan NayaDayan® emotionaalisen ja käyttäytymisällyn kautta tieteellisen teorian, tutkimuksen ja algoritmien (Emotional value index EVI-tunnusluvun) perusteella. (NayaDaya 2020.)

NayaDaya® tunnesovelluksen avulla pystyy kartoittamaan hyvin erilaisiin asioihin liittyviä tunteita. Esimerkiksi Superliitto tutki vuonna 2020 NayaDaya® tunnesovelluksen avulla jäseniensä tunteita työtään kohtaan. Tunteilla voi olla merkitystä toimintakykyyn ja työhön liittyvät tunteet voivat vaikuttaa alalla pysymiseen. (Jokimäki & Järvinen 2020.) Tunnesovellusta on käytetty myös lehtiartikkelien sisällön herättämien tunteiden selvittämiseen. Tunnesovelluksen avulla lukijat voivat kertoa, mitä tunteita jutut herättävät. Lisäksi he näkevät, mitä tunteita jutut ovat muissa lukijoissa herättäneet. Valittavana on 20 eri tunnevaihtoehtoa. (Vertanen 2019.) NayaDayan® tunne- ja käyttäytymismatriisin avulla on mahdollista ymmärtää ihmisten kokemuksen luonnetta sekä ennustaa käyttäytymistä ja sitoutumista. NayaDaya® tunnesovelluksen avulla saadun tiedon pohjalta yritykset voivat pyrkiä menestykseen vaikuttamalla ihmisten käyttäytymiseen, tunteisiin ja niiden taustalla oleviin merkityksiin. (NayaDaya 2020.)



Kuva 6. NayaDaya® tunnesovellus (NayaDaya 2020)

## 5 Tutkimusmenetelmät ja tutkimuksen toteutus

### 5.1 Määrällinen tutkimus

Tutkimuskentällä voidaan tehdä sekä määrällistä että laadullista tutkimusta. Tämän tutkimuksen lähestymistapana oli määrällinen tutkimus, jota laadullinen tutkimus täydensi. Määrällisen tutkimuksen tarkoituksena on ihmistä koskevien asioiden selittäminen, kuvaileminen, kartoittaminen tai vertaileminen (Vilkkä 2007, 25). Määrällisessä tutkimuksessa tutkimuksen kohteena olevaa ilmiötä pyritään kuvailemaan ja selittämään järjestelmällisten havaintojen avulla. Tutkimuksen tavoitteiden perusteella määritellään tutkimuksen kohteena oleva ilmiö. Tutkimuksen mittauksen kohteita kutsutaan havaintoyksiköiksi. Asiakastytyväisyyttä tutkittaessa havaintoyksikköinä ovat asiakkaat, joilta haluttua tietoa kerätään. (Ojasalo ym. 2015, 122.)

Heikkilän (2014, 25) mukaan määrälliseen tutkimusprosessiin kuuluu monia vaiheita. Tutkimusprosessi alkaa tutkimusongelman määrittämisellä ja etenee sen jälkeen teoreettiseen tietopohjaan perehtymiseen ja tutkimussuunnitelman laatimiseen sekä mahdollisten hypoteesien laadintaan. Tutkimusprosessi jatkuu tiedonkeruuvälineen rakentamisella eli lomakkeen laatimisella ja etenee tietojen keräämiseen, tietojen käsittelyyn ja analysointiin, tulosten raportointiin sekä viimeisenä johtopäätösten ja tulosten hyödyntämisen vaiheeseen. Määrällisessä tutkimuksessa teoreettisilla käsitteillä on merkittävä rooli. Vilkkä (2007, 25–26) kuvaa määrällistä tutkimusprosessia samansuuntaisesti. Määrällisessä tutkimuksessa edetään ensin teoriasta käytäntöön eli kyselyyn, haastatteluun tai havainnointiin. Tämän vaiheen jälkeen palataan takaisin teoriaan analyysin, tulosten ja tulkinnan avulla.

Määrällisessä tutkimusmenetelmässä tutkittavaa tietoa tarkastellaan numeerisesti (Vilkkä 2007, 14). Määrällistä tutkimusta voidaan kutsua tilastolliseksi tutkimukseksi, koska sen avulla selvitetään lukumääriin ja prosenttiosuuksiin liittyviä asioita (Heikkilä 2014, 16). Ronkaisen ym. (2011, 83) mukaan määrällisessä tutkimuksessa hyödynnetään määrien jakautumista, muutoksia ja eroavaisuuksia, joiden avulla kuvataan ja tulkitaan tutkittavaa ilmiötä sekä siinä havaittuja yhteyksiä ja vaikutussuhteita. Heikkilä (2014, 16) korostaa, että määrällisen tutkimuksen avulla saadaan selvitettyä olemassa oleva tilanne, mutta sen avulla ei pystytä riittävästi selvittämään asioiden syitä.

#### 5.1.1 Kyselytutkimus

Kyselytutkimus on keskeinen tiedonkeruu ja analysointiväline, jonka avulla kerätään tietoa tietyltä ihmisjoukolta strukturoidussa muodossa kyselylomaketta tai haastattelua käyttäen (Hirsjärvi ym. 2009, 134). Kyselyssä kysytään tutkittavilta samoja asioita samalla tavalla.

Kyselyn kysymysten tulee olla selkeitä, helposti vastattavissa sekä pohjautua tietoperustaan. Kyselyssä on keskeistä perusjoukon ja otoksen määrittäminen, jotta kyselystä saatujen tietojen pohjalta voidaan tehdä johtopäätöksiä ja miettiä tulosten yleistettävyyttä. Kyselyn tulokset ilmaistaan yleensä erilaisina jakaumina ja tunnuslukuina. Kyselyn avulla voidaan saada sekä laadullista että määrällistä aineistoa. (Ojasalo ym. 2015, 40–41, 134.)

Tämän tutkimuksen aineistonkeruumenetelmänä oli kysely. Kysely on määrällisen tutkimuksen yleisin aineistonkeruumenetelmä, jonka avulla voidaan kysyä ihmisten käyttäytymisestä erilaisissa tilanteissa sekä ihmisten mielipiteitä. Kyselyssä kysymykset ja vaihtoehdot ovat usein tekstimuodossa, mutta vastaukset pääasiassa lukuina. Kyselyn avulla hankittu aineisto on ilmiön ratkaisua varten kerättyä materiaalia, josta erilaisilla analyysimenetelmillä haetaan vastausta asetettuihin tutkimuskysymyksiin. Kyselyn avulla saatu aineiston muoto määrää hyvin pitkälle sen, miten aineistoa voidaan lähteä käsittelemään. (Kananen 2015, 81–82).

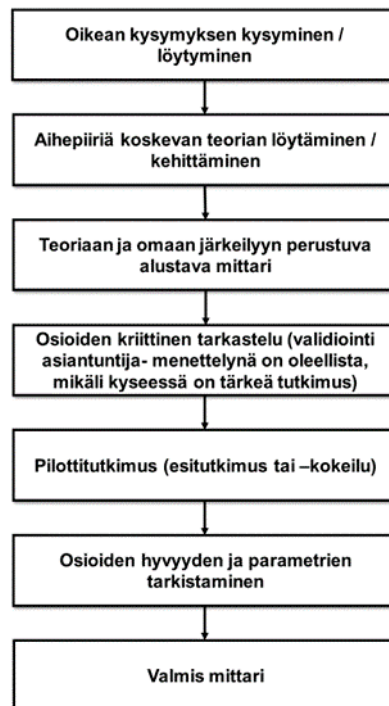
Kyselylomake toimii tutkimuksen mittausvälineenä. Kerätyn aineiston avulla pyritään tarkastelemaan ilmiöitä, ihmisten toimintaa sekä arvoja, asenteita ja mielipiteitä. (Vehkalahti 2019, 11). Kyselyn avulla voidaan varmistua esimerkiksi asiakkaiden tyytyväisyydestä palveluun. Kyselyä suunniteltaessa tulee miettiä tarkkaan mitä tietoa tarvitaan ja miten kyselyä analysoidaan. (Ojasalo ym. 2015, 40–41.)

### 5.1.2 Mittarin laatiminen

Optimaalisen mittarin laatiminen (Kuvio 9) lähtee jäsennellystä kysymyksestä tai toimeksiannosta, johon halutaan vastaus (Metsämuuronen 2000, 11–12). Ennen kyselylomakkeen laadintaa tulee perehtyä aihepiiriä koskevaan teoriakirjallisuuteen ja tutkimuksiin. Tutkimuksen teoreettisen viitekehyksen ja keskeisten käsitteiden avulla mitataan tutkittavaa asiaa ja kyselylomakkeen tulee tukea mitattavia asioita. (Vilka 2007, 101–102.) Tutkija rakentaa teoreettisen viitekehyksen tutkittavan ilmiön kannalta parhaalla mahdollisella tavalla. Teorian tulee kuvata tutkittavaa ilmiötä riittävällä laajuudella. (Metsämuuronen 2000, 12.) Kyselylomakkeen laatimista aloittaessa tutkimuksen tavoitteen ja tutkimuskysymysten tulee olla selvillä, joita vasten voidaan määritellä tutkittaviin asioihin vaikuttavat taustamuuttajat, kuten ikä, sukupuoli ja koulutustausta. Kyselylomaketta laadittaessa tulee ottaa huomioon kysymyksen asettelu ja muotoilu kohderyhmä huomioiden. (Heikkilä 2014, 45–46.)

Teorian perusteella luodaan keskeiset käsitteet ja niiden mitattavissa olevat määritelmät eli operationalisoinnit (Metsämuuronen 2000, 11). Operationaalistamisella tarkoitetaan käsitteiden muuttamista havainnoitavaan ja mitattavaan muotoon. Operationaalistamisen tavoitteena on tehdä havaittu ilmiö ymmärrettäväksi empiirisesti aineistossa.

Operationaalistamisessa teoreettiset käsitteet muutetaan vastaajille ymmärrettävään muotoon. (Ronkainen ym. 2011, 55.) Jos käsitteiden muuttaminen mittariksi (operationalisointi) epäonnistuu, mitataan väärää asiaa. Yksittäiset teoriaan pohjautuvat kysymykset muodostavat tutkimuksen mittarin (Metsämuuronen 2000, 15.)



Kuvio 9. Mittarin laatimisen kulkukaavio (Metsämuuronen 2000, 20)

Tutkimuksen mittarin laadinta lähti liikkeelle Gavon Oy:n toimeksiannosta selvittää mynavigo-palvelua käyttäneiden käyttökokemuksia. Tutustuimme tutkimuksen aihepiiriä koskeviin asiakaskokemuksen sekä digitaalisten palveluiden teorioihin. Tutkimuksen mittari laadittiin Metsämuuronen (2000, 20) mittarin laatimisen kulkukaaviota (Kuvio 9) ja Nousiainen (2019, 17) asiakaskokemuskyselyn suunnitteluperiaatemallia (Taulukko 3) mukailleen. Suunnitteluperiaatteisiin kuuluvat kyselyn kohderyhmän, teeman ja käytettävien mittareiden sekä aineistonkeruumenetelmän valinta.

1. **Kyselyn kohderyhmä:** yli 65-vuotiaat mynavigo-palvelun käyttäjät
2. **Kyselyn teemat:** perustuvat digitaalisen palvelun laadun arviointikriteereihin ja palvelusta syntyneiden ensireaktioiden selvittämiseen
3. **Kyselyssä käytettävät mittarit:** vastausvaihtoehdot valitaan neliportaisella Likertin asteikolla (1=täysin eri mieltä ja 4=täysin samaa mieltä), tyytyväisyyttä mitataan CSAT-mittarilla ja suositteluhalukkuutta NPS-mittarilla
4. **Tiedonkeräystapa:** strukturoitu kysely, johon on yhdistetty avoimia kysymyksiä

Taulukko 3. Mittarin laatimisen suunnitteluperiaatemalli (mukailtu Nousiainen 2019, 17)

Mynavigo-palvelun ensisijainen kohderyhmä on yli 65-vuotiaat. Tutkimuksen teemoiksi valittiin tietoperustan mukaisesti digitaalisen mynavigo-palvelun käytettävyys, hyödynnettävyys ja tyytyväisyys. Kyselyn teemat perustuivat digitaalisen palvelun laadun arviointikriteereihin, jotka pohjautuvat ensisijaisesti Ahmadian ja Eriksson-Backan (2020) tutkimukseen, lakiin digitaalisten palvelujen tarjoamisesta (2019), digitaalisten asiointipalveluiden laatu-työryhmän 2019 suosituksiin, saavutettavuusdirektiiviin (2016) sekä Zemblytén (2015) tutkimukseen. Taulukossa 4 mittarin rakentaminen ja laadinta on kuvattu tarkemmin kyselylomakkeen teemat ja niiden sisältämien kysymysten pohjautuminen teoriaan.

Tutkimuksessa käytettiin aineistonkeruumenetelmänä strukturoitua kyselyä (Liite 4), jossa oli valmiit väittämät vastausvaihtoehtoineen Likertin asteikolla sekä avoimia kysymyksiä. Mielipidetiedusteluihin liittyy usein suljettujen kysymysten muodossa esitettyjä väittämiä, joihin vastataan asteikkotyypisin vastausvaihtoehdoin. Likertin asteikko on yksi tavallisimmin käytetyistä asenneasteikoista. (Heikkilä 2014, 52–53.) Asteikossa keskikohdasta lähtien toiseen suuntaa mentäessä samanmielisyys kasvaa ja toiseen suuntaan samanmielisyys vähenee. Asteikkoa voidaan käyttää esimerkiksi 4-, 5-, 7- tai 9-portaisena (Vilka 2007, 46.) Vastaaaja valitsee Likertin asteikolta parhaiten omaa käsitystään kuvaavan vastausvaihtoehdon annettuun väittämään liittyen (Heikkilä 2014, 53). Kyselylomakkeella väittämien vastausvaihtoehdot olivat 4-portaisella Likertin asteikolla. Vaihtoehdot olivat 1 täysin eri mieltä, 2 jokseenkin eri mieltä, 3 jokseenkin samaa mieltä ja 4 täysin samaa mieltä. Tyytyväisyyttä mitattiin 5-portaisella CSAT-mittarilla ja suositteluhalukkuutta NPS-mittarilla asteikolla 0–10.

Tutkimuskysymykset operationaalistettiin väittämien muotoon teoriasta löydettyjen digitaalisen palvelun laatuun liittyvien kriteereiden mukaisesti käytettävyyteen, hyödynnettävyyteen ja tyytyväisyyteen (Taulukko 4). Taulukossa väittämät koodattiin väreillä teeman

mukaan: käytettävyys keltaisella, hyödynnettävyys vihreällä ja tyytyväisyys sinisellä. Avoimet kysymykset laadittiin syventävän tiedon saamiseksi ikääntyneiden kokemuksista ja en-sireaktioista digitaalisesta mynavigo-palvelusta. Avoimet kysymykset pohjautuvat samaan teoritietoon kuin väittämät. Mittarin avoimet kysymykset olivat: ”mitä muita havaintoja teitte mynavigo-palveluun liittyen?”, ”mitä muita havaintoja teitte mynavigo-palvelun käytöstä?”, ”miten aiotte hyödyntää mynavigo-palvelun antamaa tietoa hyvinvointinne edistämiseksi?”, sekä ”mitä muita havaintoja teitte mynavigo-palvelun sisällöstä?”.

Kyselylomakkeen väittämät teemoittain	
<p><b>(KÄYTETTÄVYYS</b> - löydettävyys, verkkosivuston ulkoasu, linkitys, rakenne ja asettelu, ymmärrettävyys, helppokäyttöisyys, saavutettavuus)</p> <p>1.Mynavigo-palvelu löytyi helposti</p> <p>2.Mynavigo-palvelun aloitussivu oli selkeä</p> <p>3.Mynavigo-palvelun käytön aloittaminen oli helppoa</p> <p>4.Mynavigo-palvelu oli helppokäyttöinen</p> <p>5.Mynavigo-palvelun käyttö oli sujuvaa</p> <p>6.Mynavigo-palvelussa navigointi oli käyttäjystävällistä</p> <p>7.Mynavigo-palvelun ulkoasu oli selkeä</p> <p>8.Mynavigo-palvelun teksti oli selkeää</p> <p>9.Mynavigo-palvelun kieli oli ymmärrettävää</p> <p>11.Kysymyssarjan täyttäminen oli yksinkertaista</p> <p>12.Kysymyssarja eteni johdonmukaisesti</p> <p>13.Kysymyssarjan täyttäminen sujui vaivattomasti</p> <p>14.Mynavigo-palvelun sisältö oli ymmärrettävää</p> <p><b>Teoria (tiedon lähde):</b> Ahmadinia ja Eriksson-Backa 2020, Laki digitaalisten palveluiden tarjoamisesta 2019, Digitaalisten asiointipalveluiden laatutyöryhmä 2019, Saavutettavuusdirektiivi 2016, Zemblyte 2015</p>	<p><b>(HYÖDYNNETTÄVYYS</b> - luotettavuus, yksilöllisyys, ymmärrettävyys)</p> <p>10.Kysymyssarjoista löytyi helposti minulle sopiva vaihtoehto</p> <p>15.Mynavigo-palvelu kannusti tutustumaan sisältöön tarkemmin</p> <p>16.Kysymyssarjasta saatu palaute oli helposti ymmärrettävää</p> <p>17.Kysymyssarjasta saatu palaute oli minulle hyödyllistä</p> <p>18.Kysymyssarjasta saatu palaute oli riittävää</p> <p>19.Kysymyssarjasta saatu palaute oli yksilöllistä</p> <p>20.Mynavigo-palvelusta saatu tieto oli luotettavaa</p> <p>21.Mynavigo-palvelusta saatu tieto oli ymmärrettävää</p> <p>22.Mynavigo-palvelu antoi minulle hyödyllistä tietoa hyvinvointini edistämiseen</p> <p>23.Hyödynnän mynavigo-palvelun antamaa palautetta hyvinvointini edistämiseen</p> <p>24.Palvelu antoi riittävästi tietoa palveluntarjoajista</p> <p>25.Ehdotukset palveluntarjoajista olivat monipuolisia</p> <p>26.Palvelu tarjosi juuri minulle sopivia vaihtoehtoja palveluntarjoajista</p> <p>27.Palvelun ehdottamat palveluntarjoajat olivat minulle hyödyllisiä</p> <p>28.Aion ottaa yhteyttä ehdotettuun palveluntarjoajaan</p> <p>29.Mynavigo-palvelu vastasi henkilökohtaiseen tarpeeseeni</p> <p>30.Mynavigo-palvelu tarjosi juuri minulle sopivia vaihtoehtoja hyvinvointini edistämiseen</p> <p><b>Teoria (tiedon lähde):</b> Sote-tieto hyötykäyttöön strategia 2020, Hyppönen &amp; Ilmarinen 2019, Laki digitaalisten palveluiden tarjoamisesta 2019, Digitaalisten asiointipalveluiden laatutyöryhmä 2019, Jalonen ym. 2017, Saavutettavuusdirektiivi 2016, Zemblyte 2015</p>

(**TYTYVÄISYYS** – lupauksen täytyminen)

**Teoria (tiedon lähde):** Saarijärvi & Puustinen 2020, Tenhunen 2016, Zemblyté 2015

31.Mynavigo-palvelu vastasi odotuksiani

(tyytyväisyydestä kertova CSAT-mittari)

#### Taulukko 4. Mittarin rakentaminen ja laadinta

Mittaria laadittaessa tulee ottaa huomioon tutkittavien taustalla mahdollisesti vaikuttavat tekijät, joilla voi olla vaikutus tutkittaviin asioihin ja tutkimustuloksiin (Heikkilä 2014, 47). Tutkimuksen taustamuuttajiksi valittiin sukupuoli, ikä, koulutustausta, pitkäaikaissairaudet, toimintarajoite tai vamma, avustavan teknologian käyttö, aikaisempi kokemus digitaalisista palveluista, hyvinvoinnin kokemus, tarve hyvinvointia tukeville palveluille, käytetty päätelaite mynavigo-palvelua käytettäessä, mynavigo-palvelun tunnettavuus tai aiempi käyttö sekä mynavigo-palvelussa hyvinvoinnin mittaamisessa käytetyt kysymyssarjat (muisti, keskittymis- ja oppimiskyky, ravitsemus, liikunta, ihmissuhteet, arjessa selviytyminen, taloudenhallinta, mieliala, ahdistuneisuus ja päihteet).

Laadittu mittari testautettiin helmikuussa 2020 kirjoitus- ja asiavirheiden havaitsemiseksi kahdella ulkopuolisella henkilöllä sekä toimeksiantajalla. Testauttamisella pyrittiin lisäksi selvittämään kysymysten ja väittämien selkeys ja yksiselitteisyys sekä vastaamisen kuluvuusaika. Testauksen jälkeen mittariin tehtiin vain pienimuotoisia muutoksia.

## 5.2 Aineiston keruu

Tutkimuksen aineisto kerätiin laaditun kyselylomakkeen avulla maalis-elokuun 2020 aikana. Aineiston keruu tehtiin yhteistyössä LAB-ammattikorkeakoulun Asiakas ja digitaalinen asiakaskokemus sosiaali- ja terveystieteiden opintojakson opiskelijoiden kanssa. Opiskelijoiden tehtävänä oli ohjeen (Liite 1) mukaan valita yli 65-vuotias haastateltava ja ohjata ikääntynyt käyttämään mynavigo-palvelua. Tämän jälkeen opiskelija täytti kyselylomakkeen haastatellen mynavigo-palvelun käyttäjää.

Tutkimusaineistoa saatiin 34 opiskelijalta ja tästä aineistosta 31 täytti vaaditut kriteerit tutkimusaineistoon ottamiselle. Vaadittuina kriteereinä olivat, että taustatieto- ja kyselylomake oli täytetty ohjeistuksen mukaisesti sekä vastaajalta oli suostumus tutkimukseen osallistumisesta. Opiskelijoilta saadun aineiston lisäksi toinen tutkimuksen tekijöistä haastatteli kahta ikääntynyttä mynavigo-palvelun käyttäjää. Aineiston keruun avulla saatiin yhteensä 33 kyselylomaketta, joita voitiin hyödyntää tutkimuksessa.



### 5.3 Aineiston analyysi

#### **Strukturoitujen kysymysten analyysi**

Ronkaisen ym. (2011, 124) mukaan on tärkeä hahmottaa, millainen aineisto on kyseessä, millaisiin kysymyksiin on vastattu ja mitä aineisto kertoo tutkittavasta ilmiöstä. Määrällisen aineiston osalta tämä tarkoittaa esimerkiksi yksinkertaisten prosenttilukujen tekemistä ja tarkastelua. Vilkan (2017, 14) mukaan määrällisen tutkimusmenetelmän avulla tietoa tarkastellaan numeraalisesti. Määrällisessä tutkimuksessa tutkija saa tiedon numeroina tai ryhmittelee laadullisen aineiston numeraaliseen muotoon. Tutkija tekee tulkintoja ja avaa sanallisesti numeraalisen tiedon. Tutkija kuvaa, miten eri asiat liittyvät toisiinsa tai eroavat suhteessa toisiinsa. Määrällisessä tutkimuksessa tieto muutetaan sellaiseen muotoon, että tutkittava ymmärtää ne arkiymmärryksellään.

Määrällinen tutkimus perustuu kohteen kuvaamiseen, tulkitsemiseen ja analysointiin tilastojen ja laskennallisten menetelmien avulla. Määrällisessä tutkimuksessa ollaan usein kiinnostuneita erilaisista luokitteluista, syy- ja seuraussuhteista, vertailusta ja numeerisiin tuloksiin perustuvasta ilmiön selittämisestä. (Lähdesmäki ym. 2015.) Ristiintaulukoinnin avulla voidaan löytää kahden tai useamman muuttujan välisiä riippuvuuksia. Riippuvuus tarkoittaa sitä, että jokin muuttuja vaikuttaa toiseen muuttujaan. Ristiintaulukointi mahdollistaa kahden taulukoitavan muuttujan sijainnin tarkastelun. Näin voidaan löytää muuttujia, jotka näyttävät selittävän toista muuttujaa. (Vilka 2007, 129.)

Vehkalahden (2019, 39) mukaan dikotomisista asteikkoja, jossa on vain kaksi vaihtoehtoa, voidaan käyttää aineiston analyysivaiheessa, kun halutaan yksinkertaistaa tarkastelua. Luokitusten tiivistäminen dikotomisiksi helpottaa analysointia, kun halutaan käsitellä monia asioita samanaikaisesti. Analyysivaiheessa jokaisen väittämän 4-portainen Likertin asteikko tiivistettiin dikotomisesti 2-portaiseksi asteikoksi samanmielisiin ja erimielisiin, jolloin täysin eri mieltä ja jokseenkin eri mieltä sekä jokseenkin samaa mieltä ja täysin samaa mieltä vastaukset yhdistettiin. Jokaisen väittämän prosenttijakauma saatiin dikotomisiksi laske-  
malla täysin eri mieltä ja jokseenkin eri mieltä vastaukset yhteen ja jokseenkin samaa mieltä ja täysin samaa mieltä vastaukset yhteen. Mitä lähempänä keskiarvo on lukua 4 sitä enemmän vastaajat olivat täysin samaa mieltä väittämän kanssa. Vastaavasti, mitä pienemmäksi keskiarvo jää, sitä enemmän vastaajat olivat eri mieltä väittämän kanssa. Likertin asteikon tiivistämisen avulla saatiin aineisto helpommin tulkittavaan ja selkeämpään muotoon sekä vastausten eroavaisuudet ja yhtäläisyydet näkyville. Likertin asteikollisia väittämiä kuvattiin tutkimustuloksissa prosenttiosuuksina, keskiarvoina ja keskihajontoina.

Analyysivaiheessa säilytettiin vastaajien iät neljässä luokassa, jotka olivat 65–70-vuotiaat, 71–75-vuotiaat, 76–80-vuotiaat ja yli 80-vuotiaat. Koulutustausta tiivistettiin kahteen luokkaan, jossa toiseen luokkaan kuuluivat enintään keskiasteen tutkinnon suorittaneet ja toiseen luokkaan kuuluivat vähintään alemman korkeakouluasteen suorittaneet. Vastaajien terveydentila pidettiin kolmessa luokassa: ei todettuja pitkäaikaissairauksia, yksi todettu pitkäaikaissairaus ja kaksi tai useampi pitkäaikaissairaus.

Ristiintaulukointia (Taulukko 5) tehtiin Webropol-raportointityökalun ja Excel-taulukkolaskentaohjelman avulla valittuihin teemoihin liittyen (käytettävyys, hyödynnettävyys ja tyytyväisyys) ja väittämiä tarkasteltiin suhteessa taustamuuttujiin, joita olivat vastaajan sukupuoli, ikä, koulutustausta, pitkäaikaissairaudet, hyvinvoinninkokemus, käyttämä laite sekä vastaajan kokema tarve hyvinvointia tukeviin palveluihin. Edellä mainitut taustamuuttujat valittiin sarakemuuttujiksi ja kyselyn väittämät rivimuuttujiksi. Ristiintaulukoinnin avulla saatiin aineistosta nostettua esille yhteyksiä ja eroavaisuuksia sekä huomioita mynavigo-palvelun käytettävyteen ja hyödynnettävyyteen liittyen vertaillen eri muuttujia toisiinsa.

Koetko tarvitsevasi hyvinvointia tukevia palveluita?

		Kyllä %	n=8	Ei %	n=24
Kysymyssarjasta saatu palaute oli minulle hyödyllistä	Erimieliset	12,5	1	29,2	7
	Samanmieliset	87,5	7	70,8	17
Kysymyssarjasta saatu palaute oli riittävää	Erimieliset	37,5	3	25	6
	Samanmieliset	62,5	5	75	18
Kysymyssarjasta saatu palaute oli yksilöllistä	Erimieliset	37,5	3	16,7	4
	Samanmieliset	62,5	5	83,3	20

Taulukko 5. Esimerkki ristiintaulukoinnista palautteen hyödyllisyyden, riittävyyden ja yksilöllisyyden sekä hyvinvointia tukevien palveluiden tarpeen välillä.

Matriisitietoa saatiin edellä mainittuihin teemoihin ja taustamuuttujiin liittyen runsaasti, jonka vuoksi niitä ei laitettu tämän raportin liitteeksi. Taulukossa 5 on kuvattu esimerkkinä ristiintaulukointi kolmen kyselylomakkeen väittämän avulla. Esimerkissä sarakemuuttujana on

vastaajien kokemus hyvinvointia tukevien palveluiden tarpeesta ja rivimuuttujina väittämät kysymyssarjoista saadun palautteen hyödyllisyydestä, riittävydestä sekä yksilöllisyydestä. Taulukossa vastausvaihtoehdot yhdistettiin erimielisiin ja samanmielisiin analysoinnin helpottamiseksi. Taulukossa käy ilmi, että vastaajat, jotka kokivat tarvitsevansa hyvinvointia tukevia palveluita, kokivat kysymyssarjasta saadun palautteen hyödyllisemmäksi kuin ne, jotka eivät kokeneet tarvetta hyvinvointia tukeville palveluille (kts. mustat nuolet). Muut taulukosta saadut johtopäätökset tulevat esille tutkimuksen tuloksissa.

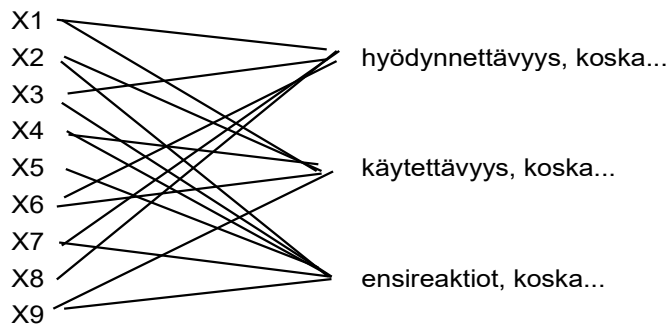
### **Avointen kysymysten analyysi**

Laadullisessa tutkimuksessa korostuu elämismaailman tutkiminen ja siihen liittyvät merkitykset. Laadullisessa tutkimuksessa yritetään tulkita ja ymmärtää tutkimusaineistoa ja viedä ymmärrys ilmiöstä alkuperäistä käsitteellisemmälle tasolle. (Ronkainen ym. 2011, 82–83.) Tutkimuksen kohdetta tutkitaan mahdollisimman kokonaisvaltaisesti ja pyritään tuomaan esille tosiasioita tutkimuskohteesta (Hirsjärvi ym. 2009, 161).

Laadullisen aineiston analyysin alkuvaiheessa katsotaan aineiston sisältöä ja miten asiat ovat esitetty sekä lisäksi tehdään omia havaintoja intuition ja osaamisen mukaan. (Ronkainen ym. 2011, 124). Tuomen ja Sarajärven (2009, 108) mukaan tutkimuksen laadullinen aineisto kuvaa tutkittavaa ilmiötä ja analyysin tarkoituksena on saada aikaiseksi sanallinen ja selkeä kuvaus tutkittavasta ilmiöstä. Sisällönanalyysillä on pyrkimyksenä järjestää aineisto tiiviiseen muotoon kuitenkin kadottamatta sen sisältämää informaatiota. Analyysillä luodaan selkeyttä, jotta olisi helpompi tehdä luotettavia johtopäätöksiä tutkittavasta ilmiöstä. Aineiston laadullinen käsittely perustuu logiikkaan, jossa aineisto aluksi hajotetaan osiin, käsitteellistetään ja kootaan uudestaan loogiseksi kokonaisuudeksi.

Laadullinen sisällönanalyysi etenee Tuomen ja Sarajärven (2009, 92–93) mukaan tiettyjen toisia seuraavien vaiheiden mukaan. Aluksi tehdään päätös, mikä saadussa aineistossa kiinnostaa. Se, mistä ollaan kiinnostuneita, löytyy tutkimuksen tarkoituksessa ja tutkimustehtävästä. Sitten käydään läpi aineisto erotellen ja merkiten ne asiat, jotka kuuluvat kiinnostukseen ja otetaan vain nämä tutkimukseen sekä kootaan merkityt asiat yhteen. Sen jälkeen valitaan analysointitekniikka. Aineiston analysointitekniikkana voidaan käyttää luokittelua, teemoittelua tai tyypittelyä.

Tutkimuksen laadullisen aineiston analysointitekniikka oli teemoittelu. Teemoittelussa painottuu aineiston pilkkominen ja ryhmittely erilaisten aihepiirien mukaan. Ideana on etsiä aineistosta tiettyä teemaa kuvaavia näkemyksiä (Kuvio 10). (Tuomi & Sarajärvi 2009, 93.)



Kuvio 10. Esimerkki teemoittelusta (mukailtu Tuomi & Sarajärvi 2009, 94)

Laadullista aineistoa voidaan analysoida aineistolähtöisesti, teoriaohjaavasti ja teorialähtöisesti. Aineistolähtöisessä analyysissä aikaisemmillä havainnoilla, tiedoilla tai teorioilla tutkittavasta ilmiöllä ei ole merkitystä, koska analyysin oletetaan olevan aineistolähtöistä. Teoriaohjaavassa analyysissä on teoreettisia kytkentöjä, mutta ne eivät suoraan pohjautu teoriaan vaan teoria voi toimia apuna aineiston analyysissä. Analyysiyksiköt valitaan aineistosta ja aikaisempi tieto ohjaa analyysia. Teorialähtöinen analyysi pohjautuu johonkin tiettyyn teoriaan tai malliin, jonka mukaan tutkimuksessa määritellään kiinnostavat käsitteet. Tutkittava ilmiö määritellään jo aikaisemmin tunnetun asian mukaisesti. Aineiston analyysiä ohjaa valmis aikaisemman tiedon pohjalta luotu kehys. Tutkimuksen teoreettisessa osassa on hahmotettu valmiiksi kategoriat, joihin aineisto suhteutetaan. (Tuomi & Sarajärvi 2009, 95–98.) Tutkimuksessa käytettiin teorialähtöistä analyysiä, joka pohjautui teoriasta nousseisiin teemoihin digitaalisen palvelun laatuun liittyen.

Laadullisessa tutkimusaineistossa, avointen kysymysten vastauksissa kiinnostivat erityisesti mynavigo-palvelun käytettävyyteen, hyödynnettävyyteen ja kehittämissuhteisiin liittyvät asiat. Laadullinen tutkimusaineisto analysoitiin sisällönanalyysillä teemoittelun keinoin. Aineisto jaettiin pääluokkiin mynavigo-palvelun käytettävyyteen ja hyödynnettävyyteen sekä alaluokkiin, jotka ovat verkkosivusto, palvelun laatu ja ensireaktiot mynavigo-palvelun hyödynnettävyydestä (Liite 5). Taulukossa 6 on esimerkki avointen kysymysten analyysistä teemoittelulla, joka on aloitettu teoriaan pohjautuvalla käytettävyyden käsitteellä.

Verkkosivusto alaluokkaan sisältyivät verkkosivuston ulkoasu, linkitys ja tietojen tarkkuus, rakenne ja asettelu, pääsy verkkosivustolle, helppokäyttöisyys sekä löydettävyys. Palvelun laadun alaluokkaan kuuluivat yksityisyys, turvallisuus, luotettavuus, lupauksen täyttäminen, ymmärrettävyys, tehokkuus sekä yksilöllisyys. Ensireaktiot palvelun hyödynnettävyydestä alaluokkaan sisältyi kysymyksestä ”miten aiotte hyödyntää mynavigo-palvelun antamaa tietoa hyvinvointinne edistämiseksi?” vastaukset. Teemojen mukaiset kehittämissuhteet

tehtiin systemaattisesti analysoimalla avoimet kysymykset. Avoimilla kysymyksillä ei haettu vastauksia tyytyväisyyden teemaan. Teemoittelussa vastaukset säilytettiin alkuperäisinä ilmaisuina ja koodattiin väreillä pääluokan eli teeman (käytettävyys ja hyödynnettävyys) mukaan (Liite 5).

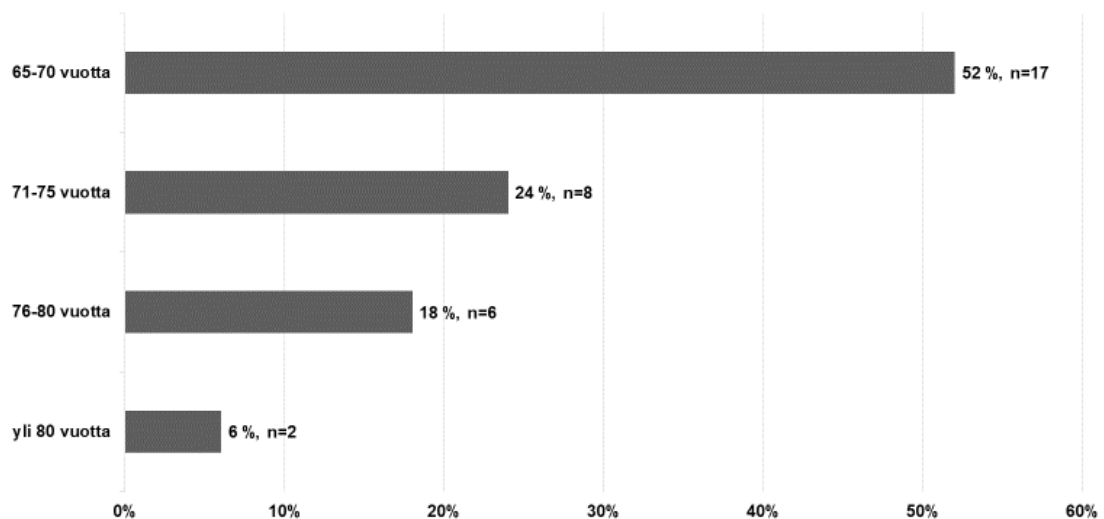
Pääluokka (teema)	Alaluokka	Alkuperäinen ilmaus
KÄYTETTÄVYYS	Verkkosivusto (ulkoasu, linkitys ja tietojen tarkkuus, rakenne ja asettele, pääsy verkkosivustolle, helppokäyttöisyys, löydettävyys)	<ul style="list-style-type: none"> <li>-Teksti ruudulla liian pieni.</li> <li>-Ikääntyneiden palvelut ja kuntoutuspalkki liian pienellä.</li> <li>-Tekstin pohjaväriin pitäisi olla selkeä, mahdollisesti valkoinen.</li> <li>-Sivu oli selkeä.</li> <li>-Tekstin hahmottaminen vaikeaa harmaalta pohjalta. Pitäisi olla valkoinen.</li> <li>-Teksti liian pienellä.</li> <li>-Helppo, kun ensin pääsin sivulle. Kun ensin löytyi nimi, voisi laittaa suomeksi.</li> <li>-On kauheen pitkä nimi. En olisi tiennyt tätä hakia.</li> <li>-Ensimmäisenä testipäivänä linkki ei toiminut.</li> <li>-Ensimmäisenä päivänä palvelu ei auennut, seuraava aukesi.</li> <li>-Saisi olla vielä selvempi.</li> <li>-Käyttölogiikan ymmärtäminen vei hetken.</li> <li>-Muutama "palkki" liikaa. Aina ei tiennyt, miten edetä. Kunnan valitseminen oli vaikeaa. Valintakehikko oli vaikea aktivoida.</li> <li>-Oli helppo lähteä liikkeelle, ei muita havaintoja.</li> <li>-Ei ylimääräisiä klikkauksia.</li> </ul>

Taulukko 6. Esimerkki avointen kysymysten teemoittelusta

## 6 Tutkimuksen tulokset

### 6.1 Vastaajien taustatiedot

Tutkimuksen kohderyhmänä olivat päijäthämäläiset yli 65-vuotiaat ikääntyneet mynavigo-palvelun käyttäjät. Vastaajien kokonaismäärä oli 33. Kyselyyn vastanneista naisia oli 70 % (n=23) ja miehiä 30 % (n=10). Vastaajat jaoteltiin neljään ikäryhmään (Kuvio 11). Vastaajista (N=33) noin puolet (52 %) oli 65–70-vuotiaita. Neljäsosa (24 %) vastaajista kuului ikäryhmään 71–75 vuotta ja viidennes (18 %) ikäryhmään 76–80 vuotta. Vain kaksi vastaajaa (6 %) oli yli 80-vuotiaita.



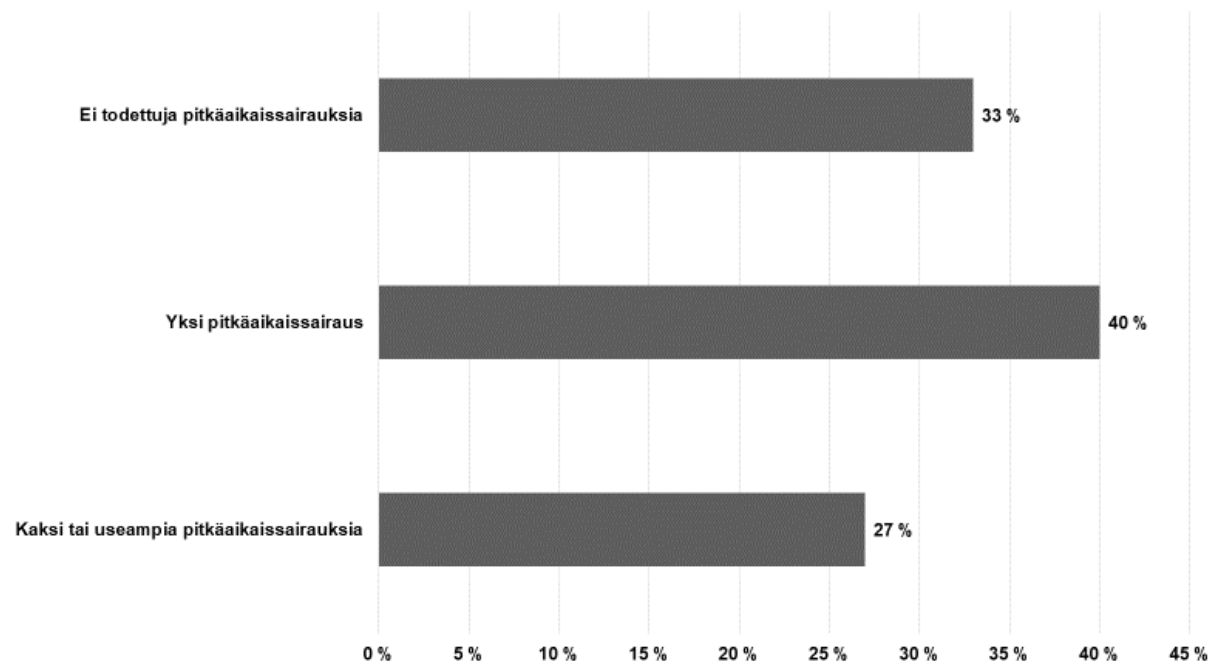
Kuvio 11. Vastaajien ikäjakauma

Vastaajista (N=33) yli puolet (57 %) oli suorittanut joko perusasteen tai keskiasteen koulutuksen. Korkeakoulututkinnon opiskelleita oli 12 vastaajaa (36 %) ja jatkotutkinnon tehneitä 2 vastaajaa (6 %) (Taulukko 7).

Koulutustausta	N=33	Vastaajien määrä (%)
perusasteen tutkinto (kansa-, keski- ja peruskoulu)	9	27 %
keskiasteen tutkinto (ammattikoulu, ylioppilas)	10	30 %
alempi korkeakouluaste (ammattikorkea, tiedeyliopiston kandiditutkinto)	8	24 %
ylempi korkeakouluaste (yamk, maisteritutkinto)	4	12 %
tiedekorkeakoulun jatko-opinnot (tohtori, lisensiaatti)	2	6 %
joku muu, mikä?	0	0 %

Taulukko 7. Vastaajien koulutustausta

Suurin osa vastaajista (70 %) käytti tietokonetta tutkimustilanteessa. Vajaa kolmasosa (27 %) käytti tablettia ja vain yksi (3 %) vastaaja osallistui tutkimukseen älypuhelimella. Vastaajista kolmasosa oli perusterveitä (33 %). Kahdella kolmasosalla (67 %) vastaajista oli todettu vähintään yksi pitkäaikaissairaus (Kuvio 12).



Kuvio 12. Vastaajien pitkäaikaissairauksien määrä

Vastaajista neljäsosalla (24 %) oli aiempaa kokemusta digitaalisista hyvinvoinnin edistämisen arvioinneista. Vastaajat olivat tehneet esimerkiksi työhyvinvointiin-, päivittäiseen selviytymiseen-, alkoholinkäyttöön sekä unenlaatuun liittyviä digitaalisia arviointeja. Vastaajista kolmella neljäsosalla (76 %) ei ollut aiempaa kokemusta digitaalisista hyvinvoinnin edistämisen arvioinneista. Vastaajista yksikään ei ollut käyttänyt aiemmin digitaalista mynavigopalvelua eikä kuullut palvelusta.

Vastaajien (N=33) kokemus omasta hyvinvoinnistaan (Taulukko 8) kyselyyn vastaamishetkellä numeroasteikolla 1–10 (1 huonoin ja 10 paras mahdollinen) oli keskiarvoltaan 7,8. Kokemus hyvinvoinnista vaihteli välillä 5–9. Suurin osa vastaajista arvioi hyvinvointinsa hyväksi.

Vastaajien antama arvosana hyvinvointiaan numeroasteikolla 1–10	N=33	Vastaajien määrä (%)
1–4	0	0 %
5	1	3 %
6	1	3 %
7	9	27 %
8	14	42 %
9	8	24 %

Taulukko 8. Hyvinvointi vastaajien itsensä arvioimana

Vastaajista neljäsosa (25 %) koki tarvitsevansa hyvinvointia tukevia palveluita ja suurin osa vastaajista (75 %) ei kokenut tarvetta hyvinvointia tukeviin palveluihin. Yksi vastaajista oli jättänyt vastaamatta kysymykseen.

Vastaajat olivat vastanneet yhteen tai useampaan mynavigo-palvelun kysymyssarjaan (Taulukko 9), eniten vastauksia (42 %) oli annettu ravitsemukseen ja liikuntaa koskeviin kysymyssarjoihin, vähiten vastauksia (15 %) oli annettu päihteitä koskevaan kysymyssarjaan.

Kysymyssarja	n	Vastaajien määrä (%)
Muisti, keskittymis- ja oppimiskyky	12	36 %
Ravitsemus	14	42 %
Liikunta	14	42 %
Ihmissuhteet	6	18 %
Arjessa selviytyminen	12	36 %
Taloudenhallinta	6	18 %
Mieliala	8	24 %
Ahdistuneisuus	6	18 %
Päihteet	5	15 %

Taulukko 9. Mynavigo-palvelun hyvinvointia kartoittavat kysymyssarjat ja vastaajien määrät



## 6.2 Ikääntyneiden kokemukset ja ensireaktiot digitaalisesta mynavigo-palvelusta

### 6.2.1 Käytettävyys

Mynavigo-palvelun käytettävyttä tutkittiin kahdellatoista väittämällä (Taulukko 10) sekä kahdella avoimella kysymyksellä. Tässä tutkimuksessa palvelun käytettävyyteen sisältyvät saavutettavuus, helppokäyttöisyys ja ymmärrettävyys. Tutkimustulokset esitetään tiivistetyn 2-portaisen Likertin asteikon (ks. aineistonanalyysi), keskiarvon sekä keskihajonnan mukaisesti.

Kyselyssä tutkittiin saavutettavuuteen ja vastaajien digitaalisten palveluiden käyttöön liittyviä tekijöitä. Yhdelläkään vastaajista ei ollut todettu toimintarajoitetta tai vammaa, joka olisi vaikuttanut digitaalisen palvelun käyttöön. Yksikään vastaajista ei käyttänyt avustavaa teknologiaa digitaalisten palveluiden käytössä.

Vastaajat kokivat mynavigo-palvelun helppokäyttöiseksi ja ymmärrettäväksi. Suurin osa vastaajista (82 %) koki mynavigo-palvelun löytyvän helposti. Lähes kaikki vastaajista (91 %) koki mynavigo-palvelun aloitussivun selkeäksi ja käytön aloittamisen helpoksi (85 %). Lähes kaikki vastaajista kokivat mynavigo-palvelun helppokäyttöiseksi (91 %), palvelun käytön sujuvaksi (94 %) sekä käyttäjäystävälliseksi (88 %). Kaikki vastaajat kokivat kysymyssarjan täyttämisen yksinkertaiseksi ja kysymyssarjan etenevän johdonmukaisesti. Lähes kaikki vastaajat (97 %) kokivat, että kysymyssarjan täyttäminen sujui vaivattomasti. Kaikki vastaajat kokivat, että mynavigo-palvelussa käytetty kieli oli ymmärrettävää ja selkeää (91 %). Suurin osa vastaajista (91 %) koki mynavigo-palvelun ulkoasun ja tekstin selkeäksi.

Kokonaisuudessaan vastaajat kokivat mynavigo-palvelun käytettävyyden (Taulukko 10) hyväksi. Käytettävyttä mittaavien kahdentoista väittämän keskiarvoksi muodostui 3,5 (ka=3,2–3,8). Keskihajonnan perusteella erimielisempiä vastaajat olivat väittämästä, mynavigo-palvelu löytyi helposti (s=0,83) ja samanmielisempiä väittämästä kysymyssarja eteni johdonmukaisesti (s=0,44).

Väittäjä	1 täysin eri mieltä ja 2 jokseenkin eri mieltä	3 jokseenkin samaa mieltä ja 4 täysin samaa mieltä	Keskiarvo (ka)	Keskihajonta (s)
Mynavigo-palvelu löytyi helposti	18 %	82 %	3,2	0,83
Mynavigo-palvelun aloitussivu oli selkeä	9 %	91 %	3,4	0,66
Mynavigo-palvelun käytön aloittaminen oli helppoa	15 %	85 %	3,3	0,74
Mynavigo-palvelu oli helppokäyttöinen	9 %	91 %	3,4	0,66
Mynavigo-palvelun käyttö oli sujuvaa	6 %	94 %	3,6	0,62
Mynavigo-palvelussa navigointi oli käyttäjäystävällistä	12 %	88 %	3,2	0,65
Mynavigo-palvelun ulkoasu oli selkeä	9 %	91 %	3,5	0,67
Mynavigo-palvelun teksti oli selkeää	9 %	91 %	3,5	0,75
Mynavigo-palvelun kieli oli ymmärrettävää	0 %	100 %	3,7	0,47
Kysymyssarjan täyttäminen oli yksinkertaista	0 %	100 %	3,7	0,47
Kysymyssarja eteni johdonmukaisesti	0 %	100 %	3,8	0,44
Kysymyssarjan täyttäminen sujui vaivattomasti	3 %	97 %	3,6	0,66

Taulukko 10. Mynavigo-palvelun käytettävyys

Avoimilla kysymyksillä selvitettiin mynavigo-palvelun käytön aloittamiseen ja käyttöön liittyviä havaintoja sekä vastaajien ensireaktioita. Käytettävyyteen liittyvät avoimet kysymykset olivat: ”mitä muita havaintoja teitte mynavigo-palveluun liittyen?”, johon saatiin 23 vastausta sekä ”mitä muita havaintoja teitte mynavigo-palvelun käytöstä?”, johon saatiin 24 vastausta. Vastaajat olivat tehneet havaintoja palvelun käytön aloituksesta, käytettävyydestä, visuaalisesta ilmeestä sekä palvelun nimestä. Useampi vastaaja toi esille, että mynavigo-palvelu ei ollut helposti löydettävissä ja käytön aloittamisen kanssa oli vaikeuksia. Nämä samat asiat nousivat esille myös väittämien perusteella (Taulukko 10).

*Ei ilman neuvoa olisi älynnyt, miten käytetään. Aloitus epäselvä.*

*Ensin ajattelin, onko tämä turhaa, mutta sitten onkin ehkä hyvä. Helppo, kun ensin pääsin sivulle. Kun ensin löytyi nimi, voisi laittaa suomeksi. On kauheen pitkä nimi. En olisi tiennyt tätä hakia.*

Väittämiin liittyvien vastausten perusteella vastaajat kokivat palvelun helppokäyttöiseksi, mutta avointen kysymysten vastausten perusteella monet vastaajista olivat kokeneet käyttöön liittyviä haasteita. Avoimissa vastauksissa korostui sivustolla etenemisen vaikeus. Vastauksista ilmeni, että vastaajille digitaalisten laitteiden käyttö ja niihin liittyvä termistö oli vierasta. Avointen kysymysten vastauksissa korostui myös palvelun visuaaliseen ilmeeseen liittyvät havainnot, jotka liittyivät esimerkiksi palvelun tekstiin ja etusivun värikykyyn.

*Halua tutustumiseen olisi ollut, mutta uuden kyselysarjan aloittaminen epäselvää, pitääkö tunnukset laittaa aina uudelleen?*

*Ohjauksella onnistui, muuten ei onnistuisi. Sivut häviää, kun hätäilee.*

*Tekstin pohjaväri pitäisi olla selkeä, mahdollisesti valkoinen.*

*Aika synkkä. Epäselvä. Kuvaa en hahmota mitä esittää (etusivulla). Tekstit liian pienellä, piti isontaa, että näki.*

*Palvelun aloituspainike ei löytynyt helposti.*

*Mikä on pdf-tiedosto? Miksi palvelu ehdotti sen lataamista?*

*Ei ole helppoa, kun tietokonetta käyttänyt vähemmän. Perehtyi niin ei vaikea.*

## Johtopäätökset

Vastaajan iällä, koulutustaustalla tai pitkäaikaissairauksien määrällä ei tutkimuksen mukaan ollut yhteyttä mynavigo-palveluun liittyvään käytettävyyden kokemukseen. Vastaajan kokeamalla hyvinvoinnilla tai tarpeella hyvinvointia tukeville palveluille ei ollut myöskään merkitystä mynavigo-palvelun käytettävyyden kokemukseen. Palvelun käytettävyyteen liittyen ei näyttänyt olevan merkitystä, millä laitteella vastaaja on mynavigo-palvelua käyttänyt. Vastaajista miehet kokivat mynavigo-palvelun helppokäyttöisemmäksi, käytön sujuvammaksi ja ulkoasun selkeämmäksi kuin naiset. Vastaajista naiset taas kokivat käytön aloittamisen helpommaksi ja käyttäjäystävällisyyden paremmaksi kuin miehet. Sukupuolen väliset erot eivät ole kuitenkaan tutkimustuloksissa merkitseviä. Tutkimuksen tekijöillä ei ollut käytettävissä SPSS-ohjelmaa, jonka vuoksi tulosten analyysi on tehty manuaalisesti.

### 6.2.2 Hyödynnettävyys

Mynavigo-palvelun hyödynnettävyyttä tutkittiin kahdeksallatoista väittämällä (Taulukko 11 ja Taulukko 12) ja kahdella avoimella kysymyksellä. Tässä tutkimuksessa palvelun hyödynnettävyyteen sisältyivät palvelun sisältö, yksilöllisyys ja luotettavuus. Hyödynnettävyyteen liittyvät väittämät on jaettu selkeyden vuoksi kahteen taulukkoon. Taulukossa 11 on väittämät, jotka liittyvät kysymyssarjoihin ja palveluntarjoajiin. Taulukossa 12 on väittämät, jotka liittyvät mynavigo-palvelun kokonaishyödynnettävyyteen. Tutkimustulokset esitetään tiivistetyn 2-portaisen Likert-asteikon (ks. aineistonanalyysi), keskiarvon sekä keskihajonnan mukaisesti.

Mynavigo-palvelun hyödynnettävyyttä tutkittiin kysymyssarjoihin ja palveluntarjoajiin liittyvillä väittämillä. Hyvinvointiteemoja kartoittavat kysymyssarjat olivat: muisti, keskittymis- ja oppimiskyky, ravitsemus, liikunta, ihmissuhteet, arjessa selviytyminen, taloudenhallinta, mieliala, ahdistuneisuus ja päihteet. Lähes kaikki vastaajista (97 %) löysivät itselleen sopivan hyvinvointia kartoittavan kysymyssarjan mynavigo-palvelusta. Kysymyssarjasta saadun palautteen koki helposti ymmärrettäväksi lähes kaikki vastaajista (97 %). Noin kaksi kolmasosaa vastaajista koki kysymyssarjasta saadun palautteen hyödylliseksi (76 %), riittäväksi (73 %) sekä yksilölliseksi (79 %).

Mynavigo-palvelu ehdotti hyvinvointiteeman mukaisia palveluntarjoajia noin puolelle vastaajista (45 %) ja näistä vastaajista noin puolet (46 %) kokivat palvelun ehdottamat palveluntarjoajat hyödyllisiksi. Noin kaksi kolmasosaa (69 %) vastaajista koki, että ehdotukset palveluntarjoajista olivat monipuolisia ja palvelu tarjosi vastaajalle sopivia vaihtoehtoja palveluntarjoajista. Kolme neljäsosaa (77 %) vastaajista koki, että mynavigo-palvelu antoi

riittävästi tietoa palveluntarjoajista. Neljännes (23 %) vastaajista aikoi ottaa yhteyttä mynavigo-palvelun ehdottamaan palveluntarjoajaan.

Väittämä	1 täysin eri mieltä ja 2 jokseenkin eri mieltä	3 jokseenkin samaa mieltä ja 4 täysin samaa mieltä	Keskiarvo (ka)	Keskiahajonta (s)
Kysymyssarjoista löytyi helposti minulle sopiva vaihtoehto	3 %	97 %	3,7	0,53
Kysymyssarjasta saatu palaute oli helposti ymmärrettävää	3 %	97 %	3,6	0,56
Kysymyssarjasta saatu palaute oli minulle hyödyllistä	24 %	76 %	3,1	0,9
Kysymyssarjasta saatu palaute oli riittävää	27 %	73 %	3,3	1,01
Kysymyssarjasta saatu palaute oli yksilöllistä	21 %	79 %	3,1	0,93
Palvelu antoi riittävästi tietoa palveluntarjoajista	23 %	77 %	3,1	0,76
Ehdotukset palveluntarjoajista olivat monipuolisia	31 %	69 %	2,8	1,01
Palvelu tarjosi juuri minulle sopivia vaihtoehtoja palveluntarjoajista	31 %	69 %	2,9	0,9
Palvelun ehdottamat palveluntarjoajat olivat minulle hyödyllisiä	54 %	46 %	2,5	0,97
Aion ottaa yhteyttä ehdotettuun palveluntarjoajaan	77 %	23 %	1,6	0,87

Taulukko 11. Mynavigo-palvelun hyödynnettävyys - kysymyssarjoihin ja palveluntarjoajiin liittyvät väittämät

Mynavigo-palvelun kokonaisyödynnettävyyttä (Taulukko 12) tutkittiin hyödynnettävyyttä mittaavilla väittämillä. Lähes kaikki (94 %) vastaajista kokivat mynavigo-palvelun sisällön ja tiedon ymmärrettäväksi. Suurin osa vastaajista (85 %) koki mynavigo-palvelusta saadun tiedon luotettavaksi. Neljä viidesosaa vastaajista koki, että mynavigo-palvelu kannusti tutustumaan sisältöön tarkemmin (79 %) ja antoi hyödyllistä tietoa hyvinvoinnin edistämiseen (76 %). Yli puolet vastaajista kokivat, että mynavigo-palvelu tarjosi yksilöllisiä vaihtoehtoja hyvinvoinnin edistämisen tueksi (58 %) ja vastasi henkilökohtaiseen tarpeeseen (61 %). Kaksi kolmasosaa (64 %) vastaajista aikoi hyödyntää mynavigo-palvelun antamaa palautetta hyvinvointinsa edistämiseen.

Väittämä	1 täysin eri mieltä ja 2 jokseenkin eri mieltä	3 jokseenkin samaa mieltä ja 4 täysin samaa mieltä	Keskiarvo (ka)	Keskiahajonta (s)
Mynavigo-palvelun sisältö oli ymmärrettävää	6 %	94 %	3,6	0,6
Mynavigo-palvelu kannusti tutustumaan sisältöön tarkemmin	21 %	79 %	3,1	0,82
Mynavigo-palvelusta saatu tieto oli luotettavaa	15 %	85 %	3,1	0,89
Mynavigo-palvelusta saatu tieto oli ymmärrettävää	6 %	94 %	3,6	0,6
Mynavigo-palvelu antoi minulle hyödyllistä tietoa hyvinvointini edistämiseen	24 %	76 %	2,9	0,72
Hyödynnän mynavigo-palvelun antamaa palautetta hyvinvointini edistämiseen	36 %	64 %	2,9	0,93
Mynavigo-palvelu vastasi henkilökohtaiseen tarpeeseeni	39 %	61 %	2,7	1,1
Mynavigo-palvelu tarjosi juuri minulle sopivia vaihtoehtoja hyvinvointini edistämiseen	42 %	58 %	2,6	0,99

Taulukko 12. Mynavigo-palvelun kokonaisyödynnettävyys

Kokonaisuudessaan vastaajat kokivat mynavigo-palvelun hyödynnettävyyden (palvelun sisältö, yksilöllisyys, luotettavuus) melko hyväksi. Hyödynnettävyyttä mittaavien kahdeksantoista väittämän keskiarvoksi muodostui 3,0. Vastaajat kokivat mynavigo-palvelun sisällön ymmärrettäväksi ja hyödylliseksi. Vastaajat aikoivat kuitenkin harvemmin hyödyntää saatua tietoa hyvinvoinnin edistämiseksi. Noin puolet vastaajista kokivat ehdotetut palveluntarjoajat hyödyllisiksi, mutta vain neljännes aikoi ottaa yhteyttä palveluntarjoajaan. Keskihajonnan perusteella erimielisempiä vastaajat olivat väittämästä mynavigo-palvelu vastasi henkilökohtaiseen tarpeeseeni ( $s=1,1$ ) ja samanmielisempiä väittämästä kysymyssarjoista löytyi helposti minulle sopiva vaihtoehto ( $s=0,53$ ).

Avoimilla kysymyksillä tutkittiin mynavigo-palvelun hyödynnettävyyteen liittyviä havaintoja sekä vastaajien ensireaktioita. Hyödynnettävyyteen liittyvät avoimet kysymykset olivat: ”Miten aiotte hyödyntää mynavigo-palvelun antamaa tietoa hyvinvointinne edistämiseksi?”, johon saatiin 30 vastausta sekä ”mitä muita havaintoja teitte mynavigo-palvelun sisällöstä?”, johon saatiin 24 vastausta. Vastaajat olivat tehneet havaintoa mynavigo-palvelun yksilöllisyyteen ja hyödynnettävyyteen liittyen.

Monet vastaajista kokivat mynavigo-palvelun vahvistaneen näkemystä omasta hyvinvoinnista ja sen haasteista. Vastauksien mukaan mynavigo-palvelu on herätellyt vastaajia tunnistamaan hyvinvoinnin tilaansa. Osaa vastaajista mynavigo-palvelu on kannustanut tekemään tarvittavia muutoksia eri hyvinvoinnin osa-alueisiin tai jatkamaan samaan malliin. Useat vastaajat kokivat hyväksi saadun tiedon palveluntarjoajista, mutta eivät kokeneet tarvetta yhteydenotolle vastaushetkellä. Nämä samat asiat nousivat esille myös väittämien perusteella (Taulukko 11 ja Taulukko 12).

*Tulokset vahvistivat omaa käsitystäni voinnistani eri osa-alueiden suhteen. Kun asiat ovat jokseenkin kunnossa (vielä), ei sinänsä tarvetta kääntyä esim. palveluntarjoajien puoleen. Sinänsä tämä on hyödyllinen tilannetarkastelu tehdä esim. kerran vuodessa.*

*Mietiskelen ja pohdin tietoa itse ja voi olla, että suunnittelen paluuta sosiaalisempaan elämään.*

*En koe hyvinvoinnin parantamiseen tarvitsevani nyt mitään palvelua. Vuodessa saattaa heikentyä ja palveluita tarvita silloin. Kun tarvetta otan yhteyttä terveyskeskukseen tai onko se Siiri vielä, niin sitten sinne. Ei ole tarvetta internetistä etsiä.*

*Monipuolistan liikuntatottumuksiani, etenkin reipasta liikuntaa lisää säännöllisemmäksi.*

## Johtopäätökset

Vastaajan sukupuolella, iällä, koulutustaustalla, pitkäaikaissairauksien määrällä tai käytetyllä laitteella ei tutkimuksen mukaan ollut yhteyttä hyödynnettävyyden kokemukseen kysymyssarjojen sekä palveluntarjoajien osalta.

Vastaajat, jotka kokivat tarvitsevansa hyvinvointia tukevia palveluita, kokivat kysymyssarjasta saadun palautteen hyödyllisemmäksi kuin ne, jotka eivät kokeneet tarvetta hyvinvointia tukeville palveluille. Vastaajat, jotka kokivat palvelun antaman palautteen hyödyllisemmäksi, kokivat kuitenkin palautteen yksilöllisyyden ja riittävyden heikommaksi sekä olivat tyytymättömämpiä ehdotettuihin palveluntarjoajiin. Palveluntarjoajiin liittyen ei voi tehdä merkitseviä johtopäätöksiä, koska vastaajista vain kolmannekselle (n=13) mynavigo-palvelu ehdotti palveluntarjoajia.

### 6.3 Ikääntyneiden tyytyväisyys mynavigo-palveluun

Vastaajien tyytyväisyyttä mynavigo-palveluun tutkittiin CSAT-mittarilla (Customer Effort Score) ja suositteluhalukkuutta tutkittiin NPS-mittarilla (Net Promoter Score). Lisäksi selvitettiin, että täyttikö mynavigo-palvelu vastaajan odotukset.

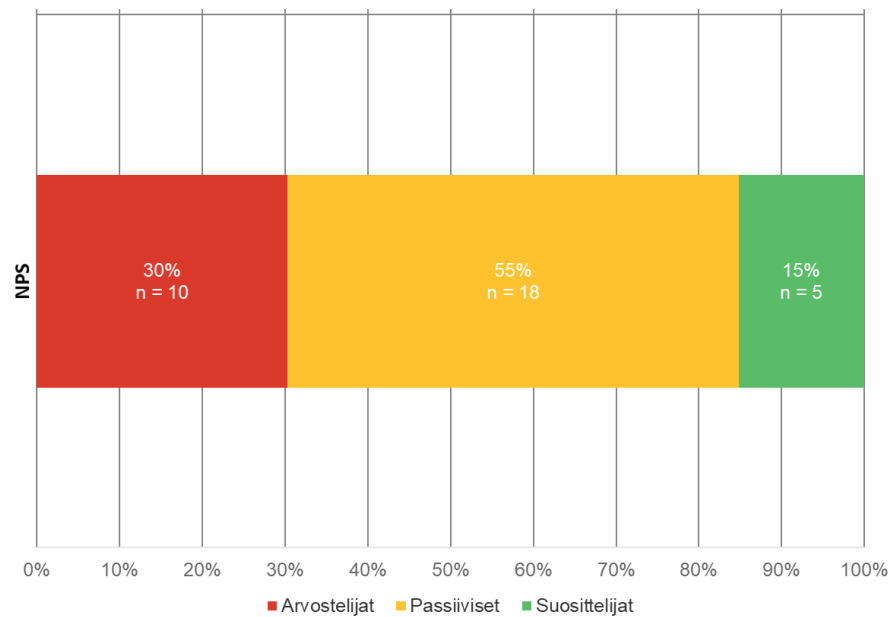
Vastaajien tyytyväisyyttä mynavigo-palveluun tutkittiin 5-portaisella Likertin asteikkoisella CSAT-mittarilla (Taulukko 13). Mitä lähempänä keskiarvo on lukua 1 sitä tyytymättömämpi vastaaja on mynavigo-palveluun ja mitä lähempänä keskiarvo on lukua 5 sitä tyytyväisempi vastaaja on mynavigo-palveluun. Vastaajien tyytyväisyys mynavigo-palveluun oli keskiarvoltaan 3,5.

	1	2	3	4	5		Yhteensä	Keskiarvo
Erittäin tyytymätön	0	5	11	14	3	Erittäin tyytyväinen	N=33	3,5
	0 %	15 %	33 %	42 %	9 %			

Taulukko 13. Vastaajien tyytyväisyys mynavigo-palveluun



Vastaajan suositteluhalukkuutta tutkittiin NPS-mittarilla, jossa vastaukset olivat asteikolla 0–10 (Kuvio 13). Asteikossa 0 kuvaa sitä, ettei vastaaja ollenkaan todennäköisesti suosittelisi palvelua muille ja 10 kuvaa sitä, että vastaaja erittäin todennäköisesti suosittelisi palvelua muille. Vastaukset on jaettu kolmeen ryhmään, jossa arvostelijoiksi on luokiteltu vastaajat asteikolla välillä 0–6, passiivisiksi vastaajat välillä 7–8 sekä suosittelijoiksi vastaajat välillä 9–10. Tulosten mukaan arvostelijoita oli 30 %, passiivisia oli 55 % ja suosittelijoita 15 %. Kokonaisuudessa NPS- arvoksi muodostui -15.



Kuvio 13. Vastaajien suositteluhalukkuus mynavigo-palveluun

Noin kaksi kolmasosaa (64 %) vastaajista koki, että mynavigo-palvelu vastasi odotuksia. Vastaajat, joiden mukaan palvelu vastasi odotuksia olivat tyytyväisempiä palveluun (ka 3,9) sekä suosittelivat palvelua muita vastaajia todennäköisemmin (15 %, n=5).

### Johtopäätökset

Vastaajan sukupuolella, iällä, koulutustaustalla, pitkäaikaissairauksien määrällä tai käytetyllä laitteella ei tutkimuksen mukaan ollut yhteyttä tyytyväisyyden kokemukseen tai suositteluhalukkuuteen. Myöskään vastaajan kokemalla hyvinvoinnilla tai tarpeella hyvinvointia tukeville palveluille ei ollut merkitystä mynavigo-palvelun tyytyväisyyden kokemuksessa eikä suositteluhalukkuudessa.

Vastaajien tyytyväisyys mynavigo-palveluun oli keskiarvoltaan 3,5 eli vastaajat olivat keskimääräistä tyytyväisempiä palveluun. Vastaajien suositteluhalukkuutta mittaava NPS-arvo

oli -15 eli mynavigo-palvelulla on tutkimuksen mukaan enemmän arvostelijoita kuin suositelijoita.

#### 6.4 Mynavigo-palveluun liittyvät kehittämissuhteet

Vastaajien kehittämissuhteet mynavigo-palvelusta saatiin kyselylomakkeen neljän avoimen kysymyksen vastausten teemoittelun avulla (Liite 5). Kehittämissuhteita tuli niin mynavigo-palvelun käytettävyyteen kuin hyödynnettävyyteen liittyen. Vastaajat kiinnittivät huomiota esimerkiksi verkkosivuston ulkonäköön ja sisältöön sekä palvelun laatuun ja yksilöllisyyteen.

Mynavigo-palvelun käytettävyyteen liittyen useampi vastaaja toi esille mynavigo-palvelun nimen. Vastaajat toivoivat asiakaslähtöistä ja suomenkielistä nimeä palvelun kohderyhmä huomioiden.

*Palvelun nimi ei kovin asiakaslähtöinen, nimi ei kerro mitään suomeksi palvelusta.*

*Esimerkiksi ikäihmisille nimen pitäisi kertoa mistä on kysymys.*

*Ei mitään, ei sano yhtään mitään. Suomennettu perään tai suomalainen sana olisi hyvä. En tiedä mitä tarkoittaa. Outo sana, en ole koskaan kuullut.*

Vastauksissa vastaajat esittivät toiveita ja kehittämissuhteita mynavigo-palvelun helppokäyttöisyyteen sekä verkkosivuston ulkoasuun liittyen. Osa vastaajista toivoi palvelulta selkeyttä, helppokäyttöisyyttä sekä tukea palvelun käyttöön.

*Ei ongelmia. Aloitussivulta ei suoraan selvinnyt, minkälaisia asioita tässä selvitellään ennen kuin hoksasi rullailla alaspäin, jossa oli vähän osviittaa. Voisivat olla paremmin näkyvissä heti.*

*Miten palata takaisin kysymysten jälkeen? Vihjeitä ja ohjeita oli paljon, voisivatko olla selkeämmin esillä kyselyn jälkeen?*

*Teksti liian pienellä.*

*Tarkemmalla perehdytyksellä varmasti mielenkiintoinen.*

Mynavigo-palvelun hyödynnettävyydestä vastaajat toivat esille kysymyssarjoihin sekä palveluntarjoajiin liittyviä huomioita. Vastaajien kysymyssarjoihin liittyvät kehittämissuositukset kohdistuivat kyselyn sisältöön ja laatuun. Vastaajat toivoivat paikallisia palveluntarjoajista ja lähellä olevia palveluita.

*Kysymyssarja oli lyhyt. Tarkempi ja yksityiskohtaisempi kysely voisi olla tarpeen mielialaa arvioidessa. Kysymykset olivat pinnallisia.*

*Kehittämiskelpoinen työkalu. Mitä konkreettisemmaksi ja yksityiskohtaisemmaksi kyselyn saa, sitä parempi. Toisessa vaakakupissa on sitten se, että kysely ei saa olla liian pitkä tai monimutkainen, jotta sen jaksaa täyttää.*

*Palveluntarjoajat eivät olleet omasta kunnasta vaan Lahdesta tai Hartolasta 100 km päässä.*

*Yksilöllistä ohjausta. Paikallisia, jotka tarjoaa palveluita. Helpommin löydettäviä palveluita joihin voisi mennä vaivattomasti tai ryhmiä tai jotain sellaista.*

Avointen kysymysten teemoittelun avulla aineistosta saatiin kehittämissuosituksia mynavigo-palvelun laatuun ja yksilöllisyyteen liittyen, jotka ovat hyvä ottaa huomioon palvelun kehittämisessä.

*Olisiko sivu oman hyvinvoinnin ja kunnan itsekehittämiseen mahdollinen? Niihin voisi lisätä esim. seurantalomake liikunnasta, ravinnosta ym.*

*Kysymyssarja oli lyhyt. Tarkempi ja yksityiskohtaisempi kysely voisi olla tarpeen mielialaa arvioidessa. Kysymykset olivat pinnallisia.*

## **Johtopäätökset**

Mynavigo-palvelun kehittämissuosituksia saatiin pääosin palvelun käytettävyydestä ja hyödynnettävyydestä. Keskeisimpinä kehittämissuosituksina olivat verkkosivuston ulkonäköön, palvelun tarjoamaan sisältöön ja laatuun sekä yksilöllisyyteen liittyvät asiat. Vastausten kehittämissuositusten perusteella vaikuttaisi, että palvelun käyttäjät toivoisivat enemmän käyttäjälähtöisyyttä ja parempaa asiakaskokemusta.

## 7 Pohdinta ja johtopäätökset

### 7.1 Yhteenveto

Suomen väestö ikääntyy ja tarvitsee sen vuoksi aiempaa enemmän tukea terveyden- ja hyvinvoinnin edistämiseen. Samalla sosiaali- ja terveystalouden saatavuuden haasteet lisääntyvät. Palveluiden saatavuutta parannetaan kehittämällä digitaalisia- ja etäpalveluita, jotta sosiaali- ja terveystaloudet saadaan tuotettua lähellä ihmisiä. (Valtioneuvosto 2019a.) Asiakkaat vaativat sosiaali- ja terveystaloudelta entistä enemmän. Nuoremmille sukupolville digitaalisuus ja digitaaliset palvelut ovat oletusarvo. Aikaan ja paikkaan riippumattomat digitaaliset palvelut tulevat nousemaan merkittävään rooliin hyvinvoinnin- ja terveyden edistämässä. Niiden avulla tavoitellaan sosiaali- ja terveystalouden vaikuttavuutta. Digitaalisten palveluiden avulla voidaan saada aikaan henkilökohtainen ja laadukas palvelukokemus, joka luo käyttäjille paremman asiakaskokemuksen. (STM 2016, 4, 31.)

Mynavigo-palvelu on digitaalista ennakoivaa asiakasohjausta, jonka kohderyhmänä ovat yli 65-vuotiaat ikääntyneet. Tutkimuksellisen opinnäytetyön tavoitteena oli selvittää ikääntyneiden kokemuksia ja ensireaktioita digitaalisesta mynavigo-palvelusta. Tutkimuksessa selvitettiin lisäksi vastaajien suositteluhalukkuutta ja tyytyväisyyttä palveluun sekä ehdotuksia mynavigo-palvelun kehittämiseksi. Tutkimus tehtiin Gavon Oy:n ja Päijät-Hämeen hyvinvointiyhtymän mynavigo-palvelun pilotoinnin aikana.

Tutkimus toteutettiin kyselytutkimuksena, jossa vastaajilta kysyttiin strukturoitujen väittämien ja kysymysten avulla kokemuksia palvelun käytettävyydestä ja hyödynnettävyydestä. Tutkimukseen osallistui 33 vastaajaa. Tutkimuksen aineisto kerättiin laaditun kyselylomakkeen avulla maaliskuun 2020 aikana yhteistyössä LAB-ammattikorkeakoulun Asiakas ja digitaalinen asiakaskokemus sosiaali- ja terveystaloudissa (yamk) opintojakson opiskelijoiden kanssa. Strukturoitujen kysymysten analyysi tehtiin ristiintaulukoinnin avulla ja avointen kysymysten analyysi tehtiin teorialähtöisesti teemoittelun keinoin.

Tutkimuksen tulosten perusteella vastaajat kokivat mynavigo-palvelun helppokäyttöiseksi, mutta toivat esille myös palveluun liittyviä käytettävyyden haasteita, jotka liittyivät verkkosivustolla etenemiseen ja digitaalisten laitteiden käyttöön. Tutkimuksen perusteella mynavigo-palvelu vahvisti vastaajien kokemusta omasta hyvinvoinnin tilasta ja siihen liittyvistä haasteista. Vastaajat kokivat palvelun avulla saaneensa tietoa oman hyvinvoinnin tukemisesta ja edistämisestä esimerkiksi liikuntaan, ravitsemukseen sekä sosiaaliseen aktiivisuuteen liittyen. Tutkimuksen mukaan vastaajat olivat tyytyväisiä mynavigo-palveluun, mutta eivät halunneet suositella palvelua muille. Kehittämissuositusten perusteella vastaajat toivoivat mynavigo-palvelulta parempaa käyttäjälähtöisyyttä ja asiakaskokemusta.

## 7.2 Tutkimuksen tulosten ja menetelmien arviointia

### Tutkimuksen tulosten arviointi

Tutkimuksen avulla saatiin vastauksia digitaaliseen mynavigo-palveluun liittyen ikääntyneiden kokemuksista ja palvelun synnyttämistä ensireaktioista oman hyvinvoinnin tilaan ja muutostarpeisiin. Mynavigo-palvelun käytettävyyteen liittyvien väittämien vastauksien perusteella suurin osa vastaajista koki palvelun helppokäyttöiseksi. Vastaajat toivat esille avoimien kysymyksien vastauksissa mynavigo-palvelun käyttöön liittyviä haasteista, jotka liittyivät sivustolla etenemiseen, digitaalisten laitteiden käyttöön ja palvelussa käytetyn termistön ymmärtämiseen. Tutkittaessa palvelun hyödynnettävyyttä tutkimuksessa nousi esille, että kaksi kolmasosaa vastaajista aikoivat hyödyntää mynavigo-palvelun antamaa palautetta hyvinvointinsa edistämiseen, mutta palvelun ehdottamia palveluntarjoajia aikoi hyödyntää vain pieni osa vastaajista. Tutkimuksessa ilmeni, että taustamuuttajat eivät vaikuttaneet vastaajien kokemuksiin mynavigo-palvelusta. Taustamuuttajilla ei tutkimuksen mukaan ollut yhteyttä mynavigo-palvelun käytettävyyden, hyödynnettävyyden eikä tyytyväisyyden ja suosittelemalukkuuden kokemuksiin.

Muissakin tutkimuksissa on saatu samansuuntaisia tuloksia liittyen digitaalisten palveluiden hyödyllisyyden ja käytettävyyden kokemuksiin. Bolle ym. (2016) ovat tutkineet ikääntyneiden syöpäpotilaiden käyttökokemuksia verkkopohjaisista terveyssivustoista. Tutkimuksen mukaan ikääntyneet kokivat terveyssivustot hyödyllisinä, mutta olivat kokeneet käytettävyyden vaikeuksia sivustolla navigointiin, sivuston visuaaliseen ilmeeseen ja sisällön ymmärrettävyyteen liittyen. Käytettävyyden haasteet heikensivät hyödynnettävyyden kokemusta. Saarijärven ja Puustinen (2020, 64) mukaan digitaalisissa palveluissa korostuu käyttökokeemus, jolloin huomio kiinnittyy erityisesti palvelun käytettävyyteen, ulkoasuun ja sensoriseen kokemukseen.

Avoimissa kysymyksissä vastaajat toivat esille konkreettisia esimerkkejä palvelun herättämistä ensireaktioista omaan hyvinvointinsa edistämiseen. Vastaajien mukaan mynavigo-palvelu lisäsi tietoisuutta palveluiden saatavuudesta ja vahvisti kokemusta omasta hyvinvoinnin tilasta. Vastaajat kokivat saaneensa vahvistusta omalle käsitykselleen hyvinvoinnistaan, sen tukemisesta ja edistämisestä esimerkiksi liikunnan ja ravitsemuksen osalta. Vastaajat kokivat mynavigo-palvelun sisällön ja tiedon ymmärrettäväksi sekä pitivät palvelusta saatua tietoa luotettavana. Nämä asiat palvelun helppokäyttöisyyden kokemuksen rinnalla tukevat positiivista ensireaktiota palvelusta. Hyvän asiakaskokemuksen edellytyksenä on toimiva palveluprosessi, joka mahdollistaa asiakkaalle positiivisen kokemuksen palvelusta (Filenius 2015, 202). Palveluissa keskeistä on asiakkaan kokemus palvelun ominaisuuksista, johon kuuluvat käytön helppous sekä palvelun laatu ja luotettavuus (Tuulaniemi

2013, 74). Gallen (2017, 30) mukaan onnistunut asiakaskokemus tuottaa asiakkaalle arvoa esimerkiksi saavuttamalla tietyn asetetun päämäärän tai positiivisen tunnekokemuksen. Tähän tutkimukseen liittyvän teoratiedon pohjalta voidaan todeta, että palvelunkäyttäjän koessa merkityksellisen tunnekokemuksen (ensireaktio) eli elämyksen, se voi johtaa kokijan käsityksen muuttumiseen tai uuden elämäntavan omaksumiseen (Saarijärvi & Puustinen 2020, 68; Tarssanen & Kylänen 2017, 103).

Tutkimuksessa mitattiin ikääntyneiden tyytyväisyyden kokemusta mynavigo-palveluun numeraalisesti CSAT-mittarilla ja suositteluhalukkuutta NPS-mittarilla. Ikääntyneet olivat keskimääräistä tyytyväisempiä mynavigo-palveluun, mutta suositteluhalukkuus oli vähäisempää. Watkinsonin (2019, 6) tutkimus antaa tälle ilmiölle selityksen. Tutkimuksen mukaan tyytyväisyys ja suositteluhalukkuus eivät ole vahvasti sidoksissa toisiinsa. Se voi tarkoittaa sitä, että palvelun käyttäjä voi olla tyytyväinen, mutta ei silti halua suositella palvelua muille. Tyytyväisyys palveluun käyttö hetkellä ei siis takaa uskollisuutta tietylle palvelulle, vaan käyttäjä voi siirtyä jatkossa käyttämään jotain toista kilpailevaa palvelua. Saarijärven ja Puustisen (2020, 233) näkemyksen mukaan asiakastyytyväisyys ja suosittelumittaukset kertovat palvelunkäyttäjän asiakaskokemuksesta ja sen vaikutuksesta käyttäjän toimintaan jatkossa, mutta mittareista ei saada perusteluja toiminnalle. Mittareihin ei liittynyt tarkentavia kysymyksiä, joten tutkimuksessa ei tullut esille perusteluja annetuille arvosanoille. Mittaria rakennettaessa olisimme voineet huomioida CSAT-mittarin ja NPS-mittarin osalta, että olimme kysyneet tarkentavan kysymyksen ja perustelut annetulle arvosanalle tyytyväisyyteen ja suositteluhalukkuuteen liittyen. Näin olisimme voineet saada tietoa kokemuksen taustalla olevista syistä ja syvällisempää asiakasymmärrystä.

Tässä tutkimuksessa ei suoraan kysytty kehittämissuhteita, vaan ikääntyneiden ehdotukset nousivat tutkimusaineistosta. Kehittämissuhteissa nousi esille mynavigo-palvelun käytettävyyteen ja hyödynnettävyyteen liittyviä asioita. Verkkosivustoon liittyvät kehittämissuhteet koskivat palvelun ulkoasua, linkitystä ja tietojen tarkkuutta, rakennetta ja asetelua, pääsyä verkkosivustolle sekä palvelun helppokäyttöisyyttä ja löydettävyyttä. Palvelun laatuun liittyen kehittämissuhteiksi nousi yksityisyyteen, turvallisuuteen, luotettavuuteen, lupauksen täyttymiseen, ymmärrettävyyteen, tehokkuuteen, ja yksilöllisyyteen liittyvät asiat. Mynavigo-palveluun liittyvissä kehittämissuhteissa nousi samoja asioita esille, joita Zembylté (2015, 801–802) on tuonut esille digitaalisen palvelun laatuun liittyvässä tutkimuksessaan. Praničevićin ym. (2017) tutkimuksessa nousi esille samansuuntaisia asioita digitaalisen palveluiden käyttöön liittyen. Tutkimuksen mukaan ikääntyneet olivat valmiita ottamaan käyttöön uusia digitaalisia ratkaisuja, mutta epäilivät digitaalisten palveluiden turvallisuutta. Digitaalisten palveluiden käytön haasteet liittyivät palvelun käytettävyyden ja esteettömyyden kokemukseen sekä ikääntyneiden heikkoon digitaaliseen osaamiseen.

Tutkimuksen mukaan on tärkeää, että nuoremmat sukupolvet tukevat ikääntyneitä digitaalisten palveluiden käytössä sekä kannustavat käyttämään ja hyödyntämään digitaalisia palveluita.

Tämän tutkimuksen tulosten perusteella mynavigo-palvelua voisi kehittää elämyksellisempään suuntaan, jolloin palvelunkäyttäjän olisi mahdollista saavuttaa syvempi tunnekokemus. Saavutetun syvemmän tunnekokemuksen kautta on todennäköisempää, että käyttäjä on alttiimpi tekemään elämäänsä pysyviä elämäntapamuutoksia tai hakemaan tarvittaessa apua tarvitsemaansa terveydelliseen tai sosiaaliseen haasteeseen. Ikääntyneellä käyttäjäryhmällä on digitaalisiin palveluihin liittyviä erityisiä haasteita. Mynavigo-palvelua kehitettäessä käytettävyyteen ja hyödynnettävyyteen kannattaa kiinnittää erityistä huomiota. Mynavigo-palvelussa digitaalisen ennakoivan asiakasohjauksen tehneille olisi hyvä tarjota fyysisten palveluiden lisäksi helppokäyttöisiä ja vaikuttavia digitaalisia mahdollisuuksia sairauksien omahoitoon ja hyvinvoinnin ylläpitämiseen. Mynavigo-palvelusta tulisi saada houkutteleva ja kansanterveydellisesti vaikuttava vaihtoehto ikääntyneille. Kaasalainen ja Neittaanmäki (2018, 27) korostavat, että digitaaliset palvelut mahdollistavat peruspalvelujen turvaamisen niitä tarvitseville. Digitaalisten palvelujen käytettävyyteen tulisi kiinnittää huomiota, jotta entistä useampi voisi halutessaan asioida digitaalisten palveluväylien kautta.

Saatu tutkimusaineisto mynavigo-palveluun liittyen oli suhteellisen pieni (N=33), eikä tutkimuksen tuloksia voida yleistää. Tutkimus toteutettiin mynavigo-palvelun pilotoinnin aikana, jolloin palvelu oli aktiivisen kehityksen alla. Ikääntyneiden digitaalisista hyvinvoinnin- ja terveyden edistämisen palveluista on saatavilla vain vähän tutkittua tietoa. Tutkimuksen tulokset ovat kuitenkin samansuuntaisia aikaisempien tutkimusten kanssa, jotka käsittelevät ikääntyneitä ja digitaalisia palveluita. Aiemmissa tutkimuksissa korostuu digitaalisten palveluiden käytettävyyden haasteet. Digitaaliset terveyttä- ja hyvinvointia edistävät palvelut sopivat ikääntyneille, joilla on riittävät digitaaliset valmiudet ja kyky osallistua omaan itsehoitoon. Ikääntyneille suunnattujen sosiaali- ja terveysalan digitaalisten palvelujen vaikuttavuudesta ei ole saatavilla paljon tutkittua tietoa. Tällä tutkimuksella ei ole mahdollista saada selville digitaalisen mynavigo-palvelun vaikuttavuutta, vaan vaikuttavuutta tulisi mitata pidemmän ajanjakson jälkeen.

Sokoffin (2019, 48–49) kehittämishankkeessa ikääntyneet toivat esille myönteisen suhtautumisen julkisten terveystalvelujen digitalisointiin ja kokivat niiden olevan osa palveluketjua. Digitaalisten terveystalvelujen käyttöä rajoittavaksi tekijäksi ikääntyneet nostivat osaamisen puutteen ja tarpeen digituelle. Digitaalisten terveystalvelujen käytöstä suoriutumiseen vaikuttavat ikääntyneen osaaminen ja digitaalinen lukutaito sekä käyttäjän motivaatio

käyttää palvelua. Näihin asioihin vaikuttamalla digitaalisten terveystalisten palveluiden käyttöä ikääntyneiden kohdalla voidaan edistää.

Ahmadin ja Mozeliuksen (2019, 58–60) tutkimuksen mukaan ikääntyneille suunnattujen digitaalisten terveystalisten palveluiden kehittämisessä tulee ottaa erityisesti huomioon luotettavuus, yksityisyys, saavutettavuus, käyttäjän digitaalinen lukutaito ja motivaatio digitaalisten palvelujen käyttöön. Näihin keskittymällä voidaan pyrkiä parantamaan ikääntyneiden ja digitaalisten palveluiden välistä vuorovaikutusta. Ikääntyneiden tulee osallistua digitaalisten palvelujen kehittämiseen, jotta vuorovaikutus olisi asiakaslähtöistä ja siten vaikuttavaa. Kun ikääntyneellä käyttäjällä on digitaalista lukutaitoa, on ikääntyneellä kykyä löytää, ymmärtää ja arvioida saatavilla olevaa tietoa digitaalisista lähteistä sekä soveltaa saatua tietoa terveystalisen ongelman ratkaisemiseksi.

Eli tämän sekä aiempien tutkimuksien tulosten pohjalta voidaan todeta, että digitaalisilla palveluilla voidaan edistää ikääntyneiden hyvinvointia ja terveyttä, kunhan palvelun suunnittelussa ja toteutuksessa on otettu mukaan ikääntyneiden mahdolliset rajoitteet palvelun käytölle, osaaminen sekä tuen tarve. Ikääntyneiden motivaatio digitaalisten palveluiden käyttöön näyttää positiivisena. Ikääntyneiden digitaalisissa palveluissa korostuu saavutettavuuden varmistaminen. Tässä tutkimuksessa väittämien mukaan vastaajat kokivat mynavigo-palvelun helppokäyttöiseksi, mutta avointen kysymyksin vastauksissa nousi esille käyttöön liittyviä haasteita niin palvelun kuin käytetyn digitaalisen laitteen osalta. Vastaajista osa koki sivustolla käytettävyyden ongelmia niin navigoinnin kuin visuaalisen ilmeen osalta. Tutkimukseen osallistuneista ikääntyneistä yhdelläkään ei ollut toimintarajoitetta tai vammaa eikä avustavaa teknologiaa, joka olisi vaikuttanut palvelun käyttöön. Tutkimuksen tulokseen mahdollisesti vaikuttaa myös se, että ikääntyneillä vastaajilla oli tukena haastattelijana toiminut opiskelija. Näin ollen tutkimuksesta ei saada luotettavaa tietoa palvelun saavutettavuudesta. Valtiovarainministeriön (2017, 6) mukaan digitaalisten palvelujen käytön erityisen tuen tarpeessa ovat ikääntyneet ihmiset. Ikääntyneiden digitaaliset taidot ovat usein puutteellisia ja ikääntymisen tuomat henkiset ja fyysiset rajoitteet voivat vaikuttaa laitteiden ja digitaalisten palvelujen käyttöön sekä uusien taitojen oppimiseen. Ikääntyneet tarvitsevat siis muita enemmän tukea digitaalisten palveluiden käyttöön sekä ohjausta löytääkseen tarvittavat digitaaliset palvelut.

Tutkimustulokset osoittavat, että ikääntyneille suunnatut hyvinvoinnin- ja terveyden edistämisen digitaaliset palvelut voivat olla laadukkaita ja vaikuttavia, kun palveluita kehitettäessä on otettu huomioon palvelun käyttäjäryhmä. Kohdeorganisaatiot Gavon Oy ja Päijät-Hämeen hyvinvointiyhtymä voivat tehdä tutkimuksen tulokset saatuaan omat arvionsa tutkimustulosten hyödyntämisestä.



## Tutkimuksen menetelmien arviointia

Tutkimuksessa edettiin Heikkilän (2014, 25) määrällisen tutkimusprosessin vaiheiden mukaisesti. Tutkimusmenetelmäksi valittiin strukturoitu kyselylomake, jossa oli väittämien lisäksi avoimia kysymyksiä. Heikkilän (2014, 47) mukaan avoimilla kysymyksillä pyritään saamaan vastaajilta spontaaneja mielipiteitä rajoittamatta vastaajien valintamahdollisuuksia. Ikääntynyt kohderyhmä huomioiden kyselylomake täytettiin haastattelun avulla.

Valituilla tutkimusmenetelmillä saatiin riittävä aineisto ja vastaukset tutkimuskysymyksiin, mutta syvällistä tietoa asiakaskokemuksesta ja siihen vaikuttaneista syistä ei saatu selville. Heikkilän (2014, 16) mukaan määrällisen tutkimuksen avulla saadaan selville olemassa oleva tilanne, mutta sen avulla ei pystytä riittävästi selvittämään asioiden syitä. Metsämuurosen (2000, 15) korostaa, että määrällisellä mittarilla ei voi saada selville koko totuutta vaan se, mitä laaditulla mittarilla on mahdollista saada selville.

Kyselylomake oli hyvä tutkimusmenetelmä selvittämään mynavigo-palveluun liittyvää käytettävyyttä ja hyödynnettävyyttä, mutta sen avulla ei pystytty selvittämään käyttäjän kokeamia tunteita palvelua kohtaan. Jos olisimme halunneet tutkimuksella saada syvällisempää ymmärrystä asiakaskokemuksesta, meidän olisi pitänyt valita tutkimusmenetelmäksi laadullisia menetelmiä, kuten palvelupolku ja empatiakartta. Näiden avulla olisimme voineet päästä asiakaskokemukseen liittyvään asiakkaan kokemaan tunnetasoon.

### 7.3 Eettiset näkökulmat ja luotettavuus

Etiikka kulkee koko tutkimusprosessin ajan mukana aiheen valinnasta tutkimuksen tulosten vaikutuksiin moraalisisina valintoina ja päätöksinä (Kuula 2006, 11). Kyselytutkimuksessa aineistonkeruu ja analyysi on tyypillisesti eroteltu toisistaan niin, että niiden toteutuksesta vastaavat eri henkilöt. Haastattelijat tekevät haastattelut ja tutkijat vastaavat aineiston keruun hallinnasta sekä aineiston analyysistä. (Leinonen ym. 2017, 92.) Tutkimuksen aineistonkeruu eli kyselylomakkeen täyttäminen tapahtui ikääntynyttä mynavigo-palvelun käyttäjää haastatellen. Haastattelun tehneille LAB-ammattikorkeakoulun Asiakas ja digitaalinen asiakaskokemus sosiaali- ja terveystaloudissa (yamk) opintojakson opiskelijoille laadittiin ohje (Liite 1) kyselylomakkeen täyttämistä ja haastattelua varten. Ohjeessa kerrottiin tutkittavan valinnan kriteerit, miten tutkimuksesta informoidaan tutkittavalle suullisesti ja kirjallisesti (tutkimustiedote), ohjeet taustatieto- kysely- ja suostumuslomakkeiden täyttämiseen ja tutkittavan ohjaamisesta haastattelun aikana sekä lomakkeiden palautuksesta haastattelun jälkeen. Ohjeistuksella luotiin yhdenmukainen toimintatapa haastattelijoille.

Mäkinen (2006, 149) korostaa, että tutkimuksen teon lähtökohtaisena periaatteena on luotamuksellisuus. Tutkimusta varten oli saatekirje eli tutkimustiedote (Liite 2) tutkimukseen

osallistuvalla. Tutkimustiedotteessa kerrottiin tutkimuksen tausta, tarkoitus ja tavoite. Lisäksi kerrottiin tutkimuksen toteutuksesta, luottamuksellisuudesta ja tutkimustuloksista tiedottamisesta. Tutkimuksen haastattelijoina toimineet opiskelijat kertoivat suullisesti tutkimustiedotteessa olevat asiat tutkittavalle ja tutkittava sai lisäksi kirjallisen tutkimustiedotteen. Vehkalahden (2019, 47–48) mukaan saatekirje on kyselytutkimuksessa tärkeä osuus. Se kertoo tutkittavalle tutkimuksen perustiedot eli mistä tutkimuksessa on kysymys, kuka tutkimusta tekee, miten tutkittavat on valittu ja mihin tutkimustuloksia tullaan käyttämään. Hyvin laaditulla saatekirjeellä voi herättää tutkittavan kiinnostuksen ja motivoida vastaamaan kyselyyn. Kuula (2006, 107) korostaa, että tutkittavat voivat tehdä vapaaehtoisen päätöksen tutkimukseen osallistumisesta vasta riittävän tiedon varassa. Tietoon perustuva suostumus osallistua tutkimukseen on ihmiseen kohdistuvan tutkimuksen keskeinen eettinen periaate (Tutkimuseettinen neuvottelukunta 2019, 8).

Tutkimukseen liittyi vastaajan suostumuslomake (Liite 3). Kuulan (2006, 119) mukaan vapaaehtoinen suostumus tarvitaan haastattelun tai kyselyn yhteydessä tutkittavilta, kun aineisto kerätään suoraan tutkittavilta ja se tallennetaan sellaisenaan. Tutkittava sai päättää osallistumisestaan tutkimukseen. Tutkittavalle kerrottiin, että hänellä on mahdollisuus perua suostumus ilman perusteluja. Tällöin haastatteluaineistoa ei käytetä tutkimuksessa, ellei aineistoa ole ehditty analysoida. Haastattelijana toiminut opiskelija vahvisti omalla allekirjoituksellaan tutkimukseen osallistuvan suostumuksen osallistua tutkimukseen. Suostumuslomakkeella haastattelija vakuutti antaneensa tutkittavalle sekä kirjallista että suullista tietoa tutkimuksesta. Haastattelija vakuutti lisäksi, että tutkittava ymmärtää, että tutkimukseen osallistuminen perustuu vapaaehtoisuuteen, luottamuksellisuuteen ja saadut tiedot tulevat tutkimuskäyttöön. Allekirjoituksellaan haastattelija sitoutui noudattamaan salassapitovelvollisuutta ja suojaamaan tutkittavan anonymiteetin. Tutkijoina sitouduimme käsittelemään suostumuslomaketta luottamuksellisesti tietosuojalain (1050/2018) edellyttämällä tavalla.

Mynavigo-palvelun kyselylomakkeeseen (Liite 4) oli sisällytetty taustatietojen kartoitus osuus (kysymykset 1–13). Taustatietolomake tehtiin alun perin erillisenä, mutta ennen taustatietojen ja kyselylomakkeen tietojen siirtämistä Webropol-ohjelmaan ne yhdistettiin samalle lomakkeelle aineiston analyysin helpottamiseksi. Laajalla taustatietojen selvittämällä mahdollistettiin tutkimustulosten vertailu eri ryhmien välillä. Taustatietolomakkeella kysytyt asiat rajattiin niin, ettei vastaajaa voi tunnistaa taustatiedoista ja lopullisista tutkimustuloksista.

Tutkimuksen teossa noudatettiin hyvää tieteellistä käytäntöä, joka perustui tutkimuseettisen neuvottelukunnan hyvän tieteellisen käytännön menettelytapoihin (2019),

ammattikorkeakoulujen opinnäytetöiden eettisiin suosituksiin (Kettunen ym. 2019) ja tietosuojalain (1050/2018) mukaisiin määräyksiin. Tutkimuseettisen neuvottelukunnan mukaan (2019, 11) henkilötietojen käsittelyyn liittyvät päätökset on perusteltava ja dokumentoitava selkeästi. Tämän tutkimuksen kohdalla tehtiin tietoinen päätös olla keräämättä tutkittavilta henkilötietoja, jolloin heidän anonymiteettinsä säilyi koko tutkimusprosessin ajan. Haastattelijan tiedot tallentuivat suostumuslomakkeeseen, josta muodostui henkilörekisteri. Tutkijat säilyttivät henkilörekisteriä lukitussa paikassa raportin valmistumiseen saakka ja rekisteri hävitettiin tutkimuksen valmistuttua. Kyselylomakkeen avulla saatua tietoa ja tutkimustuloksia käsiteltiin tietosuojalain (1050/2018) edellyttämällä tavalla.

Opinnäytetyösopimuksessa toimeksiantajan, ammattikorkeakoulun ja opiskelijoiden välillä sovitaan keskeisistä opinnäytetyöhön liittyvistä asioista, jotta voidaan välttyä turhilta tieteen tekemisen ristiriidoilta (Kettunen ym. 2019, 6). Teimme toimeksiantosopimuksen Gavon Oy yrityksen kanssa, jossa sovimme opinnäytetyöhön liittyvät keskeiset asiat. Mynavigo-palvelu on tällä hetkellä pilotoitavana ja aktiivisen kehittämisen alla. Tutkimuksen aineistonkeruun aikana mynavigo-palvelun sisällössä ei tapahtunut muutoksia.

Tutkimus täytyy kirjoittaa siten, että siinä näkyvät keskeiset ratkaisut, lähtökohdat, toimitatavat sekä niiden perustelut ja toteutus. Tutkimuksen ja sen tuottaman tiedon arviointi on kokonaisarviointia, jossa on kyse tutkimuksen rakenteen ja tutkimusprosessin kokonaisuuden laadun arvioinnista (Ronkainen ym. 2011, 138–139.) Tutkimusraportissa arvioidaan koko tutkimuksen luotettavuutta sekä validiteettia, että reliabiliteettia käytettävissä olevien tietojen perusteella (Heikkilä 2020).

Validiteetilla tarkoitetaan Ronkaisen ym. (2011, 131) mukaan, että tieto on pätevää ja tuotettu sellaisten ratkaisujen ja käytäntöjen avulla, jotka ovat perusteltavissa tieteen yleisten kriteerien ja tutkimuksen edustaman tutkimusperinteen mukaisesti, tutkimus kuvaa kohteena olevaa ilmiötä ja tutkittavan asian ja tutkimustulosten välillä on selkeä yhteys. Reliabiliteetilla tarkoitetaan toimintatapojen luotettavuutta, kuten aineistonkeruun huolellisuutta, haastattelun johdonmukaisuutta ja sitä, että tutkimus on laadittu ja suoritettu huolellisesti. Näihin asioihin kiinnitettiin huomiota tutkimusta tehdessä, tutkimuksesta raportoitaessa ja arvioitaessa. Ennen tutkimuksen aloittamista luotettavuuden varmistamiseksi kyselylomake testautettiin yhteistyötahollemme ja kahdella ulkopuolisella henkilöllä. Palautteen perusteella tehtiin muutoksia kyselylomakkeeseen, joka mahdollisti kyselyn parantamisen selkiseksi, että se mittasi tutkittavia asioita parhaalla mahdollisella tavalla. Heikkilän mukaan (2014, 61) kyselylomake tulisi testauttaa kohderyhmällä. Aikataulullisten haasteiden vuoksi kyselylomaketta ei testautettu kohderyhmällä, mikä voi vaikuttaa tutkimuksen luotettavuuteen heikentävästi.

Validiteetin varmistamiseksi tutkimuksessa käytettiin strukturoitujen kysymysten lisäksi täydentäviä avoimia kysymyksiä. Tutkimuksessa samaan aihealueeseen liittyen kysyttiin useita kysymyksiä eri näkökulmista. Metsämuurosen (2000, 11) näkemyksen mukaan tutkimuksen pyrkimyksenä on tuoda esille totuus tutkittavasta asiasta. Tutkimuksesta saatu tieto on varmempaa, jos tutkimuksessa on hyödynnetty triangulaatioita. Se tarkoittaa, että on käytetty useampaa tutkimusmenetelmää eli tutkittavaa ilmiötä lähestytään useasta eri suunnasta. Yksinkertaisimmillaan triangulaatio tarkoittaa useita kysymyksiä samasta aiheesta. Ketonen (2015, 103) korostaa, että reliabiliteettiin kuuluu mittarin sisäisen yhdenmukaisuuden tarkastelu. Mittarin rakentamisessa huomioimme tämän. Mittasimme samaa käsitettä usealla eri indikaattorilla. Esimerkiksi mynavigo-palvelun käytettävyyteen liittyen lähestyimme asiaa monilla eri väittämillä.

Mittauksen luotettavuutta voidaan arvioida lisäksi reliabiliteetin ja toistomittausreliabiliteetin näkökulmista (Ketokivi 2015, 97). Tutkimuksen reliabiliteettiin eli mittaustuloksen toistettavuuteen saattoi vaikuttaa, että haastattelijoina toimivat LAB-ammattikorkeakoulun Asiakas ja digitaalinen asiakaskokemus sosiaali- ja terveystalveissa (yamk) opintojakson opiskelijat, jolle haastattelun tekeminen oli pakollinen osuus opintojakson suoritusta. Haastattelijat sai itse hankkia tutkittavan annettujen kriteereiden mukaisesti. Haastattelun sai tehdä itse valitsemassa paikassa ja ajankohtana. Haastattelijat täytti kyselylomakkeen tutkittavaa haastatellen.

Toistomittausreliabiliteetilla tarkoitetaan sitä, että jos mittaus toistetaan samalla mittarilla samasta mittauskohteesta uudestaan ja saadaan sama tulos, on mittari toistomittausmielessä reliabeli. Toistomittausreliabiliteettia ei varsinaisesti testattu eikä arvioitu, mutta siihen pyrittiin tekemällä mittarista mahdollisimman selkeä ja yksiselitteinen. Lisäksi tutkimukseen osallistujat saivat sekä suullisen että kirjallisen ohjeistuksen tutkimukseen osallistumisesta. (Ketokivi 2015, 103.) Reliabiliteetti ihmistä tutkittaessa tarkoittaa sitä, että mitattaessa pitäisi saada sama mittaustulos riippumatta mittauksen tekijästä (Mäkinen 2006, 87). Opiskelijat saivat sekä suullisen että kirjallisen ohjeen tutkimuksen tekemiseen, jolla pyrittiin luotettavuuteen ja haastattelujen tasalaatuisuuteen. Tutkimuksessa on ollut yhteensä 33 haastattelua ja 32 haastattelijaa. Asiakas ja digitaalinen asiakaskokemus sosiaali- ja terveystalveissa (yamk) opintojakson opiskelijoita oli 31 ja toinen tutkimuksen tekijöistä teki kaksi haastattelua. Tutkimuksen luotettavuuden näkökulmasta voi olla merkitystä, että opiskelijoiden haastattelussa saamien ja kirjaamien tietojen paikkansapitävyyttä ei voida tarkistaa. Näin pienessä tutkimusaineistossa, sillä saattaa olla merkitystä tutkimustuloksiin.

Tutkimuksen luotettavuuteen liittyvät muut esille nousseet haasteet olivat riittävän laajan tutkimusaineiston saaminen koronatilanteen takia. Vallitseva poikkeustila koronaviruksen

vuoksi vaikeutti haastatteluiden toteutusta, koska haastatteluiden aikataulu osui samaan aikaan voimaan tulleiden iäkkäiden tapaamissuosituksien kanssa.

#### 7.4 Jatkotutkimusehdotukset

Tutkimusten mukaan kokemukset värittyvät ihmisissä erilaisina tunnetiloina. Tunteilla ja elämyksellisyydellä on merkittävä vaikutus ihmisten kokemuksiin. (Nummenmaa ym. 2018; Konu 2016, 8.) Jatkotutkimusaiheena olisi mielenkiintoista tutkia ikääntyneille suunnattujen digitaalisten palveluiden aikaansaamaa asiakaskokemuksen olemusta ja siihen liittyvää tunnekokemusta. Onko digitaaliseen hyvinvointiin ja terveyteen liittyvällä palvelulla mahdollista tarjota käyttäjälle syvää tunnekokemusta ja sitä kautta elämyksellisyyttä ja palvelun vaikuttavuutta? Konun (2020, 61) mukaan tunteisiin liittyvää ymmärrystä kokemuksista saadaan hyödyntämällä erilaisia, erityisesti laadullisia asiakkaan osallistamisen menetelmiä. Laadulliset menetelmät antavat tietoa asiakkaan motiiveista, tunteista elämyksellisten palveluiden kehittämisen lähtökohtana. Laadukkaiden digitaalisten ja käyttäjälähtöisten palveluiden kehittämiseen voisi hyödyntää palvelumuotoilun keinoja, kuten palvelupolkua ja empatiakarttaa, osallistamista palveluiden kehittämiseen sekä erilaisia yksilö ja ryhmähaastatteluja. Näiden keinojen avulla voisi saada tärkeää tietoa tunteista ja niiden merkityksestä digitaalisen palveluprosessin eri vaiheissa. Tunteiden mittaamisessa olisi mielenkiintoista hyödyntää Naya Daya yrityksen kehittämää NayaDaya® tunnesovellusta. Tunnesovelluksella saadun tiedon avulla on mahdollista parantaa asiakaskokemusta vaikuttamalla ihmisten käyttäytymiseen, tunteisiin ja niiden taustalla oleviin merkityksiin. (NayaDaya 2020.)

Tutkimuksissa korostuu käyttäjien osallistamisen merkitys digitaalisten palveluiden kehittämisprosesseissa. Jatkotutkimusaiheena voisi olla: asiakasosallisuuden merkitys sosiaali- ja terveysalan digitaalisten palveluiden kehittämisessä. Vehmaksen ym. (2017, 47) tutkimuksen mukaan digitaalisten hyvinvointipalveluiden kehittämiseen kannattaa ottaa käyttäjät mukaan, koska osallistumisen avulla saadaan arvokasta palautetta käyttäjien mielipiteistä palvelun kehittämiseksi. Yhteistyösuunnittelun avulla yritykset pystyvät nopeuttamaan kehitysprosessejaan ja tekemään entistä käyttäjälähtöisempiä palveluita. Jos palvelu ei vastaa asiakkaan tarpeita, palvelun käyttö lopetetaan helposti. Moisanen ym. (2018, 63) tuovat omassa tutkimuksessaan saman asian esille. Tutkimuksen mukaan asiakaslähtöisessä johtamistavassa tulisi ottaa asiakkaat mukaan ja hyödyntää yhteiskehittämistä palveluita kehitettäessä.

Asiakaskokemuksen kehittäminen vaatii pitkäkestoista, moniulotteista ja systemaattista muutostyötä sekä laaja-alaista sitoutumista niin henkilökunnan kuin johdon puolelta (Korriakoski & Gerd, 2016). Helmisen (2018, 61, 65–66) tutkimuksen valossa asiakaskokemuksen kehittäminen kattaa laajan toimikentän, johon kuuluvat henkilöstön koulutus,

organisaatiomuutos, palvelumuotoilu sekä uudet digitaaliset järjestelmät. Asiakaskokemuksen kehittämisen ytimessä on asiakkaan kohtaaminen sekä asiakkaan kohtaamisessa kokeman helppouden ja vaivattomuuden parantaminen. Huotarinen (2017, 59) tutkimuksessa ilmenee, että erityisesti digitaalisia palveluita kehitettäessä johtamisen näkökulmasta asiakaskokemusmittarien rakentaminen ja niistä saatu asiakastieto sekä ymmärrys asiakaskokemuksen merkityksestä korostuvat. Jatkotutkimusehdotuksena voisi olla: Kuinka digitaalisten palveluiden lisääntyminen vaikuttaa sosiaali- ja terveysalan johtamiseen?

Digitaaliset palvelut sosiaali- ja terveysalalla lisääntyvät jatkuvasti ja ne toimivat yhtenä ratkaisuna julkisen sektorin palvelujen saatavuuden ja saavutettavuuden ylläpitämiseksi. Yhteenvetona voidaan todeta, että sosiaali- ja terveysalalla tarvitaan lisää tutkimustietoa digitaalisista palveluista, asiakaskokemuksesta sekä asiakaskokemuksen johtamisesta, jotta palveluista saadaan asiakaslähtöisempiä ja vaikuttavampia sekä saavutetaan kansanterveydellisiä ja -taloudellisia vaikutuksia.

## Lähteet

- Ahmad, A. & Mozellius, P. 2019. Critical Factors for Human Computer Interaction of eHealth for Older Adults. Proceedings of the 2019 the 5th International Conference on eSociety, e-Learning and e-Technologies. 58–62.
- Ahmadinia, H. & Eriksson-Backa, K. 2020. E-health services and devices: Availability, merits, and barriers - with some examples from Finland. Finnish Journal of EHealth and EWelfare, 12(1), 10–21. Viitattu 7.10.2020. Saatavissa <https://doi.org/10.23996/fjhw.64157>
- Ahvenainen, P., Gylling, J. & Leino, S. 2017. Viiden tähden asiakaskokemus: tee asiakkais-tasi faneja. Helsinki: Kauppakamari.
- Bolle S., Romijn G., Smets E., Loos E., Kunneman M. & van Weert J. 2016. Older Cancer Patients' User Experiences With Web-Based Health Information Tools: A Think-Aloud Study. Journal of Medical Internet Research 18(7): e208. Viitattu 27.1.2021. Saatavissa <https://www.jmir.org/2016/7/e208/>
- Burr, C., Taddeo, M. & Floridi, L. 2020. The Ethics of Digital Well-Being: A Thematic Re-view. Science and Engineering Ethics 26, 2313–2343. Viitattu 3.3.2021. Saatavissa <https://doi.org/10.1007/s11948-020-00175-8>
- Dixon, M., Freeman, K. & Toman, N. 2010. Stop trying to delight your customers. Harvard Business Review 88 (7/8), 116–122.
- Hair, N., Rose, S. & Clark, M. 2009. Using qualitative repertory grid techniques to explore perceptions of business-to-business online customer experience. Journal of Customer Behaviour 8 (1), 51–65.
- Euroopan komissio 2010. Euroopan digitaalistrategia. Viitattu 27.3.2020. Saatavissa <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/FI/ALL/?uri=CELEX%3A52010DC0245>
- Euroopan komissio 2020. Euroopan digitaalista tulevaisuutta rakentamassa. Viitattu 19.1.2021. Saatavissa [https://ec.europa.eu/commission/presscorner/detail/fi/fs\\_20\\_278](https://ec.europa.eu/commission/presscorner/detail/fi/fs_20_278)
- European Comission 2020. DESI country profile (FI). Digitaalitalouden ja -yhteiskunnan in-deksi (DESI) 2020 Suomi. Viitattu 13.1.2021. Saatavissa <https://ec.europa.eu/digital-single-market/en/scoreboard/finland>
- Filenius, M. 2015. Digitaalinen asiakaskokemus – Menesty monikanavaisessa liiketoimin-nassa. Jyväskylä: Docendo.

Galle, N. 2017. Asiakaskokemuksen muodostuminen - asiakaskokemustekijät hammaslääkäriketjun palveluprosessissa. Pro gradu- tutkielma. Lappeenrannan yliopisto: Kauppatieteellinen tiedekunta. Viitattu 23.1.2021. Saatavissa [https://lutpub.lut.fi/bitstream/handle/10024/144033/Gradu%202017\\_Nona%20Galle.pdf?sequence=5](https://lutpub.lut.fi/bitstream/handle/10024/144033/Gradu%202017_Nona%20Galle.pdf?sequence=5)

Gavon Oy, 2020. Viitattu 20.2.2020. Saatavissa <https://www.gavon.fi/>

Gerdt, B. & Eskelinen, S. 2018. Digiajan asiakaskokemus – Oppia kansainvälisiltä huipuilta. e-kirja. Helsinki: Alma Talent.

Heikkilä, T. 2014. Tilastollinen tutkimus. Helsinki: Edita.

Heikkilä, T. 2020. Tilastollinen tutkimus. Viitattu 23.3.2020. Saatavissa <http://www.tilastollinentutkimus.fi/7.RAPORTOINTI/TutkimuksenLuotettavuus.pdf>

Helminen, V. 2018. Asiakaskokemuksen johtaminen ja digitalisaatio asiakaskokemuksen kehittämisessä. Pro gradu- tutkielma. Jyväskylän yliopisto: Kauppakorkeakoulu. Viitattu 10.4.2020. Saatavissa <https://jyx.jyu.fi/bitstream/handle/123456789/59335/URN%3ANBN%3Afi%3Aaju-201808273937.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Hirsjärvi, S., Remes, P. & Sajavaara, P. 2009. Tutki ja kirjoita. Helsinki: Tammi.

Hirvilampi, T. 2015. Kestävän hyvinvoinnin jäljillä - Ekologisten kysymysten integroiminen hyvinvointitutkimukseen. Väitöskirja. Helsingin yliopisto: Valtiotieteellinen tiedekunta, sosiaalitieteiden laitos. Sosiaali- ja terveysturvan tutkimuksia 136. Viitattu 30.9.2020. Saatavissa <https://helda.helsinki.fi/bitstream/handle/10138/154175/Tutkimuksia136.pdf?sequence=4>

Huotari, A. 2017. Digitaalisen asiakaskokemuksen merkitys strategisen johtamisen näkökulmasta. Opinnäytetyö ylempi amk. Laurea ammattikorkeakoulu: Tulevaisuuden johtaminen ja asiakaslähtöinen palveluliiketoiminta. Viitattu 7.5.2020. Saatavissa <https://www.theseus.fi/bitstream/handle/10024/133899/Digitaalisen%20asiakaskokemuksen%20merkitys%20strategisen%20johtamisen%20nakokulmasta.pdf?sequence=1>

Hyppönen, H. & Ilmarinen, K. 2019. Sähköisten sosiaali- ja terveystietojen tarjonta, palvelujen käyttö ja esteet. Teoksessa Kestilä, L. & Karvonen, S. (toim.) Suomalaisten hyvinvointi 2018. Terveiden ja hyvinvoinnin laitos. Helsinki: PunaMusta Oy, 279–290.

Hyppönen, H., Pentala-Nikulainen, O. & Aalto, A-M. 2018. Sosiaali- ja terveydenhuollon sähköinen asiointi 2017. Kansalaisten kokemukset ja tarpeet. Terveiden ja hyvinvoinnin laitos. Raportti 3/2018. Viitattu 23.9.2020. Saatavissa [https://www.julkari.fi/bitstream/handle/10024/136258/URN\\_ISBN\\_978-952-343-103-4.pdf](https://www.julkari.fi/bitstream/handle/10024/136258/URN_ISBN_978-952-343-103-4.pdf)



Jalonen, H., Lehti, M., Tonteri, A., Koskelo, M., Nousiainen, A. & Jäppinen, T. 2017. Signaaleista tulevaisuustarinoihin. Ennakoinnin lyhyt käsikirja. Suomen kuntaliitto. Tampere: Juvenes Print. Viitattu 4.6.2020. Saatavissa [http://shop.kunnat.net/product\\_details.php?p=3436](http://shop.kunnat.net/product_details.php?p=3436)

Jokimäki, P. & Järvinen, T. 2020. Hoitajien tunteet työtään kohtaan yhä lamauttavampia. Viitattu 4.10.2020. Saatavissa <https://www.superliitto.fi/viestinta/ajankohtaista/hoitajien-tunteet-tyotaan-kohtaan-yha-lamauttavampia/>

Jääskeläinen, A., Laihonon, H., Lönnqvist, A., Pekkola, S., Sillanpää, V. & Ukko, J. 2013. Arvoa palvelutuotannon mittareista. Tampereen teknillinen yliopisto. Tekes - teknologian ja innovaatioiden kehittämiskeskus. Tampere: Juvenes Print.

Kaasalainen, K. & Neittaanmäki, P. 2018. Terveys- ja hyvinvointiteknologian sovelluksia ikääntyneiden terveyden edistämiseksi ja kustannusvaikuttavien palvelujen kehittämisessä. Jyväskylän yliopisto: Informaatioteknologian tiedekunnan julkaisuja No. 63/2018. Viitattu 20.2.2021. Saatavissa [https://www.jyu.fi/it/fi/tutkimus/julkaisut/tekes-raportteja/terveys\\_ja\\_hyvinvointiteknologian\\_mahdollisuudet\\_verkkoversio.pdf](https://www.jyu.fi/it/fi/tutkimus/julkaisut/tekes-raportteja/terveys_ja_hyvinvointiteknologian_mahdollisuudet_verkkoversio.pdf)

Kananen, J. 2015. Opinnäytetyön kirjoittajan opas - Näin kirjoitan opinnäytetyön tai pro gradun alusta loppuun. Jyväskylä: Suomen yliopistopaino Oy – Juvenes Print.

Kettunen, J., Kärki, A., Näreaho, S. & Päälyysaho, S. 2019. Ammattikorkeakoulujen opinnäytetöiden eettiset suositukset. Ammattikorkeakoulujen rehtorineuvosto Arene ry. Viitattu 23.3.2020. Saatavissa [http://www.arene.fi/wp-content/uploads/Raportit/2020/AMMATTIKORKEAKOULUJEN%20OPINN%C3%84YTET%C3%96IDEN%20EETTISET%20SUOSITUKSET%202020.pdf?\\_t=1578480382](http://www.arene.fi/wp-content/uploads/Raportit/2020/AMMATTIKORKEAKOULUJEN%20OPINN%C3%84YTET%C3%96IDEN%20EETTISET%20SUOSITUKSET%202020.pdf?_t=1578480382)

Ketokivi, M. 2015. Tilastollinen päättely ja tieteellinen argumentointi. Helsinki: Gaudeamus.

Keränen, N., Kangas, M., Immonen, M., Similä, H., Enwald, H., Korpelainen, R. & Jämsä, T. 2017. Use of Information and Communication Technologies Among Older People With and Without Frailty: A Population-Based Survey. *Journal of Medical Internet Research* 19(2): e29. Viitattu 15.1.2021. Saatavissa <https://www.ncbi.nlm.nih.gov/pmc/articles/PMC5331186/>

Konu, H. 2020. Asiakkaan osallistaminen elämyksellisten matkailupalveluiden kehittämiseen. Teoksessa Konu, H., Pesonen, J. & Reijonen, H. (toim.) *Matkailuliiketoimintaa teoriasta käytäntöön*. Tampere: Vastapaino, 45–68.

- Konu, H. 2016. Customer involvement in new experiential tourism service development. Evidence in wellbeing and nature tourism contexts. Väitöskirja. Itä-Suomen yliopisto, yhteiskuntatieteiden ja kauppatieteiden tiedekunta. Viitattu 13.2.2021. Saatavissa [https://erepo.uef.fi/bitstream/handle/123456789/17152/urn\\_isbn\\_978-952-61-2180-2.pdf?sequence=1&isAllowed=y](https://erepo.uef.fi/bitstream/handle/123456789/17152/urn_isbn_978-952-61-2180-2.pdf?sequence=1&isAllowed=y)
- Korhonen, M. & Virtanen, T. 2015. Digitaalisuus ja asiakaslähtöisyys sosiaali- ja terveydenhuollossa. *Finnish Journal on eHealth and eWelfare*, 7 (4). 237–239. Viitattu 7.10.2020. Saatavissa <https://journal.fi/finjehew/article/view/53522>
- Korkiakoski, K. 2019. Asiakaskokemus ja henkilöstökokemus – Uusi aika, uudenlainen johtaminen. e-kirja. Helsinki: Alma Talent.
- Korkiakoski, K. & Gerd, B. 2016. Ylivoimainen asiakaskokemus: työkalupakki. e-kirja. Helsinki: Alma Talent.
- Kukkonen E. 2016. Gaining more Value from Customer Relationships in the Digital Business Environment. Väitöskirja. Aalto yliopisto: Johtamisen laitos. Viitattu 16.9.2020. Saatavissa <https://aaltodoc.aalto.fi/bitstream/handle/123456789/20376/isbn9789526067155.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Kunnari, M. 2017. Aikuisväestön hyvinvointiin liittyvät huolet ja hyvinvoinnin heikentäjät. Väitöskirja. Oulun yliopisto: Lääketieteellinen tiedekunta. Viitattu 30.9.2020. Saatavissa <http://jultika.oulu.fi/files/isbn9789526215723.pdf>
- Kuula, A. 2006. Tutkimusetiikka – Aineistojen hankinta, käyttö ja säilytys. Tampere: Vastapaino.
- Laki digitaalisten palvelujen tarjoamisesta 306/2019. Viitattu 25.3.2020. Saatavissa <https://www.finlex.fi/fi/laki/alkup/2019/20190306>
- Leinonen, M., Otonkorpi-Lehtoranta, K. & Heiskanen, T. 2017. Kyselyhaastattelu. Teoksessa Hyvärinen, M., Nikander, P. & Ruusuvaori, J. (toim.) Tutkimushaastattelun käsikirja. Tampere: Vastapaino, 87–110.
- Linna, N. 2018. Ikäihmisten digitaalinen syrjäytyminen. Pro gradu -tutkielma. Vaasan yliopisto: Tekniikan ja innovaatiojohtamisen yksikkö, tietotekniikka. Viitattu 20.2.2021. Saatavissa [https://osuva.uwasa.fi/bitstream/handle/10024/9381/osuva\\_8095.pdf?sequence=1&isAllowed=y](https://osuva.uwasa.fi/bitstream/handle/10024/9381/osuva_8095.pdf?sequence=1&isAllowed=y)

Lähdesmäki, T., Hurme, P., Koskimaa, R., Mikkola, L. & Himberg, T. 2015. Menetelmäpolkuja humanisteille. Jyväskylän yliopisto, humanistinen tiedekunta. Viitattu 27.3.2020. Saatavissa <https://koppa.jyu.fi/avoimet/hum/menetelmapolkuja/menetelmapolku/tutkimusstrategiat/maarallinen-tutkimus>

Löytänä, J. & Korteso, K. 2015. Asiakaskokemus – Palvelubisneksestä kokemusbisnekseen. Helsinki: Talentum.

Maijala, R. 2017. Palvelumuotoilu osana digitalisaatiota. Viitattu 6.10.2020. Saatavissa <http://www.palvelupolkuja.fi/palvelumuotoilu/palvelumuotoilu/>

MindTouch Digital Team 2020. What is Customer Effort Score and How is It Measured? Viitattu 6.10.2020. Saatavissa <https://mindtouch.com/resources/what-is-customer-effort-score-and-how-is-it-measured>

Metsämuuronen, J. 2000. Mittarin rakentaminen ja testiteorian perusteet. Helsinki: International Methelp Ky.

Moisanen, K. 2018. Asiakaslähtöisen osaamisen johtaminen vanhuspalveluissa. Väitöskirja. Itä-Suomen yliopisto: Sosiaali- ja terveysjohtamisen laitos, Yhteiskuntatieteiden ja kauppatieteiden tiedekunta. Viitattu 25.2.2021. Saatavissa [https://erepo.uef.fi/bitstream/handle/123456789/19335/urn\\_isbn\\_978-952-61-2775-0.pdf?sequence=1&isAllowed=y](https://erepo.uef.fi/bitstream/handle/123456789/19335/urn_isbn_978-952-61-2775-0.pdf?sequence=1&isAllowed=y)

Murtonen, M. 2013. Supplier-perceived customer value in business-to-business security service. Väitöskirja. Tampereen yliopisto: Teollisuustalouden laitos, Teknis-taloudellinen tiedekunta. Viitattu 24.2.2021. Saatavissa <https://trepo.tuni.fi/bitstream/handle/10024/114706/murtonen.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Mustonen, J. 2012. Palvelukokemus palvelumuotoiluprosessissa. Tapaustutkimuksena päivittäistavarakauppapalvelukokemus. Pro gradu -tutkielma. Lapin yliopisto: Taiteiden tiedekunta, Teollinen muotoilu. Viitattu 13.2.2021. Saatavissa [https://lauda.ulapland.fi/bitstream/handle/10024/60792/ProGradu\\_Mustonen\\_Johanna\\_Palvelukokemus\\_palvelumuotoiluprosessissa.pdf?sequence=1&isAllowed=y](https://lauda.ulapland.fi/bitstream/handle/10024/60792/ProGradu_Mustonen_Johanna_Palvelukokemus_palvelumuotoiluprosessissa.pdf?sequence=1&isAllowed=y)

Mynavigo 2021. Ennakoivaa asiakasohjausta. Viitattu 25.3.2021. Saatavissa <https://mynavigo.fi/home>

Mäkinen, O. 2006. Tutkimusetiikan ABC. Helsinki: Tammi.

NayaDaya 2020. Unique Insight and Fundamental Impact. Viitattu 4.10.2020. Saatavissa <https://www.nayadaya.com/insight-impact>

- Nousiainen, V. 2019. Digihoitopolun asiakaskokemuskyselyn suunnitteluperiaatteet - Mitraaliläppäpotilaan digihoitopolku. Ylempi AMK-opinnäytetyö. Metropolia ammattikorkeakoulu. Viitattu 23.5.2020. Saatavissa [https://www.theseus.fi/bitstream/handle/10024/262580/nousiainen\\_veera.pdf?sequence=2&isAllowed=y](https://www.theseus.fi/bitstream/handle/10024/262580/nousiainen_veera.pdf?sequence=2&isAllowed=y)
- Novak, T. P., Hoffman, D. L. & Yung, Y. 2000. Measuring the Customer Experience in Online Environments: A Structural Modeling Approach. *Marketing Science* 19(1). 22–42.
- Nummenmaa, L., Hari, R., Hietanen, J. & Glerean, E. 2018. Maps of subjective feelings. *Proceedings of the National Academy of Sciences* September 2018, 115 (37) 9198–9203. Viitattu 13.2.2021. Saatavissa <https://doi.org/10.1073/pnas.1807390115>
- Ojasalo, K., Moilanen, T. & Ritalahti, J. 2015. Kehittämistyön menetelmät – uudenlaista osaamista liiketoimintaan. Helsinki: Sanoma Pro Oy.
- Pellikka, R. 2017. Strategiset painopisteet ja kyvykkyydet yhteiskunnan digitalisaatiossa. Teoksessa Lehti, M. & Rossi, M. (toim.) *Digitaalinen Suomi 2017*. 630–640.
- Pine, P.J. & Gilmore, J.H. 1999. The experience economy. Viitattu 23.9.2020. Saatavissa [https://www.researchgate.net/publication/299292969\\_The\\_Experience\\_Economy](https://www.researchgate.net/publication/299292969_The_Experience_Economy)
- Praničević, D., Judita, P. & Mariette, B. 2017. Do older people benefit from digital services? *Dubrovnik International Economic Meeting; Dubrovnik vol. 3, Iss 1*. 145–160. Viitattu 5.3.2021. Saatavissa <https://search-proquecom.ezproxy.cc.lut.fi/docview/2068860222?pq-origsite=primo>
- Päijät-Hämeen hyvinvointiyhtymä 2020. Viitattu 20.2.2020. Saatavissa <https://www.phhyky.fi/fi/yhtyma/>
- Reichheld, F. 2003. The One Number You Need to Grow. *Harvard Business Review* 81(12), 56–64.
- Ronkainen, S., Pehkonen, L., Lindblom-Ylänne, S. & Paavilainen, E. 2011. Tutkimuksen voimasanat. Helsinki: WSOYpro.
- Rosenlund, M. & Kinnunen, U-M. 2018. Ikäihmisten kokemukset terveydenhuollon sähköisten palvelujen käytöstä ja kokemusten hyödyntäminen palvelujen kehittämisessä – kuvaileva kirjallisuuskatsaus. *Finnish Journal of eHealth and eWelfare*, 10 (2–3). 264–284. Viitattu 7.10.2020. Saatavissa [https://www.researchgate.net/publication/325272572\\_Ikaihmisten\\_kokemukset\\_terveydenhuollon\\_sahkoisten\\_palvelujen\\_kaytosta\\_ja\\_kokemusten\\_hyodyntaminen\\_palvelujen\\_kehittamisessa\\_-\\_kuvaileva\\_kirjallisuuskatsaus](https://www.researchgate.net/publication/325272572_Ikaihmisten_kokemukset_terveydenhuollon_sahkoisten_palvelujen_kaytosta_ja_kokemusten_hyodyntaminen_palvelujen_kehittamisessa_-_kuvaileva_kirjallisuuskatsaus)

Röyskö, H. 2016. Kohden vuotta 2020 – näkökulmia digitalisaation vaikutuksista ikääntyvien arkeen. Eläkeläisliittojen etujärjestö EETU ry. Viitattu 28.3.2020. Saatavissa [https://media.sitra.fi/julkaisut/Muut/Kohden\\_vuotta\\_2020.pdf](https://media.sitra.fi/julkaisut/Muut/Kohden_vuotta_2020.pdf)

Saarijärvi, H. & Puustinen, P. 2020. Strategiana asiakaskokemus. Miksi, mitä, miten? Jyväskylä: Docendo.

Saavutettavuus 2020. Viitattu 25.3.2020. Saatavissa <https://www.saavutettavuusvaatimukset.fi/>

Sainio, J. 2019. Pienten ja keskisuurten yritysten asiakaskokemuksen mittaaminen haku- ja mainontapalvelussa. Pro gradu -tutkielma. Vaasan yliopisto: Markkinoinnin laitos, markkinoinnin johtaminen. Viitattu 4.5.2020. Saatavissa [https://osuva.uwasa.fi/bitstream/handle/10024/9524/osuva\\_8794.pdf?sequence=1&isAllowed=y](https://osuva.uwasa.fi/bitstream/handle/10024/9524/osuva_8794.pdf?sequence=1&isAllowed=y)

Salo, S. & Henner, A. 2017. Sosiaali- ja terveydenhuollon uudistus haastaa kyvykkyyden. Teoksessa Koivisto, K., Henner, A. & Kiviniemi, L. (toim.) Hoitotyön koulutus ja tutkimus- ja kehittämistoiminta – ajankohtaisia ja tulevaisuutta ennakoivia haasteita. ePooki. Oulun ammattikorkeakoulun tutkimus- ja kehitystyön julkaisut 43. Viitattu 13.1.2021. Saatavissa <https://www.theseus.fi/bitstream/handle/10024/137200/Sosiaali-%20ja%20terveydenhuollon%20uudistus%20haastaa%20kyvykkyyden.pdf?sequence=1>

Sokoff, P. 2019. Ikääntyneiden näkemyksiä digitaalisten terveyspalvelujen kehittämiseksi hyvinkään sairaanhoitoalueella. YAMK-opinnäytetyö. Lahden ammattikorkeakoulu. Viitattu 12.3.2021. Saatavilla <https://www.theseus.fi/bitstream/handle/10024/263846/Sokoff.Paivi.pdf?sequence=2&isAllowed=y%E2%80%8B>

Sosiaali- ja terveysministeriö & Kuntaliitto 2015. Tieto hyvinvoinnin ja uudistuvien palvelujen tukena. Sote-tieto hyötykäyttöön -strategia 2020. Viitattu 23.9.2020. Saatavissa [https://julkaisut.valtioneuvosto.fi/bitstream/handle/10024/70321/URN\\_ISBN\\_978-952-00-3548-8.pdf?sequence=1&isAllowed=y](https://julkaisut.valtioneuvosto.fi/bitstream/handle/10024/70321/URN_ISBN_978-952-00-3548-8.pdf?sequence=1&isAllowed=y)

STM 2016. Digitalisaatio terveyden ja hyvinvoinnin tukena Sosiaali- ja terveysministeriön digitalisaatiolinjaukset 2025. Viitattu 12.1.2021. Saatavissa <https://julkaisut.valtioneuvosto.fi/bitstream/handle/10024/75526/JUL2016-5-hallinnonalan-digitalisaation-linjaukset-2025.pdf>

Tarssanen, S. & Kylänen, M. 2007. Entä jos elämyksiä tuotetaan? Elämyskolmio-malli elämyksellisyyden tunnistamisessa, arvioinnissa ja vahvistamisessa. Teoksessa Karppinen, S. & Latomaa, T. (toim.) Seikkaillen elämyksiä – seikkailukasvatuksen teoriaa ja sovelluksia. Rovaniemi: Lapin yliopistokustannus.

Tarssanen, S. & Kylänen, M. 2009. Elämys – mikä se on? Teoksessa Tarssanen, S. (toim.) Elämystuottajan käsikirja. LEO Lapin elämysteollisuuden osaamiskeskus. Viitattu 25.2.2021. Saatavissa <http://www.kulmat.fi/images/tiedostot/Artikkelit/elmystuottaja%20ksikirja.pdf#page=>

Tenhunen, M. 2016. NPS, CES, CSAT - miten asiakaskokemusta kannattaa mitata? Viitattu 4.10.2020. Saatavissa <https://www.questback.com/fi/blogi/nps-ces-csat-miten-asiakaskokemusta-kannattaa-mitata/>

Terveystieteiden laiton lakien ja asetusten ajantasainen tila 1326/2010. Viitattu 30.9.2020. Saatavissa <https://www.finlex.fi/fi/laki/ajantasa/2010/20101326>

THL 2016. Hyvinvoinnin mittaaminen. Viitattu 28.3.2020. Saatavissa <https://thl.fi/fi/web/hyvinvointi-ja-terveyserot/eriarvoisuus/hyvinvointi/hyvinvoinnin-mittaaminen>

THL 2017. Sosiaali- ja terveydenhuollon e-palvelut: Mittarit alueittain monipylväskaaviona. Viitattu 10.3.2021. Saatavissa [https://sampo.thl.fi/pivot/prod/fi/steps/kansalais-summary\\_ttiiviste2](https://sampo.thl.fi/pivot/prod/fi/steps/kansalais-summary_ttiiviste2)

THL 2018. Tiedosta arviointiin- tavoitteena paremmat palvelut. Sosiaali- ja terveystieteiden tutkimuskeskus Päijät-Häme. Asiantuntija-arvio, kevät 2018. Viitattu 25.3.2020. Saatavissa [http://www.julkari.fi/bitstream/handle/10024/136057/URN\\_ISBN\\_978-952-343-061-7.pdf?sequence=1&isAllowed=y](http://www.julkari.fi/bitstream/handle/10024/136057/URN_ISBN_978-952-343-061-7.pdf?sequence=1&isAllowed=y)

THL 2019. Hyvinvointi. Viitattu 28.3.2020. Saatavissa <https://thl.fi/fi/web/hyvinvointi-ja-terveyserot/eriarvoisuus/hyvinvointi>

Tietosuojalaki 1050/2018. Viitattu 20.2.2020. Saatavissa <https://www.finlex.fi/fi/laki/ajantasa/2018/20181050?search%5Btype%5D=pika&search%5Bpika%5D=tietosuojalaki>

Tilastokeskus 2020a. Internetin käyttö medioiden seuraamiseen ja viestintään lisääntynyt. Viitattu 13.1.2021. Saatavissa [https://www.stat.fi/til/sutivi/2020/sutivi\\_2020\\_2020-11-10\\_tie\\_001\\_fi.html](https://www.stat.fi/til/sutivi/2020/sutivi_2020_2020-11-10_tie_001_fi.html)

Tilastokeskus 2020b. 70 vuotta täyttäneitä 874 000. Viitattu 13.1.2021. Saatavissa [http://www.stat.fi/til/vaerak/2019/vaerak\\_2019\\_2020-03-24\\_tie\\_001\\_fi.html](http://www.stat.fi/til/vaerak/2019/vaerak_2019_2020-03-24_tie_001_fi.html)

Trustmary 2019. NPS. Viitattu 6.10.2020. Saatavissa [https://www.trustmary.com/wp-content/uploads/2019/07/trustmary\\_nps\\_F\\_300919-1.png](https://www.trustmary.com/wp-content/uploads/2019/07/trustmary_nps_F_300919-1.png)

Tuomi, J. & Sarajärvi, A. 2009. Laadullinen tutkimus ja sisällön analyysi. Helsinki: Tammi.

Tutkimuseettinen neuvottelukunta 2019. Ihmiseen kohdistuvan tutkimuksen eettiset periaatteet ja ihmistieteiden eettinen ennakoarvointi Suomessa. Tutkimuseettisen neuvottelukunnan julkaisuja 3/2019. Viitattu 23.3.2020. Saatavissa [https://www.tenk.fi/sites/tenk.fi/files/Ihmistieteiden\\_eettisen\\_ennakoarvioinnin\\_ohje\\_2019.pdf](https://www.tenk.fi/sites/tenk.fi/files/Ihmistieteiden_eettisen_ennakoarvioinnin_ohje_2019.pdf)

Tuulaniemi, J. 2013. Palvelumuotoilu. Helsinki: Talentum.

Valtioneuvosto 2019a. Sosiaali- ja terveystalouden rakenneuudistus. Viitattu 12.3.2020. Saatavissa <https://valtioneuvosto.fi/marinin-hallitus/hallitusohjelma/sosiaali-ja-terveyspalveluiden-rakenneuudistus>

Valtioneuvosto 2019b. Pääministeri Sanna Marinin hallituksen ohjelma 10.12.2019. OSALLISTAVA JA OSAAVA SUOMI – sosiaalisesti, taloudellisesti ja ekologisesti kestävä yhteiskunta. Viitattu 27.3.2020. Saatavissa [http://julkaisut.valtioneuvosto.fi/bitstream/handle/10024/161931/VN\\_2019\\_31.pdf?sequence=1&isAllowed=y](http://julkaisut.valtioneuvosto.fi/bitstream/handle/10024/161931/VN_2019_31.pdf?sequence=1&isAllowed=y)

Valtiovarainministeriö 2017. Digituen toimintamalliehdotus AUTA-hankkeen projektiryhmän loppuraportti. Viitattu 12.3.2021. Saatavissa: [https://api.hankeikkuna.fi/asiakirjat/2c278a11-3503-448d-803b-14adb2c9c681/33bb419a-a58d-4783-a77c-8266aa7c18bb/KIRJE\\_20180131130831.pdf](https://api.hankeikkuna.fi/asiakirjat/2c278a11-3503-448d-803b-14adb2c9c681/33bb419a-a58d-4783-a77c-8266aa7c18bb/KIRJE_20180131130831.pdf)

Valtiovarainministeriö 2019. Palveluiden hyvällä laadulla digitaalisten palveluiden ensisijaisuuteen. Digitaalisten asiointipalveluiden laatu. Viitattu 27.3.2020. Saatavissa <https://vm.fi/digipalveluiden-laatu>

Valtiovarainministeriö 2020. Digitalisaation edistämisen ohjelma 2020–2023. Viitattu 8.4.2020. Saatavissa <https://vm.fi/documents/10623/1464506/Digitalisaation+edist%C3%A4misen+ohjelman+toimintasuunnitelma/5cd124e3-ec59-2fcb-79e0-a501f7ec404c/Digitalisaation+edist%C3%A4misen+ohjelman+toimintasuunnitelma.pdf>

Vehkalahti, K. 2019. Kyselytutkimuksen mittarit ja menetelmät. e-kirja. Helsingin yliopisto. Viitattu 6.10.2020. Saatavissa <https://helda.helsinki.fi/bitstream/handle/10138/305021/Kyselytutkimuksen-mittarit-ja-menetelmat-2019-Vehkalahti.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Vehmas, K., Tihinen, M. & Seisto, A. 2017. Collaborative Design Boosting Development of Digital Wellness Services. International Journal of Scientific and Technical Research in Engineering, 2(2). 36–49. Viitattu 20.1.2021. Saatavissa <http://www.ijstre.com/Publish/222017/388949328.pdf>

- Vertanen 2019. Tunnetko vihaa, ylpeyttä, iloa vai myötätuntoa? – Mediatalo Keski-suomalaiselle 300 000 euron innovaatiotuki Googelta. Länsiväylä näköislehti 21.3.2019. Viitattu 4.5.2020. Saatavissa <https://www.lansivayla.fi/paikalliset/1347676>
- Vilkka, H. 2007. Tutki ja mittaa. Määrällisen tutkimuksen perusteet. Jyväskylä: Tammi.
- Voutilainen, T. 2020. Digitaalisten palveluiden sääntely. Helsinki: Alma Talent.
- Vuori, A. 2012. Vähävaraisten lapsiperheiden hyvä vointi ja sen tukeminen. Väitöskirja. Tampereen yliopisto: Terveystieteiden yksikkö. Viitattu 11.4.2020. Saatavissa <https://trepo.tuni.fi/bitstream/handle/10024/66970/978-951-44-8980-8.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Watkinson, M. 2019. The truth about the Net Promoter Score and customer experience. Viitattu 11.3.2021. Saatavissa <https://www.methodical.io/the-truth-about-the-net-promoter-score-and-customer-experience/>
- WHO 2020. Health Systems Strengthening Glossary. Viitattu 30.9.2020. Saatavissa [https://www.who.int/healthsystems/hss\\_glossary/en/index5.html](https://www.who.int/healthsystems/hss_glossary/en/index5.html)
- Zeithaml, V. A., Parasuraman, A., & Malhotra A. 2000. A Conceptual Framework for Understanding e-Service Quality - Implications for Future Research and Managerial Practice. Marketing Science Institute, Cambridge, MA, Report No. 00–115. Viitattu 20.2.2020. Saatavissa [https://www.researchgate.net/publication/244448166\\_A\\_Conceptual\\_Framework\\_for\\_Understanding\\_E-Service\\_Quality\\_Implications\\_for\\_Future\\_Research\\_and\\_Managerial\\_Practice](https://www.researchgate.net/publication/244448166_A_Conceptual_Framework_for_Understanding_E-Service_Quality_Implications_for_Future_Research_and_Managerial_Practice)
- Zeithaml, V. A., Parasuraman, A., & Malhotra, A. 2002. Service quality delivery through web sites - a critical review of extant knowledge. Academy of Marketing Science Journal, Fall 30, 362–375. Viitattu 20.2.2020. Saatavissa [https://www.researchgate.net/publication/225427196\\_Service\\_Quality\\_Delivery\\_Through\\_Web\\_Sites\\_A\\_Critical\\_Review\\_of\\_Extant\\_Knowledge](https://www.researchgate.net/publication/225427196_Service_Quality_Delivery_Through_Web_Sites_A_Critical_Review_of_Extant_Knowledge)
- Zemblyté, J. 2015. The Instrument for Evaluating E-Service Quality. Procedia - Social and Behavioral Sciences 213. 801–806. Viitattu 20.2.2020. Saatavissa [https://www.researchgate.net/publication/286542729\\_The\\_Instrument\\_for\\_Evaluating\\_E-Service\\_Quality](https://www.researchgate.net/publication/286542729_The_Instrument_for_Evaluating_E-Service_Quality)
- Yli-Junnila, S., Ristimäki, H., Salakoski, M. & Siirala, M. 2018. Tiedon merkitys ja hallinta asiakasprosesseissa. Teoksessa Ylönen, M. & Suhonen, R. (toim.) Asiakkuus Sote:ssa – ikääntyneen asiakkaan näkökulma. Turun yliopisto: Hoitotieteen laitoksen julkaisuja 81/2018. Turku: Painotalo Painola.



## Liite 1. Ohjeita aineistoa keräävälle opiskelijalle

1. Lue opintojaksotehtävä huolella.
2. Valitse yksi vähintään 65-vuotias henkilö (henkilön tulee olla kognitiivisesti kyvykäs vastaamaan omatoimisesti kysymyksiin sekä ymmärtämään, mitä on tekemässä).
3. Kerro valitsemallesi henkilölle tutkimuksesta (tutkimustiedote) suullisesti ja kirjallisesti.
4. Täytä taustatietolomake tutkimusta varten haastateltavan kanssa.
5. Ohjaa haastateltavaa menemään Päijät-Hämeen hyvinvointiyhtymän sivuille ”Ikääntyneiden palvelut ja kuntoutus” ja etsimään mynavigo-linkki.
6. Ohjaa **tarvittaessa** haastateltavaa hyväksymään evästeet ja käyttöehdot ja täyttämään mynavigo taustatietokysymykset.
7. Pyydä haastateltavaa valitsemaan yksi kysymyssarja. Anna haastateltavan täyttää kysymyssarja rauhassa (vastaamiseen menee kysymyssarjasta sekä haastateltavan vastausten perusteella noin 5–10 minuuttia). Anna haastateltavan tutustua rauhassa palvelun antamaan palautteeseen sekä palveluntarjoajiin.
8. Haastattele kysymyslomakkeen mukaiset kysymykset ja kirjoita avoimet kysymykset paperille tarkasti (haastatteluun menee aikaa noin 30 minuuttia).
9. Pyydä haastateltavalta suostumus tutkimukseen osallistumiseen (haastateltava voi myös kieltäytyä, jolloin laita suostumuslomakkeeseen ruksi kohtaan haastateltava ei halua osallistua tutkimukseen). Allekirjoita suostumuslomake.
10. Laita paperinippu kirjekuoreen. Ota kuori mukaan lähiopetuspäivään 15.4 ja palauta xxxxxxxx, joka toimittaa tutkimukseen suostuneiden paperit jatkokäsittelyyn.
11. Jos osallistut lähipäivään 4.3 etänä, anna tutkittavalle tutkimustiedote sähköisenä tai paperisena. Kirjoita suostumuslomakkeeseen nimesi ja lähetä se xxxxxxxx s-postitse xxxxxxxxxxxx

Liite 2. Tutkimustiedote



TUTKIMUSTIEDOTE

## **TIEDOTE HAASTATELTAVALLE TUTKIMUKSESTA, jossa tutkitaan Mynavigo-palvelua käyttäneiden kokemuksia ja palvelun vaikutuksista hyvinvointiin**

Opiskelemme LAB-ammattikorkeakoulussa ylempää ammattikorkeakoulututkintoa (sairaanhoitaja) Asiakkuusjohtaminen sosiaali- ja terveystieteiden koulutusohjelmassa. Teemme opinnäytetyönä tutkimuksen, joka liittyy Mynavigo-palvelun pilotointiin. Gavon Oy on luonut digitaalisen käyttöliittymän ennakoivaan asiakasohjaukseen. Pilottihanke toteutetaan Päijät-Hämeen hyvinvointikuntayhtymän ikääntyneiden palveluiden toimialan kanssa.

Mynavigo-palvelu on ennakoivaa asiakasohjausta, joka on linkitetty Päijät-Hämeen hyvinvointikuntayhtymän asiakasohjaus Siirin verkkosivulle. Palvelu on tarkoitettu ensisijaisesti säännöllisen palvelun ulkopuolella oleville vähintään 65-vuotiaille kuntalaisille. Palvelussa asiakkaan on mahdollista arvioida omaa hyvinvointiaan, arjen kyvykkyyttään ja arjen tukipalvelujen tarvetta. Palvelu ohjaa itsearvioinnin perusteella elämäntapamuutokseen ja tarjoaa tietoa alueen palveluiden tarjoajista.

Opinnäytetyötä varten on myönnetty tutkimuslupa 6.2.2020 LAB-ammattikorkeakoulun Hyvinvointialan johtaja xxxxx xxxxxxxxxxxx.

### **Tutkimuksen tavoite ja tarkoitus**

Tavoitteena on saada tietoa Mynavigo-palvelua käyttäneiden kokemuksista sekä palvelun ensivaikutelmista vastaajan hyvinvointiin. Tarkoituksena on ikääntyneiden hyvinvoinnin edistäminen digitaalisten palveluiden avulla.

### **Tutkimuksen tekeminen**

Haastatteluaineisto kerätään LAB-ammattikorkeakoulun Asiakas ja digitaalinen asiakaskokemus opintojakson (yamk) opiskelijoiden kanssa yhteistyössä. Opiskelijat tekevät yksilötehtävänä haastattelun yhdelle vähintään 65-vuotiaalle Mynavigo-palvelua käyttäneelle. Tutkimusaineisto kerätään 4.3.-6.5.2020.

### **Luottamuksellisuus**

Tutkimuksen teossa noudatetaan Tutkimuseettisen neuvottelukunnan hyvän tieteellisen käytännön menettelytapoja, jotka turvaavat haastateltavan anonymiteetin ja tutkimukseen osallistumisen vapaaehtoisuuden säilymisen tutkimuksen kaikissa vaiheissa. Haastattelun avulla saatua tietoa ja tutkimustuloksia käsitellään tietosuojalain (1050/2018) edellyttämällä tavalla. Tutkimukseen osallistuvalta ei kerätä henkilötietoja. Tutkimusraportissa haastateltava ei ole tunnistettavissa.

### **Tutkimustuloksista tiedottaminen**

Tästä tutkimuksesta kirjoitetaan tutkimusraportti, joka on LAB-ammattikorkeakoulun Asiakkuusjohtaminen sosiaali- ja terveystieteissä (yamk) -tutkintoon liittyvä opinnäytetyö. Opinnäytetyön suunniteltu julkaisuaika on 2020 loppuun mennessä. Julkaisun jälkeen valmis opinnäytetyö on luettavissa Theseus-tietokannasta.

### **Mikäli sinulla on kysyttävää tutkimukseen liittyen, ota yhteyttä**

Opinnäytetyön tekijät

Leena Mäkitalo

Maaret Rajala

Opinnäytetyön ohjaaja

xxxxx xxxxxxxx

**Haastattelututkimus Mynavigo-palvelua käyttäneiden kokemuksista ja palvelun vaikutuksista hyvinvointiin**

Olen antanut haastateltavalle sekä kirjallista että suullista tietoa tutkimuksesta. Haastateltavani ymmärtää, että tutkimukseen liittyvä haastattelu perustuu vapaaehtoisuuteen ja luottamuksellisuuteen. Haastateltava tietää antavansa tiedot tutkimuskäyttöön. Haastateltava tietää, että hänellä on mahdollisuus, milloin tahansa perua suostumus ilman perusteluja ilmoittamalla siitä haastattelun tehneelle opiskelijalle, joka ilmoittaa asiasta tutkimuksen tekijöille. Tällöin haastatteluaineistoa ei käytetä tutkimuksessa, ellei aineistoa ole ehditty analysoida.

Noudatan salassapitovelvollisuutta ja suojaan haastateltavan anonymiteetin.

Tämä lomake käsitellään luottamuksellisesti henkilötietolain edellyttämällä tavalla. Tietosi tallentuvat tähän lomakkeeseen, josta muodostuu henkilökisteri. Tutkijat säilyttävät henkilökisteriä lukitussa tilassa ja rekisteri hävitetään tutkimuksen valmistuttua oppilaitoksen tietoturvajätteisiin.

- Haastateltavani osallistuu tutkimukseen**
- Haastateltavani ei halua osallistua tutkimukseen**

-----  
Päivämäärä

-----  
Haastattelijan allekirjoitus

-----  
Nimenselvennys

## Liite 4. Mynavigo-palvelun kyselylomake

**Mynavigo-palvelun haastattelulomake****1. Sukupuoli**

- nainen
- mies
- en halua kertoa

**2. Ikä**

- 65-70 vuotta
- 71-75 vuotta
- 76-80 vuotta
- yli 80 vuotta

**3. Koulutustausta**

- perusasteen tutkinto (kansa-, keski- ja peruskoulu)
- keskiasteen tutkinto (ammattikoulu, ylioppilas)
- alempi korkeakouluaste (ammattikorkea, tiedeyliopiston kandiditutkinto)
- ylempi korkeakouluaste (yamk, maisteritutkinto)
- tiedekorkeakoulun jatko-opinnot (tohtori, lisensiaatti)
- joku muu, mikä?

**4. Pitkäaikaissairaudet (esim. diabetes, verenpainetauti, masennus)**

- minulla ei ole todettuja pitkäaikaissairauksia
- minulla on todettu yksi pitkäaikaissairaus
- minulla on todettu kaksi tai useampia pitkäaikaissairauksia

5. Onko sinulla jokin toimintarajoite tai vamma, joka vaikuttaa digitaalisen palvelun käyttöön?

- kyllä, mikä?
- ei

6. Käytättekö jotain avustavaa teknologiaa digitaalisten palveluiden käytössä?

- kyllä, mitä?
- ei

7. Oletteko tehneet aikaisemmin digitaalisia hyvinvoinnin edistämisen arviointeja?

- olen, mitä?
- en ole

8. Arvioi omaa hyvinvointiasi tällä hetkellä asteikolla 1-10 (1=huonoin ja 10=paras mahdollinen)

0

9. Koetko tarvitsevasi hyvinvointia tukevia palveluita?

- kyllä
- ei

10. Millä laitteella käytitte mynavigo-palvelua?

- Tietokoneella
- Tabletilla
- Älypuhelimella

**11. Oletteko kuulleet mynavigo-palvelusta aiemmin?**

- Kyllä, mistä?
- Ei

**12. Oletteko käyttäneet mynavigo-palvelua aiemmin?**

- Kyllä
- Ei

**13. Valisemani kysymyssarja on**

- Muisti, keskittymis- ja oppimiskyky
- Ravitsemus
- Liikunta
- Ihmissuhteet
- Arjessa selviytyminen
- Taloudenhallinta
- Mieliala
- Ahdistuneisuus
- Päihteet

**14. Valitkaa mielipidettänne parhaiten kuvaava vaihtoehto**

	1 täysin eri mieltä	2 jokseenkin eri mieltä	3 jokseenkin samaa mieltä	4 täysin samaa mieltä
Mynavigo-palvelu löytyi helposti	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Mynavigo-palvelun aloitussivu oli selkeä	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Mynavigo-palvelun käytön aloittaminen oli helppoa	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

15. Mitä muita havaintoja teitte mynavigo-palvelun käytön aloittamisesta?


16. Valitkaa mielipidettänne parhaiten kuvaava vaihtoehto

	1 täysin eri mieltä	2 jokseenkin eri mieltä	3 jokseenkin samaa mieltä	4 täysin samaa mieltä
Mynavigo-palvelu oli helppokäyttöinen	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Mynavigo-palvelun käyttö oli sujuvaa	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Mynavigo-palvelussa navigointi oli käyttäjäystävällistä	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Mynavigo-palvelun ulkoasu oli selkeää	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Mynavigo-palvelun teksti oli selkeää	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Mynavigo-palvelun kieli oli ymmärrettävää	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Kysymyssarjoista löytyi helposti minulle sopiva vaihtoehto	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Kysymyssarjan täyttäminen oli yksinkertaista	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Kysymyssarja eteni johdonmukaisesti	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Kysymyssarjan täyttäminen sujui vaivattomasti	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Mynavigo-palvelun sisältö oli ymmärrettävää	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Mynavigo-palvelu kannusti tutustumaan sisältöön tarkemmin	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

17. Mitä muita havaintoja teitte mynavigo-palvelun käytöstä?




**18. Valitkaa mielipidettänne parhaiten kuvaava vaihtoehto**

	1 täysin eri mieltä	2 jokseenkin eri mieltä	3 jokseenkin samaa mieltä	4 täysin samaa mieltä
Kysymyssarjasta saatu palaute oli helposti ymmärrettävää	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Kysymyssarjasta saatu palaute oli minulle hyödyllistä	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Kysymyssarjasta saatu palaute oli riittävää	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Kysymyssarjasta saatu palaute oli yksilöllistä	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Mynavigo-palvelusta saatu tieto oli luotettavaa	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Mynavigo-palvelusta saatu tieto oli ymmärrettävää	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Mynavigo-palvelu antoi minulle hyödyllistä tietoa hyvinvointini edistämiseen	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Hyödynnän mynavigo-palvelun antamaa palautetta hyvinvointini edistämiseen	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

**19. Mynavigo-palvelu ehdotti minulle palveluntarjojia**

- Kyllä
- Ei

**20. Jos palvelu ehdotti sinulle palveluntarjoajia, valitkaa mielipidettänne parhaiten kuvaava vaihtoehto**

	1 täysin eri mieltä	2 jokseenkin eri mieltä	3 jokseenkin samaa mieltä	4 täysin samaa mieltä
Palvelu antoi riittävästi tietoa palveluntarjoajista	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

	1 täysin eri mieltä	2 jokseenkin eri mieltä	3 jokseenkin samaa mieltä	4 täysin samaa mieltä
Ehdotukset palveluntarjoajista olivat monipuolisia	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Palvelu tarjosi juuri minulle sopivia vaihtoehtoja palveluntarjoajista	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Palvelun ehdottamat palveluntarjoajat olivat minulle hyödyllisiä	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Aion ottaa yhteyttä ehdotettuun palveluntarjoajaan	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

**21. Miten aiotte hyödyntää mynavigo-palvelun antamaa tietoa hyvinvointinne edistämiseksi?**


**22. Mitä muita havaintoja teitte mynavigo-palvelun sisällöstä?**


**23. Valitkaa mielipidettänne parhaiten kuvaava vaihtoehto**

	1 täysin eri mieltä	2 jokseenkin eri mieltä	3 jokseenkin samaa mieltä	4 täysin samaa mieltä
Mynavigo-palvelu vastasi henkilökohtaiseen tarpeeseeni	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Mynavigo-palvelu tarjosi juuri minulle sopivia vaihtoehtoja hyvinvointini edistämiseen	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Mynavigo-palvelu vastasi odotuksiani	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Liite 5. Avointen kysymysten teemoittelutaulukko

Pääluokka (teema)	Alaluokka	Alkuperäinen ilmaus
KÄYTETTÄVYYS	Verkkosivusto (ulkoasu, linkitys ja tietojen tarkkuus, rakenne ja asettele, pääsy verkkosivustolle, helppokäyttöisyys, löydettävyys)	<ul style="list-style-type: none"> <li>-Teksti ruudulla liian pieni.</li> <li>-Ikääntyneiden palvelut ja kuntoutuspalkki liian pienellä.</li> <li>-Tekstin pohjaväri pitäisi olla selkeä, mahdollisesti valkoinen.</li> <li>-Sivu oli selkeä.</li> <li>-Tekstin hahmottaminen vaikeaa harmaalta pohjalta. Pitäisi olla valkoinen.</li> <li>-Teksti liian pienellä.</li> <li>-Helppo, kun ensin pääsin sivulle. Kun ensin löytyi nimi, voisi laittaa suomeksi.</li> <li>-On kauheen pitkä nimi. En olisi tiennyt tätä hakia.</li> <li>-Ensimmäisenä testipäivänä linkki ei toiminut.</li> <li>-Ensimmäisenä päivänä palvelu ei auennut, seuraava aukesi.</li> <li>-Saisi olla vielä selvempi.</li> <li>-Käyttölogiikan ymmärtäminen vei hetken.</li> <li>-Muutama "palkki" liikaa. Aina ei tiennyt, miten edetä. Kunnan valitseminen oli vaikeaa. Valintakehikko oli vaikea aktivoida.</li> <li>-Oli helppo lähteä liikkeelle, ei muita havaintoja.</li> <li>-Ei ylimääräisiä klikkauksia.</li> <li>-Mynavigo löytyy helposti, jos sitä hakee mynavi-sanalla. Jos hakee Päijät- Hämeen sivuilta, palvelu ei löydy helposti. Vaatii useamman klikkauksen ja tarkat silmät, koska linkki sivun alalaidassa.</li> <li>-Ensi yrittämällä sivut eivät toimineet (vika palvelun tarjoajassa 11-12.3.2020. Palvelun nimi ei kovin asiakaslähtöinen, nimi ei kerro mitään suomeksi palvelusta.</li> <li>-Ei ongelmia. Aloitus sivulta ei suoraan selvinnyt, minkälaisia asioita tässä selvittellään ennen kuin hoksasi rullailla alaspäin, jossa oli vähän osviittaa. Voisivat olla paremmin näkyvissä heti.</li> <li>-Pitääkö kirjaaminen/kirjautuminen tehdä uudestaan, jos tekee useamman testin/kysymyssarjan?</li> <li>-Kohderyhmää ajatellen ohjelman nimi ei ole selkeä</li> <li>-Ohjelman "ohjaajuutta" tulee kehittää.</li> <li>-Kaikki kohdat eivät toimineet, en saanut laitettua painoa</li> <li>-Palvelun aloituspainike ei löytynyt helposti.</li> <li>-Linkki olisi helpottanut</li> <li>-Ei ilman neuvoa olisi älynnyt, miten käytetään. Aloitus epäselvä.</li> <li>-Piti miettiä mistä palvelu aloitetaan, ei ollut ihan selvää.</li> <li>-Ohjelma on ärsyttävän simpelli ja liian pelkistetetyt sivut. Antaa vaikutelman, että puuhastellen tehty.</li> <li>-Vaikuttaa ja taitaa ollakin vielä keskeneräinen.</li> <li>-Joka osaa käyttää tietokonetta niin on ihan hyvä sivu.</li> <li>-Kysymyksiä oli helppo seurata.</li> <li>-Miten palata takaisin kysymysten jälkeen? Vihjeitä ja ohjeita oli paljon, voisivatko olla selkeämmin esillä kyselyn jälkeen?</li> <li>-Melko helppokäyttöinen.</li> <li>-Palvelua oli helppo käyttää</li> <li>-Tehdessäni kysymyssarjan toisensa perään, jouduin poistumaan edellisen kysymyssarjan ruksin ennenkuin pääsin eteenpäin.</li> <li>-Oman tuloksen lähettäminen sähköpostiin tai sen tallentaminen ei vielä toiminut ei tabletilla eikä pc:llä. Ravitsemus osan alkuun tuli jotain ylimääräistä englanninkielistä tekstiä, minua ei häirinyt, jotain muuta voi häiritä.</li> <li>-Halua tutustumiseen olisi ollut, mutta uuden kyselysarjan aloittaminen epäselvää, pitääkö tunnukset laittaa aina uudelleen?</li> <li>-Yksinkertainen.</li> <li>-Hyvin onnistui palvelun käyttö.</li> <li>-Pohja ei toimi loogisesti, toimi vain osio kohdalla. Linkit häiritsivät vastaamista.</li> </ul>

		<ul style="list-style-type: none"> <li>-Sähköpostiin lähettäminen ei onnistunut, tallentaminenkaan ei onnistunut pdf-muodossa. Tulostus onnistui omalle tulostimelle.</li> <li>-Kysely eteni loogisesti.</li> <li>- Selkeä, helppo omaksua, kevyt</li> <li>- Sähköpostiin lähetetty palaute oli tyhjä.</li> </ul>
<p><b>KÄYTETTÄVYYS</b> <b>HYÖDYNETTÄVYYS</b></p>	<p>Palvelun laatu (yksityisyys, turvallisuus, luotettavuus, lupaus-ten täyttyminen, ymmärrettävyys, tehokkuus, yksilöllisyys)</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>-Ensimmäisen kerran yrittäessäni mennä palveluun ei tietoturva-osiota saanut näkyviin.</li> <li>-Pitäisi paneutua paremmin, että voisi vastata tarkemmin.</li> <li>-Epäselvyyttä, valitsin palveluvaihtoehtoja puolesta.</li> <li>-Mikä on pdf-tiedosto? Miksi palvelu ehdotti sen lataamista?</li> <li>-Ravitsemus osio oli vähän epäselvä.</li> <li>-Vastausten analysoinnin tulokset esitettiin selkeässä ja yksinkertaisessa muodossa.</li> <li>-Ensin ajattelin onko tämä turhaa, mutta sitten onkin ehkä hyvä.</li> <li>-Olihan siinä kaikenlaisia kysymyksiä.</li> <li>-Olisiko sivu oman hyvinvoinnin ja kunnon itsekehittämiseen mahdollinen? Niihin voisi lisätä esim. seurantalomake liikunnasta, ravinnosta ym.</li> <li>-Vanhuksille sopiva palvelu löytyy paljon mielenkiintoista tutustuttavaa</li> <li>-Haluaisin kokeilla muitakin testejä.</li> <li>-Palvelu ei antanut uutta informaatiota, mutta vahvisti omia mielikuvia terveydentilastani.</li> <li>-Joidenkin kysymyssarjojen anti olematon.</li> <li>-Joissakin kohdin vastausvaihtoehdot olivat huonoja kysymyksiin nähden (esim. ahdistuneisuus kohta)</li> <li>-Miten kohderyhmät löytävät palvelun? Tulos? Mitä sitten? Saako tarvitsemansa avun? Aika kevyttä asiaa.</li> <li>-Tunsin itseni oikein hyväkuntoiseksi ja sain hyviä tuloksia. Jäin miettimään, että onko tarkoitus, että käyttäjät ovat huonompikuntoisempia?</li> <li>-Pituus-painokurva oli hankala ymmärtää</li> <li>-Ylipainosta ei mitään, ainoastaan alipaino/ravitsemus</li> <li>-Kysymykset vääränlaisia/erilaisia, mitä odotin</li> <li>-Ei ehdottanut palveluntarjoajia, kun vastaaja muulta alueelta.</li> <li>-Taustatietoja kartoitettiin liian suppeasti vrt omaelämäntilanne ja mielenterveys.</li> <li>-Kysymyssarja oli lyhyt. Tarkempi ja yksityiskohtaisempi kysely voisi olla tarpeen mielialaa arvioidessa. Kysymykset olivat pinnallisia.</li> <li>-Onko rastiustehtäväpaketti riittävän laaja antamaan arviota ihmisen tilanteesta? Kysymykset hyviä.</li> <li>-Palaute täsmällistä vastausten perusteella. Vaikuttaako taustatiedot esitettyihin kysymyksiin? Vaikuttaako vastaukset kysymyksiin?</li> <li>-Mieleen tulee kysymys, että ketä tämä ohjelma palvelee, palveluntarjoajia? Laitoin kysymyksiin rapakuntoisen mummon vastauksia, että tulisi palveluntarjoajien sivuja ja tuli tuntuma, että ohjelmalla on tarkoitus kalastaa asiakkaita palveluntarjoajille. Kieltämättä on hyvä niille, jotka saavat apua oloonsa ja eloonsa.</li> <li>-Testimielessä menin läpi kaikki osiot - ohjelma vaikuttaa ajanvietepuuhastelulta.</li> <li>-Yksilöllisyys jäi ohueksi, kun kysymyksiä oli vähän.</li> <li>-Esimerkiksi ikäihmisille nimen pitäisi kertoa mistä on kysymys.</li> <li>-Sisältö oli niin mielenkiintoinen, että vastasin useampaan kysymyssarjaan.</li> <li>-Vastausten analysoinnissa oli hyvää kysymys "mitä itse voit tehdä?"</li> <li>-Ahdistuneisuus kohdassa vastausvaihtoehdot ovat huonot, eivät sovi kysymyksiin ja vaihtoehtoja liian vähän.</li> <li>-Kysymyssarjat kattavat, hyvät ja tietoa runsaasti vastauksissa.</li> </ul>

		<p>-Ehdotetut palveluntarjoajat eivät sovellu, koska ovat eri kunnan alueella.</p>
<p><b>HYÖDYNNETTÄVYYS</b></p>	<p>Ensireaktiot palvelun hyödynnettävyydestä hyvinvoinnin edistämässä (kysymys: miten aiotte hyödyntää mynavigo-palvelun antamaa tietoa hyvinvointinne edistämiseksi?)</p>	<p>-En mitenkään.          -En aio.          -Ei ajatusta.          -En osaa sanoa.          -En saanut tästä hyötyä.          -Toistaiseksi en mitenkään.          -Mä luen kaikki nämä ja teen nämä testit.          -En tällä hetkellä mitenkään.          -Ei ole tarvetta.          -Tiedän, mistä palveluja saa, jos niille tulee tarve.          -En nyt. Joskus, kun tarve - otan yhteyttä palveluntarjoajaan.</p> <p>-Aion olla yhteydessä asiakasohjaus Siiriin.          -En tässä vaiheessa tarvitse palveluja. Hyvä on kuitenkin tietää mistä niitä tarvittaessa löytää.          -Harkitsen ulkopuolisen avun hankintaa raskaimpiin kotitöihin.          -Kun asiat ovat jokseenkin kunnossa (vielä), ei sinänsä tarvetta kääntyä esim. palveluntarjoajien puoleen.          -Palvelu arvioi ravitsemuksen olevan hyvällä tolalla. Aion jatkaa samaan malliin.          -Mietiskelen ja pohdin tietoa itse ja voi olla, että suunnittelen paluuta sosiaalisempaan elämään.          -Voisin tehdä muutoksia elämäntapoihin saadun palautteen perusteella.          -Liikunnan lisääminen.          -Palvelu kehotti jatkamaan samaan malliin. Se oli hyvä ohje.          -Näillä eväillä voi jatkaa. Nykyinen tilanne oli myös testien mielestä hyvä. Aion tutustua muihinkin testeihin.          -Tiesin ongelmat jo etukäteen ja ne ovat olleet aina ongelmiani - liikuntaa lisää, painoa pois. Yritetään, yritetään edelleen.          -Aion jatkaa samalla tavalla hyvinvointini edistämistä.          -Pitää lenkkeillä enemmän.          -En oikein mitenkään - ei uutta tietoa. Muistuttelua, miten tulisi syödä.          -Yritän kiinnittää huomiota palvelun antamaan palautteeseen.          -En näe nyt tarvetta hyödyntää, kun vastaukset olivat hyviä.          - Monipuolistan liikuntatottumuksiani, etenkin reipasta liikuntaa lisää säännöllisemmäksi.          -Tulokset vahvistivat omaa käsitystäni voinnistani eri osa-alueiden suhteen.          -Sinänsä tämä on hyödyllinen tilannetarkastelu tehdä esim. keran vuodessa.          -Tutustun palautteen tiedoissa oleviin lisäinfo-linkkeihin.          -Tässä on sellainen lue lisää niin mä haluan nämä kaikki tutkia.          -Tutkimalla lisää.          -Aion tutkia sivustoa lisää.          -Mahdollisuus saada monipuolista tietoa.          -Nice to know-juttua.          -Palvelu herätti ajatuksia.          -En ajatellut asiaa, rastia ruutuun.          -Ei muita merkittäviä havaintoja.          -Ei tullut ajateltua käytön aikana.</p>