



# Turvallisen käyttäytymisen edistäminen kuluttajapalveluissa asiakaslähtöisin menetelmin

Petteri Mustonen

2019 Laurea



Laurea-ammattikorkeakoulu

**Turvallisen käyttäytymisen edistäminen  
kuluttajapalveluissa asiakaslähtöisin  
menetelmin**

Petteri Mustonen  
Tulevaisuuden johtaminen ja asiakaslähtöinen palveluliiketoiminta  
Opinnäytetyö  
Syyskuu, 2019

Tulevaisuuden johtaminen ja asiakaslähtöinen palveluliiketoiminta Tradenomi (YAMK)

Petteri Mustonen

### Turvallisen käyttäytymisen edistäminen kuluttajapalveluissa asiakaslähtöisin menetelmin

Vuosi 2019 Sivumäärä 73

---

Opinnäytetyön tarkoituksena oli tutkia, miten kuluttajapalveluihin osallistuvien asiakkaiden turvallista käyttäytymistä voidaan edistää siten, että käyttäytymisen muutoksella olisi vaikutusta kuluttajapalveluissa tapahtuneiden loukkaantumisten vähentymiseen. Tavoitteena oli saada opinnäytetyön toimeksiantajana toimivalle valvovalle viranomaiselle Turvallisuus- ja kemikaalivirastolle (Tukes) tietoa valvontatyön tueksi sekä avustaa palveluntarjoajia näiden suunnitelmassa ja valitessa keinoja tiedottaa asiakkaita palveluun liittyvistä vaaroista.

Opinnäytetyössä laadittiin suuntaviivat asiakkaiden turvallisen käyttäytymisen edistämiseksi. Liikunnalliseen ja suuririskiseen kuluttajapalveluun osallistuvia asiakkaita havainnointiin osana opinnäytetyön tutkimushanketta ja asiakasymmärrystä syvennettiin laatimalla palvelupolku neljän kuvitteellisen asiakkaan osallistumisesta suuririskiseen elämispalveluun. Laaditut suuntaviivat muodostuivat opinnäytetyön keskeisistä elementeistä ja ne perustuvat kirjallisuuslähteisiin, havainnointitutkimukseen sekä palvelupolkuun. Suuntaviivat sisältävät neljä ydinkohtaa, joita voidaan soveltaa kuluttajapalvelun turvallisuuden edistämässä.

Tietoperustassa esitellään erilaisia päätöksentekoon liittyviä ilmiöitä, riskikäyttäytymistä, riskikommunikaation merkitystä sekä varoituksiin liittyviä haasteita. Riskikommunikaatiolla on tärkeä osa riskikäyttäytymiseen vaikuttamisessa ja riskitietoisuuden lisäämisessä. Varoitusten ja ohjeiden avulla asiakkaiden käyttäytymistä pyritään ohjaamaan turvallisempaan suuntaan. Valinnanvapaus on suuri mitä tulee käytettävien keinojen valintaan eikä laki tai viranomaisohjeet ota kantaa siihen mikä on soveltuvin keino kussakin tilanteessa. Varoitusten haasteena on se, että ne eivät aina välttämättä johda tavoiteltuun lopputulokseen koska ihmiset tulkitsevat riskiviestejä yksilöllisesti. Varoituksiin ei välttämättä kiinnitetä lainkaan huomiota tai sitten ne eivät onnistu aiheuttamaan muutosta käyttäytymisessä.

Riskikommunikaation, kuten varoitusten lisäksi palvelu tulisi suunnitella siten, että turvallinen käyttäytyminen on mahdollisimman helppoa. Asiakkaita tulee ajoittain tuupata hienovaraisesti oikeaan suuntaan, kohti turvallisempia valintoja. Joskus pelkkä tuupaus ei riitä ja ajoittain voi olla tarpeen turvautua hieman kovempiin tönäisyihin riittävän vaikutuksen aikaansäämiseksi. Oleellista on, että asiakkaiden ohjaamiseen tarkoitetut keinot perustuvat asiakasymmärrykseen ja että toimenpiteissä on huomioitu erilaisten tunnistettujen käyttäjäryhmien tarpeet. Palveluun osallistuvat asiakkaat määrittelevät viime kädessä käytettävien keinojen kuvuuden.

Asiasanat: riskikäyttäytyminen, päätöksenteko, riskikommunikaatio, kontaktipiste, palvelupolku

Degree Programme in Future Studies and Customer-Oriented Services Master's Thesis

Petteri Mustonen

### Improving safety in consumer services with customer oriented methods

Year	2019	Pages	73
------	------	-------	----

---

The purpose of this thesis was to explore how to influence safe behaviour among customers participating consumer services in a way that it would decrease accidents. Aim was to aid the commissioner of the thesis Safety and Chemicals Agency (Tukes) in its surveillance and assist service providers when they plan and implement means to inform customers about the hazards related to the service.

Guidelines were drafted in the thesis to improve the safety behaviour of the customers. Customer behaviour was observed in a sporty and high-risk consumer service as a part of the research project. Customer insight was deepened by drafting a customer journey map with four customers participating in a high-risk experience service. Guidelines were formed from the fundamental parts of the thesis and they are based on the literature, observation study and the customer journey map. Guidelines include four core principles that can be applied to improve the safety of consumer service.

Decision making, risk behaviour, relevance of risk communication and challenges related to warnings are introduced in the knowledge base of the thesis. Risk communication is important when trying to influence risky behaviour and increase risk awareness. Warnings and instructions are means to steer customers in a safer direction. There are a variety of ways to do this and the law nor the guidelines given by the authority doesn't state which way is appropriate in different situations. Warnings are challenging because people interpret risk messages in individual ways. Warnings might be left totally unnoticed or they don't influence behaviour accordingly.

Besides risk communication, service should be designed so that behaving safely is as easy as possible. Occasionally customers need a little nudge to steer them in right direction, towards safer options. Sometimes nudging is not enough and there is a need for a bit of a shove to generate adequate response. It is essential that means to guide customers are based on customer insight and that the measures take different user groups into consideration. In the end, customers that participate in consumer services are the ones that dictate the severity of the measures.

Keywords: risk behavior, decision making, risk communication, customer touchpoint, customer journey map

## Sisällys

1	Johdanto.....	6
1.1	Opinnäytetyön tarkoitus ja tavoite .....	6
1.2	Kehittämistehtävä ja tutkimusongelma .....	8
1.3	Toimeksiantaja ja työn hyödyllisyys.....	9
2	Tietoperusta .....	11
2.1	Kuluttaja päätöksentekijänä .....	11
2.1.1	Riskikäyttäytyminen ja riskitietoisuus .....	13
2.1.2	Riskikommunikaatio - miksi se on tärkeää .....	16
2.2	Asiakkaille annettavat tiedot ja käyttäytymiseen vaikuttaminen.....	19
2.2.1	Varoitukset käyttäytymistä ohjaavina interventioina .....	21
2.2.2	Varoituksiin liittyvät haasteet .....	26
2.2.3	Lempeä tuupaus vai läimäys kasvoille .....	29
3	Tutkimus- ja kehittämishankkeen kuvaus.....	33
3.1	Havainnointitutkimus .....	34
3.1.1	Havainnointiaineiston kokoaminen ja analysointi.....	36
3.1.2	Havainnointitutkimuksen tulokset .....	39
3.1.3	Havainnointitulosten tarkastelu .....	43
3.1.4	Tutkimuksen luotettavuus.....	45
3.2	Kehittämishanke .....	46
3.2.1	Palvelupolku kehittämisen menetelmänä .....	46
3.2.2	Kehittämishankkeen toteutus.....	48
3.2.3	Pohdinta ja suuntaviivojen laatiminen .....	53
4	Arviointi .....	58
4.1	Johtopäätökset .....	58
4.2	Opinnäytetyön jatkokehittämisaiheet ja tulosten laajempi hyödynnettävyys ....	59
	Lähteet.....	61
	Kuviot .....	65
	Liitteet .....	66

## 1 Johdanto

Ihmisillä on mahdollisuus osallistua vapaa-ajalla erilaisiin kuluttajapalveluihin, kokea elämyksiä, harrastaa liikuntaa ja edistää omaa hyvinvointia. Kuluttajapalveluilla tarkoitetaan palvelua, jota tarjotaan pääasiassa yksityishenkilöille käytettäväksi vapaa-ajalla, harrastuksissa tai muissa aktiviteeteissa. Vapaa-ajan harrastaminen on jokaisen oikeus ja yksilönvapauteen kuuluva itsensä toteuttamisen muoto. Lisäksi se on myös kansanterveyden edistämisen kannalta tärkeää.

Vapaa-ajan palveluiden suosio on ollut lähivuosina kasvussa. 2010-luvun alussa palveluiden osuus kotitalouksien kulutusmenoista erkani selvästi tavaroiden kuluttamisesta. Esimerkiksi kauppakeskukset eivät enää pärjää vain tavaroita myymällä, ne ovat nykyään enemmänkin palveluiden keskittymiä. Ihmiset eivät myöskään enää esittele sosiaalisessa mediassa tavaroita entiseen malliin, vaan enemmänkin erilaisia kokemuksiaan, kuten seikkailuelämyksiä. (Niskakangas 2019.)

Ihmiset olettavat, että kuluttajapalvelut ovat suunniteltu siten, että niihin ei sisälly merkittäviä vaaroja. Toisinaan hauskaksi ajanvietteeksi tarkoitettu aktiviteetti voi saada kuitenkin ikävämpiä piirteitä. Hauskanpitoon ja harrastuksiin osallistuessa saatetaan hyväksyä jonkinlainen riski loukkaantumisesta. Seuraukset voidaan mieltää kuitenkin lieviksi ja hyöty nähdään haittoja suurempana. Kukaan ei esimerkiksi olisi joskus satuttanut lievästi itseään lempiharrastuksensa parissa tai uutta lajia kokeillessaan ja loukkaantumisista huolimatta ottanut seuraavallakin kerralla vastaavanlaisen riskin. Tarpeettomat, harkitsematta tai liian vähäisen tiedon varassa otetut vakavaan onnettomuuteen johtavat riskit ovat sen sijaan usein sen kaltaisia, joilta halutaan välttyä. Vapaa-ajalla tapahtuneet onnettomuudet voivat aiheuttaa loukkaantumisten vuoksi sairauspoissaoloja työpaikoilla, poissaoloja harrastuksista sekä muita välillisiä ja välittömiä kustannuksia, kuten tulon menetyksiä ja vahingonkorvausvaateita. Loukkaantumiset voivat aiheuttaa myös kolahduksen palveluntarjoajan tai jopa koko palvelusektorin maineeseen.

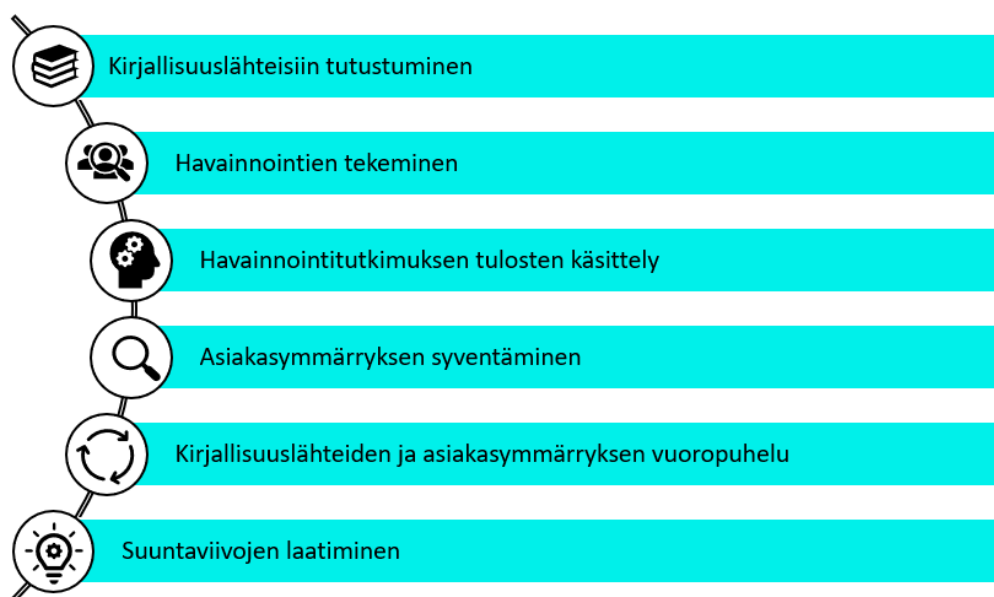
### 1.1 Opinnäytetyön tarkoitus ja tavoite

Opinnäytetyön tarkoituksena on tuottaa tietoa valvontaviranomaisen valvontatyön tueksi sekä avustaa kuluttajapalveluita tarjoavia palveluntarjoajia näiden suunnitellessa ja valitessa keinoja tiedottaa asiakkaita palveluun liittyvistä vaaroista. Tämän välittömän tavoitteen lisäksi opinnäytetyöllä voidaan nähdä olevan myös välillisesti yhteiskunnallista vaikuttavuutta sen tähdätessä ennaltaehkäisemään kansalaisiin kohdistuvia onnettomuuksia edistämällä turvallisuushakuista käyttäytymistä vapaa-ajan palveluissa.

Opinnäytetyön teoreettisena tavoitteena on kirjallisuuslähteiden avulla lisätä ymmärrystä siitä, millaisina päätöksentekijöinä kuluttajia yleisesti pidetään, mitkä tekijät vaikuttavat päätöksentekoprosessiin ja sitä kautta riskikäyttäytymiseen ja miten ihmisiä voidaan ohjalla kohti turvallisempia valintoja.

Opinnäytetyön tutkimuksellisenä tavoitteena on selvittää, miten kuluttajapalveluihin osallistuvien asiakkaiden turvallista käyttäytymistä voidaan edistää siten, että käyttäytymisen muutoksella olisi vaikutusta kuluttajapalveluissa tapahtuneiden loukkaantumisten vähentymiseen. Opinnäytetyössä selvitetään ensinnäkin, mitkä tekijät vaikuttavat yksilön päätöksentekoon, riskikäyttäytymiseen ja riskitietoisuuteen sekä miksi ja miten asiakkaiden käyttäytymiseen pyritään nykyisellään vaikuttamaan kuluttajapalveluissa. Opinnäytetyön havainnointitutkimuksen kohteena on liikunnallinen ja suuririskinen trampoliinipuistopalvelu.

Opinnäytetyön kehittämistavoitteeksi muodostui suuntaviivojen laatiminen kuluttajapalveluihin osallistuvien asiakkaiden turvallisen käyttäytymisen edistämiseksi. Kehittämistehtävän etenemistä havainnollistaa Kuvio 1.



Kuvio 1. Kehittämistehtävän eteneminen

Opinnäytetyössä ei arvioida mikä yksittäinen keino, esimerkiksi sanallinen tai kirjallinen ohje, on tehokkain tai vaikuttavin pyrittäessä vaikuttamaan asiakkaiden turvalliseen käyttäytymiseen. Enemminkin tarkoituksena on käsitellä käyttäytymiseen vaikuttavia seikkoja laajemmin kuin pelkästään yleisesti käytettävien vaikuttamiskeinojen, kuten ohjeiden ja varoitusten kautta. Opinnäytetyön aihealueeseen liittyy läheisesti kuluttajatuotteissa ja kuluttajille

tarkoitetuissa laitteissa käytettävät varoitukset ja ohjeet ja näiden noudattaminen. Tässä työssä ei kuitenkaan paneuduta erityisen syvällisesti varoitusten visuaalisiin toteutustapoihin, kuten ulkoasuun, väreihin ja niin edelleen, joskin asiaa käsitellään lyhyesti osana laajempaa kokonaisuutta.

## 1.2 Kehittämistehtävä ja tutkimusongelma

Kuluttajat osallistuvat vapaa-ajallaan erilaisiin liikunnallisiin ja kokemuksellisiin kuluttajapalveluihin. Osa palveluista on sen luonteisia, että niiden tarkoituksena on tarjota osallistujille haasteita sekä henkisesti, että fyysisesti. Osaan sisältyy enemmän riskejä ja osaan vähemmän. Palveluntarjoajan velvollisuus on arvioida palveluun liittyviä riskejä, hallita niitä tarkoituksenmukaisilla keinoilla ja viestiä asiakkaille jäljelle jääneistä vaaroista.

On oleellista, että kuluttajapalveluiden riskit minimoidaan tai saatetaan hyväksyttävälle tasolle jo suunnitteluvaiheessa siten, että rakenteista tai välineistä johtuvien tapaturmien määrä olisi mahdollisimman pieni. Tässä kohtaa näyttelevät esimerkiksi erilaiset kuluttajapalveluita varten laaditut standardit suurta osaa. Turvallisuus- ja kemikaalivirastolle toimitettujen onnettomuusilmoitusten perusteella on nähtävissä, että puutteet palvelussa käytettävissä rakenteissa tai välineissä vaikuttavat osassa tapauksista onnettomuuksien syntymiseen, mutta useimmiten tapaturmiin liittyy kuitenkin jollakin tapaa asiakkaiden sääntöjen vastainen toiminta taikka harkintakyvyn pettäminen. Tämä ”inhimillinen virhe” korostuu tyypillisesti silloin kun asiakkaalla on suurempi vapaus päättää itse omista liikkeistään, palveluun liittyy elämyshakuisuus taikka suuret voimat tai vauhdit. Tällöin korostuu myös asiakkaalle annettavien tietojen osuus.

Asiakkaiden käyttäytymiseen, heidän osallistuessa palveluiden suorittamiseen, pyritään vaikuttamaan antamalla heille ennakoon tietoja palveluun liittyvistä vaaroista sekä opastamalla heitä palvelun suorittamisen aikana esimerkiksi antamalla tietoa oikeista suoritustekniikoista sekä sallituista ja ei-sallituista toimintatavoista. Pyrkimyksenä on lisätä asiakkaiden tietämystä palveluun liittyvistä riskeistä ja edistää näin turvallista käyttäytymistä. Asiakkaille annetaan tietoja esimerkiksi palveluun liittyvistä rajoituksista (ikä, pituus, sairaudet jne.), suoritustavoista (jalat edellä, yksi kerrallaan jne.) sekä muista toimintaohjeista (älä juokse, kiipeäminen kielletty jne.). Tietoja voidaan antaa esimerkiksi palveluntarjoajan kotisivujen kautta (kirjalliset ohjeet, kuitattavat lomakkeet jne.), asiakkaiden saapuessa paikan päälle (suulliset ohjeet, videot jne.) sekä asiakkaiden ollessa palvelun vaikutuspiirissä (opaskyltit, kuulutukset, sääntötaulut, henkilökunnan valvonta jne.).



Opinnäytetyön tutkimusongelmana on:

- Miten palveluntarjoaja voi edistää kuluttajapalveluihin osallistuvien asiakkaiden turvallista käyttäytymistä?

Täydentävänä kysymyksenä on:

- Mikä merkitys riskikommunikaatiolla on turvallisen käyttäytymisen edistämisessä?

Kuluttajaturvallisuuslain (920/2011, 10 §) mukaan terveydelle vaarallisena kuluttajapalveluna pidetään palvelua, ”joka suorittamistapaansa liittyvän vian tai puutteellisuuden tai palvelussa käytettävän tavaran rakenteessa tai koostumuksessa olevan vian tai puutteellisuuden taikka palvelusta annettujen totuudenvastaisten, harhaanjohtavien tai puutteellisten tietojen vuoksi voi aiheuttaa vamman, myrkytyksen, sairauden tai muun vaaran terveydelle.” Lain mukaan kuluttajapalvelua pidetään turvallisena, mikäli se ei ole edellä mainitulla tavalla vaarallinen (920/2011, 5 mom.).

Suomessa laki ja asetus antavat turvallisuuden kannalta perusteet informoida asiakkaita toimimaan oikealla ja turvallisella tavalla näiden ollessa palvelun vaikutuspiirissä. Kuluttajaturvallisuuslaki (920/2011 9§) edellyttää, että kuluttajille ja kuluttajiin rinnastettaville tulee antaa selkeällä ja ymmärrettävällä tavalla tarvittavat tiedot, jotta he pystyvät arvioimaan kuluttajapalveluihin liittyvät vaarat. Tarkempia säännöksiä kuluttajille annettavista tiedoista annetaan ns. tietojenantoasetuksessa (Valtioneuvoston asetus kulutustavaroista ja kuluttajapalveluksista annettavista tiedoista 613/2004). Asetuksen mukaan palveluntarjoajan on annettava kuluttajalle ennakolta tarpeellisia tietoja terveydelle tai omaisuudelle aiheutuvan vaaran torjumiseksi. Tarpeellisten tietojen antaminen asiakkaille on palveluntarjoajan huolellisuusvelvollisuuteen kuuluvaa varautumista, jonka tarkoituksena on terveydelle tai omaisuudelle aiheutuvien vaarojen torjuminen (VNA 613/ 2004 10 §). Tietojen antamista asiakkaille säädellään lailla ja asetuksella, mutta käytännön toteutustavat ovat kirjavia eikä tietojenannon keinoja ole kussakin tilanteessa tarkemmin määriteltä. Näin ollen tarvittavien tietojen riittävyys ja erilaisten keinojen valinta jää palveluntarjoajien vastuulle.

### 1.3 Toimeksiantaja ja työn hyödyllisyys

Opinnäytetyön toimeksiantaja on Turvallisuus- ja kemikaalivirasto (jäljempänä Tukes) ja siellä kuluttajapalveluiden turvallisuutta valvova kuluttajapalvelut-ryhmä. Työn ohjaajana toimi Tukesissa kuluttajapalvelut-ryhmän johtava asiantuntija Mervi Murtonen (TkT).

Tukesin tehtävänä on edistää tuotteiden, palveluiden ja teollisen toiminnan turvallisuutta ja luotettavuutta. Organisaatioon kuuluu viisi yksikköä: kemikaali-, teollisuus- ja tuoteyksikkö

sekä FINAS-akkreditointipalvelu ja tieto- ja kehitysyksikkö. Kuluttajapalveluiden valvonta kuuluu tuoteyksikköön. Kuluttajapalveluilla tarkoitetaan palvelua, jota tarjotaan pääasiassa yksityishenkilöille käytettäväksi vapaa-ajalla, harrastuksissa tai muissa aktiviteeteissa. Näitä ovat esimerkiksi huvipuistot ja tivolit, leikkipuistot ja niihin rinnastettavat sisäleikkipaikat, kuntosalit, hiihtokeskukset sekä kauneudenhoito- ja kehonmuokkauspalvelut. Kuluttajapalveluiden valvonta siirtyi kokonaisuudessaan Tukesiin toukokuussa 2016. Tätä ennen valvonta oli osa kuntien terveydensuojelua. (Tukes 2018)

Kuluttajapalveluiden valvonnan tarkoituksena on varmistaa, että yritykset noudattavat lainsäädäntöä ja että palvelut ovat turvallisia ja vaatimustenmukaisia (Tukes 2018). Palvelutalouden laajuutta kuvastaa se, että Suomessa palvelutalouden osuus bruttokansantuotteesta oli 66 prosenttia vuonna 2016 ja 2,4 miljoonasta työtä tekevästä 1,7 miljoonaa työskentelee palveluissa. Palveluiden osuus BKT:sta kasvaa vuosi vuodelta ja palveluita voidaan pitää taloustemme kasvavana perustana. (Tuulaniemi 2016, 21-22.) Hallituksen esityksen (HE 46/2015) mukaan kuluttajaturvallisuuslain soveltamisalaan kuuluvia kohteita oli vuonna 2012 yli 50 000 kappaletta ja niin sanottuja valvonnan painopistealueelle kuuluvia kohteita vajaat 19 000 kappaletta.

Opinnäytetyön voidaan nähdä olevan hyödyllinen useastakin syystä. Julkisten toimien, kuten lakien, toimintaperiaatteiden ja interventioiden tarkoituksena on muokata yhteiskuntaa kohti haluttua suuntaa kannustamalla käyttäytymistä, joka johtaa ihmisten hyvinvoinnin edistämiseen (Shafir 2013, esipuhe). Vapaa-ajan tapaturmien ehkäisytyö on laaja kokonaisuus, johon liittyy niin yksilön vapaus päättää omasta tekemisestään kuin myös yhteiskunnan intressit pyrkiä vähentämään vapaa-ajalla tapahtuneita onnettomuuksia sosiaalipolitiikan keinoin. Keskeisinä toimintoina tapaturmien ehkäisyssä voidaan pitää kansalaisten oman vastuun ja tietoisuuden lisäämistä, asuin ja elinympäristön rakentamista turvalliseksi sekä tuoteturvallisuuden varmistamista (STM-julkaisuja 2013). Yksilön oma vastuu turvallisuudesta korostuu silloin, kun tällä on tietoa ja taitoa asiasta. Eri organisaatioiden tulee luonnollisesti vastata omasta turvallisuudestaan. Mitä tulee ympäristön ja tuotteiden turvallisuuden lisäämiseen, olennaista on pyrkiä minimoimaan inhimillisten virheiden mahdollisuutta tai sitä, että näistä virheistä ei aiheutuisi vakavaa vammaa. (STM-julkaisuja 2013, 12, 16.)

Vakavat tapaturmat ja onnettomuudet johtuvat usein monen eri tekijän yhteisvaikutuksesta. Yksittäinen inhimillinen erehdys tai tekninen puute on harvoin onnettomuuksien taustalla oleva juurisyy. Turvallisuushakuinen toimintatapa kaikissa organisaation prosesseissa synnyttää turvallisuuskulttuurin, jolla on huomattavasti laajempi vaikutus toimintaan kuin yksittäisillä turvallisuutta parantavilla toimenpiteillä. Kuluttajapalveluissa tapahtuvien onnettomuuksien ehkäiseminen on monen eri tahon yhteistyötä, sen ei voida olettaa olevan ainoastaan toiminnanharjoittajien vastuulla oleva asia. Yksilöllä on aina myös vastuu omasta tekemisestään. Tämä edellyttää kuitenkin sitä, että tällä on riittävästi tietoa ja taitoa päätöksenteon tukena.

Asiakkaille annettavat tiedot ja turvallisen käyttäytymisen edistäminen ovat osa kokonaisuutta. Opinnäytetyön toivotaan tuovan oman kontribuutionsa tapaturmien ja onnettomuuksien ehkäisytyöhön ja sen esiintuomat seikat koskien turvallisen käyttäytymisen edistämistä saattavat olla hyödynnettävissä laajemminkin turvallisuusalalla. Opinnäytetyöntekijällä ei ollut työtä laatiessaan tiedossa, että aiheesta olisi aiemmin tehty vastaavanlaista tutkimus- ja kehittämishanketta.

## 2 Tietoperusta

Opinnäytetyön tietoperusta pohjautuu suurimmaksi osaksi käyttäytymistaloustieteitä koskevaan kirjallisuuteen sekä päätöksentekoa, riskikäyttäytymistä ja varoitusten psykologiaa tarkastelemaan tutkimusaineistoon. Tietoperustan aluksi paneudutaan kuluttajaan päätöksentekijänä. Tämän jälkeen käydään läpi riskikäyttäytymisen ja riskitietoisuuden teoriaa sekä riskikommunikaation merkitystä. Lopuksi kuvataan asiakkaille annettavien tietojen lakitaustaa sekä erilaisten käyttäytymisen muutosta tavoittelevien interventioiden mahdollisuuksia ja haasteita.

Päätöksentekoa ja riskikommunikaatiota koskevissa kirjallisuuslähteissä korostuu osittain riskikommunikaation merkitys hyvinvoinnin edistämisessä pitkällä aikavälillä (syö terveellisesti, älä polta tupakkaa jne.). Kuluttajapalveluiden kontekstissa kyse on kuitenkin huomattavasti lyhyemmän aikavälin tavoitteista. Asiakkaan käyttäytymiseen saatetaan pyrkiä vaikuttamaan ainoastaan sinä aikana, kun tämä on palvelun vaikutuspiirissä (joskin vaikuttaminen voi alkaa jo ennen palveluun osallistumista esimerkiksi kotisivuihin tutustuessa). Usein käytetyt vaikuttamisen mekanismit pohjautuvat asiakkaille annettaviin varoituksiin ja turvallisuusohjeisiin. Riskikommunikaatiolla, osana pidemmän aikavälin käyttäytymisen muutosta, saattaa kuitenkin olla annettavaa myös lyhyemmän ajan käyttäytymisen muuttamista tarkasteltaessa. Kyseessä on kuitenkin viime kädessä yksilön päätöksenteon ilmiöitä koskevista teorioista.

Päätöksentekoa ilmiönä on tutkittu laajasti erilaisissa yhteyksissä. Tämän opinnäytetyön tietoperustassa käsitellyt teoriat eivät suinkaan ole tarkoitettu tyhjentäviksi. Tarkoituksena on lähinnä antaa yleiskuvaus aihealueesta nostamalla esiin muutamia opinnäytetyön tekijän mielestä olennaisimpia seikkoja, joilla on vaikutusta asiakkaiden päätöksentekoon ja riskikäyttäytymiseen.

### 2.1 Kuluttaja päätöksentekijänä

*”En ole pyrkinyt sanomaan, että ihmisissä on jokin vika: olemme vain ihmisiä, homo sapienseja.” (Thaler 2015, 18)*

Käyttäytymistaloustiede on auttanut ymmärtämään, että ihmiset eivät aina toimi järkipäisesti päätöksiä tehdessään. Ihmisten käyttäytymistä ohjailevat niin vaistot ja tunteet, kuin myös aiemmat tapahtumat ja muut ihmiset (Hopwood & Merritt 2012, 17). Rationaalisen valintateorian mukaan päätöksiä tehdessään ihminen käyttäytyy aina rationaalisesti ja pyrkii optimoimaan toimintansa kussakin tilanteessa (Herrnstein 1990). Käyttäytymistaloustiede on kuitenkin osoittanut, että asia ei ole välttämättä näin mustavalkoinen. Itse asiassa ihmiset ovat usein taipuvaisia tekemään valintoja, jotka eivät ole heidän omaksi parhaakseen, vaikkakin tehtyjä valintoja perustellaan subjektiivisella hyötynäkökulmalla, esimerkiksi haettaessa nautintoa alkoholin tai muiden päihteiden käytöstä (Herrnstein 1990).

Thaler (2015), taloustieteen Nobel-palkinnon saanut käyttäytymistaloustieteilijä, kertoo kirjassaan tarinan, jossa hän muutti opettamansa kurssin tentin arvosanojen maksimi pistemäärää ja teki oppilaistaan onnellisempia, vaikka tosiasiassa arvostelujärjestelmä ei vaikuttanut kenenkään varsinaiseen arvosanaan. Oppilaat näyttivät tästä huolimatta olevan tyytyväisempiä tuloksesta 96/137 (70%) aiemman 72/100 sijaan. Thalerin mukaan taloustieteilijöiden mielestä hänen oppilaansa ”käyttäytyivät väärin” eli heidän käyttäytymisensä oli ristiriidassa talousteoriaksi kutsutun asian ytimessä olevan idealisoidun käyttäytymismallin kanssa. Thaler on sanojensa mukaan tutkinut neljäkymmenen vuoden ajan tarinoita ja tapoja, joilla ihmiset poikkeavat taloustieteen malleja kansoittavista fiktiivisistä olennoista, joita usein ekoneiksi kutsutaan. Se, että ihmiset valitsevat optimoimalla, on Thalerin mukaan talousteorian ydin oletus. Tämä tarkoittaa sitä, että mikäli perheelle annetaan mahdollisuus valita kaikista mahdollisten tuotteiden ja palveluiden joukosta ne, jotka se voi ostaa, se valitsee parhaan, johon sillä on varaa. Oletus siitä, että ihmiset tekevät valintoja optimoimalla, on kuitenkin ongelmallinen useasta syystä. Optimointiongelmat, joita tavalliset ihmiset kohtaavat esimerkiksi ruokakauppaan mennessä, ovat liian vaikeita heille ratkaista tai edes päästä lähelle ”oikeaa” ratkaisua. Valitseeko perhe todellakin kaupassa parhaat tuotteet, jotka sopivat heidän budjettiinsa lukemattomien mahdollisuuksien joukosta? Entä valitessaan uraa tai puolisoa? Thalerin mukaan on vaikea puoltaa näkemystä siitä, että valinnat olisivat optimaalisia, ottaen huomioon näissä valinnoissa tehtyjen virheiden yleisyys. Talousteorian oletus siitä, että niin kutsutut ekonit tekevät valintansa vinoutumattomien uskomusten perusteella, on myös väärä. Ihmiset eivät valitse ”rationaalisten odotusten” perusteella. Uskomukset valintojen taustalla ovat alttiita lukuisille ihmisten luonteenpiirteisiin kuuluville vinoumille, joita käydään läpi myöhemmin luvussa riskikäyttäytyminen. (Thaler 2015, 19-20.),

Käyttäytymistaloustieteilijöiden mukaan ihmiset eivät siis aina valintojaan tehdessään käyttäydy optimaalisella ja rationaalisella tavalla. Tehtyihin päätöksiin vaikuttaa moni seikka, myös sellaiset, joista ihminen ei edes ole itse tietoinen, vaikka miten ostopäätöstä tehdessään yksilö pyrkiikin vakuuttamaan itselleen päätyneensä juuri kyseiseen tuotteeseen omien sisäisten motiiviansa vuoksi. Yksi päätöksentekoon vaikuttavista ilmiöistä on muut ihmiset. Halusimme tai emme, muiden ihmisten käyttäytyminen tarttuu ja pelkäämään muiden ihmisten

läsnäolo saattaa muuttaa päätöksentekotilanteessa mieltymyksiämme (Halko & Hytönen 2014, 467-470). Tämä näkyy arjessa monellakin tapaa, esimerkiksi silloin kun teini haluaa juuri sen samanlaisen kännykän kuin kaverilla on tai jostain mystisestä syystä haluamme lähteä ostoksille juuri silloin kun kaduilla näkyy erään tavaratalon myyntikampanjan keltaisia ostoskasseja. Kuluttajat ovat päätöksentekotilanteissa alttiita monenlaisille ärsykeille eivätkä he tee valintojaan tyhjiössä. (Halko & Hytönen 2014, 467.) On osoitettu, että ihmisten tekemiin valintoihin vaikuttaa muut ympärillämme olevat ihmiset jopa siinä määrin, että yksilö saattaa vaihtaa omaa mielipidettään sen erotessa ryhmän mielipiteestä. Erilaisuus saatetaan kokea osan mielestä ahdistavana tai virheenä omista valinnoissaan. Näin ollen tällaisia sosiaalisia virheitä vältetään suosimalla samoja tuotteita ja tuoteperheitä kuin muutkin. (Halko & Hytönen 2014, 471.)

Ihmisten mukautumista toisten ihmisten käyttäytymiseen on tutkittu jo pitkään. Psykologi Solomon Asch tutki jo 50-luvulla miten yksilöt reagoivat muiden käyttäytymiseen (Rowe 2013). Hississä ollessaan ihmisten on esimerkiksi havaittu matkivan kanssamatkustajina olleiden näyttelijöiden toimintaa heidän kääntyessään tiettyyn suuntaan tai ottaessaan päähineen pois päästään. Vaikka ihmiset ovat osoittaneet hämmennystä, ja jopa kokeneet tilanteen epämuokavaksi, he ovat silti mukautuneet toisten käyttäytymiseen. Todistaessaan rikosta, ihmisten on havaittu kyllä huomaavan rikoksen, mutta syy miksi he eivät ole ryhtyneet mihinkään toimenpiteisiin, on siinä, että he ovat kyseenalaistaneet oman tulkintansa tilanteesta koska kukaan muu ei ole tehnyt mitään. Tämä joukkoharhana tunnettu ilmiö on yleisempää mitä suurempi ryhmä on kyseessä. Henkilö, joka päättää ryhtyä toimenpiteisiin, on valtavan ryhmäpaikneen alla toimiessaan eri tavoin kuin muut. (Rowe 2013.) Koska ihmiset ovat sosiaalisia eläimiä, joilla on kyky ja taipumus havainnoida ja tulkita muita ihmisiä, sosiaalisia markkinointikampanjoita käytetään yritettäessä vaikuttaa ihmisten käyttäytymiseen. Tällaisia ovat esimerkiksi kampanjat, joissa luodaan mielikuva siitä, että suurin osa ihmisistä toimii tietyllä tavalla, esimerkiksi syö terveellisesti tai ei tupakoi. Markkinoinnissa ja mainonnassa hyödynnetään usein myös kuluttajien taipumusta sopeuttaa omia valintojaan auktoriteetin käskystä tai asiantuntijan suosituksesta. Tähän perustuvat esimerkiksi hammaslääkäreiden hammastahnamainokset. (Halko & Hytönen 2014, 474.)

### 2.1.1 Riskikäyttäytyminen ja riskitietoisuus

Turvallisuudella on monet kasvot. Arkikielessä sanaa voidaan käyttää kuvaamaan sekä yksilöiden subjektiivisia kokemuksia kuin myös esimerkiksi valtioiden välisiä suhteita (Iivari 2012, 18). Tässä opinnäytetyössä turvallisuudella käsitteenä tarkoitetaan enemmänkin tilannetta, jossa riskit ovat hyväksyttävällä tasolla ja turvallisuutta voidaan mitata arvioimalla tunnistettujen riskien suuruutta ja hyväksyttävyyttä (Lowrance 1976; Manuele 1997, Iivarin 2012, 18

mukaan). Liikunnallisiin kuluttajapalveluihin liittyy aina riskejä eikä riskien poistaminen kokonaan ole useinkaan mahdollista tai edes tavoiteltavaa.

livarin (2012, 19) mukaan turvallisuus voi olla samalla sekä mielikuva että tosiasiallinen tila. Objektiivisesti turvallisuuden tilaa voidaan mitata esimerkiksi erilaisilla indikaattoreilla, kriteereillä tai tilastoilla. Mittaustuloksista huolimatta, esimerkiksi lentomatrustaja voi kokea lentopelkoa, vaikka tulokset osoittavat lentämisen olevan erittäin turvallinen matkustusmuoto. Matkakohteessa sama matkustaja voi kulkeutua yöaikaan tuntemattomiin ravintoloihin kokematta lainkaan turvattomuuden tunnetta. Matkustajan käyttäytyminen on jälleen ristiriidassa tilastojen kanssa. Turvallisuus voidaankin nähdä ajoittain mielipidekysymyksenä eikä perustelut, jotka pohjautuvat rationaaliseen päättelyyn ja numerotietoon, johda yhteisesti hyväksytyyn käsitykseen turvallisuudesta. Tällä mielikuvien värittämällä käsitteellä onkin huomattava merkitys päätöksenteossa. (livari 2012, 20.)

Arkielämän rutiineista suurin osa on totuttua käyttäytymistä. Käyttäytymisellä tarkoitetaan toimintatapoja, tiettyihin olosuhteisiin liittyviä toimintoja tai reaktioita, jotka ovat vakiintuneet ajan myötä osaksi ihmisten elämää. Ihmiset eivät siis välttämättä tee valintoja tietoisesti tai aktiivisesti. (THL-opas 2012, 45.) Valintatilanteissa ihmiset tekevät usein jonkinlaista riskinarviointia, myös tiedostamattaan. Eläminen ilman jonkinasteista riskinottoa onkin käytännössä mahdotonta. Leikkaan (2005) mukaan riskinottoon vaikuttavat monet seikat ja riskikäyttäytymistä tapahtuu useilla eri elämäalueilla. Vaikka riskinoton voidaan nähdä olevan seurauksiltaan joko myönteistä tai kielteistä, useimmiten sen seuraukset ovat kuitenkin epävarmoja. (Leikas 2005, 35.)

Riski ymmärretään usein jonakin epätoivottavana seurauksena tai jonkin haitallisen tai vaarallisen tapahtuman mahdollisuutena. Koskisen (2018) mukaan riski yhdistetään arkikielessä tappioon, menetykseen tai vahinkoon, joka liittyy ei-toivotun tapahtuman sattumisen mahdollisuuden. Tappiot, jotka tähän tapahtumaan liittyy, voivat olla minkä tahansa arvon menetyksiä, kuten esimerkiksi rahan, terveyden tai yhteiskunnallisen. Riskin määritelmä vaihtelee, useista määrittelyistä huolimatta, epävarmuus on olennainen riskiin liittyvä piirre. (Havakka, Kulmala, Koskinen & Ahteensivu 2018, 11.)

Riskiin liitetystä negatiivisista piirteistä huolimatta, riski voi olla myös jotakin toivottavaa tai tavoittelemisen arvoista, kuten esimerkiksi mahdollisuus voittaa rahaa arpaa ostettaessa (todennäköisimmin rahat tosin menetetään). Osallistuessaan johonkin elämyspalveluun, kuten benji-hyppyyn, kuluttaja kohtaa riskin loukkaantua, mutta jättämällä hyppäämisen väliin, riskeeraa toisaalta myös mahdollisuuden jäädä paitsi tavoittelemastaan ainutkertaisesta kokemuksesta. Urheillessaan ihmiset sietävät loukkaantumisriskejä liikunnasta saatavan terveyshyödyn vuoksi (Piekarz, Jenkins & Mills 2015). He saattavat osallistua esimerkiksi fyysisesti haastaviin seikkailuaktiviteetteihin koetellakseen omia rajojaan ja tunteakseen

saavuttaneensa jotakin tavoittelemisen arvoista, vaikka se tarkoittaakin sitä, että samalla al-  
tistaa itsensä lukuisille vaaroille. Riskiä siedetään, koska vastavuoroisesti ihmiset odottavat  
hyötyvänsä riskinotosta jollakin tavoin. Riski saatetaan hyväksyä koska ihmiset olettavat, että  
negatiivisia riskejä kontrolloidaan jonkun muun toimesta tai he uskovat voivansa selviytyä  
haasteista ja peitota riskit omin avuin. Riskin sietokyvyn on todettu vaihtelevan yksilöiden,  
ryhmien ja eri maiden välillä. (Piekarz, Jenkins & Mills 2015, 4.)

Kuluttajat kohtaavat päivittäin erilaisia riskejä ja epävarmuustekijöitä. Se, miten he riskeihin  
suhtautuvat, riippuu paljon heidän käsityksistään ja siitä tiedostavatko he riskin olemassa-  
olon. Osa ihmisistä nauttii riskeistä ja osa karttaa niitä parhaan kykynsä mukaan. (Peura-Ka-  
panen & Järvinen 2006, 5.) Mandatum Lifen tutkimuksen (2016) mukaan suomalaiset ottavat  
riskejä silloin kun kyse on liikenteestä tai omasta kehosta. Tutkimuksen mukaan suomalaiset  
ovat kuitenkin enemmän varovaisia kuin hurjapäitä, ainoastaan noin joka kymmenes arvioi  
tutkimuksen mukaan olevansa rohkea tai uhkarohkea riskinottaja. Riskialtista liikuntaa harras-  
taa tutkimuksen mukaan joka viides. (Mandatum Life 2016.)

Erot riskien tiedostamisessa voi johtaa siihen, että osa riskeistä yliarvioidaan, kun taas osa  
aliarvioidaan. Paljon medianäkyvyyttä saavat riskit voivat korostua kuluttajien mielessä, kun  
taas sellaiset tapahtumat, jotka tapahtuvat harvoin tai joista uutisoidaan harvakseltaan, voi-  
vat johtaa varteenotettavien riskien aliarviointiin. (Peura-Kapanen & Järvinen 2006, 5.) Riskit  
ovat tilannesidonnaisia ja riskikäyttäytymiseen vaikuttavat ihmisten henkilökohtaiset ominai-  
suudet. Nuoret esimerkiksi ottavat helpommin riskejä kuin vanhemmat ihmiset ja miehet ot-  
tavat enemmän riskejä kuin naiset. (Goldsmith 1996, Peura-Kapasan & Järvisen 2006, 5 mu-  
kaan.) Myös ihmisten tietotaso vaikuttaa heidän käsityksiinsä riskeistä. Esimerkiksi asiantunti-  
jat perustavat riskiarvionsa yleensä todennäköisyyksiin, kun taas maallikoiden käsitys riskeistä  
perustuu enemmän subjektiivisiin asioihin, kuten tunteisiin ja kokemuksiin. Riskinarviointi ta-  
pahtuu tällöin aistien ja pinnallisen ajattelun perusteella. (Slovic 1987, Peura-Kapasan & Jär-  
visen 2006, 5-6 mukaan.)

Osa kuluttajapalveluihin liittyvistä riskeistä on vähemmän ilmeisiä kuin toiset ja kuluttajan  
voi olla vaikea tiedostaa riskiä, joka ei ole yleistietämyksen perusteella helposti havaittavissa.  
Henkilö, jolla ei juurikaan ole kokemusta uimahypyistä ja uimisesta, on harvoin valmis hyp-  
päämään 10 metristä voltilla uima-altaaseen, mutta sama henkilö saattaa silti hypätä alun pe-  
rin voimistelijoiden käyttöön kehitetyiltä tehokkailta trampoliineilta voltin vaahtomuovikuuti-  
oilla täytettyyn hyppymonttuun. Kuluttajat tekevät päivittäin päätöksiä, tiedostaen tai tie-  
dostamattaan, siitä ovatko heidän kohtaamansa riskit hyväksyttäviä vai ei tai miten erilaisten  
riskien kanssa tulisi toimia (Goldsmith 1996, Peura-Kapasan & Järvisen 2006, 6 mukaan).

Leikkaan (2005, 8) mukaan päätöksentekotutkimuksissa on havaittu, että ihmisten havainnot  
ja valinnat riskitilanteissa perustuvat usein heuristiikkoihin eli tietynlaisiin kognitiivisiin

oikopolkuihin. Peura-Kapanen ja Järvinen (2006, 6) toteaa, että kuluttajat noudattavat riskejä koskevissa päätöksissään harvoin tarkkaa arviointia, jonka vuoksi he tukeutuvat tällaisiin nyrkkisääntöihin. Greenin (2004) mukaan riskiä tarkastellessaan ihmiset tekevät yleensä epätarkkoja arvioita riskin laajuudesta ja merkittävydestä juuri näiden nyrkkisääntöjen vuoksi. Yksi näistä vinoumiksikin kutsutuista nyrkkisäännöistä on vahvistusharha, jossa ihminen etsii ja uskoo herkästi tietoa, joka tukee hänen ennakkokäsityksiään aiheesta ja välttää päinvastaisia todisteita. Mikäli riski mielletään pieneksi, ei varoituksiin kiinnitetä huomiota. Ihmiset myös tekevät helposti päätöksiä perustuen tietoihin, jotka ovat jo valmiiksi heidän mielessään. Tämä saatavuusharhana tunnettu vinouma johtaa siihen, että esimerkiksi median kautta tietoon tulleet harvinaiset, mutta kovin dramaattiset tapahtumat, kuten terrori-iskut ja erilaiset uutisoinnit tautien leviämistä, korvaavat jokapäiväiset arkisemmat riskit ihmisten mielessä. (Green 2004, 30-34.)

### 2.1.2 Riskikommunikaatio - miksi se on tärkeää

Ihmisten käsitykset riskeistä vaihtelevat. Kuten edellä on tuotu esille, osa ihmisistä on alttiimpia ottamaan riskejä kuin toiset ja toiset välttävät riskinottoa hyvinkin voimakkaasti. Riskinottoon voi vaikuttaa esimerkiksi kokemus, ikä, sukupuoli, muut ihmiset jne. Ihmiset eivät aina osaa arvioida riskejä järkiperäisesti ja valintatilanteissa tukeudutaan usein erilaisiin nyrkkisääntöihin, joka saattaa johtaa siihen, että riskien haitallisuutta ei osata arvioida oikein. Riskikommunikaatiota tarvitaan erityisesti silloin kun vaarat eivät ole ilmeisiä ja ihmisiä halutaan ohjata kohti turvallisempia valintoja. Ihmiset saattavat nimittäin pelätä asioita, jotka eivät todennäköisesti koskaan vahingoita tai tapa heitä, mutta ryhtyvät sitä vastoin usein tekoihin, jotka ovat oikeasti vaarallisia (Gigerenzer 2015). Merkityksellisten riskien tunnistaminen onkin oleellinen taito. Gigerenzer (2015) menee jopa niin pitkälle, että vertaa riskitaitoa lukutaitoon painottaessaan sen merkitystä modernissa yhteiskunnassa elävän kansalaisen elämässä. Vaikka riskitaidon puuttuessa saattaakin vaarantaa oman terveytensä ja rahansa sekä antaa epäolennaisten pelkojen ja toiveiden vaikuttaa elämäänsä, ei tätä taitoa Gigerenzerin mukaan opeteta esimerkiksi lukioissa tai korkeakouluissa. Koska riskitaito ei kuulu oppilaitosten opetusohjelmiin, suurin osa ihmisistä on Gigerenzerin mukaan riskitaidottomia. (Gigerenzer 2015, 12.)

Gigerenzerin (2015) mukaan riskeihin sisältyy paljon epävarmuutta, joten niiden tarkka laskeminen ei useinkaan ole mahdollista. Riskien voidaankin nähdä olevan usein yhdistelmiä enemmän tai vähemmän tunnetuista asioista. Tilastollinen ajattelu on suunniteltu Gigerenzerin mukaan epävarmuuden vaaleimman sävyn eli tunnetun riskin maailmaan. Tällä tarkoitetaan tilanteita, joissa kaikki vaihtoehdot, seuraukset ja todennäköisyydet ovat tiedossa. Nollariskin harha syntyy silloin kun tunnettuja riskejä pidetään absoluuttisena varmuutena. Mikäli riski on laskettavissa, on syytä huomioida lopputuloksessa ”kalkkunaharhan” mahdollisuus.



(Gigerenzer 2015, 33, 42-43.) Kalkkunaharhalla Gigerenzer (2015) viittaa filosofin ja tutkijan Nassim Nicholas Talebin kertomaan tarinaan, jossa lukijaa pyydetään asettumaan kalkkunan asemaan: kuvittele, että olet kalkkuna ja elämäsi ensimmäisenä päivänä luoksesi saapuu mies. Mies on ystävällinen ja antaa sinulle ruokaa. Lasket todennäköisyyttä sille antaako mies sinulle ruokaa myös seuraavana päivänä todennäköisyysteorian perusteella. Seuraantosäännön mukaan todennäköisyys tälle on  $(n+1) / (n+2)$ , jossa  $n$  on niiden päivien lukumäärä, joina mies on antanut sinulle ruokaa. Ensimmäisen päivän jälkeen ruoan saamisen todennäköisyys on  $2/3$  ja seuraavan päivän jälkeen todennäköisyys kasvaa  $3/4$ :aan. Päivien kuluessa todennäköisyys sille, että saat ruokaa kasvaa koko ajan suuremmaksi, ja todennäköisyys sille, että mies tapaa sinut, tulee jatkuvasti epätodennäköisemmäksi. Sadantena päivänä voit olla huoletta, sillä todennäköisyys sille, että saat jälleen ruokaa, on lähes varmaa (n. 99 %). Et kuitenkaan ole tietoinen siitä, että juuri silloin on kiitospäivän aatto ja mies on tullut teurastamaan sinua. Et ollut tietoinen kaikista mahdollisista tilanteeseen liittyvistä riskeistä. (Gigerenzer 2015, 47-48.)

Gigerenzerin (2015, 33) mukaan ”epävarmassa maailmassa optimaalista toimintatapaa ei voida määrittää laskemalla tarkat riskit”, kuten yllä esitetty kalkkunaharha osoittaa. Monimutkaiset päätöksenteon menetelmät eivät välttämättä sovellu lainkaan epävarmaan maailmaan. Ne voivat pahimmillaan johtaa perusteettomaan varmuuden harhaan ja aiheuttaa vahinkoa. Gigerenzer kehottaa etsimään yksinkertaisia ratkaisuja monimutkaisiin ongelmiin. Vähemmän on usein enemmän, mitä tulee monimutkaisten ongelmien ratkaisuihin. (Gigerenzer 2015, 50-51.)

Gigerenzerin (2015) mukaan päätöksen tekemiseen tarvitaan kahta mentaalisten välineiden joukkoa. Hyvät päätökset perustuvat logiikkaan ja tilastolliseen ajatteluun silloin kun riskit tunnetaan. Mikäli riskit ovat tuntemattomia, hyvät päätökset edellyttävät tällöin lisäksi intuitiota ja nokkelia nyrkkisääntöjä. Suurimman osan ajasta päätöksen tekoon tarvitaan molempien yhdistelmää. (Gigerenzer 2015, 33-34.) Thalerin ja Sunsteinin (2009, 10) mukaan ihmisten voidaan olettaa tekevän hyviä valintoja silloin kun valinnat perustuvat kokemukseen, hyvään informaatioon sekä välittömään palautteeseen.

Holhousyhteiskunta-ajattelun mukaan on perusteltua vaikuttaa ihmisten käyttäytymiseen silloin kun tarkoituksena on tehdä ihmisten elämästä pidempi, terveempi ja parempi. Erilaiset instituutiot, niin yksityisen kuin julkisen sektorin toimijat pyrkivät ohjaamaan ihmisiä kohti valintoja, jotka parantavat heidän elämäänsä. Yhteiskuntatieteet ovat osoittaneet, että ihmiset eivät aina tee päätöksiä, jotka ovat heille eduksi. Itse asiassa he tekevät usein huonoja päätöksiä. Mikäli ihmiset tekisivät päätöksiä kiinnittäen täysin huomionsa käsillä olevaan asiaan, omaten kaiken tarvittavan tiedon, rajoittamattomat kognitiiviset taidot sekä täyden itsehillinnän, eivät he tekisi huonoja päätöksiä. (Thaler & Sunstein 2009, 5.) Gigerenzerin mukaan se, että yksilö oppisi itse yrittämällä ja erehtymällä, olisi todella vaarallista. Tämän

vuoksi ihmiset ovatkin evoluution myötä kehittäneet taipumuksen välttää kokemukseen perustuvaa oppimista ja oppivat sen sijaan sosiaalisesti, mitä ei kannata pelätä. Jos henkilökohtainen kokemus ja yritys ja erehdys olisi ainoa käytössä oleva oppimismuoto, olisivat ihmiset ja eläimet Gigerenzerin mukaan hävinneet geenipoolista ennen kuin nämä olisivat oppineet, millaisia saalistajia ja tilanteita tulee välttää. (Gigerenzer 2015, 76-77.)

Koska ihmiset tekevät usein päätöksiä pohjautuen vaillinaisiin tietoihin eivätkä ymmärrä tekonsa seurauksia, saati ajattele omaa parastaan, herää kysymys tulisiko riskit pyrkiä kokonaan poistamaan. Gigerenzerin (2015) mukaan maailman muuttaminen varmaksi johtaisi ajatukset seisauttavan tylsään elämään. Varmuuteen pyrkimisen sijasta tulisikin oppia elämään epävarmuudessa. Tämä on mahdollista, mikäli ensin ymmärretään tunnettujen ja tuntemattomien riskien ero. (Gigerenzer 2015, 27-31.)

Riskikommunikaatio ei ole pelkästään julkisen sektorin intresseissä. Wogalterin, DeJoyn ja Laugheryn (2005) mukaan varoituksista ja riskeistä viestiminen parhaalla mahdollisella tavalla herättää varsin laajasti kiinnostusta yhteiskunnassa. Usein eri toimijoilla, kuten esimerkiksi tuotteiden ja välineiden valmistajilla, kuluttajilla, asiakkaiden etuja ajavilla ryhmittymillä, valtion virastoilla sekä käyttäytymistieteilijöillä voi kuitenkin olla hyvin erilaiset näkemykset riskikommunikaatioon liittyvistä asioista. Päätökset koskien sitä, miten, milloin ja missä varoista varoitetaan, saattaa perustua vähäiselle tai jopa olemattomalle tutkimustiedolle. Varoituksia ja riskejä koskeviin päätöksiin saattaakin tutkimustiedon sijaan vaikuttaa enemmän esimerkiksi politiikka, oman edun tavoittelu tai oikeudenkäynnit. (Wogalter ym. 2005, esipuhe.)

Riskikommunikaation tekee haastavaksi se, että ihmiset suhtautuvat eri tavoin heille annettuihin tietoihin. Esimerkiksi säätelyfokusteorian mukaan ihmiset suuntaavat huomiota, keräävät tietoa ja arvioivat päätelmiä kahden pääasiallisen motivaatiotyylin kautta, joita kutsutaan lähestymis- ja välttämisfokukseksi (Leikas 2005, 31). Ne ihmiset, joiden toimintaa säätelee lähestymisfokus, ajattelu on järjestynyt ihanteiden ja pyrkimysten mukaan. Näin ollen he suuntaavat huomionsa enemmän saavutuksiin ja niiden varmistamiseen. Ihmiset, jotka ovat välttämisfokuksen omaavia, ajattelu on järjestynyt velvollisuuksien ja pakkojen mukaan. Tällaiset ihmiset ottavat toiminnassaan huomioon ensisijaisesti mahdolliset häviöt ja niiden välttämisen. Säätelyfokusteorian mukaan ihmiset kiinnittävät enemmän huomiota ja arvostavat enemmän niitä piirteitä, jotka sopivat heidän motivaatiotyyliinsä. Riskikommunikaation kannalta tämän tekee tärkeäksi se, että erilaisen säätelyfokuksen omaaville ihmisille mahdollisista hyödyistä ja haitoista kertovat riskiviestit voivat olla eri tavoin merkityksellisiä. Turvallisuus saattaa olla huolenaiheena välttämisfokuksen omaaville, kun taas etujen ja mahdollisuuksien menetys voi koskettaa enemmän lähestymisfokuksen omaavia ihmisiä. Ihmiset ovat teorian mukaan suuntautuneet enemmän jompaankumpaan fokukseen, mutta tätä on myös mahdollista manipuloida (Higgins 2002, Leikkaan 2005, 32 mukaan). Ihmisten huomiota voikin

olla mahdollista suunnata haluttuihin riskin piirteisiin muotoilemalla riskiviestit jommankumman fokuksen mukaan. (Leikas 2005, 31-32.)

## 2.2 Asiakkaille annettavat tiedot ja käyttäytymiseen vaikuttaminen

Tietojenantokeinot ja niiden soveltaminen vaihtelee suuresti eri kuluttajapalveluiden kesken. Keinoihin ja soveltamiseen vaikuttaa esimerkiksi tarjottavan palvelun luonne sekä palveluun liittyvät riskit. Lisäksi erilaisilla lajiliittojen ohjeilla sekä alaa koskevilla yhteisillä käytänteillä voi olla vaikutusta siihen, miten, missä ja mitä tietoja asiakkaille annetaan ja miten heitä ohjataan käyttäytymään turvallisesti.

Tietojen antamista asiakkaille säädellään kuluttajaturvallisuuslaissa (920/2011). Lain 9 §:n mukaan ”Toiminnanharjoittajan on selkeällä ja ymmärrettävällä tavalla annettava kuluttajille ja kuluttajiin rinnastettaville tarvittavat tiedot, jotta he pystyvät arvioimaan kulutustavaroihin ja kuluttajapalveluihin liittyvät vaarat.” Tämän lisäksi toiminnanharjoittaja voi, valvontaviranomaisen vaatimuksesta, antaa kuluttajille sopivalla tavalla palveluun liittyvän vaaran torjumisen tai ehkäisemisen kannalta tarpeellisia käyttö- tai toimintaohjeita, varoituksia tai muuta tietoa. (KutuL 920/2011.)

Tarkempia säännöksiä kuluttajille annettavista tiedoista annetaan ns. tietojenantoasetuksessa eli Valtioneuvoston asetuksessa kulutustavaroista ja kuluttajapalveluksista annettavista tiedoista (613/2004). Asetuksen mukaan kuluttajille on annettava kuluttajapalvelusta ennakolta tarpeellisia tietoja terveydelle tai omaisuudelle aiheutuvan vaaran torjumiseksi. Näitä tietoja ovat:

- 1) ”palveluksen vaatavuustaso sekä palvelukseen osallistumiselle mahdollisesti asetettavat kuluttajan terveyden tilaa ja muita kuluttajan henkilökohtaisia ominaisuuksia koskevat vaatimukset ja rajoitukset;
- 2) kuluttajalta edellytettävä tarpeellinen valmistautuminen palvelukseen, palvelukseen osallistumiseen mahdollisesti vaadittava ennakko-osaaminen tai taitotaso sekä tieto kuluttajan osallistumisen edellyttämistä viranomaisten antamista asiakirjoista ja luvista;
- 3) sellaiset palveluksen suorittamisesta aiheutuvat vaikutukset kuluttajalle, jotka ovat luonteeltaan pysyviä tai joiden muuttaminen myöhemmin saattaa aiheuttaa suuria kustannuksia ja vaivaa;

- 4) sellaiset varusteet, jotka kuluttajan itsensä edellytetään ottavan mukaan, kun palvelusta suoritetaan sekä mahdolliset rajoitukset kuluttajien omien varusteiden käyttämiseen;
- 5) tieto sellaisista palvelukseen liittyvistä seikoista, joiden voidaan arvioida olevan merkityksellisiä kuluttajan terveyden kannalta tai joiden muutoin voidaan olettaa merkittävästi vaikuttavan kuluttajan haluun osallistua palvelukseen, jos nämä seikat eivät käy muutoin ilmi palvelusta koskevista yleisistä tiedoista;
- 6) tarpeelliset toiminta- ja käyttäytymisohjeet palveluksen suorittamisen aikana, opastus tarvittavien henkilönsuojaimien asianmukaiseen käyttämiseen sekä toimintaohjeet ja hätätilanneohjeet ja ohjeet toiminnan keskeyttämiseksi sen varalta, että kuluttaja havaitsee palveluksen suorittamisen yhteydessä terveydelle tai omaisuudelle aiheutuvan vakavan vaaran, sekä tarpeelliset turvallisuus- ja toimintaohjeet palveluksen jälkeen mahdollisesti huomioon otettavista seikoista;
- 7) palveluksen suorittamisen yhteydessä käytettävistä tavaroista annettaviin tietoihin on soveltuvin osin noudatettava, mitä 4 §:ssä säädetään kulutustavaroista terveydelle tai omaisuudelle aiheutuvan vaaran torjumiseksi tarpeellisen tiedon antamisesta;
- 8) palveluksen turvallisuudesta vastaava henkilö tai henkilöstö.” (Tietojenantoasetus 613/2004.)

Kuluttajaturvallisuuslakia ja tietojenantoasetusta selventämään ja täsmentämään on laadittu Tukesin toimesta ohjeita, joissa kuvataan tarkemmin toiminnanharjoittajan velvollisuuksia. Tukes ohjeistaa muun muassa, että mitä enemmän asiakas itse osallistuu aktiviteettiin ja mitä korkeariskisemmästä palvelusta on kyse, sitä enemmän ja tarkemmin osallistujille pitää antaa turvallisuuteen liittyviä tietoja, opastusta ja neuvontaa. Tiedot voivat koskea esimerkiksi palvelun vaatavuustasoa, osallistujien terveydentilaa, tarvittavaa ennako-osaamista tai taitotasoa, toiminta- ja käyttäytymisohjeita tai opastusta henkilösuojainten käyttöön. Tietojen annossa oleellista on varmistaa, että palveluun osallistujat ovat saaneet tarvittavat tiedot ennen palvelun alkua ja että he ovat ymmärtäneet heille kerrotut asiat, he muistavat ne ja osaavat toimia niiden mukaan. (Tukes- kotisivut)

Tukes-ohjeessa (6/2015) mainitaan, että toiminnanharjoittajan tulee tuntee tuotteensa, kulutustavaransa tai palvelunsa, jotta tämä voi täyttää huolellisuus -ja tietojenantovelvollisuutensa. Hänen on riskinarvioinnissaan huomioitava myös oletettavissa olevat virheelliset käytötavat ja annettava tarpeelliset tiedot ja ohjeet, jotta kuluttaja voi välttää vaaraa aiheuttavaa virhekäyttöä. Virheikäytön mahdollisuutta arvioitaessa tulisi huomioida kuluttajaryhmät, jotka yleensä kyseistä kuluttajapalvelua käyttävät. (Tukes-ohje 6/2015, 10.)

Tukes-ohjeen (6/2015) mukaan tarpeellinen tieto terveydelle tai omaisuudelle aiheutuvan vaaran torjumiseksi vaihtelee palvelusta toiseen, jonka vuoksi toiminnanharjoittajan on tunnettava palvelunsa ja hänellä tulee olla riittävä koulutus, kokemus ja muu osaaminen. Palveluista tuleekin antaa kuluttajille kaikki turvallisuuden kannalta tarpeelliset tiedot. Tarpeellisuuden arviointi ja selvittäminen on osa toiminnanharjoittajan ammattitaitoa. Ohjeen mukaan toiminnanharjoittajan on asiantuntemuksensa perusteella tiedettävä, mitkä tiedot on annettava kuluttajalle, jotta palvelu on turvallinen ja tämän tulee varmistua siitä, että palveluun osallistuva on saanut tarpeelliset tiedot ja ohjeet. Kuluttajan tulee myös osata toimia annettujen ohjeiden mukaan. Toiminnanharjoittajan on myös huomioitava palvelun virhekkäytön mahdollisuus, jos se on ennalta arvattavissa tai yleistä. Virhekkäyttöön on ensisijaisesti varauduttava teknisin keinoin, jonka lisäksi virhekkäytön mahdollisuus tulee huomioida palvelusta annettavissa tiedoissa, kuten ohjeissa ja varoituksissa, jollei siitä aiheutuvia turvallisuusriskejä voida muutoin poistaa. (Tukes-ohje 6/2015, 11.)

Koska kuluttajapalveluiden osalta ei ole säädetty erityisistä kielivaatimuksista, Tukes-ohjeen (6/2015) mukaan kielivaatimusten osalta kuluttajapalveluissa on toimittava tilanteen mukaan. Tämä tarkoittaa, että toiminnanharjoittajan on huolellisuusvelvollisuutensa mukaisesti pystyttävä arvioimaan osallistujilta vaadittava kielitaito ja tiedot tulee antaa siten, että osallistuja ymmärtää turvallisuuden kannalta tarpeelliset seikat. Koska kielivaatimukset saattavat olla palveluiden kohdalla laajempia kuin kulutustavaroiden kohdalla, voi suomen ja ruotsin lisäksi tietoja olla tarpeen antaa myös muilla kielillä. Tämän vuoksi henkilökunnan on oltava kuluttajapalveluiden osallistujiin nähden riittävän kielitaitoinen ja turvallisuusasioihin perehdyttäminen voidaan toteuttaa esimerkiksi vieraalla kielellä annettuna opastuksena, tulkin avulla, asiakkaiden kielille käännettyä turvallisuustiedotteella tai opasteilla (esim. kyltit). Ohjeen mukaan Tukesin näkemys on, että ”etenkin merkittäviä riskejä sisältävissä palveluissa, ohjaajien tulisi joko osata osallistujien äidinkieltä tai heillä tulisi olla muu yhteinen kieli, jolla ohjeet voidaan antaa selkeästi ja ymmärrettävästi” (Tukes-ohje 6/2015, 12). Missään olosuhteissa kielikysymykset eivät saa aiheuttaa turvallisuusriskejä. Täyttääkseen huolellisuusvelvollisuutensa, toiminnanharjoittajan on varmistettava kuluttajapalveluihin osallistuvien saaneen ohjeet ja että he ovat ymmärtäneet ne. Sellaisille kuluttajille, jotka eivät kielitaitonsa vuoksi ymmärrä tarpeellisia turvallisuusohjeita, toiminnanharjoittaja voi ja hänen tuleekin kieltäytyä tarjoamasta palveluita. (Tukes-ohje 6/2015, 12.)

### 2.2.1 Varoitukset käyttäytymistä ohjaavina interventioina

Asiakkaille annettavien tietojen riittävyttä taikka keinojen soveltuvuutta kussakin tilanteessa ei ole määritelty tarkemmin. Kuten aiemmin on mainittu, Tukes ohjeistaa kuluttajapalveluita tarjoavia tahoja arvioimaan itse, mikä on paras tapa tietojen antamiseen. Nykyisin tietojen antamisessa on kirjava käytäntö eri palvelusektoreilla. Informoitaessa ihmisiä

turvallisuuteen liittyvissä asioissa, käytetään siihen usein jonkinlaisia varoituksia, ohjeita, sääntöjä jne. Koska kuluttajapalveluiden kirjo on niin laaja, ovat myöskin varoituksia koskevat käytännöt hyvin erilaisia. Mikäli palveluun osallistutaan itsenäisesti, ohjataan asiakasta usein vähintään erilaisilla paikan päältä löytyvillä kirjallisilla sääntötauluilla ja varoituskylteillä. Kirjallisten ohjeiden lukemista saatetaan kontrolloida pyytämällä asiakasta allekirjoituksellaan varmistamaan, että tämä on tutustunut sääntöihin ja noudattaa niitä omassa toiminnassaan. Toisinaan käytettävä lomake sisältää maininnan jonkinasteisesta vastuuvapauden myöntämisestä toiminnanharjoittajalle. Tämä kielii siitä, että joko asian juridinen puoli vahingonkorvausten osalta on saatettu ymmärtää väärin tai sitten palvelun turvallisuus halutaan ”ulkoistaa” asiakkaalle. Allekirjoitetut vastuuvapauslomakkeet eivät kuitenkaan tosiasiasa vapauta toiminnanharjoittajaa lainsäädännön asettamista velvoitteista varmistua siitä, että palvelu on turvallista (Tukes-tiedote 19.7.2017). Asiakkaille voidaan antaa myös suullisesti tietoa palveluun liittyvistä erityispiirteistä ennen suoritusta. Osa kuluttajapalveluista edellyttää henkilökunnan läsnäoloa ja välitöntä puuttumista, kun taas osa palveluista, kuten esimerkiksi kuntien leikkikentät, ovat vapaasti kaikkien käytettävissä ilman valvontaa. Fyysisen valvonnan apuna voidaan käyttää myös erilaisia kuulutuksia tai äänimerkkejä. Myös erilaisten valomerkkien ja huomiovalojen käytössä on mahdollista.

Osa kuluttajapalveluista on tiukemmin kontrolloitu asiakkaan näkökulmasta eikä asiakkaalle jää juuri liikkumavaraa omien päätösten tekemiseen (esim. huvipuistolaitteessa ollessaan). Osa palveluista on taas huomattavasti väljempää ja mahdollistavat hyvinkin erilaisten skenaarioiden toteutumisen asiakkaan näkökulmasta (esim. trampoliinipuisto, laskettelu, uinti). Mitä väljempi asiakkaan ns. polku palvelussa on, sitä paremmin asiakkaan tulisi olla tietoinen siitä, miten hänen tekemät päätökset ja valinnat vaikuttavat palvelun lopputulokseen.

Varoitusten ja riskikommunikaation aihealue on Wogalterin, DeJoyn ja Laugheryn (2005) mukaan laaja ja käsittää kokonaisuudessaan kokeellisen psykologian tieteenalan, kuten havainnoinnin, tietojen käsittelyn, päätöksenteon, tarkkaavaisuuden, muistin, motivaation ja persoonallisuuden. Tuotteiden, varusteiden ja elinympäristön muuttuessa teknologisesti monimutkaisemmiksi, on moni näihin liittyvä mahdollinen vaara tullut vähemmän ilmeiseksi. Varoitukset ovat yksi keino ennaltaehkäistä henkilö- tai omaisuusvahinkoja. Ne edistävät turvallista käyttäytymistä informoimalla ihmisiä tuotteissa ja toimintaympäristöissä piilevistä riskeistä. (Wogalter ym. 2005, johdanto.) Varoituksia voidaan pitää kolmantena vaarojen torjuntakeinona, mikäli vaaraa ei ole kyetty poistamaan suunnittelemalla tuote tai ympäristö vaarattomaksi tai vaaralta suojautuminen ei ole riittävä toimenpide. Varoituksilla pyritään vaikuttamaan ihmisten käyttäytymiseen, jotta he voisivat tehdä valistuneempia arvioita ja päätöksiä koskien omaa turvallisuuttaan. Varoituksiin liittyy Wogalterin ym. (2005) mukaan läheisesti riskien havaitseminen eli ihmisten tietämys ja/ tai ymmärrys vaaroista ja niiden seurauksista. Milloin ja miten tulisi varoittaa, riippuu siitä mitä tietoa ihmisillä on vaaroja koskien ja mitkä tekijät vaikuttavat tähän tietämykseen. (Wogalter ym. 2005, 2.)

Ihmiset aistivat ympäristöstä tulevia ärsykeitä ja prosessoivat havaitsemaansa informaatiota, kuten tietokoneet käsittelevät sinne syötettyjä tietoja (Solomon 2006, 49). Solomonin (2006) mukaan aistimuksella tarkoitetaan aistinelimiemme (silmät, korvat, nenä, suu, sormet) reaktiota ärsykkeelle, kuten valolle, värille, äänelle, hajulle tai tuntumalle. Havaitseminen on prosessi, jossa ihmiset valitsevat, järjestävät ja tulkitsevat näitä aistimuksia. Toisin kuin tietokoneet, ihmiset eivät kuitenkaan passiivisesti prosessoiki kaikkea käsillä olevaa tietoa. Ensinnäkin ihmiset huomaavat ainoastaan pienen osan ympäristössämme olevista ärsykkeistä, ja niistä, jotka huomaamme, vain osaan kiinnitämme huomiota. Ihmiset eivät välttämättä myöskään prosessoiki tajuntaan saapuvaa tietoa ärsykkeestä objektiivisesti. Yksilöinä ihmiset tulkitsevat ärsykkeen merkitystä johdonmukaisesti omien ennakkokäsitysten, tarpeiden ja kokemusten mukaan. (Solomon 2006, 49.)

Aivojen kapasiteetti prosessoida tietoa on rajallinen, jonka vuoksi kuluttajat ovat hyvin valikoivia sen suhteen, mihin he kiinnittävät huomiota. Tämä aistiärsykkeiden suodattaminen johtaa siihen, että ihmiset kiinnittävät huomiota vain pieneen osaan niistä ärsykkeistä, joille he altistuvat. (Solomon 2006, 66.) Tätä huomion kiinnittämistä johonkin tiettyyn asiaan kutsutaan tarkkaavaisuudeksi. Tarkkaavaisuus on kehittynyt aikojen saatossa ihmisille juuri siksi, että kykenisimme suodattamaan kaiken turhan informaation ja kiinnittämään huomiota siihen mikä on olennaista. (Green 2002, 24.) Kuluttajat harjoittavatkin eräänlaista psyykkistä taloudellisuutta, valiten vain osan ärsykkeistä välttyäkseen ylikuormittumiselta (Solomon 2006, 66). Tällä valikoivalla tarkkaavaisuudella on kuitenkin myös varjopuolensa. Tarkkaamattomuussokeus tarkoittaa tilannetta, jossa ihminen ei kykene havaitsemaan asioita, vaikka ne tapahtuisivat suoraan tämän silmien edessä. Sen takia ihmiset saattavat olla epähuomiossa sokeita olennaisille asioille ja joutua jopa onnettomuuksiin koska eivät kyenneet prosessoimaan näkemäänsä ennen kuin on liian myöhäistä. (Green 2002, 24.)

Kuluttajat ovat todennäköisimmin valppaina ärsykeille, jotka liittyvät heidän sen hetkisiin tarpeisiin. Esimerkiksi uutta autoa haikailevat saattavat ”sattumalta” huomata liikenteessä juuri sen merkkisiä autoja kuin heillä on suunnitelmissa ostaa. Toisaalta ihmiset myös näkevät mitä he haluavat nähdä. Jos ärsyke on esimerkiksi uhkaava jollakin tavoin, sitä ei välttämättä prosessoida lainkaan, taikka se voidaan vääristää siten, että se on helpommin hyväksyttävissä. Ajan myötä ärsykeisiin saatetaan myös tottua ja sopeutua, jolloin niihin lakataan reagoimasta. Esimerkiksi työmatkalla ihminen saattaa kiinnittää ensimmäisellä kertaa huomiota vasta pystytettyyn tienvarsimainokseen, mutta muutaman päivän jälkeen siitä tulee vain osa ohikiitävää maisemaa. Tottuminen johtaa siihen, että huomataksaan ja reagoidakseen ärsykeeseen, vaatii se jatkuvasti vahvemman annoksen. Altistumisen lisäksi ärsykeeseen vaikuttaa moni muukin asia. Vähemmän sensorista vaikutusta omaaviin ärsykeisiin, kuten pehmeisiin ääniin tai himmeisiin valoihin tottuu koska ne eivät ole kovin intensiivisiä. Pitkää altistumisaikaa vaativat ärsykkeet taas edellyttävät pidempää keskittymistä, jolloin niihin totutaan nopeammin. Toisaalta liian vähän yksityiskohtia sisältäviin ärsykeisiin saatetaan myös tottua

helposti koska ne eivät vaadi keskittymistä yksityiskohtiin. Ärsykkeellä tulee olla myös merkitystä. Ärsyккеeseen, joka ei ole kohteelle merkityksellinen, ei kiinnitetä niin suurta huomiota. (Solomon 2006, 66-69.)

Jotta varoitus palvelisi tarkoitustaan, tulee sen kiinnittää katsojan huomio ja olla helposti luettava ja ymmärrettävä. Varoitusta laadittaessa tulisi ottaa huomioon, että siitä käy selvästi ilmi 1) huomiosana/ merkkisana/ varoitus; 2) kuvaus vaarasta; 3) seuraukset noudattamatta jättämisestä ja 4) ohjeiden mukainen toiminta. (Wogalter ym. 1987, Wogalterin ym. 1993 mukaan). Pelkkä lukeminen ei kuitenkaan johda mihinkään, jollei varoituksen lukija tottele sitä mitä varoitus kehottaa tekemään. Käyttäytymistä koskevissa tutkimuksissa on havaittu, että varoitusten tehokkuuteen vaikuttavat esimerkiksi varoituksen sijoittelu (Wogalter ym. 1987, Wogalterin ym. 1993 mukaan), varoituksen sisällyttäminen muuhun tekstiin (Strawbridge 1986, Wogalterin ym. 1993 mukaan), muut ihmiset (Wogalter ym. 1989, Wogalterin ym. 1993 mukaan), seurausten vakavuus (Wogalter & Barlow 1990, Wogalterin ym. 1993 mukaan), kuvitus (Jaynes & Boles 1990, Wogalterin ym. 1993 mukaan), suullinen viestintä (Wogalter & Young 1991, Wogalterin ym. 1993 mukaan) sekä ohjeiden noudattamisesta aiheutuva vaiva (Wogalter ym. 1989, Wogalterin ym. 1993 mukaan).

Tutkijat selvittivät eräissä tutkimuksissa (Wogalter, Kalsher & Racicot 1993) varoitusten vaikuttavuutta suojavarusteiden (naamari ja hanskat) käyttöön. Laboratorio-olosuhteissa toteutetussa lavastetussa tilanteessa kohdehenkilöt suorittivat heille annettua kemian tehtävää. Kirjoitetun varoituskyltin sijoittelulla havaittiin olevan merkittävä vaikutus ohjeiden mukaiseen toimintaan. Mikäli varoituskyltti oli sijoitettu paikkaan, joka oli siisti ja järjestyksessä, ohjeiden noudattaminen oli selvästi suurempaa kuin sotkuisemmassa ympäristössä. Tutkijat päätyivätkin johtopäätökseen, että varoitukset tulisi erottaa selvästi ympäristöstään, jotta ne huomattaisiin. Tutkimuksen mukaan kirjallisen varoituksen tehokkuutta lisäsi se, jos varoitus oli sisällytetty itse tehtävän suorittamista koskeviin ohjeisiin kuin jos ne olivat sijoitettu erilliseen lähellä olevaan varoituskylttiin. Tutkijoiden mukaan tämä saattoi johtua siitä, että tutkimukseen osallistuneiden henkilöiden tuli lukea tehtävää koskevat ohjeet, jolloin nämä eivät välttämättä kiinnittäneet laajemmin huomiota muuhun ympäristöön vaan keskittyivät ainoastaan tehtävän suorittamisen kannalta oleellisena pitämäänsä asiaan. (Wogalter ym. 1993.)

Viestin merkittävyyttä korostavien sanojen käytöllä on todettu olevan kirjallisissa varoituksissa positiivinen vaikutus viestin ymmärrettävyyteen sekä aikomuksiin toimia varoituksen edellyttämällä tavalla (Kim & Wogalter 2015). Eräissä tutkimuksissa (Kim & Wogalter 2015) selvitettiin erityisten vahvistussanojen, kuten ”tärkeää” tai ”välttämätön” käyttöä verrattuna vahvistussanojen sekä määreen, kuten ”erittäin tärkeää” tai ”ehdottoman välttämätöntä” käyttöön. Vahvistussanan ja määreen yhdistelmän havaittiin lisäävän aikomusta toimia ohjeiden mukaisesti. (Kim & Wogalter 2015, 41-51.)



Kirjallisten varoitusten lisäksi varoituksia voidaan antaa myös suullisesti. Edellä mainitussa tutkimuksessa (Wogalter ym.1993) havaittiin, että suullisesti annettu varoitus (tutkimuksessa käytettiin digitalisoitua puheääntä) lisäsi merkittävästi ohjeiden noudattamista. Suullisesti annettuja varoituksia voidaankin tutkijoiden mukaan pitää tehokkaampina käytöksen muuttajina kuin pelkkiä kirjallisia varoituksia (Wogalter & Young 1989, Wogalterin 1993 mukaan). Tämä saattaa johtua siitä, että kuunneltaessa suullisia varoituksia, huomiota ei tarvitse suunnata toisaalle käsillä olevasta tehtävästä. Suullisten varoitusten etuna voidaan myöskin pitää sitä, että varoitus ei ole riippuvainen kohderyhmän lukutaidosta tai näkökyvystä. Huomionarvoista on kuitenkin se, että suullisesti annetut varoitukset eivät sovellu kovin pitkiin viesteihin. Varoitusten tehokkuutta taas heikentää se, että ne saattavat jäädä kokonaan tai osin kohderyhmältä kuulematta muun alueella olevan metelin taikka esimerkiksi kuulovammojen vuoksi. (Wogalter ym. 1993.)

Varoitusten tehokkuuteen on pyritty vaikuttamaan myös hyödyntämällä erilaisia valomerkkejä. Wogalterin ym. (1993) mukaan vilkkuvan valomerkin lisäämisellä varoituskylty yhteyteen ei ole havaittu tutkimuksessa olleen tilastollisesti merkittävää vaikutusta kohdehenkilöiden käyttäytymiseen. Tutkijoiden mukaan valomerkki herätti kyllä odotetusti huomiota, mutta sen epäiltiin häirinneen kirkkaudellaan ja vilkkumisellaan katsojaa, joka käänsi katseen nopeasti pois. Vaikka valomerkki ei siis onnistunut ylläpitämään katsojan huomiota hetkeä kauempaa, herätti se kuitenkin tämän huomion. (Wogalter 1993.)

Kuvien lisäämisellä varoituksiin ei havaittu olevan suojanaamarin- ja hanskojen käyttöä koskevassa tutkimuksessa merkittävää tilastollista vaikutusta ohjeiden mukaiseen käyttäytymiseen (Wogalter 1993). Tutkijoiden mukaan kuvien käyttö saattaa kuitenkin olla perusteltua tietyissä tilanteissa, huolimatta siitä, että löydökset eivät ko. tutkimuksessa puoltaneetkaan niiden käyttöä. Ne voivat olla oleellinen viestintäkeino esimerkiksi silloin kun kirjallisten ohjeiden käyttö ei jostain syystä ole tarkoituksenmukaista, esimerkiksi luku- tai kielitaidon puuttuessa (esim. turistit) tai pienten lasten ollessa kohderyhmänä. (Wogalter 1993; McDougald & Wogalter 2013.) Käytettäessä erilaisia symboleita kirjallisten varoitusten sijasta, on kuitenkin oltava tarkkana. Symbolien käyttämisen tekee haasteelliseksi niiden ymmärtäminen halutulla tavalla. Parhaimmillaan ne voivat toimia tehokkaana keinona esimerkiksi murtaa kielimuuri, mutta pahimmillaan ne voivat myös viestittää kohteelle väärää informaatiota. (McDougald & Wogalter 2013.). Kuvien ja symboleiden tehokkuutta voidaan lisätä korostamalla kuvion oleellisia kohtia. Korostamisella on havaittu olevan positiivinen vaikutus kuvion ymmärtämiseen. Korostusvärin käyttö saattaa auttaa katsojaa kiinnittämään tarkemmin huomiota kuvion oleellisiin kohtiin ja se lisää viestin selkeyttä. (McDougald & Wogalter 2013, 1285-1290.)

Varoitusten tehokkuutta on mahdollista lisätä myös hyödyntämällä esimerkin voimaa. Tutkijoiden mukaan mallioppiminen, menetelmä, jossa henkilöt oppivat tarkkailemalla toista henkilöä, on tehokas keino lisäämään ohjeiden mukaista käyttäytymistä (Racicot & Wogalter

1993). Tutkittaessa miten mallihenkilön videolla näyttämä suoritus (tutkimuksessa suojakäsineiden ja naamarin käyttö) vaikutti kohdehenkilöiden käyttäytymiseen, havaittiin, että videon näyttäminen lisäsi selvästi oikean, turvallisen suoritustavan tekemistä. Pelkän staattisen varoituksen näyttämällä ei ollut samankaltaista vaikutusta. Videoperehdytyksen vaikutusta ei heikentänyt tutkimuksen mukaan edes usean päivän väli videon katsomisen ja koehenkilöiden suorittaman testin välillä. (Racicot & Wogalter 1993, 57-64.)

### 2.2.2 Varoituksiin liittyvät haasteet

Ihmiset törmäävät varoituksiin kaikkialla. Ne varoittavat esimerkiksi epäterveellisen syömisen ja tupakoinnin haitoista, autolla ajamisen riskeistä, työkalujen- ja koneiden vaaroista jne. Ideaalisesti varoitukset viestittävät ihmisille riittävällä tavalla tuotteisiin tai erilaisiin toimintoihin liittyvistä riskeistä, jotta he voivat arvioida ylittääkö kyseiseen asiaan liitetyt hyödyt siitä aiheutuvat haitat, kannattaako riskinotto, ja jos kannattaa, mitä varoitoimenpiteitä on syytä huomioida toiminnassa. Kolikolla on kuitenkin kääntöpuolensa. Koska ihmiset altistuvat varoituksille jatkuvalla syötöllä, saattaa ihmisten käsitys riskin suuruudesta ja merkittävydestä hämärtyä. Jos ihmiset altistuvat huomattavasti useammin varoituksille koskien vähäisempiä riskejä, he saattavat muuttua välinpitämättömiksi yleisesti kaikkia varoituksia kohtaan, myös niitä, joiden seuraukset ovat laajoja ja merkittäviä. (Robinson, Viscusi & Zeckhauser 2016.)

Varoituksia koskevissa useissa tutkimuksissa on selvitetty muotoilun ja muotojen, värien, merkkisanojen ym. vaikutusta varoitusten tehokkuuteen (Green 2004). Green, kognitiivisen psykologian tohtori, toteaa, että vaikka tutkijat ovatkin pyrkineet löytämään optimaalisinta muotoa varoitusten laatimiseen, pyrkimykset ovat usein osoittautuneet turhiksi. Erilaisia suosituksia varoitusten laatimiseen on kyllä olemassa, mutta usein näiden taustalla olevat tulokset ovat ristiriitaisia ja vailla todellista pätevyyttä. Vaikkakin varoitusten tulisi olla helposti luettavia ja ymmärrettäviä, niiden muotoilulla ja jopa sisällöllä ei tutkimusten mukaan ole juuri suurta merkitystä niiden tehokkuuteen. Ongelmana ei ole niinkään varoitusten ulkoasu, vaan enemmänkin ihmisten käyttäytymiseen liittyvät tekijät, kuten se, että varoituksen kohde ei välttämättä huomaa varoitusta ensinkään. Tai jos huomaa, asiaa ei pidetä riskinä tai varoitusta ei pidetä edes vaivan arvoisena lukea. Toisinaan voi myös olla, että varoitusta ei vain jostain syytä haluta totella. (Green 2004, 30-34.)

Greenin (2004) mukaan ihmisten käyttäytyminen riippuu usein siitä, miten hyödylliseksi yksilö asian kokee. Koettua hyötyä arvioidaan vähentämällä sen saamiseen liittyvät kustannukset. Varoituksen kohdatessaan henkilö tekeekin päässään laskelmia, onko varoituksen lukeminen vaivan arvoista ja onko varoitusta tarpeen totella. Varoitus jätetään todennäköisimmin lukematta, mikäli se on kirjoitettu pienellä fontilla, teksti on tyyliltään vähäkontrastista ja/ tai

kursivoitua tai jos tekstiä ja sanoja on vaikea erottaa toisistaan liian vähäisen tilan ansiosta. Varoitukset kirjoitetaan usein lisäksi isoilla kirjaimilla, jotta ne herättäisivät enemmän huomiota. Tällä on kuitenkin päinvastainen vaikutus, sillä isoilla kirjaimilla kirjoitettu teksti heikentää tekstin luettavuutta ja lukemisen houkuttelevuutta. Varoitusten tulisi olla mahdollisimman lyhyitä koska kovin pitkien varoitusten lukeminen on epätodennäköisempää. Pituutta on hankala määritellä ja se riippuu osin vastaanottajajoukosta. Jos lukijalla on esimerkiksi kokemusta asiasta, hän saattaa tarvita ainoastaan muistutuksen vaarasta. Kokemattomalle lukijalle taas voi olla tarpeen saada hieman yksityiskohtaisempaa tietoa siitä. Varoitusten kohdalla enemmän ei ole aina parempi. Ihmiset eivät jaksa lukea liian pitkiä varoituslistoja ja liiallinen varoittaminen saattaa johtaa jopa ”poika, joka huusi sutta” dilemmaan. Ylivoittaminen saattaa johtaa myös siihen, että ihminen ei enää kykene erottamaan oikeaa vaaraa epätodennäköisestä. (Green 2004, 30-34.)

Mikäli varoituksen totteleminen vähentää halutun tavoitteen helppoa saavutettavuutta, arvioi päätöksentekijä yleensä onko lisääntynyt turvallisuus sen arvoista, että tavoitteeseen pääsy estyy tai sinne päästäkseen on tehtävä hieman enemmän töitä. Henkilö saattaa myös punnita erilaisia vaihtoehtoja tavoitteeseen pääsemiseksi. Mitä hankalammaksi vaihtaminen koetaan, sitä todennäköisempää on totella varoitusta. Varoitusten tehokkuutta on mahdollista lisätä ymmärtämällä kohderyhmän tavoitteita. Tavoitteeseen pääsemiseksi voidaan tarjota turvallisempi reitti, tai alkuperäinen tavoite voidaan korvata kokonaan toisella vaihtoehdolla. (Green 2004, 30-34.)

Varoitus luetaan ja sitä totellaan todennäköisemmin, mikäli siihen liittyy ilmeinen riski (Green 2004). Ongelmana on, että ihmiset usein joko aliarvioivat riskejä tai niitä ei kyetä havaitsemaan tai ymmärtämään lainkaan. Erään tutkimuksen mukaan 74 % tapaturman uhreista kuvitteli, että tilanteeseen ei liittynyt minkäänlaista riskiä (Weegels & Kanis 1998, Greenin 2004 mukaan). Ihmiset tekevät arviointeja kokemustensa ja havaintojensa perusteella, jonka vuoksi esimerkiksi terävää veistä käsitellään todennäköisesti varovasti, vaikka asiasta ei erikseen varoitettaisi. Tämä pätee myös toisin päin: mikäli vaara ei ole ilmeinen, ei varoitustakaan huomata helposti. Varoitusten tehtävänä onkin tiedottaa vaaroista silloin kun ne eivät ole ilmeisiä ja selvästi havaittavissa. (Green 2004, 30-34.)

Greenin (2004) mukaan varoitukset ovat ongelmallisia myös siksi, että vaikka varoituksia on kaikkialla, tottelemattomuudesta aiheutuvat vastoinkäymiset ovat kuitenkin harvinaisia. Tämän vuoksi ihmiset ajavat ylinopeutta, vähät välittävät hyppykielloista uimahalleissa jne. Varoituksen tottelemattomuudesta ei seuraa välittömiä negatiivisia seurauksia. Yksi päätöksentekoon liittyvä käyttäytymisen piirre onkin se, että ihmiset muuttavat helpommin käytöstään, mikäli seuraukset ovat välittömiä ja varmoja viivästyneiden ja epävarmojen sijasta. ”Epäkunnossa” ja ”Tie suljettu” tyyppiset kyltit ajavatkin asiansa juuri tästä syystä. Tupakka-askien varoitukset eivät taas synnytä samanlaista reaktiota, koska seurauksien ei nähdä olevan

samalla tavalla väistämättömiä. Koska on vaikea osoittaa, että piittaamattomuus varoitusta kohtaan ja vaaran toteutuminen korreloisi keskenään, ihmiset lakkaavat pitämästä varoituksia informaation lähteinä. Uskottavuutta vähentää myös se, että varoitusten kuvitellaan olevan olemassa oikeudenkäyntien pelosta tai niitä pidetään jonkin ylisuojelevan tahon keinona kontrolloida ihmisten tekemisiä. Niitä ei mielletä turvallisuutta lisääviksi toimenpiteiksi. (Green 2004, 30-34.)

Mitä enemmän ihmisellä on kokemusta, sitä paremmin riskin kuvitellaan olevan hallittavissa (Green 2004). Kokenut uimari saattaa olla piittaamatta hyppykiellosta kuvitellen voivansa kokemuksensa myötä hypätä juuri oikeassa kulmassa veteen ja välttää pohjaan osumista. Seurausten pelko vähenee, mikäli kuvitellaan, että lopputulos on jollakin tavalla kontrolloitavissa. Kokemuksen myötä lisääntyy myös eräänlaisten visuaalisten rutiinien käyttäminen ja ihminen saattaa kiinnittää huomiota ainoastaan käsillä olevaan tehtävään ja jättää ympärillä olevat ärsykkeet vaille huomiota. Varoitukset saattaisivat toimia tehokkaammin, mikäli ne kyettäisiin integroimaan tällaisiin rutiinitehtäviin. Kokemus nimittäin lisää myös erilaisten toimintojen automaattista suorittamista. On tyypillistä, että aloittelijat siirtyvät kontrolloidumasta käyttäytymismallista automaattisempaan. Ensimmäisessä toiminnot tapahtuvat hitaasti koska keskittyminen ja huomion kiinnittäminen tehtävään vaikuttavat päätöksentekoon. Tällöin ihminen on herkempi vastaanottamaan tietoa tehtävän suorittamiseksi. Automaattisissa mallissa toiminnot tapahtuvat ilman suurempia ponnisteluja eivätkä tekeminen edellytä juuri tietoisia päätöksiä, lihaskuormitusta suuren osan työstä. Autopilotin myötä epäolennaisiin asioihin, kuten varoituksiin, ei kiinnitetä huomiota. Myös uusi tai odottamaton tieto saattaa mennä ohi ymmärryksen. Automatisointia voidaan pyrkiä vähentämään, mutta tällä on sivuvaikutuksensa. Ammattitaito ja tuottavuus nimittäin edellyttävät tietynasteista automaatiota. (Green 2004, 30-34)

Greenin (2004) mukaan varoitukset ovat tärkeä keino onnettomuuksien ehkäisyssä koska niiden avulla on mahdollista saada tietoa piilevistä vaaroista. Green toteaa kuitenkin, että varoituksilla ei usein ole toivottua vaikutusta käyttäytymisen muutoksessa. Tämä johtuu ihmisten sopeutumiskyvystä sekä henkisistä rajoitteista ja taipumuksista. Varoitusten, kuten muidenkin turvallisuutta parantavien interventioiden, tulisi huomioida ihmiset sellaisina kuin he ovat, ei sellaisina kuin heidän toivotaan olevan. Erilaisilla muodoilla ja väreillä voidaan yrittää vaikuttaa varoitusten tehokkuuteen, mutta ottaen huomioon edellä mainitut rajoitteet ja ihmisluontoon kuuluvat ajatusvinoumat, oleellisempaa on pyrkiä huomioimaan suunnittelussa ihmisten oletettu käyttäytyminen. (Green 2004, 30-34)

### 2.2.3 Lempeä tuupaus vai läimäys kasvoille

Edellä on osoitettu, että ihmisten käyttäytyminen ei ole aina yksinomaan järkipäistä ja yksilön edun mukaista silloin kun kyseessä on esimerkiksi valinnat koskien omaa terveyttä ja hyvinvointia. Ihmisten päätöksentekoon vaikuttavat monet erilaiset harhaluulot sekä ulkopuoliset vaikuttimet. Merkityksellisiä vaaroja ei välttämättä kyetä tulkitsemaan oikein tai niiden todelliset vaikutukset saattavat paljastua vasta pidemmän ajan kuluttua, silloin kun on jo liian myöhäistä. On siis perusteltua väittää, että ulkopuoliselle ohjailulle on toisinaan tarvetta. Ruotsalais-kanadalaisen tutkimusmatkailijan Vilhjalmus Steffanssonin kerrotaan (Green 2002, 29) todenneen, että on olemassa kahdenlaisia vaaroja: oikeita, ja niitä, jotka ovat henkisiä. Oikeat vaarat liittyvät fyysisiin olosuhteisiin, kuten kylmyyteen, korkeisiin paikkoihin jne., kun taas henkiset vaarat saavat alkunsa ihmisten vaaroihin liittämistä odotuksista ja uskomuksista sekä kyvystä havaita niitä. Steffanssonin mukaan oikeita vaaroja voikin olla helpompi muuttaa koska ihmiset ovat aina pitäneet helpompana muuttaa maailmaa kuin itseään. (Green 2002, 29.)

Ihmisten käyttäytymistä voidaan yrittää ohjaila monella eri tapaa. Yksi tällaisista keinoista on sääntely. Sen avulla on mahdollista saada tehokkaasti aikaan haluttuja muutoksia käyttäytymisessä, jonka on esimerkiksi tupakkalainsäädäntö osoittanut. Sääntely ei kuitenkaan välttämättä ole aina tarkoituksenmukaisin keino vaikuttaa ihmisten käyttäytymiseen. Toisinaan voi olla tarpeen hyödyntää myös kevyempiä konsteja, kuten esimerkiksi sosiaalista markkinointia, jossa pyritään siihen, että käyttäytymisessä tapahtuisi muutoksia vapaaehtoisesti. (Hopwood & Merritt 2012, 77.)

”Sosiaalinen markkinointi on lähestymistapa, johon pohjautuvilla toimenpiteillä pyritään muuttamaan tai ylläpitämään ihmisten käyttäytymistä siten, että se hyödyttää sekä yksilöitä että yhteiskuntaa yleisesti” (Hopwood & Merritt 2012, 40). Sosiaalisessa markkinoinnissa korostuu asiakaslähtöisyys ja se asettaa ihmisten käyttäytymisen keskiöön. Pyrkimyksenä on muuttaa ihmisten todellista käyttäytymistä vaikuttamalla tiettyihin käyttäytymismalleihin. Tarkoituksena ei ole vaikuttaa pelkästään ihmisten tietoihin, asenteisiin ja uskomuksiin. (2012, 44.) Sosiaalisessa markkinoinnissa pyritään segmentointiin, eli tunnistamaan kohderyhmästä ryhmiä, joiden yksilöillä on samankaltaisia ominaisuuksia. Toimenpiteet räätälöidään ryhmien tarpeiden mukaan ja vältetään käyttämästä ”yksi keino kaikille” lähestymistapaa. (Hopwood & Merritt 2012, 68.)

Thalerin ja Sunsteinin (2009) luomassa liberaalissa paternalismissa on ajatuksena ihmisten ohjaaminen tekemään heidän itsensä kannalta parempia valintoja siten, ettei heidän valinnanvapauttaan radikaalisti rajoiteta. Liberaalia paternalismia voidaan pitää suhteellisen heikkona ja pehmeänä, ei-tungettelevana holhoamisen muotona, koska sen tarkoituksena ei ole rajoittaa tai sulkea vaihtoehtoja pois tai muutoin merkittävästi tehdä valinnoista merkittävästi kuormittavampia. Holhoavana toimintana sitä kuitenkin pidetään, koska esimerkiksi julkisen

sektorin valinta-arkkitehtuurien perimmäisenä tarkoituksena on ohjata ihmisiä kohti parempaa elämää. Valinta-arkkitehti tarkoittaa henkilöä tai tahoa, joka toimii niin sanottuna vaihtoehtojen tai valintojen suunnittelijana. Hän on vastuussa kontekstista, jossa ihmiset tekevät päätöksiä. Valinta-arkkitehti voi siis olla esimerkiksi lääkäri, joka käy potilaan kanssa läpi eri hoitomenetelmiä taikka vanhempi, joka kertoo lapselleen mitä koulutusvaihtoehtoja tällä on valittavanaan. (Thaler & Sunstein 2009, 3-6.)

Liiallista holhoamista välttävän konseptin ytimessä on ”nudge”- ajattelu. Nudgella tarkoitetaan hienovaraista ja huomaamatonta tuuppausta, jonka tarkoituksena on ohjata ihmisiä kohti hyvinvointia edistäviä valintoja. Heliskoski (2017) käyttää tästä suomenkielistä termiä Lempeä tuuppaus, jota käytetään myös tässä opinnäytetyössä. Thalerin ja Sunsteinin (2009, 6) mukaan lempeä tuuppaus voi olla mikä tahansa ns. valinta-arkkitehtuurin piirre, jossa ihmisten käyttäytymistä pyritään muuttamaan suunnitellusti rajoittamatta kuitenkaan valinnanvapautta.

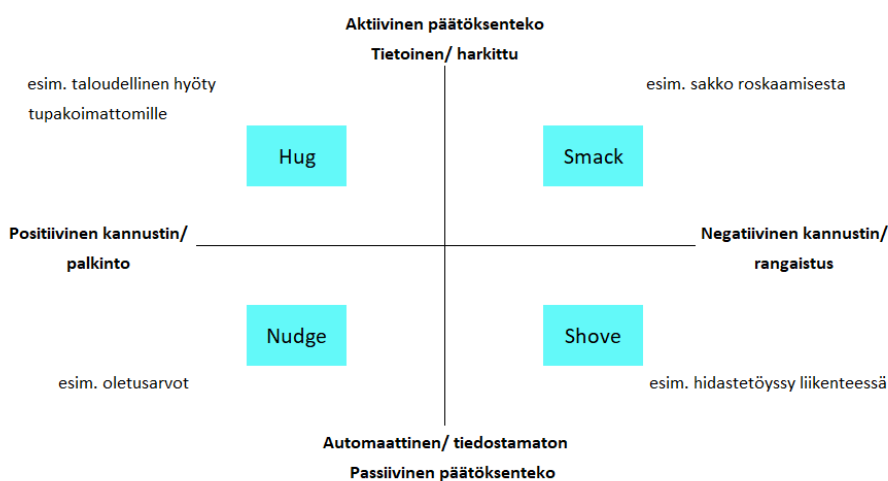
Lempeänä tuuppauksena voidaan pitää esimerkiksi sitä, että ihmisiä kannustetaan syömään terveellisesti asettamalla hedelmät kaupassa tai lounasravintolassa katselukorkeudelle. Roskaruoan kieltäminen ei sitä vastoin ole tällainen hienovarainen ohjauskeino (Thaler & Sunstein 2009, 6). Pyrkimyksenä on tehdä niistä valinnoista, joita ihmisten halutaan tekevän, mahdollisimman helppoja. Usein jopa hyvin pienillä muutoksilla on mahdollista ohjailta ihmisiä oikeaan suuntaan. Päätöksentekoa voidaan helpottaa antamalla ihmisille valmiita ratkaisuja. Oletusarvot toimivat esimerkiksi erittäin tehokkaina tuuppauksina ja niillä on suuri merkitys ihmisten päätöksenteossa. Ihmiset ovat taipuvaisia pitäytymään heille valmiiksi annetuissa vaihtoehtoissa, olipa kyse sitten uuden puhelimen oletusasetuksista taikka elinluovutuksesta. Koska oletusarvoilla on niin suuri painoarvo, on niiden käyttäminen esimerkiksi julkisen sektorin linjauksissa huomionarvoinen seikka. (Thaler & Sunstein 2009, 6-9.)

Lempeät tuuppaukset voivat olla hyvinkin tehokkaita ohjaamaan ihmisten käyttäytymistä. Niillä ei ole kuitenkaan ole samankaltaista vaikutusta kaikkiin ihmisiin. Osa ihmisistä reagoi paremmin erilaisiin negatiivisempiin kannustimiin, kuten haittaveroon (Thaler & Sunstein 2009, 9). Esimerkiksi makeisveron ansiosta osa ihmisistä ostaa vähemmän makeisia. Hyödyntämällä sekä kannustimia, että lempeitä tuuppauksia, on mahdollista parantaa ihmisten elämää ja ratkaista monia yhteiskunnallisia ongelmia siten, että ihmisten valinnanvapauteen ei liiaksi puututa. (Thaler & Sunstein 2009, 9.)

Lempeät tuuppaukset voidaan niiden potentiaalisista hyödyistä huolimatta nähdä kuitenkin harvoin yksistään riittävänä keinona ohjaamaan ihmisiä esimerkiksi kohti terveyttä edistäviä valintoja (French 2011, 157). Joskus ongelmakäyttäytyminen, kuten tupakointi, edellyttää pitkäjänteistä ja monipuolista toimintaa (Hopwood & Merritt 2012, 18). Frenchin (2011) mukaan lempeät tuuppaukset eivät ole osoittautuneet väestötasolla riittäviksi toimenpiteiksi,

jonka vuoksi ihmisten käyttäytymisen ohjaamiseksi tarvitaan myös muunkaltaisia interventiota. Tuuppaukset voivat olla toki hyödyllinen apuväline, mutta mikään autuaaksi tekevä konsti ei ole kyseessä. Frenchin mukaan soveltuvan intervention valinnassa tulisi huomioida asiakasymmärryksen lisäksi tietämys siitä, mikä on osoittautunut aiemmin toimivaksi. Esimerkiksi tilanne, jossa toivottua käyttäytymistä palkitaan positiivisen kannustimen avulla, ei toimi kaikissa olosuhteissa. Muutosta koskevien monimutkaisten päätösten tueksi tarvitaan usein reflektiota ja tarkkaa harkintaa. Oleellista onkin valita sopiva ”vaihtokauppa” kuhunkin tilanteeseen ottaen huomioon mikä kohderyhmä on kyseessä. (French 2011, 154-162.) Vaihtokaupalla voidaan tarkoittaa tilannetta, jossa positiivisen käyttäytymisen etuja maksimoidaan ja vastaavasti käyttäytymismuutoksen haittoja minimoidaan (Hopwood & Merritt 2012, 42). Asiakkaan kannalta vaihtokauppa on kannattava silloin kun vaihtokaupan hyödyt nähdään haittoja tai hintaa suurempina (Hopwood & Merritt 2012, 63).

Frenchin (2011) mukaan lempeä tuupaus on hyödyllinen työkalu käyttäytymisen muuttajana joissakin tilanteissa. Koska se ei kuitenkaan yksistään ole riittävä ratkaisu kaikissa olosuhteissa, French esittää laajemman työkalupakin soveltamista haluttaessa vaikuttaa ihmisen käyttäytymiseen. Vaikuttamisen nelikentässään (Kuvio 2.) French esittelee ns. vaihtokauppa-matriisin, jossa on määritelty neljä erilaista vaikuttamisen muotoa, joiden on tarkoitus edistää haluttua käyttäytymisen muutosta. (French 2011, 154-162.) Lempeän tuuppauksen lisäksi nelikentässä esitellään kolme muuta vaikuttamisen muotoa. Nämä ovat Hug, Shove ja Smack, joista Heliskoski (2017) käyttää suomenkielisiä termejä Halaus, Tönäisy ja Läimäys. Frenchin (2011) mukaan onnistuneimmat interventiot hyödyntävät kaikkia neljää vaikuttamisen muotoa. Yksittäisiä lokeroita ei tulisi nähdä kovin tiukkarajaisina, nelikenttä edustaa enemmänkin jatkumoa eri vaihtoehdoille. (French 2011, 159.)



Kuvio 2. Vaikuttamisen nelikenttä (mukaihen French 2011, 159)

Yksilöiden päätöksentekoa koskevat valinnat voivat olla Frenchin (2011) mukaan luonteeltaan joko positiivisia tai negatiivisia. Positiivisia valintatilanteita ovat niitä, joissa kohderyhmä palautetaan joko fyysisen, sosiaalisen tai henkisen palkinnon muodossa. Negatiivinen valintatilanne taas voi olla esimerkiksi sellainen, jossa ihmisiä rangaistaan, mikäli he jatkavat yhteisön ja yksilön kannalta vahingollista käyttäytymistä. (French 2011, 158.) Nelikentän vaakakseli kuvaakin positiivista ja negatiivista palkitsemista tai rankaisemista. Nelikentän pystyakseli taas kuvaa aktiivista ja passiivista valintaa. (French 2011, 159.) Frenchin mukaan jotkin vaihtokaupat ovat aktiivisia ja jotkin passiivisia. Lempäät tuuppaukset ovat ihannetilanteessa passiivisia. Aktiivinen vaihtokauppa on kyseessä silloin kun ihmiset lähestyvät tilannetta rationaalisesti ja punnitsevat hyötyjä ja haittoja. Aktiivisen vaihtokaupan hyvä puoli on se, että tällöin kehittyy myös kriittinen arvostelukyky, josta voi olla apua myöhemmissä elämäntilanteissa. Passiivinen vaihtokauppa on kyseessä silloin kun ihmiset perustavat päätöksensä enemmän intuitiivisiin reaktioihin tai silloin kun ihmiset suosivat oletusvaihtoehtoa. (French 2011, 154-162.)

Koska nelikenttä kuvastaa ainoastaan minkä luonteisia eri vaikutuskeinot voivat olla, French (2011, 160) on laatinut nelikentän lisäksi ”interventiomatriisin” (Kuvio 3.), jossa nelikentän vaikuttamisen muodot yhdistyvät de-CIDEDES viitekehykseen (French & Blair-Stevens 2010, Frenchin 2011 mukaan). Viitekehys tarjoaa viisi erilaista intervention tyyppiä, joita voidaan hyödyntää esimerkiksi julkisella sektorilla yleisen edun tavoittelussa: Control, Inform, Design, Educate, Support. Heliskoski (2017) käyttää näistä suomenkielisiä termejä Sääntely, Tiedottaminen, Muokkaaminen, Opettaminen, Tukeminen.

	Hug (halaus)	Nudge (lempeä tuuppaus)	Shove (tönäisy)	Smack (Läimäys)
Control (sääntely)				
Inform (tiedottaminen)				
Design (muokkaaminen)				
Educate (opettaminen)				
Support (tukeminen)				

Kuvio 3. Interventiomatriisi (mukaillen French 2011, 160)



Frenchin (2011) mukaan de-CIDEDES viitekehyksen interventiotyypit voidaan määritellä tarkemmin seuraavasti:

- **Säätely** pitää sisällään erilaisia kontrollikeinoja, kuten sääntöjä, vaatimuksia ja rajoituksia sekä kannustimien asettamista.
- **Tiedottaminen** lähestyy asiaa kommunikoinnin keinoin, esimerkiksi muistutusten, johdattelun, selitysten ja tietoisuuden lisäämisen sekä vahvistamisen avulla.
- **Muokkaaminen** tarkoittaa esimerkiksi tuotteen tai teknologian fyysistä muuttamista tai organisatorisia, järjestelmää koskevia tai sosiaalista kontekstia muokkaavia toimenpiteitä.
- **Opettaminen** kytkeytyy sitouttamiseen esimerkiksi harjoittelun, taitojen kehittämisen, inspiroinnin tai motivoinnin kautta.
- **Tukeminen** tarkoittaa esimerkiksi palvelujen tarjoamista, avustamista, saavutettavuuden edistämistä sekä yhteiskunnallista mobilisaatiota. (French 2011, 160.)

Valittaessa sopivaa vaikuttamisen muotoa tai intervention tyyppiä, Frenchin (2011) mukaan tulisi ottaa huomioon ko. keinon aiemmin osoitettu tehokkuus sekä kohderyhmää koskeva asiakasymmärrys. Valitun keinon vaikuttavuutta käyttäytymisen muutokseen tulee myös jatkuvasti arvioida. Nelikenttä on ideologisesti neutraali, asiantuntijat ja kohderyhmä määrittelevät palkintojen tai rangaistusten luonteen. (French 2011, 159.)

French (2011) toteaa, että vaikka vaihtokauppa voi yksilön kannalta vaikuttaa negatiiviselta, yhteiskunnallisesti katsottuna lopputulos voi kuitenkin kokonaisuutena tarkastellen olla positiivinen. Esimerkiksi ylinopeussakot kohdistuvat yksilöön, mutta ne vähentävät kuolemia yhteiskunnassa. Keskeistä on varmistua siitä, että käytettävät kannustimet ja/ tai sanktiot ovat kohderyhmän mielestä jollakin tavalla merkityksellisiä tai että ne toimivat riittävänä pelotteena ja vaikuttavat siten käyttäytymiseen. Esimerkiksi liian pieni sakkorangaistus tai vähäinen kiinnijäämisriski ei todennäköisesti johda haluttuun muutokseen. (French 2011, 154-162.)

### 3 Tutkimus- ja kehittämishankkeen kuvaus

Tutkimusstrategiana käytettiin etnografista lähestymistapaa. Tutkimushankkeen tarkoituksena oli trampoliinipuistossa tehdyn havainnoinnin avulla lisätä asiakasymmärrystä koskien asiakkaiden käyttäytymistä näiden osallistuessa kuluttajapalveluun. Lisäksi tarkoituksena oli selvittää, minkälaisilla ohjauskeinoilla asiakkaiden käyttäytymiseen pyritään vaikuttamaan ja

minkäläinen kokonaisuus (palvelupolku) palveluun osallistuminen on tietojen annon näkökulmasta.

Tutkimushankkeesta saatua asiakasymmärrystä syvennettiin palvelumuotoilun menetelmiä hyödyntäen laatimalla neljän fiktiivisen asiakkaan palvelupolku näiden osallistuessa kuvitteelliseen suuririskiseen kuluttajapalveluun. Palvelupolun tekeminen koettiin tärkeäksi koska opinnäytetyön tekijä halusi yhdistää havainnoinnista saadun asiakasymmärryksen tietoperustan teorioihin ja saattaa tämän mahdollisimman visuaaliseen muotoon turvallisuuskäyttäytymistä ohjaavien eri kontaktipisteiden ja palvelutuokioiden määrittämiseksi.

Kehittämishankkeessa oli tarkoituksena luoda suuntaviivat asiakkaiden turvallisen käyttäytymisen edistämiseksi siten, että suuntaviivoissa on huomioitu asiakaslähtöisyys, tietoperustasta kumpuavat teoriat koskien kuluttajan päätöksentekoprosessia, riskikäyttäytymistä sekä riskikommunikaatiota käyttäytymistä muuttavana ilmiönä. Suuntaviivojen laadinnassa hyödynnettiin havainnointitutkimuksen kautta saatua asiakasymmärrystä sekä kehittämishankkeen tuoksi laadittua palvelupolkua.

### 3.1 Havainnointitutkimus

Opinnäytetyön tutkimuksellisenä menetelmänä käytettiin etnografista tutkimusstrategiaa. Tarkoitus oli passiivisen havainnoinnin kautta saada tutkimustietoa siitä, miten kuluttajapalveluun osallistuvia asiakkaita informoidaan ja ohjataan käyttäytymään turvallisesti ja miten asiakkaat toimivat tällaisessa ympäristössä. Havainnointitutkimuksen tarkkailijana toimi opinnäytetyön tekijä itse. Tekijällä voidaan nähdä olleen kaksi roolia tutkimuksessa. Toisaalta toimia ulkopuolisena tarkkailijana tutkittaessa asiakkaiden käyttäytymistä suuririskisessä kuluttajapalvelussa, toisaalta olla itse palveluun osallistuva asiakas (ns. mysteerishoppaaja) asiakkaan kokeman palvelupolun hahmottamiseksi.

Etnografinen tutkimus juontaa juurensa antropologiaan. Kentällä olleen tutkijan oli ”selvitettävä tutkittavan kulttuurin ominaispiirteet ja ymmärrettävä, miksi yhteisö toimi niin kuin se toimi.” (Syrjäläinen 1994, 68, Metsämuurosen 2008, 20 mukaan.) Etnografisen tutkimuksen keskeisen taustafilosofian mukaan kulttuuri muovaa ihmisen käyttäytymistä ja, että luova, tietoinen ja tiedostamaton päätöksenteko johtaa inhimilliseen käyttäytymiseen. ”Käyttäytymisen päätöksenteko perustuu tulkinnoille, jotka syntyvät sosiaalisessa vuorovaikutuksessa. Symbolisen interaktionismin kannalta oleellista on ottaa huomioon se, kuinka tutkittavina olevat ihmiset tulkitsevat tilanteita, sillä juuri tulkinta ohjaa toimintaa.” (Syrjäläinen 1994, 76, Metsämuurosen 2008, 20 mukaan.)

Kehittämis-orientoituneesta etnografiasta on tullut liiketoiminnan tutkimuksen ja kehittämisen lisäksi käytetty metodi muillakin yhteiskunnan osa-alueilla, kuten esimerkiksi kylien ja

yhteisöjen kehittämisessä (Hämeenaho & Koskinen-Koivisto 2018, 290). Suosiota voi Hämeenahon ja Koskinen-Koiviston (2018, 290) mukaan selittää se, että ”toiminnoista merkityksiin”- siirtymän myötä etnografisten ja kulttuuristen lähestymistapojen on huomattu tuottavan erilaisiin kehittämishankkeisiin usein mielekkäämpää tietoa kehitystyön tueksi verrattuna perinteisiin määrällisiin mittareihin. Toimintaympäristöjä on niiden avulla mahdollista ymmärtää kokonaisvaltaisemmin elettyinä, havaittuina, ajateltuina ja fyysisinä tiloina, ei pelkästään operationaalisesti johdettavina paikkoina (Pritchard & Morgan 2006, 771, Hämeenahon & Koskinen-Koiviston 2018, 290 mukaan). Etnografisen menetelmän avulla on mahdollista edistää asiakkaan näkökulman huomioimista liiketoiminnassa ja se on tehokas tapa ymmärtää liiketoiminnan kulttuureja ja merkityksiä sekä tuotteiden ja palveluiden kehitysprosesseja (Hämeenaho & Koskinen-Koivisto 2018, 290-291).

Etnografista tutkimusta pidetään joidenkin tutkijoiden mukaan tapana tutkia inhimillistä elämää ja siihen yhdistetään tyypillisesti seuraavia ominaisuuksia:

- ”Voimakas halu tutkia perusteellisesti tietyn sosiaalisen ilmiön luonnetta ennemmin kuin muodostaa hypoteeseja niistä.
- Pyrkimys tai taipumus työskennellä ”ei-strukturoidun” aineiston kanssa, ts. aineistoa ei koodata suljettujen analyttisten kategorioiden mukaan.
- Tutkitaan pientä määrää tapauksia, ehkä vain yhtä.
- Aineiston analyysi sisältää julki tuodun tulkinnan inhimillisen käyttäytymisen merkityksestä ja funktioista.” (Atkinson & Hammersley 2000, 248, Metsämuurosen 2008, 21 mukaan).

Etnografiseen tutkimukseen kohdistuu kritiikkiä mm. sen subjektiivisuudesta. Kriitikoiden mukaan tutkijalla itsellään voidaan nähdä olevan hyvin aktiivinen rooli tutkittavan ilmiön tulkinassa ja tämän pelätään herkistyvän vääristymille tai tulkitsevan näkemäänsä ja kokemaansa epärehellisesti. Tämän vuoksi on oleellista tiedostaa tutkijan rooli ja laatia tutkimusraportti mahdollisimman seikkaperäisesti ja siten, että se sisältää koko prosessin kuvauksen. Näin tutkimuksen lopullisen luotettavuuden voi lukija arvioida itse. (Syrjäläinen 1991, Metsämuurosen 2008, 22 mukaan.)

Metsämuurosen (2008, 42) mukaan havainnoinnissa tutkija tarkkailee objektiivisesti kohdetta ja tekee samalla muistiinpanoja tai kenttäraporttia havainnoistaan. Etnografiselle tutkimukselle on keskeistä, että kentällä suoritettu havainnointi dokumentoidaan muistiinpanojen ja muiden soveltuvien tekniikoiden avulla. Aktiivinen osallistuminen tutkittavan kohteen toimintaan asettaa haasteita havainnoinnille ja aineistonkeruulle. (Hämeenaho & Koskinen-Koivisto 2018, 295.) Kentällä tapahtuva havainnointien dokumentointi tunnetaan termillä Field notes

eli suomeksi kenttämuistiinpanoina. Sana kenttä (engl. field) juontaa juurensa aikaan, jolloin tutkimusten tekeminen siirtyi pois laboratorioista ja kotoa ”kentälle”. Muistiinpanoille ei ole olemassa tiukkaa muotovaatimusta, mutta huomioiden ylös kirjaamista pidetään erittäin tärkeänä osana tutkimusta ja havainnointikokemusta. (Canfield 2011, 5-6.)

Havainnoinnissa on erotettavissa erilaisia osallistumisen asteita (Metsämuuronen 2008, 42-43). Osallistuminen voi vaihdella havainnoinnista ilman varsinaista osallistumista aina täydelliseen osallistumiseen asti. Tutkimustilanne määrittelee lopulta osallistumisen asteen. Toisinaan havainnointi ilman osallistumista voi olla tarkoituksenmukaista esimerkiksi tutkimuksen aluksi silloin kun halutaan ensin tutustua henkilöihin ja tilanteisiin ulkopuolisen tarkkailijan kannalta. Havainnointi ilman osallistumista voi toisaalta olla myös eettisesti tarkasteltuna ainoa soveltuva vaihtoehto. Tällöin tutkija pitää itsellään tutkijan roolin eikä samaistu tutkittavaan yhteisöön. Osallistuvassa havainnoinnissa taas tutkija voi olla joko tutkijan roolissa tai vaihtoehtoisesti enemmän toimijan roolissa. Metsämuuronen (2008, 43) mukaan ”Todellisissa tarkkailutilanteissa tutkijan on vaikeaa - joskus jopa tarpeetontakin - olla täysin ulkopuolisena tarkkailtavassa tilanteessa.” Tutkijalla voi esimerkiksi olla moraalinen vastuu puuttua epäkohtiin tai vääryyksiin vaikkakin tutkijan tulisi tuntee tutkimuksen kohde sen verran hyvin, että tilanteita voidaan tarkastella kulttuurin näkökulmasta käsin. Edellä mainittujen havainnoinnin tyyppien lisäksi on olemassa vielä piilohavainnointi (Grönfors 1985, 102-104, Metsämuuronen 2008, 43 mukaan), jossa tutkija tavallaan soluttautuu mukaan tutkittavaan joukkoon. Tällaisessa tilanteessa tutkijan voidaan nähdä olevan ulkopuolinen tarkkailija vaikkakin tutkija esittääkin olevansa tutkittavan joukon jäsen. (Metsämuuronen, 2008, 42-43.)

### 3.1.1 Havainnointiaineiston kokoaminen ja analysointi

Havainnointitutkimuksen kohteena oli Rush- trampoliinipuistot Vantaalla ja Helsingissä. Trampoliinipuisto valittiin tutkimuksen kohteeksi koska kyseessä on suosittu liikunnallinen vapaa-ajan muoto, johon liittyy liikunnallisten hyötyjen lisäksi myös suuria riskejä, kuten avomurtumia ja pään sekä niskan alueen vammoja (Kasmire, Rogers & Sturm 2016; Sinikumpu ym. 2012). Ennen kuin Rush- trampoliinipuisto valittiin kohteeksi, suoritettiin Vantaan toimipisteesseen tutustumiskäynti, joka vahvisti ennakkokäsitystä kohteen soveltuvuudesta tutkimuksen kohteeksi.

Trampoliinipuistoissa on tyypillisesti yksi isompi hyppyalue, jossa on useita vierekkäisiä trampoliineja. Lisäksi puistoissa on, kohteesta riippuen, erilaisia muita trampoliineilla tapahtuvia aktiviteetteja, kuten esimerkiksi polttopalloalue sekä erillinen vaahtomuovikuutioiden täyttämä hyppymonttu, jonne on mahdollista hypätä trampoliinilta tai hyppytasanteelta.

Trampoliiniaktiviteetit ovat Tukesin riskiperusteisen valvonnan kärjessä niissä tapahtuneiden onnettomuuksien vuoksi (Tukes mediatiedote 3/2019 ja 11/2018). Trampoliineilla hyppiessä asiakkailta on laaja päätäntävalta ja vaikutusmahdollisuudet vastata omasta tekemisestään. Tämä yhdistettynä trampoliineilla saavutettavaan suureen liike-energiaan altistaa asiakkaat loukkaantumisille sekä mahdollisesti myös pysyville vammoille.

Havainnointia suoritettiin kolmena erillisenä kertana, jokaisella kerralla aktiivista havainnointiaikaa oli tunti ja viisitoista minuuttia (yhden hyppyvuoron kesto sekä suositeltu aika saapua paikalle ennen hyppyvuoron alkua). Vantaan toimipisteessä toimintaa havainnointiin kahdesti ja Helsingin toimipisteessä kerran. Ensimmäisen kohdekäynnin oli tarkoitus olla alun perin ainoastaan tutustumiskäynti kohteeseen. Tarkoituksena oli tällöin arvioida kohteen soveltuvuutta havainnointitutkimuksen kohteeksi. Tutustumiskäynnin yhteydessä tehdyt havainnot ja mahdollisuus tehdä paikan päällä muistiinpanoja osoittautui kuitenkin käytännössä sen verran toimivaksi, että tehtyjä muistiinpanoja päätettiin hyödyntää myös lopullisessa työssä. Kohdekäynnistä keskusteltiin jälkikäteen Sky Park Oy:n turvallisuuspäällikön kanssa ja kahdesta muusta havainnointikerrasta päätettiin laatia tutkimuslupa kirjallisesti (Liite 1).

Havainnointikerrat jakautuivat seuraavasti:

- **23.1.2019 (1h 15 min):** Havainnointikerta 1, Rush Vantaa (tutustumiskäynti, osallistuminen palveluun 5-7-vuotiaiden syntymäpäiväjuhlien yhteydessä)
- **8.5.2019 (1h 15 min):** Havainnointikerta 2, Rush Vantaa (osallistuminen palveluun 5-7-vuotiaiden syntymäpäiväjuhlien yhteydessä)
- **24.5.2019 (1h 15 min):** Havainnointikerta 3, Rush Helsinki (osallistuminen palveluun yksin)

Koska kyseessä oli opinnäytetyön tekijälle entuudestaan viran puolesta tuttu kohde, rajattiin havainnointi virka-ajan ulkopuolelle ja tehtäväksi opinnäytetyön tekijän vapaa-ajalla. Kaksi havainnointikertaa suoritettiin osallistumalla lasten syntymäpäiväryhmän hyppyvuorolle ylimääräisenä aikuisena (Vantaa). Yhtenä kertana havainnointi suoritettiin osallistumalla palveluun yksin (Helsinki). Vaikka havainnointia suoritettiin kahtena kertana osana syntymäpäiväryhmän hyppyvuoroa, ei havainnoitsijalla ollut varsinaista valvontavastuuta ryhmän jäsenistä eikä havainnointi kohdistunut syntymäpäiväryhmään vaan yleisesti kaikkiin palveluun osallistuneisiin asiakkaisiin.

Havainnoinnin haluttiin olevan mahdollisimman tavoitteellista ja suunnitelmallista, joten havainnointiprosessin tueksi laadittiin etukäteen suunnitelma, joka toimi jokaisen havainnointikerran ohjenuorana:

### **1. Osallistu palveluun, kuten normaali asiakas**

Omaksu ns. mysteerishoppaajan rooli. Ole kuin kuka tahansa palveluun osallistuva asiakas. Pitäydy kuitenkin havainnoitsijan roolissa ja kiinnitä huomiota palvelukokemukseen asiakkaan näkökulmasta.

### **2. Ole huomaamaton sivusta seuraaja**

Havainnointi tapahtuu osallistumalla palveluun ilman, että kohde tai asiakkaat ovat tietoisia tutkimuksen tekemisestä (pl. kohteen turvallisuuspäällikkö, jolla on tieto käynnistä kuukauden tarkkuudella). Ole valmiina esittämään tarvittaessa kysymyksiä asiakkaille ja/ tai valvojille.

### **3. Pyri havainnoimaan aluetta ja palveluun osallistuvia asiakkaita mahdollisimman laajasti**

Liiku alueella, mutta muista pysähtyä tarkkailemaan ajoittain toimintaa tarkempien havaintojen tekemiseksi ja käyttäjätietojen saamiseksi. Kiinnitä erityistä huomiota käyttäytymistä ohjaaviin kontaktipisteisiin, palveluun osallistuvien asiakkaiden käyttäytymiseen ja valvojien toimintaan sekä palvelupolkuun kokonaisuutena.

### **4. Kirjaa huomiot mahdollisimman tarkasti ja nopeasti ylös**

Hyödynnä muistiinpanojen tekemisessä matkapuhelimen muistiinpanosovellusta ja/ tai valokuvia. Kaikkia havaintoja ei ole välttämättä mahdollista kirjata välittömästi ylös. Paina mieleen mahdollisimman tarkka muistijälki havainnoista ja kirjaa havainto myöhemmin ylös. Mahdollisimman tarkan ja vääristymättömän havainnon kirjaaminen jälkikäteen ylös on erittäin tärkeää. Tämän vuoksi, kirjaa jokaisen havainnointikerran jälkeen muistiinpanot mahdollisimman pian ylös, kuitenkin viimeistään 15 minuutin sisällä havainnoinnin päättymisestä.

Jokainen havainnointikerta sisälsi ennakkovalmistautumisen, joka oli ensimmäisellä kerralla pakollisen turvaohjeen täyttäminen, kahdella muulla kerralla turvaohjeeseen tutustuminen sekä hyppyajan varaaminen. Kohteeseen saavuttiin jokaisella havainnointikerralla suosituksen mukaisesti 15 minuuttia ennen hyppyajan alkamista. Havainnoitsijalla oli päällään normaalit liikuntavarusteet. Havainnoinnin aikana alueella kierrettiin kokonaisuuden hahmottamiseksi, suurin osa ajasta havainnointi tapahtui kuitenkin paikoillaan tarkkaillen siten, että tarkkailupaikalta oli mahdollisuus nähdä laajasti alueelle. Pääasiassa havainnointi keskittyi trampoliinikentän, hyppymonttialueen sekä dodgeball-alueen tarkkailuun, lähelle paikkaa, jonne valvojat olivat sijoittautuneet suurimman osan ajasta. Tarkkaa lukumäärää osallistujista ei havainnointikerroilla laskettu, arvioitu osallistujamäärä vaihteli 20-40 asiakkaan välillä.

### 3.1.2 Havainnointitutkimuksen tulokset

Havainnointikertojen kenttämuistiinpanot ovat tämän opinnäytetyön liitteissä (Liite 2, Liite 3 ja Liite 4). Muistiinpanoihin pohjautuvista havainnoista etsittiin samankaltaisuuksia ja havainnot luokiteltiin teemoittain omien otsikoiden alle:

#### a) Omatoiminen tutustuminen palveluun

- *Havainnointikerta 1:* Syntymäpäiväkutsussa kehoitettiin lukemaan ja kuittamaan turvaohje luetuksi ennen osallistumista.
- *Havainnointikerrat 2 ja 3:* Turvaohjeen lukeminen ei enää edellyttänyt kuittausta (kohde oli muuttanut toimintatapaa). Kohteen kotisivuilla oli turvaohje edelleen luettavissa ja sen lukemiseen kannustettiin.

#### b) Ennen aloittamista annettu perehdytys

- *Havainnointikerta 1:* Työntekijä kävi syntymäpäiväryhmän alkuopastuksessa läpi muutamia turvaohjeita (valvojan mukaan kaksi tärkeintä sääntöä: ei saa juosta ja yksi kerrallaan trampoliinilla) ja pyysi ennen hyppimään menoa katsomaan turvavideon.
- *Havainnointikerta 2:* Edellisellä havainnointikerralla pidettyä ryhmän alkuopastusta ei ollut.
- *Havainnointikerta 3:* Kassalla ei mainittu mitään turvaohjeiden lukemisesta tai turvavideon katsomisesta eikä kysytty onko käyty aikaisemmin.

#### c) Turvavideon katsominen hyppyvuoron aluksi

- *Havainnointikerta 1:* Turvallisuusohjeita (esim. älä hyppää pää edellä hyppymonttuun, älä juokse jne.) esittelevän turvavideon katsomista ei valvottu. Katselupaikan ohi oli mahdollista kävellä ja mennä suoraan hyppimään.
- *Havainnointikerta 1:* Video nauratti sitä katsovia lapsia. Videoanimaatiossa oli esimerkiksi kohta, jossa hahmo hyppää pää edellä vaahtomuovialtaaseen. Tämä oli kielletty, mutta videon ääntä ei kuullut riittävän selkeästi ja kuvatekstiä ei lapset ehtineet/ osanneet lukea.
- *Havainnointikerta 2:* Turvavideossa ollutta opastusääntä ei kuullut taustamuusiikin ja hälyn takia selkeästi. Samaan aikaan viereisessä ruudussa pyöri

englanninkielinen versio ilman ääntä. Videot eivät olleet samassa rytmissä ja häiritsivät hieman keskittymistä. Videon katsominen ei ollut edelleenkaan paikallista ja sen ohi on helppo mennä. Ohjeet seinällä kannustavat uusia asiakkaita katsomaan videon.

- *Havainnointikerta 3:* Lattiassa oleva opaste ohjasi turvavideon katselupaikalle, mutta paikan ohi oli helppo kävellä eikä katsomista kontrolloitu. Turvavideota ei ollut kukaan katsomassa. Videon ääni kuului selkeämmin kuin edellisessä havainnointipaikassa.

#### d) Paikan päällä annetut kuulutukset

- *Havainnointikerta 1:* Hyppyvuoron puolenvälin tienoilla alueella kuulutettiin yleisiä turvallisuusohjeita (mm. älkää juosko).
- *Havainnointikerta 2:* Annetusta kuulutuksesta ei saanut mitään selvää, koska musiikki oli samaan aikaan päällä. Muutamaan kertaan kuulutus tuli myös ilman musiikkia, jolloin ääni kuului selkeämmin. Kuulutus ilmeisesti myös tavoitti asiakkaita: aikuinen asiakas kommentoi kuulutusta ”yksi asiakas kerrallaan trampoliinilla” lapselleen/ valvottavalleen positiiviseen sävyyn.
- *Havainnointikerta 3:* Kuulutus turvallisuutta koskien toistui hyppyvuoron vaihtuessa. Musiikki taukosi kuulutusten ajaksi ja ääni kuului selkeästi.
- *Havainnointikerta 3:* Juoksukiellosta ja yhdestä hyppijästä trampoliinilla kuulutettiin säännöllisin väliajoin. Kuulutukset tulivat myös englanniksi.

#### e) Paikan päältä löytyvät kirjalliset ohjeet

- *Havainnointikerta 1:* Lasersokkelo- aktiviteetin luona oli kirjalliset ohjeet. Ohjeissa mainittiin suurin sallittu henkilömäärä aktiviteettiin. Ohjeistus oli liimattu tarratekstillä ja kirjoitettu pienellä fontilla (noin puolitoista cm). Tekstiä oli vaikea hahmottaa aktiviteetin muista ohjeista.
- *Havainnointikerta 1:* Wipeout- aktiviteetin luona oli kirjalliset ohjeet. Ohjeissa oli maininta mm. osallistujan minimipituudesta sekä maksimipainosta ja aktiviteetissa tuli odottaa valvojan paikalle tuloa (kontrolloi aktiviteettia).
- *Havainnointikerta 1:* Vaahtomuovimonttu- aktiviteetin luona oli välineeseen printatut ohjeet koskien kiellettyä toimintaa. Ohjeet olivat kirjoitettu englannin kielellä. Kirjoitettua ohjetta täydensi symboli.



- *Havainnointikerta 2:* Aulan seinällä olevat ohjeet muistuttivat turvallisuutta koskevista säännöistä. Ohjeet olivat tulostettu pienelle A4 kokoiselle paperille, jota oli melko vaikea havaita, muutoin kuin aivan lähietäisyydeltä.
- *Havainnointikerta 2:* Polttopallokentän sisäänmenon yhteydessä oli aikuisen katselukorkeudella kielto olla potkimatta palloa.
- *Havainnointikerta 2:* Vinojen trampoliinien luona oli kielto olla kiipeämättä niiden päälle. Lisäksi tästä mainittiin turvavideolla.
- *Havainnointikerta 3:* Trampoliinialueen sisääntulon luona oli kirjallisia ohjeita/ neuvoja asiakkaille, joissa mainittiin mm., että voltit aiheuttavat eniten onnettomuuksia.
- *Havainnointikerta 3:* Dodgeball alueella ei näkynyt kieltoa koskien pallon potkimista (edellisessä paikassa oli). Dodgeball säännöt olivat nähtävillä lähellä sijaitsevan toisen aktiviteetin luona.
- *Havainnointikerta 3:* Trampoliinialueella oli suuria sääntötauluja seinillä ja kirjallisia turvaohjeita nähtävillä. Ohjeissa mainittiin mm., että voltteja ei tule tehdä reunapehmusteiden yli ja juokseminen on kielletty.
- *Havainnointikerta 3:* Foam pitin sivustalla oli kirjallisia ohjeita. Kuvallisia ohjeita esimerkiksi sallituista laskeutumistyyleistä ei ollut näkyvillä.

#### f) Henkilökunnan suorittama valvonta

- *Havainnointikerta 1:* Valvoja ei kiinnittänyt huomiota Wipeout- aktiviteettiin osallistuvien asiakkaiden pituuteen (mittauspiste merkitty nuolella) ja päästi selvästi minimipituuden alittavat osallistujat aktiviteettiin.
- *Havainnointikerta 1:* Alueella olleet valvojat (3 kpl) olivat aika ajoitin sijoittautuneet yhteen paikkaan ja keskustelivat keskenään. Samanaikaisesti noin 15 metrin päässä useampi asiakas rikkoi kirjallista ohjetta (näkyvällä paikalla useampi ohjekyltti) olla kiipeämättä vinon trampoliinin päälle.
- *Havainnointikerta 2:* Valvoja huomautti sanallisesti polttopalloon osallistuneita asiakkaita, että pallon potkiminen on kielletty. Tällä ei ollut mitään vaikutusta toimintaan.
- *Havainnointikerta 3:* Trampoliinialueella oli jatkuva valvonta, paikalla oli enintään kolme valvojaa ja ajoittain yksi valvoja. Valvojat vaihtelivat paikkaa

alueella. Ajoittain yksi valvoja oli valvomassa alueen toisessa päässä ollutta aktiviteettia, jolloin muu alue jäi kokonaan vaille valvontaa.

**g) Asiakkaiden ja valvojen toimintaan sekä toimintaympäristöön liittyvät huomiot**

- *Havainnointikerta 2:* Valvoja teki ajoittain voltteja trampoliinikentällä ja poistui alueelta tekemällä voltin korotetulle reunustalle.
- *Havainnointikerta 2:* Lapsiasiakkaiden kohdalla sääntöjen noudattaminen vaikutti olevan erityisen vaikeaa.
- *Havainnointikerta 2:* Musiikki, hälinä, valot, pimeys vaikuttavat aisteihin ja häiritsivät keskittymistä.
- *Havainnointikerta 3:* Suurin osa asiakkaista vaikutti olevan lapsia.
- *Havainnointikerta 3:* Muutamia havaintoja useista hyppijöistä samalla matolla (tämä on kielletty).
- *Havainnointikerta 3:* Ainoastaan kerran havaittiin, että asiakkaat oleskelivat vinojen tramppojen päällä. Rakenne vaikutti olevan erilainen kuin toisessa kohteessa, istuminen trampoliinien päällä näytti hankalalta.
- *Havainnointikerta 3:* Kaksi asiakasta asensi erilliset patjat tasaiselle, kovemman alustan omaavalle alueelle ja teki juosten temppuja valvojan katsoessa vieressä. Osa näiden asiakkaiden volteista laskeutui patjojen ulkopuolelle ja epäonnistui selvästi (asiakkaat kaatuivat/ liukastuivat kyljelleen ja selälleen). Valvoja seiso vieressä, mutta ei puuttunut toimintaan.
- *Havainnointikerta 3:* Volttien teko näytti olevan yleistä. Osa asiakkaista teki voltteja siten, että laskeutui trampoliinien ulkopuolelle korotetulle tasolle tai reunalle. Osa käytti välineitä selvästi eri tavalla kuin oli tarkoitettu ja hyppäsi esimerkiksi vaahtomuovimonttuun tarkoitettulta korokkeelta viereiselle trampoliinille ottaen siitä vauhtia volttiin ja laskeutui hyppyalueelle muiden asiakkaiden viereen. Hyvät eivät olleet onnistuneita, laskeutuminen ei tapahtunut montaa kertaa jaloilleen. Valvojat eivät puuttuneet toimintaan.

**h) Valvojalle esitetty kysymys ja saatu vastaus**

- *Havainnointikerta 3:* Valvojalle esitettiin kysymys koskien alueen sääntöjä ja niiden valvomista. Valvojalta kysyttiin, onko volttien teko kielletty trampoliinien reunapehmusteiden yli, kuten säännöissä mainitaan tai trampoliinien

ulkopuolella (mainittiin, että näin havaittiin tehtävän usean kerran). Valvoja vastasi, että toimintaa ei ole kielletty, siihen puututaan vain, jos asiakkaiden taidot näyttävät siltä, että toiminta edellyttää puuttumista. Valvojan mukaan jotkut asiakkaat hyppäävät jopa yhden trampoliinin yli. Kysyttäessä valvojalta vahvistetaanko kyseistä sääntöä valvonnan keinoin, vastaus oli ei, säännön rikkomiseen ei puututa.

### 3.1.3 Havainnointitulosten tarkastelu

Havainnointitutkimuksen perusteella voidaan todeta, että asiakkaiden käyttäytymisen ohjaaminen on haastavaa tutkimuksessa toimintaympäristössä. Asiakkaiden käyttäytymistä seurattaessa tuli sellainen vaikutelma, että hauskanpidon keskellä ei kovinkaan moni asiakas kykene syystä tai toisesta toimimaan koko ajan järkipäisesti ja harkitsevasti ja huomioimaan toiminnassa omaa tai muiden turvallisuutta. Useiden eri ohjauskeinojen käyttö voidaan toisaalta nähdä vahvuutena, mutta haastavaksi niiden tehokkuuden kannalta tekee se, että ne kohdistuvat suurelle joukolle erilaisia ihmistyyppäjä. Vaikka kohteessa oli käytössä monia ohjauskeinoja, joilla asiakkaiden turvalliseen käyttäytymiseen pyritään vaikuttamaan, jäi näiden keinojen tosiasiallinen tehokkuus kysymysmerkiksi.

Kolmen havainnointikerran perusteella voitiin määritellä kuusi palvelutuokiota tai kontaktipistettä, joissa asiakkaan käyttäytymiseen pyrittiin vaikuttamaan: a) ennakoon annettavilla tiedoilla; b) suullisella opastuksella; c) turvavideolla; d) kuulutuksilla; e) kirjallisilla ohjeilla/ varoituksilla/ säännöillä ja f) henkilökunnan valvonnalla. Keinovalikoimaa kuvaavaan kuvioon (Kuvio 4) on lisätty esimerkki havaitusta keinosta.



Kuvio 4. Käyttäytymistä ohjaavat kuusi kontaktipistettä

Havainnointikertojen välillä oli havaittavissa erilaisia toteutustapoja käytettyjen keinojen välillä. Ensimmäisellä kerralla pakollisena ollut turvaohjeen lukeminen ja kuittaaminen ei ollut pakollista enää toisella havainnointikerralla. Samoin ryhmälle pidettyä alkuopastusta ei ollut toisella havainnointikerralla. Samaan aikaan päällä ollut musiikki häiritsi kuulutuksen kuulemista toisella havainnointikerralla, kahdella muulla kerralla musiikki taukosi kuulutusten ajaksi.

Merkillepantavaa oli, että vaikka kohteessa oli jatkuva valvonta, eivät valvojat havainnointikertojen aikana juurikaan puuttuneet sääntöjen vastaiseen toimintaan, taikka ohjanneet asiakkaita kohti turvallisia käyttäytymismalleja. Toisaalta huomionarvoista on kuitenkin se, että kohteessa on käytössä monia muitakin turvallista käyttäytymistä edistäviä ohjauskeinoja, valvonta on vain yksi näistä keinoista. Tästä huolimatta havainnoinnin aikana heräsi kysymys siitä, mikä valvojan rooli paikan päällä todellisuudessa on. Onko tehtävänä lähinnä puuttua vaarallisimpiin tempauksiin ja toimia ikään kuin turvaverkkona asiakkaiden loukkaantuessa, vai vahvistaa muiden ohjauskeinojen toteutumista ja pyrkiä ennakoivalla asenteella myötävaikuttamaan turvalliseen käyttäytymiseen. Käyttäytymistä ohjaavat keinot eivät nimittäin vaikuttaneet tukevan tai vahvistavan toisiaan. Tätä tuki havainto varoituksista, joita ei vahvistettu valvojien toimesta sääntörikkomusten yhteydessä (vinojen trampoliinien päälle kiipeäminen, trampoliinien yli hyppiminen). Lisäksi on syytä korostaa valvojien merkitystä esimerkin näyttämisessä. Mikäli valvojien tarkoituksena on valvonnan lisäksi näyttää asiakkaille mallia asianmukaisesta toiminnasta, tulisi pohtia minkälaista mallia asiakkaiden halutaan todellisuudessa imitoivan.

Oman erityishuomionsa ansaitsee myös lapsiasiakkaat. Asiakkaiden sekaan mahtui monen ikäistä osallistujaa, lasten määrä tuntui osallistujien joukossa kuitenkin jonkin verran korostuvan havainnointikertojen perusteella. Osalla lapsiasiakkaista oli valvoja mukana osallistumassa palveluun. Voisi olettaa, että valvojina toimivien aikuisten rooli tulisikin olla huolehtia siitä, että valvottavat toimivat alueella sääntöjen mukaisesti. Useita kertoja valvoja kuitenkin salli lapsen toimivan selvästi sääntöjen vastaisesti. Kenelle ohjeet ja informointi on tosiasiasa kohdistettu? Aikuisille valvojille vaiko lapsille, jotka palveluun osallistuvat. Eri ikäiset lapset suuntaavat huomiota eri tavoin. Lapsen ikään perustuva kehitystaso määrittelee sen millaista huomiokykyä tältä voi odottaa. Lapset ovat kuitenkin yksilöitä ja valmiuksiltaan erilaisia, jonka vuoksi aikuisen valvonta ja ohjaus on toisinaan erittäin tärkeää.

Moni vaaratilanne tai sääntöjen vastainen toiminta saattaisi olla vältettävissä, mikäli asiakkaita varoitettaisiin tehokkaalla tavalla tai heitä ohjattaisiin toimimaan turvallisella tavalla ja he tiedostaisivat kaikki toimintaan liittyvät riskit. Koska todellisuus on kuitenkin jotain muuta, heräsi ajatus voisiko toimintaympäristön suunnittelussa ottaa paremmin huomioon

asiakkaiden oletetun käyttäytymisen ja suunnitella ainakin osa toiminnoista siten, että asiakkaan valinnan mahdollisuutta kavennetaan. Esimerkiksi polttopallo: jos toiminta todellakin edellyttää sitä, että palloa ei saisi potkia, miksi käyttää välinettä, joka houkuttelee potki-  
maan sitä. Miksi ei käytettäisi sellaista palloa/ välinettä, jonka potkiminen on hankalaa tai epämurkavaa. Tai vinojen trampoliinien päälle kiipeäminen ja siellä oleskelu: jos tämä aiheuttaa vaaraa ja se halutaan kieltää, miksi väline on suunniteltu siten, että se houkuttelee selvästi lapsia kiipeämään ja istumaan sen laidalla.

#### 3.1.4 Tutkimuksen luotettavuus

Tehtyä havainnointitutkimusta voidaan kritisoida sen subjektiivisuudesta. Kohde oli tutkimuksen tekijälle entuudestaan tuttu ja tekijän voidaan olettaa tekevän havainnoita oman henkilökohtaisen kokemuksen perusteella ja tulkitsevan näkemäänsä virheellisesti. Asiantuntemus voidaan kuitenkin nähdä myös havainnointitutkimuksen vahvuutena koska harjaantunut silmä saattaa kiinnittää huomiota juuri oleellisiin asioihin. Vaikka tutkija tuokin etnografisessa tutkimuksessa tutkimuskohteeseen omat oletuksensa, tutkittava todellisuus myös haastaa tutkijan kehittämiä käsityksiä (Mäenpää 2005, Miettisen 2016, 72 mukaan).

Koska kyseessä ei ollut aktiivinen havainnointi, jossa ollaan vuorovaikutuksessa tarkkailtavien kanssa, oli havainnoinnin tekijällä mahdollisuus nähdä tilanteet luonnollisina, ilman omaa vaikutusta toimintaan. Tämä edellytti sitä, että havainnoinnin kohteilta ei voitu kysyä lupaa tarkkailuun. Havainnoinnin tarkoituksena oli kiinnittää huomiota asiakkaiden käyttäytymiseen, käyttäytymistä ohjaaviin kontaktipisteisiin sekä palvelupolkuun siihen osallistuvan asiakkaan näkökulmasta. Tämän vuoksi nähtiin oleelliseksi, että havainnointi tapahtui mahdollisimman passiivisesti. Havainnoitsija oli samaan aikaan ulkopuolinen tarkkailija, toisaalta samalla myös palveluun osallistuva ”mysteeriasiakas”.

Laadullisessa tutkimuksessa validiteetti, tutkimuksen pätevyys, saa usein enemmän huomiota kuin reliabiliteetti. Pätevyyttä arvioitaessa kiinnitetään huomiota siihen, onko tutkimus perusteellisesti tehty ja ovatko saadut tulokset ja tehdyt päätelmät ”oikeita”. (Saaranen-Kauppinen & Puusniekka 2009, 25.) Pätevyyttä arvioitaessa on kuitenkin hyvä tiedostaa, että tutkimuksella on mahdollista ainoastaan ”raapaista tai koskettaa, enemmän tai vähemmän, tutkitavan ilmiön pintaa” (Töttö 2004, Saaranen-Kauppinen & Puusniekan 2009, 25 mukaan), ”eikä tutkittavaa ilmiötä kyetä koskaan kuvaamaan raportissa täysin sellaisena kuin se tutkimustilanteessa tai tutkijalle ilmenee.” (Saaranen-Kauppinen & Puusniekan 2009, 25).

Havainnointitutkimuksen raportointi tehtiin mahdollisimman läpinäkyvästi luotettavuuden lisäämiseksi. Tutkimuksen tueksi laadittu havainnointiprosessin runko ohjasi omalta osaltaan tutkimuksen tekemistä ja lisäsi havainnointikertojen johdonmukaisuutta. Jokainen

havainnointikerta noudatti tätä samaa runkoa. Etukäteen laaditun tutkimusrungon lisäksi havainnoinneista tehtiin mahdollisimman seikkaperäiset kenttämuistiinpanot. Kenttämuistiinpanojen käyttäminen koettiin luontevaksi tavaksi raportoida havaintoja koska opinnäytetyön tekijä käyttää samaista menetelmää omassa valvontatyössään.

### 3.2 Kehittämishanke

Havainnointitutkimuksen avulla saatiin lisättyä asiakasymmärrystä kuluttajapalveluun osallistuvista asiakkaista sekä kerättyä tietoa niistä eri keinoista, joilla asiakkaiden käyttäytymiseen pyritään vaikuttamaan. Asiakkaiden käyttäytymisen ohjaamiseen tarkoitettuja keinoja on monia, osa saattaa toimia jollekin tietylle kohderyhmälle paremmin, osa huonommin. Osa asiakkaista saattaa kiinnittää varoituksiin ja muihin ohjauskeinoihin enemmän huomiota kuin toiset ja mukauttaa käyttäytymistään tilanteen mukaisesti.

Kehittämishankkeessa oli tarkoituksena luoda suuntaviivat asiakkaiden turvallisen käyttäytymisen edistämiseksi. Suuntaviivojen laatimisen tueksi päätettiin ensin saattaa asiakkaan matka kuluttajapalvelussa mahdollisimman visuaaliseen muotoon kokonaisprosessin hahmottamiseksi ja kehityskohtien havainnollistamiseksi. Tätä ennen laadittiin neljä kuvitteellista asiakaspersoonaa, joiden matkaa kuluttajapalvelussa palvelupolun kuvauksen oli tarkoitus havainnollistaa. Palvelupolun laatimisen myötä saatiin syvennettyä havainnointitutkimuksesta saatua asiakasymmärrystä.

#### 3.2.1 Palvelupolku kehittämisen menetelmänä

Kehittämishankkeessa laadittiin havainnointitutkimukseen, tietoperustaan sekä opinnäytetyön tekijän omiin kokemuksiin pohjautuen kuluttajapalveluun osallistuvien neljän erilaisen asiakkaan palvelupolku. Tarkoituksena oli kuvata näiden asiakkaiden matka heidän osallistuessa suuririskiseen kuvitteelliseen elämyspalveluun. Matkan varrella asiakkaiden käyttäytymiseen pyritään vaikuttamaan havainnointitutkimuksen pohjalta määriteltyjen kontaktipisteiden kautta.

Palvelumuotoilussa käytettyä palvelupolkumenetelmää käytettiin tässä opinnäytetyössä koska tarkoituksena oli syventää havainnointitutkimuksesta saatua asiakasymmärrystä kehityskohtien löytämiseksi. Palvelupolku on tähän hyvin soveltuva keino. Palvelupolun on tarkoitus olla visuaalinen kuvaus asiakkaan kokemuksista tämän osallistuessa palveluun. Sitä hyödyntämällä on mahdollista löytää aukkoja asiakaskokemuksissa ja tutkia mahdollisia ratkaisukeinoja prosessin kehittämiseksi. Palvelupolussa on erotettavissa kolme eri toiminnan vaihetta: 1) ennen kuin asiakas tulee palvelun vaikutuspiiriin; 2) vaikutuspiirissä ollessa; 3) vaikutuspiiristä

poistuttaessa. Palvelupolulle on tyypillistä, että sille ei ole olemassa yhtä oikeaa mallia, jonka vuoksi erilaiset palvelupolun kuvaukset saattavat poiketa hyvinkin paljon toisistaan. (Stickdorn ym. 2018, 44.) Ihmisillä voidaan nähdä olevan keskeinen rooli palvelun tuotannossa. Palvelumuotoilun avulla on mahdollista ohjata sekä palvelun käyttäjiä (asiakkaat) kuin myös niitä, jotka tuottavat palveluita (asiakaspalvelijat). Palvelumuotoilussa keskeistä onkin suunnitella molemmille sopivat roolit osaksi palvelun tuotantoa (esim. miten paljon asiakas vastaa itse palvelun tuotannosta). (Miettinen 2016, 52-53.)

Palvelupolkuun liittyy olennaisesti kontaktipisteet. Kontaktipisteet muodostavat palvelutuokion ja niiden kautta asiakas voi kokea, aistia ja nähdä palvelun (Miettinen 2016, 51). Miettisen (2016, 53) mukaan palvelutuokiota suunniteltaessa on mietittävä tarkkaan, ”mitkä kontaktipisteet ovat asiakkaan kannalta tärkeitä ja oleellisia ja mitkä kontaktipisteet tuovat asiakkaalle paljon arvoa vähin kustannuksin.” Kontaktipisteet tulisi suunnitella siten, että ne muodostavat asiakkaan kannalta selkeän, johdonmukaisen ja yhtenäisen palvelukokemuksen. Asiakkaan tulisi kokea palvelu monien eri kanavien kautta. (Miettinen 2016, 53.)

Palvelupolkua varten laadittiin neljä fiktiivistä ja erilaista asiakaspersoonaa. Kuluttajapalveluihin osallistuvat asiakkaat ovat usein varsin erilaisia ihmistyyppisiä. He voivat poiketa toisistaan esimerkiksi kokemuksen tason, riskitietoisuuden sekä demografisten tekijöiden perusteella. Tämän moninaisuuden vuoksi koettiin tärkeäksi määritellä toisistaan hyvin paljon poikkeavat persoonat, jotka voisivat tosielämässäänkin palvelua käyttää. Tuulaniemen (2016) mukaan asiakkaiden käyttäytymisen ymmärtäminen on sekä suunnittelijalle että palveluita kehittäväälle yritykselle kriittistä. Asiakasprofiileja voidaan käyttää suunnittelutyökaluna sekä ideointiin, päätöksentekoon kuin myös palvelukonseptointiin. (Tuulaniemi 2016, 155-156.) Kuvitteelliset käyttäjäprofiilit perustuvat tutkimusaineistoon, kuten haastatteluihin, osallistuvaan havainnointiin ja tutkimustiedon analyysiin. Niiden on tarkoitus toimia työkaluna käyttäjien ymmärtämistä varten. Profiilit voivat Miettisen (2016) mukaan sisältää nimiä, persoonan kuvauksen, käyttäytymistapoja, ryhmälle tyypillisiä tavoitteita ja elämäntapoja. (Miettinen 2016, 59.)

Palvelumuotoilussa ovat keskiössä asiakkaat, asiakasymmärrys, käyttäjät ja käyttäjätieto. Palvelumuotoilun tavoitteena on inhimillisen toiminnan, tarpeiden, tunteiden ja motiivien kokonaisvaltainen ymmärtäminen. Tämän lisääntyneen asiakasymmärryksen pohjalta on mahdollista tuottaa uusia palveluinnovaatioita. (Miettinen 2016, 13.) Palvelumuotoilussa pyritään siihen, että palvelut olisivat hyödyllisiä ja käyttökelpoisia sekä toivottavia asiakkaan näkökulmasta. Palvelumuotoiluun on vaikuttanut vuorovaikutuksen suunnittelu sekä käyttöliittymäsuunnittelu. Palvelumuotoilijat havaitsevat ja tulkitsevat käyttäjien vaatimuksia ja käyttäytymismalleja, ja visualisoivat, muotoilevat ja käsikirjoittavat palveluideoita ja -konsepteja. (Mager 2008, Miettisen 2016, 55 mukaan.)

### 3.2.2 Kehittämishankkeen toteutus

Palvelupolun visualisoinnissa lähdettiin liikkeelle asiakasprofiilien (persoonat) laadinnasta. Persoonien suunnittelussa pyrittiin korostamaan palveluun osallistuvien asiakkaiden laajaa kirjoa. Persoonat tehtiin tarkoituksella mahdollisimman erilaisiksi ottaen huomioon asiakkaisiin yleisesti liitettyjä muuttujia, joita on kuvattu Sosiaalisen markkinoinnin ABC:ssä (2012, 69). Laaditut persoonat poikkeavat toisistaan iän, sukupuolen, asenteiden ja käyttäjän statuksen (kokenut osallistuja, ei kokenut osallistuja) perusteella. Persoonat ovat esitelty kuviossa 5.

# PERSOONAT



**HELI HARRASTAJA,  
23 V.**

- entinen voimistelija
- liikunnallinen
- kokenut
- riskitietoinen

motto:  
"ei Roomaakaan päivässä rakennettu"

**ANTTI AMATÖÖRI,  
37 V.**

- sohvaperuna,
- itsevarma,
- ei ymmärrä riskejä

motto:  
"kyllähän minäkin tuon osaisin tehdä"





**KIIA KOKEILIJA,  
7 V.**

- tietämätön
- utelias
- innokas
- herkkä vaikutteille
- matkii muita

motto:  
"minäkin haluan koittaa"

**MATTI MAHTAILIJA,  
19 V.**

- liikunnallinen
- kokeilunhaluinen
- impulsivinen
- yli-itsevarma

motto:  
"ai en pysty vai?"



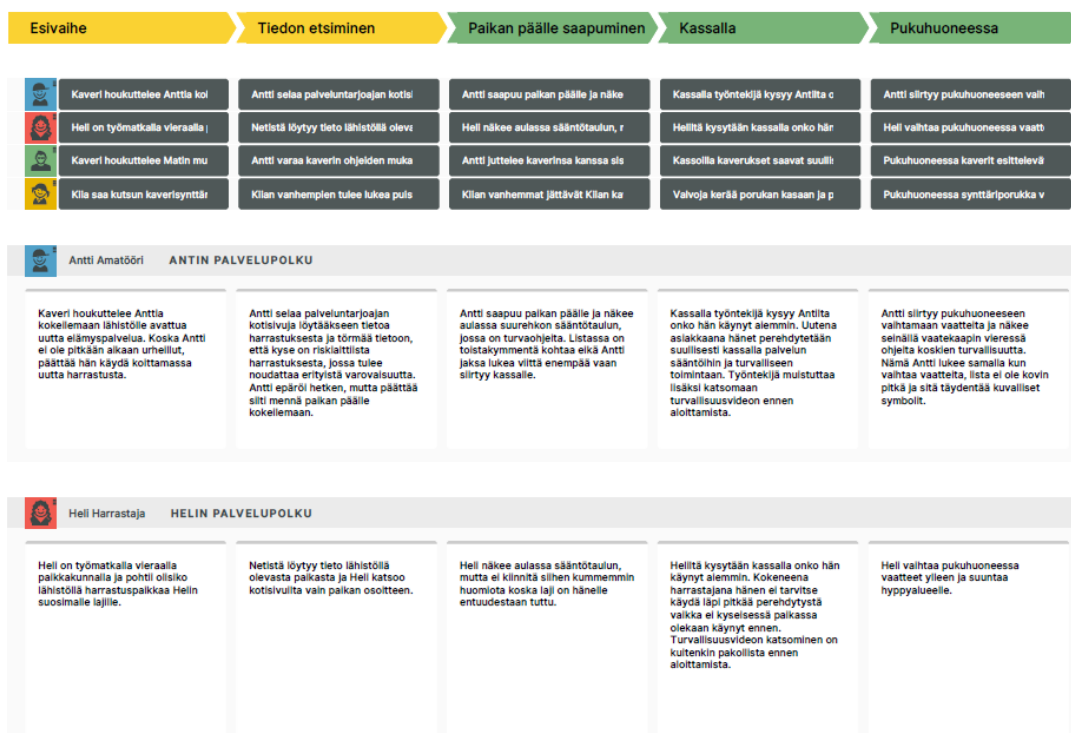
Kuvat: Canva

Kuvio 5. Persoonat



Palvelupolku laadittiin Smaply-sovelluksella (Smaply-kotisivut). Palvelupolku on kuvaus neljän erilaisen asiakkaan toiminnan eri vaiheista kuluttajapalveluun osallistuessa: ennen palvelun vaikutuspiiriä, vaikutuspiirissä ollessaan ja vaikutuspiiristä poistuttaessa. Tehdyssä palvelupolussa korostettiin erityisesti palvelun vaikutuspiirissä olemista. Kyseessä on fiktiivinen kuvaus neljän erilaisen persoonan kokemuksesta heidän osallistuessaan kuvitteelliseen suuririskiseen elämyspalveluun. Tiedoston skaalautuvuuden vuoksi kuvio on jaettu tässä osiossa useampaan osaan (Kuviot 6-11). Palvelupolku löytyy kokonaisuudessaan liitteistä (Liite 5).

Palvelupolkujen alkuvaiheessa (Kuviot 6 ja 7) on havaittavissa, että kukin asiakaspersoonaa päätyy käyttämään palvelua omien tarkoituksensa vuoksi. Kaikilla on subjektiivisesti tarkasteltuna yhtäläiset mahdollisuudet kiinnittää huomiota ympäristön tarjoamiin tiedonlähteisiin. Kun asiaa katsotaan hieman pintaa syvemmältä, havaitaan kuitenkin, että kullakin asiakkaalla on erilaiset valmiudet tarkkailla ympäristöään ja vastaanottaa informaatiota.

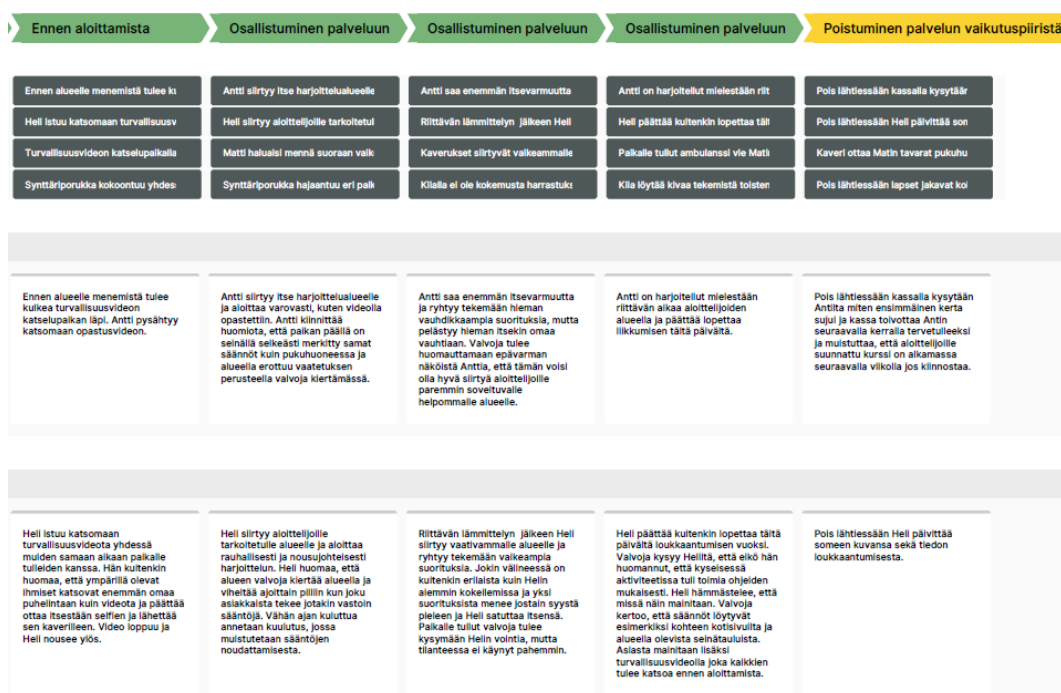


Kuvio 6. Palvelupolku: Antti ja Heli

Matti Mahtailija MATIN PALVELUPOLKU				
Kaveri houkuttelee Mattin mukaansa kokelemaan uutta harrastusta. Matti ei ole kyseistä laji kokeillut, mutta on kuitenkin omasta mielestään taitava lajissa kuin lajissa ja päättää lähtä mukaan.	Antti varaa kaverin ohjelden mukaan ajan kohteen kotisivuilta ja saa luettavakseen turvallisuusohjeet varauksen yhteydessä. Matti viikaisee ohjeltaa, mutta lukee niistä vain kaksi ensimmäistä.	Antti juttelee kaverinsa kanssa sisään tullessaan eikä huomaa seinällä olevaa sääntötaulua.	Kassolla kaverukset saavat suullisen opastuksen säännöistä ja alueella toimimisesta. Turvallisuusvideon katsomisen mainitseminen herättää huvitusta kaveruksissa.	Pukuhuoneessa kaverit esittelevät uusia vaatteitaan eivätkä kiinnitä huomiota seinältä löytyviin ohjeisiin.
Kiia Kokellija KIIAN PALVELUPOLKU				
Kiia saa kutsun kaverisynttäreille uuteen elämyspultoon.	Kiian vanhempien tulee lukea puiston ohjeet ja antaa lupa osallistumiseen. Ohjeita on sekä vanhemmille, että lapsille. Lapsille tarkoitettui ohjeet vanhemmat lukevat ääneen Kiialle.	Kiian vanhemmat jättävät Kiian kaveriporukan kanssa valvojan hotellisiin. Mukana on myös kaksi lasten huoltajaa.	Valvoja kerää porukan kasaan ja pitää yhteisen opastuksen säännöistä ja alueella toimimisesta. Valvoja muistuttaa, että ohjelden vastainen toiminta saattaa johtaa tapaturmiin.	Pukuhuoneessa synttärporukka vaihtaa vaatteet ylleen. Seinältä löytyy kirjallisia ohjeita, joita suurin osa lapsista ei osaa lukea, mutta kuvalliset symbolit kiinnittävät lasten huomion.

Kuvio 7. Palvelupolku: Matti ja Kiia

Edetessään palvelupolku eteenpäin (Kuviot 8 ja 9), voidaan nähdä taito- ja kokemustason sekä erilaisten persoonallisuuden piirteiden vaikuttavan asiakaspersonien käyttäytymiseen. Kokenut ja itsevarma Heli pyrkii esimerkiksi käyttäytymään ohjeiden mukaisesti, mutta on altis muuttamaan käyttäytymistään muiden osallistujien vaikutuksesta ja kokemuksen tuoman itsevarmuuden vuoksi osa ohjeista jää häneltä huomaamatta. Matilla taas uhkarohkeus yhdistettynä matalaan riskitietoisuuteen johtaa lopulta onnettomuuteen.

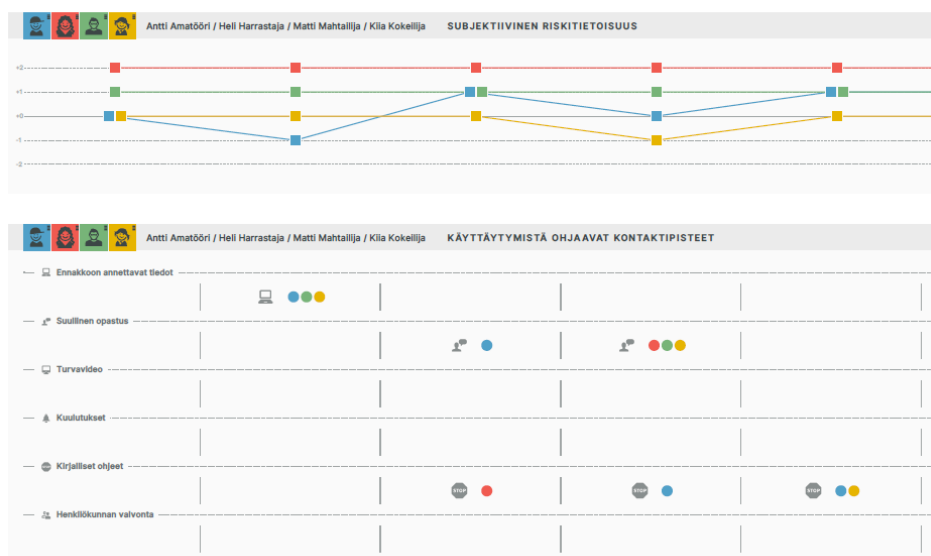


Kuvio 8. Palvelupolku: Antti ja Heli (jatko)

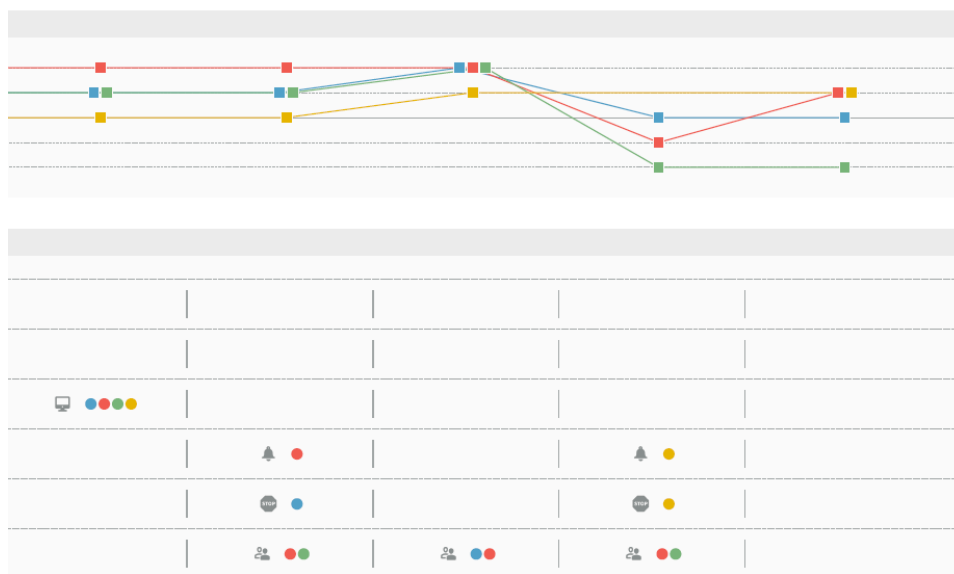
<p>Turvallisuusvideon katselupaikalla kaverukset istuvat katsomaan videota. Matin kaveri yrittää keskittyä videoon, mutta Matti ei malta katsoa videota loppuun ja koittaa jutella kaverinsa kanssa.</p>	<p>Matti haluaisi mennä suoraan vaikeammalle alueelle, mutta kaveri suostuttelee ensin aloittamaan rauhallisemmin aloittelijoiden alueella, Matti aloittaa heti vauhdikkaammin, mutta valvoja käy muistuttamassa Mattia säännöistä, kyseinen toiminta kuuluu alnoastaan edistyneempien alueelle.</p>	<p>Kaverukset siirtyvät vaikeammalle alueelle. Matti näyttää kaverilleen puhelmastaan toisen kaverinsa suorituksen ja päättää näyttää kaverilleen mallia ja yrittää tehdä samanlaista suoritusta kuin videolla. Suoritus menee kuitenkin pahemman kerran pieleen ja Matti loukkaa itsensä vakavasti.</p>	<p>Paikalle tullut ambulanssi vie Matin mennessään ja kaveri jää vielä juttelemaan valvojen kanssa. Kumpikaan kaveruksista ei ollut tietoisia, että kyseinen väline oli tarkoitettu käytettäväksi alnoastaan valvojan läsnäollessa ja erityisten suojarusteliden kanssa. Laitteeseen oli kyllä vapaa pääsy, mutta asiasta muistutettiin sääntötauluissa ja turvallisuusvideolla.</p>	<p>Kaveri ottaa Matin tavarat pukuhuoneesta ja poistuu paikalta. Kassalla hammitellaan tilannetta.</p>
<p>Synttäriporukka kokoontuu yhdessä katsomaan turvallisuusvideon. Kaikki ovat innoissaan ja videon keskittyminen on haastavaa. Videon katseluun kuuluu onneksi kuulokkeet, jotka lasten tulee laittaa päähänsä, joten he kuulevat alnoastaan videolta kuuluvan äänen.</p>	<p>Synttäriporukka hajaantuu eri paikkoihin alueella. Osa yrittää mennä edistyneempien alueelle, mutta valvojat puuttuvat tähän ja kertovat, että alueelle on ikäraja.</p>	<p>Kilalla ei ole kokemusta harrastuksesta ja hän seuraa mitä muut tekevät. Osalla lapsista näyttää olevan hauskaa käyttäessään välineitä väärin. Killa menee puuhaan mukaan. Mukana olevat vanhemmat puuttuvat kuitenkin toimintaan ennen kuin lapset loukkaavat itsensä ja opastavat tekemään jotain muuta.</p>	<p>Killa löytää kivaa tekemistä toisten osallistujien kanssa. Lapsilla on hieman vaikeuksia ymmärtää miten välineitä käytetään. Onneksi kuvalliset ohjeet auttavat kaikkia pääsemään aikuun. Lopulta kuulutus kertoo, että aika on päättynyt. Valvoja kokoaa synttäriporukan yhteen.</p>	<p>Pois lähtlessään lapset jakavat kokemuksiaan siitä mikä oli hausuinta tekemistä.</p>

Kuvio 9. Palvelupolku: Matti ja Kii (jatko)

Asiakaspersonien taustojen voidaan nähdä vaikuttavan subjektiivisen riskitietoisuuden lähtötasoon (Kuvio 10). Eteenpäin mentäessä huomataan myös, että riskitietoisuuteen vaikuttaa lisäksi erilaiset tuntemukset ja tilanteet, kuten itsevarmuuden lisääntyminen Antilla tai läheltä piti-tilanne Helillä. Palvelunpolun aikana asiakkaat altistuvat erilaisille käyttäytymistä ohjaaville kontaktipisteille (Kuvio 11), joilla on oma vaikutuksensa riskitietoisuuteen. Osa kontaktipisteistä onnistuu lisäämään tai ylläpitämään riskitietoisuutta, kun taas osan vaikutus jää vähäisemmäksi. Kontaktipisteet, joihin suhtaudutaan välinpitämättömästi tai jotka jäävät kokonaan huomiotta, eivät onnistu vaikuttamaan riskitietoisuuteen ja asiakkaiden päätöksentekoon. Merkityksellisenä pidetty informaatio sen sijaan mahdollistaa käyttäytymisen muutoksen.



Kuvio 10. Palvelupolku: subjektiivinen riskitietoisuus ja kontaktipisteet



Kuvio 11. Palvelupolku: subjektiivinen riskitietoisuus ja kontaktipisteet (jatko)

Palvelupolussa haluttiin tuoda esille erilaisten persoonien tavat reagoida käyttäytymistä ohjaaviin kontaktipisteisiin. Osalla voi olla käyttäytymiseen haluttu vaikutus, kun taas osan vaikutus saattaa jäädä vähäisemmäksi tai ei aiheuta muutosta käyttäytymiseen lainkaan. Vaikutuskeinojen tehokkuus on vahvasti sidoksissa erilaisten persoonien mahdollisuuksiin vastaanottaa informaatiota silloin kun sille on tarvetta. Kuten tietoperustassa tuotiin esille, ihmiset esimerkiksi suuntaavat huomiota, keräävät tietoa ja arvioivat päätelmiä riippuen minkälainen on heidän yksilöllinen motivointityylinsä (Leikas 2005, 31). Vaikka varoitus onnistuisikin

kiinnittämään kohteen huomion, on sen vielä saatava aikaan haluttu muutos käyttäytymisessä. Kuten aiemmin on asiaa käsitelty, ihmiset ovat kuitenkin yksilöitä ja he tulkitsevat ärsyksen merkitystä johdonmukaisesti omien ennakkokäsitysten, tarpeiden ja kokemusten mukaan (Solomon 2006, 49). Varoitukseen ei välttämättä kiinnitetä huomiota, mikäli henkilö mieltää riskin pieneksi (Green 2004, 30-34). Voi myös olla, että henkilö kuvittelee, että lopputulos on jollakin tavalla kontrolloitavissa koska omaa mielestään riittävästi kokemusta asiasta (Green 2004, 30-34). On myös mahdollista, että henkilö ei vain yksinkertaisesti hahmota, että tilanteeseen liittyy lainkaan vaaraa, koska hän ei ole tietoinen kaikista mahdollisista tilanteeseen liittyvistä riskeistä (Gigerenzer 2015, 47-48).

### 3.2.3 Pohdinta ja suuntaviivojen laatiminen

Tietoperustan ja havainnointitutkimuksen perusteella voidaan todeta, että asiakkaiden päätöksenteko ja käyttäytyminen valintatilanteissa on kaukana yksinkertaisesta. Ihminen on taipuvainen valintatilanteessa tukeutumaan erilaisiin heuristiikkoihin ja on lisäksi altis erilaisille päätöksenteon vaikuttimille. Asiakkaiden riskitietoisuus valintatilanteissa vaihtelee. Asiakkaiden riskikäyttäytymiseen vaikuttaa suuresti se, mitä tietoja, taitoja ja kokemusta heillä on asiasta. Toisinaan liika informaatiokin voi olla pahasta ja se voi johtaa yli-itsevarmaan ja riskialttiiseen käyttäytymiseen. Riskit eivät aina ole kohderyhmälle myöskään ilmeisiä. Toisinaan ihmisille onkin tarpeen kommunikoida riskeistä selkeällä ja johdonmukaisella tavalla. Riskikommunikaation lisäksi on huomionarvoista, että palvelu suunnitellaan jo lähtökohtaisesti siten, että turvallinen käyttäytyminen olisi mahdollisimman helppoa. Asiakkaita tulee ajoittain tuupata lempeästi oikeaan suuntaan, kohti turvallisempia ja terveellisempiä valintoja. Joskus pelkkä tuupaus ei ole kuitenkaan riittävä keino ja ajoittain on turvauduttava hieman kovempiin tönäisyihin. Huomionarvoista on, että valitut keinot tulisi perustua asiakasymmärrykseen. Ihmiset ovat erilaisia ja päätöksentekotilanteissa he tekevät yksilöllisiä havaintoja asioista ja muodostavat niistä omia käsityksiään. Toisaalta ihmiset myös muuttavat omaa käyttäytymistään muiden ihmisten vaikutuksesta.

Käyttäytymistä ohjaavien kontaktipisteiden ja ohjauskeinojen määrittelyssä ja valinnassa on mahdollista ottaa mallia sosiaalisen markkinoinnin ajatusmaailmasta ja räätälöidä toimenpiteet erilaisten tunnistettujen käyttäjäryhmien tarpeiden mukaan. Käyttäytymisen ohjaamisessa tulisi välttää ”yksi keino kaikille” lähestymistapaa (Hopwood & Merritt 2012, 68). Varoitukset ovat yksi keino edistää turvallista käyttäytymistä. Ne ovat kuitenkin vain yksi keino työkalupakissa. Käyttäytymiseen on myös mahdollista vaikuttaa esimerkiksi hienovaraisilla tuuppauksilla suunnittelemalla palvelu siten, että väärin käyttäytyminen on mahdollisimman hankalaa, jolloin varoituksia ei välttämättä tarvita lainkaan. Mitä keinoja halutaankaan käyttää, olennaista on, että keinot perustuvat todelliseen asiakasymmärrykseen ja niiden

käyttötarkoitus on etukäteen määritelty. Määrittelemisen apuna voidaan esimerkiksi tukeutua aiemmin esitettyyn Frenchin interventiomatriisiin (Kuvio 12).

	Hug (halaus)	Nudge (Iempeä tuupaus)	Shove (tönäisy)	Smack (Läimäys)
Control (säätely)			Valvojan sanallinen puuttuminen sääntörikkomuksiin ja vaaralliseen toimintaan	Alueelta poistaminen vakavissa/ toistuvissa sääntörikkomuksissa
Inform (tiedottaminen)			Turvavideon katsominen ennen hyppimistä	Asiakkaalle annettavista tiedoista käy ilmi loukkaantumisesta aiheutuvat seuraukset
Design (muokkaaminen)		Trampoliinin päälle kiipeäminen suunniteltu rakenteellisesti hankalaksi	Polttopallossa käytetään välinettä joka ei kannusta potkimaan	
Educate (opettaminen)	Turvallisten teknikoiden opettaminen	Valvojan toimiminen esimerkkinä asiakkaille		
Support (tukeminen)	Palautteen antaminen onnistuneista suorituksista	Aloittelijoille ja edistyneemmille suunnatut värikoodatut alueet		

Kuvio 12. Täydennetty interventiomatriisi (mukailten French 2011, 160)

Taulukkoon on täydennetty esimerkinomaisesti erilaisia asiakkaiden käyttäytymisen ohjaamiseen tarkoitettuja kontaktipisteitä perustuen havainnointitutkimuksesta saatuihin tietoihin. Palveluun osallistuvat asiakkaat määrittelevät viime kädessä käytettävien keinojen ”kovuuden”. Jollekin palvelutypille voi olla ominaista, että siihen soveltuu hieman kevyempi ohjailu ja vaarojen esille tuominen esimerkiksi kirjallisten varoitusten avulla. Jollekin toiselle palvelutypille taas voi olla tarpeen käyttää hieman kovempia ohjauskeinoja ja informoida asiakkaita esimerkiksi videoiden tai suullisen perehdytyksen kautta.

Opinnäytetyön kehittämishankkeen tarkoituksena oli luoda suuntaviivat asiakkaiden turvallisen käyttäytymisen edistämiseksi näiden osallistuessa kuluttajapalveluihin. Laaditut suuntaviivat muodostuvat opinnäytetyön keskeisistä elementeistä ja ne perustuvat kirjallisuuslähteisiin, havainnointitutkimukseen sekä asiakasymmärrystä syventävään palvelupolkuun. Suuntaviivat sisältävät neljä ydinkohtaa, joita voidaan soveltaa asiakkaiden turvallisen käyttäytymisen edistämässä. Suuntaviivoista laadittiin visuaalinen infograafi (Kuvio 13), jota täydentää laajempi kuvaus kustakin ydinkohdasta.

# TURVALLISEN KÄYTTÄYTYMISEN EDISTÄMINEN



## TUNNE PALVELUSI



### Tunnista vaarat ja arvioi riskit

Kriittiset ja ei- hyväksyttävät riskit tulisi pyrkiä eliminoimaan tai saattamaan hyväksyttävälle tasolle jo suunnittelupöydällä. Jäljelle jääneistä riskeistä tulee tiedottaa soveltuvalla tavalla asiakkaita.

## SAMAISTU ASIAKKAASEEN



### Määrittele asiakkaan palvelupolku ja käyttäytymistä ohjaavat kontaktipisteet

Näe palvelukokemus asiakkaan silmin ja määrittele palvelun käyttäjät. Laadi palvelupolut eri käyttäjäryhmistä ja kartoita kaikki kontaktipisteet.

## HELPOTA ASIAKKAAN PÄÄTÖKSENTEKOA



### Minimoi valintojen määrää, viesti jäljelle jääneistä riskeistä tarkoituksenmukaisilla keinoilla

Pyri tekemään asiakkaan turvallisesta käyttäytymisestä mahdollisimman helppoa. Anna asiakkaille tietoja, jotka ovat tarpeellisia turvallisen käyttäytymisen edistämiseksi. Huomio tietojenannossa kohderyhmien erilaisuus.

## ARVIOI VAIKUTTAVUUTTA



### Aseta tavoitteita ja arvioi niiden toteutumista

Mikäli valitut keino eivät johda tavoiteltuihin muutoksiin, palaa takaisin kirjoituspöydälle. Syvennä asiakasymmärrystä ja yritä uudelleen.

Kuvat: Canva

Kuvio 13. Suuntaviivat kuluttajien turvallisen käyttäytymisen edistämiseksi.

### 1. Tunne palvelusi (tunnista vaarat ja arvioi riskit)

- Laadi perusteellinen riskienarviointi tunnistettujen vaarojen perusteella. Kriittiset ja ei-hyväksyttävät riskit tulisi pyrkiä eliminoimaan jo suunnittelu-pöydällä (esim. estetään putoaminen kaiteella tai mahdollisuuksien mukaan suunnitellaan ympäristö siten, että kaiteelle ei ole edes tarvetta).
- Mikäli riskien poistaminen ei ole mahdollista tai niiden poistamiseksi tarvittavien toimenpiteiden hyöty-haittasuhde ei ole perusteltu, tulee määritellä tarkoituksenmukaiset keinot riskin hallitsemiseksi ja saattamiseksi hyväksytylle tasolle (esim. putoamista ei voida estää eikä aita rakentaa -> pehmustetaan alastulo seurausten pienentämiseksi tai pienennetään putoamiskorkeutta).
- Riskit, joita ei eliminoida, tulisi olla tiedossa ja hyväksytyjä. Jäljelle jääneistä riskeistä tulee tiedottaa asiakkaita. Mikäli vaara ei ole ilmeinen, tietojenannon merkitys korostuu. Tässä on hyvä huomioda, että vaikka asiakkaalla on tiettyyn pisteeseen asti vastuu omasta tekemisestään, ei pelkkä tiedonanto ole aina välttämättä riittävä keino riskin pienentämiseksi.

### 2. Samaistu asiakkaaseen (määrittele asiakkaan palvelupolku ja käyttäytymistä ohjaavat kontaktipisteet)

- Asiakkaan perehdyttäminen ja riskeistä viestiminen lähtee liikkeelle asiakkaaseen samaistumisesta. Koko palvelukokemus tulisi pyrkiä näkemään asiakkaan silmin.
- Hyödynnä asiakasymmärryksen lisäämisessä palvelumuotoilun menetelmiä. Pohdi, ketkä palvelua käyttävät. Onko kohderyhmässä esimerkiksi erotettavissa tiettyjä samankaltaisuuksia, joista muodostuu erilaisia ryhmiä. Laadi esimerkkipersonat palvelun käyttäjistä ja määrittele kunkin oma yksilöllinen palvelupolku.
- Kartoita kaikki kontaktipisteet. Pohdi kontaktipisteiden tarkoitusta: onko esimerkiksi tarkoitus rahastaa asiakasta vai onko tarkoituksena saada aikaan käyttäytymisen muutos asiakkaassa?

### 3. Helpota asiakkaan päätöksentekoa (minimoi valintojen määrää, viesti jäljelle jääneistä riskeistä tarkoituksenmukaisilla keinoilla)

- Toimi kulisseissa ja vetele naruista. Pyri tekemään asiakkaan turvallisesta käyttäytymisestä mahdollisimman helppoa ja vaarallisesta käyttäytymisestä mahdollisimmin vaikeaa. Auta asiakasta tekemään oikeita ratkaisuja



minimoimalla potentiaalisten vaihtoehtojen määrää. Ohjaa asiakasta kohti turvallisia valintoja. Pyri suunnittelemaan toimintaympäristö siten, että varoitukset ovat vasta viimeinen puolustuskeino.

- Anna asiakkaille tietoja, jotka ovat tarpeellisia turvallisen käyttäytymisen edistämiseksi. Varoita vaaroista tarvittaessa, älä kuitenkaan sorru ylivoimaisuuteen. Priorisoi laajat ja merkitykselliset vaarat.
- Asiakkaan käyttäytymisen ohjaamiseen tarkoitettuja keinoja tulisi olla perusteltuja ja pohjautua riskianalyysiin, asiakasymmärrykseen sekä tutkittuun tehoon. Huomio tietojenannossa kohderyhmien erilaisuus. Hyödynnä esimerkiksi interventiomatriisin (French, 2011) koko keinovalikoimaa soveltuvien keinojen määrittelyyn. Käytä lempeitä tuuppauksia, mutta älä pelkää myöskään läimäisyjä.
- Tutkimusten mukaan esimerkiksi suullisesti annetut varoitukset toimivat paremmin kuin pelkät kirjalliset ohjeet ja kirjallisten ohjeiden tehokkuutta lisää se, että ne erottuvat ympäristöstään, ne ovat integroitu osaksi muita ohjeita (esim. välineessä itsessään) tai, että niissä käytetään erityisiä korostussanoja. Kuvat kertovat usein enemmän kuin tuhat sanaa. Vältä pitkiä listoja ja pyri korostamaan esimerkiksi kuvien avulla olennaisia asioita, joihin tulee kiinnittää huomiota.
- Vahvista turvallisuusohjeiden, kuten sääntöjen ja varoitusten noudattamista välittömällä palautteella. Toimintaohjeet ovat turhaan olemassa, mikäli niiden rikkomisesta ei aiheudu mitään välittömiä seurauksia. Ajan myötä ihmiset saattavat omaksua käyttäytymismallin, jossa sääntöjen noudattamista jättäminen on mielekkäämpää kuin niiden noudattaminen. Näytä esimerkkiä. Mallioppiminen on tutkitusti tehokas tapa vahvistaa haluttua käyttäytymistä. Huomioi myös, että ihmiset ottavat vaikutteita muista ihmisistä, joten anna palautetta hyvistä suorituksista ja puutu vaaralliseen tai sääntöjen vastaiseen toimintaan.

#### 4. Arvioi vaikuttavuutta (asetatavoitteita ja arvioi niiden toteutumista)

- Asiakkaiden käyttäytymistä ohjaavat keinot tulee olla tarkkaan harkittuja ja perustua muuhunkin kuin pelkkiin oletuksiin. Ihmiset reagoivat eri lailla erilaisiin kannustimiin. Arvioi mihin käytössä olevat keinot sijoittuvat vaikuttamisen nelikentässä (French 2011).

- Aseta tavoitteita ja seuraa tavoitteisiin pääsyä. Ovatko omat tavoitteet ristiriidassa asiakkaiden tavoitteiden kanssa?
- Mikäli valitut keinot eivät johda tavoiteltuihin muutoksiin, palaa takaisin kirjoituspöydälle. Syvennä asiakasymmärrystä ja yritä uudelleen.

#### 4 Arviointi

Tämän opinnäytetyön tarkoituksena oli lisätä asiakasymmärrystä koskien kuluttajapalveluihin osallistuvien asiakkaiden käyttäytymistä. Tässä sen voidaan nähdä onnistuneen. Tietoperustassa käytiin läpi asiakkaan päätöksentekoon liittyviä tekijöitä sekä riskikäyttäytymiseen ja riskitietoisuuteen vaikuttavia asioita. Kirjallisuuslähteiden avulla nostettiin esille riskikommunikaation merkitystä, erilaisia lähestymistapoja ohjata ihmisten käyttäytymistä sekä varoitukseen liittyviä haasteita. Havainnointitutkimuksen perusteella saatiin konkreettista tietoa siitä, miten asiakkaat käyttäytyvät todellisessa ja luonnollisessa ympäristössä osallistuessaan suuririskiseen kuluttajapalveluun. Lopulta opinnäytetyössä laadittiin suuntaviivat asiakkaiden turvallisen käyttäytymisen edistämiseksi.

Opinnäytetyön tutkimusongelmana oli miten palveluntarjoaja voi edistää kuluttajapalveluihin osallistuvien asiakkaiden turvallista käyttäytymistä? Täydentävänä kysymyksenä oli, mikä merkitys riskikommunikaatiolla on turvallisen käyttäytymisen edistämisessä?

Kirjallisuuslähteiden ja havainnointitutkimuksen perusteella voidaan todeta, että asiakkaiden käyttäytymistä tulee pyrkiä ohjaamaan kohti turvallisempia valintoja. Riskikommunikaatiolla on tärkeä tehtävä riskikäyttäytymiseen vaikuttamisessa ja riskitietoisuuden lisäämisessä. Asiakkaille tulee kommunikoida riskeistä tehokkailla ja tarkoituksenmukaisilla keinoilla. Asiaan ei ole kuitenkaan olemassa yhtä oikeaa ratkaisua. Lähemmäs oikeaa voidaan kuitenkin päästä tukeutumalla keinovalikoiman ja toimintaympäristön suunnitellussa keinoihin, joiden on tutkusti todettu olevan tehokkaita muuttamaan käyttäytymistä.

##### 4.1 Johtopäätökset

Ihanteellisessa päätöksentekotilanteessa ihmiset kykenevät toimimaan rationaalisesti, arvioimaan tilanteeseen liittyvät hyödyt ja haitat ja toimimaan annettujen tietojen perusteella riskitietoisesti ja huomioimaan päätöksensä mahdolliset seuraukset. Jotta riskin voisi tunnistaa epävarmuuden seasta ja toimia tilanteessa parhaaksi katsomallaan tavalla, tulee tietää suuri joukko riskiin liittyviä muuttujia ja kyetä arvioimaan niiden potentiaaliset seuraukset. Kaikki ihmiset eivät omaa riittävää riskinlukutaitoa toimiakseen optimaalisella tavalla päätöksenteon kynnyksellä eikä yhteiskunnalle ole varaa siihen, että ihmiset oppivat yrityksen ja erehdyksen

kautta välttämään vaarallisia tilanteita. Lainsäätäjä on kuluttajaturvallisuuslakia säätäessään pyrkinyt lainsäädännön keinoin vaikuttamaan siihen, että asiakkaille annettaisiin riittävästi tietoa, jotta nämä voisivat toimia turvallisesti kuluttajapalveluita käyttäessään. Yhteiskunnan intresseissä on ohjata ihmisten käyttäytymistä kohti terveyttä ja hyvinvointia edistäviä valintoja.

Sosiaalisella markkinoinnilla ja liberaalilla paternalismilla on paljon annettavaa riskikommunikaatiota ja asiakkaiden turvallista käyttäytymistä koskevaan keskusteluun. Ihmisillä on tiettyyn pisteeseen saakka vastuu omasta tekemisestään ja yksilönvapautta ei tulisi liiaksi rajoittaa. Yksilön vastuulle ei kuitenkaan voi sysätä kaikkea terveyteen ja turvallisuuteen liittyvää päätöksentekoa. Ihmiset nimittäin tekevät usein valintoja, jotka eivät ole välttämättä heidän omaksi parhaakseen. Asiakkaiden käyttäytymiseen vaikuttamisessa on oleellista oikean tasepainon löytäminen rajoittamatta liikaa ihmisten valinnanvapautta ja mahdollisuutta päättää omasta tekemisestään.

Palvelumuotoilun teoriaan nojaten voidaan todeta, että asiakkaiden ohjaamisessa ja näille annettavien tietojen määrittelyssä on tärkeää tunnistaa, mitkä kontaktipisteet ovat asiakkaan kannalta tärkeitä ja oleellisia käyttäytymistä muokkaavia interventioita. On olennaista tunnistaa palveluun osallistuvien erilaisten käyttäjäryhmien ominaispiirteet ja tarpeet. Ihmiset ovat yksilöitä eivätkä kaikki reagoi samalla tavalla ohjailuun. Valittaessa soveltuvia kontaktipisteitä, tulisi pohtia millä kontaktipisteillä on mahdollista saada aikaan suurin vaikuttavuus ja minkälaiset keinot soveltuvat kullekin käyttäjäryhmälle. Määriteltäessä ja valitessa asiakkaille annettavien tietojen eri keinoja ja vaikutuskanavia, tulisi aina pohtia mitä kyseisellä toimenpiteellä halutaan saada aikaan. Onko tarkoituksena oikeasti ohjata ihmisiä kohti parempia, terveyttä ja turvallisuutta edistäviä valintoja, vai halutaanko varoituksilla, ohjeilla ja säännöillä vain siirtää vastuuta päätöksentekijälle. Varoituksia, ohjeita ja perehdytystä ei tulisi nähdä turhana byrokrationa vaan erottamattomana osana yrityksen liiketoimintaa. Onhan palveluun osallistuvat asiakkaat se, josta yrityksen liikevaihto muodostuu.

#### 4.2 Opinnäytetyön jatkokehittämisaiheet ja tulosten laajempi hyödynnettävyys

Tässä opinnäytetyössä luotiin suuntaviivat asiakkaiden turvallisen käyttäytymisen edistämiseksi. Suuntaviivat on nähtävä yhtenä vaihtoehtona riskikommunikaation ja asiakkaiden turvallisen käyttäytymisen edistämiseksi. Suuntaviivat ovat johdettu teoriasta ja esiin nostetut seikat ovat spekulointia siitä mikä voisi toimia. Suuntaviivojen todellista tehokkuutta on vaikea arvioida, eikä se ollut tämän opinnäytetyön tarkoituksena. Tehokkuuden arviointi tai esimerkiksi interventiomatriisin hyödyntäminen turvallisuuden edistämiseksi voisikin olla jatkokehittämisaiheita työlle. Opinnäytetyössä käytettyä palvelupolku-menetelmää on mahdollista hyödyntää monella eri sektorilla. Tässä työssä sitä hyödynnettiin havainnointitutkimuksesta

saadun asiakasymmärryksen syventämiseen ja asiakkaan matkan visualisointiin. Vaikka palvelupolun asiakaspersonat pohjautuivat fiktion, voidaan persoonien laadinnassa hyödyntää myös konkreettiseen asiakasdataan perustuvaa aineistoa.

Opinnäytetyö oli suunnattu kuluttajapalveluiden turvallisuuden kehittämiseen. Laadittujen suuntaviivojen on tarkoitus toimia sekä valvojan viranomaisen kuin myös palveluntarjoajien apuna näiden suunnitellessa soveltuvia keinoja, joilla edistää asiakkaiden turvallista käyttäytymistä kuluttajapalveluissa. Sillä voidaan nähdä olevan kuitenkin myös laajempaa hyödynnettävyyttä turvallisuusalalla yleisesti. Turvallisuushakuisen käyttäytymisen edistäminen on monen eri turvallisuuskulttuurin kehittämisestä kiinnostuneen sektorin intresseissä. Tämän opinnäytetyön toivotaan omalta osaltaan edistävän turvallisuutta yhteiskunnassa lisäämällä ymmärrystä erilaisista keinoista, joilla voidaan vaikuttaa ihmisten turvalliseen käyttäytymiseen.

## Lähteet

## Painetut

Gigerenzer, G. 2015. Riskitietoisuus, miten hyviä päätöksiä tehdään. Helsinki: Hakapaino.

Iivari, P. 2012. Matkailun turvallisuus. Globaalit muutokset-paikalliset vaikutukset. Rovaniemi: Kopijyvä Oy

Metsämuuronen, J. 2008. Laadullisen tutkimuksen perusteet. Metodologia- sarja 4. Jyväskylä: Gummerus kirjapaino Oy

Miettinen, S. 2016. Palvelumuotoilun uusia menetelmiä käyttäjätiedon hankintaan ja hyödyntämiseen. Helsinki: Grano Oy

Piekarz, M., Jenkins, I. & Mills, P. 2015. Risk and Safety Management in the Leisure, Events, Tourism and Sports Industries. Tarxien, Malta: Gutenberg Press Ltd

Shafir, E. 2013. The behavioral foundations of public policy. Princeton: Princeton University Press cop.

Solomon, M. R. 2006. Consumer Behavior: buying , having and being. Upper Saddle River, New Jersey: Pearson Education, Inc.

Stickdorn, M., Hormess, M., Lawrence, A. & Schneider, J. 2018. This is service design doing. Sebastopol: O'Reilly Media

Thaler, R. 2015. Väärin käyttäytyminen. Tampere: Tammerprint Oy

Thaler, R. & Sunstein, C. 2009. Nudge: Improving Decisions about Health, Wealth, and Happiness. London, England: Penguin Books Ltd

Tuulaniemi J. 2016. Palvelumuotoilu. Helsinki: Talentum Pro.

## Sähköiset

Canfield, M. Field Notes On Science and Nature. 2011. Harvard University Press. Viitattu 31.5.2019. <https://laurea.finna.fi/Record/nelli01.2550000000052482>

French, J. 2011. Why nudging is not enough. Journal of Social Marketing, Vol.1(2). Viitattu 10.6.2019. <https://laurea.finna.fi/PrimoRecord/pci.proquest877023740>

Green, M. 2002. Let's not blame the victim...just yet. OH & S Canada. Viitattu 4.6.2019. <https://laurea.finna.fi/PrimoRecord/pci.proquest224619407>

- Green, M. 2004. Why Warnings Fail. Occupational health & safety (Waco, Tex.) Vol.73(2). Viitattu 6.6.2019. <https://laurea.finna.fi/PrimoRecord/pci.medline15024904>
- Halko, M-L. & Hytönen, K. 2014. Sosiaalinen ympäristö ja kuluttajien käyttäytyminen. Kansantaloudellinen aikakauskirja. Viitattu 27.5.2019. [http://www.taloustieteellinenyhdistys.fi/wp-content/uploads/2014/12/KAK42014Halko\\_Hytonen.pdf](http://www.taloustieteellinenyhdistys.fi/wp-content/uploads/2014/12/KAK42014Halko_Hytonen.pdf)
- Havakka, P., Kulmala, J., Koskinen, L. & Ahteensivu, A. 2018. Riskienhallinnan ajankohtaisia teemoja. Viitattu 15.7.2019. <https://www.oopen.org/search?identifier=647213>
- Heliskoski, J. 2017. Sitra, Hyvää Huomenta vaikuttavuusinvestoiminen- tapahtuma. Vaikutavuuden ekosysteemi tarvitsee kaikkia - Vain yhdessä voimme onnistua. Viitattu 11.6.2019. <https://media.sitra.fi/2017/05/05134329/Hyv%C3%A4%C3%A4-huomista-vaikuttavuusinvestoiminen-Jonna-Heliskoski-31-5-2017.pdf>
- Herrnstein, R. 1990. Rational choice theory: Necessary but not sufficient. Viitattu 29.5.2019. [https://laurea.finna.fi/PrimoRecord/pci.apa\\_articles10.1037%2F0003-066X.45.3.356](https://laurea.finna.fi/PrimoRecord/pci.apa_articles10.1037%2F0003-066X.45.3.356)
- Hopwood, T. & Merritt, R. 2012. Sosiaalisen markkinoinnin ABC. 2012. THL-Opas 18. Tampere: Juvenes Print-Tampereen Yliopistopaino Oy. Viitattu 14.6.2019. [https://www.julkari.fi/bitstream/handle/10024/90857/URN\\_ISBN\\_978-952-245-513-0.pdf?sequence=1](https://www.julkari.fi/bitstream/handle/10024/90857/URN_ISBN_978-952-245-513-0.pdf?sequence=1)
- Hämäläinen, K. 2016. Vaara vangitsee huomion. Mandatum Life artikkeli. Viitattu 27.5.2019. <https://www.mandatumlife.fi/life-journal/artikkeli/-/article/riski>
- Kasmire, K., Rogers, S. & Sturm, J. 2016. Trampoline Park and Home Trampoline Injuries. Pediatrics September, Vol. 138(3). Viitattu 10.6.2019. <https://laurea.finna.fi/PrimoRecord/pci.medline27482060>
- Kim, S.& Wogalter, M. 2015. Effects of emphasis terminology in warning instructions on compliance intent and understandability. Journal of Safety Research 55. Viitattu 9.6.2019. [https://laurea.finna.fi/PrimoRecord/pci.sciversencedirect\\_elsevierS0022-4375\(15\)00057-2](https://laurea.finna.fi/PrimoRecord/pci.sciversencedirect_elsevierS0022-4375(15)00057-2)
- Leikas, S. 2005. Riskien havaitseminen, riskiviestintä ja riskikäyttäytyminen psykologisesta näkökulmasta. Katsaus psykologiseen riskitutkimukseen. Espoo 2005. VTT Tiedotteita. Viitattu 22.8.2018. (<https://www.vtt.fi/inf/pdf/tiedotteet/2005/T2297.pdf>)
- McDougald, B. & Wogalter, M. 2013. Facilitating pictorial comprehension with color highlighting. Applied Ergonomics 45. Viitattu 9.6.2019. [https://laurea.finna.fi/PrimoRecord/pci.sciversencedirect\\_elsevierS0003-6870\(13\)00118-X](https://laurea.finna.fi/PrimoRecord/pci.sciversencedirect_elsevierS0003-6870(13)00118-X)

Niskakangas, T. 2019. Suomalaiset käyttävät entistä enemmän rahaa palveluihin tavaransa sijaan: HS selvitti, mistä muutos johtuu ja mitä vaikutuksia sillä on. Helsingin Sanomat. Viitattu 14.8.2019. <https://www.hs.fi/talous/art-2000006201289.html>

Peura-Kapanen, L. & Järvinen, R. 2006. KULUTTAJIEN KÄSITYKSIÄ RISKEISTÄ, niiden hallinnasta ja sähköisestä vakuuttamisesta. Kuluttajatutkimuskeskus, julkaisu 7:2006. Viitattu 29.5.2019. [https://helda.helsinki.fi/bitstream/handle/10138/152257/Kuluttajien\\_kasityksia\\_riskeista\\_niiden\\_hallinnasta\\_ja\\_sahkoisesta\\_vakuuttamisesta.pdf?sequence=1&isAllowed=y](https://helda.helsinki.fi/bitstream/handle/10138/152257/Kuluttajien_kasityksia_riskeista_niiden_hallinnasta_ja_sahkoisesta_vakuuttamisesta.pdf?sequence=1&isAllowed=y)

Racicot, B. & Wogalter, M. 1993. Effects of a video warning sign and social modeling on behavioral compliance. Viitattu 8.6.2019. [https://laurea.finna.fi/PrimoRecord/pci.sciversesciencedirect\\_elsevier0001-4575\(94\)00046-0](https://laurea.finna.fi/PrimoRecord/pci.sciversesciencedirect_elsevier0001-4575(94)00046-0)

Robinson, L., Viscusi, W. & Zeckhauser, R. 2016. Consumer Warning Labels Aren't Working. Harvard Business Review. Viitattu 19.6.2019. <https://hbr.org/2016/11/consumer-warning-labels-arent-working>

Rowe, M. 2013. Thinking about behaviour and conformity in groups: some social psychology resources. Teaching Public Administration, Vol.31(2). Viitattu 24.6.2019. [https://laurea.finna.fi/PrimoRecord/pci.sage\\_s10\\_1177\\_0144739413490303](https://laurea.finna.fi/PrimoRecord/pci.sage_s10_1177_0144739413490303)

Saaranen-Kauppinen, A., & Puusniekka, A. 2009. Menetelmäopetuksen tietovaranto Kvali-MOTV. Tampereen yliopisto: Yhteiskuntatieteellinen tietoarkisto. Viitattu 23.7.2019. <https://www.fsd.uta.fi/fi/tietoarkisto/julkaisut/kvalimotv.pdf>

Sinikumpu, J.-J., Antila, E., Korhonen, J., Rättyä, J. & Serlo, W. Trampoline injuries in children. Duodecim; lääketieteellinen aikakauskirja 2012, Vol.128(13). Viitattu 10.6.2019. <https://laurea.finna.fi/PrimoRecord/pci.medline22880376>

Wogalter M., DeJoy, D. & Laughery, K. Warnings and Risk Communication. 2005. CRC Press LLC. Viitattu 22.8.2018. <http://ebookcentral.proquest.com/lib/laurea/detail.action?docID=235430>.

Wogalter, M., Kalsher, M. & Racicot, M. 1993. Behavioral compliance with warnings: effects of voice, context, and location. Elsevier Science Publishers B.V. Viitattu 7.6.2019. [https://laurea.finna.fi/PrimoRecord/pci.sciversesciencedirect\\_elsevier0925-7535\(93\)90028-C](https://laurea.finna.fi/PrimoRecord/pci.sciversesciencedirect_elsevier0925-7535(93)90028-C)

Hallituksen esitys eduskunnalle laeiksi kuluttajaturvallisuuslain sekä terveydenhuoltolain 21 §:n muuttamiseksi. Viitattu 21.8.2018. <https://www.finlex.fi/fi/esitykset/he/2015/20150046>

Koti- ja vapaa-ajan tapaturmien ehkäisyn tavoiteohjelma vuosille 2014-2020. Sosiaali- ja terveysministeriön julkaisu 2013:16. Viitattu 29.5.2019

[http://julkaisut.valtioneuvosto.fi/bitstream/handle/10024/74772/JUL\\_2013\\_16\\_v%c3%a4ri-sisus\\_verkkoversio.pdf?sequence=1&isAllowed=y](http://julkaisut.valtioneuvosto.fi/bitstream/handle/10024/74772/JUL_2013_16_v%c3%a4ri-sisus_verkkoversio.pdf?sequence=1&isAllowed=y)

Kuluttajaturvallisuuslaki. 22.7.2011/920. Viitattu 21.8.2018. <https://www.finlex.fi/fi/laki/ajantasa/2011/20110920>

Smapply- palvelumuotoilun työkalu. Viitattu 19.6.2019. <https://www.smapply.com/>

Tukes- kotisivut. Viitattu 21.8.2018. (<https://tukes.fi/etusivu>)

Tukes- mediatiedote. 2019. Älä loukkaannu edes hovin vuoksi - vapaa-ajan palveluiden on oltava turvallisia. Viitattu 9.5.2019. [https://tukes.fi/artikkeli/-/asset\\_publisher/ala-loukkaannu-edes-hovin-vuoksi-vapaa-ajan-palveluiden-on-oltava-turvallisia](https://tukes.fi/artikkeli/-/asset_publisher/ala-loukkaannu-edes-hovin-vuoksi-vapaa-ajan-palveluiden-on-oltava-turvallisia)

Tukes- mediatiedote. 2018. Trampoliinionnettomuudet huolestuttavan yleisiä myös trampoliini- ja sisäaktiiviteettipuistoissa. Viitattu 9.5.2019. [https://tukes.fi/artikkeli/-/asset\\_publisher/trampoliinionnettomuudet-huolestuttavan-yleisia-myo-s-trampoliini-ja-sisaaktiiviteettipuistois-1](https://tukes.fi/artikkeli/-/asset_publisher/trampoliinionnettomuudet-huolestuttavan-yleisia-myo-s-trampoliini-ja-sisaaktiiviteettipuistois-1)

Tukes- ohje 6/2015. Kulutustavaroista ja kuluttajapalveluista annettavista tiedoista. Viitattu 22.8.2018. <https://tukes.fi/documents/5470659/6372871/Tukes-ohje+-+Kulutustavaroista+ja+kuluttajapalveluista+annettavat+tiedot/5bfe0259-4a8c-4d2b-a506-9c6e716fbb11/Tukes-ohje+-+Kulutustavaroista+ja+kuluttajapalveluista+annettavat+tiedot.pdf>

Tukes-tiedote 19.7.2017. Allekirjoitettu lomake ei vapauta palveluntarjoajaa turvallisuusvastuusta. Viitattu 7.6.2019. [https://tukes.fi/artikkeli/-/asset\\_publisher/allekirjoitettu-lomake-ei-vapauta-palveluntarjoajaa-turvallisuusvastuus-1](https://tukes.fi/artikkeli/-/asset_publisher/allekirjoitettu-lomake-ei-vapauta-palveluntarjoajaa-turvallisuusvastuus-1)

Valtioneuvoston asetus kulutustavaroista ja kuluttajapalveluksista annettavista tiedoista. 23.6.2004/613. Viitattu 21.8.2018. (<https://www.finlex.fi/fi/laki/ajantasa/2004/20040613>)



## Kuviot

Kuvio 1. Kehittämistehtävän eteneminen .....	7
Kuvio 2. Vaikuttamisen nelikenttä (mukaiillen French 2011, 159) .....	31
Kuvio 3. Interventiomatriisi (mukaiillen French 2011, 160) .....	32
Kuvio 4. Käyttäytymistä ohjaavat kuusi kontaktipistettä .....	43
Kuvio 5. Persoonat.....	48
Kuvio 6. Palvelupolku: Antti ja Heli.....	49
Kuvio 7. Palvelupolku: Matti ja Kiia.....	50
Kuvio 8. Palvelupolku: Antti ja Heli (jatko).....	50
Kuvio 9. Palvelupolku: Matti ja Kiia (jatko).....	51
Kuvio 10. Palvelupolku: subjektiivinen riskitietoisuus ja kontaktipisteet .....	52
Kuvio 11. Palvelupolku: subjektiivinen riskitietoisuus ja kontaktipisteet (jatko) .....	52
Kuvio 12. Täydennetty interventiomatriisi (mukaiillen French 2011, 160).....	54
Kuvio 13. Suuntaviivat kuluttajien turvallisen käyttäytymisen edistämiseksi.....	55

## Liitteet

Liite 1: Tutkimuslupa .....	67
Liite 2: Kenttämuistiinpanot (havainnointikerta 1) .....	68
Liite 3: Kenttämuistiinpanot (havainnointikerta 2) .....	69
Liite 4: Kenttämuistiinpanot (havainnointikerta 3) .....	71
Liite 5: Palvelupolku .....	73

## Liite 1: Tutkimuslupa

## Tutkimuslupa

---

Rush Vantaa, Rush Helsinki | Yhteyshenkilö: Niku Hynynen, Turvallisuuspäällikkö puh. 040 668 5069

**Havainnoinnin tarkoitus:**

Opinnäytetyöhön (Laurea -yamk) liittyvä tiedonkeruu.

**Havainnoitsija:**

Petteri Mustonen

**Ajankohta:**

Huhti- / toukokuu 2019, arvion mukaan kaksi käyntiä.

**Menetelmä**

Opinnäytetyön tekijällä on Sky Park Oy:n lupa suorittaa opinnäytetyöhön liittyvää havainnointia puistossa ja tehdä muistiinpanoja. Havainnointiin saattaa myös liittyä satunnaisten kysymysten esittämistä asiakkaille ja/ tai valvojille.

Luvan myöntäjä

Niku Hynynen / 12.03.2019



Liite 2: Kenttämuistiinpanot (havainnointikerta 1)

## KENTTÄMUISTIINPANOT

23.1.2019

### Havainnointikerta 1 (Tutustumiskäynti)

Osallistuminen palveluun 5-7-vuotiaiden syntymäpäiväjuhlien yhteydessä.

Kohde: trampoliinipuisto Rush Vantaa

Ajankohta: 23.1.2019 klo 18.15-19.30

Mihin oli tarkoitus kiinnittää huomiota: kohteen soveltuminen tutkimuksen kohteeksi.

Ennakovalmistautuminen ennen palveluun osallistumista:

- Syntymäpäiväkutsun saaneiden tuli tutustua yrityksen kotisivuilta löytyvään turvaohjeeseen ja kuitata lukeneensa sen.

Palvelun vaikutuspiirissä:

- Syntymäpäiväryhmälle pidetyssä alkuopastuksessa työntekijä tiedotti ennen varusteiden vaihtoa, että ennen hyppimään menoa tulee katsoa opastusvideo. Valvoja mainitsi kaksi, valvojan mukaan tärkeintä sääntöä: ei saa juosta ja yksi kerrallaan trampoliinilla.
- Turvavideon katsomista ei valvottu. Katselupaikan ohi oli mahdollista kävellä ja mennä suoraan hyppimään. Yksi ryhmän lapsi käveli suoraan hyppyalueelle ja kutsuttiin takaisin katsomaan video. Video nauratti lapsia. Esitetyssä animaatiossa oli esimerkiksi kohta, jossa hahmo hyppää pää edellä vaahtomuovialtaaseen (tämä oli kielletty, mutta videon ääntä ei kuullut riittävän selkeästi ja kuvatekstiä ei lapset ehtineet/ osanneet lukea).
- Lasersokkelo- aktiviteetin luona oli kirjalliset ohjeet. Ohjeissa mainittiin suurin sallittu henkilömäärä aktiviteettiin. Ohjeistus oli liimattu tarratekstillä ja kirjoitettu pienellä fontilla (noin puolitoista cm). Tekstiä oli vaikea hahmottaa aktiviteetin muista ohjeista (pelin aktivointi, tehtävien kuvaus), jotka olivat todennäköisesti välineen valmistajan omia ohjeita peliä koskien.
- Wipeout- aktiviteetin luona oli kirjalliset ohjeet. Ohjeissa oli maininta mm. osallistujan minimipituudesta sekä maksimipainosta (120 cm ja 90 kg) ja aktiviteetissa tuli odottaa valvojan paikalle tuloa (kontrolloi aktiviteettia). Valvoja ei kiinnittänyt huomiota osallistujien pituuteen (mittauspiste merkitty nuolella) ja päästi selvästi minimipituuden alittavat osallistujat aktiviteettiin.
- Alueella olleet valvojat (3 kpl) olivat aika ajoin sijoittautuneet yhteen paikkaan ja keskustelivat keskenään. Samanaikaisesti noin 15 metrin päässä useampi asiakas rikkoi kirjallista ohjetta (näkyvällä paikalla useampi ohjekyltti) olla kiipeämättä vinon trampoliinin päälle.
- Vaahtomuovimonttu- aktiviteetin luona oli välineeseen printatut ohjeet koskien kiellettyä toimintaa. Ohjeet olivat kirjoitettu englannin kielellä. Kirjoitettua ohjetta täydensi symboli.
- Hyppyvuoron puolenvälin tienoilla alueella kuulutettiin yleisiä turvallisuusohjeita (mm. älkää juosko).

Liite 3: Kenttämuistiinpanot (havainnointikerta 2)

## KENTTÄMUISTIINPANOT

8.5.2019

### Havainnointikerta 2

Osallistuminen palveluun 5-7-vuotiaiden syntymäpäiväjuhlien yhteydessä.

Kohde: trampoliinipuisto Rush Vantaa

Ajankohta: 8.5.2019 klo 18.15-19.30

Mihin oli tarkoitus kiinnittää huomiota: tarkemmin käyttäytymistä ohjaaviin kontaktipisteisiin, asiakkaiden käyttäytymiseen, valvojien toimintaan sekä palvelupolkuun kokonaisuutena

Ennakovalmistautuminen:

- Turvaohjeiden lukeminen ei ollut enää pakollista. Kotisivuilla suositeltiin ohjeiden lukemista.

Palvelun vaikutuspiirissä:

- Edellisellä havainnointikerralla pidettyä ryhmän alkuopastusta ei ollut.
- Aulan seinällä olevat ohjeet muistuttivat turvallisuutta koskevista säännöistä. Ohjeet olivat tulostettu pienelle A4 kokoiselle paperille, jota oli melko vaikea havaita, muutoin kuin aivan lähietäisyydeltä.
- Turvavideossa ollutta opastusääntä ei kuullut taustamusiikin ja hälyn takia selkeästi. Samaan aikaan viereisessä ruudussa pyöri englanninkielinen versio ilman ääntä. Videot eivät olleet samassa rytmissä ja häiritsivät hieman keskittymistä. Videon katsominen ei ole edelleenkään ollut pakollista ja sen ohi on helppo mennä. Ohjeet seinällä kannustavat uusia asiakkaita katsomaan videon.
- Polttopallossa on kielletty pallon potkiminen ja tästä on osoituksena kieltokyltti sisäänkäyntien yhteydessä (aikuisen asiakkaan silmien korkeudella). Pallon potkiminen vaikutti olevan enemmän sääntö kuin poikkeus. Kerran valvoja huomautti sanallisesti, että pallon potkiminen on kielletty, tällä ei kuitenkaan ollut mitään vaikutusta (spekulointia: voi olla, että kauempana olleet lapset eivät kuulleet komentoa. Ajatus: voisiko olla mahdollista suunnitella pallo siten, että potkiminen on hankalaa tai epämuokavaa jos kiellosta halutaan pitää kiinni? Esim ”silmutkapallo”, jota on luonnollisempi heittää kuin potkia.)
- Annetusta kuulutuksesta ei saanut mitään selvää, koska musiikki oli samaan aikaan päällä. Muutamaan kertaan kuulutus tuli myös ilman musiikkia, jolloin ääni kuului selkeämmin. Kuulutus ilmeisesti myös tavoitti asiakkaita: aikuinen asiakas kommentoi kuulutusta ”yksi asiakas kerrallaan trampoliinilla” lapselleen/ valvottavalleen positiiiviseen sävyyn.
- Vinoille trampoille kiipeäminen on kielletty, tästä mainitaan turvavideolla ja lisäksi välleineissä olevilla ohjeilla. Tätä sääntöä rikottiin jatkuvasti eikä valvojat puuttuneet asiaan. (spekulointia: mitä kiellolla haetaan takaa, miksi kielletään, mikäli toiminta kuitenkin selvästi sallitaan?)
- Valvoja teki usean kerran voltteja trampoliinikentällä, ainakin kerran myös tuplavoltin. Hän poistui alueelta tekemällä voltin korotetulle reunustalle (sallittua?). (spekulointia: mikä valvojan rooli paikan päällä on? Mikäli tarkoitus on valvonnan lisäksi näyttää asiakkaille mallia, tulisi pohtia minkälaista mallia halutaan asiakkaiden imitoivan.)

Poistuttaessa vaikutuspiiristä, tunnetila:

- Lapsiasiakkaiden kohdalla sääntöjen noudattaminen erityisen vaikeaa. Valvojina toimivien aikuisten rooli tulisi olla huolehtimassa sääntöjen noudattamisesta. Useita kertoja valvoja kuitenkin salli lapsen toimivan selvästi sääntöjen vastaisesti. Kenelle ohjeet ja informointi on tosiasiaa kohdistettu? Aikuisille valvojille vaiko lapsille, joiden ymmärryksen taso jättää toivomisen varaa.

- Haastava toimintaympäristö kaiken kaikkiaan. Musiikki, hälinä, valot, pimeys kaikki häiritsevät rationaalista päätöksentekoa. Toiminnan luonne on sen kaltainen, että hauskanpidon keskellä on vaikea ajatella objektiivisesti omaa turvallisuuttaan.

Liite 4: Kenttämuistiinpanot (havainnointikerta 3)

## KENTTÄMUISTIINPANOT

24.5.2019

### Havainnointikerta 3

Osallistuminen palveluun yksin.

Kohde: Trampoliinipuisto Rush Helsinki

Ajankohta: 24.4.2019 klo 16.45-18.00

Mihin oli tarkoitus kiinnittää huomiota: tarkemmin käyttäytymistä ohjaaviin kontaktipisteisiin, asiakkaiden käyttäytymiseen, valvojien toimintaan sekä palvelupolkuun kokonaisuutena. Harkinnan mukaan haastatellaan valvojaa sääntöjen noudattamista koskien.

Ennakkovalmistautuminen:

- Hyppyvuoron varaaminen kohteen kotisivuilta. Turvaohjeisiin löytyi linkki, mutta lukemista ei ollut pakotettu.

Palvelun vaikutuspiirissä

- Kassalla ei mainittu mitään turvaohjeiden lukemisesta tai turvavideon katsomisesta eikä kysytty onko käynyt aikaisemmin.
- Turvavideota ei ollut kukaan katsomassa. Lattiassa oleva opaste ohjasi videon katselu paikalle, mutta paikan ohi oli helppo kävellä, katsomista ei kontrolloida. Videon ääni kuului selkeämmin kuin edellisessä havainnointipaikassa.
- Trampoliinialueen sisääntulon luona oli pomppuvinkkejä asiakkaille. Vinkeissä mainittiin mm., että voltit aiheuttavat eniten onnettomuuksia.
- Suurin osa asiakkaista vaikutti olevan lapsia.
- Dodgeball alueella ei näkynyt kieltoa koskien pallon potkimista (edellisessä paikassa oli). Dodgeball säännöt olivat nähtävillä lähellä sijaitsevan Wallwalkin luona (hieman hämäävästi etäämmällä).
- Trampoliinialueella oli jatkuva valvonta, paikalla oli enintään kolme valvojaa ja ajoittain yksi valvoja. Valvojat vaihtelivat paikkaa alueella. Ajoittain yksi valvoja oli valvomassa alueen toisessa päässä ollutta aktiviteettia, jolloin muu alue jäi kokonaan vaille valvontaa.
- Lyhyt kuulutus turvallisuutta koskien toistui hyppyvuorojen vaihtuessa (mm. muista lämmitellä, stay safe, stay fly). Musiikki taukosi kuulutusten ajaksi ja ääni kuului selkeästi.
- Trampoliinialueella oli suuria sääntötauluja seinillä ja kirjallisia turvaohjeita nähtävillä. Ohjeissa mainittiin mm., että voltteja ei tule tehdä reunapehmusteiden yli ja juokseminen on kielletty. Juoksukiellosta kuulutettiin säännöllisin väliajoin.
- Kuulutus: yksi hyppijä kerrallaan trampoliinilla. Huom. kuulutukset tulivat myös englanniksi.
- Kaksi asiakasta asensi erilliset patjat tasaiselle, kovemman alustan omaavalle alueelle ja teki juosten temppuja valvojan katsoessa vieressä. Osa näiden asiakkaiden volteista laskeutui patjojen ulkopuolelle ja epäonnistui selvästi (asiakkaat kaatuivat/ liukastuivat kyljelleen ja selälleen). Valvoja seiso vieressä, mutta ei puuttanut toimintaan.
- Volttien teko näytti olevan yleistä. Osa asiakkaista teki voltteja siten, että laskeutui trampoliinin ulkopuolelle korotetulle tasolle tai reunalle. Osa käytti välineitä selvästi eri tavalla kuin oli tarkoitettu ja hypäsi esimerkiksi vaahtomuovimonttuun tarkoitettulta korokkeelta viereiselle trampoliinille ottaen siitä vauhtia volttiin ja laskeutui hypyalueelle muiden asiakkaiden viereen. Hypyt eivät olleet onnistuneita, laskeutuminen ei tapahtunut montaa kertaa jaloilleen. Valvojat eivät puuttaneet toimintaan.

- Foam pitin sivustalla oli kirjallisia ohjeita. Kuvallisia ohjeita esimerkiksi sallituista laskeutumistyyleistä ei ollut näkyvillä.
- Muutamia havaintoja useista hyppijöistä samalla matolla (tämä on kiellettyä), mutta ei kovin montaa
- Ainostaan kerran havaittiin, että asiakkaat oleskelivat vinojen tramppojen päällä. Rakenne vaikutti olevan erilainen kuin toisessa kohteessa, istuminen trampoliinien päällä näytti hankalalta.
- Haastateltiin valvojaa sääntöihin liittyen. Valvojalle esitettiin kohteen myöntämä tutkimuslupa ja kysyttiin, onko volttien teko kielletty trampoliinien reunapehmusteiden yli, kuten säännöissä mainitaan tai trampoliinien ulkopuolella (mainittiin, että näin havaittiin tehtävän usean kerran). Valvoja vastasi, että toimintaa ei ole kielletty, siihen puututaan vain, jos asiakkaiden taidot näyttävät siltä, että toiminta edellyttää puuttumista. Valvojan mukaan jotkut asiakkaat hyppäävät jopa yhden trampoliinin yli. Kysyttäessä valvojalta vahvistetaanko kyseistä sääntöä valvonnan keinoin, vastaus oli ei, säännön rikkomiseen ei puututa.



