

Petra Niilola

Enemmän inhimillisyyttä

Kelan sähköiset opiskelijapalvelut

Tekijä(t) Otsikko	Petra Niilola Enemmän inhimillisyyttä – Kelan sähköiset opiskelijapalvelut
Sivumäärä Aika	60 sivua + 3 liitettä 29.4.2011
Tutkinto	Medianomi (ylempi AMK-tutkinto)
Koulutusohjelma	Mediatuottamisen koulutusohjelma (ylempi AMK)
Suuntautumisvaihtoehto	
Ohjaaja	Yliopettaja Robert Arpo
<p>Tutkimuksen tarkoituksena oli kerätä tietoa siitä, kuinka Kela voisi kehittää tarjoamiaan sähköisiä asiakaspalvelukanavia. Tutkimuksessa pohditaan palvelukanavatarpeita yhden asiakasryhmän, opiskelijoiden näkökulmasta. Tutkimus rajattiin koskemaan opiskelijoita, sillä opiskelijat ovat olleet monien Kelan palveluiden ensimmäisiä käyttäjäryhmiä. He ovat ahkerimpia Internetin käyttäjiä ja jo tottuneet palveluiden käyttämiseen ja asiointiin siellä.</p> <p>Tutkimusaineiston keruu toteutettiin sähköisellä kyselyllä, joka suunnattiin otokselle opintoetuuksien sähköisiä asiointipalveluita lukuvuonna 2009–2010 käyttäneille. Kyselyssä kartoitettiin taustatietoja, Internet-palveluiden käyttötapoja, mielipiteitä nykyisistä palveluista sekä toiveita uusista palveluista. Kysymykset olivat sekä etukäteen luokiteltuja että täysin avoimia, jolloin vastaajille annettiin vapaus ideoita. Tutkimusta varten kerättiin myös tietoa siitä, miten Kela on ottanut käyttöön uusia opiskelijoille tarkoitettuja palveluita. Tutkimuksessa selvitetään myös sitä, millä tavalla Kela osallistuu sosiaaliseen mediaan tällä hetkellä.</p> <p>Tutkimustulosten mukaan opintoetuuksien sähköisiä asiointipalveluita käyttävät ovat aktiivisesti Internetiä käyttäviä henkilöitä. He etsivät tietoa luontevasti verkossa eikä perinteinen toimisto- tai puhelinasiointi ole heille välttämätöntä. Kelan nykyisiä verkkopalveluita pidetään hyvinä. Opiskelijat toivovat verkkopalveluihin enemmän vuorovaikutteisia palveluita ja asiointiin inhimillisyyttä. Opiskelijat haluavat uusien palveluiden olevan henkilökoh- taisempia ja nopeampia. Kritiikistä huolimatta he uskovat, että sosiaalisen median avulla on mahdollista saada nuoret kiinnostumaan heitä koskevista Kela-asioista. Lisäksi Kela voisi nuorentaa näin imagoaan ja osoittaa olevansa aidosti kiinnostunut ihmisten asioista.</p> <p>Tämä tutkimus antaa kuvan siitä, millainen tämä asiakasryhmä on ja millaisia heidän tarpeensa ovat käsiteltäessä erityisesti Internetin ja sosiaalisen median avulla tarjottavia palveluita. Tuloksia on mahdollista käyttää Kelan uusien palveluiden kehityksen tukena eikä niitä pidä rajata koskemaan vain opintoetusasiakkaita. Kelan asiakkaat käyttävät eri etuuksia elämäntilanteensa mukaan ja asiakkaat, jotka asioivat toimisto- ja puhelinpalvelujen sijaan verkossa, haluavat silti asiakaspalvelua pelkkien hakuautomaattien ja infosivujen sijaan.</p>	
Avainsanat	Kansaneläkelaitos, opintotuki, sähköiset asiointipalvelut, sosiaalinen media

Author(s) Title Number of Pages Date	Petra Niilola More Humanity; Online Services for Students in The Social Insurance Institution of Finland 60 pages + 3 appendices 29 April 2011
Degree	Master of Media Production and Management
Degree Programme	MA Programme in Media Production and Management
Specialisation option	
Instructor	Principal Lecturer Robert Arpo
<p>The aim of the research was to collect information on how the Social Insurance Institution of Finland (Kela) could develop its online services. So far, the development has been based mainly on legislation and has been initiated from the inside of the organization instead of meeting the needs of the customer. Therefore, the present study is based on the customer's viewpoint and their needs. The study focuses on students, as they have new services and are avid users of the Internet and all the new recurrent services Kela provides.</p> <p>The data for the study was collected with an online survey, which was aimed at a sample of people who had used the online services for study grants during the academic year 2009-2010. The survey included questions about their background, patterns of Internet use, opinions about the current services and hopes for the new services. Some of the questions were classified and others were open ended and the respondents had the opportunity to provide new ideas. For the study, we also gathered information about how Kela had earlier started new student services and how it has started using social media.</p> <p>According to the study, the users of the online study grant services are young active users of the Internet. They are accustomed to searching for information online and using office services or phone services is not necessary for them. They feel the current online services provided by Kela are sufficient. Students want the new services to be more personal and friendly. The communication between the employee and the customer should be faster and more active. Despite the potential risks, they believe that social media could make younger people more actively interested in matters of interest. Thus, Kela could rejuvenate its image and show genuine interest in people.</p> <p>This study provides an idea concerning the kind of a customer group related to the online Internet services. The results can be used as a basis when planning new services and it is important not to limit them only to the customers receiving study grants. The customers of Kela use others benefits too depending on their situation in life and customers who use online services instead of office or phone services still want customer service and not just application automats and information web pages.</p>	
Keywords	The Social Insurance Institution of Finland, Student Grants, Online Services, Social Media

SISÄLLYS

1. JOHDANTO	2
2. SÄHKÖISTEN ASIOINTIPALVELUIDEN KEHITYS JA SOSIAALINEN MEDIA	6
2.1 Sähköiset asiointipalvelut julkishallinnossa.....	9
2.2 Sähköisen asioinnin edut ja haitat	10
2.3 Sosiaalisen median nousu.....	12
2.4 Kelan palvelukanavat sekä toiminta ja tavoitteet sosiaalisessa mediassa	14
2.5 Case – Opintotuen keskustelupalsta.....	18
3. TUTKIMUSTAVOITTEET JA TUTKIMUKSEN TOTEUTUS	21
3.1 Opiskelijat kohderyhmänä.....	22
3.2 Tutkimusaineiston keruu ja analysointimenetelmät	23
4. SÄHKÖISET ASIOINTIPALVELUT JA NIIDEN KÄYTTÄJÄT	28
4.1 Opintoetuuksien sähköisiä asiointipalveluita käyttävien profiilit.....	28
4.2 Miten asiakkaat ja Kela löytävät toisensa?.....	31
4.3 Asiakkaiden arvioita nykyisistä sähköisistä asiointipalveluista	33
5. MITÄ OPIKELIJAT HALUAVAT KELALTA?	36
5.1 Maine ja vuorovaikutteisuus.....	36
5.2 Hyvä sähköinen asiointipalvelu syntyy aina käyttäjien tarpeesta.....	38
5.3 Millaisia asiointi- ja neuvontapalveluita Kela voisi tarjota sosiaalisessa mediassa?	41
5.4 Miksi Kelan kannattaa lähteä mukaan sosiaaliseen mediaan?	44
5.5 Kritiikkiä.....	48
YHTEENVETO	53
LÄHTEET	58
HAASTATTELUT	60
LIITTEET	
Liite 1: Kyselysaate.....	
Liite 2: Kyselylomake	
Liite 3: Kysymykset opintotuen keskustelupalstasta	

1. JOHDANTO

Kansaneläkelaitoksen (Kelan) tehtävä on ollut Suomessa asuvien sosiaaliturvan turvaaminen jo 1930-luvulta saakka. Kelan hoitaman sosiaaliturvan sisällön määrittää lainsäädäntö. Vuosikymmenien aikana Kelan hoitamat tehtävät ja maksamat sosiaaliturvaetuudet ovat lisääntyneet merkittävästi. Tänään yhä laajempi osa väestöstä käyttää näitä palveluita. Nykyisin Kela huolehtii Suomessa asuvien perusturvasta, ja sen tehtävänä on tiedottaa etuuksista ja palveluista sekä kehittää sosiaaliturvaa. Käytännössä Kela on mukana kaikissa ihmisten elinvaiheissa ja se on merkittävä julkishallinnon toimija. (Laki Kansaneläkelaitoksesta 17.8.2001/731.)

Teknologiakehitys on vaikuttanut Kelan toimintaan. Kehitys ei ole kuitenkaan vaikuttanut ainoastaan tekniseen etuustyöhön, vaan se on muuttanut myös asiakaspalvelun muotoa. Aikaisemmin asiakkaat kävivät toimistoissa etsimässä tietoa, kysymässä apua sekä täyttämässä ja palauttamassa hakemuksia. Esimerkiksi nykyisin tietoa sosiaaliturvaetuuksista ja niiden hakemisesta voi etsiä virallisilta verkkosivuilta, jotka Kelalla on ollut vuodesta 1996 lähtien. Opiskelijoille on tarjottu opintotukineuvontaa ensin news-ryhmän muodossa vuodesta 1996 ja myöhemmin opiskelijoiden omilla sivuilla keskustelupalstan muodossa. 2000-luvulla Kela on ottanut käyttöön sähköisiä asiointipalveluita perinteisten palvelukanavien rinnalle. Opintoetuuksien käyttäjät olivat ensimmäinen ryhmä, joka otti käyttöön sähköisiä asiointipalveluita Kelassa. Nykyisin lähes kaikkia etuuksia voi hakea sähköisesti. Kelan henkilöasiakkaiden asiointipalvelussa voi mm. tarkistaa, kuuluuko Suomen sosiaaliturvan piiriin, seurata omia etuustietoja, hakea etuuksia sekä tehdä joitakin ilmoituksia, kuten uuden tilinumeron ilmoittamisen.

Vuonna 2010 Kelaan saapui yhteensä 2 905 598 hakemusta, joista sähköisten hakemusten osuus oli 457 056 (15,7 %). Sähköisten hakemusten määrä vaihtelee paljon eri etuuksien välillä. Esimerkiksi Vammaisetuksista haettiin verkon kautta vain 1,6 % kun opintoetuksissa vastaava luku oli 32,3 %. (Tilastotietokanta Kelasto 2011.)

TNS Gallupin vuonna 2010 tekemän *MILLAINEN KELA 2010?*-kansalaiskyselyn mukaan asiointi Kelan kanssa Internetin kautta oli jo melko yleistä. Viimeisen 12 kuukauden aikana 27 % kaikista Kelan kanssa asioineista oli hoitanut asioitaan Internetin kautta. Internet on tutkimuksen mukaan yleisin kanava alle 25-vuotiaille, sillä jo 57 % heistä käytti Internetiä asioidensa hoitamiseen. 25–34-vuotiaista nuorista aikuisista puolestaan joka toinen hoiti Kela-asioitaan Internetin kautta kuluneen vuoden aikana. (TNS Gallup 2010.)

Kelaa ja sen toimintaa arvioidaan jatkuvasti monin tavoin, mutta näiden arvioiden näkökulma on pääasiassa ollut toiminnan nopeus ja tehokkuus sekä asiakkaiden yleinen tyytyväisyys saamaansa palveluun. Uusia palvelukanavia on kehitetty pääasiassa lakimuutosten seurauksena eikä niinkään asiakkaiden tarpeista. Sosiaalinen media ja sen hyödyt sisäisessä ja ulkoisessa viestinnässä sekä vaikutukset organisaatiokulttuurissa eivät myöskään ole vielä sisältyneet tehtyihin tutkimuksiin. Viestintä on ollut Kelassa tähän saakka pääasiassa yhdensuuntaista, ja viestinnän sekä keskustelukulttuurin kehitystä ei ole pidetty tarpeellisena. Se on nähty toissijaiseksi, pääasialliselta ratkaisutyöltä aikaa vieväksi. On kuitenkin tärkeä selvittää, kuinka uudet viestintäkanavat ja palvelut toimivat suhteessa vanhoihin ja mitä uusia palveluita Kela voisi tarjota tulevaisuudessa.

Sähköinen asiointi on asioiden hoitamista tietoverkon avulla, ja Internetin välityksellä on mahdollista kehittää ja tarjota verkkoasiointipalveluita. Tällaisia ovat esimerkiksi sähköinen viranomaisasiointi sekä ostosten tekeminen ja pankkiasioiden hoitaminen tietoverkon välityksellä. (TEPA Sanastokeskus 2011_1.)

Yhteisöllinen verkostoituminen erilaisten verkko- ja mediateknologioiden avulla on muodostunut keskeiseksi osaksi lähes jokaisen ihmisen työtä ja vapaa-aikaa. Digitaalinen media on avoin, jatkuvasti muuttuva tila, jossa jokainen, jolla on pääsy verkkoon, voi valita tiedon sieltä mistä haluaa. Verkossa tietoa ja muita sisältöjä luodaan ja niitä

arvioidaan yhä useammin kollektiivisesti ja pääosassa ovat tavalliset käyttäjät. Perinteisen joukkoviestinnän aikakaudella pieni tuottajajoukko tarjosi yhdensuuntaista informaatiota suurelle joukolle. Nyt informaatiota voi tuottaa jokainen. (Rättilä 2007, 35.)

Mäkinen kuvaa väitöskirjassaan *Digitaalinen voimistaminen paikallisten yhteisöjen kehittämisessä* hyvin julkishallinnon ja kansalaisten välistä suhdetta sähköisessä asiointissa. Hallintokulttuurin perspektiivistä kansalaiset nähdään palveluja vastaanottavana alamaaisena. Kansalainen joutuu tästä näkökulmasta sopeutumaan ylhäältä johdettuun tietoyhteiskuntakehitykseen, ja hän tarvitsee auktoriteettien apua uusista haasteista selvitäkseen. Häneltä odotetaan aktiivisuutta valmiuksiensa kehittämiseen, mutta ei omista näkemyksistä lähtevää aktiivisuutta suhteessa kehitysprosesseihin. Kansalaisyhteiskunnan ja osallistuvan toiminnan kannalta Internet-verkon merkittävimpiä ominaisuuksia ovat toimijoiden yhteen kytkentä sekä avoin vuorovaikutus ja näkemysten julkisuus. Tämä voi tarkoittaa yhteyksien luomista kansalaisten ja hallinnon välille. Jossain määrin yhteydet toteutuvat kansalaisille tarjotuissa verkkopalveluissa, mutta kansalaislähtöisinä aloitteina ja vuorovaikutussuhteina ne ovat haasteellisia. Kansalaisten osallistumisen lisäämiseksi olisi tarvetta aktiivisesti Internetiä käyttävien kansalaisten ja hallinnollisten instituutioiden paremmalle kytkeytymiselle. (Mäkinen 2009, 39–40, 62)

Tämän tutkimuksen tarkoitus on kerätä kohdennettua tietoa monipuolisemman, käyttäjäkeskeisemmän asiakaspalvelun edellytyksistä sosiaalista mediaa hyväksi käyttäen. Opiskelijat on valittu tutkimuskohteeksi useasta eri syystä. He ovat olleet monien Kelan palveluiden ensimmäisiä käyttäjiä ja he soveltuvat myös organisaation näkökulmasta hyvin tähän tutkimukseen. Nuoret ovat ahkerimpia Internetin käyttäjiä, ja he ovat jo tottuneet palveluiden käyttämiseen ja asiointiin siellä. Tutkimuksen aineisto on kerätty Kelan opintoetuuksien sähköisiä palveluita lukuvuonna 2009–2010 käyttäneiltä opiskelijoilta. Tutkimuksessa kootaan tietoa opiskelijoiden yleisestä Internet-käyttäytymisestä, asiointikäyttäytymisestä Kelan sähköisissä palveluissa sekä uusien palvelumuotojen kehitysideoita varten. Sosiaalista mediaa tullaan tarkastelemaan eri näkökulmista, ja sille ominaiset elementit, kuten vuorovaikutteisuus ja nopeus, ovat kyselyssä edustettuina.

Julkishallinnon organisaatioita ei ole perinteisesti pidetty sähköisten asiointipalveluiden käyttöönoton edelläkävijöinä. Syksyllä 2010 valmistui Kelan ensimmäinen sosiaalista

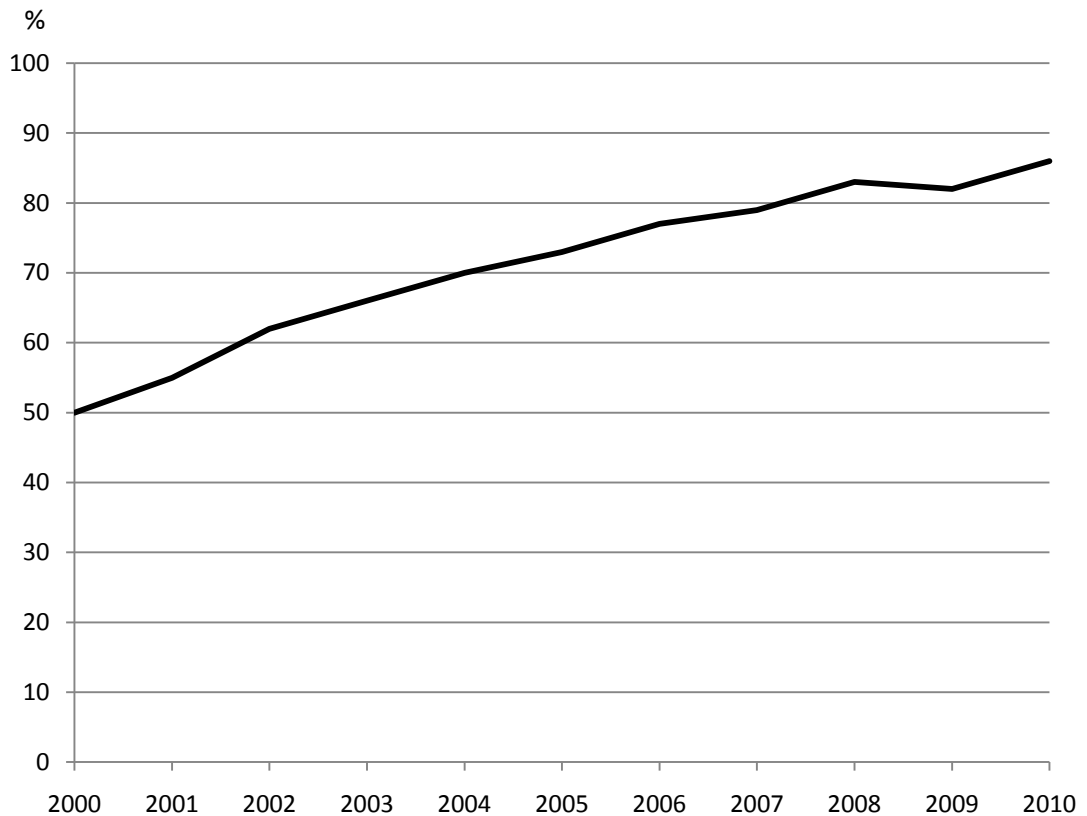
mediaa koskeva strategia. Kelan tutkimusosasto on ollut suunnannäyttävä sosiaalisen median käyttöönotossa Kelassa ottamalla ensimmäisenä käyttöön mm. ulkoisen blogin sekä Twitterin. Kelan etuuspalveluissa on toteutettu yksi sosiaalisen median kokeilu: maaliskuussa 2010 alkanut Kela-Kerttu-kokeilu. Kelan näkökulmasta on tärkeää keskittyä siihen, mikä voi olla sosiaalisen median tuoma mahdollinen lisäarvo viestintään ja palveluihin. Yksi pohdittava kysymys on se, miten opiskelijat mieltävät tiedonsaannin sekä mistä ja miten tietoa etsitään. Toinen kysymys kuuluukin, kuinka Kela voisi tavoittaa ihmisiä, jotka tarvitsevat tietoa esim. Kelan etuuksista mutta etsivät sitä muualta kuin Kelan sivuilta? Tutkimuksessa pohditaan myös sitä, miten verkkopalveluissa ollaan läsnä ja miten usein tietoa päivitetään.

Tutkimusraportissa käydään ensin läpi tietoyhteiskunnassa ja Kelassa tapahtuneita muutoksia. Luvussa 2 käsitellään sähköisiä asiointipalveluita ja sosiaalista mediaa sekä yleisesti että Kelan näkökulmasta. Luku 3 esittelee tutkimuksen tavoitteet sekä toteutustavan. Luvusta 4 eteenpäin käydään läpi empiirisiä tutkimustuloksia teemoittain. Luku 4 keskittyy kuvaamaan kyselyyn vastanneita opintotuen sähköisiä asiointipalveluita käyttäneitä henkilöitä ja heidän mielipiteitään. Luvussa 5 tarkastellaan, millaisia asiointipalveluita opiskelijat haluavat, minkälainen on hyvä asiointipalvelu ja millaisia ovat kyselyyn vastanneiden opiskelijoiden käsitykset sosiaalisesta mediasta. Tutkimuksen lopussa on yhteenveto tärkeimmistä tuloksista sekä kehitysehdotuksista.

2. SÄHKÖISTEN ASIOINTIPALVELUIDEN KEHITYS JA SOSIAALINEN MEDIA

Teknologia on kehittynyt paljon Kelan perustamisen jälkeen ja tämä kehitys on myös heijastunut Kelan toimintaan. Ensin tulivat tietokoneet ja sitä kautta myös Internet. Internet yleistyi suomessa 1990-luvun alkupuolella. Kirjassa *Funetista Facebookiin* Saarikoski (2009, 25–26.) kuvaa Suomen tietoverkottumisen alkutaivalta kolmessa eri jaksossa. Varhaisimpia datasiirtokokeiluja tehtiin 1960-luvulla mm. Helsingin puhelinyhtiössä. Kymmenen vuotta myöhemmin verkkojärjestelmät laajenivat, ja mikrotietokoneet vakiintuivat käyttöön 1980-luvulla. Yrityksissä ja kotitalouksissa Internet-kulttuuri levisi laajemmin 1990-luvun alkupuolella, kun kaupallisten Internet-yhteyksien tarjonta Suomessa alkoi. Vielä 1990-luvun alussa Internetin käyttäjät olivat erityisryhmiä, kuten korkeakoulujen opiskelijoita. Kelan ensimmäinen tietokone, IBM 650, hankittiin vuonna 1960 (Häggman 1997, 121).

Tilastokeskuksen mukaan keväällä 2010 86 % 16–74-vuotiaista suomalaisista ilmoitti käyttäneensä Internetiä edellisten kolmen kuukauden aikana (Tilastokeskus 2010_2). Kuviossa 1 voidaan havaita, että Internetin käyttäjien määrä on nopeasti kasvanut, sillä vuonna 2000 vastaava luku oli 50 %. Lisäksi Eurostatin tilastojen mukaan Internet-yhteys on nyt 78 prosentissa kotitalouksista (Eurostat 2011). Yritykset ja julkiset laitokset alkoivat luoda omia Internet-sivuja 1990-luvun puolivälissä. Keväällä 2010 kotisivut olivat käytössä 87 % suomalaisista vähintään kymmenen henkeä työllistävästä yrityksistä (Tilastokeskus 2010_2).



Kuvio 1. Internetin käyttäminen edellisten kolmen kuukauden aikana 2000–2010. %-osuus 16–74-vuotiaista, Tilastokeskus.

Tänään Internet on yleisimmin viestinnän, asioiden hoidon ja tiedonhaun väline. Sähköposti on yleisin Internetin käyttötapa: sähköpostia lähetti tai vastaanotti 77 % Internetin käyttäjistä vuonna 2010. Tavarosta ja palveluista etsi tietoja 74 % käyttäjistä. Internetin käyttötarkoitukset kuitenkin muuttuvat koko ajan, enää ei vain etsitä tietoa vaan viihteellinen sisältö tulee koko ajan tärkeämmäksi. Uusia sovelluksia ja teknologioita ilmaantuu markkinoille jatkuvasti. Sosiaalisen median nousu on ollut yksi viime vuosien uusimmista ja suurimmista verkkoilmiöistä. Vuonna 2010 16–24-vuotiaista 83 % oli rekisteröitynyt jonkin yhteisöpalvelun käyttäjäksi. (Tilastokeskus 2010_2.)

Julkisen hallinnon tietohallinnon neuvottelukunnan suosituksissa opastetaan viranomaisia verkkopalveluiden suunnittelussa, toteutuksessa ja hankinnassa. Suositukseen mukaan verkkopalvelut ovat osa organisaation viestintä- ja asiointipalveluja, ja siksi verkkopalveluita on kehitettävä osana organisaation tiedottamis- ja palvelustrategiaa ja prosesseja. Verkkopalveluissa käytettävyyteen, saavutettavuuteen, sisältöön sekä tieto-

turvallisuuteen on kiinnitettävä erityistä huomiota. Verkkopalvelujen laadun paraneminen johtaa sekä palvelun käyttäjien että sen tarjoajien saavuttamiin hyötyihin. Tällöin käyttäjien tyytyväisyys lisääntyy, verkkopalvelujen käyttö kasvaa ja julkinen palvelutuotanto tehostuu. (JHS 129, 4.)

Suosituksessa kehoitetaan myös selvittämään palveluiden käyttäjäryhmät sekä käyttäjien tarpeet ja käyttötilanteet, sillä palvelua tehdään sen käyttäjille. Tiedot käyttäjistä ja käyttötilanteista ohjaavat palvelun suunnittelua ja toteutusta. Näitä voidaan selvittää esimerkiksi käyttäjätutkimuksella, ottamalla yhteys erityisryhmiä edustaviin järjestöihin tai hyödyntämällä muiden tekemiä tutkimuksia ja tilastoja. Tutkimukset tuovat esiin eri käyttäjäryhmien mieltymyksiä ja tarpeita. Usein myös asiakaspalveluhenkilöstöllä on arvokasta tietoa käyttäjien tarpeista. Suosituksen mukaisesti tässä tutkimuksessa toteutettiin kysely Kelan sähköisiä asiointipalveluita käyttäneille henkilöille sekä haastateltiin opintoetusryhmän etuuspäällikköä. (JHS 129, 10.)

Julkishallinnon verkkopalvelun suunnittelun ja toteuttamisen periaatteissa suositusten ulkopuolelle rajataan mm. sähköiset asiointipalvelut (JHS 129, 4). Sähköisten asiointipalveluiden hyötyjä on tarkastellut Mia Toivanen väitöskirjassaan *Sähköisten asiointipalvelujen kehittäminen kunnissa* (2006) ja niitä tarkastellaan lähemmin luvussa 2.2. Suosituksessa kuvataan kuitenkin verkkopalveluiden hyötyjä seuraavasti. Parhaimmillaan palvelun tuoma hyöty näkyy organisaatiossa jonkin prosessin tehostumisena (käsitteilyaika lyhentynyt, maksuliikenne nopeutunut tai suoritteet henkilöä kohti lisääntyneet) sekä palvelutason paranemisena. Hyvä verkkopalvelu hyödyttää myös käyttäjää, sillä hyvin toimiva verkkopalvelu säästää käyttäjän aikaa, vaivaa ja kustannuksia. Palvelun tuottamia kustannussäästöjä tai tuottavuuden lisääntymistä voidaan mitata mm. tarkastelemalla, vähentääkö palvelu virkailijoiden rutiinityötä tai virheiden määrää, vähentyvätkö käyttäjien kyselyt suhteessa käyttäjämääriin tai väheneekö kysymyksiin vastaamiseen tai asian käsittelyyn käytetty aika. Käyttäjän saamia hyötyjä voidaan puolestaan mitata usealla eri tavalla, kuten nopeudella, luotettavuudella, hinnalla, joustavuudella, kattavuudella, yksityisyydellä ja helppoudella. Hyötyjä voidaan mitata myös arvioimalla tai selvittämällä, paljonko käyttäjiltä säästyy aikaa ja rahaa, kun virastossa ei tarvitse käydä ja kun käyttäjät voivat hankkia palvelun itselleen sopivana aikana. Käyttäjiltä voidaan kysyä myös arvioita palvelun hyödyllisyydestä ja helppokäyttöisyydestä, tietojen ajantasaisuudesta sekä palvelun laadusta. Hyvin toimiva verkkopalvelu

lisää tehokkuutta: jakelukustannukset eivät merkittävästi lisäänty käyttäjämäärien kasvassa. (JHS 129, 7.)

2.1 Sähköiset asiointipalvelut julkishallinnossa

Sähköinen asiointi on asioiden hoitamista tai tuotteen hankkimista tietoverkossa tarjottua palvelua käyttäen. Sähköistä asiointia viranomaistoiminnassa koskevan lain (13/2003) tavoitteena on lisätä asiointin sujuvuutta ja joustavuutta sekä edistää sähköisten tiedonsiirtomenetelmien käyttöä tietoturvallisuus huomioon ottaen. Sähköisillä tiedonsiirtomenetelmillä tarkoitetaan sähköisiä lomakkeita, sähköpostia tai sähköisiin tietojärjestelmiin myönnettyjä käyttöoikeuksia eli kiinteitä teknisiä yhteyksiä tietojärjestelmiin. (Arkistolaitos 2011.) Lain mukaan viranomaisen on pyrittävä käyttämään asiakkaan kannalta teknisesti mahdollisimman yhteensopivia ja helppokäyttöisiä laitteistoja ja ohjelmistoja. Viranomaisen on lisäksi varmistettava riittävä tietoturvallisuus asiointissa ja viranomaisten keskinäisessä tietojenvaihdossa. Viranomaisen tulee myös huolehtia siitä, että sen sähköiset tiedonsiirtomenetelmät ovat toimintakunnossa ja mahdollisuuksien mukaan käytettävissä muulloinkin kuin viraston aukioloaikana. (Laki sähköisestä asiointista viranomaistoiminnassa, 2 luku, 5 §.)

Viranomaisen, jolla on tarvittavat tekniset, taloudelliset ja muut valmiudet, on niiden rajoissa tarjottava kaikille mahdollisuus lähettää ilmoittamaansa sähköiseen osoitteeseen tai määriteltyyn laitteeseen viesti asian vireille saattamiseksi tai käsittelemiseksi. Tällöin on lisäksi kaikille tarjottava mahdollisuus lähettää sähköisesti viranomaiselle sille toimitettavaksi säädettyjä tai määrättyjä ilmoituksia, sen pyytämiä selvityksiä tai muita vastaavia asiakirjoja taikka muita viestejä. Säännös siis velvoittaa tarjoamaan sähköisiä asiointipalveluita, mikäli tähän on edellytyksiä. (Laki sähköisestä asiointista viranomaistoiminnassa, 2 luku, 5 §.)

Voutilaisen mukaan asiointipalveluiden järjestämisvelvoite on säädetty suhteelliseksi siten, että viranomaiskohtaiset valmiudet on otettava huomioon, jolloin on arvioitava viranomaisen käytettävissä olevat tiedolliset, taidolliset ja taloudelliset voimavarat. Kyseisten resurssien käytettävyyden objektiivinen arviointi on melko hankalaa, joten säännös ei ole viranomaisia vahvasti velvoittava, vaan se on lähinnä toimeksianto, jonka tarkoitus on edistää sähköisten palveluiden rakentamista olemassa olevin voimava-

roin. Säännös ei siis luo yksilölle oikeutta vaatia sähköisten asiointipalveluiden järjestämistä. (Voutilainen 2006, 236–242.)

Valtiovarainministeriön seurantalutkimusraportissa *Julkishallinnon verkkopalvelut 2010* selvitettiin suomalaisten mielipiteitä, toiveita ja näkemyksiä sähköisestä asioinnista julkishallinnon suuntaan sekä kartoitettiin suomalaisten käyntejä julkishallinnon www-palveluissa. Tutkimustuloksista selvisi, että Internetin käyttö on erittäin yleistä suomalaisten keskuudessa, mutta myös se, että suhtautuminen verkkopalveluihin ja niiden käyttö riippuu vastaajan iästä. Sukupuolella tai asuinalueella ei ole suurtakaan merkitystä. Tutkimuksen mukaan käytetyimpiä verkkopalveluita olivat Työ- ja elinkeinoministeriön ylläpitämä mol.fi, Kelan kela.fi ja Verohallinnon vero.fi. Julkishallinnon sivuja käytettiin pääasiallisesti informaation etsimiseen, mutta noin 30 % vastaajista oli hoitanut asioitaan myös sähköisten asiointipalveluiden avulla. Tutkimuksen mukaan verkkopalveluiden käyttöä helpottaisi erityisesti palveluiden selkiyttäminen ja monipuolistaminen. Esteinä pidettiin vähäistä tietoutta palveluntarjonnasta ja ihmisten halua saada henkilökohtaisia palvelukontakteja. Tulevaisuuden julkisilta palveluilta odotetaan läsnäoloa Internetissä. Tutkimuksen perusteella verkkopalveluiden käyttö on vuosi vuodelta luontevampaa yhä isommalle joukolle kansalaisia. (Valtiovarainministeriö 2010, 2–3.)

2.2 Sähköisen asioinnin edut ja haitat

Mia Toivanen tarkastelee väitöskirjassaan *Sähköisten asiointipalvelujen kehittäminen kunnissa* sähköiseen asiointiin liittyviä etuja ja kielteisiä puolia. Etuja ovat muun muassa vaivattomuus ja saavutettavuus, laadun parantaminen sekä tehokkuus ja taloudellinen säästö. Kielteisiä puolia ovat sähköisiin asiointipalveluihin liittyvät epäluulot ja tietämättömyys, jotka jopa estävät palveluiden käytön. Muita kielteisiä puolia ovat epätaasa-arvoisuus, tietoturva ja luottamus. On tärkeää huomioida, että sähköinen asiointi tarjoaa etuja ja haasteita sekä palveluja järjestäville tahoille että niitä käyttäville asiakkaille. Sähköisten palveluiden käytön mielletään olevan vaivattomampaa kuin virastoasiointin ja etuna pidetään palveluiden riippumattomuutta ajasta ja paikasta. Aukioloajat ja välimatkat eivät enää vaikuta samalla tavalla, ja henkilökohtaisten tarpeiden sovittamisesta tulee helpompaa. Kaikki nämä ominaisuudet tekevät asioinnista myös saavutettavampaa. Sähköinen asiointi voi myös säästää asiakkaiden matkakustannuksia. Tarjoamalla uuden palvelukanavan olemassa olevien rinnalle sähköiset asiointipal-

velut parantavat palvelujen laatua, sillä laadun voidaan nähdä parantuvan monikanavaisuuden myötä. Laatutavoitteiden lisääminen liittyy viime vuosina julkishallinnossa kasvaneeseen asiakaslähtöisyyden painottamiseen. Sähköiset asiointipalvelut sopivat asiakaslähtöiseen palvelutuotantoon myös personoinnin mahdollistavien ominaisuuksien takia. (Toivanen 2006, 71–77.)

Tietoyhteiskunta-asiain neuvottelukunnan vuosille 2002–2003 laatiman toimintaohjeen mukaan verkkopalvelun laatu muodostuu palvelevuudesta (kuinka hyvin palvelut ovat löydettävissä ja saatavilla), käytön saavutettavuudesta (esteettömydestä), käytettävyydestä ja osallistuvuudesta. Laadukas palvelu vastaa sisällöltään asiakkaan tarpeita ja ottaa huomioon asiakkaan toimintaprosessin. Tyypillisiä palvelun laadun mittareita ovat nopeus, oikeellisuus, ajantasaisuus ja luotettavuus. Vuorovaikutteisuutta vaativien palveluiden palvelunopeus voi vaihdella palvelun ja sen tarjoavan organisaation toimintatapojen mukaan. Yleensä sähköiset asiointipalvelut lyhentävät käsittelyaikoja myös viranomaisen toiminnassa ja näin lisäävät asiakkaan palvelukokemuksen laatua. Verkkopalveluissa saatavissa oleva tieto on kaikille käyttäjille yhdenmukaista eikä tiedon taso riipu henkilökohtaisen asiakaspalvelun tasosta. Informaatio ja esimerkiksi lomakkeet ovat verkkopalveluissa yleensä perinteisiä palvelumuotoja ajantasaisempia. Sisällön muuttaminen on vaivattomampaa ja edullisempää esimerkiksi painetun julkaisun kustannuksiin verrattuna. (Toivanen 2006, 72–73.)

Sähköisten asiointipalveluiden voidaan myös katsoa lisäävän palveluprosessin läpinäkyvyyttä. Sähköisten asiointipalveluiden avulla kansalaiset voivat päästä lähemmäksi palvelutuotannon vaiheita ja seurata asioidensa etenemistä reaaliaikaisesti. Palveluiden integrointi verkkopalveluun voi saada käyttäjät kiinnostumaan myös muusta verkkopalvelun sisällöstä. Sähköisten asiointipalveluiden käyttöönottoon liittyy usein odotuksia taloudellisista säästöistä sekä tehokkuuden kasvamisesta. Näitä ominaisuuksia käytetään usein palveluiden käyttöönoton perusteina. Kustannussäästöjä voi syntyä materiaali- ja käsittelykustannusten vähenemisestä sekä toimintaprosessien uudistamisen tuomista hyödyistä. Sähköiset asiointipalvelut voidaan toteuttaa lähes yhtä sijaintipaikasta riippumattomasti kuin niiden käyttö. Kuitenkin kustannussäästöjen mittaaminen muutaman vuoden palvelutarjonnan perusteella on vaikeaa ja epäluotettavaa. Sähköisten asiointipalveluiden suunnitteluun ja käyttöönottoon tulee suhtautua investointina

eikä jatkuvina kuluina, sillä palvelumuoto on uusi ja vaatii opettelua myös käyttäjiltä eikä investointeja voida odottaa saatavan heti takaisin. (Toivanen 2006, 72–75.)

Sähköisiin asiointipalveluihin liittyviä kielteisiä puolia ovat muun muassa uuteen palvelumuotoon kohdistuvat epäluulot ja tietämättömyys. Epätietoisuus ja väärä informaatio voivat olla jopa esteenä palveluiden käyttöönotolle. Palveluiden saatavuuteen ja käyttöön liittyvää epätasa-arvoisuutta voidaan pitää sähköisten asiointipalveluiden käyttöönoton negatiivisina piirteinä. Osalla väestöstä ei ole mahdollisuutta asioida sähköisesti, ja osa voi myös vierastaa teknologiaan tukeutuvia asiointipalveluita. Sähköisten asiointipalveluiden käytön esteenä voi olla tuntemattomien koneiden ja palveluiden pelko tai koulutuksen puute. Informaatioteknologian ja sähköisten palveluiden käyttö vaatii sopeutumista ja uusia taitoja sekä palvelun tarjoajilta että niiden käyttäjiltä. (Toivanen 2006, 77–80.)

Sähköisten asiointipalveluiden tietoturvallisuus on yleensä positiivinen ominaisuus, joka saa kielteisiä ominaisuuksia vasta siihen liittyviä riskejä ja uhkia arvioitaessa. Väärä tieto voi mystifioida tietoturvallisuuteen liittyviä seikkoja yleisessä keskustelussa, ja asiakkaat saattavat pitää tietoturvallisuuteen ja yksityisyydensuojaan liittyviä riskejä sähköisten palveluiden käytön esteenä. Tietoturvallisuuden luotettavuutta voidaankin pitää käytön edellytyksenä. Kansalaisten tulee voida luottaa esimerkiksi julkishallinnon tarjoamien palveluiden myötä kerättävien tietojen asianmukaiseen käsittelyyn. (Toivanen 2006, 79–80.)

2.3 Sosiaalisen median nousu

Sosiaalinen media terminä koostuu kahdesta eri termistä. Media on viestintäväline, tiedonkantaja. Useimmiten puhutaan joukkoviestinnästä, oli sitten kyseessä televisio, radio, sanomalehdet tai mainokset kaupunkikuvassa. Internet on tämän päivän tärkeimpiä medioita. Sosiaalisuus on yksilöiden välistä vuorovaikutusta, kuulumista ryhmään ja toisten huomioimista. (Kangas ym. 2007, 10.)

Sosiaalista mediaa määritellään monilla eri tavoilla. Terminä sosiaalinen media on uusi, joten on paikallaan kerätä sille määritelmiä useista lähteistä. Sosiaalinen media rakentuu sisällöstä ja ihmisistä jotka muodostavat yhteisöjä sekä teknologiasta. Sosiaalinen media on myös verkossa tapahtuvaa vuorovaikutusta ihmisten välillä. Sosiaalisen medi-

an sovelluksissa käyttäjät itse tuottavat ja jakavat sisältöä, kuten suosituksia, mielipiteitä, kokemuksia tai mitä tahansa ryhmää kiinnostavia asioita (Myöhänen 2010). Teknisemmin sosiaalinen media on määritelty seuraavasti: tietoverkkoja ja tietotekniikkaa hyödyntävä viestinnän muoto, jossa käsitellään vuorovaikutteisesti ja käyttäjälähtöisesti tuotettua sisältöä ja luodaan ja ylläpidetään ihmisten välisiä suhteita (TEPA Sanastokeskus 2011_2). Suomessa tunnetuimpia sosiaalisen median palveluita ovat verkkoyhteisö Suomi24 sekä yhteisöpalvelut IRC-Galleria ja Facebook.

Jussi Pekka Erkkola toteaa lopputyössään *Sosiaalisen median käsitteestä* (2008), että akateemisissa piireissä sosiaalisen median käsitteeseen ei olla perehdytty kovinkaan syvällisesti, minkä takia sosiaalisen median käsitteen sisällöstä ei vallitse yksimielisyyttä. Hänen mukaansa sosiaalisen median perusedellytyksiksi voidaan mainita sisältö, yhteisöt ja teknologia, mutta sisällöt ovat sosiaalisen median määrittelyssä avainasemassa. Sosiaalisen median sovellukset perustuvat joko kokonaan käyttäjien tuottamaan sisältöön tai niissä käyttäjien tuottamalla sisällöllä ja käyttäjien toiminnalla on merkittävä rooli sovelluksen tai palvelun arvon lisääjänä. Käyttäjälähtöisiksi sisällöiksi määritellään verkossa vapaasti tai rajoitetusti saatavilla olevat, tietyn määrän luovaa työtä vaatineet sisällöt. Sisällöt voivat olla esimerkiksi uutta sisältöä, kuten tekstiä, videota, ääntä, animaatiota sekä kuvia, ja muokattua sisältöä, kuten koosteita, videoiden miksausia tai yhdistelmäpalveluita, ja luokiteltua sisältöä, kuten soittolistoja, arvosteluja tai avainsanoja. (Erkkola 2008, 4, 57.)

Erkkola toteaa, että sosiaalista mediaa ei voi olla olemassa ilman viestintä- ja informaatioteknologiaa. Sosiaaliselle medialle on tyypillistä, että se toimii vapaasti hyödynnettävillä alustoilla, joita voidaan nimittää sosiaalisiksi sovelluksiksi. Sosiaaliset sovellukset tukevat helppoa sisällön tuottamista ja jakoa sekä yhteisöjen ja verkostojen muodostumista. (Erkkola 2008, 58.)

Yhteisöt ja verkostot ovat sosiaalisen median keskeisimpiä komponentteja. Yhteisöllisyyttä on toki ollut olemassa jo ennen Internetiä, mutta Web 2.0:n ja Internetin tarjoamat teknologiat ovat mahdollistaneet uusia yhteisöllisyyden ja verkostoitumisen ilmenemismuotoja, kuten ajasta ja paikasta riippumattomia yhteisöjä. Sisällöt, yhteisöt ja teknologiat linkittyvät tiiviisti toisiinsa. Sosiaalinen media tarvitsee nämä kolme asiaa toteutuakseen. Ilman sisältöä yhteisöillä ei ole mitään mistä keskustella, ja ilman yhteis-

söjä palataan takaisin luettavaan Internetiin. Ilman teknologioita menetetään myös kaikki edut, joita verkko tuo mukanaan, kuten sosiaalisen median globaali ulottuvuus. Uudet yhteisöpalvelut tarjoavat käyttäjille sosiaalisen viitekehyksen ja ympäristön. Tätä eivät ensimmäisen sukupolven verkkoportaalit osanneet tehdä. Niiden tarjonnasta puuttuivat muut ihmiset. Pelkät hyperlinkit eivät onnistuneet tuomaan käyttäjiä palveluihin ja pitämään heitä siellä. (Erkkola 2008, 57–59.)

Yksi ensimmäisistä sosiaalisen median palveluista maailmassa oli TheGlobe.com. Se perustettiin vuonna 1995 Cornellin yliopistossa ja oli toiminnassa vuoteen 2008 asti. Verkkoyhteisössä rekisteröityneet käyttäjät saattoivat jakaa sisältöä maailmanlaajuisesti muiden käyttäjien kanssa ja kommunikoida muiden samoista asioista kiinnostuneiden kanssa. (Bauvois 2011.) Ensimmäisiä Suomessa toimineita verkkoyhteisöjä oli Duni.net. Se oli Talentumin perustama, vuosina 1996–2003 toiminut verkkoyhteisö eri alojen ammattilaisille, ja siellä esiinnyttiin omilla nimillä ja keskusteltiin ammattiin, politiikkaan ja vapaa-aikaan liittyvistä asioista. (Wikipedia 2011.)

Sosiaalisen median käyttö yleistyy kovaa vauhtia, ja kehityksen aiheuttama muutos näkyy erityisesti siinä, että Internetin käyttäjät eivät ole enää vain passiivisia kuluttajia vaan he osallistuvat aktiivisesti itse sisällön tuottamiseen. Ihmiset arvostavat vapautta asioida silloin, kun itselle parhaiten sopii, ja riippumattomuutta muiden aikatauluista. Tärkeänä pidetään myös turvallista asiointia ja arkistointia (Itella 2008). Vaikka ihmiset siirtyvätkin käyttämään sosiaalisen median palveluita, ovat julkishallintoon kuuluvat organisaatiot vasta aloittelemassa sosiaaliseen mediaan osallistumista, eikä sen vaikutuksista tai hyödyistä ole paljoa tutkimustietoa. Sosiaalista mediaa ei pidetä vain viestintäkanavana vaan se nähdään myös uudenlaisten palveluiden hyödyntämisyhteyteenä sekä mahdollisesti osallistumisen ja vuorovaikutuksen välineenä. Sähköinen asiointi on puolestaan jo kasvanut yhdeksi suosituimmaksi palvelumuodoksi kansalaisten ja viranomaisten välisessä asiointissa (Rasmus 2010, 1).

2.4 Kelan palvelukanavat sekä toiminta ja tavoitteet sosiaalisessa mediassa

Kela palvelee asiakkaitaan kuudessa eri palvelukanavassa: verkkopalvelu, puhelinpalvelu, toimistopalvelu, yhteispalvelu, postiasiointi ja suorakorvaus. Kelan verkkopalvelut koostuvat sähköisistä asiointipalveluista ja laskureista. Laskureiden avulla asiakas voi

esimerkiksi arvioida, onko hänellä oikeutta johonkin tiettyyn etuuteen ja paljonko sitä maksettaisiin. Sähköisessä asiointipalvelussa voi hakea mm. kaikkia lapsiperheen tukia, työttömyysturvaa, asumistukea tai opintotukea. Lisäksi asiakas voi tarkistaa omat hakemus- ja maksutietonsa sekä lukea Kelasta saamiaan kirjeitä ja päätöksiä. Palveluun kirjaututaan verkkopankkitunnuksilla tai sähköisellä henkilökortilla. Tietoturvasyistä Kelan kanssa ei voi vielä asioida virallisesti sähköpostitse.

Opiskelija voi hakea Kelan sähköisessä asiointipalvelussa opintotukea, tarkistaa, mille ajalle opintotuki on myönnetty ja paljonko tukea maksetaan, katsoa, montako tukikautta hän on kaikkiaan käyttänyt ja montako on vielä käytettävissä sekä tarkistaa vuositulorajat, palauttaa, perua tai lakkauttaa opintotuen ja tehdä olosuhdemuutosilmoituksen. Kuviossa 2 on kuvaruutukaappaus opiskelijapalveluiden etusivusta Kelan Internet-sivuilta. Opiskelijoille tarjotaan paljon tietoa etuuksista ja mm. oma keskustelupalsta, jossa opiskelijat voivat esittää kysymyksiä, joihin opintotuen asiantuntijat vastaavat. Keskustelupalstan tausta käydään läpi tarkemmin kappaleessa 2.5. Case - Opintotuen keskustelupalsta.

The screenshot shows the Kela.fi website interface. At the top, there is a search bar with a 'HAE' button and a 'Tarkennettu haku' link. Below the search bar are navigation tabs for 'Henkilöasiakkaat', 'Työnantajat', 'Yhteistyökumppanit', and 'Tietoa Kelasta'. On the right, there are links for 'Asioi verkossa' and 'Yhteystiedot'. The main content area is titled 'Opiskelijan tuet' and includes a list of benefits, a section for 'Opintojen aikana voit saada' (during studies), and 'Opintojen jälkeen voit saada' (after studies). A sidebar on the left lists various benefit categories. On the right, there are sections for 'Asioi verkossa', 'Soita meille', 'Ajankohtaista', and 'Lisätietoja'.

Kuvio 2. Kuvaruutukaappaus opiskelijoiden verkkopalveluista Kela.fi:ssä

Kela on reilun vuoden aikana alkanut toteuttaa myös ensimmäisiä sosiaalisen median palveluitaan ja Kelaan onkin vastikään nimetty ensimmäinen sosiaalisen median vastuhenkilö, joka koordinoi Kelan osallistumista sosiaaliseen mediaan. Kelan Internet-sivuille on lisätty mahdollisuus mainostaa sivua kaverille mm. Facebookissa tai Twitterissä. Käyttäjät voivat myös koota Kelan tiedotteiden eri aihepiireistä kiinnostavat tiedotteet RSS-syötteinä itselleen. Kelan tutkimusosasto avasi julkisen blogin tammikuussa 2010. Blogissa Kelan tutkijat kirjoittavat ajankohtaisista Kelaan liittyvistä aiheista ja käyvät keskustelua lukijoiden kanssa. Blogia ja Tutkimusosaston tiedotteita voi seurata Twitterissä. Kelan viestintäyksikkö seuraa aktiivisesti Wikipedian Kela-aiheisten tietojen sisältöä ja päivittää niitä tarpeen mukaan.

Kela-Kerttu on Kelan sosiaalisen median pilotti Suomi24-keskustelupalstalla. Keskustelupalstoja pidetään nykyisin yhtenä sosiaalisen median muotona, vaikka ne kehittyivätkin paljon ennen kuin niitä kuvaava määritelmä luotiin. Lietsala ja Sirkkunen toteavat, että on vaikeaa määrittellä rajoja sille, mitkä sovellukset ja palvelut ovat sosiaalista me-

diaa. Keskustelupalstat jakavat kuitenkin samoja ominaisuuksia muiden, varsinaisesti sosiaalisena mediana pidettyjen palveluiden kanssa. Yhteisiä nimittäjiä ovat ainakin käyttäjille tarjottava foorumi sisällön luomiseen sekä kannustaminen sisällön jakamiseen. (Lietsala, Sirkkunen 2008, 29–30)

Kokeilussa Kelan perhe-etuuksien asiantuntijat vastasivat lapsiperheiden kysymyksiin Internetissä Suomi24.fi-keskustelupalstalla. Kelan asiakaspalvelijat eivät esiintyneet palstalla omilla nimillään, vaan palstan tunnuksena esiintyi piirroshahmoinen leppäkerttu, Kela-Kerttu. Kokeilun aikana (1.3.–31.5.2010) palstalle jätettiin yhteensä 1 900 viestiä. Viestejä luettiin 70 700 kertaa ja palstalla vieraili 25 300 eri kävijää. Pilotista saatiin positiivista palautetta asiakkailta ja yhteistyökumppaneilta. Palaute kertoi selkeästi siitä, että tällaisilla Kelan palveluilla on kysyntää. Keskustelupalsta tarjosi myös käyttökelpoisen foorumin lapsiperheille suunnatuille Kelan sähköisille asiointipalveluille. Palvelu sai myönteistä huomiota ja runsaasti käyttäjiä, ja siksi Kela-Kerttua jatkettiin 13.9.2010 alkaen, ja se avattiin maaliskuussa 2011 myös Facebookissa. (Kela-Kerttu Loppuraportti 2010.)

Valtiovarainministeriön sosiaalisen media tietoturvaohjeessa todetaan, että riippumatta siitä, hyödyntääkö organisaatio sosiaalisen median palveluita omiin tarpeisiin vai ei, on suositeltavaa, että sosiaalisen median käytöstä linjataan käyttöpolitiikan muodossa (VM 2010, 11). Kelan käyttöpolitiikka sosiaalisessa mediassa toimimiselle julkaistiin 5.1.2011 ja niissä otetaan kantaa esimerkiksi siihen, miten kelalainen voi osallistua verkkokeskusteluihin. Tarkoitus on myös järjestää toimihenkilöille sosiaalisen median koulutusta vuoden 2011 aikana. Kelan sosiaalisen median toimintasuunnitelmassa on määritelty tavoitteet, jotka tulee täyttää sosiaaliseen mediaan siirryttäessä, sekä mittarit, joilla arvioidaan näiden tavoitteiden onnistumista. Toimintasuunnitelmassa on myös huomioitu sosiaalisen median käyttömahdollisuudet lyhytaikaisissa kampanjoissa ja lanseerauksissa. Tällöin sosiaalisen median käyttö on huomioitava kampanjan tai lanseerauksen suunnitteluvaiheessa. Sosiaalisen median palveluiden käyttöön liittyvät tavoitteet Kelassa ovat puhelin- ja toimistoasioinnin vähentäminen pitkällä aikavälillä sekä verkkoasioinnin lisääminen Kelan Internet-sivuilla ja asiointipalvelussa. Sosiaalisen median tarkoitus on myös parantaa tavoitettavuutta ja julkisuuskuvaa. Onnistumista seurataan useilla mittareilla, joita ovat lukukertojen määrä lukijamäärää kohti (välineen mukaan), eri kävijöiden määrä, hinta kävijää kohti, hinta lukukertaa kohti, medianäkyvyys, Kelan

Internet-sivujen kävijämäärä, asiointipalveluissa kävijöiden määrä sekä puhelin- ja toimistoasiointin väheneminen pitkällä aikavälillä. (Kelan sosiaalisen median toimintasuunnitelma 2011.)

2.5 Case – Opintotuen keskustelupalsta

Kelan verkkopalvelun keskustelupalstalla opiskelijat voivat esittää opintotukeen liittyviä kysymyksiä sekä suomeksi että ruotsiksi. Keskustelupalstasta vastaa Kelan opintotukiryhmä. Tutkimusta varten haastateltiin etuuspäällikkö Ilpo Lahtista. Lahtinen vetää nykyisin opintotukiryhmää. Aiemmin hän työskenteli asiantuntijana opintotuen keskustelupalstan perustamisvaiheessa. Hän oli mukana ensin uutisryhmän käyttöönotossa vuonna 1996 ja myöhemmin Kelan Internet-sivujen uudistuksen jälkeen käyttöön otetulla opintotuen keskustelupalstalla. Haastattelukysymykset ovat liitteessä 3. Kuviossa 3 on kuvaruutukaappaus keskustelupalstasta. Keskustelupalstan käyttöönotto ja kehitys toimii esimerkkinä siitä, kuinka vuorovaikutteinen palvelu on saatu käyttöön Kelassa ja mitä siitä kautta on opittu.



Opintotuen keskustelupalsta - Diskussionsforum för studiestödet

Olethan etsinyt vastausta kysymykseesi myös [opiskelijoiden verkkosivustolta](#). Jos haluat aloittaa uuden keskustelun, valitse [Uusi aihe](#). Jos haluat osallistua keskusteluun, klikkaa mitä tahansa otsikkoa.

Har du sökt ett svar också från [studerandes webbplats](#). Om du vill börja en ny diskussion, välj [Nytt ämne](#). Vill du delta i en diskussion, klicka på vilken rubrik som helst. Jos esinnyt palstalla jonkun toisen henkilön nimellä, lähettäjän IP-osoite voidaan selvittää ja asia voidaan saattaa poliisitutkintaan. Om du deltar med en annan persons namn, kan din IP-adress kollas upp och ärendet överlämnas till polisen för undersökning.

Ajankohtaista - Aktuellt

[Opiskelijan toimeentulo kesällä ja opintojen jälkeen \(Utkomsten för studerande under sommaren och efter studierna \)](#)

[Kun aloitat opinnot tai valmistut, tietoa opintotuen vuositulovalvonnasta \(Om du inlett studierna eller utexaminerats under året för inkomstkontrollen \)](#)

[Uusi aihe - Nytt ämne](#)

[Laajenna - Expandera](#)

[Supista - Komprimera](#)

[Asumislisä \(muuttaja, 29.04.2011 08.06\)](#)
[Opintotuki kun täyttää 17 joulukuussa \(Äiti vm, 28.04.2011 19.11\)](#)
[2 op puuttuu \(Liina, 28.04.2011 03:15\)](#)
[Yleinen asumistuki valmistumiskaudelta \(Roosa, 28.04.2011 13.42\)](#)
[Studiestöd \(Toon Verheyen, 28.04.2011 06:58\)](#)
[Kumman vanhemman tulot tässä tilanteessa? \(Ivc, 27.04.2011 23.21\)](#)
[osakemyynit \(Teppo, 27.04.2011 21.17\)](#)
[Aikuisopiselujantuki \(Minttu, 27.04.2011 18.22\)](#)
[Opintotuki ja opintolaina \(Riitta, 27.04.2011 18.12\)](#)
[Opintotuen hakemisen ajankohta \(Tommi, 27.04.2011 15.52\)](#)
 » [Opintotuen hakemisen ajankohta \(Inka Kiviharju Kelasta, 29.04.2011 11.49\)](#)
[Milloin opintopisteet tarkistetaan? \(hidas opiskelija, 27.04.2011 14.50\)](#)
 » [Milloin opintopisteet tarkistetaan? \(Inka Kiviharju Kelasta, 29.04.2011 11.38\)](#)
[Tulojen vaikutus opintotukeen \(Maria, 27.04.2011 14.18\)](#)
 » [Tulojen vaikutus opintotukeen \(Inka Kiviharju Kelasta, 29.04.2011 11.16\)](#)
[Koulumatkatuki lentokonematkoihin \(Lentävä opiskelija, 27.04.2011 07.49\)](#)
 » [Koulumatkatuki lentokonematkoihin \(Inka Kiviharju Kelasta, 29.04.2011 10.55\)](#)
[ERASMUS-stipendi ja opintotuki \(Fetu, 27.04.2011 00.50\)](#)
 » [ERASMUS-stipendi ja opintotuki \(Inka Kiviharju Kelasta, 29.04.2011 10.42\)](#)

Kuvio 3. Kuvaruutukaappaus opintotuen keskustelupalstasta Kelan opiskelijoille tarjoamassa verkkopalvelussa.

Keskustelupalstan toiminta käynnistettiin vuonna 1996 uutisryhmän muodossa. Opintotukiryhmässä työskennellyt Ilpo Lahtinen oli tutustunut uutisryhmiin ja saanut eräältä ylläpitäjältä vinkin siitä, että opintotuesta käytiin jo keskustelua joissain ryhmissä. Kelan edustajaa pyydettiin mukaan keskusteluun, mutta lopulta päädyttiin siihen, että tarvitaan opintotukeen keskittyvä oma uutisryhmä. Ryhmään tulisi päästä helposti Kelan opintotukisivujen kautta, eikä ryhmän ylläpitäjien tai asiakkaiden tarvitsisi seurata useita eri kohteita. Uutisryhmän tekninen toteutus oli helppoa ja se tapahtui melko nopeasti. Ryhmän osoite oli news:sfnet.opiskelu.opintotuki, ja se linkitettiin Kelan Internet-sivuille. Kelan Internet-sivut uudistettiin 2000-luvun vaihteessa. Uudistusprojektin tehtäviin kuului myös yksinkertaisen keskustelupalstan toteuttaminen. Näin opintotuen keskustelupalsta siirtyi Kelan sivuille. Keskustelupalstan ideaa oli tarkoitus laajentaa koskemaan myös muita etuuksia, mutta tätä ei ole vielä toteutettu.

Opintotuen keskustelupalstalla Kelan asiantuntijat vastaavat kysymyksiin omilla nimillään. Tätä pidettiin alusta alkaen itsestään selvänä. Jo alussa pidettiin tärkeänä, että asiakkaat saisivat varmuuden siitä, että vastaaja on Kelan asiantuntija. Muitakin teknisiä toteutustapoja harkittiin, mutta toteutuksen ylläpito haluttiin pitää mahdollisimman yksinkertaisena. Keskustelupalstan ylläpitäjät saivat myös muutamia yhteydenottoja puhelimitse ja sähköpostitse, mutta määrä oli vähäinen eikä sitä pidetty ongelmana. Opintotuen keskustelupalstassa oli kyse ennen muuta asiakaspalvelusta, mutta myös hyvän Kela-kuvan luomisesta. Oli tärkeää, että oli olemassa keskustelupalsta, jossa ihmiset keskustelivat kukin omalla persoonallisella äänellään.

Keskustelupalstan vastuuta oli luontevaa jakaa opintotukiryhmän sisällä, ja lähes kaikki opintotukiryhmäläiset ovat olleet vastaajina. Keskustelupalsta on myös hyvä tapa perehdyttää uusia työntekijöitä, sillä sen avulla toimihenkilön täytyy selvittää myös itselleen kysyttävän asian taustat ja siihen liittyvät asiat. Tätä on pidetty myös mielekkäänä tapana oppia opintotukeen liittyviä asioita. Keskustelupalstan ovat mahdollistaneet hyvin perehtynyt henkilöstö sekä asiasta kiinnostunut johto.

Keskustelupalstan toiminnan aikana on tullut muutamia asiattomia viestejä ja mainoksia. Myös roskapostiyrietykset ovat jonkin verran häirinneet toimintaa. Vakavampia tapauksia on ollut vuosien saatossa vain yksi, kun asiantuntijana esiintynyt häirikkö kirjoitteli asiattomia viestejä keskustelupalstalle. Asiaan puututtiin kuitenkin nopeasti.

Häiriöviestejä huomattavasti isompi ongelma on se, että kysymykset ovat joko liian niukkoja, kysymysten esittäjät eivät kerro tarvittavia taustatietoja tai kysymykset ovat liian laajoja. Keskustelupalstan ja opintoetuuksien piirteisiin kuuluu myös se, että samat kysymykset toistuvat säännöllisin väliajoin. Monimutkaisemmalla tekniikalla, aiheiden luokitteluilla tai pakollisilla taustatiedoilla ei todennäköisesti saavutettaisi kuitenkaan merkittäviä hyötyjä keskustelupalstan toiminnassa.

Opintotuen keskustelupalstaa mainostetaan ensisijaisesti Kelan Internet-sivuilla. Palstaa on markkinoitu myös oppilaitoskoulutuksissa oppilaitosten henkilökunnalle sekä mm. opiskelijajärjestöjen tilaisuuksissa ja messuilla. Tätä laajemmalle mainonnalle ei ole ollut erityistä tarvetta, sillä kysymyksien esittäjiä on ollut riittävästi. Nykyiset resurssit ovat olleet riittävät tämän kokoisen palstan pyörittämiseen. Ylläpito on pidetty opintotukiryhmässä myös siksi, että opintotuen parissa työskentelevät säilyttävät näin tuntu- man asiakkaiden ongelmiin. Kysymysten perusteella saadaan tietoa myös siitä, miten esim. asiakasinformaatiota tai -palveluita pitää kehittää.

Luvun 2 perusteella voidaan yhteenvedona todeta, että teknologiakehityksen mahdollis- tama tietoyhteiskunta muuttaa ihmisten tapaa hakea tietoa ja asioida yritysten ja orga- nisaatioiden kanssa. Lähes yhdeksän kymmenestä suomalaisesta käyttää Internetiä ja yhä suuremmalla osalla yrityksistä on tarjolla siellä tietoa tai palveluita. Viihteellisen sisällön lisäksi Internet tarjoaa paljon uusia tapoja olla vuorovaikutuksessa toisten ih- misten kanssa. Tällaiset palvelut luokitellaan sosiaalisen median käsitteen alle, mutta akateemiset piirit eivät ole vielä perehtyneet käsitteeseen syvällisesti. Suomessa säh- köistä asiointia viranomaistoiminnassa säätelee laki. Lain tarkoituksena on lisätä asioin- nin sujuvuutta ja joustavuutta sekä lisätä sähköisten tiedonsiirtomenetelmien käyttöä viranomaisten ja kansalaisten välillä. Suomessa käytetyimpiä viranomaisten verkkopal- veluita ovat Työ- ja elinkeinoministeriön ylläpitämä mol.fi, Kelan kela.fi ja Verohallinnon vero.fi.

3. TUTKIMUSTAVOITTEET JA TUTKIMUKSEN TOTEUTUS

Tutkimuksen päätavoitteina on saada tietoa siitä, kuinka Kelan tulisi tällä hetkellä näkyä, minkälaisia palveluita Kelalta odotetaan erityisesti sähköisessä mediassa ja kuinka niiden tulisi kehittyä. Tulosten avulla pyritään selvittämään niitä keinoja, joilla Kela voisi palvella asiakkaitaan paremmin niin sähköisten palveluiden kuin uusien tiedonvälityskanavien avulla. Tutkimuksen kohderyhmäksi rajataan opiskelijat, ja tarkoitus on selvittää, mitä ja millaisia sähköisiä palveluita ja tietolähteitä opiskelijat haluaisivat käyttää ja miten opiskelijat asioivat mieluiten. Vastausten avulla selvitetään myös, voiko sosiaalisen median avulla tavoittaa sellaisia ihmisiä, joita Kelan muut palvelut eivät tavoita. Tutkimuksella pyritään saamaan tietoa siitä, kuinka Kela voisi lisätä vuorovaikutusta ja keskustelua asiakkaiden kanssa.

Tutkimuksessa käsitellään seuraavia kysymyksiä.

- Mitä sähköisiä asiointipalveluita opiskelijat käyttävät ja miten usein he käyttävät niitä?
- Mistä lähteistä opiskelijat etsivät tietoa Kelan palveluista ja etuuksista?
- Mitä mieltä opiskelijat ovat Kelan nykyisistä palveluista?
- Minkälainen on hyvä asiointipalvelu?
- Mitä sosiaalisen median palveluita opiskelijat käyttävät ja miten usein he käyttävät niitä?
- Mitä uusia palveluita opiskelijat ovat valmiita ottamaan käyttöön?

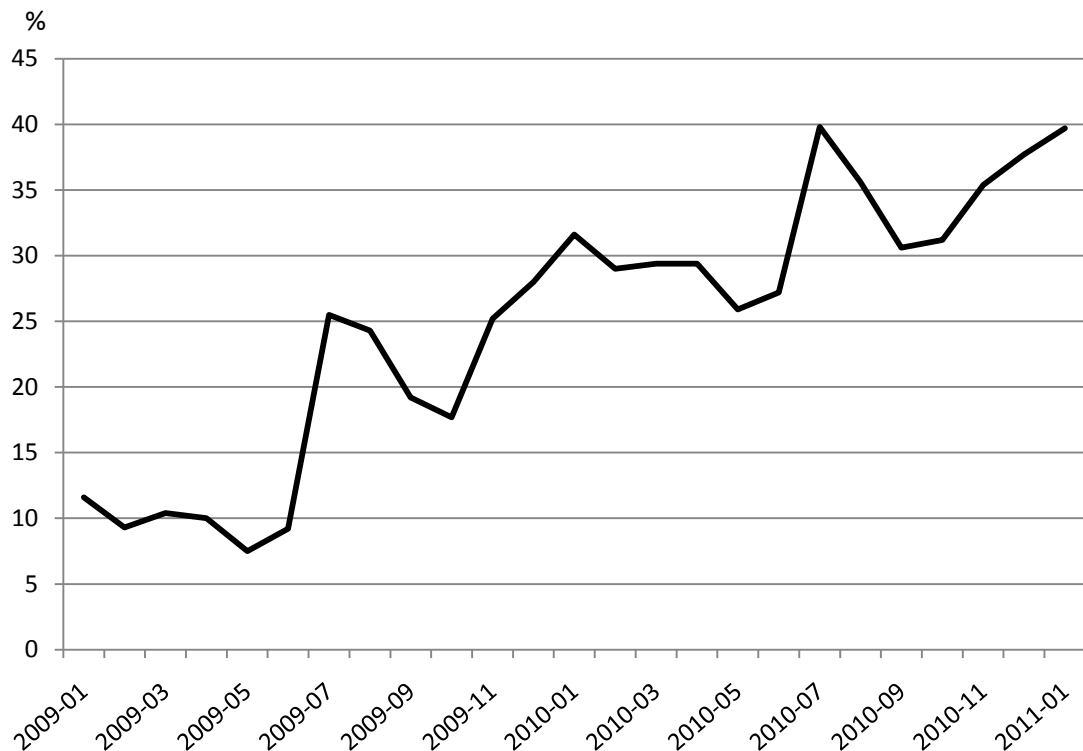
Kela on sitoutunut laadun kehittämiseen ja haluaa tarjota asiakkailleen parasta julkista palvelua. Kelan asiakkaita ovat kaikki Suomen sosiaalivakuutukseen kuuluvat henkilöt, jotka hakevat etuuksia tai tarvitsevat neuvontaa omaan elämäntilanteeseensa liittyvissä asioissa. Yhtenä tavoitteena on tukea tätä prosessia jatkuvalla kehittämisellä. Tämän tutkimuksen tuloksia käytetään tässä kehitystyössä. Tulosten avulla on mahdollista suunnitella ja kehittää Kelan sosiaalisen median strategiaa sekä asiakasviestintää. Niiden avulla voidaan kartoittaa, mitä palveluita kannattaa ottaa käyttöön sekä mihin resursseja kannattaa suunnata. Tärkeä kysymys onkin seuraava: onko Kelan perusteltua lähteä mukaan sosiaaliseen mediaan? Vaikka tutkimusaineisto on suorimmassa yhteydessä opintoetuuksiin, ei tulosten hyödyntämistä pidä rajata vain tähän joukkoon. Ta-

voitteena on, että tuloksia käytetään kaikkien Kelan asiakkaiden palveluiden kehittämässä.

3.1 Opiskelijat kohderyhmänä

Opiskelijat soveltuvat tämän tutkimuksen kohdehenkilöiksi useasta syystä. Suomessa oli vuonna 2010 kaikkiaan 1 252 200 tutkintotavoitteisen koulutuksen opiskelijaa, joista peruskoulun jälkeiseen tutkintoon opiskeli noin 700 000 henkilöä (Tilastokeskus 2010_1). Ikäluokassa 16–24-vuotiaat ovat aktiivisimpia Internetin käyttäjiä, sillä 73 % heistä käyttää säännöllisesti uusimpia palveluita verkkosisällön luomiseen ja jakamiseen, mikä on yli kaksi kertaa enemmän kuin Euroopan väestössä keskimäärin (35 %). Kaikista alle 24-vuotiaista eurooppalaisista 66 % käyttää Internetiä päivittäin, kun koko väestön keskiarvo on 43 %. (Eurostat 2011.)

Lukuvuonna 2009–2010 Kelan opintoetuksia sai kaikkiaan 304 591 henkilöä. Opiskelijoille on Kelassa tarjottu monia uusia viestintä- ja asiointipalveluja aikaisemmin kuin muille ryhmille. He ovat aktiivisia opintotuen sähköisten palveluiden käyttäjiä, ja kuten kuviosta 4 voidaan havaita, sähköisesti jätettyjen opintotukihakemusten määrä on voimakkaasti kasvanut. Lukuvuonna 2009–2010 jo 27,5 % opintotukihakemuksista jätettiin sähköisesti. (Tilastotietokanta Kelasto 2011). Tutkimuksen toteutuksessa tarvittiin asiakkaiden sähköpostiosoitteita, ja osoitteen välittäminen Kelaan on mahdollista sähköisten asiointipalveluiden kautta. Opiskelijat ovat sopiva tutkimuskohde myös siksi, että he ovat tottuneet käyttämään erilaisia sähköisiä asiointipalveluita oppilaitoksissakin. Suomessa oppilaitoksilla on käytössään erilaisia henkilökohtaista tunnistautumista vaativia palveluita. Esimerkiksi Tampereen yliopiston opiskelija voi mm. muuttaa yhteystietojaan, selailta opintosuoritustietojaan ja lähettää otteen opintosuorituksistaan haluamaansa sähköpostiosoitteeseen. (Tampereen yliopisto 2011.)



Kuvio 4. Sähköisesti jätettyjen hakemusten %-osuus kaikista opintotukihakemuksista, tammikuu 2009 – tammikuu 2011.

3.2 Tutkimusaineiston keruu ja analysointimenetelmät

Tutkimusaineisto kerättiin kvantitatiivisilla menetelmillä ja analysoitiin sekä kvantitatiivisilla että kvalitatiivisilla menetelmillä. Tutkimusmenetelmänä on poikkileikkausaineisto eli yksi mittaus useista havaintoyksiköistä. Poikkileikkausasetelma on yleisimpiä määrällisen yhteiskuntatieteen asetelmia, mutta sillä ei voida sellaisenaan tarkastella muutoksia ajan suhteen. Tutkimuksen perusjoukon muodostivat henkilöt, jotka olivat käyttäneet lukuvuonna 2009–2010 Kelan opintoetuuksien sähköisiä asiointipalveluita ja ilmoittaneet sähköpostiosoitteensa. Tämä ryhmä vastaa noin yli 18-vuotiaiden aktiivista opiskelijaryhmää. Tällä rajauksella löytyi kaikkiaan 59 452 sähköpostiosoitetta. Sen sijaan, että tutkimuksessa lähestyttäisiin kaikkia opiskelijoita, opiskelijoista otettiin 6 000 hengen otos käyttämällä yksinkertaista satunnaisotantaa. Satunnaisotannan avulla on mahdollista kerätä pienemmällä resurssilla tietoja, jotka voidaan yleistää koskemaan laajempaa perusjoukkoa. Tässä tapauksessa otoksen tulokset voidaan yleistää koskemaan lukuvuoden aikana sähköisiä palveluita käyttävää opiskelijajoukkoa. (KvantiMOTV 2010._1)

Varsinainen aineisto kerättiin toteuttamalla opiskelijaotokselle sähköinen kysely. Kyselyn toteutuksessa on tärkeää, että kyselylomake soveltuu koko vastaajajoukolle, ja tulosten hyödyntämisen kannalta on tärkeää kerätä tietoa siitä, millaisia vastaajat ovat. Suunnitteluvaiheessa lomaketta kommentoivat asiantuntijat mm. Kelan viestinnästä, Tutkimusosastolta sekä Opintotukiryhmästä. Lomaketta testasi muutama opiskelija Mediattuottamisen koulutusohjelmasta. Osohenkilöille lähetettiin sähköpostikutsu, mikä sisälsi saatetekstin (liite 1) sekä linkin sähköiseen kyselylomakkeeseen. Kysely käynnistettiin marraskuun 2010 alussa ja vastausaikaa oli noin kolme viikkoa. Vastausajan puolella välissä vastaamattomille lähetettiin muistutusviesti kyselystä. Kyselylomake toteutettiin sähköisellä tiedonkeruusovelluksella Digiumilla. Digium on www-selaimessa toimiva tiedon keräämiseen ja raportointiin tarkoitettu sovellus. Kuviossa 5. on kuvaruutu-kaappaus kyselylomakkeen ensimmäisestä sivusta. Koko kyselylomakkeen sisältö on liitteessä 2. Tutkimuksessa kerätty aineisto on vain tutkijan hallussa.

Kelan sähköiset asiointipalvelut ja sosiaalinen media

Taustatietoja

Syntymävuotesi? (esim. 1985)

Sukupuolesi?
 Mies
 Nainen

Asuinpaikkasi?
Maa

Nykyisen asuinpaikkakuntasi asukasluku?
 alle 10 000
 10 000-29 999
 30 000-79 999
 yli 80 000

Oletko tällä hetkellä (marraskuu 2010) päätoimisesti
 opiskelemassa
 työssä
 äitiys-/vanhempain- tai hoitovapaalla
 asevelvollisuutta suorittamassa
 työtön
 muu, mikä?



12 %

Kuvio 5. Kuvaruutukaappaus Digium-kyselylomakkeesta

Kyselyyn saatiin 1 095 vastausta. Osasta sähköpostiosoitteista tuli ilmoitus virheellisestä osoitteesta (93 kpl). Nämä huomioiden oli kyselyn vastausaste noin 18,5 %. Yksi tärkeä vaihe on tarkastella, puuttuuko aineistosta havaintoja niin, että ne vääristävät aineiston avulla saatuja tuloksia eli onko aineistossa katoa. Kato jakaantuu yksikkökatoon ja eräkatoon. Kun yksittäiset vastaajat jättävät vastaamatta joihinkin kysymyksiin lomakkeella, on kyseessä eräkato ja kun henkilö ei vastaa koko kyselyyn, on kyseessä yksikkökato. Mikäli esimerkiksi jokin tietty vastaajaryhmä on vastannut muita vastaajia huomattavasti aktiivisemmin, voi olla syytä pohtia, vaikuttaako se tuloksiin.

Vastaajat olivat vastanneet lähes kaikkiin kysymyksiin lomakkeella eikä merkittävää eräkatoa esiintynyt. Vastaajista kerättiin kyselyssä taustatietoja kuten opiskelupaikka ja sukupuoli, mutta yksikkökatoa on tässä tutkimuksessa vaikea havaita vertaamalla näitä tietoja suoraan tilastoista saataviin lukuihin. Tilastokeskuksen mukaan vuonna 2010 peruskoulun jälkeen opiskelevista oli lukiossa 16 %, ammatillisessa koulutuksessa 40 %, ammattikorkeakoulussa 20 % ja yliopistossa 24 % (Tilastokeskus 2010_1). Opintotuen saantimahdollisuuteen vaikuttaa kuitenkin opiskelijan ikä, asuinmuoto, omat tulot sekä nuoremmilla opiskelijoilla vanhempien tulot. Kaikki opiskelijat eivät saa tai käytä opintoetuksia ja vanhempien tulot rajoittavat erityisesti lukiolaisten opintoetuksien saantia. Lukuvuonna 2009–2010 opintotuen saajista oli lukiossa 10 %, ammatillisessa koulutuksessa 31 %, ammattikorkeakoulussa 28 % ja yliopistossa 28 % (Tilastotietokanta Kelasto 2010). Kuten aiemmin todettiin, kaikki opintotukiasiakkaat eivät asioi sähköisten asiointipalveluiden kautta ja vain osa jättää sähköpostiosoitteensa sähköisiin asiointipalveluihin. Tutkimuksen perusjoukosta ei ole saatavissa Tilastokeskuksen ja Tilastotietokanta Kelaston kanssa vertailukelpoista tietoa. Vastaajilta saadut taustatiedot noudattavat suomalaisten opiskelijoiden yleisiä piirteitä ottaen huomioon edellä luetellut opintotukeen ja asiointipalveluihin liittyvät rajoitteet. Seuraavassa luvussa käydään läpi tarkemmin vastaajien profiilit kyselytulosten perusteella.

Tutkimusaineisto analysoitiin numeerisen tiedon osalta käyttämällä kuvailevia tilastollisia menetelmiä. Tällöin empiirisestä havaintoaineistosta lasketaan numeerisia tunnuslukuja, joiden avulla pyritään ymmärtämään tarkastelun kohteena olevaa ilmiötä. Tutkimuksessa kerättiin myös paljon muutakin kuin numeerista tietoa, sillä esimerkiksi kehitysideoita on mielekkäämpää kerätä kirjallisesti avointen kysymysten avulla. Avoimiin kysymyksiin annetaan hyvin monenlaisia vastauksia. Vastaukset voivat olla esimerkiksi useista virkkeistä koostuvia tarinoita, luetelmaksi tiivistettyjä vastauksia tai vai yksittäisiä sanoja. Vastausten tyyli ja sisältö vaihtelevat myös paljon, ja niiden koodaaminen numeeriseen muotoon voi olla liian vaikeaa. Myöskään kaikki eivät vastaa avoimiin kysymyksiin. (KvantiMOTV 2010._2)

Avoimia vastauksia kerättiin neljällä eri teemolla käsitellessä kysymyksellä. Kysymyksillä kerättyjä tietoja analysoitiin laadullisin menetelmin käyttämällä sisältöanalyysia. Sisältöanalyysillä pyritään saamaan tutkittavasta ilmiöstä kuvaus tiivistetyssä ja yleisessä muodossa (Tuomi ja Sarajarvi 2009, 103). Kysymysten keskeiset avoimet vastaukset

ryhmiteltiin vastausten perusteella esille tulleisiin sisältöluokkiin. Sisältöluokat löytyivät tarkastelemalla yksittäisiä vastauksia ja niissä toistuvia sanoja tai aihepiirejä. Välillä apuna käytettiin lomakkeella olleita muita kysymyksiä. Esimerkiksi yhtä avointa kysymystä edelsi kyllä/ei-kysymys, minkä jälkeen oli varsinainen avoin kysymys. Tällöin avoimet vastaukset jaoteltiin ensin ryhmiin edellisen kysymyksen perusteella, minkä jälkeen niiden sisältä etsittiin varsinaiset omat sisältöluokat.

Kuten luvussa 3 kerrotaan, tämän tutkimuksen tavoitteena on kartoittaa millaiset henkilöt käyttävät opintotuen sähköisiä asiointipalveluita, mitä mieltä he ovat nykyisistä palveluista ja millaisia uusia palveluita he tarvitsevat. Tavoitteena on löytää keinoja, joilla Kela voisi palvella asiakkaitaan paremmin niin sähköisten palveluiden kuin uusien tiedonvälityskanavien avulla. Tutkimusaineisto kerättiin toteuttamalla sähköinen kysely opintotuen sähköisiä asiointipalveluita lukuvuonna 2009–2010 käyttäneille. Palveluita käyttäneistä ja sinne sähköpostiosoitteensa ilmoittaneista otettiin 6 000 henkilön satunnaisotos. Otoshenkilöille lähetettiin sähköpostitse kutsu Internetissä olevaan kyselyyn. Kyselyyn vastasi kaikkiaan 1 095 henkeä ja kyselyn vastausaste oli noin 18,5 %. Kerätty vastausaineisto analysoitiin numeerisen tiedon osalta kvantitatiivisilla ja kirjallisen tiedon osalta kvalitatiivisilla menetelmillä.

4. SÄHKÖISET ASIOINTIPALVELUT JA NIIDEN KÄYTTÄJÄT

4.1 Opintoetuuksien sähköisiä asiointipalveluita käyttävien profiilit

Tutkimuksessa tehdyn kyselyn perusteella saadaan ainutlaatuista tietoa Kelan sähköisten asiointipalveluiden käyttäjistä. Aiemmin ei ole ollut tietoa siitä, millaisia nämä henkilöt ovat, sillä Kela ei tilastoi erikseen eri palvelukanavia käyttävien henkilöiden taustatietoja. Tilastotietoja kerätään pääasiassa asiointi-, hakemus- ja ratkaisumääristä.

Kelan opintoetuuksien sähköisiä asiointipalveluita käyttävät ovat vastausaineiston perusteella keskimäärin 25-vuotiaita ja 96 % heistä asuu Suomessa. Vastaajista 70 % on naisia ja 30 % miehiä kun taas opintoetuuden saajista naisia on 57 % (Tilastotietokanta Kelasto 2010). Kysely lähetettiin niille henkilöille, jotka olivat käyttäneet opintotuen palveluita edellisen lukuvuoden aikana, ja kuten taulukosta 1 nähdään, 78 % heistä oli kyselyajankohtana päätoimisia opiskelijoita. Yli 70 % vastaajista on aloittanut opinnot viimeisen kolmen vuoden aikana, ja yli 80 %:lla opintonsa päättäneistä päättymisestä oli kulunut aikaa alle vuosi. Enemmistö vastaajista asuu yli 80 000 asukkaan kaupungissa, mikä selittyy pääasiassa korkeakoulujen sijainnilla.

Taulukko 1. Oletko tällä hetkellä (marraskuu 2010) päätoimisesti...

	N	%
opiskelemassa	855	78 %
työssä	141	13 %
äitiys-/vanhempain- tai hoitovapaalla	18	2 %
asevelvollisuutta suorittamassa	1	0 %
työtön	37	3 %
muu, mikä?	42	4 %
Yhteensä	1 094	100 %

Yli puolella vastaajista korkein suoritettu tutkinto on ylioppilastutkinto (taulukko 2). Korkeakoulututkinnon suorittaminen on vielä harvinaista sähköisiä palveluita käyttäneille, sillä suurimmalla osalla on vielä opinnot kesken.

Taulukko 2. Mikä on korkein suorittamasi koulutus tai tutkinto?

	N	%
Peruskoulu	89	8 %
Ylioppilastutkinto	578	53 %
Ammatillinen koulutus	132	12 %
Opistotason koulutus	21	2 %
Ammattikorkeakoulututkinto	101	9 %
Alempi yliopistollinen korkeakoulututkinto	94	9 %
Ylempi ammattikorkeakoulututkinto	3	0 %
Ylempi yliopistollinen korkeakoulututkinto	70	6 %
Lisensiaatin- tai tohtorintutkinto	6	1 %
Yhteensä	1 094	100 %

Taulukossa 3 on tarkasteltu vastaajien tämän hetken opiskeluoppilaitosta: vastaajista 35 % opiskelee ammattikorkeakoulussa ja 44 % yliopistossa. Ammatillisissa oppilaitoksissa opiskelee 15 % vastaajista.

Taulukko 3. Jos opiskelet tällä hetkellä, missä oppilaitoksessa?

	N	%
Lukiassa	28	3 %
Ammatillisessa oppilaitoksessa	129	15 %
Ammattikorkeakoulussa	308	36 %
Yliopistossa	379	44 %
Jossain muualla, missä?	11	1 %
Yhteensä	855	100 %

Käytännössä kaikki vastaajat ilmoittivat käyttävänsä Internetiä säännöllisesti: 97 % ilmoitti käyttävänsä Internetiä päivittäin, ja tätä vähäisempi käyttö on erittäin harvinaista. 91 %:lla vastaajista on käytössä kiinteä Internet-yhteys kotona, kun taas mobiiliyhteys löytyy noin puolelta vastaajista. Taulukossa 4 on jaoteltu vastaajien Internetin vapaa-ajankäyttötavat tarkemmin. Yleisimpiä käyttötarkoituksia ovat mm. sähköinen asi-

ointi esimerkiksi pankeissa, yhteydenpito, musiikin ja radion kuuntelu sekä tv-ohjelmien ja nettivideoiden katselu.

Taulukko 4. Mihin käytät Internetiä vapaa-ajalla?

	N	%
Musiikin/radion kuuntelemiseen	723	66 %
Pelaamiseen	338	31 %
Sähköiseen asiointiin (esim. pankki, varaukset)	1 074	98 %
Tiedon hakemiseen	1 055	96 %
Tv-ohjelmien/nettivideoiden katseluun	703	64 %
Yhteydenpitoon, kommunikointiin	1 036	95 %
Johonkin muuhun, mihin?	69	6 %

Erilaisten verkkopalveluiden käyttö on hyvin yleistä vastaajien keskuudessa. Taulukossa 5 on jaoteltu eri palveluiden käyttöä tarkemmin. Lähes kaikki vastaajat käyttivät verkkopankkipalveluita ja asioivat kotimaisissa verkkokaupoissa. Suosittuja palveluita ovat myös erilaiset lippukaupat ja verkkokirjastot. Hieman alle puolet vastaajista ilmoitti käyttäneensä verkossa olevia vakuutuspalveluita ja noin neljännes sähköistä netpostia.

Taulukko 5. Mitä muita sähköisiä verkkopalveluita olet käyttänyt?

	N	%
Verkkopankkipalvelut	1 084	99 %
Vakuutuspalvelut	492	45 %
Kotimaiset verkkokaupat	916	84 %
Ulkomaiset verkkokaupat	617	56 %
Netposti (www.posti.fi/netposti/)	295	27 %
Lippukaupat (mm. elokuva- ja konserttiliput)	809	74 %
Verkkokirjastot	625	57 %
Jotain muuta, mikä	31	3 %

4.2 Miten asiakkaat ja Kela löytävät toisensa?

Hyvän verkkopalvelun toiminnallisuuteen kuuluu se, että se löytyy helposti. Löydettävyyteen vaikuttaa esimerkiksi se, että palvelun osoite on mahdollisimman yksinkertainen. Käyttäjän kannalta on hyödyllistä, että palvelu on käytettävissä aina ja käytön aloittaminen on helppoa. Hyvä palvelu etenee loogisesti ja etsitty tieto löytyy helposti. (JHS 129, 17–18.)

Taulukossa 6 on jaoteltu lähteet, josta vastaajat ilmoittivat etsineensä tai saaneensa tietoa Kelan etuuksista ja palveluista. Lähes kaikki vastaajat (1 065 vastaajaa) etsivät tietoa suoraan Kelan Internet-sivuilta. Tietoa saadaan myös oppilaitoksista, Kelan toimistoista sekä ystäviltä. 46 % vastaajista ilmoitti yhdeksi lähteekseen myös Kelan toimistot. Verkossa vapaasti käytettävät keskustelupalstat ovat myös merkittävä tiedonlähde, sillä 12 prosenttia vastaajista ilmoitti käyttäneensä niitä.

Taulukko 6. Mistä seuraavista lähteistä olet etsinyt tai saanut tietoa Kelan etuuksista ja palveluista?

	N	%
www.Kela.fi, Kelan Internet-sivut	1 065	98 %
Kelan esitteet	381	35 %
Kelan puhelinpalvelu	216	20 %
Kelan toimistot	506	46 %
Keskustelupalstat (mm. www.suomi24.fi)	134	12 %
Muut viranomaiset (esim. työvoimatoimisto)	128	12 %
Oppilaitokset	614	56 %
Vanhemmat tai muut sukulaiset	268	25 %
Yhteisöpalvelut (mm. Twitter)	3	0 %
Ystävät	481	44 %
Jostain muualta, mistä?	13	1 %

Vain hyvin pieni osa vastaajista ilmoitti asioineensa Kelan toimistossa tai yhteispalvelupisteessä edellisen vuoden aikana (taulukko 7). Peräti 81 % vastasi asioineensa toimistossa harvoin (47 %) tai ei koskaan (34 %). Tämä on ristiriidassa sen aiemmin esiin tulleen tiedon mukaan, että lähes puolella vastaajista etuustiedon lähteenä ovat Kelan

toimistot. Opiskelijapalveluita käyttäneet eivät ole myöskään aktiivisia Kelan puhelinpalvelunumeroiden käyttäjiä, sillä vain hyvin harva ilmoitti käyttäneensä niitä usein ja yli puolet vastaajista ei koskaan. Opiskelijat käyttävät aktiivisesti opiskelijoille tarkoitettuja palvelusivuja, joista suosituimpia ovat hakemuslomakkeet, laskurit ja etuustiedot yleisesti.

Taulukko 7. Kuinka usein tai harvoin olet viimeksi kuluneen vuoden aikana

	Usein	Silloin tällöin	Harvoin	En koskaan	Yhteensä
asioinut henkilökohtaisesti Kelan toimistossa tai yhteispalvelupisteessä?	3 %	16 %	47 %	34 %	100 %
soittanut Kelan palvelunumeroon?	2 %	10 %	34 %	54 %	100 %
käyttänyt Kelan sähköisiä asiointipalveluja (www.kela.fi/asiointi)?	25 %	51 %	23 %	2 %	100 %

Sähköisten asiointipalveluiden käyttö alkaa jo ennen opiskeluiden alkua, sillä lähes puolet vastaajista oli käyttänyt palveluita jo ennen opiskeluiden alkamista (taulukko 8). Yli 80 % vastaajista oli käyttänyt palveluita kahden ensimmäisen opiskeluvuoden aikana.

Taulukko 8. Milloin käytit Kelan sähköisiä asiointipalveluita ensimmäisen kerran?

	N	%
Ennen opiskelun aloittamista	485	45 %
1.-2. opiskeluvuoden aikana	424	39 %
3.-4. opiskeluvuoden aikana	113	10 %
Myöhemmin opiskelun aikana	46	4 %
Opiskelun päättymisen jälkeen	17	2 %
Yhteensä	1 085	100 %

Tutkimuksessa selvitettiin myös miten vastaajat olivat löytäneet sähköiset asiointipalvelut. Kela mainostaa palveluitaan pääasiassa Internet-sivuillaan, mutta uusista palveluista tiedotetaan myös lehdistötiedotteilla. Kela on tehnyt mainoskampanjoita tietyistä kullakin hetkellä esillä olevista palveluista. Esimerkiksi opiskelijoille tarkoitettua keskus-

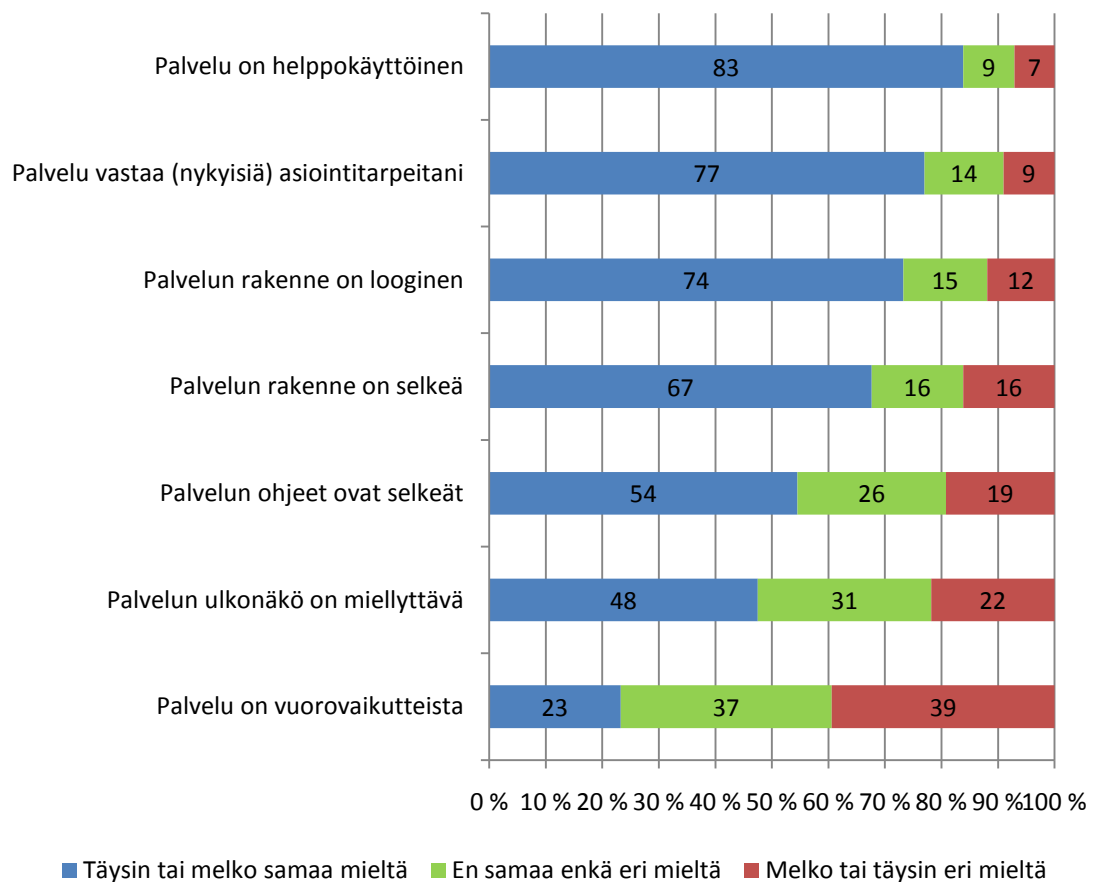
telupalstaa on mainostettu lähinnä Kelan Internet-sivuilla, mutta sitä on markkinoita myös mm. oppilaitoskoulutuksissa oppilaitosten henkilökunnalle sekä opiskelijajärjestöjen tilaisuuksissa ja messuilla. Kyselyn perusteella varsinaisten sähköisten asiointipalveluiden mainonta ei ole tavoittanut ainakaan opintotuen asiointipalveluita käyttäneitä opiskelijoita. Taulukosta 9 voidaan havaita, että vain 1 % vastaajista oli kuullut mainoksia radiossa tai nähnyt niitä lehdissä. Internet-mainoksia oli nähnyt 2 % vastaajista. Enemmistö vastaajista oli itse etsinyt ja löytänyt palvelut. Onkin tärkeää, että löytyvyyttä parannetaan sitomalla sähköiset asiointipalvelut osaksi viestintää ja että markkinointiin ja tiedotukseen varataan riittävästi resursseja.

Taulukko 9. Kuinka löysit Kelan sähköiset asiointipalvelut?

	N	%
Löysin palvelut itse etsiessäni niitä	909	83 %
Löysin palvelut vahingossa	66	6 %
Kuulin mainoksia niistä radiossa	13	1 %
Näin mainoksia niistä lehdissä	15	1 %
Näin mainoksia niistä Internetissä	25	2 %
Oppilaitoksessa kerrottiin niistä	177	16 %
Ystäväni kertoivat niistä	131	12 %
Vanhempani tai sukulaiseni kertoivat niistä	96	9 %
Jollain muulla tavoin, miten?	31	3

4.3 Asiakkaiden arvioita nykyisistä sähköisistä asiointipalveluista

Vastaajia pyydettiin arvioimaan Kelan nykyisiä sähköisiä asiointipalveluita useilla eri osa-alueilla. Kuviossa 6 on esitetty eri osa-alueiden saamat arviot kolmiportaisella asteikolla. Yleisesti ottaen Kelan nykyiset sähköiset asiointipalvelut vastaavat melko hyvin vastaajien asiointitarpeita. Palvelut saivat parhaat arviot helppokäyttöisyydestä ja siihen liittyvistä tekijöistä, kuten loogisuudesta ja selkeydestä. Selkeästi heikoin osa-alue oli vuorovaikutteisuus.



Kuvio 6. Arvioi Kelan nykyisiä sähköisiä asiointipalveluita.

TNS Gallupin vuonna 2010 tekemässä puhelinhaastattelututkimuksessa Kelan neljää eri palvelumuotoja käyttäneiltä kysyttiin kouluarvosanaa kyseiselle palvelulle viime kerralla saadusta palvelusta. Palvelumuodot olivat asiointi Kelan toimistossa, asiointi yhteispalvelupisteessä, puhelinasiointi ja Internet-palvelu. Tutkimuksessa parhaat arvostukset annettiin asiointiin Kelan toimistossa sekä Internet-palvelulle (8,1). (TNS Gallup 2010.) Tampereen yliopistossa vuonna 2010 tehdyn seminaaritutkielman mukaan opiskelijat valitsivat verkkopalvelun, koska se säästää aikaa ja palvelua voi käyttää mihin vuorokauden aikaan tahansa eikä heidän tarvitse täyttää paperista lomaketta. Tutkielman mukaan ne opiskelijat, jotka eivät käytä opintotuen verkkopalvelua, eivät joko tiedäneet palvelun olemassaolosta tai eivät tarvinnut sitä juuri siinä elämäntilanteessa. (Kujala 2010, 21, 31.)

Vastaajia pyydettiin arvioimaan erikseen, kuinka helppoa tai vaikeaa on löytää tietoa opintoetuksista Kelan verkkosivuilta. Tiedon löytyminen oli yli puolelle vastaajista helppoa (taulukko 10). Vain 9 % vastaajista pitää tiedon löytymistä vaikeana.

Taulukko 10. Kuinka helppoa tai vaikeaa on ollut löytää tietoa opintoetuksista Kelan verkkosivuilta?

	N	%
Erittäin helppoa	82	8 %
Helppoa	584	54 %
Ei helppoa eikä vaikeaa	308	28 %
Vaikeaa	103	9 %
Erittäin vaikeaa	14	1 %
Yhteensä	1 091	100 %

Luvussa 4 esitellään Kelan sähköisiä asiointipalveluita käyttävien henkilöiden taustatietoja ja heidän kokemuksiaan nykyisistä palveluista. Asiointipalveluita käyttävät pääasiassa nuoret, Suomessa asuvat vielä parhaillaan opiskelevat henkilöt. Enemmistö vastaajista oli naisia ja he olivat keskimäärin 25-vuotiaita. Suurimmalla osalla vastaajista oli suoritettuna ylioppilastutkinto ja he opiskelivat parhaillaan joko yliopistossa tai ammattikorkeakoulussa. Lähes kaikki vastaajat ilmoittivat käyttävänsä säännöllisesti Internetiä ja käyttötarkoituksia olivat mm. pankkiasiointi, viihdepalvelut sekä yhteydenpito. He olivat etsineet tietoa Kelan etuuksista ja palveluista pääasiassa suoraan Kelan Internet-sivuilta. Toimisto- ja puhelinasiointi olivat selvästi vähäisempiä. Opiskelijoiden omat verkkopalvelut olivat suosittuja ja vastaajat olivat löytäneet opintotuen sähköiset asiointipalvelut itse niitä etsiessään. Ainakaan vielä Kelan palveluiden mainonta ei ollut tavoittanut vastaajia. Kelan nykyiset sähköiset asiointipalvelut saivat vastaajilta pääasiassa hyviä arvioita ja ne todettiin erityisesti helppokäyttöisiksi ja selkeiksi. Vastaajien mukaan selkeästi heikoin osa-alue oli vuorovaikutteisuus.

5. MITÄ OPIKELIJAT HALUAVAT KELALTA?

Kyselyssä selvitettiin opiskelijoiden palvelutoiveita ja kehitysideoita avointen kysymysten avulla. Vastauksia tuli hyvin paljon. Yksi selkeä toive on henkilökohtainen ja nopea palvelu. Aiemmin esiin tullut vuorovaikutuksen puute verkkopalveluissa koetaan myös isoksi ongelmaksi. Kynnys toimistossa asioimiseen tai soittamiseen on korkea, kun vastaajat pitävät asioitaan liian pieninä. Vastaajilla on myös monia muita toiveita, kuten ystävällisempi ja välittävämpi palvelu sosiaalisen median avulla. Vastaajat tarjoavat uusia ideoita ja erilaisia sovelluksia vuorovaikutuksen tueksi. Seuraavissa kappaleissa on käsitelty tarkemmin asiointipalveluihin liittyviä ja vastauksissa esiin nousseita teemoja.

Blogi tai Facebook aiheesta: kuinka optimoit tulot ja tuet opiskelun aikana

Myös vuorovaikutusta voisi kehittää facebookin kautta! Palkatkaa joku työntekijä, jolle voi laittaa viestiä ja joka sitten vastaa niihin.

Inhimillisyyttä kaipaisin enemmän Kelan toimintaan liittyen. Asiointipalvelut ovat ok.

Kela on nuorille iso ja vaikeasti lähestyttävä. Kela voisi nuorentaa imagoaan esim. opiskelijoille muutenkin kuin vain pelkkien esitteiden muodossa. Lisäksi Kela voisi integroida palveluitaan yhä enemmän sähköisiin palveluihin.

5.1 Maine ja vuorovaikutteisuus

Organisaation kannalta hyvä maine on strateginen voimavara, joka varmistaa toimintaympäristön suotuisuuden. Yhteisön maine syntyy kaikesta siitä, mitä se tekee, mitä se kertoo toiminnastaan ja mitä muut siitä kertovat. Tämä on jatkuva prosessi, jota ei voi pysäyttää tai keskeyttää. Yhteisöt luovat kuvaa itsestään kaiken aikaa teoillaan ja puheillaan, joten onkin järkevää pohtia ja määritellä, mihin kaikella tällä voidaan päästä. Verkkopalvelut ovat oleellinen osa ulkoista ja markkinointia tukevaa viestintää. Tietoverkkojen ylivoimainen etu painettuun viestintään verrattuna on mahdollisuus vuorovaikutukseen asiakkaiden ja muiden sidosryhmien kanssa. (Juholin 2001, 146–151.)

Julkisen hallinnon tietohallinnon neuvottelukunnan *Julkishallinnon verkkopalvelun suunnittelun ja toteuttamisen periaatteissa* kerrotaan, miten verkkopalvelu voi tukea vuorovaikutusta. Toimenpiteet vuorovaikutuksen tehostamiseksi voivat olla mm. käyttä-

jien mukaan ottamista palvelun kehittämiseen tai palvelun suunnittelemista käyttäjien tarpeiden tukemiseen. Palvelun kehittämisen on perustuttava todellisten käyttäjien kanssa toteutettuihin tutkimuksiin, esim. käytettävyydesteihin, ja palvelun avoimuus ja läpinäkyvyys on varmistettava. Tarve korostuu etenkin luottamuksellisia tietoja käsitellessä. Lopuksi on varmistettava riittävät markkinointi- ja tiedotusresurssit. (JHS 129, 7.)

Vuorovaikutteisen palvelun tulee olla luonteeltaan avointa ja läpinäkyvää, ja sen tulisi käyttötarkoituksen mukaan tarjota käyttäjälle myös mahdollisuus osallistua ja vaikuttaa. Palveluita ei saisi rakentaa pelkästään verkkoon, vaan käyttäjälle pitää tarjota mahdollisuus olla yhteydessä palveluntarjoajaan sekä verkon kautta että muilla tavoin. Tehokkaan vuorovaikutteisuuden kannalta on olennaista, että verkkopalvelut suunnitellaan loppukäyttäjien ja tiedon käsittelijöiden näkökulmasta huomioiden tietotekniikan suomat mahdollisuudet. Tällöin esimerkiksi verkkolomakkeet eivät saisi olla suoria kopioita paperilomakkeista, vaan lomakkeet on suunniteltava uudestaan verkossa työkentelyn lähtökohdista käsin. Lomakkeiden ja täyttöohjeiden tulee olla helposti saatavilla. (JHS 129, 15–16.)

Palvelussa on tarjottava vuorovaikutusmahdollisuuksia, esimerkiksi palaute- ja kysymysoimintoja, sähköpostiosoitteen muodostamisperiaatteita, pääsyä sähköpostilistalle, uutiskirjeitä sekä mielipide- ja käyttäjäkyselyitä. Palvelussa on kerrottava kaikki tarvittavat yhteystiedot. Käyttäjille voidaan tarjota mahdollisuus keskustella verkossa, jos se sopii palvelun luonteeseen. Tarjotulla keskustelufoorumilla voidaan ottaa kantaa palveluun liittyviin ajankohtaisiin aiheisiin. Käyttäjille voidaan tarjota myös mahdollisuus keskinäiseen yhteydenpitoon tai keskusteluun. Keskustelupalstan ylläpito sitoo kuitenkin resursseja; onkin huomattu, että keskustelupalstan kautta saatu ja kerätty palaute voi olla epätasaista ja vaikeasti hyödynnettävää. Jotkut organisaatiot ovatkin korvanneet keskustelusivunsa toimitetuilla kysymys- ja vastauspalstoilla. Keskustelufoorumien vastuuhenkilöiden on seurattava keskusteluja ja tarvittaessa puututtava asiattomiin sekä lainvastaisiin kommentteihin sovitun toimituspolitiikan mukaisesti. On oleellista, että käyttäjä saa tietoa palautteen ja keskustelun vaikutuksista: käyttäjälle voidaan tarjota esimerkiksi yhteenvetoja palautteista ja keskusteluista sekä niiden käsittelystä ja vaikutuksista. Käyttäjä tarvitsee myös tietoa siitä, missä ja milloin asiaa koskevat mahdolliset päätökset tehdään. Kysymys- ja vastauspalvelussa on käytävä ilmi, milloin vastaus on

vastanneen organisaation virallinen kannanotto, milloin vastanneen työntekijän yksityinen mielipide. Vaikka palaute annetaan organisaation nimissä, on suositeltavaa, että vastanneen henkilön nimi on näkyvissä. (JHS 129, 15–16.)

5.2 Hyvä sähköinen asiointipalvelu syntyy aina käyttäjien tarpeesta

Hanna Korhosen artikkelissa *Verkkoviestintää käytännössä – organisaation WWW-sivuston rakentaminen* kerrotaan, millainen hyvä www-sivusto on. Hyvän sivuston tulee olla ainakin rakenteeltaan looginen, käyttöliittymältään helppokäyttöinen ja ymmärrettävä, ulkonäöltään selkeä, kohderyhmäänsä iskevä ja sitä hyvin palveleva, sisällöltään luonteeseensa sopiva sekä olennaiset tiedot sisältävä. Sivusto on käyttäjän koneelle nopeasti latautuva sekä esteetön eli sopiva kaikille laitteille, selaimille ja näytöille. Nämä ominaisuudet kuvaavat myös hyvin erilaisia sähköisiä asiointipalveluita. Palveluiden tulee olla käyttäjälleen mahdollisimman tarkoituksenmukainen ja vaivaton. Palvelun tulee olla niin hyvä, että hän palaa käyttämään sitä ja valitsee juuri sen palvelun kaikkista mahdollisista tarjolla olevista vaihtoehdoista. (Korhonen 2011.)

Verkkopalvelun on tarjottava käyttäjille hyvää asiakaspalvelua. Asiakaspalveluun kuuluvia seikkoja on esimerkiksi se, että käyttäjän on saatava vastaus yhteydenottoonsa tai asiointiinsa mahdollisimman pian esimerkiksi verkkopalvelussa määritellyn ajan kuluessa. Absoluuttisia rajoja sille, missä ajassa yhteydenottoon on vastattava, ei voida antaa. Lainsäädäntö kuitenkin edellyttää, että yhteydenottoon vastataan viipymättä. Asiointipalvelussa käyttäjälle pyritään tarjoamaan mahdollisuus hoitaa asiansa mahdollisimman pitkälle tai kokonaan verkossa. Asiointipalvelussa käyttäjää on säästettävä vaivannäöltä. Käyttäjälle tarjotaan taustajärjestelmistä haettuja, asiaa koskevia tietoja automaattisesti tai käyttäjän edellytetään todentavan antamansa tiedot vasta myöhemmin. Joissakin tapauksissa viranomainen voi hoitaa asian kokonaan tai lähes kokonaan käyttäjän puolesta. Käyttäjää on neuvottava täydentämään asioinnissa vaadittavia tietoja. Jos palvelu on maksullinen, maksu tulisi voida hoitaa helposti samalla kertaa. (JHS 129, 15–16.)

Tutkimuksessa kysyttiin opiskelijoiden mielipiteitä hyvästä asiointipalvelusta. Lähes jokaisen vastaajan mielestä hyvä sähköinen asiointipalvelu on selkeä, looginen, helppokäyttöinen ja luotettava. Palvelun tulee myös olla ilmainen käyttäjälleen.

Selkeä ja helppokäyttöinen. Mielellään sellaiset, että ohjeita ei tarvitse lukea, mutta tarvittaessa ne löytyvät helposti ja ovat selkeää suomen kieltä, jota kaikki kykenevät ymmärtämään. Kelan hakemuksissa käytetään usein sellaisia termejä, joista ei tiedä mitä ne tarkoittavat. Siihen kannattaa kiinnittää huomiota.

Selkeä, looginen ja kaiken kattava. Ihmiset käyttävät internettiä yhä enemmän asiointiin, jolloin sähköisen asiakaspalvelun tulee tarjota luotettavaa tietoa, luotettava yhteys sekä vuorovaikutusta.

Käyttäjille on tärkeää, että palvelut pysyvät koko ajan samassa paikassa ja he tietävät koko ajan, missä palvelut sijaitsevat. Osa Kelan sähköisistä palveluista aiheuttaa hämmennystä vastaajissa. Esimerkiksi lomakkeet ovat joiltain osin sellaisia, etteivät vastaajat aina ymmärtäneet, mitä kysytään ja mitä pitäisi vastata tai onko vastaaminen kaikkiin kysymyksiin pakollista vai vapaaehtoista. Kysymysten oikeanlainen muotoilu on siis erittäin tärkeää. Hyvässä asiointipalvelussa voi lähettää kysymyksiä henkilökunnalle. Käyttäjälle on tärkeää voida vaivatta ottaa yhteyttä palveluntarjoajaan, mikäli palvelussa on ongelmia, ja vastaus tulee saada melko nopeasti. Mitä akuutimmasta asiasta on kyse, sitä nopeammin vastaus tulisi saada. Hyvä asiointipalvelu on vuorovaikutteinen mutta myös käyttäjäkohtainen eli asiointitapahtumassa huomioidaan asiakkaan taustatiedot ja palvelua muokataan reaaliaikaisesti hänen antamiensa tietojen perusteella. Käyttäjä saa tarvittaessa myös palautetta asiointistaan. Asiointipalvelun kautta tulisi voida olla yhteydessä oikeaan ihmiseen, jos esimerkiksi haluaa tiedustella jotain asiaa henkilökohtaisesti. Palvelun kautta voi tällöin jättää yhteydenottopyynnön. Sähköinen palvelu toimii yhteydenoton alustuksena. Sähköisen palvelun tulisi olla enemmän asiakaspalvelua eikä pelkkää asioiden hoitamista ja sen kautta tulisi saada henkilökohtaisempaa tietoa itseä koskevista asioista.

Asiat ovat kerrottu selkeällä kielellä ja jos kaipaa enemmän tietoa, niistä pääsee lukemaan klikkaamalla asiasanaa. Eli täytyy olla hyvät linkit. Asiointipalvelun jatkoksi kaipaavat myös tarvittaessa yhteyttä asioista tietäviin ihmisiin, jotta turvataan henkilökohtainen palvelu.

Samoja tietoja "kansan kielellä" eli ymmärrettävästi, joita Kelan Internetsivuilla jo nyt on.

Yleisesti neuvontaa lomakkeiden täyttämiseen ja omien etuuksien kertomiseen "kansantajuisesti". Monesti ihmiset eivät tiedä mihin etuuksiin ovat oikeutettu tai eivät viitsi selvittää, koska asiat on esitetty monimutkaisesti.

Hyvä asiointipalvelu säästää aikaa ja tehostaa asioiden eteenpäin menoa, eikä palvelussa kysytä mitään sellaista tietoa, mistä ei ole palveluntarjoajalle hyötyä.

Lisäksi jos neuvontaa ja hakemusten täyttämistä helpotetaan interenttin kautta tehtäviksi, myös asiointi kelan toimipisteissä vähenee, mikä antaa aikaa käsitellä hakemuksia nopeammin sekä keskittyä asiakkaiden nopeaan ja täyisvaltaiseen neuvontaan sähköisesti.

Kelan sähköinen OTm-lomake on hankala asiakkaan kannalta, koska vaikka (liian moninaisen) lomakkeen täyttää, pitää silti toimittaa printtikuitit esim. vuokrasta. Samalla vaivalla täytän tutun lomakkeen. Hyvä sähköinen asiointipalvelu kysyy vain muuttuneet ja oleelliset tiedot. Samoin kuittien toimittaminen sähköisessä muodossa pitäisi olla mahdollista. Lopuksi hyvästä sähköisestä asiointipalvelusta tulee tosine käyttäjälle esim. sähköpostilla tai palveluun ilmestyvänä ladattavana tiedostona.

Hyvässä sähköisessä asiointipalvelussa on riittävästi linkityksiä samaan aiheeseen liittyvien sisältöjen välillä. Sisällön tulee olla niin loogista ja selkeää, ettei ohjeita tarvita. Olennaista on myös turvallisuus ja palvelun käytön luotettavuus. Vastajat arvostavat myös sitä, että asioinnissa tunnistautumisen voi tehdä henkilökohtaisilla pankkitunnuksilla eikä erillisiä tunnistustapoja ole otettu käyttöön.

Sähköisten asiointipalveluiden graafinen ilme on tärkeä osa sivuston henkeä. Toimivalla ja selkeällä graafisella ilmeellä luodaan positiivista yrityskuvaa ja imagoa. Vanhanaikainen visuaalinen ilme saattaa antaa epäluotettavan ja asiasisällöltään vanhentuneen vaikutelman. Hyvä graafinen ilme myös toimii käytön tukena ja ohjaa asiointia.

Rajaan kysymyksen koskemaan nyt vain kelan palveluita. Kaikki hakemukset voisivat olla tehtävissä netissä. Selkeämmät tiedot eri etuuksien yhteen sopimisesta (mikä etu vaikuttaa mihinkä etuun ja millä tavalla). Ala ikäisen lapsen etuudet ja muut tiedot näkyisivät vanhemman verkkotunnuksilla. Hakemuksia tehtäessä verkossa olisi hyvä jos sivuja pystyisi klikkaamaan myös taaksepäin. Ja tietoja jotka eivät ole muuttuneet siitä kun ne on kelalle viimeksi kerrottu ei tarvitsisi aina kirjoittaa uudestaan joka hakemukseen. Verkossa voisi olla esim juuri pankkitunnuksilla toimiva keskustelu foorumi ja chatti niin että kelan työntekijältä voisi tarkistaa tietoja tai kysyä neuvoja onlinesti. Ei olisi jonoja ja perjaatteessa useampaa pystyisi auttamaan samanaikaisesti. Hyvä sähköinen asiointipalvelu on äärimmäisen selkeä ja helppokäyttöinen, mutta samalla monipuolinen.

5.3 Minkälaisia asiointi- ja neuvontapalveluita Kela voisi tarjota sosiaalisessa mediassa?

Opiskelijoille suunnatussa kyselyssä kysyttiin, minkälaisia asiointi- ja neuvontapalveluita Kela voisi tarjota sosiaalista mediaa hyväksi käyttäen. Kelan asiointipalveluilla tarkoitetaan palveluita, joiden kautta voi hakea etuuksia, ja palveluun pitää kirjautua. Neuvontapalveluilla tarkoitetaan esim. puhelinpalvelua tai toimistoa.

Neuvoa siihen, pitääkö käydä toimistossa

Jonkinlainen chat ja/tai foorumi olisi hyvä. Siellä sitten tulisi olla mahdollista varmistua siitä että vastaaja on Kelan työntekijä ja tietää varmasti asiansa.

Kysymykseen vastanneet opiskelijat eivät erotelleet vastauksissa asiointia ja neuvontaa toisistaan, vaan asiointia tarkoitettiin kaikenlaista vuorovaikutusta neuvonnasta ohjeisiin ja yleiseen tiedonhakuun. Seuraavaksi ryhmitellään kehityskohteita, joita mainittiin useimmin avovastauksissa. Mukana on tiettyihin sovelluksiin liittyviä kokonaisuuksia sekä yksittäisiä ideoita paremman asiakaspalvelun tueksi. Yleinen oletamus oli se, että sosiaalisen median avulla saadaan nuoret kiinnostumaan enemmän heitä koskevista asioista.

Yksittäisistä sovelluksista vastauksissa mainittiin useimmin yhteisöpalvelu Facebook, ja sen innoittamana kertyi paljon ideoita asiakaspalvelun parantamiseksi ja vuorovaikutuksen lisäämiseksi Kelan verkkopalvelussa. Ehdotettiin, että esimerkiksi toimistojen ajanvarauksia voisi tehdä Facebookin kautta. Kela voisi myös perustaa Facebookiin profiileja eri asiakasryhmille, ja niiden avulla tiedottaa juuri näitä ryhmiä koskevista asioista, kuten uusista palveluista ja päivityksistä laeissa. Facebookin avulla voisi myös mainostaa ajankohtaisia tapahtumia, kuten opintotuen takaisinperinnän päivämääriä. Facebook voisi vastaajien mielestä soveltua kysy-vastaa-palstan pitämiseen samalla tavalla kuin Kela-Kerttu toimii suomi24.fi-keskustelupalstalla. Vastaajat arvioivat myös, että Facebook voisi sopia säännöllisten ”kyselytuntien” pitämiseen: yhteisöpalvelussa Kelan edustajat vastailisivat ihmisten lähettämiin kysymyksiin aina säännöllisin väliajoin. Joskus paikalla voisi olla johtajia, joskus taas jonkin tietyn asian asiantuntijoita. Vastaajien mielestä Facebook-profiileihin kannattaisi sijoittaa hyödyllisiä linkkejä ohjaamaan suoraan aihealuetta koskeviin tietoihin Kelan sivuille sekä laskureita ja yhteystietoja. Aja-

tuksia herätti myös mahdollisuus saada neuvontapalveluita Facebookissa. Tämän katsottiin madaltavan kynnystä asioida Kelan toimistossa.

Neuvontapalveluille facebook olisi toimiva kanava. Seinälle voisi kirjoittaa kysymyksiä ja Kelan työntekijä voisi vastata kysymyksiin, ja nämä kysymykset ja vastaukset jäisivät myös muiden näkyville ja hyödynnettäväksi.

Enintään joku kysy-vastaa tyylinen toiminto esim. facebookiin

Luulen, että Facebook on nykyään yksi tiedon lähde ihmisille ja se helpottaa lähestyttävyyttä. Onhan esimerkiksi Suomen poliisillakin siellä omat sivunsa.

Koska kysely suunnattiin opintoetuuksien sähköisiä asiointipalveluita käyttäneille, vastauksista löytyi selkeitä opintoetuuksiin ja nuoriin liittyviä kehitysehdotuksia. Vastajat toivoivat, että opintojen etenemisselvityksen voisi tehdä sähköisten asiointipalveluiden kautta. Vastauksissa toivottiin myös opintotukineuvontaa mm. opiskelijavaihtoon ja kesäopintoihin liittyvistä asioista. Kyselyyn vastaajista vain 8 % oli käyttänyt opintotuen keskustelupalstaa. Kyselystä ei käy ilmi, onko opintotuen keskustelupalstan tarjoama palvelu kyselyyn vastaajille riittämätöntä vai onko kysymys vain, että he eivät tiedä kyseisen palvelun olemassaolosta. Opintotuen asiointipalveluiden toivottiin keskittyvän kattavammin nuoriin liittyviin asioihin, kuten opiskeluun ja asumiseen.

Kelan keskustelupalsta on hyvä, tosin moni kysymyksistä löytyy kelan tiedoista/materiaaleista mutta silti ihmiset kyselee eli materiaali pitäisi olla ilmeisesti helpommin saatavilla?

Vastauksissa selkeänä kokonaisuutena erottui toive vuorovaikutteisemmasta verkkopalvelusta. Vastauksissa toivottiin sellaista palvelua, josta saisi heti vastauksia kysymyksiin. Lisäksi kaivataan enemmän neuvontaa ja tiedonvälitystä ja nopeaa apua monimutkaisiin kysymyksiin. Asiointipalveluiden toivottiin olevan henkilökohtaisempia, ja neuvonnan avulla asioinnin ajateltiin nopeutuvan kokonaisuudessaan. Lisäksi ajateltiin, että sosiaalisessa mediassa Kelan käyttämä kieli olisi helpommin ymmärrettävissä. Virallisten neuvontapalveluiden avulla sosiaalisessa mediassa, kuten Facebookissa, estetään väärän tiedon leviäminen, kun asialla on luotettava ja virallinen taho.

Vuorovaikutteisuus olisi tärkeää sillä vaikka ohjeet ovat esillä netissä, on niitä osittain vaikea tulkita; tulovalvonta on joltain osin epämääräinen ja palautusten tarvetta joutuu tiedustelemaan melkein joka vuosi.

Facebook tarjoaa nopean tavan tarjota vuorovaikutteista palvelua asiakkaille. Asiakkaat voivat myös antaa jatkuvasti kehitys- ja parannusideoita. Lisäksi julkisen median, esim. facebookin, käyttö on ilmaista ja tarjoaa näkyvyyttä, mainosta sekä saatavuutta helposti.

Vastauksissa kommentoitiin yleisesti myös palvelun laatua ja esitettiin toiveita siitä, millaista sen pitäisi olla. Sosiaalisen median avulla toivottiin inhimillisempää palvelua ja kohtelua asioiden hoidossa. Asioinnin tulisi olla ystävällisempää ja rennompaa, ja vastaajien mielestä sosiaalisen media avulla se voisi olla mahdollista. Erään vastaajan mielestä toimistoon soittaminen jännittää liikaa, ja siksi neuvontapalveluita pitäisi olla myös Internetissä. Palveluiden pitäisi olla kattavampaa elämäntilanneuventaa, jossa kaikki taustat otetaan paremmin huomioon. Vastaajat toivoivat samoja neuvontapalveluita, joita saa puhelimitse tai toimistosta. Vastaajien mielestä verkossa voi kysyä ”pieniä asioita”, joita varten ei viitsitä lähteä toimistoon. Toimistojen aukioloajat eivät aina myöskään sovi kaikille. Lisäksi tarvittaessa voi esiintyä anonyymisti, jos asia on kysyjän mielestä kiusallinen. Erikoistapauksista toivotaan lisää informaatiota, sillä vastaajien mielestä vain perustapausten ohjeet ovat hyvin esillä ja selkeitä. Tukea antavaa keskustelua ja neuvontaa ”kansankielellä” pitäisi olla saatavilla, sillä nyt sitä ei ole vastaajien mielestä tarpeeksi.

Päivystäviä työntekijöitä, joilta voisi kysellä neuvoja ja hölmöjä kysymyksiä.

Sosiaalinen media on tätä päivää. Sen avulla voi madaltaa kynnystä asiakkaan ja Kelan välillä. Sosiaalisen median keinoin voi saada toivottua näkyvyyttä, mutta jakaa myös ajankohtaista tietoa. Erityisesti olen miettinyt, että onnistuisiko joku taho luomaan asiallisen verkkokeskustelufoorumin, jossa asiakkaat voisivat asioida nimettöminä ja kysyä neuvoa asioihin. Verkkokeskustelua ylläpitäisivät Kelan asiakaspalvelijat, jotka nopealla aikavälillä vastaisivat asiakkaiden kyselyihin.

Vastauksissa esitettiin myös konkreettisia ehdotuksia sovelluksiksi, joita Kela voisi hyödyntää asiakaspalvelun tukena. Lisäksi toivottiin sähköisiä päätöksiä paperisten sijaan. Useassa vastauksessa mainittiin erilaisia reaaliaikaisia verkkokeskusteluohjelmia. Vastaajien mielestä chatin avulla voisi välttää ruuhkat puhelimessa ja toimistoissa. Vastauksissa ehdotettiin myös Skypeen käyttöönottoa sekä erilaisten virtuaalitoimistojen ja Helpdesk-palveluiden perustamista. Kaikilla Kelaan liittyvillä asioilla pitäisi olla oma keskustelupalsta. Muutamassa vastauksessa toivottiin neuvontaa sähköpostitse. Facebookiin ja Twitteriin tulisi perustaa tilit palautetta varten. YouTube-videopalveluun toivottiin ”näyteltäviä ohjeita” eli lomakkeiden täyttöapua video-ohjeina.

chatti olisi hyvä. tai skype jossa voisi puhua ilmaiseksi.

Facebook ja Twitter olisivat loistavia kanavia asiakaspalautteelle ja yleisille kysymyksille. Palvelut kyseisissä medioissa pitäisi tehdä ehdottomasti persoonallisella tavalla eikä jäykän tylsällä asialinjalla. Slideharessa voisi jakaa tietoa esityksinä jne. Youtube olisi loistava kanava täyttöohjeiden yms levittämiseen.

Vastaajat olivat keksineet myös muutaman innovaation. Vastaajien mielestä olisi hienoa, jos apua saisi verkosta myös silloin, kun toimistot ovat kiinni. Erään vastaajan mielestä olisi tärkeää, että neuvonnasta jää digitaalinen jälki, toisin kuin esimerkiksi puhelimitse asioidessa. Maininnan sai myös sarjakuvamuotoon piirretyt etuuskien hakemistilanteet.

5.4 Miksi Kelan kannattaa lähteä mukaan sosiaaliseen mediaan?

Tutkimuksessa selvitettiin opiskelijoiden valmiuksia käyttää sosiaalista mediaa ja heidän käyttämiään sovelluksia. Kysymykseen "Oletko käyttänyt tai luonut sisältöä seuraavilla sosiaalisen median palveluilla" vastasi suurin osa kyselyyn vastanneista. Kysymyksessä oli eroteltu sovelluksen tai palvelun käyttö ja sisällön luominen. Taulukossa 11 on tarkemmat tulokset tärkeimpien sosiaalisen median palveluiden osalta. Facebookia käytti 82 % vastaajista, ja se oli suosituin palvelu. Yli puolet vastaajista kertoi myös tuottavansa sisältöä palveluun. IRC-Galleriaa, MySpacea sekä YouTubea käytti usein tai joskus yli puolet vastaajista. Toisena ääripäänä oli Suomessa marginaalissa oleva mikroblogipalvelu Twitter, jota käytti 3 % vastaajista ja 74 % ei ollut koskaan käyttänyt sitä.

Taulukko 11. Oletko käyttänyt tai luonut sisältöä seuraavilla sosiaalisen median palveluilla?

	Käyttänyt			Luonut sisältöä		
	usein	joskus	en koskaan	usein	joskus	en koskaan
Facebook	82 %	12 %	6 %	56 %	31 %	13 %
Flickr	2 %	24 %	74 %	1 %	7 %	92 %
IRC-Galleria	6 %	62 %	32 %	4 %	44 %	52 %
MySpace	5 %	49 %	47 %	1 %	15 %	84 %
Twitter	3 %	23 %	74 %	2 %	8 %	90 %
Youtube	66 %	30 %	3 %	3 %	14 %	83 %

Kyselyssä selvitettiin opiskelijoiden kiinnostusta käyttää joitakin etukäteen määriteltyjä, sosiaalisen median avulla toteutettuja palveluita. Palveluita olivat Kelan rekrytointi yhteisöpalveluiden kautta, neuvontapalvelut keskustelupalstojen kautta ("virtuaalitoimisto), tiedotteet Twitterissä sekä chatti Kelan sivuilla. Hieman alle kolmannes vastaajista oli kiinnostunut annetuista palveluista ja käyttäisi niitä, jos niitä olisi tarjolla (taulukko 12). Ainoastaan Twitterin osalta selkeä enemmistö, 75 % vastaajista, ei käyttäisi sitä hyväkseen. Kyselyssä selvitettiin erikseen opiskelijoiden kantaa sosiaaliseen mediaan ja sitä, mitä hyötyä siitä voisi olla Kelalle.

Taulukko 12 Käyttäisitkö seuraavia Kelan palveluita, jos niitä olisi tarjolla?

	Kyllä	En	En osaa sanoa	Yhteensä
Kelan rekrytointi yhteisöpalveluiden kautta (esim. Facebook ja IRC-Galleria)	21 %	44 %	35 %	100 %
Neuvontapalvelut keskustelupalstojen kautta (Kelan "virtuaalitoimisto" www.suomi24.fi-sivuilla)	30 %	41 %	29 %	100 %
Kelan tiedotteet Twitterissä	6 %	75 %	20 %	100 %
Chatti Kelan sivuilla esim. työttömyysasioista tai opintotuesta jne.	32 %	39 %	30 %	100 %

Kysymykseen "Pitäisikö Kelan lähteä mukaan uusiin sosiaalisen median palveluihin sitä mukaa kuin niitä perustetaan?" selkeä enemmistö (76 %) vastasi, että ei tarvitse. Vas-

tausta oli mahdollista tarkentaa avovastauskentässä. Sitä kautta tulikin paljon hyviä perusteluita puolesta ja vastaan. Kysely tuotti paljon mielenkiintoisia näkökulmia siihen, mitä hyötyä sosiaalisen median palveluista voisi Kelalle olla. Enemmistön mielestä Kelan ei tarvitse panostaa sosiaaliseen mediaan, ja siksi puolesta-perusteluita on vähemmän kuin vastaan-perusteluita. Ei-vastausten perusteluissa on kuitenkin havaittavissa, että vastaajat toivovat samoja asioita kuin kyllä-vastaajat mutta eivät ole ehkä osanneet tehdä yhtä konkreettisia ehdotuksia kuin kyllä-vastaajat.

Sama vastaus kuin yllä, mielestäni Kela ei "sovi" sosiaaliseen mediaan. Korkeintaa esim. keskustelupalstat.

Ei, korkeintaan tiedottaa palveluistaan myös sosiaalisen median kautta. Mieluummin kuitenkin ei

Vastaukset ryhmiteltiin teemoittain kolmeen selkeästi erottuvaan kokonaisuuteen: tavoitettavuuteen, imagoasioihin sekä vuorovaikutukseen. Maailman suosituin yhteisöpalvelu Facebook innoitti vastaajia keksimään erilaisia käyttötarkoituksia ja perusteluita sen hyödyntämiseen. Muutamissa vastauksissa mainittiin myös videopalvelu YouTube sekä mikroblogipalvelu Twitter. Vastauksista käy ilmi, että Kela ei voi olla liikaa esillä ja uusien kanavien kautta voidaan tavoittaa ja palvella asiakkaita kattavammin: "sosiaalisessa mediassa on jo kaikki muut".

Vastaajien mielestä sosiaalisen median avulla voitaisiin helpottaa tiedon etsintää eikä lukijoiden tarvitsi luottaa keskustelupalstojen epävirallisiin tietoihin. Se, että tiedot tulevat viralliselta taholta, on tärkeää myös siksi, että 68 % vastaajista ilmoitti, ettei seuraa verkkosivuilta löytyvän tiedon ajantasaisuutta. Erilaisten palveluiden avulla voidaan myös tavoittaa eri kohderyhmiä, saada näkyvyyttä ja jakaa ajankohtaista tietoa. Voidaan myös tavoittaa niitä asiakkaita jotka eivät käy Kelan verkkosivuilla, ja mahdollisesti madaltaa kynnystä asioida toimistossa tai puhelimitse.

Kyselyyn vastanneet kokevat Kelan isona ja vaikeasti lähestyttävänä. Heidän mielestään Kela voisi nuorentaa imagoaan osallistumalla aktiivisesti keskusteluun sosiaalisessa mediassa. Sitä kautta Kela voisi viestittää olevansa aidosti kiinnostunut ihmisten asioista ja elämäntilanteista. Sosiaalisessa mediassa Kela voisi myös tiedottaa ajankohtaisista asioista ja tavoittaa sellaisia kohderyhmiä, jotka eivät säännöllisesti vieraille Kelan www-

sivuilla. Tällä tavoin Kelan julkisuuskuva voisi muuttua avoimemmaksi ja helpommin lähestyttäväksi.

Nuorille erittäin tärkeää saada tietää erilaisista Kelan palveluista ja eri elämäntilanteisiin. Itsekkään en tiedä kaikkea, mitä kuuluisi tietää ja mistä saattaisi olla apua elämässä.

Kyselyyn vastaajat toivoivat lisää vuorovaikutusta, jota voisi kehittää ja lisätä sosiaalisen median avulla. Eri palveluihin ja yhteisöihin voitaisiin perustaa keskustelupalstoja tai foorumeita, joissa Kelan asiakaspalveluhenkilöt vastaavat lukijoiden esittämiin kysymyksiin.

Pitäisi onnistua asiallisen verkkokeskustelun foorumi, jossa asiakkaat voisivat asioida nimettöminä ja kysyä neuvoa asioihin. Verkkokeskustelua ylläpitäisivät Kelan asiakaspalvelijat, jotka nopealla aikavälillä vastaisivat asiakkaiden kyselyihin. Keskustelu voisi olla muillekin käyttäjille näkyvää, jolloin samoihin asioihin saisi tietoa myös lukemalla keskustelua. Verkkokeskustelussa voisi kysyä, miten juuri omalla kohdalla tulee toimia. Tarvittaessa verkkokeskustelua voisi käydä kahdestaan asiakaspalvelijan kanssa niin, että se ei näy muille käyttäjille. Verkkokeskustelun kautta voisi jatkaa myös asiointia eli voisi omien tunnusten avulla kirjautua sähköiseen asiointipalveluun, jossa sama asiakaspalvelija, joka tietää jo asian taustat, voisi hoitaa asiaa eteenpäin.

Sosiaalisen median palveluista ja sovelluksista Kelan käyttöön sopivin oli vastaajien mielestä Facebook. Heidän mukaansa suosituimpiin palveluihin pitää lähteä mukaan. Vastauksissa esitettiin paljon hyviä ideoita ja kehitysehdotuksia jatkoselvityksiä varten. Vertailun vuoksi esimerkiksi Poliisin toimintaa yhteisöpalveluissa pidettiin esimerkillisenä. Facebook nähtiin ylivoimaisena tiedon jakamisen välineenä. Tietoa jakavat, ei vain Kela, vaan myös potentiaalisesti kaikki Facebookin käyttäjät, jotka välittäisivät hyödyllistä tietoa eteenpäin omiin kontaktiverkkoihinsa. Hyvänä lähtökohtana pidettiin sitä, että Facebookissa on valmiiksi paljon Kelan asiakkaita sekä sitä, että Facebookin käyttö on tavalliselle kansalaiselle ilmaista.

Vastaajien mielestä sosiaalisen median avulla tavoitetaan paremmin erityisesti nuoret asiakkaat. Facebookin avulla Kela voisi tiedottaa nuoria koskevista asioista ja heidät tavoittaisi paremmin sitä kautta ja nuoret löytäisivät Kelan paremmin. Vastaajat katsovat, että nuorille fyysisen toimiston tai henkilön läsnäolo ei ole välttämätöntä ja asioida voisi myös virtuaalisesti.

Neuvontapalvelut ovat se osa-alue, josta voisi olla Kelalle hyötyäkin sosiaalisen median puolella. Etenkin nuoret saattaisivat olla kiinnostuneita ottamaan yhteyttä ja kysymään neuvoa sosiaalisen median kautta.

Nuoret saisivat sitä kautta helposti keskusteltua KELAn asioista ja tietoa niistä.. sekä päivityksistä

Hyvin vaikea kysymys. Mielestäni Kelan on hyvä pysytellä poissa esim. Facebookista. Jos Kelasta saa tietoa siellä, voi tulla olo -onko tieto täysin totta, vai jonkun sepittämää. Toisaalta taas, harvat nuoret menevät Kelan nettisivuille lueskelemaan. Hyvin kaksipiippuinen juttu.

Facebook-toimintoina ehdotettiin omia ryhmiä eri elämäntilanteissa oleville, kuten opiskelijoille, ja näiden ryhmien kautta voisi tiedottaa kaikista ajankohtaisista asioista tietoisuuden, mm. viimeisistä maksupäivistä, kuten opintotuen palautuksen eräpäivästä. Ehdotuksia sai myös linkitys keskusteluryhmistä Kelan verkkosivuille, hakemusaikojen tilanteesta kertominen sekä palautteen antamisen mahdollisuus.

Kelan kannattaa perustaa yhteisö paikkoihin missä on paljon opiskelija aloittavia nuoria! Facebookin kautta nuoren on helpompaa lähteä hakemaan tietoa kuin jäykiltä ja "aikuisimmille tarkotetuimmilta" sivuilta. Kela.fi herätti ainakin minussa tunteen, ettei se ole oikein nuorten paikka.

Sosiaalisen median avulla saatavia hyötyjä kerrottiin saatavan esimerkiksi videopalvelu YouTuben, erilaisten blogien ja mikroblogi Twitterin kautta. Monimutkaisia asioita voisi havainnollistaa paremmin kuvien ja videoiden avulla. YouTubessa voisi hyödyntää videoiden visuaalisuutta esimerkiksi tekemällä lyhyitä opetus- ja informaatiovideoita mm. lomakkeiden täytöstä ja asioinnista yleensä. Twitterin avulla voisi vastaajien mielestä tiedottaa asioista siten, että ne olisivat tiiviissä muodossa ja mahdollisimman lyhyitä ja ytimekkäitä viestejä, koska Twitterissä viestit voivat sisältää enintään 140 merkkiä.

5.5 Kritiikkiä

Kelan osallistuminen sosiaalisen median palveluihin sekä uusien palvelukanavien perustaminen herätti epäilyjä, ja osa vastaajista suhtautui ajatukseen kriittisesti tai jopa negatiivisesti. Kritiikin kohteet on luokiteltu aihealueiden mukaan seitsemään teemaan. Suuri osa vastaajista oli sitä mieltä, että kaikki palvelut, nykyiset ja tulevat, tulisi keskittää Kelan omille verkkosivuille eikä levittäytyä muihin palveluihin. Osa vastaajista piti Kelaa niin tunnettuna organisaationa, että mainostamiselle ja lisäinformaation jakamiselle muita kanavia käyttäen ei nähty tarvetta. Epäilyksiä herätti myös Kelan resurssien

ja osaamisen riittäminen. Joidenkin vastaajien mielestä sosiaalinen media ei sovi Kelan viralliseen imagoon, ja osa vastaajista arveli, että sosiaalisessa mediassa tietoturva saattaisi vaarantua. Yleisesti sosiaalista mediaa ei pidetty merkittävänä panostuskohteenä; resurssit pitäisi käyttää Kelan omien verkkopalveluiden kehittämiseen. Pieni osa vastaajista piti sosiaaliseen mediaan osallistumista negatiivisena asiana, mutta he eivät osanneet tarkemmin perustella kantaansa.

Suurin osa vastaajista, jotka olivat perustelleet kielteisen kantansa, halusivat Kelan keskittävän palvelunsa vain omille verkkosivuille. Vastaajat katsoivat, että verkkopalvelussa on tällä hetkellä kaikki ne palvelut, joita he tarvitsevat. Sosiaalista mediaa pidetään pääasiassa nuorten foorumina, ja varsinkin nuoret tietävät, mistä informaatiota kannattaa etsiä. Vastaajien mielestä oleellista on, että tiedot Kelan verkkosivuilla ovat ajan tasalla ja selkeästi ilmaistuja. Tietoa pidetään luotettavampana silloin, kun se löytyy organisaation omilta sivuilta. Kelan omien verkkopalveluiden vuorovaikutteisuutta toivottiin lisättävän, jolloin ei tarvitsisi perustaa erikseen palveluita jollekin muulle foorumille.

Juuri jotain "virtuaalitoimiston" tapaista, kuten tuossa ylempänä on ehdotettu. En kuitenkaan ymmärrä miksei tällaista voisi perustaa Kelan omille nettisivuille, niin että kaikki mahdolliset palvelut löytyisi yhden linkin kautta, eikä tarvitsisi lähteä toiselle sivustolle "virtuaalitoimiston" perässä.

Tieto olisi hyvä keskittää Kelan omaan verkkopalveluun, hakemuksia ja palveluja voisi vaan yksinkertaistaa vielä.

Resurssien keskittäminen toimiviin internet-sivujen ylläpitoon ja kehittämiseen, esimerkiksi virtuaalinen asiakaspalvelu (kuten Postilla), jossa voi MSM Messengerin avulla tiedustella asioista reaaliaikaisesti.

Kyselyyn vastanneiden käsitys Kelan tunnettuudesta oli niin selkeä, että mainostamiselle ei nähty tarvetta. Vastaajien mielestä yleissivistykseen kuuluu tietää, mikä Kela on. Heidän käsityksensä mukaan kaikki Internetiä ja sosiaalisen median eri sovelluksia käyttävät tietävät, mikä Kela on ja mistä siihen liittyvät asiat löytyvät.

Kela on niin tunnettu, ei tarvitse tunkea itseään joka paikkaan.

Ei Kelalla ehkä ole tarvetta, sillä Kela on yleisesti hyvin tunnettu, ja sen palveluja osataan etsiä sen omilta sivuilta tai toimistoista.

Tiedon Kelasta ja sen palveluista pitäisi tulla kansalaisille ylipäänsä jo muutenkin vastaan ja selville muualta kuin eri sos. medioiden kautta. Mikä Kela, yms. yhteiskunnan instituutiot kuuluvat yleissivistykseen.

Muutamit kyselyyn vastanneet epäilivät Kelan osaamisen ja resurssien riittämättömyyttä ryhtyä toimimaan sosiaalisessa mediassa. Kelaa ei pidetä riittävän sosiaalisena sosiaaliseen mediaan.

Usein julkisten palvelujen mukanaolo sosiaalisessa mediassa on hyvin näennäistä ja ulkokultaista - oikeaa sisältöä on harvoin.

En usko sosiaalisesta mediasta olevan todellista hyötyä. Mielestäni se on käytössä ainoastaan hupi tarkoituksiin, eikä KELAn sähköiset palvelut ole tarkoitettu hupi käyttöön.

Uskottavuus yrityksiin sosiaalisessa mediassa ei ole kovin suuri, ja some on tarkoitettu KESKUSTELUUN, kela ei tee sitä (tai on siinä hyvin huono). Yksipuoliseksi tiedonjakamisen kanavaksi käy paremmin nettisivut ym. ja Kela voisi keskittyä nopeamman sähköisen palvelun kehittämiseen, koska nykyinen ei toimi kunnolla eikä ole kattava.

Iso osa vastaajista oli sitä mieltä, että sosiaaliseen mediaan osallistuminen huonontaisi Kelan julkisuuskuvaa, eivätkä he pidä sitä sopivana virallisen laitoksen toiminnalle. Toisaalta mainostaminen on heidän mielestään mahdollista sosiaalisessa mediassa. Vastaajien mielikuvissa Kela on asiallinen ja virallinen laitos, ja heistä tuntuisi vieraalta, että tällainen laitos lähtisi mukaan ajanmukaiseen ja jopa nuorekkaaseen toimintaan, kuten yhteisöpalveluihin tai mikroblogeihin. Sosiaalisen median katsotaan myös vähentävän uskottavuutta ja ihmisten arvostusta Kelaa kohtaan. Joidenkin vastaajien mukaan Kelassa ei ole sellaisia asioita, joista voisi Facebookissa tykätä, tai he eivät halua vapaa-aikanaan Facebookissa törmätä virallisiin asioihin.

Se olisi samalla tavalla noloa kuin että mummo haluaisi olla kaveri Facebookissa ja postaisi seinälle räppivideoita.

Kela on valtionhallinnon palvelu, sen ei tarvitse olla "muodikas" ja "ajan hermoilla". Sosiaalisessa mediassa yleisö kääntyy useammin tällaisia hankkeita vastaan, kuin alkaa käyttämään. Kelan uskottavuus kärsisi sosiaalisen median palveluihin lähtemisestä.

Ei mielestäni sovi Kelan imagoon tehdä esim. omia sivuja Facebookiin. Kela on viranomainen, jonka pitää säilyttää arvovaltansa.

Monista vastauksista käy ilmi huoli, että sosiaaliseen mediaan panostaminen vie resursseja joltain toiselta palvelulta tai että siinä käytettäisiin turhaan resursseja ja rahaa. Panostamista pidetään siksi turhana ja tarpeettomana. Osa vastaajista oli sitä mieltä, että Kelan nykyiset palvelut pitäisi ensin laittaa kuntoon ja vasta sitten laajentaa toimintaa muihin palveluihin. Vastaajien mielestä asiakkaita ei voida pakottaa käyttämään sähköisiä palveluita, ja he pitävät sosiaaliseen mediaan osallistumista syrjivänä niitä ihmisiä kohtaan, jotka eivät sitä käytä. Heidän mielestään resursseja pitäisi käyttää etupäässä toimintatapojen yhtenäistämiseen ja yksinkertaistamiseen. Vastaajat eivät myöskään pidä mielekkäänä asioimista kolmannen osapuolen välityksellä sosiaalisessa mediassa.

Ei kaikkeen hölynpölyyn pidä lähteä mukaan, varsinkaan virallisten asiakaspalveluiden, kuten kela, työkkäri jne. Kaikki on netissä nykyään ja se suorastaan pelottaa! Tärkeintä on säilyttää paikallistoimipisteet eikä pakottaa sähköiseen asiointiin!! Mihin verorahat menevät jos kaikki palvelut lakkautetaan ja keskitetään! Kaikki eivät asu kaupungeissa ja vanhukset mm. eivät pysty asioimaan sähköisesti!

Kelan resurssit pitää käyttää ensisijaisesti asiakaskohtaisten tehtävien tekoon, esim. hakemusten käsittelyyn

Osa vastaajista oli huolestunut tietoturvasta sosiaalisessa mediassa. Palvelut ja sovellukset voivat kerätä tietoja käyttäjistään ja käyttää niitä tietoja ilman, että palveluiden käyttäjät tietävät asiasta. Vastaajien keskuudessa oli epäluuloisuutta Kelan kyvyistä toimia Facebookissa ja tavoista käsitellä asiakkaitensa tietoja siellä. Osa vastaajista oli myös sitä mieltä, että mihinkään sisältöön ei sosiaalisessa mediassa voi luottaa ja toiminta siellä mahdollistaa erilaisin häiriköinnin ja kiusaamisen.

Kelan tulee ensisijaisesti pitää kansalaisten tietoturva erittäin korkealla tasolla. Sosiaalisen median palvelut ovat tietoturvan kannalta erittäin suuri kysymysmerkki. Kukaan ei tiedä kuinka turvallisia ne ovat eikä pysty hallitsemaan mitä yritykset sivustojen takana tiedoilla tekevät.

Sosiaalinen media on niin uusi asia, siitä ei ole tarpeeksi tietoa esim. tietoturvan puolelta.

Opiskelijoilta kysyttiin palvelutoiveita ja kehitysideoita erityisesti sosiaalisessa mediassa avoimilla kysymyksillä. Luvussa 5 esiteltävien tulosten perusteella vastaajien selkeä toive oli henkilökohtainen ja nopea palvelu. Monet karsastivat toimistossa asiointia eivätkä nykyiset verkkopalvelut ole tarpeeksi vuorovaikutteisia. Lähes jokaisen

vastaajan mukaan hyvä sähköinen asiointipalvelu on selkeä, looginen, helppokäyttöinen ja luotettava sekä käyttäjälleen ilmainen. Vastaajien mukaan sosiaalisen median avulla voitaisiin saada nuoret kiinnostumaan heitä koskevista Kela-asioista. Erityisesti yhteisöpalvelu Facebook sai useita mainontoja soveltuvuudestaan asiakaspalvelun parantamiseksi ja tiedon välittämiseksi. Vastaajien mielestä sosiaalisen median avulla voidaan helpottaa tiedon etsintää ja Kela voisi nuorentaa imagoaan osallistumalla aktiivisesti siellä käytävään keskusteluun. Kelan osallistuminen sosiaalisen median palveluihin sekä uusien palvelukanavien perustaminen herätti epäilyjä, ja osa vastaajista suhtautui ajatukseen kriittisesti tai jopa negatiivisesti. Usean vastaajan mukaan nykyiset palvelut ovat riittäviä ja Kelan resurssien ja osaamisen epäiltiin olevan riittämättömiä. Kriittisten vastaajien mukaan palvelut on syytä keskittää Kelan omille verkkosivuille eikä niitä pidä levittää muihin palveluihin. Esiin nousi myös näkemys siitä, että sosiaalinen media ei sovi Kelan viralliseen imagoon eikä sosiaalisessa mediassa voida taata riittävää tietoturvaa.

YHTEENVETO

Teknologian kehitys tietoyhteiskunnan mennessä eteenpäin on muuttanut ihmisten tapaa asioida ja etsiä tietoa. Internet on jokaisen ulottuvilla, ja myös viranomaisten täytyy olla siellä läsnä. Kehityksen myötä myös Kelan tarjoamat palvelut ovat monipuolistuneet ja niiden täytyy kehittyä edelleen. Perinteisten toimisto- ja puhelinpalvelukanavien rinnalle on tullut sähköisiä asiointikanavia ja ihmiset etsivät tietoa Kelan etuuksista yhä enemmän verkosta. Sosiaalinen media on viime vuosien uusi ilmiö, joka muuttaa ihmisten kommunikointitapoja verkossa. Kela on myös aloittanut ensimmäisiä sosiaalisen median palveluitaan, mutta palveluiden kehitys on ollut hajanaista, eivätkä ne vielä kata kaikkien asiakasryhmien tarpeita.

Tämän tutkimuksen tavoitteena oli saada tietoa siitä, minkälaisia palveluita opiskelijat Kelalta odottavat Internetin välityksellä. Opiskelijat valittiin kohderyhmäksi koska he ovat olleet monien uusien palveluiden ensimmäisiä käyttönottajia ja Internetin käyttö on yleisempää nuoremmissa ikäryhmissä. Tutkimuksen erityisenä mielenkiinnon kohteena oli sosiaalinen media ja sen tuomat mahdollisuudet ja monet sosiaalisen median palvelut ovat juuri nuorten suosiossa. Tutkimuksessa tavoiteltiin vastauksia siihen, millainen on hyvä asiointipalvelu, minkälaisia asiointi- ja neuvontapalveluita Kela voisi tarjota sosiaalisessa mediassa ja minkälaisia perusteluita sosiaalisen median käyttöönotolle opiskelijoilla on puolesta ja vastaan. Tutkimuksella pyrittiin saamaan lisäksi tietoa siitä, kuinka Kela voisi lisätä vuorovaikutusta ja keskustelua asiakkaiden kanssa.

Tutkimusaineisto kerättiin sähköisellä kyselyllä, mikä lähetettiin otokselle lukuvuoden 2009–2010 aikana Kelan sähköisiä asiointipalveluita käyttäneistä henkilöistä. Kyselylomake sisälsi kysymyksiä vastaajien taustatiedoista, yleisistä Internetin käyttötottumuksista sekä sähköisten asiointipalveluiden ja sosiaalisen median käytöstä. Vastaajille annettiin lisäksi mahdollisuus ideoida uusia palvelukanavia.

Kelan ei mielestäni tarvitse lisätä mitään, se on jo aivan loistava.

Monen vastaajan mielestä kehityskohteita kuitenkin löytyi. Seuraavissa kappaleissa käydään läpi kyselyn keskeisiä tuloksia sekä vastaajien kehitysideoita ja niissä esiintyneitä teemoja.

Opintoetuuksien sähköisiä asiointipalveluja käyttävät ovat pääasiassa vielä aktiivisia opiskelijoita tai vasta opintonsa päättäneitä. He asioivat vähän Kelan toimistoissa ja puhelinpalvelussa, sillä he ovat tottuneita Internetin käyttäjiä. Tämä asiakasryhmä käyttää Internetin mahdollistamia palveluita monipuolisesti ja se etsii tarvitsemaansa tietoa pääasiassa verkon välityksellä. Nämä asiakkaat ovat löytäneet Kelan tarjoamat palvelut pääasiassa itse, ja ainakaan vielä Kelan toteuttama markkinointi ei ole tavoittanut heitä aktiivisesti. Käyttäjien mielestä Kelan nykyiset sähköiset asiointipalvelut ovat helppokäyttöisiä ja selkeitä, ja niiden epäkohta on vuorovaikutteisuuden puute.

Opiskelijat haluavat henkilökohtaista ja nopeaa palvelua. Vastaajien mukaan kuitenkin kynnys asioida Kelan toimistossa tai sinne soittamiseen on melko korkea. Lisäksi Kelalta toivotaan ystävällisempää ja välittävämpää palvelua. Lähes jokaisen vastaajan mielestä hyvä sähköinen asiointipalvelu on selkeä, looginen, helppokäyttöinen ja luotettava. Asiakas voi olla vaivatta yhteydessä palveluntarjoajaan ja mahdollisiin ongelmiin saadaan vastaus nopeasti. Asiointipalvelun tulisi olla käyttäjäkohtainen, jolloin asiakkaan taustatietojen avulla palvelu muokataan asiakkaalle soveltuvaksi. Kaikella tällä säästetään aikaa ja tehostetaan asioiden käsittelyä. Graafinen ilme on myös tärkeää sähköisissä asiointipalveluissa, sillä se tukee palvelun käyttöä ja ohjaa asiointia.

Kyselyssä selvitettiin opiskelijoiden käsityksiä siitä, minkälaisia asiointi- ja neuvontapalveluita Kela voisi tarjota sosiaalista mediaa hyväksi käyttäen. Kysymykseen vastanneet opiskelijat eivät kuitenkaan erotelleet vastauksissa asiointia ja neuvontaa toisistaan ja asiointilla tarkoitettiin kaikenlaista vuorovaikutusta neuvonnasta ohjeisiin ja yleiseen tiedonhakuun. Yleisesti ottaen vastaajat toivoivat vuorovaikutteisempia verkkopalveluita ja juuri vuorovaikutuksen puute oli nykyisten palveluiden heikoin osa-alue. Vastauksista erottui selkeitä kokonaisuuksia sekä muutamia keskeisiä sovelluksia, joihin oli keksitty erilaisia palveluita.

Erillisistä sovelluksista tai palveluista vastaajat mainitsivat useimmiten yhteisöpalvelu Facebookin. Facebookiin liittyviä palveluehdotuksia olivat muun muassa toimistojen ajanvaraus, asiakasprofiilien kautta erilaisista ajankohtaisista asioista tiedottaminen ja palveluiden mainostaminen. Useat olivat sitä mieltä, että tiedonsaanti yhteisöpalveluissa voi madaltaa kynnystä asioida toimistossa tai puhelimitse. Vastauksista löytyi myös erityisesti opintoetuuksiin ja nuoriin liittyviä kehitysehdotuksia, koska kysely suunnattiin

juuri opintoetuuksien sähköisiä asiointipalveluita käyttäneille. Vastaajat toivoivat, että esimerkiksi opintojen etenemisselvityksen voisi tehdä sähköisten asiointipalveluiden kautta. Opintotuen asiointipalveluiden toivottiin keskittyvän myös kattavammin nuoriin liittyviin asioihin, kuten opiskeluun ja asumiseen.

Kysely tuotti myös tietoa siitä, mitä hyötyä Kelalle voisi olla sosiaalisen median palveluista. Vastaajat pystyivät myös perustelemaan miksi Kelan pitää joko käyttää niitä tai olla käyttämättä. Enemmistö vastaajista oli sitä mieltä, että Kelan ei tarvitse panostaa sosiaaliseen mediaan. Ei-vastausten perusteluista on havaittavissa, että vastaajat kuitenkin toivovat samoja asioita kuin kyllä-vastaajat. Siksi tulosten perusteella ei voida suoraan sanoa vastaajien olevan sosiaalista mediaa vastaan. Vastaajat uskoivat yleisesti, että sosiaalisen median on mahdollista saada inhimillisempää palvelua ja kohtelua asioiden hoidossa. He toivoivat ystävällisempää ja rennompaa asiointia, mikä ei ole niin virallista.

Useiden vastaajien mielestä Kela ei voi olla liikaa esillä, ja uusien kanavien kautta voidaan tavoittaa ja palvella asiakkaita kattavammin. Vastaajien mielestä sosiaalisen median avulla voitaisiin helpottaa tiedon etsintää, eikä tällöin tarvitsi luottaa keskustelupalstojen epävirallisiin tietoihin. Tietoa olisi myös helppo kohdentaa eri asiakasryhmille. Erilaisten palveluiden avulla voidaan saavuttaa eri kohderyhmiä, kerätä näkyvyyttä ja jakaa ajankohtaista tietoa. Lisäksi vastaajat uskoivat, että Kelan sosiaalisessa mediassa käyttämä kieli olisi asiakkaille ymmärrettävämpää. Sosiaalisen median, kuten Facebookin, verkostojen avulla voidaan tavoittaa ne asiakkaat, jotka eivät käy Kelan verkkosivuilla, ja mahdollisesti madaltaa kynnystä asioida toimistossa tai puhelimitse. Vastauksissa nousi esiin olettaus, että juuri sosiaalisen median kautta toteutetuilla palveluilla saadaan nuoret kiinnostumaan heitä koskevista Kela-asioista. Nuorille ei ole välttämätöntä fyysinen toimiston tai asiakaspalvelijan läsnäolo. Vastaajat kokivat Kelan myös isona ja vaikeasti lähestyttävänä organisaationa ja Kela voisi muuttaa tätä osallistumalla keskusteluun sosiaalisessa mediassa ja viestittämällä olevansa aidosti kiinnostunut ihmisten asioista ja elämäntilanteista.

Osa vastaajista suhtautui kriittisesti Kelan osallistumiseen sosiaalisen median palveluissa. Suuri osa vastaajista oli sitä mieltä, että kaikki palvelut, nykyiset ja tulevat, tulisi keskittää Kelan omille verkkosivuille eikä levittäytyä muihin palveluihin. Osa vastaajista

piti Kelaa niin tunnettuna organisaationa, että mainostamiselle ja lisäinformaation jakamiselle muita kanavia käyttäen ei nähty tarvetta. Epäilyksiä herätti myös Kelan resurssien ja osaamisen riittäminen. Joidenkin vastaajien mielestä sosiaalinen media ei sovi Kelan viralliseen imagoon, ja osa vastaajista ajatteli tietoturvan saattavan vaarantua sosiaalisessa mediassa. Yleisesti sosiaalista mediaa ei pidetty merkittävänä panostuskohteena ja resurssit pitäisi käyttää Kelan omien verkkopalveluiden kehittämiseen. Pieni osa vastaajista piti osallistumisesta negatiivisena asiana, mutta he eivät osanneet tarkemmin perustella kantaansa.

Yhteenvedon voidaan todeta, että esimerkiksi yhteisöpalvelu Facebookin avulla voidaan saada nuoria kiinnostumaan heitä koskevista Kela-asioista hyvin suunnatuilla viestintä- ja tiedotuskampanjoilla. Oleellista palvelussa on vuorovaikutuksen mahdollisuus, selkeä ja ymmärrettävä kieli ja aito kiinnostus asiakkaiden asioista.

Kelan julkisuuskuvakin ehkä voisi muuttua hieman avoimemmaksi ja helposti lähestyttävämmäksi.

Tämä tutkimus tuottaa tärkeää tietoa työyhteisölle Kelassa sosiaalisen media strategian suunniteltaessa. Tutkimuksen tuloksia ei pidä rajata koskemaan vain opintotukiasiakkaita, sillä Kelan asiakkaat siirtyvät etuudelta toiseen ja yhä suurempi osa väestöstä asioi Internetissä. Käyttäjryhmillä on luonnollisesti myös erilaisia tarpeita ja niiden selvittämiseksi eri ryhmiä kannattaa lähestyä heitä koskevilla käyttäjätutkimuksilla ja selvittää, minkälaisia palveluita he aidosti haluavat käyttää.

Sähköinen asiointipalvelu ei saa korvata henkilökohtaista asiakaspalvelua, mutta se voi parhaimmillaan tukea ja tehostaa sitä. Tämän tutkimuksen jatkoksi voitaisiin tehdä samansuuntainen kysely opintotuen keskustelupalstan käyttäjille. Tutkimuksen avulla voitaisiin selvittää, onko syytä panostaa laajemmin eri aiheita koskeviin keskustelupalstoihin Kelan verkkopalvelussa. On paikallaan kysyä, miksi keskustelupalstoihin yleisesti ei ole panostettu aikaisemmin, vaikka kokemukset opintotuen keskustelupalstasta ovat hyviä eikä ongelmia ole juuri esiintynyt yli kymmenen vuoden aikana, jolloin palsta on ollut käytössä.

Tutkimustulosten perusteella on suositeltavaa, että Kela panostaisi enemmän vuorovai-
kutteisiin neuvonta- ja tukipalveluihin Internet-sivuilla sekä siirtyä yksisuuntaisesta tie-
dottamisesta avoimeen keskustelukulttuuriin. Uudet palvelut tulisi toteuttaa omilla si-
vuilla valmiita, markkinoilla olevia sovelluksia hyväksikäyttäjien. Kun palvelut toteute-
taan organisaation omilla sivuilla, asiakkaat saavat kaiken tarpeellisen tiedon samasta
osoitteesta, eikä heidän tarvitse etsiä sitä muualta. Lisäksi sosiaalisen median palvelui-
ta, kuten yhteisöpalveluita, tulisi hyödyntää nykyistä laajemmin tiedon jakamiseen ja
palveluiden markkinoimiseen. Informaatiota tulisi jakaa tasapuolisesti kaikille asiakas-
ryhmille sen sijaan, että keskitytään vain muutamaasi asiakasryhmään, joiden oletetaan
käyttävän kyseisiä palveluita. Sosiaalisessa mediassa toteutettaville palveluille olennais-
ta on kuitenkin jatkuvuus ja sitoutuminen läpi organisaation johtajia myöten. Jokainen
organisaatio päättää kuitenkin itse, millä tavalla se osallistuu toimintaan siellä. Koska
kaikenlainen Internet-asiointi lisääntyy, on myös Kelan pakko panostaa laajemmin pal-
veluihin verkossa. Riittävätkö silloin palautusautomaatit vai voiko asiointi olla palvelua
myös verkossa?

LÄHTEET

Arkistolaitos. [verkkodokumentti]. Saatavuus <<http://www.arkisto.fi/>> (luettu 20.3.2011).

Bauvois, G. 2011. Media Management. Luento: 11.1.2011.

Erkkola, J-P. 2008. Sosiaalisen median käsitteestä. [verkkodokumentti]. Lopputyö. Helsinki: Taideteollinen korkeakoulu, medialaboratorio. Saatavuus <http://mlab.taik.fi/pdf/ma_final_thesis/2008_erkkola_jussi-pekka.pdf> (luettu 20.3.2011).

Eurostat. [verkkodokumentti]. Saatavuus <<http://epp.eurostat.ec.europa.eu/portal/page/portal/eurostat/home/>> (luettu 21.2.2011).

Häggman, K. 1997. Suurten muutosten suomessa Kansaneläkelaitos 1937–1997. Jyväskylä: Gummerus.

Itella. Sähköinen asiointi houkuttelee yhä useampia suomalaisia. [verkkodokumentti]. Saatavuus <http://www.posti.fi/tiedotteet/2008/20080104_tutkimus_asiointi_verkossa.html> (luettu 12.2.2011).

JHS 129 Julkishallinnon verkkopalvelun suunnittelun ja toteuttamisen periaatteet. [verkkodokumentti]. Helsinki: JUHTA – julkisen hallinnon tietohallinnon neuvottelukunta. Saatavuus <<http://www.jhs-suositukset.fi/suomi/jhs129> > (luettu 19.3.2011).

Juholin, E. 2001. Viestintä strategiasta käytäntöön. Helsinki: Infoviestintä Oy.

Julkishallinnon verkkopalvelut 2010. [verkkodokumentti]. Helsinki: Valtiovarainministeriö. Saatavuus <http://www.vm.fi/vm/fi/04_julkaisut_ja_asiakirjat/03_muut_asiakirjat/Verkkopalvelut_2010_FINAL_291110.pdf> (luettu 19.2.2011).

Kangas, P., Toivonen, S., Bäck, A. (toim.) 2007. Googlen mainokset ja muita sosiaalisen median liiketoimintamalleja. [verkkodokumentti]. VTT TIEDOTTEITA 2369. Saatavilla <<http://www.vtt.fi/inf/pdf/tiedotteet/2007/T2369.pdf>> (luettu 25.3.2011).

Kela-Kerttu, Sosiaalisen median pilotti 1.3.–31.5.2010 Loppuraportti 21.6.2010. Kansaneläkelaitos. Organisaation sisäinen dokumentti.

Kelan sosiaalisen median toimintasuunnitelma. 2011. Kansaneläkelaitos. Organisaation sisäinen dokumentti.

Kelan tilastotietokanta Kelasto. [verkkodokumentti]. Kansaneläkelaitos. Saatavuus Kelan intranet (luettu 21.2.2011).

Korhonen, H. 2011. Verkkoviestintää käytännössä –organisaation WWW-sivuston rakentaminen. [verkkodokumentti]. Saatavuus <http://www.jyu.fi/viesti/verkkotuotanto/yviperust/artikkelit/verkkoviestintaa_kaytannossa.html> (luettu 12.3.2011).

Kujala, K. 2010. Kelan verkkopalveluiden käyttö ja käytettävyys -opintotuen asiointipalvelu. Seminaaritutkielma. Tampere: Tampereen yliopisto, oikeustieteiden laitos.

KvantiMOTV. Kvantitatiivisten menetelmien tietovaranto. [verkkojulkaisu]. Yhteiskuntatieteellinen tietoarkisto. Saatavuus <<http://www.fsd.uta.fi/menetelmaopetus/tutkimus/asetelma.html>> (luettu 6.10.2010). Viite 1/2.

KvantiMOTV. Kvantitatiivisten menetelmien tietovaranto. [verkkojulkaisu]. Yhteiskuntatieteellinen tietoarkisto. Saatavuus <<http://www.fsd.uta.fi/menetelmaopetus/menetelma/menetelmatyypit.html>> (luettu 6.10.2010). Viite 2/2.

Laadunvarmistus Opinto- ja kansainvälisissä asioissa. [verkkodokumentti]. Tampereen yliopisto. Saatavuus <<http://www.uta.fi/opiskelu/laatu/vaihe.php?id=asiointi#3.2.2>> (luettu 13.3.2011).

Laki Kansaneläkelaitoksesta 17.8.2001/731, 1 luku, 2001, 2 §.

Laki sähköisestä asioinnista viranomaistoiminnassa, 2 luku, 2003, 5 §.

Lietsala, K., Sirkkunen, E. 2008. Social Media. Introduction to the tools and processes of participatory economy. [verkkodokumentti]. Tampere: Tampereen yliopiston laitosten julkaisut. Saatavuus <<http://tampub.uta.fi/tup/978-951-44-7320-3.pdf>> (luettu 23.4.2011).

MILLAINEN KELA 2010? Kansalaisten mielikuvat ja arviot Kelan toiminnoista. 2010. TNS Gallup. Helsinki: Kansaneläkelaitos. Organisaation sisäinen dokumentti.

Myöhänen, T. 2010. Sosiaalinen media markkinoinnissa. Luento: 26.10.2010.

Mäkinen, M. 2009. Digitaalinen voimistaminen paikallisten yhteisöjen kehittämisessä. [verkkodokumentti]. Akateeminen väitöskirja. Tampere: Tampereen yliopisto, tiedotusopin laitos. Saatavuus <<http://acta.uta.fi/pdf/978-951-44-7642-6.pdf>> (luettu 12.2.2011).

Rasmus, A-M. 2010. Kansalaisten sähköinen asiointi viranomaistoiminnassa – haasteena digitaalinen kuilu. [verkkodokumentti]. Kandidaatintutkielma. Jyväskylä: Jyväskylän yliopisto, tietojenkäsittelytieteiden laitos. Saatavuus <<https://jyx.jyu.fi/dspace/bitstream/handle/123456789/22924/Anna-Mari%20Rasmus.pdf?sequence=1>> (luettu 6.10.2010).

Rättilä, T. 2007. Sosiaalisen median mahdollisuudet kodin, koulun ja kunnan viestinnässä. Blogipäivävyri-tutkimushankkeen loppuraportti [verkkodokumentti]. Julkaisuja B 47/2007. Tampere: Tampereen yliopisto, tiedotusopin laitos. Saatavuus <<http://www.polemiikki.fi/files/1183-blogipäivävyri-raportti.pdf>> (luettu 17.1.2011).

Saarikoski, P., Suominen, J., Turtiainen, R., Östman, S. 2009. Funetista Facebookiin. Internetin kulttuurihistoria. Tallinna: Gaudeamus.

TEPA – Sanastokeskus TSK:n termipankki. [verkkodokumentti]. Saatavuus <<http://www.tsk.fi/tepa/netmot.exe?UI=figr&height=159>> (luettu 16.1.2011). Viite 1/2.

TEPA – Sanastokeskus TSK:n termipankki. [verkkodokumentti]. Saatavuus <<http://www.tsk.fi/tepa/netmot.exe?UI=figr&height=159>> (luettu 21.2.2011). Viite 2/2.

Tilastokeskus. Oppilaitosten opiskelijat ja tutkinnot. [verkkopublication]. Saatavuus <<http://www.tilastokeskus.fi/til/opiskkt/2010/index.html>> (luettu 23.4.2011). Viite 1/2.

Tilastokeskus. Tieto- ja viestintäteknikan käyttö. [verkkopublication]. Saatavuus <<http://www.stat.fi/til/sutivi/index.html>> (luettu 26.10.2010). Viite 2/2.

Toivanen, M. 2006. Sähköisten asiointipalvelujen kehittäminen kunnissa. [verkkodokumentti]. Akateeminen väitöskirja. Tampere: Tampereen yliopisto, yhdyskuntatieteiden laitos. Saatavuus <<http://acta.uta.fi/pdf/951-44-6648-9.pdf>> (luettu 18.11.2010).

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

Valtiovarainministeriö. 2010. Sosiaalisen median tietoturvaohje. [verkkodokumentti]. Helsinki. Saatavuus <http://www.vm.fi/vm/fi/04_julkaisut_ja_asiakirjat/01_julkaisut/05_valtionhallinnon_tietoturvallisuus/20101222Sosiaa/Sosiaalinen_media.pdf> (luettu 23.4.2011).

Voutilainen, T. 2006. Hyvä sähköinen hallinto. Helsinki: Edita.

Wikipedia. [verkkodokumentti]. Saatavuus <<http://fi.wikipedia.org/wiki/Duuni.net>>, (luettu 11.1.2011).

HAASTATTELUT

Lahtinen, I. 2011. Etuuspäällikkö. Kansaneläkelaitos. Sähköpostihaastattelu 3.2.2011.

LIITTEET

Liite 1: Kyselysaate

Kysely Kelan sähköisistä palveluista ja sosiaalisesta mediasta

Hei,

opiskelen Mediatuottamisen ylempää AMK-tutkintoa Metropoliasissa ja kerään lopputyötäni varten tietoa siitä, kuinka Kelan nykyiset sähköiset palvelut toimivat ja miten niitä tulisi kehittää sekä millä tavoin Kela voisi hyödyntää sosiaalista mediaa paremmin. Vastaamalla alla olevaan kyselyyn voit vaikuttaa siihen, mihin suuntaan palveluita kehitetään tulevaisuudessa.

Vastausaika päättyy 30.11.2010.

Yhteystietonsa jättäneiden kesken arvotaan 10 kpl kahden lipun settiä Finnkinon elokuvateattereihin. Yhteystietolomake avautuu kyselyn jälkeen.

Toteutan kyselyn Kelan tutkimusosastolla. Kaikki vastaukset käsitellään luottamuksellisesti eikä yksittäisiä vastaajia voida tunnistaa.

Kysely on saatavilla vain suomeksi.

Enkäten finns bara på finska.

This questionnaire is only available in Finnish.

Vastauksesi on tärkeä.

Terveisin

Petra Niilola

Kelan tutkimusosasto

Klikkaa alla olevaa linkkiä avataksesi kyselylomakkeen

<https://...>

Mikäli linkki ei aukea, kopioi se selaimen osoiteriville

Kyselyn sähköpostiosoitteetiedot on kerätty opintotuen sähköisestä asiointipalvelusta

Liite 2: Kyselylomake

Kelan sähköiset asiointipalvelut ja sosiaalinen media

Syntymävuotesi? (esim. 1985)

Sukupuolesi?

Mies

Nainen

Asuinpaikkasi?

Suomi

Ahvenanmaa

Etelä-Karjala

Etelä-Pohjanmaa

Etelä-Savo

Itä-Uusimaa

Kainuu

Kanta-Häme

Keski-Pohjanmaa

Keski-Suomi

Kymenlaakso

Lappi

Pirkanmaa

Pohjanmaa

Pohjois-Karjala

Pohjois-Pohjanmaa

Pohjois-Savo

Päijät-Häme

Satakunta

Uusimaa

- Varsinais-Suomi
 Suomen ulkopuolella

Nykyisen asuinpaikkakuntasi asukasluku?

- alle 10 000
 10 000–29 999
 30 000–79 999
 yli 80 000

Oletko tällä hetkellä (marraskuu 2010) päätoimisesti

- opiskelemassa
 työssä
 äitiys-/vanhempain- tai hoitovapaalla
 asevelvollisuutta suorittamassa
 työtön
 muu, mikä? _____

Mikä on korkein suorittamasi koulutus tai tutkinto?

- Peruskoulu
 Ylioppilastutkinto
 Ammatillinen koulutus
 Opistotason koulutus
 Ammattikorkeakoulututkinto
 Alempi yliopistollinen korkeakoulututkinto
 Ylempi ammattikorkeakoulututkinto
 Ylempi yliopistollinen korkeakoulututkinto
 Licensiaatin- tai tohtorintutkinto

Jos opiskelet tällä hetkellä, missä oppilaitoksessa?

- Lukiossa

Ammatillisessa oppilaitoksessa

Ammattikorkeakoulussa

Yliopistossa

Jossain muualla, missä? _____

Jos opiskelet tällä hetkellä, milloin aloitit opinnot?

	Vuosi	Lukukausi
Vuosi ja lukukausi	<input type="checkbox"/> 2010	
	<input type="checkbox"/> 2009	
	<input type="checkbox"/> 2008	
	<input type="checkbox"/> 2007	
	<input type="checkbox"/> 2006	
	<input type="checkbox"/> 2005	<input type="checkbox"/> Syksy
	<input type="checkbox"/> 2004	<input type="checkbox"/> Kevät
	<input type="checkbox"/> 2003	
	<input type="checkbox"/> 2002	
	<input type="checkbox"/> 2001	
	<input type="checkbox"/> 2000	
	<input type="checkbox"/> 1999 tai aiemmin	

Jos et opiskele tällä hetkellä, kuinka kauan opintojesi päättymisestä on aikaa?

Alle vuosi

yli vuosi-alle 3 vuotta

yli 3 vuotta-5 alle vuotta

Yli 5 vuotta

Jos et opiskele tällä hetkellä, missä oppilaitoksessa viimeksi opiskelit päätoimisesti?

Lukiassa

Ammatillisessa oppilaitoksessa

Ammattikorkeakoulussa

Yliopistossa

() Jossain muualla, missä? _____

Mistä seuraavista lähteistä olet etsinyt tai saanut tietoa Kelan etuuksista ja palveluista?

[] www.Kela.fi, Kelan internetsivut

[] Kelan esitteet

[] Kelan puhelinpalvelu

[] Kelan toimistot

[] Keskustelupalstat (mm. www.suomi24.fi)

[] Muut viranomaiset (esim. työvoimatoimisto)

[] Oppilaitokset

[] Vanhemmat tai muut sukulaiset

[] Yhteisöpalvelut (mm. Twitter)

[] Ystävät

[] Jostain muualta, mistä? _____

Valitse mielestäsi kolme luotettavinta tiedonlähdettä ja laita ne luotettavuusjärjestykseen (1. on luotettavin).

www.kela.fi	_____
Kelan esitteet ja lehdet	_____
Kelan työntekijät	_____
Muut viranomaiset (esim. työvoimatoimisto)	_____
Oppilaitokset	_____
Keskustelupalstat	_____
Yhteisöpalvelut	_____
Ystävät, vanhemmat tai muut sukulaiset	_____

Seuraatko yleensä verkkosivuilla olevan tiedon ajantasaisuutta (esim. sivujen päivitystietoja)?

() Kyllä

() En

Kuinka usein tai harvoin olet viimeksi kuluneen vuoden aikana

	Usein	Silloin tällöin	Harvoin	En koskaan
asioinut henkilökohtaisesti Kelan toimistossa tai yhteispalvelupisteessä?	()	()	()	()
soittanut Kelan palvelunumeroon?	()	()	()	()
käyttänyt Kelan sähköisiä asiointipalveluja (www.kela.fi/asiointi)?	()	()	()	()

Mitä seuraavista Kelan verkkosivuista ja -palveluista olet käyttänyt?

Palvelut Kelan verkkosivuilla: Hakemuslomakkeet, Laskurit, Yhteystiedot

- Verkkosivujen etuustiedot yleisesti
- Hakemuslomakkeet
- Laskurit
- Yhteystiedot

Kuinka löysit Kelan sähköiset asiointipalvelut?

- Löysin palvelut itse etsiessäni niitä
- Löysin palvelut vahingossa
- Kuulin mainoksia niistä radiossa
- Näin mainoksia niistä lehdissä
- Näin mainoksia niistä internetissä
- Oppilaitoksessa kerrottiin niistä
- Ystäväni kertoivat niistä
- Vanhempani tai sukulaiseni kertoivat niistä
- Jollain muulla tavoin, miten?

Arvioi Kelan nykyisiä sähköisiä asiointipalveluja.

	Täysin samaa mieltä	Melko samaa mieltä	En samaa enkä eri mieltä	Melko eri mieltä	Täysin eri mieltä
Palvelu on	()	()	()	()	()

helppokäyttöinen					
Palvelun rakenne on looginen	()	()	()	()	()
Palvelun rakenne on selkeä	()	()	()	()	()
Palvelu vastaa (nykyisiä) asiointitarpeitani	()	()	()	()	()
Palvelu on vuorovaikutteista	()	()	()	()	()
Palvelun ohjeet ovat selkeät	()	()	()	()	()
Palvelun ulkonäkö on miellyttävä	()	()	()	()	()

Milloin käytit Kelan sähköisiä asiointipalveluita ensimmäisen kerran?

- () Ennen opiskelun aloittamista
- () 1.-2. opiskeluvuoden aikana
- () 3.-4. opiskeluvuoden aikana
- () Myöhemmin opiskelun aikana
- () Opiskelun päättymisen jälkeen

Mitä seuraavista Kelan opiskelijoille tarjoamista verkkosivuista ja -palveluista olet käyttänyt?

Palvelut Kelan verkkosivuilla: Opiskelijoiden omat sivut, Opintotuen keskustelupalsta

- [] Opintotuen omat sivut kelan verkkosivuilla (www.kela.fi)
- [] Opintotuen keskustelupalsta
- [] Opintotuen puhelinpalvelunumero
- [] Opintotuen (omat) pdf-esitteet kelan verkkosivuilla
- [] Jotain muuta, mitä _____

Kuinka helppoa tai vaikeaa on ollut löytää tietoa opintoetuksista Kelan verkkosivuilta?

Erittäin helppoa	Helppoa	Ei helppoa eikä vaikeaa	Vaikeaa	Erittäin vaikeaa
------------------	---------	-------------------------	---------	------------------

Miten usein käytät internetiä?

- Päivittäin
- Muutamana päivänä viikossa
- Kerran viikossa
- Kuukausittain
- Harvemmin tai satunnaisesti
- Kausiluonteisesti (esim. tiettyyn aikaan vuodesta usein)

Onko sinulla käytössäsi...

	Kyllä	Ei
kiinteä internetyhteys kotona?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
kiinteä internetyhteys työpaikalla?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
mobiiliyhteys?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Käytätkö internetiä kännykällä?

- Kyllä
- Ei

Mihin käytät internetiä vapaa-ajalla?

- Musiikin/radion kuuntelemiseen
- Pelaamiseen
- Sähköiseen asiointiin (esim. pankki, varaukset)
- Tiedon hakemiseen
- Tv-ohjelmien/nettivideoiden katseluun
- Yhteydenpitoon, kommunikointiin
- Johonkin muuhun, mihin? _____

Mitä muita sähköisiä verkkopalveluita olet käyttänyt?

- Verkkopankkipalvelut

- Vakuutuspalvelut
- Kotimaiset verkkokaupat
- Ulkomaiset verkkokaupat
- Netposti (www.posti.fi/netposti/)
- Lippukaupat (mm. elokuva- ja konserttiliput)
- Verkkokirjastot
- Jotain muuta, mikä _____

Minkälainen on hyvä sähköinen asiointipalvelu?

Oletko käyttänyt tai luonut sisältöä seuraavilla sosiaalisen median palveluilla?

(Palveluita ovat mm. linkkien ja uutisten jakopalvelut, blogipalvelut, mikroblogipalvelut, yhteisöt, mediapalvelut ja virtuaalimaailmat)

	Käyttänyt			Luonut sisältöä		
	usein	joskus	en koskaan	usein	joskus	en koskaan
Blogilista	()	()	()	()	()	()
Blogger	()	()	()	()	()	()
Delicious	()	()	()	()	()	()
Digg	()	()	()	()	()	()
Facebook	()	()	()	()	()	()
Flickr	()	()	()	()	()	()
IRC-Galleria	()	()	()	()	()	()
Last.fm	()	()	()	()	()	()
LinkedIn	()	()	()	()	()	()
MySpace	()	()	()	()	()	()
SlideShare	()	()	()	()	()	()
Twitter	()	()	()	()	()	()
Qaiku	()	()	()	()	()	()
Vimeo	()	()	()	()	()	()

Youtube	()	()	()	()	()	()
Jotain muuta, mitä?	()	()	()	()	()	()

Pitäisikö Kelan lähteä mukaan uusiin sosiaalisen median palveluihin sitä mukaa kun niitä perustetaan?

() Ei

() Kyllä, mihin? _____

Voit halutessasi perustella vastaustasi.

Käyttäisitkö seuraavia Kelan palveluita, jos niitä olisi tarjolla?

	Kyllä	En	En osaa sanoa
Kelan rekrytointi yhteisöpalveluiden kautta (esim. Facebook ja IRC-Galleria)	()	()	()
Neuvontapalvelut keskustelupalstojen kautta (Kelan "virtuaalitoimisto" www.suomi24.fi-sivuilla)	()	()	()
Kelan tiedotteet Twitterissä	()	()	()
Chatti Kelan sivuilla esim. työttömyysasioista tai opintotuesta jne.	()	()	()

Minkälaisia asiointipalveluita Kela voisi tarjota sosiaalisessa mediassa?

Kelan asiointipalveluilla tarkoitetaan palveluita, joiden kautta voi hakea etuuksia ja palveluun pitää kirjautua.

Minkälaisia neuvontapalveluita Kela voisi tarjota sosiaalisessa mediassa?

Kelan neuvontapalveluilla tarkoitetaan esim. puhelinpalvelua tai toimistoa.

Terveisiä, huomioita ja arvioita opintoetuksista ja Kelan asiointipalveluista.

Liite 3: Kysymykset opintotuen keskustelupalstasta

Mistä ideat *newsgroupille ja myöhemmin* opiskelijoiden keskustelupalstalle syntyivät?

Miksi perustettiin keskustelupalsta juuri opiskelijoille?

Oliko keskustelupalstan toteutus helppoa/vaikeaa?

Oliko projektilla johdon tuki?

Oliko omalla nimellä vastaaminen itsestään selvää?

Ketkä vastaavat opiskelijoiden kysymyksiin ja miten heidät on valittu?

Käytännön ongelmia vuosien saatossa?

Onko palstaa markkinoitu ja jos on, niin miten?

Onko palstan kautta saatuja muita kehitysideoita opiskelijapalveluihin Kelan verkkosivuilla Kela.fi:ssä?

Kävijämäärät ja niiden kehitys?