

KELAAS TÄTÄ!

Kelan asiakasraadin kehittäminen digitaaliseksi

LAHDEN AMMATTIKORKEAKOULU
Sosionomi (YAMK)
Sosiaali- ja terveystieteiden
digitalisaatio ja liiketoimintaosaaminen
Kehittämishanke
Opinnäytetyö YAMK
Kevät 2019
Maija Kylmälahti 1802252
Jaana Nissilä 1770990

Tiivistelmä

Tekijä(t) Kylmälahti, Maija Nissilä, Jaana	Julkaisun laji Opinnäytetyö, YAMK Sivumäärä 76	Valmistumisaika Kevät 2019
Työn nimi Kelaas tätä! Kelan asiakasraadin kehittäminen digitaalisesti		
Tutkinto Sosiaali- ja terveyspalvelujen digitalisaatio ja liiketoimintaosaaminen		
Tiivistelmä <p>Opinnäytetyömme oli kehittämishanke, joka sai alkunsa keväällä 2018. Kehittämishankkeemme tavoite oli kehittää digitaalinen asiakasraati 15-29- vuotiaille nuorille yhdessä kehittämishankkeeseen osallistuneen työryhmän kanssa. Tarkoituksena oli kehittää Kansaneläkelaitoksen (Kelan) asiakasraatitoimintaa ja samalla pilotoida uudenlaista tapaa toteuttaa asiakasraati. Pelillisen digitaalisen asiakasraadin avulla, pyrittiin saamaan nuoria osallistumaan asiakasraatitoimintaan aiempaa aktiivisemmin.</p> <p>Kehittämishanketta lähestyttiin toimintatutkimuksen ja kokeilemalla kehittämisen keinoin. Kehittämishankkeessa kehitettiin valmiille Seppo.IO alustalle digitaalinen asiakasraati, Kelaas tätä! -peli. Peliä pystyi pelaamaan älypuhelimella, tabletilla tai tietokoneella ajasta ja paikasta riippumatta. Pelissä oli neljä tasoa ja yhteensä 12 tehtävää. Pelaajat vastasivat tehtäviin joko kirjoittamalla, ääniviestillä tai ottamalla kuvan. Kehittämishankkeeseen osallistuneille työryhmän jäsenille teimme internetkyselyn. Kyselyn avulla halusimme kuulla työryhmän kokemuksia kehittämishankkeen työstä ja uudelta toimintatavasta sen sopivuudesta Kelaan. Kehittämishankkeemme tietoperusta muodostui asiakaslähtöisyydestä, -kokemuksesta ja –osallisuudesta sekä pelillisyydestä.</p>		
Asiasanat Toimintatutkimus, kokeilemalla kehittäminen, asiakasraati, pelillisuus		

Abstract

Author(s) Kylmälahti, Maija Nissilä, Jaana	Type of publication Master's thesis Number of pages 76	Published Spring 2019
Title of publication Kelaas tätä! Development of Kela's customer panel to digital		
Name of Degree Master's degree Programme in Digitalization of Social and Healthcare services and Business competence		
Abstract <p>The Master's thesis was a development project, which developed Social Insurance Institution of Finland's (Kela) customer panel. The goal was to develop the customer panel into digital and piloting its function and suitability. The purpose of The Master's thesis was digital and gamification to get young people aged 16-29 to participate more actively in customer panels activities.</p> <p>The thesis was a development project of what was approached through practical activity research and experimenting with development efforts. The knowledge base of the project consisted of customer-driven, experience and involvement, gaming and digital customer experience.</p> <p>The development projects product was Kelaas tätä! -game that was made into Seppo.IO platform. The game was played with a mobile phone and there were three levels where players answered the questions either by typing, by voice message or by taking a picture. The game answers are used to develop Kela's work.</p>		
Keywords Practical activity research, Learning by developing, Customer panel, Gamification		

SISÄLLYS

1	JOHDANTO	
2	KEHITTÄMISHANKKEEN LÄHTÖKOHDAT	3
2.1	Kehittämishankkeen tausta, tavoite ja tarkoitus	3
2.2	Kohdeorganisaatio.....	4
3	KEHITTÄMISHANKKEEN TIETOPERUSTA.....	7
3.1	Asiakaslähtöinen palvelujen kehittäminen.....	7
3.2	Asiakkaiden osallistaminen ja asiakasosallisuus.....	8
3.3	Asiakasraadit	9
3.4	Asiakaskokemus.....	10
3.5	Digitaalinen asiakaskokemus.....	11
3.6	Pelillistäminen eli gamification	12
3.7	Osallistaminen pelien avulla	16
4	KEHITTÄMISHANKKEEN TOTEUTTAMINEN.....	18
4.1	Tutkimuksellinen kehittämistoiminta.....	18
4.2	Kehittämishankkeen eteneminen	18
4.3	Lähestymistapana toimintatutkimus	21
4.4	Pelillinen digiraati syntyy kokeilemalla kehitellen	23
4.5	Palautteen keruumenetelmänä internetkysely.....	28
4.6	Internetkyselyn aineiston analysointi soveltaen teemoittelua	32
5	KEHITTÄMISHANKKEEN TUOTOS	35
5.1	Lopputuloksena Kelaas tätä! - peli	35
5.2	Internetkyselyn tulokset	50
6	POHDINTA	53
6.1	Johtopäätökset	53
6.2	Kehittämishankkeen arviointi	59
6.3	Eettisyys ja luotettavuus	61
6.4	Jatkokehitys.....	64
	LÄHTEET	66
	LIITTEET	

1 JOHDANTO

Asiakkaiden osallistuminen palveluiden kehittämiseen on ajankohtainen asia ja se onkin tänä päivänä noussut kattavan keskustelun kohteeksi. Palveluja tulisi kehittää ja tuottaa aidosti palveluiden käyttäjien tarpeista käsin ja asiakaslähtöisesti asiakkaita kuunnellen ja heidän mielipiteitään arvostaen (Toikko 2006, 2-3). Myös Kuntaliiton ja Sosiaali- ja terveysministeriön Sote-tieto hyötykäyttöön 2020- strategiassa digitaalisten palveluiden kehittämisessä asiakaslähtöisyys mainitaan yhdeksi tärkeäksi tekijäksi (Sosiaali- ja terveysministeriö ja Kuntaliitto 2014, 4). Näiden tavoitteiden saavuttamiseksi onkin tärkeää tarjota kansalaisille riittävästi tietoa palveluista ja mahdollistaa osallistuminen niiden kehittämiseen. Palveluiden asiakaslähtöisyys onkin uudelleen muotoutuvan sosiaali- ja terveystalouden palvelujärjestelmämme kulmakivi.

Vain asiakaslähtöisesti toteutetut palvelut ovat eettisesti kestäviä ja vain asiakaslähtöisten palvelujen kautta voidaan taata palvelujen riittävä vaikuttavuus ja lopulta kustannustehokkuus (Sosiaali- ja terveysministeriö 2018, 8). Palvelu, joka vastaa asiakkaan tarpeisiin on myös kustannustehokas. Palveluiden tulee olla asiakkaille suunnattuja, heidän näköisiin. Tärkeää on, että asiakas kokee tullessa kuulluksi, huomatuksi ja arvostetuksi. Silloin hän palaa saman palvelun käyttäjäksi uudelleenkin. Todellinen asiakasymmärrys perustuu asiakkaan tilanteen ja tarpeiden ymmärtämiseen. Mikäli halutaan olla luomassa ihmisen elämään vaikuttavia ja lisäarvoa tuottavia palveluita, pelkkä tieto ei riitä. (Ahonen 2017, 8) Osallistaminen tuo tietoa, se lisää vuorovaikutusta, innostaa ja sitouttaa. (Manka, Kaikkonen & Nuutinen 2007, 8.)

Nyky-yhteiskunnassa on ollut havaittavissa, että nuorten osallistuminen yhteisten asioiden hoitamiseen ei ole parhaalla mahdollisella tasolla. Vuoden 2012 kuntavaaleissa alle 25-vuotiaista vain 30 % käytti äänioikeuttaan ja vuoden 2015 eduskuntavaaleissa niin teki 47 %. Naiset äänestävät miehiä innokkaammin ja kantaväestöstä äänioikeuttaan käyttää suurempi osa kuin maahanmuuttajista. (Borg & Pirkkala 2017, 11-18.) Tällainen tilanne luo muospaineita osallistumisen tapoihin. Laajapohjainen osallistuminen yhteisten haasteiden, kysymysten ja toiveidenkin ratkaisemiseen synnyttää uusia ja monipuolisia kehittämisideoita ja vahvistaa osallistuneiden kokemusta mahdollisuudesta toimia merkityksellisenä yhteiskunnan jäsenenä. Yhteiskunnalliseen vaikuttamiseen osallistumisesta syrjään jäävien, varsinkin nuorten, osallistumisen vahvistaminen on todettu vaikeaksi tehtäväksi. Tähän on esitetty avuksi teknologian käyttöönottoa. Erityisesti nuorten kohdalla motivaatiota voidaan lisätä pelillisillä ratkaisuilla. (Pitkän aikavälin politiikalla läpi murroksen – tah-tiloja työn tulevaisuudesta 2018, 136.)

Tässä kehittämishankkeessa tavoitteenamme oli toteuttaa pelillinen digiraati 15-29- vuotiaille nuorille. Tarkoituksemme oli kehittää Kansaneläkelaitoksen (Kela) palveluita. Digitaalisten alustojen käytöstä asiakkaiden osallistumisen edistämiseksi on toistaiseksi hyvin vähän kokemuksia (Sosiaali- ja terveysministeriö 2018, 48)., joten asian pilotointi oli mielestämme tärkeää. Kehittämällä selainpohjainen digitaalinen pelillinen asiakasraati, jossa korostuvat digitaalisuus, internet-pohjaisuus, viihdyttävyyys ja sosiaalisuus ovat piirteitä, jotka tukevat marginaaliin jäävien nuorten osallisuutta. Koska digitaalinen pelillisyyys on nuorille sukupolville tuttua, halusimme osallistaa heitä Kelan palveluiden kehittämiseen tässä kehittämishankkeessa toteuttamamme digiraadin avulla. Tämän kehittämishankkeen tuloksia voidaan käyttää niin palveluiden kehittämisen ennakkoinnin tukena kuin 'utopioidenkin' rakentamisessa. (Pitkän aikavälin politiikalla läpi murroksen – tahtotiloja työn tulevaisuudesta 2018, 136.) Lisäksi kysyimme internetkyselyn avulla hankkeeseen osallistuneiden työryhmän jäseniltä, heidän kokemuksiaan tästä digitaalisen asiakasraadin kehittämistyöstä.

2 KEHITTÄMISHANKKEEN LÄHTÖKOHDAT

2.1 Kehittämishankkeen tausta, tavoite ja tarkoitus

Opinnäytetyömme kehittämishanke sai alkunsa keväällä 2018. Työskentelemme molemmat Kelassa ja tuntui luontevalta tehdä opinnäytetyö omalle työnantajalle. Otimme yhteyttä Kelan Asiakkuuksien suunnitteluyksikön esimieheen ja tiedustelimme häneltä mahdollisuutta tehdä opinnäytetyö kyseiselle yksikölle. Hän antoi meille erikoissuunnittelijan yhteystiedot, jonka vastuulla on Kelan asiakasraatitoiminta. Otimme häneen yhteyttä ja pidimme palaverin. Tarve pelilliselle digiraadille on lähtenyt Sipilän hallitusohjelmasta, jonka mukaisesti Kelassa on haluttu kiinnittää huomiota nuorten palveluiden kehittämiseen.

Myös Kelan strategian yhtenä kulmakivenä on erinomaisen asiakaskokemuksen tuottaminen asiakkaille. Hän kertoi, että Kelassa ollaan suunnittelemassa asiakasraatia nuorille, Sipilän hallitusohjelman painopisteiden mukaisesti. Tässä kohtaa meidän kaikkien ajatukset digitaalisen alustan hyödyntämisestä asiakasraatitoiminnassa kohtasivat hyvin. Päätimme yhdessä aloittaa digitaalisen asiakasraadin suunnittelun 15-29- vuotiaille nuorille.

Tämän kehittämishankkeen tavoitteena oli toteuttaa pelillinen digiraati 15-29- vuotiaille nuorille. Digitaalisten palveluiden käyttö mobiililaitteilla, korostuu erityisen voimakkaasti suomalaisten vuoden 1995 jälkeen syntyneiden nuorten keskuudessa (Ruokonen 2016, 36). Eräiden määritelmien mukaan tästä ikäryhmästä voidaan käyttää myös nimitystä Z-sukupolvi, johon kuuluvat kaikki, jotka ovat syntyneet 1990-luvun puolivälin jälkeen. Z-sukupolven määritelmä vaihtelee lähteistä riippuen, sillä sukupolvien väliset rajat ovat häilyvät. (Puttonen 2012.) Koulopoulos ja Keldsen (2014) määrittelevät Z-sukupolven vuosien 1995 ja 2015 syntyneiden välille. Heidän mielestään yhteinen kokemuserusta on ikää tärkeämpi tekijä. (Koulopoulos & Keldsen 2014, 2-3.) Z-sukupolven edustajat ovat todellisia mobiilidiginatiiveja, jotka eivät edes muista aikaa ennen internetiä (Vaikuttajamarkkinoiden ykköset- miten tavoitetaan X-, Y- ja Z-sukupolvi? 2019). Olikin luontevaa, että pelillinen digiraatimme olisi mobiilisti skaalautuva sekä helppokäyttöinen, mutta samanaikaisesti houkutteleva ja riittävän monipuolinen erilaisine toimintoineen.

Tämän olettamuksen mukaan, että kohderyhmämme nuoret olisivat taitavia mobiililaitteiden käyttäjiä, suunnittelimme ja toteutimme pelillisen digiraadin. Digiraadin tarkoituksena oli kehittää Kelan palveluita uudella tavalla. Digiraadin pelin tehtävien vastaukset rajasimme tämän kehittämishankkeen ulkopuolelle, mutta niitä tullaan käyttämään myöhemmin Kelan palveluiden kehittämisessä. Kehittämishankkeemme ohjaaja Kelasta oli koonnut työryhmän, jonka jäsenet osallistuivat tämän kehittämishankkeen työskentelyyn. Työ-

ryhmä oli moniammatillinen ja sen jäsenet olivat Kelan työntekijöitä (Kuvio 1). Työryhmämme koostui meidän lisäksi viidestä jäsenestä, jotka työskentelevät Kelassa eri puolilla Suomea, erilaisissa tehtävissä aina palveluasiantuntijoista asiakkuuspalvelujen erikoissuunnittelijoihin. Mukana oli niin teknisiä asiantuntijoita kuin substanssiosaamisen asiantuntijoitakin. Jäsenillä oli asiantuntemusta nuorten ohjauksesta, asiakaspalvelusta, etuuksista ja kehittämispalveluista. Työryhmän jäsenet osallistuivat hankkeeseen omien töidensä ohella. Internetkyselyn avulla keräsimme työryhmän jäseniltä palautetta heidän kokemuksistaan digiraadin suunnittelun työskentelytavoista ja siitä, miten heidän mielestään digiraadit sopivat Kelan toimintaan.



Kuvio 1. Työryhmän kokoonpano

2.2 Kohdeorganisaatio

Kela on eduskunnan valvonnassa oleva itsenäinen sosiaaliturvalaitos, jolla on oma hallinto ja talous. Kuvion 2. mukaisesti Kelan linjaorganisaatio on organisoitu viiteen tulosyksikköön: Etuuspalvelut, Asiakuuspalvelut, Tietopalvelut ja IT-palvelut sekä Yhteiset palvelut. Tulosyksiköiden lisäksi pääjohtajan alaisuudessa toimii Sisäinen tarkastus sekä kaksi toiminnallista yksikköä: Johdon tukiyksikkö ja Viestintäyksikkö. Etuuspalvelujen tulosyksikkö on organisoitu viiteen vakuutuspiiriin, jotka vastaavat etuushakemusten ratkaisemisesta sekä tekevät ehdotuksia etuuslainsäädännön kehittämiseksi. Asiakuuspalvelujen tulosyksikkö vastaa asiakaspalvelusta kaikissa palvelukanavissa sekä asiakkaiden neuvonnasta ja ohjauksesta. Tulosyksikköön kuuluu kuusi alueellista asiakaspalveluyksikköä sekä Yhteyskeskus, joka vastaa Kelan asiakkaiden puhelinpalvelusta ja Asiakkuuksien suunnitteluyksikkö. Tietopalvelujen tulosyksikkö vastaa tietovarantojen keräämisen,

jalostamisen ja hyödyntämisen palveluista ja tuotteista sekä Kanta-palveluista. Lisäksi tietopalvelujen tulosityksikkö kehittää ko. palveluita ja tuotteita Kelan sisäisille sekä ulkoisille asiakkaille. IT-palvelujen tulosityksikkö vastaa IT-kehittämisen-, ylläpito- ja tuotantopalvelujen tuottamisesta Kelalle sekä Kelan tulosityksiköiden ja toiminnallisten yksiköiden tekemien sopimusten mukaisille toimijoille. Yhteisten palvelujen tulosityksikkö vastaa esimerkiksi Kelan henkilöstö-, hankinta-, käänös- ja talouspalveluista. Perintäasioita hoitava Perintäkeskus kuuluu tähän tulosityksikköön. Sisäinen tarkastus toimii pääjohtajan alaisena toimintayksikkönä. Johdon tukiyksikkö tukee Kelan johtoa. Se vastaa esimerkiksi johtamisen palveluista, jotka edistävät Kelan strategian toteuttamista. Viestintäyksikkö vastaa asiakas-, media- ja työyhteisöviestinnästä. (Kela Tulosityksiköt, 2019.)



Kuvio 2. Kelan organisaatio 1.4.2019. (Kelan organisaatio, 2019)

Asiakkuuspalvelujen tulosityksikkö vastaa laadukkaasta ja vaivattomasta asiakaspalvelusta kaikissa palvelukanavissa ja asiakkaiden neuvonnasta ja ohjauksesta asiakkaiden tarpeiden mukaisesti. Asiakkuuspalvelujen toiminnalliset kokonaisuudet ovat Asiakkuuksien johtaminen ja kehittäminen, Palvelun johtaminen ja kehittäminen, Asiakaspalvelu eri palvelukanavissa ja asiointitavoissa sekä Asiakas- ja kumppaniviestintä asiakkaille ja sidosryhmille. Asiakasraadit ovat Asiakkuuspalvelujen tulosityksikön vastuulla ja ne tuottavat tietoja

Etuuspalvelujen sekä IT- palvelujen tulosityksikköön. Asiakasraadit ovat osa Kelan strategista tavoitetta tuottaa erinomaista asiakaskokemusta ottamalla asiakkaat mukaan kehitysprosesseihin. (Kela Asiakkuuspalvelujen tulosityksikkö, 2019.)

3 KEHITTÄMISHANKKEEN TIETOPERUSTA

3.1 Asiakslähtöinen palvelujen kehittäminen

Asiakkaan asema hyvinvointipalvelujen järjestelmässä on murrosvaiheessa, asiakas on noussut uudella tavalla yhdeksi tärkeimmistä keskustelujen aiheista. Yhä enemmän puhutaan asiakkaan tarpeista lähtevistä palveluista, asiakslähtöisyydestä, asiakkaiden osallistumisesta ja heidän kumppanuudestaan. (Laitinen & Pohjola 2010, 71.) Kielitoimiston sanakirjan mukaan asiakslähtöinen tarkoittaa asiakkaiden toiveista ja tarpeista lähtevää, asiakkaat huomioon ottavaa (MOT Kielitoimiston sanakirja, 2019). Lammi (2010) toteaa, että voidaksemme tyydyttää asiakkaiden tarpeet parhaalla mahdollisella tavalla, tarvitsemme tietoa asiakkaista ja heidän tarpeistaan sekä toimintaympäristöstä. Toiminnan tavoitteena on asiakkaan tarpeiden tyydyttäminen, asiakastyytyväisyys. Palveluita tulisivat kehittää asiakkaan tarpeita vastaaviksi sen sijaan, että yritetään sovittaa asiakkaat mukautumaan tarjottaviin palveluihin. (Lammi 2010, 206-207.) Myös Pohjola (2010) toteaa, että hyvinvointipalveluiden alueella tarvitaan uudenlaista asiakslähtöistä palvelumuotoilua. Se merkitsee asiakkaiden tasaveroista osallisuutta ja heidän asiantuntemuksensa käyttöä palveluiden suunnittelussa. (Laitinen & Pohjola 2010, 73.)

Sosiaali- ja terveydenhuollon lainsäädäntö sekä kansalliset strategiat painottavat asiakslähtöisyyttä ja asiakkaan osallistamista oman terveytensä ja hyvinvointinsa edistämiseksi (Jauhiainen, Sihvo, Ikonen & Rytönen 2014, 71). Asiakslähtöisessä kehittämisessä on tärkeää asiakkaan palvelujen sisältöjen ja toimintatapojen parantaminen. Yhteisymmärryksen muodostuminen edellyttää palveluntarjoajalta tietoa asiakkaista sekä heidän tarpeistaan. Näin voidaan muodostaa asiakasymmärrys, jota voidaan hyödyntää palvelukehittämisen pohjana. Asiakasymmärrys on jalostettua asiakastietoa, joka on myös tilannesidonnaista. Sosiaali- ja terveyssektorilla asiakasymmärryksen tulee käsittää niin asiakkaan toimintaympäristön kuin elämänhallinnan tarkastelua. Lisäksi tulee huomata, että jokainen asiakas on osa laajempaa yhteisöä ja kokonaisuutta, vaikka hänet kohdataankin omana yksilönään. (Virtanen ym. 2011, 18.)

Organisaation substanssiosaamisen ja digitalisaatiota koskevan ymmärryksen yhdistämisessä on kyse siitä, miten osaamista kehitetään asiakslähtöisyyteen, perinteisten toimintatapojen kyseenalaistamiseen, innovointiin sekä kokeiluhalukkuuteen. Asiakslähtöisen toiminnan kehittäminen digitaalisessa toimintaympäristössä edellyttää jokaiselta tiettyä perusosaamista. Tähän kuuluu kyky työskennellä verkostomaisesti yli sektorirajojen tietoa hyödyntäen sekä ymmärrys digitalisaation vaikutuksista asiakkaisiin, toimintaan ja omiin

työtehtäviin. Digitalisaatio edellyttää riittävää tietoteknistä perusosaamista, mutta sen lisäksi kaivataan kykyä sietää epävarmuutta ja ottaa riskejä. Digitalisaation periaatteiden mukaisesti asiakas voi olla aktiivinen ja osaava toimija palvelujen suunnittelussa, kehittämisessä ja toteuttamisessa. Prosessien digitalisointi kytkeytyy ihmisten elämäntilanteisiin. Ihmisen elämässä tapahtuvat muutokset vaikuttavat ihmistä koskeviin päätöksiin ja toimenpiteisiin. On luotettava siihen, että ihminen itse on hänelle tärkeiden palvelujen kehittämisen osaaja. (Pellikka 2017, 735.) Ottamalla asiakkaat huomioon ja osallistamalla heitä palvelutuotannon suunnitteluun, voidaan rakentaa aidoista palvelutarpeista lähteviä palvelukokonaisuuksia. Palveluiden järjestämisessä on tärkeää, että ne järjestetään niin asiakkaan kuin organisaation kannalta toimiviksi ja kestäviksi. Palvelutoiminta voidaan nähdä asiakaslähtöisenä, kun lähdetään liikkeelle myös asiakkaan esittämistä kysymyksistä ja käydään vuoropuhelua palveluntuottajan ja asiakkaan kesken. (Stenvall & Virtanen 2012, 188-90.)

3.2 Asiakkaiden osallistaminen ja asiakasosallisuus

Osallisuudella tarkoitetaan sitä, että ihminen tuntee kuuluvansa yhteisöön ja yhteiskuntaan ja, että hän voi vaikuttaa itseään ja ympäristöään koskeviin asioihin. Osallisuus rakentuu ja muuttuu resurssien, tarpeiden ja toimijuuden edellytysten mukaan. Siihen liittyy oikeus saada itseään koskevaa tietoa suunnitelmista, päätöksistä ja toimenpiteistä, mahdollisuus ilmaista mielipiteensä ja vaikuttaa terveyttä ja hyvinvointia määrittäviin tekijöihin. (Sosiaali- ja terveysministeriö 2018, 10.) Jotta asioihin pystyy vaikuttamaan, pitää tietoa olla saatavilla ja mahdollisuus osallistua asioiden käsittelyyn. Kasvi (2017) toteaaakin, että digitaalisessa demokratiassa jokainen joutuu osaltaan päättämään, mistä asioista haluaa ottaa henkilökohtaisesti selvää ja vaikuttaa. Myös se, että ei osallistu julkiseen keskusteluun ja yhteiseen päätöksentekoon, on päätös, poliittinen teko. Digitalisaatio tarjoaa kuitenkin mahdollisuuksia vaikuttaa suuristakin kysymyksistä tehtäviin päätöksiin, silloin kun ne ovat henkilökohtaisesti kiinnostavia. (Kasvi 2017, 501-502.)

Asiakasosallisuus voidaan määritellä seuraavasti: Sosiaali- ja terveydenhuollon palveluja käyttävien henkilöiden, asiakkaiden ja asiakasryhmien, vaikuttaminen ja osallistuminen palvelujen suunnitteluun, kehittämiseen ja arviointiin eri tavoin ja eri vaiheessa. Asiakasosallisuudella on erilaisia tasoja. Osallisuus toteutuessaan voi olla esimerkiksi pienimuotoista aktiivisuutta asioihin vaikuttamisessa. Pisimmälle vietynä asiakasosallisuus on toimintaa ammattilaisten ja asiantuntijoiden rinnalla. Tähän väliin mahtuu lukuisa määrä erilaisia osallisuuden variaatioita. Asiakasosallisuus on arvokasta sinällään, mutta se on myös keino yhdenvertaisten ja vaikuttavien palvelujen kehittämiseen. (Sosiaali- ja terveysministeriö 2018, 11.)

Asiakkuus ja sen tarpeet sosiaali- ja terveystalvueluissa vaihtelevat eri elämäntaaren vaiheissa, mikä luo omat haasteensa palveluiden kehittämislle (Hyppönen ym. 2011, 38-39). Asiakkaiden asema elää nyt murrosvaihetta, ja heidän osallistumisensa palveluiden kehittämiseen tulee nousemaan keskeiseksi tekijäksi tulevaisuuden sosiaali- ja terveystalvueluissa. Asiakkaita halutaan enenevässä määrin mukaan tiedon tuottamiseen sekä palveluiden suunnittelu- toteutus ja arviointivaiheisiin. Lisäksi asiakkaan roolin halutaan muuttuvan palvelujen vastaanottajasta lähemmäksi kokemusasiantuntijuutta. (Toikko 2012, 148–149.)

3.3 Asiakasraadit

Asiakasraaditn tarkoituksena on asiakkaan tai käyttäjän näkemysten kuuleminen ja huomiointaminen toiminnan suunnittelussa ja ohjauksessa päätöksenteon tueksi (Innokylä 2018). Ihminen pitääkin nähdä ihmisenä, joka on luova, parhaansa yrittävä ja joka ansaitsee luottamuksen (Manka 2006, 13). Asiakasraati toimii aktiivisena kehittämiskumppanina pelkän informanttiroolin sijaan. Tyypillisesti asiakasraadissa on 10-20 henkilöä. Raatilaiset voivat olla nykyisiä tai potentiaalisia asiakkaita tai käyttäjiä, joille luodaan vapaa keskustelufoorumi. Asiakasraaditn vetäjien tehtävänä on ennalta suunniteltujen teemojen puitteissa johdatella keskustelua ja dokumentoida keskustelun kulku mahdollisimman tarkasti. (Innokylä 2018.)

Kelan asiakasraatien toiminta alkoi vuonna 2007 eläkeasioiden ja opiskelijoiden asiakasraadeilla. Asiakasraatien tavoitteena on saada tietoa asiakkaiden näkemyksistä ja tarpeista, jotta Kela voi kehittää toimintaansa. Lisäksi tavoitteena on lisätä vuorovaikutusta asiakkaiden ja Kelan välillä. Johtaja Helena Pesolan aloitteesta käynnistettyjen raatien tavoitteena on saada asiakkaiden ääni ja näkemykset entistä paremmin kuuluviin. Asiakasraati onkin vuorovaikutteinen osallistavan menetelmän toimintamalli, jonka avulla palveluista ja niiden toimivuudesta saadaan palveluiden käyttäjiltä täsmällistä tietoa. Asiakasraatien laadullinen asiakastieto täydentää Kelassa runsaasti tuotettavaa numeerista dataa. Vuosittain kokoontuu kymmenkunta asiakasraatia erilaisten teemojen ympärillä. Niiden osallistajat edustavat henkilö-, työnantaja tai yhteistyökumppaniasiakkaita. Samasta teemasta voidaan järjestää 1–3 raatia vuodessa. Tätä tietoa voidaan hyödyntää palveluiden suunnittelussa, toteutuksessa ja arvioinnissa. (Kela 2018.) Tässä hankkeessa toteutettava digitaalinen asiakasraati ei korvaa muita osallistumisen menetelmiä, vaan myös kasvokkain tapahtuvaa kehittämistoimintaa tarvitaan jatkossakin (Sosiaali- ja terveystalvueluministeriö 2018, 48).

Asiakaskuuntelun menetelmänä asiakasraati soveltuu asiakaspalautteen (esim. käyttäjäkokemukset) keräämiseen, palveluiden ja tuotteiden kehittämiseen ja uusien ideoiden synnyttämiseen tai testaamiseen valitulla asiakas-/käyttäjäsegmentillä. Menetelmää voidaan soveltaa toiminnan kehittämisessä asiakaspalautteen avulla. Asiakasraati on vuorovaikutteinen toimintamalli ja palautejärjestelmä, jonka avulla voidaan saada täsmällistä tietoa rajatulta asiakas- tai käyttäjäkohderyhmältä. Asiakasraati on ollut lähtökohtaisesti palautejärjestelmä, mutta luonteensa vuoksi sen avulla voidaan saavuttaa monia muitakin hyötyjä ja tavoitteita. (Innokylä 2018.)

3.4 Asiakaskokemus

Suomalaisessa sosiaali- ja terveystalouden palvelujärjestelmässä asiakasnäkökulma on ollut historiallisesti pitkään näkymätön etuuskien, säädöskien, palvelujen ja järjestelmän ollessa keskiössä. Asiakasnäkökulma palveluiden kehittämisessä otettiin Suomessa käsittelyyn vasta 1970–80 –lukujen vaihteessa, jolloin painopiste siirtyi keskitetystä byrokratiasta hallinnon asiakaspalveluiden kehittämiseen. (Pohjola 2010, 19.) Nykypäivänä asiakaskokemus on noussut tärkeään rooliin sosiaali- ja terveydenhuoltoalalla. Asiakkaita halutaan ottaa mukaan palvelujen kehittämiseen. (Sosiaali- ja terveysministeriö 2018, 45.)

Asiakaskokemus voidaan jakaa kolmeen tasoon: toimintaan, tunteisiin ja merkityksiin. Toiminnan taso määritellään prosessien sujuvuutena, palvelun saavutettavuutena, palvelun kykyä vastata asiakkaan toiminnallisiin tarpeisiin sekä palvelun käytettävyytenä, hahmotettavuutena että tehokkuutena. Menestyvässä palvelussa toiminnallisen tason vaatimukset ovat täyttyneet. Asiakaskokemuksen tunnetaso tarkoittaa henkilökohtaisia tuntemuksia ja kokemuksia, joita asiakkaalle syntyy. Kokemukseen liittyvät merkitykset ja mielikuvat muodostavat asiakaskokemuksen merkitystason. (Tuulaniemi 2013, 74-75.) Mikäli halutaan olla luomassa ihmisen elämään vaikuttavia ja lisäarvoa tuottavia palveluita, pelkkä tieto ei riitä. Palveluiden tulee olla asiakkaille suunnattuja, heidän näköisiään. Tärkeää on, että asiakas kokee tullessa kuulluksi, huomatuksi ja arvostetuksi, Silloin hän palaa saman palvelun käyttäjäksi uudelleenkin. Palvelu, joka vastaa asiakkaan tarpeisiin on myös kustannustehokas. (Ahonen 2017, 8.)

Asiakaslähtöiset toimintamallit lisäävät palveluiden kustannustehokkuutta ja myös asiakkaiden ja työntekijöiden tyytyväisyyttä. Vaikka asiakkaan merkitys on sosiaali- ja terveyspalveluissakin tunnustettu, on asiakaslähtöisyyttä usein luotu ja määritelty palveluntuottajan tarpeista käsin. Organisaation kannalta kehittämisen keskiössä ovat olleet järjestelmät ja mallit, kun taas asiakkaan näkökulmasta katsottuna keskiössä on se, kuinka hyvin palvelu vastaa yksilöllisiin tarpeisiin ja palvelukokemuksiin. (Virtanen, Suoheimo, Lammimäki, Ahonen & Suokas 2011, 13.) Julkishallinnon palvelujen kehittämisen tavoitteena tulisi olla

digitalisoinnin ja kansalaisten digitaalisten palvelujen käytön ensisijaisuus, periaate digital first, kansalaisten erilaiset taustat huomioiden. Näin saadaan mahdollisimman suuri hyöty. (Mattila 2017, 766.) Stenvall ja Virtanen (2012) näkevät sosiaali- ja terveystalouden organisaatioiden kehittämisen monitoimijaisena kehittämisprosessina, jota voidaan uudistaa eri toimijoiden kuten palvelun tuottajien, käyttäjien, tulosten hyödyntäjien tai kehittäjien kautta. Heidän mukaansa kehittämistyön kolmiosaisen tulkintakehyksen muodostavat asiakas-, työntekijä- sekä järjestelmälähtöinen kehittäminen, joista kukin voidaan nähdä toistaan täydentävänä. (Stenvall & Virtanen 2012, 102–105.)

Perinteisessä ajattelussa asiakkaat nähdään viestinnän kohteina, palveluiden käyttäjinä, tuotteiden ostajina ja maksajina. Roolin laajentuessa asiakkaat voivat toimia niin palveluntuottajina kuin asiakaspalvelijoina verkkoyhteisöissä. Sosiaalisen median tai blogien kautta asiakkaat voidaan nähdä myös markkinoijina tai sisällöntuottajina. Asiakkaiden osallistaminen on nykyisin tärkeä tuote- ja palvelukehityksen keino. Tällöin asiakkaat voivat toimia tuotteiden ja palvelujen kehittäjän roolissa. Asiakkaiden mielipiteillä ja tykkäyksillä on sosiaalisessa mediassa painoarvoa. Asiakas voikin tarkoituksella tai tahtomattaan toimia arvostelijan tai vahingoittajan roolissa. (Ilmarinen & Koskela 2015, 178-179.)

Asiakaskokemuksen mittaaminen käytännössä on vaikeaa. Fileniuksen (2015) mukaan asiakaskokemus on subjektiivinen tunnetila, joka liittyy tiettyyn hetkeen. Toimintaa kehitettäessä on asiakaskokemuksen tasoa arvioitava ja tunnistettava ne osa-alueet, joilla toimintaa voidaan parantaa. Asiakaskokemuksen mittaamiselle voidaankin asettaa tavoitteet, joita ovat palvelun nykytilan, kehittämiskohteiden ja asioimisen esteiden tunnistaminen. Tavoitteena voi olla myös pyrkimys osoittaa kehitys aikaisempaan tilanteeseen verrattuna, verrata palvelua kilpailijoihin tai auttaa yrityksen johtoa päätöksenteossa. (Filenius 2015, 122-123.)

3.5 Digitaalinen asiakaskokemus

Teknologia tulee muuttamaan meidän kaikkien tapaan toimia, niin kuluttajina kuin kansalaisinakin. Tapamme kommunikoida ja etsiä tietoa ja hyödyntää organisaatioiden tarjoamia palveluja tulee muuttamaan. Yhä useamman palvelun odotetaan hoituvan verkossa, prosessien ollessa automatisoituja. Datan avulla palvelusta tulee myös personoidumpaa. (Gerdt & Eskelinen 2018, 9.) Kun käyttäjä hyödyntää mitä tahansa päätelaitetta, johon palvelu on tuotettu digitaalisesti, suorittaakseen halutun operaation tai osan siitä, syntyy digitaalinen asiakaskokemus (Filenius 2015, 30).

Digitaalinen muutos määrittää työtapojen, roolien ja liiketoimintamahdollisuuksien muutoksena, joka johtuu digitaalisten teknologioiden käyttöönotosta. Prosessitasolla muutos

näkyä uusien digitaalisten työkalujen käyttöönottona ja toiminnan virtaviivaistamisena ma-
nuaalisia vaiheita vähentämällä. Kun organisaatio tarjoaa uusia palveluja tai olemassa
olevia palveluja uusin tavoin, ja hylkää vanhentuneet käytännöt, näkyä muutos organisaatiossa.
Liiketoimintatasolla digitaalinen muutos näkyä roolien muuttumisena ja uusina
arvoketjuina. Yhteiskuntatason muutoksesta puhutaan, kun muutos johtaa yhteiskunnan
rakenteiden muuttumiseen ja työn tyyppien muuttumiseen. (Kääriäinen, Parviainen, Tep-
pola & Tihinen 2016, 64.)

Digitaalisen asiakaskokemuksen ytimessä on yrityksen kyky tuottaa, kerätä, jäsentää, hal-
linnoida ja uudelleen käyttää tietoa (Gerdt & Eskelinen 2018, 20). Teknologian kehitty-
misestä huolimatta, asiakaskokemuksen kehittämisen peruselementit ovat edelleen ole-
massa. Onnistunut digitaalinen asiakaskokemus syntyy, kun asiakkaan tarve on ymmär-
retty oikein, prosessit tukevat asiakastarpeen toteuttamista, järjestelmät tukevat proses-
seja ja verkkopalvelun käytettävyys ilmentää jälleen asiakkaan käyttäytymisen ymmär-
rystä. (Filenius 2015, 30.) Uusia teknologioita hyödyntäen asiakaskokemuksen kehittämi-
nen vaatii rohkeutta sekä virheidensietokykyä. Asiakaskokemuksen kehittäminen pitääkin
nähdä jatkumona, joka koostuu asiakaspolun eri vaiheista ja niitä kehittävästä projekteista.
Lopulta tämä jatkumo muodostaa koko toiminnon. (Gerdt & Eskelinen 2018, 38.)

Gerdtin ja Eskelisen (2018) mukaan digiajan asiakaskokemuksen kehittämisessä korostuu
neljä teemaa. Niitä ovat palvelun nopeus, personointi, käyttäjäystävällisyys sekä teknolo-
giaympäristö, joka toimii pohjana ja tukee muita osa-alueita. Reaaliaikaisessa palvelussa
korostuu palvelun nopeus. Palvelujen reaaliaikaisuus ja niiden saatavuus niitä tarvittaessa
ovat tärkeitä vaatimuksia, lisäksi niiden odotetaan olevan suurilta osin automatisoituja.
Koska henkilökohtaisuus korostuu asiakaskokemuksessa, tulee personointiin kiinnittää
entistä enemmän huomiota. (Gerdt & Eskelinen 2018, 57.) Uutta asiakasarvoa palvelui-
den käyttäjille digitalisaatio voi luoda siirryttäessä aidosti personoituun ja integroituun pal-
veluun (Hagros 2017, 703). Digiaikana tiedon löydettävyys, tavoitettavuus ja helppokäyt-
töisyys korostuvat, siksi käytettävyyteen on panostettava (Gerdt & Eskelinen 2018, 57).
Käytettävyyden vaatimukset ovat erilaiset kuluttajien arjessa kuin esimerkiksi toimistoym-
päristössä. Kuluttaja voi äänestää jaloillaan kohdatessaan huonosti toteutettuja sovelluk-
sia. Käyttökokemus on hyvin henkilökohtainen ja se muuttuu ajan saatossa. (Filenius
2015, 29.)

3.6 Pelillistäminen eli gamification

Viime vuosina ohjelmistosuunnittelussa pelillisuus on noussut huomattavaksi kehityssuun-
naksi. Viimeisimpänä trendinä on pelin muuntaminen hyödylliseen muotoon. Pelien avulla

opetetaan, selvennetään tai tuetaan erilaisia pyrkimyksiä. Tätä digitaalisen kulttuurin trendiä kutsutaan pelillistämiseksi; gamification. (Ängeslevä 2014, 52.) Deterding ym. (2011) ovat määritelleet termin artikkelissaan From Game Design Elements to Gamefulness: Defining 'Gamification' seuraavasti:

Pelillistäminen on pelisuunnitteluelementtien käyttöä muussa kuin ei-pelillisissä konteksteissa (Deterding ym. 2011, 10).

Huotari ja Hamari (2012) ovat taas ehdottaneet termin määrittelyssä artikkelissaan Defining Gamification – A Service Marketing Perspective seuraavaa:

systemisen ymmärryksen sijasta painotettaisiin pelien ja pelillistämisen kokemuksesta luonnetta (Huotari & Hamari 2012, 17).

Termin määrittelyssä Huotari ja Hamari (2012) korostavat pelillistämisen roolia herättämässä samanlaisia psykologisia kokemuksia kuin pelit yleensä tekevät. Deterding ym. (2011) toisaalta painottavat, että pelillistämässä on suoraan kyse 'pelielementtien' toteutamisesta ei-pelillisiin konteksteihin. (Hamari 2015, 7.) Määritelmät poikkeavat toisistaan siinä kohdassa, jossa 'pelattavuus' ilmenee. Deterding ym. (2011) ehdottavat, että pelattavuus sijaitsee järjestelmäsunnittelussa, Huotari ja Hamari (2012) toisaalta toteavat, että pelattavuus ilmenee psykologisista seurauksista, jotka johtuvat pelijärjestelmän käytöstä. Määritelmät eroavat toisistaan myös pelaamisen tavoitteiden muotoilussa. Deterding ym. (2011) eivät nimenomaisesti mainitse pelaamisen tavoitetta, mutta Huotari ja Hamari (2012) tarkoittavat, että pelaamisen tavoitteena on vedota pelaamisen lisäetuihin, muutoksina käyttäjien psykologisissa tiloissa ja käyttäytymisessä. (Hamari 2015, 7.)

Hamari (2015) toteaa väitöskirjassaan Gamification: Motivations & Effects, että tietojärjestelmä alalla on perinteisesti jaettu järjestelmiä joko utilitaristisiin tai hedonistisiin järjestelmiin (Hamari 2015, 3). Utilitarismi määritellään Tieteen termipankin (2019) mukaan seuraavasti:

normatiivisen etiikan näkemys, jonka mukaan teko on moraalisesti oikein, jos ja vain jos se tuottaa ainakin yhtä paljon hyvää kaikille niille, joihin teko vaikuttaa kuin mikä tahansa vaihtoehtoinen teko jonka henkilö voisi tehdä (Tieteen termipankki 2019, Utilitarismi).

Hedonismi taas määritellään Tieteen termipankin (2019) mukaan seuraavasti:

Hedonismi on näkemys, jonka mukaan nautinto on eettisesti korkein arvo tai arvo sinänsä (Tieteen termipankki 2019, Hedonismi).

Tämän jaon ydinajatuksena on, että jotkin järjestelmät ovat luonteeltaan puhtaasti utilitaristisia ja jotkut ovat itsetarkoitettuja. Viime vuosina tietojärjestelmien suunnittelua on käytetty kasvavassa määrin motivaatio tarkoituksiin, toisin sanoen järjestelmäsuunnittelussa käytetään menetelmänä hedonistista tai motivoivaa suunnittelua järjestelmien ja toimintojen hyödyllisyyden lisäämiseksi. Tässä keskeisenä ajatuksena on, että mitä nautittavampi tai motivoivampi järjestelmä tai sen toiminta on, sitä hyödyllisempi se on. Tällöin käyttäjän odotetaan olevan halukkaampi lisäämään siihen liittyvien toimintojen määrää ja laatua. (Hamari 2015, 5.)

Hamarin (2015) mukaan, ei ole olemassa mitään tiukasti tunnistettavissa olevaa järjestelmäelementtijoukkoa, jotka olisivat ominaisia vain peleille. Useimmat mekaniikat, jotka on yhdistetty peleihin, voivat esiintyä myös ei-pelillisissä järjestelmissä. (Hamari 2015, 8.) Kuitenkin pelillistämisen keskiössä on oletus, että pisteillä, pienillä palkinnoilla ja saavutuksilla kannustetaan ja motivoidaan tietyn tehtävän suorittamiseen. Pelillistäminen on asiallisten, tärkeiden ja vakavien työasioiden tekemistä eri tavalla houkuttelevammaksi ja helpommaksi käsittää. Hyötypelisovellukset ohjaavat pelaajan suoraviivaisesti tekemään määrätyn toimen onnistuneesti, siksi yllätyksellisyys ja sitä kautta positiivisen palautteen kokeminen korostuvat harvemmin pelillistetyissä sovelluksissa. (Ängeslevä 2014, 52-53.) Pelillisyydellä pyritään lisäämään käyttäjien motivaatiota teknologiaa kohtaa ja sitä kautta lisäämään näiden aktiviteettien määrää ja laatua. Samalla kun myönteiset asenteet pelillisyyttä kohtaan kasvavat, ymmärrys sen hyödyntämisestä on vielä vasta syntymässä. (Morschheuser, Hassan, Werder & Hamari 2018, 219.)

Vaikka idea asioiden mielekkääksi tekemisestä onkin helposti ymmärrettävä, on pelillistäminen terminä haastava. Sen ensimmäisenä ongelmana ovat pelit itse. (Ängeslevä 2014, 53-54.) Sana 'peli' voi vihjata kyseessä olevan vähäarvoinen ajanviettotapa. Siksi koulutuspuolella usein puhutaankin niin sanotuista vakavista peleistä (serious games). Pelin vakavuus ei kuitenkaan tarkoita, etteikö peli voisi olla myös viihdyttävä. Vastaavasti viihdekäyttöön tehdyillä peleillä voidaan opettaa hyvinkin vaativia asioita. (Harviainen 2012, 99.) Opetuksessa pelejä on käytetty jo pitkään ja hyötypelisovellukset ovatkin opetuksessa ja terveysteknologiassa pisimmällä (Pitkän aikavälin politiikalla läpi murroksen – tahtotiloja työn tulevaisuudesta 2018, 139).

Digitaalinen pelillisuus on nuorille tuttua, mutta he eivät kuitenkaan ole yhtenäinen ryhmä pelaajinakaan. Pelitutkimuksessa on havaittu, että erilaiset peligenret houkuttelevat pelaajia erilaisista yhteiskunnallisista ryhmistä. Pelillisiä piirteitä rakennettaessa nämä seikat on

hyvä ottaa huomioon. Pelien tulee siis sisältää erilaisia tasoja, genrejä ja osioita. Pelit voivat sisältää toisistaan poikkeavia osioita, jotka todennäköisesti houkuttelevat erilaisia osallistujaryhmiä. (Berry & Coavoux 2014, 8.) Pelien suunnittelussa täytyy huomioida viihteellisuuden ja opetuksellisuuden tasapaino, näin pelaajan oppimismotivaatio säilyy. Lisäksi se motivoi pelaajia omatoimiseen oppimiseen ja tiedonhankintaan sekä jatkamaan aiheen käsittelyä pelin ulkopuolella. (Harviainen 2012, 100.) Säännöistä ja säännönmukaisuuksista irtautuminen, kokemukseen uppoutuminen ja luovan ilmaisun tunne jäävät pelillisissä ratkaisuissa usein toteutumatta. Tämä johtaa pelaajien motivaation hiipumiseen. (Ängeslevä 2014, 54-55.) Pelaajien mielenkiinnon ja motivaation ylläpitämisessä voidaan hyödyntää pelillisiä piirteitä. Pelit kannustavat ennakoimaan, pohtimaan vaihtoehtoisia ratkaisuja ja seuraamuksia näistä ratkaisuista. Pelaaminen myös aktivoi päätöksentekoa ja edellyttää yksilöistä lähtevää aktiivisuutta. (Ängeslevä 2014, 30-31.)

Roolipelipohjaisella lähestymistavalla on selkeitä hyötyjä yrityksille ja yhteisöille, kunhan niitä osataan soveltaa oikein (Harviainen 2012, 99). Roolien käyttö kehittämispeleissä tuottaa tuloksia, joita muut kehittämismuodot eivät välttämättä tuota. Tämä johtuu siitä, että rooliensa kautta pelin osallistujat omaksuvat uusia perspektiivejä ja tehtävänantoja. Pelaaminen on toimintamuoto, joka houkuttelee monia, mutta ei välttämättä kaikkia, helposti osallistumaan ja panostamaan yhteisesti koettuun peliin. Roolit mahdollistavat osallistujien turvallisen, vaikka oudoiltakin tuntuvien ratkaisumallien kokeilemisen. Hahmojen on kuitenkin oltava riittävän voimakkaasti pelaajistaan poikkeavia. Roolipelit sallivat osallistujiansa toimia ilman, että hahmoista tehdään oletuksia pelaajan pohjalta. Myöskään pelaajasta ei tehdä oletuksia hahmon pohjalta. Näistä jälkimmäinen on erityisen tärkeä palvelunkehitykseen suunnitelluissa peleissä. Palaute, joka saadaan pelien fiktiivisten henkilöhahmojen kautta, ei ole aina positiivista. Huolellinen valmistelu ja kiinnostavat hahmot lisäävät pelien mielekkyyttä ja houkuttelevuutta. Palvelunkehittämisspelit nivoutuvat optimaalisesti yrityksen tai yhteisön toimenkuvaan, mutta se ei välttämättä. Pelin kautta havaitut asiat on kuitenkin ankkuroitava käytäntöön. (Harviainen 2012, 101-102.) Tuloksilla sekä nyt dokumentoiduista käytännön kokeiluista, että tulevista, on mahdollista kehittää organisaatioiden käyttöön suunniteltuja roolipelejä yhä paremmin kutakin tavoitetta vastaaviksi (Harviainen 2012, 104).

On totta, että pelit ovat paketoitua viihdettä, mutta ne ovat myös kaikille tuttu vuorovaikutustapa ja motivaatiomalli, oli pelaamisen lähtökohta sitten digitaalinen tai ei (Ängeslevä 2014, 26). Muuttamalla normaalia tapaa toimia epänormaaliksi ja jännittäväksi saa ihmiset kyseenalaistamaan totuttuja asioita ja ajattelemaan uudella tavalla. Pelillisuus ja pelimekaniikat luovat helpon ja kannustavan mahdollisuuden siirtää ajattelu laatikon ulkopuolelle,

luovasti ja uutta kokeillen. Pelirakenteiden mielekkäillä ja motivoivilla keinoilla olennaiseen tietosisältöön saadaan kunnon ote ja informaatiosta tehdään helpommin lähestyttävää ja ihmisten omista lähtökohdista kätevimmin tulkittavaa. Pelirakenteet tarjoavat mahdollisuuden oivalluksiin ja ratkaisujen löytämiseen ennalta arvaamattomin keinoin. (Ängeslevä 2014, 57.)

Tyypillisesti hyötypelisovelluksissa pyritään lisäämään käyttäjän motivaatiota esimerkiksi pisteillä, tulostaulukoilla, merkeillä, edistymistä osoittavilla tasoilla, tarinoilla, teemoilla, maaleilla, palautteella sekä haasteilla. Usein pyritään myös yksinkertaistamaan monimutkaisuutta ja havainnollistamaan syy-seuraus-suhteita monikanavaista viestintää hyödyntäen. Puhutaankin motivaatioergonomiasta. Innostamalla ja tukemalla käyttämään erilaisia palveluja lisätään käyttäjän aktiivisuutta, motivaatiota, sosiaalista vuorovaikutusta ja toimien laadua ja tuottavuutta. (Pitkän aikavälin politiikalla läpi murroksen – tahtotiloja työn tulevaisuudesta 2018, 139: Ängeslevä 2014, 27.) Peli merkitsee toimintatapaa, jolla yksilöt motivoidaan. Pelien hyödyntäminen tarkoittaa pelien rakenteiden ja vuorovaikutusratkaisujen soveltamista kekseliäin tavoin uusissa asiayhteyksissä. (Ängeslevä 2014, 57.)

3.7 Osallistaminen pelien avulla

Digitaalisilla alustoilla tapahtuvalla osallistumisella olisi oltava suora kytkös ensinnäkin osallistujien arkielämään ja toisaalta yhteiset tuotokset tulisi kytkeä päätöksentekoon ja sieltä takaisinkytkentänä arkeen. Osallistumisella olisi siis oltava konkreettista merkitystä, joka näkyisi osallistujien arjessa. Osallistumisprosessin tulisi liittyä merkityksellisin tavoin osallistujien kulttuuriin ja arkeen. Osallistumisen tulisi olla epämuodollisiin ja joustaviin menetelmiin perustuvaa, luovuutta suosivaa ja hauskaa. Niiden tulisi olla myös vuorovaikutuksellisia ja viihdyttäviä sekä tuottaa uusia, erilaisia kokemuksia. (Pitkän aikavälin politiikalla läpi murroksen – tahtotiloja työn tulevaisuudesta 2018, 138.) Osallistumismahdollisuuksiin tulee kiinnittää huomiota koko prosessin ajan. Olisi hyvä myös pohtia voidaanko kohderyhmä ottaa mukaan jo sovelluksen kehittämävaiheeseen. Lisäksi on myös kiinnitettävä huomiota osallistumismahdollisuuksiin sovellusta käytettäessä, kuten esimerkiksi vuorovaikutteisuuteen tai mahdollisuuteen tuottaa itse sisältöjä. (Pitkän aikavälin politiikalla läpi murroksen – tahtotiloja työn tulevaisuudesta 2018, 139-140.)

Nuori sukupolvi on oppinut käyttämään tietotekniikkaa pelaamalla ja he ovat kasvaneet jakamisen kulttuurissa. He haluavat omanlaisiaan kokemuksia, osallisuutta sekä elämyksiä, jotka motivoivat tekemään. (Ängeslevä 2014, 27.) Digitaalisissa sovelluksissa pelillisten piirteiden hyödyntäminen perustuu tavoitteeseen kehittää sovelluksista motivoivia,

käyttäjiä houkuttelevia ja helppokäyttöisiä. Tavoitteena onkin saada aikaan vastaavanlaisia kokemuksia ja käyttäytymistä kuin pelit saavat aikaan. Pelit tarjoavatkin yksilöllisiä elämyksiä ja haastavaa, oman rajallisuutensa tunnistamista. Uudelleen aloittaminen, suurten haasteiden kohtaaminen ja niissä onnistuminen luovat tilaisuuksia saada ja antaa palautetta useammin ja toisinaan yllättävissäkin tilanteissa. (Ängeslevä 2014, 28.) Vaikka palveluiden kehittämiseen osallistuminen voidaan kokea motivoivaksi, on osallistumisen välineen oltava helppokäyttöinen ja innostava. Erityisesti nuorten motivointiin soveltuvat hyvin viihdepelien maailmasta tutut elementit. (Pitkän aikavälin politiikalla läpi murroksen – tahtotiloja työn tulevaisuudesta 2018, 139.)

Palvelunkehittämisspelien kohdalla todelliset tulokset ovat mitattavissa, mutta vasta pidemmällä aikavälillä. Ne heijastuvat yrityksen tai yhteisön saamaan asiakaspalautteeseen ja henkilöstön työssä viihtyvyyteen. (Harviainen 2012, 103.) Työvälineiden ja työn tekemisen ohella palvelut ja palvelumuotoilu ovat jatkuvassa liikkeessä. Keskittymällä hauskuuteen, helppouteen ja henkilökohtaisuuteen voidaan luoda jotain uutta. Iso osa ihmisistä sitoutuu tunteeseen. (Ängeslevä 2014, 27.) On myös selvää, että tällainen osallistamisen tapa on toisille mieluisampaa kuin toisille. Joillekin se voi olla jopa mahdoton. Kaikkia ei tietenkään voi pakottaa tietynlaiseen toimintamalliin, mutta työympäristössä pitää enenevässä määrin kyetä sopeutumaan muuttuviin prosesseihin sekä jatkuvasti digitaalisen maailmaan. (Ängeslevä 2014, 32.) Tavoitteena on kuitenkin nuorten osallistumisen laajentaminen, eli osallistumisen tekeminen helpoksi ja houkuttavaksi erityisesti niille, jotka jäävät helposti ulkopuolelle ja joiden ääni jää helposti kuulematta.

4 KEHITTÄMISHANKKEEN TOTEUTTAMINEN

4.1 Tutkimuksellinen kehittämistoiminta

Kun toiminnan tavoitteena on tutkimustulosten avulla luoda uusia tai entistä parempia palveluita, tuotantovälineitä tai -menetelmiä, voidaan puhua kehittämistyöstä. Keskeistä on, että kehittämistoiminnalla on päämäärä: se tähtää uusien aineiden, tuotteiden, prosessien tai järjestelmien aikaansaamiseen tai olemassa olevien olennaiseen parantamiseen. (Heikkilä, Jokinen, & Nurmela 2008, 21.) Kehittämishankkeissa on tärkeää hyödyntää jo olemassa olevaa tietoa. Voidaan myös olettaa, että kehittämishankkeen lopullisena tuloksena syntyisi uutta tietoa, esine, prototyyppi tai uusi palvelutuotos. Tuotoksen tulisi olla käytännönläheinen ja tarpeellinen ja sitä tulisi voida arvioida ja hyödyntää. Lisäksi tuotoksen tulisi olla alan kehittämisen kannalta kiinnostava ja siihen sisältyvän tiedon tulisi olla käytettävissä ja sovellettavissa uuteen toimintayhteyteen. (Heikkilä, Jokinen, & Nurmela 2008, 109.) Perinteisesti kehittämisen keskeisiä toimijoita ovat olleet erilaiset työorganisaatiot, yritykset ja työyhteisöt (Toikko & Rantanen 2009, 17).

Projektimaisessa kehittämisessä korostuu prosessin suunnittelun merkitys. Toiminnan perustelusta alkava kehittäminen etenee organisointiin ja siitä varsinaiseen toteuttamiseen ja arviointiin. Innovatiivisille, uutta luoville prosesseille tunnusomaista on tietynlainen ennakkoimattomuus. Etenkin, jos työskennellään monimutkaisten sosiaalisten verkostojen kanssa, on toiminnan suunnittelu ennalta käsin vaikeaa. Kehittämisprosessin kulkua korjataan koko ajan. Kehittämistoiminta rakentuu tyypillisesti usein eri toimijoiden sitoutumisen ja aktiivisen osallistumisen varaan. Erilaisten näkemysten hyväksyminen mahdollistaa toimijoiden aidon ja tasavertaisen osallistumisen. Myös kehittäjät osallistuvat konkreettiseen toimintaan ja pyrkivät aitoon dialogiin käytännön toimijoiden kanssa. (Toikko & Rantanen 2009, 10-11.) Tuotettaessa arviointitietoa kehittämistoimien vaikutuksista, kehittämisen tulokset voidaan siirtää uusiin toimintatoimintaympäristöihin ja tutkimuksen avulla tuetaan kehittämistoimintaa (Alasoini 2006, 42-43).

4.2 Kehittämishankkeen eteneminen

Keväällä 2018 opinnäytetyömme aiheen valinta varmistui ja aloitimme kehittämissuunnitelman työstämisen. Kehittämishankkeemme ohjaajana Kelalla toimi erikoissuunnittelija Asiakkuuspalvelujen tulosityksiköstä. Rajasimme kehittämissuunnitelmamme koskemaan asiakasraadin kehittämistä digitaaliseksi. Syksyn 2018 aikana pidimme useamman palaverin toimeksiantajamme kanssa. Syksyllä 2018 Asiakkuuspalvelujen tulosityksikön toimesta lähetettiin tarjouspyyntöjä sähköisen alustan hankkimiseksi Kelalle digitaalisen

asiakasraadin toimintaa varten. Hankkeen alussa harkittiin alustan valmistamista talon sisällä, mutta koska aikataulu oli tiukka, päätettiin lähettää tarjouspyyntöjä muutamiin yrityksiin. Koko syksyn 2018 ajan työstimme kehittämishankkeemme suunnitelmaa sekä tutkimme tietoperustaan liittyvää kirjallisuutta.

Seppo.IO:n tekemä tarjous hyväksyttiin lokakuussa 2018 ja digitaalisen raadin alustan lisenssi ostettiin Seppo.IO- palveluntarjoajalta. Lisenssin hankinta oli budjetoitu Asiakkuuspalvelujen tulosityksikölle. Seppo.IO on pelillinen oppimisalusta, jolla voi muuttaa erilaisia koulutus- ja muita materiaaleja motivoivan ja innostavan pelin muotoon. Alustalle rakennettuja pelejä pelataan yksin tai joukkueessa ja tyypillisesti mobiililaitteilla. Pelin tehtävänänoissa pelaajien vastauksissa voidaan hyödyntää videota, valokuvia, ääniviestejä ja tekstiä. Seppo-pelit voivat olla lyhytkestoisia pelejä, joissa kaikki pelaajat ovat pelissä samanaikaisesti ja pelin ohjaaja antaa reaaliaikaista palautetta pelaajien tuotoksista. Alusta hyödyntää pelillisiä elementtejä kuten pisteitä, suoritusmerkkejä, tasoja, yllätystehtäviä jne. Seppo-pelit kannustavat luovaan ongelmanratkaisuun, osallistumiseen ja aktiiviseen tiedonhakuun. Niiden avulla saadaan kerättyä pelaajilta rikasta materiaalia 'raksi ruutuun'-vastausten sijaan. (Lehtonen, Henrietta 2018.) Joulukuussa 2018 pidimme alustatoimittajan ja kehittämishankkeemme ohjaajan kanssa palaverin, jossa alustatoimittaja esitteli meille Seppo.IO:n toimintaa.

Esittelimme kehittämishankkeemme suunnitelman tammikuussa 2019, jolloin se myös hyväksyttiin. Samalla, kun työstimme kehittämishankkeemme raporttia sekä etsimme lisää tietoperustaan liittyvää kirjallisuutta, aloitimme kehittämishankkeemme toteuttamisen kokeilemalla kehitellen. Kevään 2019 aikana pidimme lähes viikoittain palavereita yhdessä toimeksiantajamme ja tähän kehittämishankkeeseen kootun työryhmän kanssa suunnitellen sekä reflektoiden asiakasraadin sisällön kysymyksiä. Hankkeen työryhmän jäsenet olivat mukana alun suunnittelusta hankkeen päättämiseen saakka. Sisällön kysymysten valmistuttua muokkasimme kysymykset tehtäviksi Seppo.IO:n pelialustalle.

Samaan aikaan kun muokkasimme tehtäviä pelialustalle sopiviksi, rekrytoitiin pelin pelaajia. Peliin osallistujia etsimme yhteistyökumppaneidemme avulla, sillä tähän tarkoitukseen emme voineet käyttää Kelan omia rekistereitä. Työryhmämme jäsenillä oli jo ennestään kontakteja yhteistyökumppaneihin ja he pääsääntöisesti hoitivat pelaajien rekrytoinnin. Pelikutsuja (Liite 1) jaettiin Ohjaamoihin pääkaupunkiseudulle, Tampereelle, Kuopioon sekä Ouluun. Lisäksi kutsuja jaettiin Vamokselle, Oulun tyttöjen ja poikien taloille, Me-sää-tölle sekä Lamk:n Yammeriin. Peli oli valmis pelattavaksi ajalla 18.3 – 17.4.2019.

Nuorten pelatessa peliä keskityimme digitaalisen asiakasraadin prosessin kuvauksen tekemiseen ja jatkoimme tietoperustan kirjallisuuteen tutustumista. Samaan aikaan suunnitelimme ja toteutimme saatekirjeen sekä internetkyselyn Webropolia käyttäen työryhmämme jäsenille. Kyselyn linkki ja saatekirje lähetettiin viidelle työryhmän jäsenelle sähköpostitse 11.4.2019. Kysely oli avoinna ajalla 11.4 – 24.4.2019. Vastausajan päätyttyä purimme ja analysoimme kyselyn avoimet vastaukset ja kirjoitimme opinnäytetyömme valmiiksi. Kehittämishankkeemme ohjaaja lähetti postitse, digiraatiin osallistuneille pelaajille palkkiot heidän vaivannäöstään. Kehittämishankkeemme tulokset julkaisimme toukokuun 2019 lopussa. Kuviossa 3. kuvaamme työmme etenemistä.



Kuvio 3. Kehittämishankkeen eteneminen.

4.3 Lähestymistapana toimintatutkimus

Tässä kehittämishankkeessa toteutettiin tutkimuksellisen kehittämisen suuntauksista toimintatutkimusta, jolle on tunnusomaista toiminnan kehittämisen ja tutkimuksen samanaikaisuus. Toimintatutkimuksessa kehittämistoiminnan perustana on palvelun kehittäminen. (Toikko & Rantanen 2009, 14.) Tämän kehittämishankkeen tavoitteena oli toteuttaa pelillinen digiraati 15 – 29 vuotiaalle nuorille, jonka tarkoituksena oli kehittää Kelan palveluja. Toimintatutkimuksessa kyse on toiminnan kehittämisestä ja samanaikaisesti systemaattisesta seurannasta. Tämä onkin tärkeää, sillä toimintatutkimuksellista tutkimusprosessia ei useinkaan voida tarkoin ennalta suunnitella, vaan kehittämisprosessin aikaiset havainnot ohjaavat tutkimusprosessin etenemistä. Toimintatutkimuksen kohteena voi olla mikä tahansa ihmiselämään liittyvä ilmiö. (Toikko & Rantanen 2009, 30.) Lisäksi toimintatutkimuksella pyritään saavuttamaan välitöntä ja käytännöllistä hyötyä tutkimuksesta. Toimintatutkimus on vahvasti käytäntöön suuntautuvaa. (Heikkinen 2010, 214.)

Toimintatutkimuksessa pyrkimyksenä on siirtyä hierarkkisesta ja organisaatiokeskeisestä organisaatiosta kohti verkostuneita organisaatioita ja toimintatapoja. Tarkoituksena on hyödyntää työntekijöiden osaamista ja asiantuntemusta sekä jakaa vastuuta työntekijöille tukien samalla työntekijöiden voimaantumista. (Suojanen 2014.) Toimintatutkimuksen avulla pystytään hyödyntämään työntekijöiden tietoja, taitoja ja osaamista käytännön toiminnasta ja toimintaympäristöstä (Antinaho 2018,19–20). Työtehtävien suunnittelu toimintatutkimuksessa on siirretty itseohjautuville tiimeille. Samalla pyrkimyksenä on siirtyä yksintekemisestä kohti yhdessä tekemistä. (Suojanen 2014.) Toimintatutkimusta voidaan kuvailla osallistavaksi tutkimukseksi, jolla pyritään ratkaisemaan käytännön ongelmia tai saamaan aikaan muutosta (Ojasalo, Moilanen & Ritalahti 2014, 59).

Osallistava kehittämismenetelmä tarjoaa kehittäjälle monia etuja. Yhdessä ja yhteistyöllä kehitetty ratkaisu ongelmaan on usein parempi kuin ulkopuolelta tullut ratkaisu. Yhteisön jäsenet ovat sen haasteiden asiantuntijoita, jos he vain ovat valmiita muutoksiin. Tutkija tuo ulkopuolisen näkökulman ja teoreettisen osaamisen. Ilman näitä haasteen tai ongelman ratkaiseminen voi olla vaikeaa. Muutoksen lopputulos voi olla erilainen kuin aluksi ajateltiin, tähänkin on hyvä varautua. Toisaalta, silloin voidaan saada selville jotain sellaista, jota ei alun perin osattu ajatella, esimerkiksi asenteet, valtarakenteet tai työkuultuuri. (Ojasalo, Moilanen & Ritalahti 2014, 59.)

Toimintatutkimuksen välineenä voidaan käyttää erilaisia tutkimusmenetelmiä. Toimintatutkimuksessa voidaan yhdistellä sekä kvalitatiivisia eli laadullisia menetelmiä että kvantitatiivisia eli määrällisiä menetelmiä. Käytettäviä menetelmiä voivat olla esimerkiksi kyselyt,

ryhmähaastattelut, aivoriihityöskentely, haastattelut tai havainnointi. Toimintatutkimuksessa on myös hyväksyttyä käyttää asiakirjoja tai muuta kirjallista materiaalia. Menetelmiä valittaessa on tärkeää ottaa huomioon kohdeorganisaation koko, kehittämistoiminnan laajuus, tutkimushenkilöstö ja sen rooli sekä kohdehenkilöstö. Yhdistävänä tekijänä näille kuitenkin on sekä tutkijan että tutkittavan aktiivinen sitoutuminen yhteistyöhön. (Ojasalo, Moilanen & Ritalahti 2014, 61-62; Salonen, Eloranta, Hautala & Kinos 2017, 55-56; Antinaho 2018, 19–20.) Toimintatutkimuksessa tutkija on mukana yhteisössä, jota hän tutkii ja hän tekee itse aloitteita ja vaikuttaa kohdeyhteisössään (Heikkinen 2010, 223). Tavoitteena onkin ratkaista organisaatiossa ilmenneitä käytännön ongelmia ja samanaikaisesti luodaan uutta tietoa ja ymmärrystä ilmiöstä. Toimintatutkimus on yhteistyötä vaativaa, osallistavaa ja itseään tarkkailevaa. (Ojasalo, Moilanen & Ritalahti 2014, 58.)

Toimintatutkimuksessa keskeisessä roolissa on reflektiivisyys. Se voidaan kuvata kehänä, jossa toiminta, sen havainnoinnin reflektointi ja uudelleensuunnittelu seuraavat toisiaan. (Heikkinen 2010, 219-220.) Reflektoinnin kautta pystytään kehittämään toimintaa. Toimintatutkimuksella on myös haasteensa. Sitä pidetään tilanteeseen vahvasti sidottuna, jolloin aiempia tuloksia voi olla vaikea hyödyntää. Lisäksi tutkimuksen onnistumiseen vaikuttavat tavoitteiden ja menetelmien määrittelyt, jotka toimintatutkimuksessa tyypillisesti ovat epä-määräisiä. (Ojasalo, Moilanen & Ritalahti 2014, 59.)

Toimintatutkimuksessa tiedonkeruu, aineiston analysointi ja työn muuttaminen tapahtuvat samanaikaisesti. Yhteiset tavoitteet ja edellytykset ohjaavat kehittämistä koko prosessin ajan. Kehittäminen alkaa usein työn historian ja nykytilanteen kartoituksella. (Salonen yms. 2017, 41.) Toimintatutkimuksen muutostavoitteet voivat olla hyvin erilaisia. Ne voivat vaihdella yksittäisen toimijan henkilökohtaisesta oppimisesta aina laajaan yhteiskunnalliseen muutokseen. (Toikko & Rantanen 2009, 30.) Joka tapauksessa kehittäminen tapahtuu vuorovaikutuksessa muiden toimijoiden kanssa. Ominaista toimintatutkimukselle on muutosprosessin syklinen eteneminen. Usein toimintatutkimuksen avulla luodaan uusia toimintatapoja tai työvälineitä, joita kokeillaan. Uuden toimintatavan tai välineen toimivuutta on havainnointia, jotta saadaan käsitys sen toimivuudesta. Havainnointia tehdään erilaisin tiedonkeruumenetelmin. Toimintoja parannetaan havaintojen, analysoidun tiedon sekä toiminnassa mukana olleiden kokemusten ja reflektion kautta. Näin syntyy kehittämisen sykli. (Salonen yms. 2017, 41.)

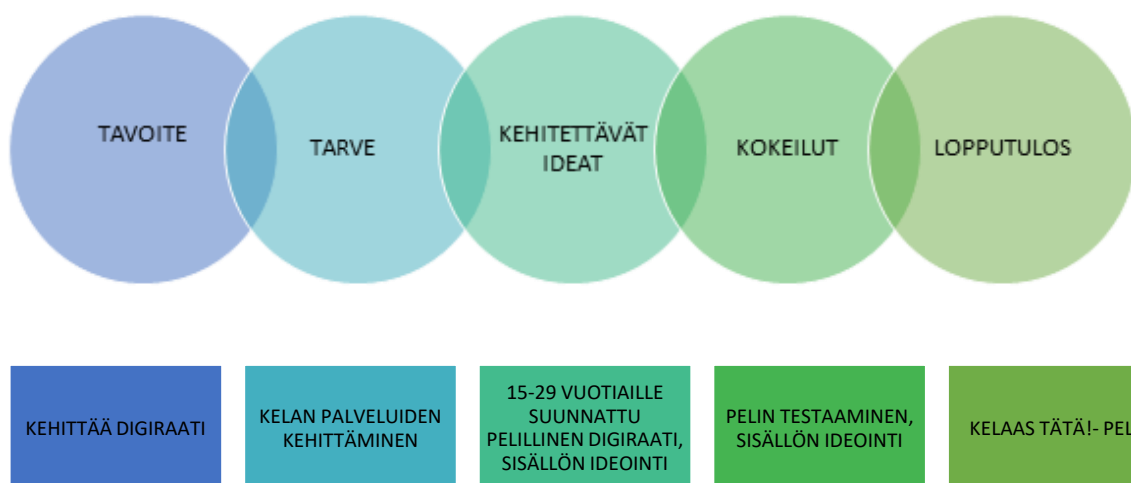
4.4 Pelillinen digiraati syntyy kokeilemalla kehitellen

Kokeilemalla kehittämisen pyrkimyksenä on luoda uutta tai oppia nopeasti, jos kehitettävä idea ei toimi käytännössä. Tarkoituksena on synnyttää uutta tietoa ja hyödyntää sitä projektin eteenpäin saattamiseksi. Ennen ratkaisun kehittämistä on tehtävä kokeiluja, jotta voidaan ymmärtää mikä on ongelma, jota ollaan ratkaisemassa, tai mikä on asiakastarve, johon ollaan ratkaisua kehittämässä. Kokeilemalla kehittämisen prosessin vaiheet ovat tarve, tarve, kehitettävät ideat, kokeilut ja lopputulos, joiden välillä liikutaan iteratiivisesti. Usein kehitysprojekti lähtee liikkeelle tavoitteesta, tarpeesta tai kehitettävästä ideasta. (Hassi, Paju & Maila 2015, 35.)

Kokeilemalla kehittämisen tavoitteet voivat olla jotain hyvin konkreettista tai jokin suurempi päämäärä. Tarve on aina konkreettinen ongelma tai haaste, jota kehitettävällä idealla pyritään ratkaisemaan. Oleellista onkin löytää oikeat ongelmat, jotka ovat asiakkaan näkökulmasta oleellisia ja vaativat ratkaisua. Kehitettävät ideat ovat kehittämiskelpoisia ilman ongelmaakin, joka vaatii ratkaisua. Jokaista vaihetta kannattaa pohtia, ennen kuin lähdetään kehittämään jotain tiettyä ideaa. Onkin hyvä pohtia, mihin asiakastarpeeseen kehitettävä idea vastaa? Kokeilut-vaiheessa ideoiden toimivuutta testataan tosielämässä. Kokeilujen avulla pyritään synnyttämään idean kehittämisen kannalta oleellinen puuttuva tieto. Ajan kuluessa ja kokemuksen karttuessa muodostetaan käsitys projektin lopputuloksesta. Kokeilemalla kehittämistä voidaankin kuvata vuoropuheluna kehitettävien ideoiden, kokeilujen ja lopputuloksen kesken. Lopullinen ratkaisu syntyy, kun opitaan, mitkä asiat toimivat ja mitkä eivät. (Hassi, Paju & Maila 2015, 36-38.)

Epävarmuuksien tunnistaminen tarkoittaa pohjatyötä, jonka perusteella vastataan kysymykseen 'mistä meidän tulisi oppia lisää'. Tämä vaihe sisältää kehitettävän idean tarkastelua monesta näkökulmasta. Kokeiluasetelman ja prototyypin suunnittelu tapahtuu usein samaan aikaan ja niiden tulisi tukea toisiaan. Näin kokeilu synnyttää uutta ja merkittävää tietoa kehitettävän idean keskeisistä epävarmuuksista. Kokemuksista tulisi oppia, siksi kokeilun aikana tapahtuva palautteen keruu on tärkeää. Tehdyistä kokeiluista tulee pyrkiä hyötymään mahdollisimman paljon. Kokeilemalla kehittämisen tarkoitus on synnyttää puuttuvaa tietoa, siksi oppimista on tärkeää reflektoida. Reflektio vaatii aikaa ja pysähtymistä, siksi siihen on hyvä varata riittävästi aikaa. (Hassi, Paju & Maila 2015, 39-41.)

Kuvio 4. kuvaa kokeilemalla kehittämisen prosessia, joka liikkuu edestakaisin riippuen jokaisen prosessivaiheen tuotoksesta päämääränä kokeilujen avulla saada toimiva lopputulos tai huomata toimimattomuus. (Hassi, Paju & Maila 2015, 35.)



Kuvio 4. Kehittämisen ideat (Nissilä & Kylmälahti 2019 mukailen Hassi, Paju & Maila 2015, 37)

Idea pelillisestä digiraadista muodostui jo hyvin varhaisessa vaiheessa kehittämishanketamme. Vaihtoehtoja raadin toteuttamistavasta pyörittelimme kehittämishankkeemme ohjaajamme kanssa ideariihen avulla. Pohdimme alustan valmistamista Kelan sisällä, mutta aikataulun takia päädyimme tarjouspyyntöjen lähettämiseen ulkopuolisille toimittajille. Pelialustan toimittajaksi valittiin tarjousten perusteella Seppo.IO.

Kehittämishankkeemme on työelämä- ja käytännönläheinen sekä aiheemme valinta on ajankohtainen ja tarpeellinen. Tämän kehittämishankkeen tavoite oli hyvin konkreettinen: kehittää nuorille 15 - 29- vuotiaalle suunnattu pelillinen digiraati, jonka tarkoituksena oli kehittää Kelan palveluja. Työmme tarve oli noussut käytännöntarpeesta. Sipilän hallitusohjelman mukaisesti Kelassa oli haluttu kiinnittää huomiota nuorten palveluiden kehittämiseen. Tämän pohjalta nousi tarve saada nuorten asiakkaiden ääni kuuluviin. Myös Kelan strategian yhtenä kulmakivenä on erinomaisen asiakaskokemuksen tuottaminen asiakkaille.

Pelillistä digiraatia aloimme suunnitella ja toteuttaa kokeilemalla kehitellen mukana olleen työryhmän avulla. Seppo.IO:n tekemä tarjous hyväksyttiin lokakuussa 2018. Varsinainen raadin suunnittelutyö alkoi vuoden 2019 alussa. Kehittämishankkeessa hyödynnettiin moniammatillisen työryhmän jäsenten erilaista osaamista sekä heidän laaja-alaista asiantuntijuuttaan. Mukana oli niin substanssiosaamisen asiantuntijoita kuin teknisiä asiantuntijoitakin. Työryhmän työ oli osallistavaa, vuorovaikutteista sekä itseohjautuvaa. Työryhmämme jäsenillä oli kyky työskennellä verkostomaisesti yli sektorirajojen ja tähän hyvänä apuna esimerkiksi palaverien järjestämisessä oli Skype, sillä työryhmän jäsenet työskentelivät eri puolilla Suomea.

Koko kehittämishankkeemme ajan pidimme säännöllisiä palavereita viikoittain, joskus useamminkin, yhdessä toimeksiantajamme ja tähän kehittämishankkeeseen kootun työryhmän kanssa. Palavereissa suunnittelimme sekä reflektioimme asiakasraadin sisällön kysymyksiä sekä pelaajien rekrytoinnin tilannetta. Kävimme palavereissa yhdessä läpi pelin valmistumista sekä pelin testauksen yhteydessä esiin nousseita ideoita ja kysymyksiä. Näin sisällön kysymykset pikkuhiljaa jalostuivat. Systemaattisesti koko kehittämishankkeemme ajan seurasimme kehittämishankkeemme etenemistä säännöllisillä palavereilla samalla reflektoiden työtämme. Sitä kautta pystyimme kehittämään toimintaamme ja tekemään tarvittavia muutoksia.

Työryhmän jäsenten kanssa suunnittelimme ja kehitimme ideoita pelin kysymysten sisällöstä. Pelin tehtävät liittyivät kuvion 5. mukaisiin aihealueisiin. Päätimme myös tehdä pelin loppuun tehtävän, jonka avulla kerättiin palautetta nuorilta tästä uudesta digitaalisesta tavasta toteuttaa asiakasraati. Peliä ideoidessamme ja suunnitellessamme pyrimme koko ajan huomioimaan, että pelistä tulisi helppokäyttöinen ja samanaikaisesti houkutteleva ja riittävän monipuolinen erilaisine toimintoineen. Vaatimuksina pelialustalle asetettiin mahdollisuus osallistua peliin älypuhelimella ajasta ja paikasta riippumatta. Siitä muodostuikin digiraadin yksi tärkeä lähtökohta. Lisäksi oli tärkeää, että pelaajat pystyivät osallistumaan peliin anonymyminä sekä alustalta toivottiin mahdollisuutta pelillisyyteen ja tarinallisuuteen. Tärkeä vaatimus alustalle oli myös sen soveltuvuus mobiilikäyttöön – ajatuksena oli, että nuoret osallistuisivat helpommin älypuhelimella tai tabletilla toimivaan raatiin, kuin vain tietokonekäyttäjille suunnattuun. Pelaaja tarvitsi peliin osallistuakseen nettiyhteyden, älypuhelimien/tabletin tai tietokoneen.



Kuvio 5. Pelin tehtävien aihealueet.

Pelin pelaajia rekrytoimme yhteistyökumppaneidemme avulla, sillä tähän tarkoitukseen emme voineet käyttää Kelan omia rekistereitä. Työryhmämme jäsenillä oli jo ennestään kontakteja yhteistyökumppaneihin ja he pääsääntöisesti hoitivatkin pelaajien rekrytoinnin. Pelikutsuja (Liite 1) jaettiin Ohjaamoihin pääkaupunkiseudulle, Tampereelle, Kuopioon sekä Ouluun. Lisäksi kutsuja jaettiin Vamokselle, Oulun tyttöjen ja poikien taloille, Me-säätiölle sekä Lamk:n Yammeriin. Maaliskuun lopussa pelin pelaamisen ollessa puolessa välissä, pelin loppuun suorittaneita pelaajia oli alle kymmenen. Maaliskuun lopussa pidetyssä työryhmän palaverissa totesimme, että meidän täytyy lähettää muistutusviesti pelistä yhteistyökumppaneillemme, saadaksemme pelaajia lisää. Lähetimme yhteistyökumppaneillemme sekä Lahden ammattikorkeakoulun Yammeriin muistutusviestin pelistä. Pelistä kiinnostuneet pelaajat lähettivät kutsussa (Liite 1) olevaan sähköpostiosoitteeseen viestin, jossa he ilmoittivat sähköpostiosoitteensa, johon pelikoodin sekä pelin ohjeet voitiin lähettää. Tämän jälkeen Kelasta lähetettiin pelikoodi pelaajan antamaan sähköpostiosoitteeseen.

Valitsimme tällaisen toimintatavan, koska emme halunneet laittaa pelikoodia yleisesti jakoon ilmoitustauluille tai sosiaaliseen mediaan. Näin pystyimme todennäköisesti paremmin varmistamaan esimerkiksi sen, että sama pelaaja voi pelata peliä vain kerran. Koska pelaajalisenssejä oli rajattu määrä (50 kpl) halusimme varmistaa, että pelaajia osallistuisi mahdollisimman laajasti ympäri Suomea. Digitaalisella asiakasraadilla tavoittelimme suurempaa osallistujamäärää kuin kasvokkain tapahtuvassa asiakasraadissa.

Saatuamme pelin sisällön kysymykset suunniteltua valmiiksi, veimme kysymykset tehtäviksi pelialustalle. Koko työryhmämme pelasi pelin testiversiota koko toteuttamisvaiheen ajan. Lisäksi kaksi ulkopuolista pelaajatestaajaa pelasi testausvaiheessa peliä. Näin saimme arvokkaita mielipiteitä pelistä sekä korjausehdotuksia myös työryhmämme ulkopuolelta. Teimme peliin korjauksia näiden ehdotusten pohjalta. Osallistava kehittämismenetelmä tarjosikin meille monia etuja. Pelin testausvaiheessa esiin nousseisiin kysymyksiin saimme työryhmän kanssa yhdessä ja yhteistyöllä kehitettyjä ratkaisuja sekä ideoitua uusia ideoita. Pelin testauksen pyrkimyksenä oli kehittää peliä ja huomata siinä ilmenneitä ongelmakohtia. Alustalle asettamamme vaatimukset pidimme mielessä koko suunnittelun ja ideoinnin ajan.

Pelaajien iän, sukupuolen ja asuinpaikkakunnan sekä elämäntilanteen kartoittavassa tehtävässä olisimme halunneet toteuttaa ns. aukkotehtävän. Siinä pelaaja täydentää lausetta omasta mielestään sopivalla tai oikealla vastauksella. Tehtävän testauksessa ilmeni, että tämän aukkotehtävän jälkeen ei päässyt etenemään seuraavaan tehtävään. Tähän pul-

maan pyydettiin myös alustantoimittajalta neuvoa, kun ohjeista emme löytäneet askarruttavaan kysymykseen vastausta. Lopulta selvisi, että meidän olisi pitänyt määritellä aukko-tehtävien tyhjiin sanoihin yhdet ainoat oikeat vastaukset. Tämä ei ollut tehtävän luonteen kannalta kuitenkaan mahdollista, sillä esimerkiksi asuinpaikkakunnan vastaukseksi meidän olisi pitänyt määritellä kaikki Suomen kaupungit ja kylät. Emme siis pystyneet käyttämään aukko-tehtävätyyppejä pelissämme. Annoimme alustan toimittajalle tästä ongelmasta palautetta ja he olivatkin kiitollisia kehittämissuosituksestamme. Kiertääksemme ongelman päädyimme tekemään luovan tehtävän, jossa kysyimme samat asiat.

Kehittämishankkeemme edetessä peli sai nimekseen Kelaas tätä! Pelin tasoja jouduimme useasti muokkaamaan, jotta ne saatiin toimiviksi ja loogisiksi. Lopulta jaoimme pelin neljään tasoon (0-3), joissa oli yhteensä 12 tehtävää. Tasot ja niiden tehtävät rakennettiin mahdollisimman yksinkertaisiksi, mikä helpotti pelin pelaamista. Mietimme yhdessä työryhmän jäsenten kanssa tehtävien pisteytyksiä määritellen jokaiselle tehtävälle etukäteen maksimi pistemäärän. Luovissa tehtävissä pisteitä ei pystytty antamaan pelaajalle heti tehtävän suorittamisen jälkeen, alustan ominaisuuksista johtuen. Olimme jakaneet vastuuvuorot tehtävien arvioimiseksi ja joka päivä vastuuvuorolainen kävi arvioimassa pelaajien avoimiin tehtäviin jätetyt vastaukset. Myös tehtävien arviointikriteerit olimme sopineet etukäteen. Pelaajat pystyivät näkemään saamansa pisteet kirjautumalla peliin uudelleen. Muista tehtävätyypeistä pelaaja sai heti tehtävän tehtyään pisteet. Pelaaja pääsi kirjautumaan peliin itse keksimällään pelaajatunnuksella. Hänellä oli myös mahdollisuus keskeyttää pelin pelaaminen ja jatkaa sitä myöhemmin.

Pääpainopiste pelin tehtävissä oli luovissa tehtävissä pelin luonteesta johtuen. Pelissä oli myös muita erilaisia tehtävätyyppejä, kuten yhdistely sekä monivalinta tehtäviä. Keven-tääksemme pelin vaikutelmaa ja käytettävyyden huomioimiseksi lisäsimme mielestämme tehtävien sopiviin väleihin yhdistely sekä monivalinta tehtäviä. Ne olivat helppoja ja nopeita suorittaa ja toisaalta ne lisäsivät pelin pelillisyyttä. Luovissa tehtävissä hyödynnettiin monikanavaista viestintää ja niissä pystyi vastaamaan videolla, kuvalla, ääniviestillä tai ihan perinteisellä tekstillä. Tarkoituksemme oli muotoilla teemoista pelillisiä elementtejä hyödyntäviä tehtäviä, joihin vastaamisen kokemus poikkeaisi perinteiseen kyselyyn vastaamisesta.

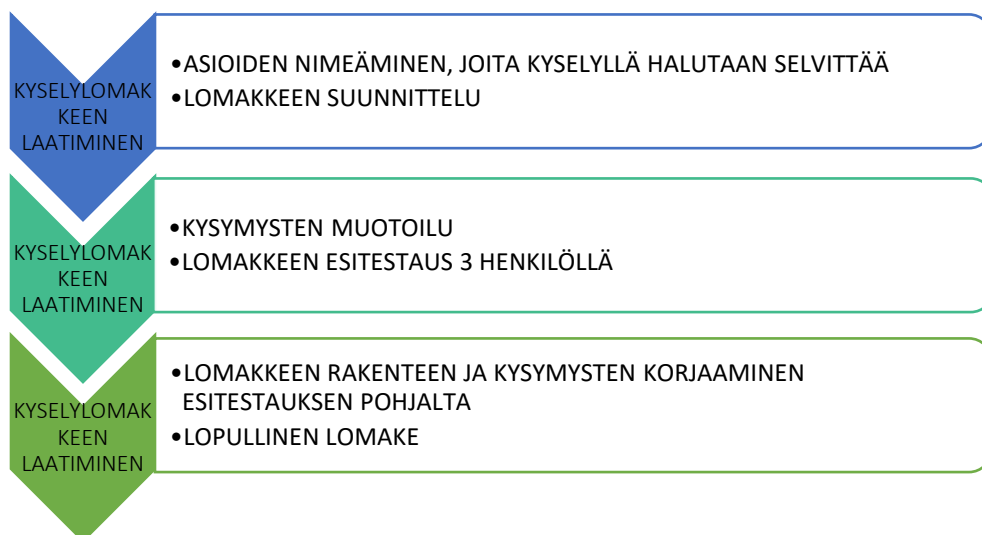
Luovista tehtävistä yksi painottui ongelmaratkaisuun fiktiivisten roolien avulla. Tämän tehtävän alussa oli viestinnän työntekijämme videotervehdys, jossa hän kannusti pelaajaa jatkamaan peliä ja samalla kertoi tehtävän ohjeet. Tehtävässä pelaaja pääsi antamaan neuvoja ja ohjaamaan fiktiivistä henkilöä tämän haastavassa elämäntilanteessa. Fiktiivis-

ten henkilöhahmojen kuvat saimme Kelan kuvapalveluista. Pelissämme oli fiktiivisiä pelihahmoja viisi, joilla kaikilla erilaiset elämäntilanteet ja haasteet. Pelaajan tuli auttaa vähintään yhtä hahmoa, mutta mikäli hän auttoi useampaa hahmoa, sai pelaaja lisäpisteitä.

Digiraati oli pelattavissa nuorille 18.3-17.4.2019 välisellä ajalla. Tuona aikana pelin aloittaneita pelaajia oli 21 kappaletta ja pelin loppuun pelanneita oli 16 kappaletta. Yhteystietonsa palkintoa varten jättäneitä pelaajia oli 15 kappaletta. Peliajan päätyttyä kaikille yhteystietonsa jättäneille nuorille lähetettiin pieni palkinto heidän vaivannäöstään.

4.5 Palautteen keruumenetelmänä internetkysely

Internetkyselyjen aineistonkeräämiseen on kehitetty useita ohjelmia. Tässä kehittämissä hankkeessa teimme Webropol- ohjelmaa käyttäen internetkyselyn työryhmälle, joka osallistui tämän digitaalisen asiakasraadin suunnitteluun. Webropol- ohjelmisto on monipuolinen työkalu sähköisten kyselyjen tekemiseen, vastausten keräämiseen, analysointiin ja raportointiin (Lahden ammattikorkeakoulu 2019). Internetkyselyissä vastaukset tallentuvat suoraan ohjelman tietokantaan (Heikkilä 2014, 66). Digitaalisesti toteutettava asiakasraadimme oli pilotti-kokeilu ja sillä haluttiin saada kokemuksia uudenlaisesta tavasta järjestää asiakasraati. Kyselyn avoimien vastausten avulla pyrimme saamaan kerättyä asiakasraadin työryhmän jäseniltä palautetta heidän kokemuksistaan digiraadin suunnittelun työskentelytavoista sekä miten heidän mielestään digiraadit sopivat Kelaan. Kyselyyn vastausaika annoimme kaksi viikkoa. Kysely toteutettiin 11.4 – 24.4.2019 välisenä aikana. Vastauksia oli saapunut 16.4.2019 mennessä vain yksi kappale, joten lähetimme työryhmämme jäsenille muistutusviestin kyselystä 16.4.2019. Määräaikaan mennessä saimme internetkyselyn vastauksia yhteensä kaksi kappaletta (N=2). Kuviossa 6. kuvaamme kyselylomakkeemme laatimisen vaiheet.



Kuvio 6. Kyselylomakkeen laatimisen vaiheet (Heikkilä 2005, 48).

Yhä useampia toimintoja voidaan tehdä Internetin välityksellä, ja useat meistä ovat tottuneet hoitamaan lähes kaikki asiointinsa Internetin kautta. Internetistä onkin tullut luonnollinen ja vaivaton tapa asioida, ja tulevat sukupolvet oppinevat Internetin käytön jo hyvin nuorina. Internetin käyttö kyselytutkimuksissa onkin luonteva kehityssuunta, mutta sen vaikutuksista vastausten laatuun ja vastauskadon pienentämiseen on vielä toistaiseksi käytettävissä melko vähän tietoa. (Tiikkaja 2011, 8.) Internetkyselyjen etuina voidaan nähdä edullisuus, nopeus ja vaivattomuus sekä joustavuus (Heikkilä 2014, 17). Internetkyselyn avulla voidaan siis tavoittaa paljon vastaajia edullisesti, kun kysely on ensin toteutettu (Vilka, 2005, 64). Internetissä toteutettavan kyselylomakkeen laatiminen vaatii asiantuntemusta ja sen tekninen toteutus vaikuttaa tutkimuksen lopputulokseen. Tärkeitä seikkoja, jotka tulee ottaa huomioon, ovat mm. että, kysely kohdentuu oikealle kohderyhmälle, tieto kyselystä saavuttaa kohderyhmän ja ettei sama henkilö vastaa kyselyyn useaan kertaan tai, että otokseen kuulumattomat henkilöt eivät pääse kyselyyn vastaamaan. (Heikkilä 2014, 16.)

Internetkyselyllä tarkoitetaan tässä kehittämistyössä aineistonkeruutapaa, jossa tutkittava henkilö itse vastaa hänelle sähköpostitse lähetetyn kyselyn avoimiin kysymyksiin. Internetkyselyt soveltuvat vain ryhmille, joilla on mahdollisuus internetin käyttöön. (Heikkilä 2014, 17-18.) Parhaiten tämä onnistuu, kun perusjoukko muodostuu yritysten ja organisaatioiden toimijoista ja voidaan varmistaa, että kaikilla on yhtäläiset mahdollisuudet teknisesti vastata lomakkeeseen (Vilka, 2005, 64). Koska kaikki työryhmämme jäsenet työskentelevät Kelassa, oli meillä tiedossa työryhmän jäsenten sähköpostiosoitteet, joihin lähetimme saatekirjeen (Liite 2) sekä linkin kyselyyn.

Internetkyselymme koostui kahdeksasta avoimesta kysymyksestä (Liite 3), joiden avulla keräsimme palautetta kehittämishankkeeseen osallistuneiden työryhmän jäseniltä. Internetkyselyn toteutustavaksi valitsimme Webropol-ohjelman, koska siinä on mahdollista säilyttää vastaajien anonymiteetti (Heikkilä 2014, 17-18). Internetkyselyn etu on, että vastaaja jää aina tuntemattomaksi (Vilkkä 2005, 81). Lomakkeen linkki lähetettiin vastaajan sähköpostiosoitteen, mutta vastaajaa ei pysty tunnistamaan hänen palauttamastaan lomakkeesta. Tämä oli mielestämme erityisen tärkeää siksi, koska työryhmässämme on vain meidän lisäksi viisi jäsentä, joille kysely toimitettiin. Koska työryhmässämme olevat asiantuntijat työskentelevät aina pääkaupunkiseudulta Ouluun saakka, osoitautui kysely hyväksi vaihtoehdoksi tavoittaa kaikki työryhmän jäsenet.

Ennen kyselyn lähettämistä esitestasimme tekemäämme kyselyä kolmella kollegallamme. Testaajia ohjeistimme kiinnittämään huomiota kysymysten ja ohjeiden selkeyteen. Lisäksi pyysimme heitä kiinnittämään huomiota vastausvaihtoehtojen sisällölliseen toimivuuteen sekä vastaamisen raskauteen ja siihen kuluvaan aikaan. (Vilkkä 2005, 84-85.) Tämän jälkeen kyselyyn tulee tehdä tarvittavat muutokset ja niiden jälkeen vielä luetuttaa se ulkopuolisella henkilöllä (Heikkilä 2014, 58). Saimme esitestaajilta muutaman kehittämissuosituksen kysymysten selkiyttämiseksi, jotka toteutimme lomakkeeseen. Lopuksi ulkopuolinen henkilö vielä luki kyselymme kertaalleen läpi.

Hyvän kyselyn tulisi olla selkeä ja houkuttelevan näköinen sekä sopivan mittainen. Internetpohjaisen kyselyn ulkonäköön pystyy vaikuttamaan käytettävän ohjelman rajoissa (Ojasalo, Moilanen & Ritalahti 2014, 131). Kyselyn suunnittelu edellyttää, että tutkija tietää tutkimuksensa tavoitteen eli mihin kysymyksiin hän on etsimässä vastauksia (Heikkilä 2014, 47). Kyselyn pituutta kannattaa miettiä tarkasti (Valli 2010, 104-105), tämän takia rajasimme kyselyn kahdeksaan kysymykseen. Tulkinta tehdään kyselylomakkeessa olevien tietojen pohjalta, riippumatta aineiston laajuudesta. Kuitenkin keskeisimmät laatuun vaikuttavat tekijät ovat kysymysten laajuus ja muotoilu sekä kysymysten esittämisjärjestys, lisäksi niillä on myös merkitystä vastaajan mielenkiinnon kannalta. Kysymysten muotoilussa meitä auttoi kohderyhmän tuntemus. (Vilkkä 2005, 71-86.) On myös tärkeää, että yhdessä kysymyksessä kysytään vain yhtä asiaa. Sanoja, joita kysymyksissä käytetään, on oltava yksiselitteisiä. Muuten saattaa olla riski, että tutkimusaineisto ei vastaakaan tutkimustehtävään. Kysymyksiä lähdetään rakentamaan tutkimuksen tavoitteiden ja tutkimustehtävien mukaisesti. (Valli 2010, 103-104.)

Usein kysely aloitetaan muutamilla taustakysymyksillä, kuten ikä, sukupuoli tai koulutus (Valli 2010, 104). Taustakysymyksenä kysyimme vastaajilta, mitä työtä he tekevät Kelassa ja kuinka kauan he ovat Kelassa työskennelleet. Toisena taustakysymyksenä kysyimme,

onko vastaaja ollut aiemmin Kelan asiakasraati toiminnassa mukana. Kysyimme vain kaksi taustakysymystä, koska halusimme säilyttää vastaajien motiivin varsinaisten kysymysten vastaamiseen. Lisäksi halusimme varmistaa vastaajien anonymiteetin, sillä kyselyn perusjoukko oli suppea. Nämä seikat täytyi pitää mielessä tutkimusaineiston tulkinna. (Vilka 2005, 86.) Kysymyksillä numerot kolme – kuusi halusimme saada palautetta digitaalisen asiakasraadin kehittämistoiminnasta sekä siitä, miten vastaajien mielestä tällainen toimintatapa sopii Kelaan. Kysymyksessä numero seitsemän pyysimme vastaajia kuvailemaan, sitä millaisena he tulevaisuuden asiakasraatitoiminnan Kelassa näkevät. Lopuksi tuli ns. jäähdyttelykysymys. Siinä vastaajilla oli mahdollisuus kertoa jotain, jota emme ehkä olleet ymmärtäneet heiltä kysyä.

Internetkyselyn avulla voidaan saada kvalitatiivista eli laadullista ja kvantitatiivista eli määrällistä materiaalia. Tämän kehittämistyön laadullisen aineiston materiaalina ovat avoimien kysymysten vastaukset. Ne kirjoitettiin kirjalliseen muotoon eli litteroitiin. Internetkyselyn avoimet vastaukset analysoitiin soveltaen teemoittelua. Internetkyselylle ominaista on, että se standardoitu eli vakioitu. Tämä tarkoittaa sitä, että tutkija päättää ennalta kysymysten muodon ja esittämisyjärjestyksen. Vastaaja itse lukee kirjallisesti esitetyn kysymyksen ja vastaa siihen itse kirjallisesti. Vastaaja voi kuitenkin vastata kysymyksiin siinä järjestyksessä kuin itse haluaa. (Vilka 2005, 81.) Kyselyn tyypillisimpänä haittana on pidetty, että riski vastausprosentin alhaisuuteen on suuri. Tällöin puhutaan tutkimusaineiston kadosta. (Hirsjärvi ym. 2010, 184–185.) Huolellisella suunnittelulla voidaan minimoida riskejä (Hirsjärvi, Remes & Sajavaara 2007, 201).

Internetkyselyn vastaukset ovat nopeasti saatavissa ja lisäksi sen etuina voidaan nähdä myös arkaluonteisten kysymysten käyttömahdollisuus, mahdollisuus säilyttää vastaajan anonymiteetti sekä oheismateriaalin hyvät käyttömahdollisuudet. (Heikkilä 2014, 17-18; Ojasalo, Moilanen & Ritalahti 2014, 128-129.) Internetkyselyssä voidaan myös varmistaa, että vastaaja vastaa kaikkiin kysymyksiin (Valli 2010, 113), myös me määrittelemme omaan kyselyymme kaikkiin kysymyksiin vastaamisen pakolliseksi. Vastaaja käyttää omaa aikaansa vastaamiseen, eikä vastausten tallentamiseen tarvitse varata resursseja. Lisäksi vastaaja voi itse valita milloin ja missä hän haluaa vastata kyselyyn. (Alsnih 2006, 11-12.) Tämän uskoimme helpottavan vastaajien arkea, sillä he ovat osallistuneet tähän työhön oman työnsä ohella.

Tutkimuksen toteuttamisvaiheessa tutkittavilla on tärkeä merkitys tutkimuksen arvioinnissa. Tutkittavat arvioivat tutkimusta kyselyn mukana lähetettävän saatekirjeen perusteella. Saatekirjettä harvoin mielletään osaksi tutkimusta ja sen arviointia, vaikka se saattaa vaikuttaa koko tutkimuksen onnistumiseen. Saatekirjeessä olevan tekstin perusteella

kyselyn saaja arvioi tekeillä olevaa tutkimusta ja tekee päätöksen tutkimukseen osallistumisestaan. Saatekirje liitetään kyselyn mukaan. Siinä tutkijat perustelevat tutkimuksensa tärkeyttä ja mieltä sekä kertovat tutkimuksen toteuttajan, tarkoituksen ja tavoitteet. (Vilkka 2005, 125.) Saatekirjeessä tulee myös kertoa aineiston käsittelystä, vastaajien valikoitumisesta tutkimukseen, ohjeistus kyselyyn vastaamiseen ja sen palauttamiseen, maininta luottamuksellisuudesta sekä kiitos vastaamisesta (Heikkilä 2014, 59). Saatekirjeessä ja siihen liittyvässä kyselyssä vaikuttaa kolme asiaa, joiden perusteella mahdollinen tutkimuskohde tekee päätöksensä osallistua tutkimukseen. Nämä ovat visuaalinen ilme, saatekirjeen sisältö sekä kyselyn laajuus ja kieli. (Vilkka 2005, 125.) Pyrimme tekemään saatekirjeestä selkeän ja kiinnitimme huomiota saatekirjeen sisältöön (Liite 2).

4.6 Internetkyselyn aineiston analysointi soveltaen teemoittelua

Internetkysely toteutimme Webropol -ohjelmistoa käyttäen. Ennen analysointia olimme päättäneet, että emme käytä tässä kehittämistyössä tietokoneavusteisia analyysiohjelmia. Päätökseemme vaikuttivat aineistomme koko sekä se, että meidän olisi pitänyt varata aikaa analyysiohjelmiin perehtymiseen. (Seitamaa-Hakkarainen 2019.) Työmme alussa olimme miettineet aineiston analyysimenetelmäksi sisällönanalyysia, mutta koska saimme kyselyymme vain kaksi (N=2) vastausta, päädyimme tekemään aineiston analyysin teemoittelun avulla ja mahdollisimman kevyesti.

Teemoittelu on laadullisen analyysin perusmenetelmä. Siinä painottuvat, mitä kustakin teemasta on sanottu (Tuomi & Sarajärvi 2009, 93), tai mitä asioita siihen katsotaan sisältyvän. Se muistuttaa luokittelua, mutta siinä korostuu teeman sisältö lukumäärien sijaan. (Kajaanin ammattikorkeakoulu 2019.) Kaikkiaan kyse on laadullisen aineiston pilkkomista ja ryhmittelystä erilaisten aihepiirien mukaan. Näin voidaan vertailla tiettyjen teemojen esiintymistä aineistossa. (Tuomi & Sarajärvi 2009, 93.) Teemoittelun avulla aineistosta pyritään löytämään ja erottelemaan tutkimustehtävän kannalta olennaiset aiheet, näin saadaan aineiston olennainen tieto esille (Hiltunen 2019, 4).

Analyysin toteuttamista voidaan kuvata yleisesti jakamalla sen vaiheet neljään osaan. Aluksi aineistosta valitaan jokin tarkkaan rajattu ilmiö, josta kerrotaan kaikki. Se, mistä juuri tässä tutkimuksessa ollaan kiinnostuneita, näkyy tutkimuksen tarkoituksesta ja tutkimustehtävästä. Niiden pitää olla linjassa raportoidun kiinnostuksen kohteen kanssa. Toisesta vaiheesta käytetään nimitystä aineiston litterointi tai koodaaminen. (Tuomi & Sarajärvi 2009, 91-92.) Kolmantena vaiheena luokitellaan, teemoitetaan tai tyyppitellään aineisto. Aineiston järjestämisen muodoista yksinkertaisimpana pidetään luokittelua. Siinä aineistosta määritellään luokkia ja lasketaan, kuinka monta kertaa luokka esiintyy aineis-

tossa. Teemoittelu voi olla luokituksen kaltaista, jossa kyse on laadullisen aineiston pilkkomisesta ja ryhmittelystä erilaisten aihepiirien mukaan. Näin voidaan vertailla teemojen esiintymistä aineistossa. Tyypittelyssä taas aineisto ryhmitetään tietyiksi tyypeiksi. Tyypittelyssä joukko tiettyä teemaa koskevia näkemyksiä tiivistetään yleistykseksi. (Tuomi & Sarajärvi 2009, 93.) Tässä kehittämishankkeessa järjestelimme aineiston teemoittelun avulla.

Ennen tekstiaineiston analysointia meidän tuli purkaa keräämämme tutkimusaineisto teksti muotoon eli litteroida. Tämä vaihe ei vienyt kovinkaan paljon aikaa johtuen aineiston määrästä ja siitä, että suurin osa aineistostamme oli jo valmiiksi tekstimuodossa. Litteroitua materiaalia tuli vastausten lukumäärästä johtuen vain vähän reilu yksi sivu. Käytimme Arial fonttia, fonttikokoa 11 ja riviväliä 1. Aineiston purkamisen osalta tulimme siihen tulokseen, että haluamme säilyttää kyselyn vastauksien tekstin puhekielenä, koska tekstin merkitys oli kyselymme kannalta merkityksellistä. Kummankin vastaajan kaikki vastaukset kysymyksineen tallensimme omiin Word-dokumentteihin. (Seitamaa-Hakkarainen 2019.) Nimesimme dokumentit nimillä Vastaaja 1 ja Vastaaja 2, koska saimme kyselyymme vain kaksi vastausta.

Tämän alustavan ryhmittelyn jälkeen tutustuimme aineistoomme huolellisesti vastausajan päättymisen jälkeen. Näin saimme aineistostamme hyvän yleiskuvan. Ideana oli etsiä aineistostamme tiettyä teemaa kuvaavia näkemyksiä. (Tuomi & Sarajärvi 2009, 93.) Kun aineistoa järjestellään teemojen mukaan, kunkin teeman alle kootaan esimerkiksi kustakin haastattelusta ne kohdat, joissa puhutaan ko. teemasta (KvaliMOTV 2019, Teemoittelu). Aineistoon tutustumisen jälkeen teimme teemoittelun tueksi teemakortiston kuvio 7, johon pilkoimme internetkyselyssä olevien kysymysten aihealueet. Nämä teemat veimme teemakortistoon yhdeksi otsikoksi ja sen alle keräsimme internetkyselyn avulla keräämämme kyseistä teemaa koskevat aineistot. (Kajaanin ammattikorkeakoulu 2019.) Suoritimme teemakortiston teemoittelun tekstinkäsittelyn avulla "leikkaa-liimaa" -toiminnolla. Leikkasimme aineistosta kaikki teemoihin liittyvät kohdat ja järjestelimme ne omiksi kokonaisuuksikseen. (KvaliMOTV 2019, Teemoittelu.) Teemojen sisällön kuvasimme aineiston alkuperaisilla sitaateilla. Sitaatit ovat sanatarkkoja lainauksia alkuperäisistä teksteistä, joilla pyritään kuvaamaan aineistoa ja siitä ilmenneitä teemoja. (Kajaanin ammattikorkeakoulu 2019.)

ASIAKASRAATITOIMINNAN TÄRKEYS

- Hyvin tärkeänä.
- On erittäin hyvä asia, että saamme asiakkaidemme ääntä kuuluviin sitäkin kautta.

KOKEMUKSET KEHITTÄMISESTÄ

- Mielenkiintoiselta, tärkeä asia!
- Mukavalta tuntui.

DIGIRAADIN SOPIMINEN KELAAN

- Tämä on uusi tapa lähestyä nuoria heille luontevalla alueella.
- Kyllä varmasti. Esim. kun kehitetään uusia sähköisiä palveluja tai parannetaan entisiä.
- Digiraadeilla ei kuitenkaan tulisi korvata kaikkia henkilökohtaisia raateja
- Täydentävä osa raatitoiminnassa.
- Asiakashankinta ja motivointi ihan minkä tyyppisiin raateihin tahansa on haastavaa.
- Meillä pitäisi olla parempia motivointikeinoja asiakkaiden osallistamiseksi.
- Varmasti sopii hyvin.

DIGIRAADIN SOVELTAMINEN KELAN MUIHIN ASIAKASRYHMIIN

- Kyllä voisi oikein hyvin, kun miettii tavoitteen ja sen mitä halutaan tietää ja tietysti kohderyhmän.
- Sen avulla voisi hyvin tavoittaa tiettyjä haluttuja kohderyhmiä

TULEVAISUUDEN ASIAKASRAADIT

- Otamme yhä enemmän asiakkaita mukaan Kelan toiminnan kehittämiseen jo siinä vaiheessa, kun olemme ottamassa uusia palveluja tms. käyttöön
- Asiakkaita kuuntelevana, tärkeänä kehittämisen tietolähteenä, kehittämiskohteiden esiin nostajana, välineenä tuoda Kelaa lähemmäs ihmisiä.

Kuvio 7. Teemakortisto

Seuraavassa luvussa esittelemme kehittämishankkeemme lopputuloksen, pelillisen digiraadin sekä työryhmältä saamamme palautteiden tulokset.

5 KEHITTÄMISHANKKEEN TUOTOS

5.1 Lopputuloksena Kelaas tätä! - peli

Kelan kuvapalveluista saatiin kuvia elävöittämään peliä. Pelin pohjana käytettiin Kelan strategiakuva, josta oli poistettu kuvaan sisällytetyt tekstejä (kuva 1).



Kuva 1. Pelilauta.

Seuraavat kuvat pelin tasoista ovat ohjaajan näkymästä. Niissä voi nähdä kyseiseen pelitasoon liittyvät tehtävät. Lisäksi olemme ottaneet pelin tehtävistä kuvia, jotka ovat pelaajan näkymästä. Kuvat on otettu pelin kopioversiosta, joten kuvissa näy kenenkään pelaajan vastauksia.

Kuvassa 2 pelaaja kirjautuu peliin pelaajan roolilla. Seuraavaksi hän syöttää pelikoodin (kuva 3), joka hänelle on lähetetty Kelasta sähköpostilla. Näin pelaaja pääsee kirjautumaan oikeaan peliin.



Kuva 2. Pelaaja valitsee pelaajanäkymän.



Kuva 3. Pelikoodin syöttäminen.

Pelikoodin syöttämisen jälkeen pelaaja antaa omalle joukkueelleen keksimänsä nimen (kuva 4). Ohjelma luo pelaajalle oman pelitunnuksen, joka koostuu pelaajan keksimästä nimestä + ohjelman luomasta numerosarjasta (kuva 5). Pelaaja voi jatkaa keskeyttä-
mänsä peliä pelaajatunnuksen avulla. Painamalla jatka peliin- painiketta käynnistetään peli.

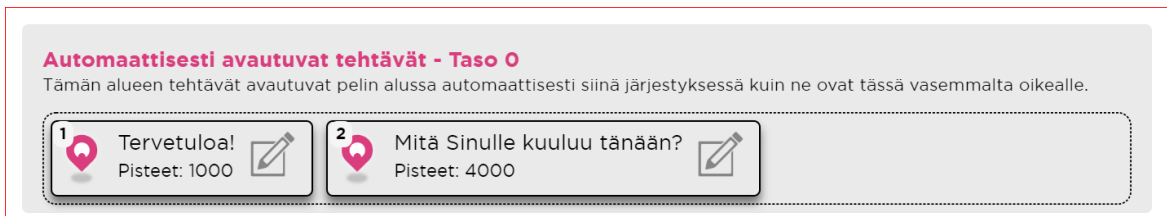


Kuva 4. Joukkueen nimeäminen.



Kuva 5. Pelaajatunnus.

Tasolla nolla (kuva 6) oli kaksi tehtävää, jotka molemmat olivat luovia tehtäviä. Luovissa tehtävissä vastauksen pystyi antamaan tekstillä, videolla, kuvalla tai ääniviestillä. Nämä tehtävät olivat ns. lämmittelytehtäviä, joissa halusimme tietää mitä pelaajille kuului.

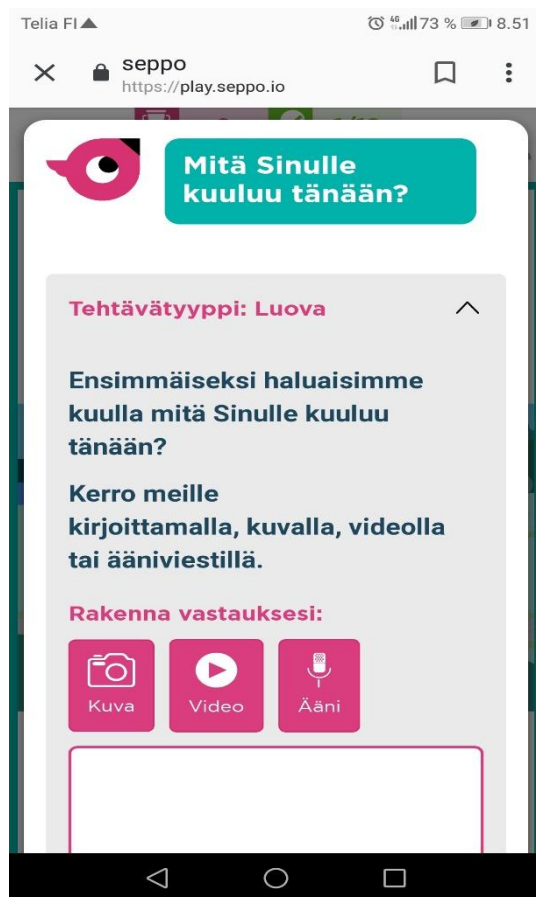


Kuva 6. Taso nolla.

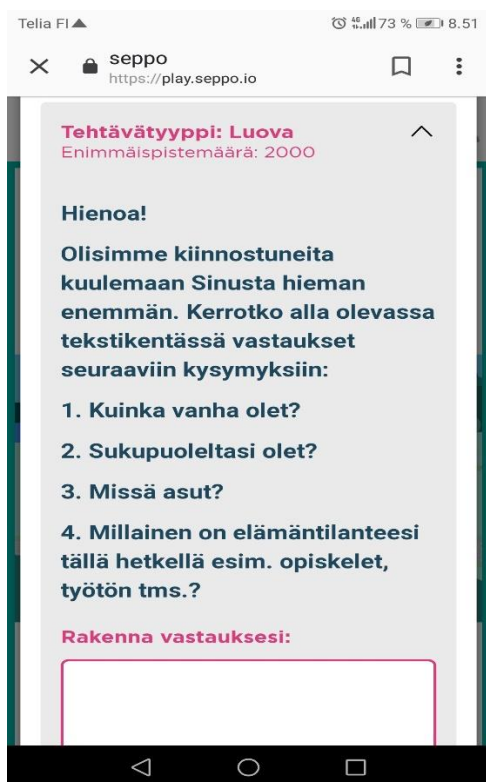
Ensimmäisessä tehtävässä oli myös videotervehdys (kuva 7), jossa työntekijämme viestinnästä kertoi pelaajille säännöt ja ohjeet. Tason nolla toisessa tehtävässä halusimme kuulla, mitä pelaajille kuului (kuva 8) sekä kartoittaa pelaajien taustatietoja (kuva 9).



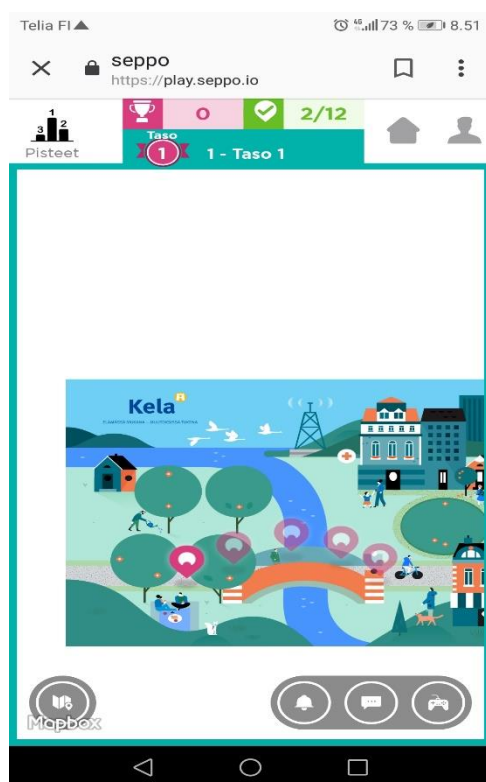
Kuva 7. Videotervehdys ja ohjeet.



Kuva 8. Mitä sinulle kuuluu tänään?

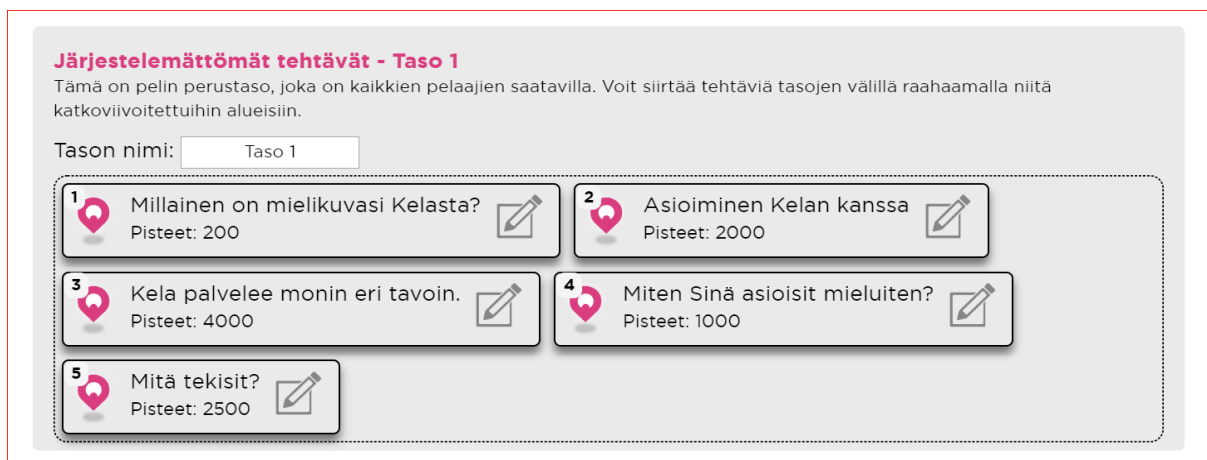


Kuva 9. Pelaajien taustatietojen kartoitus.



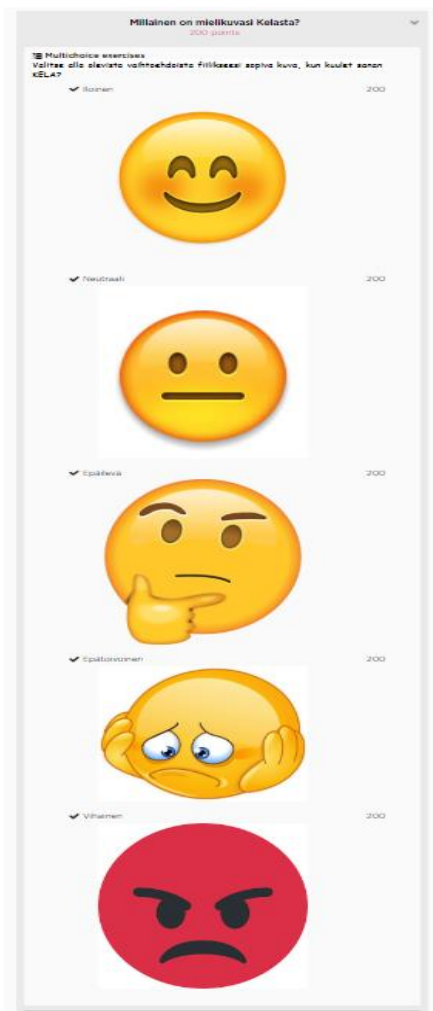
Kuva 10. Tason nolla jälkeen näytölle tulee kuva pelilaudasta, jossa tason yksi tehtävät näkyvät punaisina palloina.

Tasolla yksi (kuva 11) oli viisi tehtävää, joista yksi oli monivalintatehtävä (kuva 12), kolme oli luovia tehtäviä ja yksi oli yhdistelytehtävä. Luovissa tehtävissä pystyi vastauksen antamaan tekstillä, videolla, kuvalla tai ääniviestillä. Näiden vastausten perusteella, toivoimme saavamme pelaajilta arvokasta tietoa, jonka avulla Kela pystyy kehittämään palveluitaan.

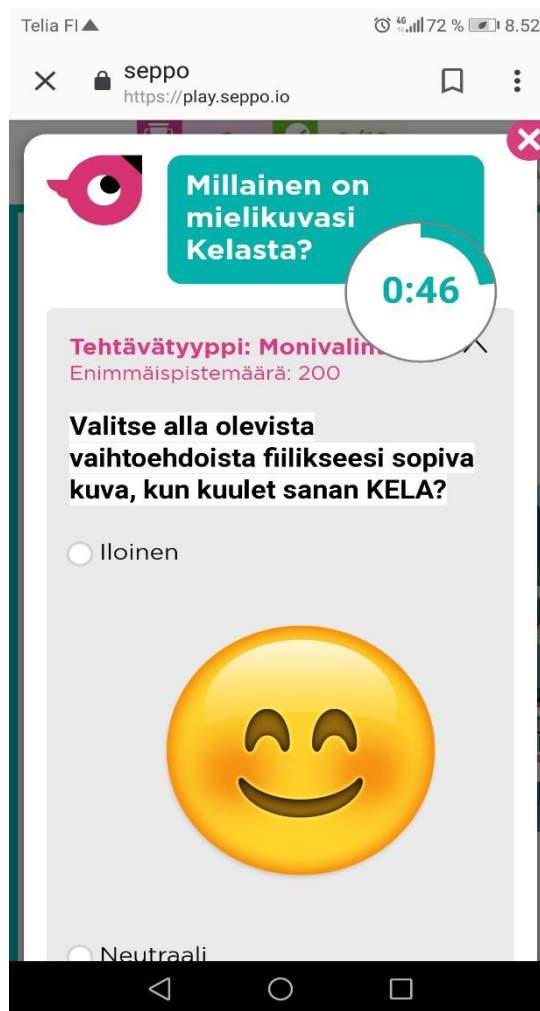


Kuva 11. Taso yksi.

Monivalintatehtävässä (kuva 12) käytimme alustan mahdollistamaa ns. Aikapainetta (kuva 13). Tämä tarkoitti sitä, että näytön yläkulmassa näkyi kello, joka antoi vastausaikaa tehtävään yhden minuutin. Tällä tavoin halusimme lisätä peliin alustan mahdollistamaa pelillistä elementtiä.



Kuva 12. Monivalintatehtävä.



Kuva 13. Aikapaine.



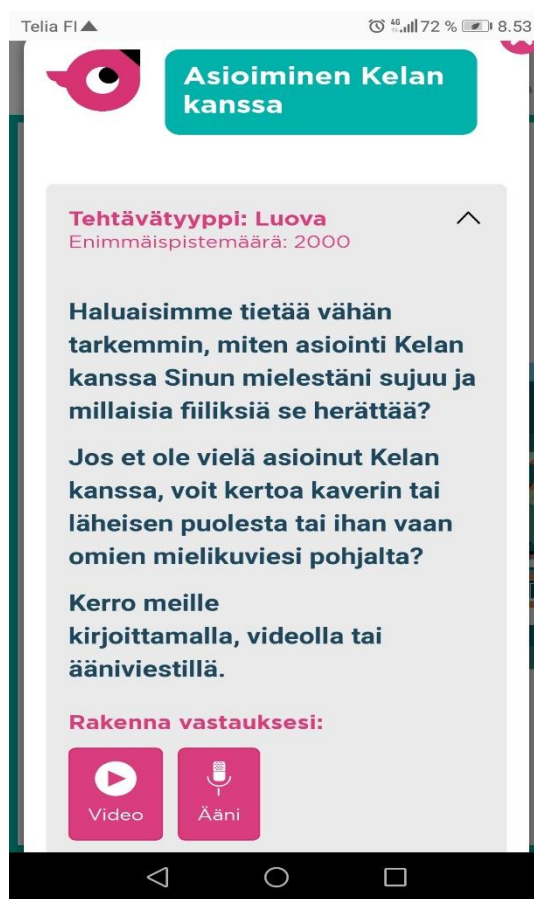
Monivalinta tehtävän hymynaamat olimme pisteysttäneet samoilla pistemäärillä. Tämä tarkoitti sitä, että riippumatta siitä minkä hymynaaman pelaaja valitsi, sai hän silti saman pistemäärän. Jokaisen hymynaaman pistemäärä oli 200 pistettä (kuva 14).

Kuva 14. Monivalinta tehtävän pisteet.

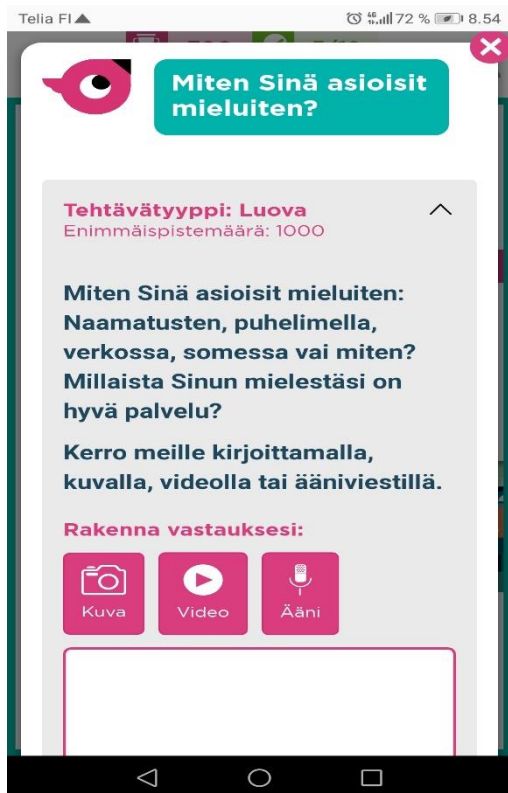
Luovissa tehtävissä pelaajilta kysyttiin asiinnista Kelan kanssa (kuvat 15 ja 16) sekä sitä, miten he mieluiten asioisivat Kelan kanssa (kuva 17). Luovissa tehtävissä vastaukset oli mahdollista antaa kirjoittamalla, videolla, kuvalla tai ääniviestillä.



Kuva 15. Asiointi Kelan kanssa.

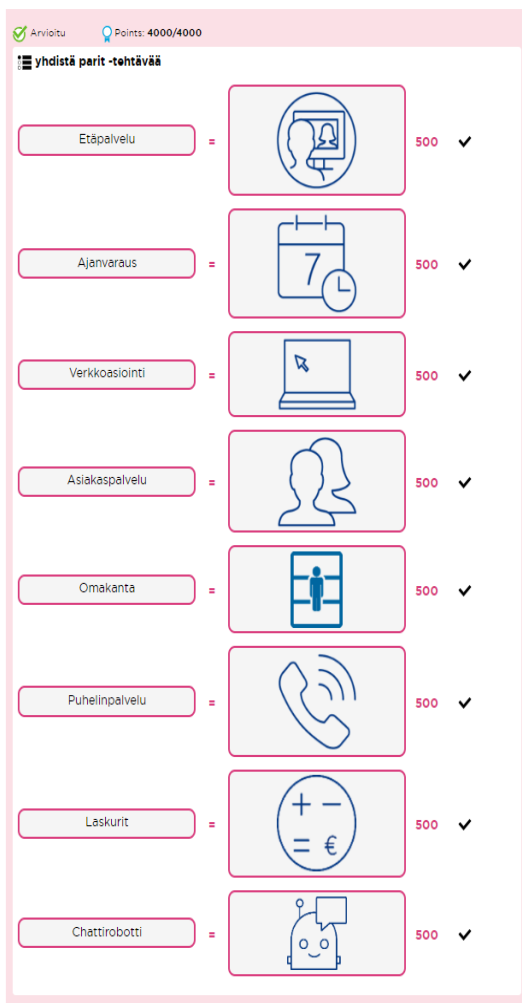


Kuva 16. Asiointi Kelan kanssa.

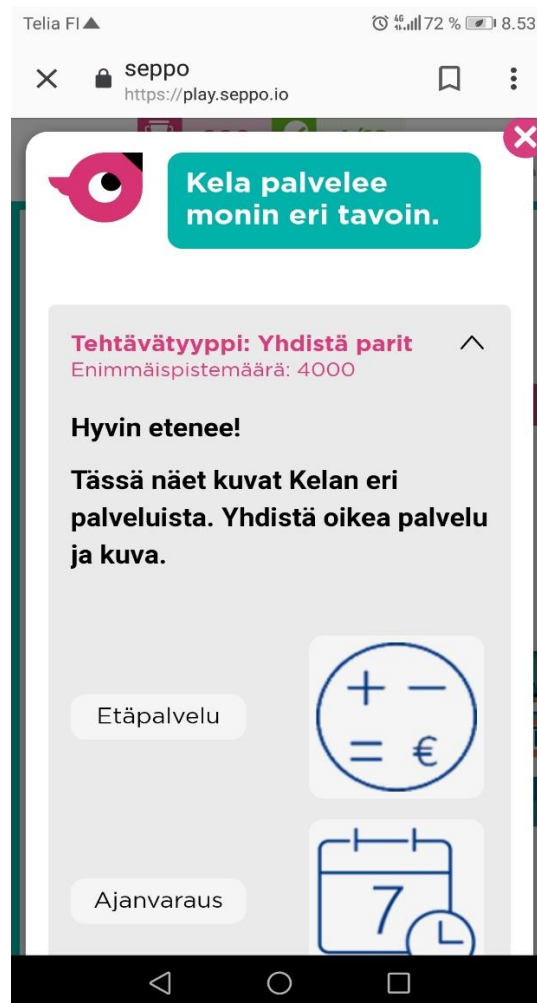


Kuva 17. Miten asioit mieluiten Kelan kanssa?

Yhdistelytehtävässä pelaajan tuli tunnistaa Kelan eri palvelukanavia (kuvat 18 ja 19).

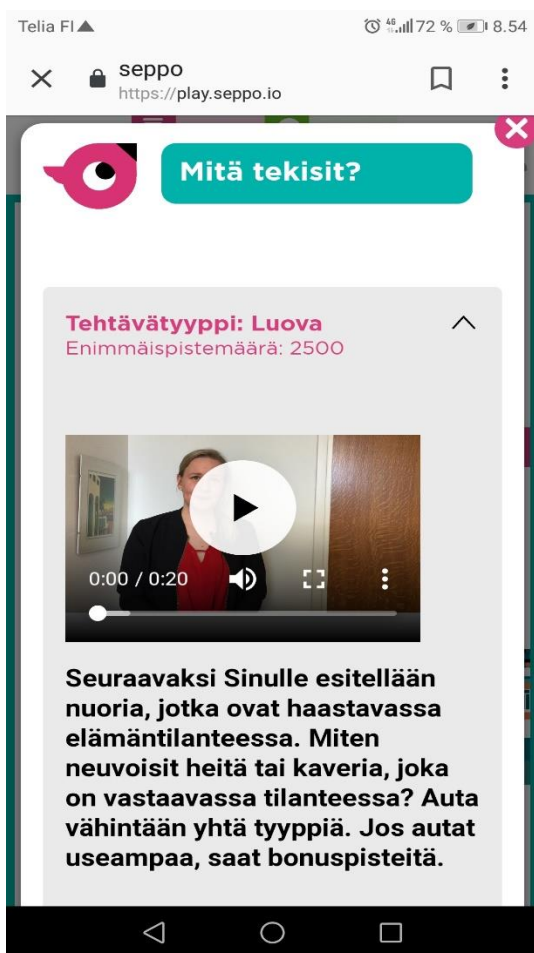


Kuva 18. Yhdistelytehtävä.



Kuva 19. Yhdistelytehtävä.

Tason yksi viimeisessä tehtävässä kysyttiin Mitä tekisit? Tämä oli luova tehtävä ja se painottui ongelmaratkaisuun (kuva 20). Tehtävän alussa oli viestinnän työntekijämme videotervehdys, jossa hän kannusti pelaajaa jatkamaan peliä ja samalla kertoi tehtävän ohjeet. Tässä tehtävässä pelaaja pääsi antamaan neuvoja ja ohjaamaan fiktiivisiä henkilöitä näiden haastavissa elämäntilanteissa. Fiktiivisten henkilöahmojen kuvat saimme Kelan kuvapalveluista. Fiktiivisiä pelihahmoja oli viisi (kuvat 21-25), joilla kaikilla oli erilaiset elämäntilanteet ja haasteet. Pelaajan tuli auttaa vähintään yhtä hahmoa, mutta mikäli hän auttoi useampaa hahmoa, sai pelaaja lisäpisteitä.



Kuva 20. Tehtävän ohjeet.



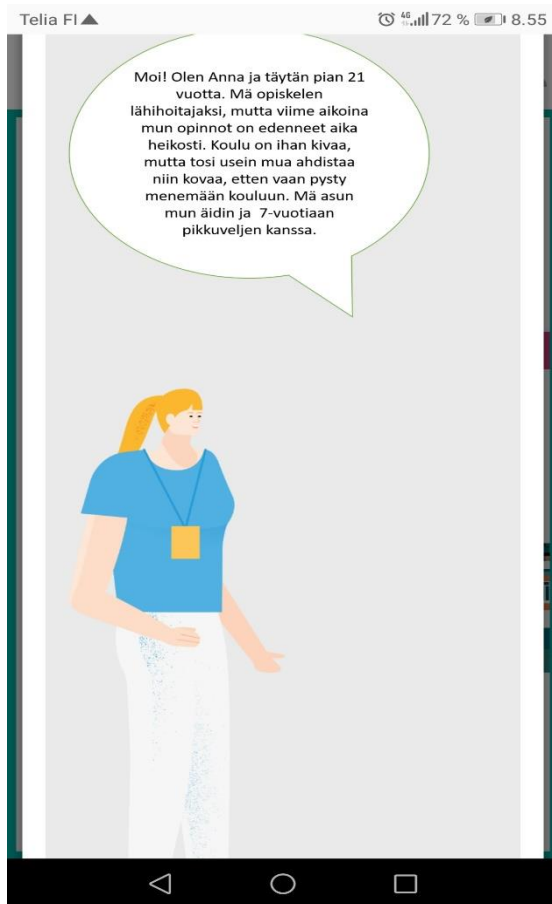
Kuva 21. Fiktiivinen henkilöahmo Valtteri.



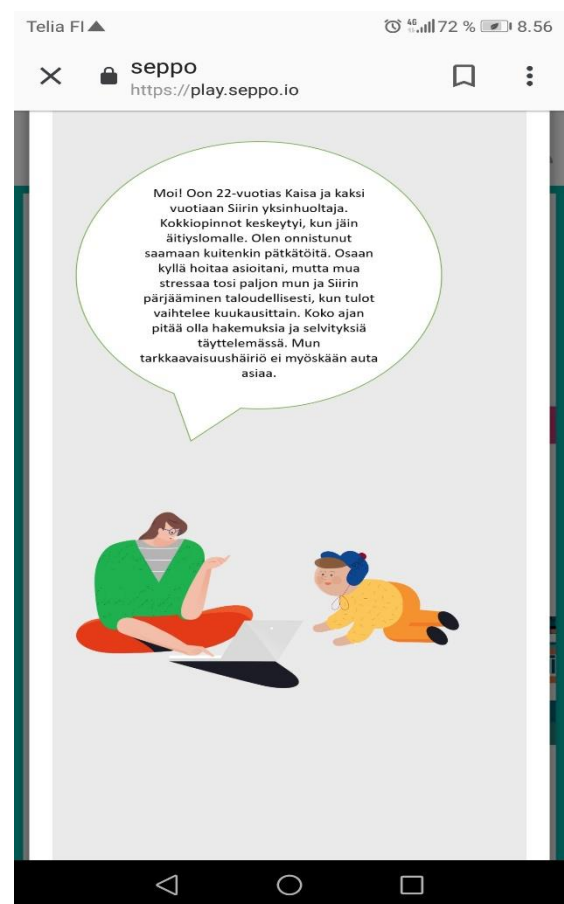
Kuva 22. Fiktiivinen henkilöahmo Jerry.



Kuva 23. Fiktiivinen henkilöahmo Faisa.



Kuva 24. Fiktiivinen henkilöahmo Anna.



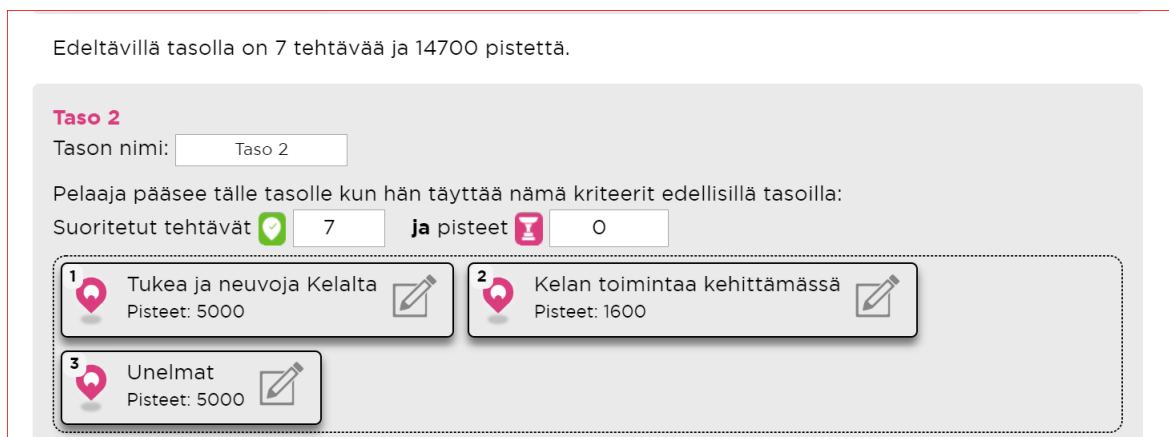
Kuva 25. Fiktiivinen henkilöahmo Kaisa.

Vastattuaan tason yksi kaikkiin tehtäviin, pääsi pelaaja seuraavalle tasolle kaksi (kuva 26).



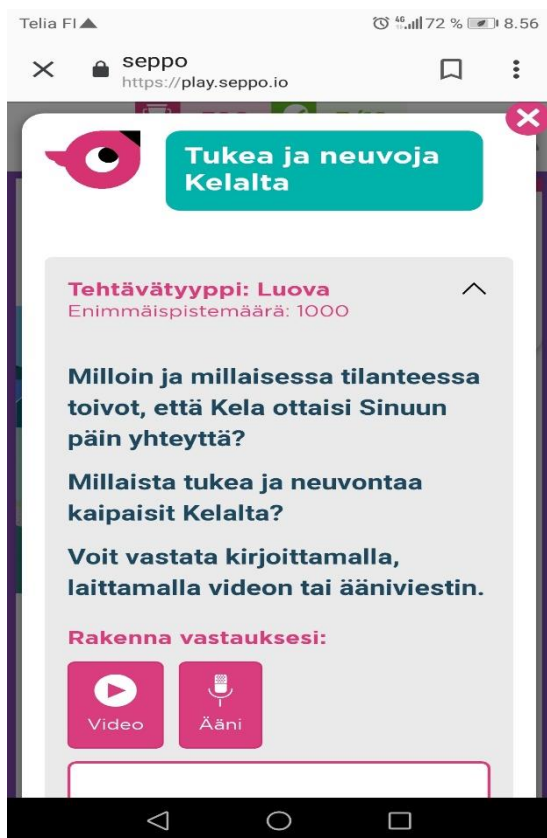
Kuva 26. Taso kaksi avautui.

Tasolla kaksi (kuva 27) oli kolme tehtävää, joista yksi oli monivalintatehtävä ja kaksi tehtävää olivat luovia. Luovissa tehtävissä pystyi vastauksen antamaan tekstillä, videolla, kuvalla tai ääniviestillä.

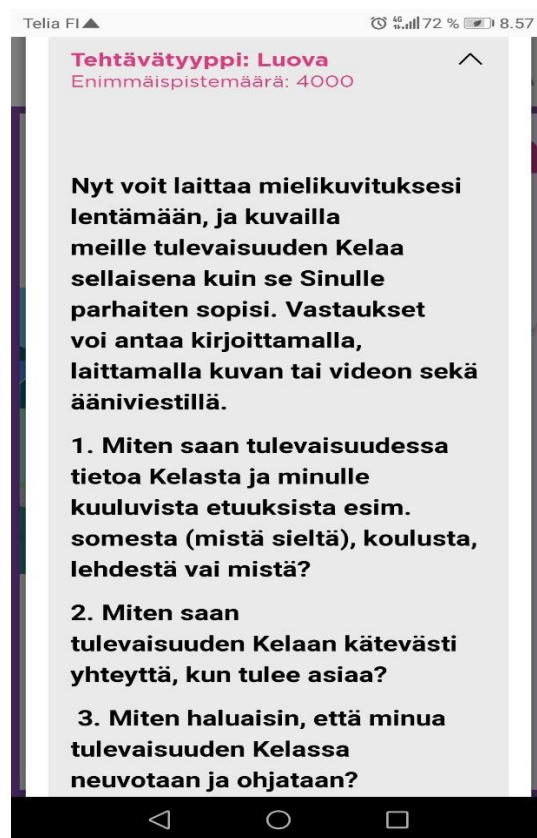


Kuva 27. Taso kaksi.

Tason kaksi luovissa tehtävissä kysimme millaista tukea ja neuvoa nuoret Kelalta kaipaavat (kuva 28). Halusimme heidän myös kertovan millaisena he tulevaisuuden Kelan näkevät tai kuvittelevat olevan (kuva 29).

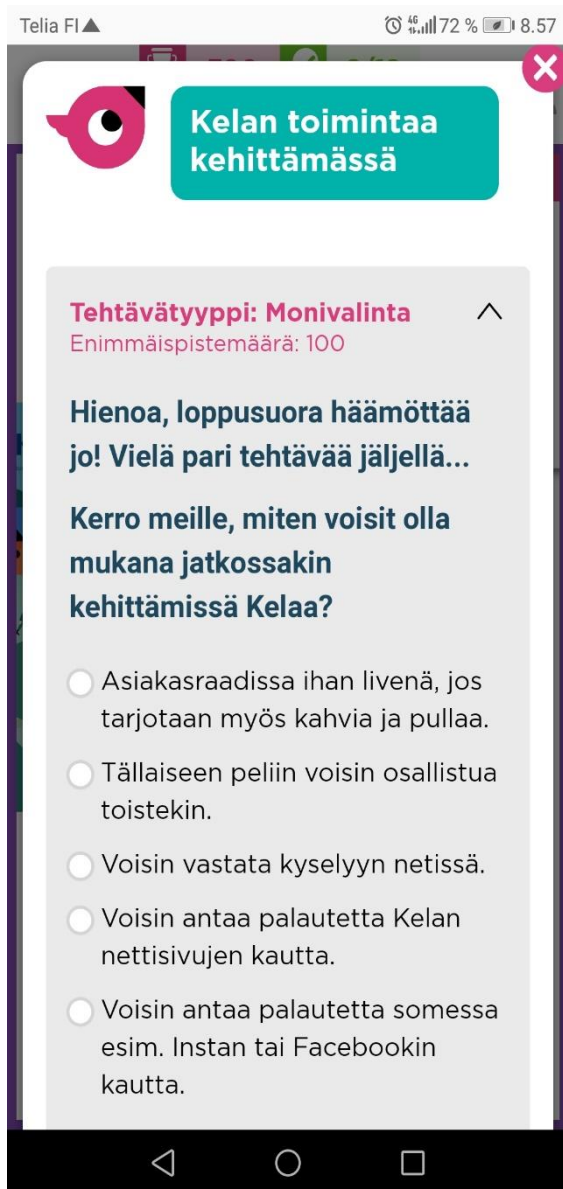


Kuva 28. Tukea ja neuvoa Kelalta.

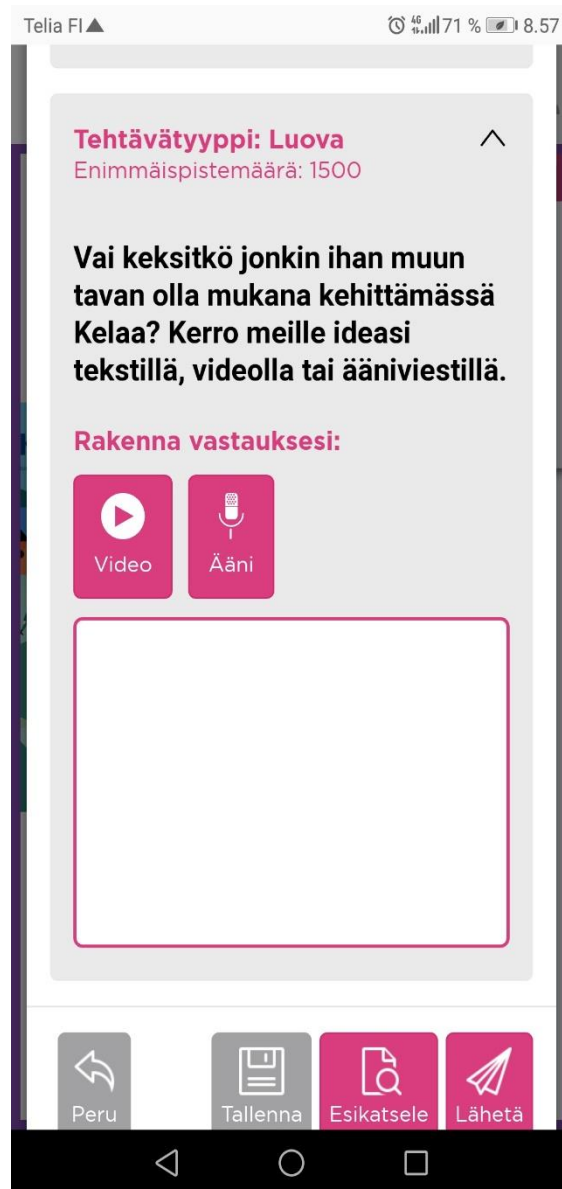


Kuva 29. Tulevaisuuden Kela.

Tason kaksi monivalinta tehtävään (kuva 30) olimme yhdistäneet luovan tehtävän (kuva 31). Tässä tehtäväkokonaisuudessa halusimme tietää, miten nuoret haluaisivat olla jatkossa mukana kehittämässä Kelaa ja sen palveluita.



Kuva 30. Kelaa kehittämässä.



Kuva 31. Kelaa kehittämässä.

Vastattuaan tason kaksi kaikkiin tehtäviin, pääsi pelaaja seuraavalle tasolle kaksi (kuva 32).




Kuva 32. Taso kolme avautui.


Tasolla kolme (kuva 33) oli kaksi tehtävää. Ennen näitä tehtäviä tuli pelin kolmas videotervehdys työntekijältämme viestinnästä (kuva 34). Videolla kiitettiin pelaajaa peliin osallistumisesta sekä pyydettiin pelaajaa jättämään viimeiseen tehtävään yhteystietonsa, mikäli hän haluaa vaivannäöstään pienen palkkion. Samalla videolla esiteltiin palkkioksi lähetettävää kokoontaitettavaa reppua. Fiilikset pelistä- tehtävässä olimme yhdistäneet kaksi monivalintatehtävää (kuva 35) sekä luovan tehtävän (kuva 36). Tässä tehtävässä halusimme kuulla nuorten mielipiteitä digitaalisesta raadista ja sen toimivuudesta, sekä heidän halustaan osallistua vastaavanlaiseen raatitoimintaan mahdollisesti joskus uudelleenkin.

Edeltävillä tasolla on 10 tehtävää ja 26300 pistettä.


Taso 3
Tason nimi:

Pelaaja pääsee tälle tasolle kun hän täyttää nämä kriteerit edellisillä tasoilla:
Suoritetut tehtävät ja pisteet


1  Fiilikset pelistä
Pisteet: 1200 


2  Yhteystiedot
Pisteet: 1000 

Kuva 33. Taso kolme.

Telia FI  71 % 9.00

seppo
https://play.seppo.io

Tehtävätyyppi: Luova 
Enimmäispistemäärä: 1000




Suuret kiitokset vaivannäöstäsi. Haluaisimme palkita Sinut pienellä lahjalla. Sitä varten tarvitsemme kuitenkin nimesi ja postiosoitteesi. Tietoa käytetään vain palkinnon postittamiseen.

Kirjoita ne alla olevaan kenttään.



Mikäli et halua palkintoa voit vain kirjoittaa meille terveiset.


Rakenna vastauksesi:

Kuva 34. Videoterveyhdys ja yhteystiedot.

Telia FI  71 % 8.59

seppo
https://play.seppo.io

 **Fiilikset pelistä** 

Tehtävätyyppi: Monivalinta 
Enimmäispistemäärä: 100

Kerro miltä Kelaas tätä!- pelin tehtäviin vastaaminen Sinusta tuntui?

Valitse alla olevista vaihtoehdoista.


Helpolta

Melko helpolta

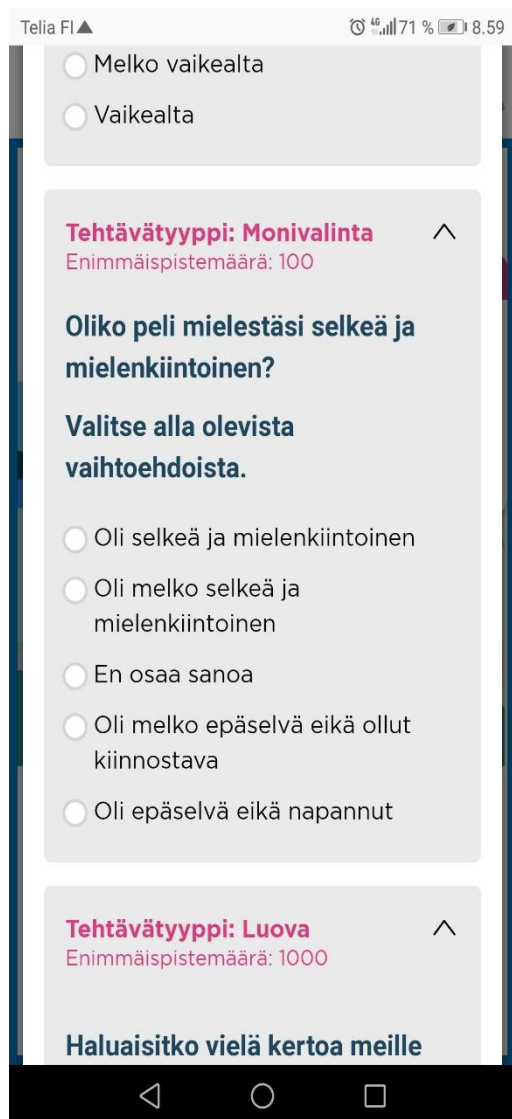
En osaa sanoa

Melko vaikealta

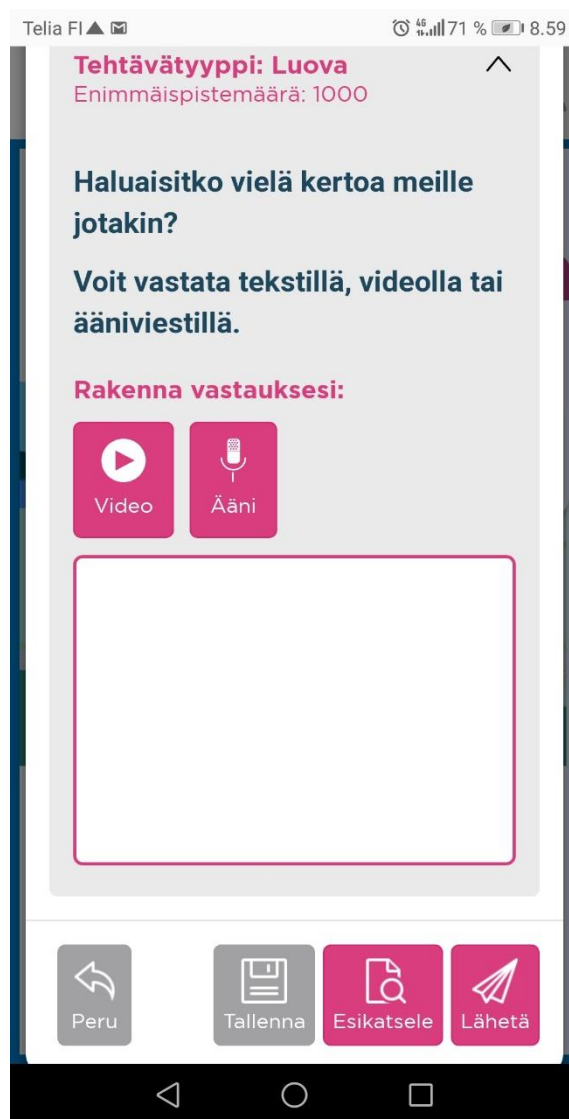
Vaikealta

Tehtävätyyppi: Monivalinta 

Kuva 35. Monivalinta tehtävä.

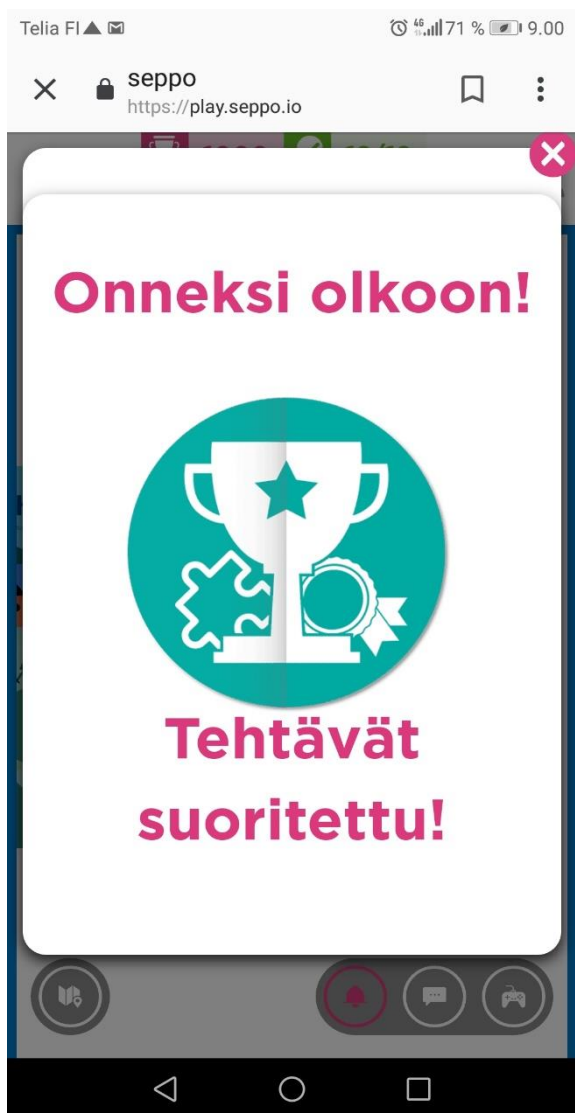


Kuva 35. Monivalinta tehtävä.

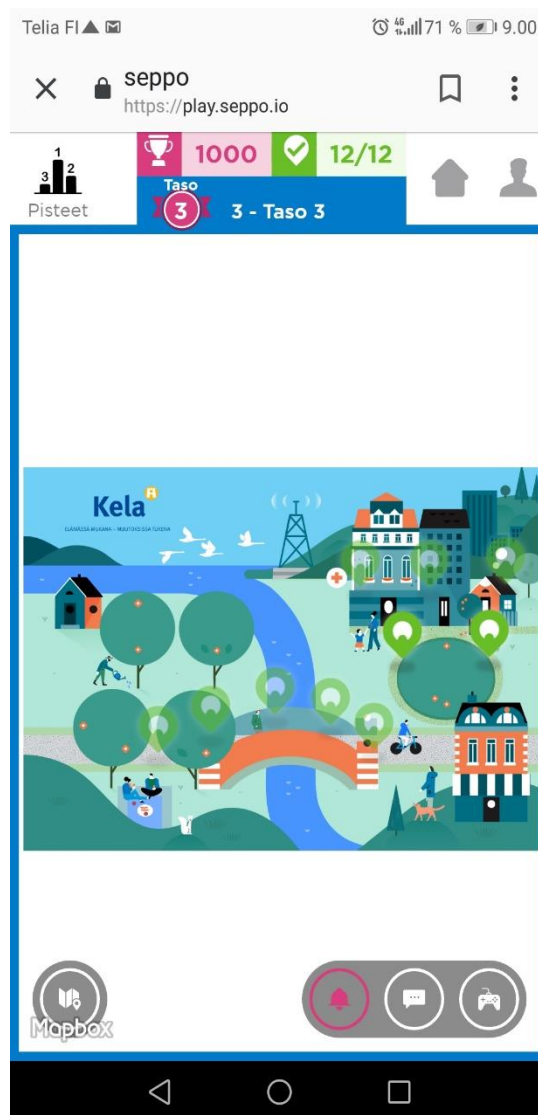


Kuva 36. Luova tehtävä.

Kun pelaaja oli pelannut kaikki 12 tehtävää, ilmestyi hänen pelinäytölleen kuva pokaalista kera ilotulituksen merkiksi pelin päättymisestä (kuva 37). Pelilaudalla vihreät pallot kertoivat tehtävän olevan suoritettu (kuva 38). Kuvan 38 yläreunassa pelaaja näki myös saamansa pisteet.



Kuva 37. Tehtävät suoritettu.



Kuva 38. Vihreät pallot.

5.2 Internetkyselyn tulokset

Toteutimme internetkyselyn 11.4 – 24.4.2019 välisenä aikana tässä kehittämishankkeessa mukana olleelle työryhmälle, johon kuului kaksi erikoissuunnittelijaa, yksi suunnittelujen asiantuntija, yksi ratkaisuasiantuntija ja yksi palveluasiantuntija. Kyselyn avulla halusimme kerätä palautetta työryhmän jäseniltä sekä heidän kokemuksiaan uudelta tavasta järjestää asiakasraati. Vastauksia oli saapunut 16.4.2019 mennessä vain yksi kappale, joten lähetimme työryhmämme jäsenille muistutusviestin kyselystä 16.4.2019. Määräaikaan mennessä saimme internetkyselyn vastauksia yhteensä kaksi kappaletta (N=2), joten kyselymme vastausprosentti oli 40 %.

Kyselymme koostui kahdeksasta avoimesta kysymyksestä (Liite 3). Taustakysymyksiä kyselyssämme oli kaksi. Kysyimme vastaajilta, mitä työtä he tekevät Kelassa ja kuinka kauan he ovat Kelassa työskennelleet. Toisena taustakysymyksenä kysyimme, onko vastaaja ollut aiemmin Kelan asiakasraati toiminnassa mukana. Vastauksista kävi ilmi, että molemmilla vastaajilla oli pitkä Kela-ura takana, yli kaksikymmentä vuotta. Toisella vastaajista oli aiempaa kokemusta Kelan asiakasraatitoiminnasta ja toisella vastaajalla ei ollut.

Kysymyksillä numerot kolme – neljä halusimme saada palautetta digitaalisen asiakasraadinkin kehittämistoiminnasta. Molemmat vastaajat kokivat asiakasraatitoiminnan tärkeäksi ja heidän vastauksistaan tulikin ilmi asiakkaiden äänen kuulemisen tärkeys. Toinen vastaajista näki tärkeänä asiakkailta saadut kehittämisideat. Vastaajista tuntui mukavalta, mielenkiintoiselta ja tärkeältä olla mukana kehittämässä nuorten digiraatia. Toinen vastaajista koki uuden pelillisen lähestymistavan nuorten tavoittamiseksi hyväksi tavaksi. Hänen mielestään oli hyvä, että Kela on 'ajassa mukana'. Toinen vastaajista myös muistutti, että asiakasraadit eivät ole ainoa keino kuulla asiakkaita, mutta se on tärkeää toimintaa. Hän myös totesi, että:

Digiraadeilla ei kuitenkaan tulisi korvata kaikkia henkilökohtaisen tapaamisen ja keskustelun sisältäviä raateja, mutta ne voisivat toimia täydentävänä osana raatitoiminnassa.

Kysymyksillä viisi – kuusi halusimme kuulla, miten vastaajien mielestä digitaalinen asiakasraatitoiminta sopii Kelaan. Molempien vastaajien mielestä tällainen toiminta sopii Kelaan, tosin toinen vastaajista muistutti, että tämä oli nyt ensimmäinen kerta, kun tällaista kokeiltiin. Toinen vastaajista näki tällaisen toiminnan hyvänä, kun esimerkiksi kehitetään uusia tai parannetaan olemassa olevia sähköisiä palveluja. Toinen vastaajista näki asiakkaiden motivoinnin osallistua asiakasraateihin haastavaksi, ja toivoikin parempia motiivintekijöitä. Toinen vastaajista pohti, että raadinkin tavoite ja sen kohderyhmän digitaaliset taidot, tulee ottaa huomioon, kun digitaalista asiakasraatia suunnitellaan. Hän kuitenkin totesi, että nykyään:

'Monet senioritkin käyttävät jo varsin monipuolisesti digiä.'

Kysymyksessä numero seitsemän pyysimme vastaajia kuvailemaan, sitä millaisena he tulevaisuuden asiakasraatitoiminnan Kelassa näkevät. Tämän kysymyksen vastauksissa nousi esille asiakkaiden kuunteleminen ja heidän mukaan ottaminen Kelan toiminnan suunnitteluun jo siinä vaiheessa, kun uusia palveluja ollaan ottamassa käyttöön. Lisäksi

toinen vastaaja näki, että tulevaisuuden asiakasraatitoiminta Kelassa olisi tärkeässä roolissa tietolähteenä kehittämislle sekä kehittämiskohteiden esiin nostajana. Hän näki raatitoiminnan välineenä, joka tuo Kelaa lähemmäksi ihmisiä.

Viimeisessä kysymyksessä vastaajilla oli mahdollisuus kertoa jotain, jota emme ehkä olleet ymmärtäneet heiltä kysyä. Alla kommentit, jotka saimme viimeiseen kysymykseen:

Kiitokset teille digitaalisen asiakasraadın konkreettisille kehittäjille.

Kiitos, kun olette olleet tekemässä tätä digiraatia:)

Tämän kehittämishankkeen ulkopuolelle olimme rajanneet pelin tehtävien sisällön. Pelin viimeisessä tehtävässä kysyimme pelaajien fiiliksiä pelistä. Halusimme tuoda esille pelaajien henkilökohtaisia tuntemuksia ja kokemuksia, joita heille pelistä syntyi. Näistä vastauksista käy hyvin ilmi myös se, mitä työntekijät ovat raatitoiminnalla tavoitelleet: asiakkaiden kuunteleminen. Tässä muutama lainaus pelaajien vastauksista.

'Jos tarjoutuu mahdollisuuksia päästä kehittämään, ja vaikuttamaan palveluihin ja niiden toimivuuteen, niin olisi mahtavaa. Näitä lisää.'

'Tällaisia pelejä voisi tehdä lisää. Tehtävien teko ei vienyt paljon aikaa ja se teki tekemisestä helppoa ja mielekästä. Tykkäsin paljon ja on ilo päästä vaikuttamaan jollain tapaa.'

'Peli oli hauska idea, varmasti ihmiset tykkää antaa palautetta tällä tavalla!'

6 POHDINTA

6.1 Johtopäätökset

Kehittämishankkeemme oli työelämä- ja käytännönläheinen sekä aiheemme valinta oli ajankohtainen ja tarpeellinen. Työmme tarve oli noussut käytännöntarpeesta. Tässä kehittämishankkeessa toteutimme pelillisen digiraadin 15-29- vuotiaille nuorille. Nykypäivänä asiakaskokemus on noussut tärkeään rooliin sosiaali- ja terveydenhuoltoalalla. Asiakkaita halutaan ottaa mukaan palvelujen kehittämiseen. (Sosiaali- ja terveysministeriö 2018, 45.) Hankkeen tarkoituksena oli kehittää Kelan palveluja. Digiraadin tehtävien vastauksien avulla Kelan on mahdollista kehittää nykyisiä ja tulevia palveluitaan vastaamaan paremmin nuorten tarpeita. Digiraadin tehtävien vastuusten laadullinen asiakastieto täydentää Kelassa runsaasti tuotettavaa numeerista dataa. (Kela 2018.) Lammi (2010) toteaaakin, että voidaksemme tyydyttää asiakkaiden tarpeet parhaalla mahdollisella tavalla, tarvitsemme tietoa asiakkaista ja heidän tarpeistaan sekä toimintaympäristöstä (Lammi 2010, 206-207).

Asiakasraati on osallistavan menetelmän toimintamalli, jonka avulla palveluista ja niiden toimivuudesta saadaan palveluiden käyttäjiltä täsmällistä tietoa (Innokylä 2018). Kelan asiakasraatien toiminta alkoi vuonna 2007 eläkeasioiden ja opiskelijoiden asiakasraadeilla (Kela 2018). Tässä kehittämishankkeessa haluttiin kokeilla toteuttaa asiakasraati hyödyntämällä sähköistä alustaa. Vaikka asiakasraatien tavoitteena onkin saada tietoa asiakkaiden näkemyksistä ja tarpeista (Kela 2018), täytyy muistaa, että digiraati ei ole pelkästään tiedon keräämisen väline, vaan myös osallistamisen väline. Se ei myöskään korvaa muita osallistumisen menetelmiä, vaan myös kasvokkain tapahtuvaa kehittämistoimintaa tarvitaan jatkossakin. (Sosiaali- ja terveysministeriö 2018, 48.)

Asiakasraatien avulla pyritään ottamaan asiakkaat ja heidän näkemyksensä ja tarpeensa huomioon sekä osallistamaan heitä palvelutuotannon suunnitteluun ja kehittämiseen. Digiraati muodosti alustan, jossa voitiin antaa nuorten ratkottaviksi, esimerkiksi fiktiivisten asiakaspersonien elämänhaasteita. Digiraadin avulla pystyimme laajentamaan nuorten osallistumista sekä vahvistamaan nuorten osallisuutta ja osallisuuden kokemusta tulevaisuuden palveluiden muotoiluun. (Pitkän aikavälin politiikalla läpi murroksen – tahtotiloja työn tulevaisuudesta 2018, 135.) Näin voimme rakentaa aidoista palvelutarpeista lähteviä palvelukokonaisuuksia. Palveluiden järjestämisessä on tärkeää, että ne järjestetään niin asiakkaan kuin organisaation kannalta toimiviksi ja kestäviksi. Palvelutoiminta voidaan nähdä asiakaslähtöisenä, kun lähdetään liikkeelle asiakkaan esittämistä kysymyksistä ja

käydään vuoropuhelua palveluntuottajan ja asiakkaan kesken. (Stenvall & Virtanen 2012, 188-90.)

Asiakaskokemus voidaan jakaa kolmeen tasoon: toimintaan, tunteisiin ja merkityksiin. Lisäksi puhutaan digitaalisesta asiakaskokemuksesta, mikä tarkoittaa sitä, kun käyttäjä hyödyntää mitä tahansa päätelaitetta, johon palvelu on tuotettu digitaalisesti, suorittaakseen halutun operaation tai osan siitä, syntyy digitaalinen asiakaskokemus. (Filenius 2015, 30.) Onnistunut digitaalinen asiakaskokemus syntyy, kun asiakkaan tarve on ymmärretty oikein, prosessit tukevat asiakastarpeen toteuttamista, järjestelmät tukevat prosesseja ja verkkopalvelun käytettävyyttä ilmentää jälleen asiakkaan käyttäytymisen ymmärrystä. (Filenius 2015, 30.) Raporttimme johtopäätöksissä pohdimme erityisesti asiakaskokemuksesta digitaalisen asiakaskokemuksen näkökulmasta. Toiminnan taso määritellään prosessien sujuvuutena, palvelun saavutettavuutena, palvelun kykyä vastata asiakkaan toiminnallisiin tarpeisiin sekä palvelun käytettävyytenä, hahmotettavuutena että tehokkuutena. Menestyvässä palvelussa toiminnallisen tason vaatimukset ovat täyttyneet. (Tuulaniemi 2013, 74-75.)

Asiakaskokemuksen toiminnan tasoon pyrimme vaikuttamaan peliä ideoidessamme ja suunnitellessamme niin, että digiraatimme prosessi olisi mahdollisimman sujuva ja peli olisi saavutettava. Alustalle asettamamme vaatimukset pidimme mielessä koko suunnittelun ja ideoinnin ajan. Alustan ominaisuuksiin emme voineet vaikuttaa. Olisimme voineet rakentaa pelistä lyhytkestoisena, jossa kaikki pelaajat olisivat olleet pelissä samaan aikaan. Tässä mallissa pelin prosessi olisi ollut sujuvampi ja peli olisi ollut vuorovaikutuksellinen. Kuitenkin koimme tärkeäksi, että pelaajilla oli mahdollisuus pelata peliä paikasta ja ajasta riippumatta. Ruokonen (2016) toteaaakin, että kellonajoilla ja päivämäärillä tuntuu olevan merkitystä digitaalisten palveluiden käytössä. On tyypillistä, että digitaalisten palveluiden mobiilikäyttö korostuu aikaisin aamulla, iltamyöhään ja/tai viikonloppuisin ja kesäisin. (Ruokonen 2016, 36.) Siksi päädyimme tekemään kompromissin ja pyysimme pelaajia lähettämään sähköpostilla pelikoodipyynnön Kelaan. Lähetimme heille pelikoodin vastauksena pyyntöön. Lisäksi meille oli tärkeää, että peli oli mobiilisti skaalautuva ja helppokäyttöinen, koska kuten Ruokonen (2016) toteaa, verkkopalveluiden mobiilikäyttö on voimakkaassa ja nopeassa kasvussa: palveluita käytetään monesti jo enemmän älypuhelimilla ja tableteilla kuin pöytäkoneilla ja kannettavilla. (Ruokonen 2016, 36.) Samanaikaisesti halusimme rakentaa pelistä houkuttelevan ja riittävän monipuolisen erilaisine toimintoineen.

Asiakaskokemuksen tunnetaso tarkoittaa henkilökohtaisia tuntemuksia ja kokemuksia, joita asiakkaalle syntyy. Kokemukseen liittyvät merkitykset ja mielikuvat muodostavat

asiakaskokemuksen merkitystason. (Tuulaniemi 2013, 74-75.) Tunnetason luomiseen pyrimme vaikuttamaan tuottamalla pelaajille pelin avulla omanlaisia kokemuksia, osallisuutta sekä elämyksiä, jotka motivoivat tekemään (Ängeslevä 2014, 27). Halusimme pelaajien kokevan tullessa kuulluksi, huomatuksi ja arvostetuksi (Ahonen 2017, 8). Nuorten vastauksissa heidän kokemuksistaan pelistä, kiitosta saatiin juuri vaikuttamisen ja palveluiden kehittämiseen osallistumisen mahdollistamisesta. Koska nuorten osallistuminen yhteiskunnalliseen vaikuttamiseen on todettu vaikeaksi tehtäväksi (Pitkän aikavälin politiikalla läpi murroksen – tahtiloja työn tulevaisuudesta 2018, 136)., halusimme tehdä palveluiden kehittämiseen osallistumisen mahdollisimman helpoksi pelillisen digiraadin avulla.

Pelin suunnittelussa oli kuitenkin hyvä pitää mielessä, että palvelun mobiilikäyttö, mahdollinen videomuotoisuus, käyttäjätietojen hyödyntäminen olivat vain välineitä palvelun kehittämisessä. Asiakkaan näkökulmasta kokonaisuus ratkaisee, ei pelkästään käytössä olevat uudet välineet. (Ruokonen 2016, 36-47.) Siksi pelin merkitys Kelan palveluiden kehittämisessä nuorten tarpeita vastaavaksi onkin merkityksellinen. Pelin avulla tapahtuvalla osallistumisella on suora kytkös osallistujien arkielämään. Osallistumisella peliin on siis konkreettista merkitystä, joka tulee näkymään osallistujien arjessa. (Pitkän aikavälin politiikalla läpi murroksen – tahtiloja työn tulevaisuudesta 2018, 138.) Vaikka rajasimme digiraadin pelin tehtävien vastaukset tämän kehittämissuunnitelman ulkopuolelle, tullaan niitä käyttämään myöhemmin Kelan palveluiden kehittämisessä. Näin saadaan koko palveluketjusta asiakkaan näkökulmasta toimiva kokonaisuus. Asiakaskokemuksen mittaaminen käytännössä on vaikeaa. Filenius (2015) mukaan asiakaskokemus on subjektiivinen tunne-tila, joka liittyy tiettyyn hetkeen (Filenius 2015, 122). Palvelunkehittämissuunnitelman kohdalla todelliset tulokset ovat mitattavissa, mutta vasta pidemmällä aikavälillä. Ne heijastuvat yrityksen tai yhteisön saamaan asiakaspalautteeseen ja henkilöstön työssä viihtyvyyteen. (Harviainen 2012, 103.)

Peli merkitsee toimintatapaa, jolla yksilöt motivoidaan. Pelien hyödyntäminen tarkoittaa pelien rakenteiden ja vuorovaikutusratkaisujen soveltamista kekseliäin tavoin uusissa asiayhteyksissä. (Ängeslevä 2014, 57.) Tässä kehittämissuunnitelmassa käytettiin pelisuunnitteluelementtejä muussa kuin ei-pelillisissä konteksteissa (Deterding ym. 2011, 10)., tässä tapauksessa asiakasraadin suunnittelussa ja toteuttamisessa. Toisaalta halusimme myös tuoda mukaan pelillistämisen kokemuksesta luonnetta, antamalla nuorille mahdollisuuden vaikuttaa. (Huotari & Hamari 2012, 17.) Keskittymällä hauskuuteen, helppouteen ja henkilökohtaisuuteen voidaan luoda jotain uutta (Ängeslevä 2014, 27). Digitaalisissa sovelluksissa pelillisten piirteiden hyödyntäminen perustuu tavoitteeseen kehittää sovelluksista motivoivia, käyttäjiä houkuttelevia ja helppokäyttöisiä. Tavoitteena onkin saada aikaan vastaavanlaisia kokemuksia ja käyttäytymistä kuin pelit saavat aikaan. Pelit

tarjoavatkin yksilöllisiä elämyksiä ja haastavaa, oman rajallisuutensa tunnistamista. (Ängeslevä 2014, 28.) Vaikka palveluiden kehittämiseen osallistuminen voidaankin kokea motivoivaksi, on osallistumisen välineen oltava myös helppokäyttöinen ja innostava. Erityisesti nuorten motivointiin soveltuvat hyvin viihdepelien maailmasta tutut elementit. (Pitkän aikavälin politiikalla läpi murroksen – tahtotiloja työn tulevaisuudesta 2018, 139.) Näitä elementtejä hyödynsimme digitaalisessa asiakasraadissamme.

Halusimme kiinnittää huomiota pelaajien osallistumismahdollisuuksiin sovellusta käytettäessä. Osallistumisen tulisi olla epämuodollisiin ja joustaviin menetelmiin perustuvaa, luovutta suosivaa ja hauskaa. Niiden tulisi olla myös vuorovaikutuksellisia ja viihdyttäviä sekä tuottaa uusia, erilaisia kokemuksia. (Pitkän aikavälin politiikalla läpi murroksen – tahtotiloja työn tulevaisuudesta 2018, 138.) Tämän johdosta halusimme tarjota pelaajille mahdollisuuden tuottaa peliin itse sisältöjä, kuten videoita (Pitkän aikavälin politiikalla läpi murroksen – tahtotiloja työn tulevaisuudesta 2018, 139-140). Suomalaisten nuorten keskuudessa suosittua on videomuotoinen itseilmaisuus. Internetin tiedonsiirtokapasiteetin voimakas kasvu on vaikuttanut tähän merkittävästi. Vaikka videoiden äärellä pääsääntöisesti viihdytään, voi kuluttaja vastaanottaa niiden välityksellä myös hyödyllistä tietoa, kuten vinkkejä, ohjeita, tuotetietoa tai tietoiskuja. Yksi digiajan keskeinen kilpailutekijä onkin videomuotoisen tiedon ja sisällön tarjoaminen. (Ruokonen 2016, 37.) Tässä pelissä oli kolme videota, joissa pelaajat saivat ohjeita pelin suorittamiseen sekä kannustusta pelin pelaamiseksi loppuun asti.

Digitaalinen pelillisuus on nuorille tuttua, mutta he eivät kuitenkaan ole yhtenäinen ryhmä pelaajinakaan. Pelitutkimuksessa on havaittu, että erilaiset peligenret houkuttelevat pelaajia erilaisista yhteiskunnallisista ryhmistä. Pelillisiä piirteitä rakennettaessa nämä seikat on hyvä ottaa huomioon. Pelien tulee siis sisältää erilaisia tasoja, genrejä ja osioita. (Berry & Coavoux 2014, 8.) Jaoimmekin pelin neljään tasoon (0-3), joissa oli yhteensä 12 tehtävää. Tasot ja niiden tehtävät rakennettiin mahdollisimman yksinkertaisiksi, mikä helpotti pelin pelaamista. Jokaisella tehtävällä olimme määritelleet etukäteen maksimi pistemäärän. Pelien suunnittelussa pyrimme huomioimaan viihteellisyyden ja opetuksellisuuden tasapainon, jotta pelaajien oppimismotivaatio säilyisi (Harviainen 2012, 100). Tehtäväkysymysten sisällön teimme yhteistyönä työryhmän kanssa, jossa oli asiantuntijoita Kelasta eri puolilta Suomea. Tavoitteenamme olikin panostaa tehtävien muotoiluun. Pelin teemoista muotoilimme pelillisiä elementtejä hyödyntäviä tehtäviä, joihin vastaamisen kokemus poikkeaisi perinteiseen kyselyyn vastaamisesta. Muuttamalla normaalia tapaa toimia epänormaaliksi ja jännittäväksi saadaan ihmiset kyseenalaistamaan totuttuja asioita ja ajattelemaan uudella tavalla. Pelillisuus ja pelimekaniikat luovat helpon ja kannustavan mahdollisuuden

siirtää ajattelu laatikon ulkopuolelle, luovasti ja uutta kokeillen. (Ängeslevä 2014, 57.) Keulan kuvapalveluista saimme kuvia elävöittämään peliä.

Säännöistä ja säännönmukaisuuksista irtautuminen, kokemukseen uppoutuminen ja luovan ilmaisun tunne jäävät pelillisissä ratkaisuissa usein toteutumatta. Tämä johtaa usein pelaajien motivaation hiipumiseen. (Ängeslevä 2014, 54-55.) Tässä kehittämishankkeessa pyrimme vaikuttamaan pelaajien motivaation säilymiseen hyödyntämällä pelillisiä piirteitä. Tyypillisesti hyötypelisovelluksissa pyritään lisäämään käyttäjän motivaatiota esimerkiksi pisteillä, tulostaulukoilla, merkeillä, edistymistä osoittavilla tasoilla, tarinoilla, teemoilla, maaleilla, palautteella sekä haasteilla. Tehtävien rakentamisessa hyödynnettiin nuorten osallistumista vahvistavista seikoista olemassa olevaa tietoa, kuten internet-pohjaisuus, hauskuus ja merkityksellisyys sekä pelillistettyjen virtuaalisten maailmojen houkuttelevuudesta tuotettua tietoa, kuten pisteytykset, tasot, pienet palkinnot, saavutukset, tarinat ja ongelmanratkaisu. Näin pyrimme tekemään eri tavalla houkuttelevammaksi asiallisten, tärkeiden ja vakavien asioiden tekemistä sekä samalla kannustamaan ja motivoimaan pelin suorittamiseen. (Pitkän aikavälin politiikalla läpi murroksen – tahtotiloja työn tulevaisuudesta 2018, 136; Ängeslevä 2014, 52-53.) Yleensä hyötypelisovellukset ohjaavat pelaajan suoraviivaisesti tekemään määrätyn toimen onnistuneesti, siksi yllätyksellisyys ja sitä kautta positiivisen palautteen kokeminen korostuvat harvemmin pelillistetyissä sovelluksissa. Pelillisyydellä pyritään lisäämään käyttäjien motivaatiota teknologiaa kohtaa ja sitä kautta lisäämään näiden aktiviteettien määrää ja laatua. (Pitkän aikavälin politiikalla läpi murroksen – tahtotiloja työn tulevaisuudesta 2018, 139; Ängeslevä 2014, 27, 52-53.)

Palvelunkehittämisspelit nivoutuvat optimaalisesti yrityksen tai yhteisön toimenkuvaan, mutta se ei välttämätöntä. (Harviainen 2012, 101-102.) Luovista tehtävistä yksi painottui ongelmaratkaisuun fiktiivisten roolien avulla. Roolipelit sallivat osallistujiansa toimia ilman, että hahmoista tehdään oletuksia pelaajan pohjalta. Myöskään pelaajasta ei tehdä oletuksia hahmon pohjalta. Näistä jälkimmäinen on erityisen tärkeä palvelunkehitykseen suunnitelluissa peleissä. Huolellinen valmistelu ja kiinnostavat hahmot lisäävät pelien mielenkiyyttä ja houkuttelevuutta. Pelissämme oli viisi erilaisessa elämäntilanteessa olevaa fiktiivistä hahmoa. Tehtävässä pelaaja pääsi antamaan neuvoja ja ohjaamaan fiktiivistä henkilöä tämän haastavassa elämäntilanteessa.

Digitaalisen asiakasraadin avulla pyrimme tavoittamaan myös sellaisia nuoria osallistujia, jotka eivät välttämättä muuten osallistuisi läsnäraatiin ja joiden ääni jäisi muuten helposti kuulematta. Tällainen toimintatapa merkitsee asiakkaiden tasaveroista osallisuutta ja heidän asiantuntemuksensa käyttöä palveluiden suunnittelussa (Laitinen & Pohjola 2010,

73). Näin tavoitellaan myös parempaa asiakastytyvyyttä. Lisäksi pyrimme saamaan pelaajiksi nuoria eri puolilta Suomea aina pääkaupunkiseudulta pohjoiseen. Digiraati oli pelattavissa nuorille 18.3-17.4.2019 välisellä ajalla. Tuona aikana pelin aloittaneita pelaajia oli 21 kappaletta ja pelin loppuun pelanneita oli 16 kappaletta. Yhteystietonsa palkintoa varten jättäneitä pelaajia oli 15 kappaletta.

Pelaajat olivat kotoisin eri puolilta Suomea aina Helsingistä Ouluun ja iältään he olivat 18-28-vuotiaita. Verrattuna perinteiseen asiakasraatiin saavutimme osallistujia ympäri Suomea. Perinteisessä asiakasraadissa osallistujat yleensä kerätään raadin pitopaikan lähi-kaupungeista. Tyypillisesti asiakasraadissa on 10-20 henkilöä (Innokylä 2018). Digiraadissa pelin loppuun pelanneita pelaajia oli 16 kappaletta, joka vastaa yhden perinteisen asiakasraadin osallistujien määrää. Jäimme kuitenkin tavoitteestamme jälkeen, sillä pelaajalisenssejä raatiin oli hankittu 50 kappaletta.

Koko hankkeen ajan reflektoimme omaa tekemistämme. Huomasimme pelin pelaamisen ollessa puolessa välissä, että pelin pelanneita pelaajia oli alle kymmenen. Tähän reagoimme lähettämällä muistutusviestin pelistä yhteistyökumppaneillemme. Pelin sulkeuduttua pelin oli loppuun saakka pelannut 16 pelaaja. Se, että jäimme pelaajatavoitteestamme jälkeen, johtui todennäköisesti pelin markkinoinnista ja sen vähyydestä. Tästä voidaan päätellä, että meidän olisi pitänyt panostaa enemmän pelin markkinointiin. Olisimme voineet markkinoida peliä Kelan Instagram- ja Facebook-tileillä. Myös Kelan toimistojen TV-ruuduille olisi voinut tehdä markkinointivideon. Näitä vaihtoehtoja mietimme hankkeemme alussa, mutta silloin ajattelimme, että emme halua laittaa pelikoodia ns. yleiseen jakoon.

Verrattuna perinteiseen asiakasraatiin keskeisenä erona voidaan todeta olevan käyttäjäkokemus. Digi aikana tiedon löydettävyyden, tavoitettavuuden ja helppokäyttöisyyden korostuvat, siksi käytettävyyteen on panostettava. (Gerdt & Eskelinen 2018, 57.) Syitä sille, miksi viisi pelaajaa ei ollut pelannut peliä loppuun asti emme voi varmasti tietää, sillä kukaan keskeyttäneistä ei ollut jättänyt tästä meille palautetta. Yhtenä syynä pelin pelaamisen keskeyttämiseen, arvelemme liittyvän pelin käytettävyyteen liittyviin seikkoihin. Sähköisen alustan (Seppo.IO) ominaisuuksiin ja niiden käytettävyyteen emme pystyneet vaikuttamaan. Pelin käytettävyyteen pyrimme kuitenkin kiinnittämään huomiota pelin tehtävien suunnittelussa ja sijoittelussa pelilaudalle. Internetyhteydestä riippuen pelissä olevien videoiden latautumisessa havaittiin paikoitellen viivettä. Tämä on saattanut vaikuttaa joidenkin pelaajien motivaatioon pelata peli loppuun. Käytettävyyden vaatimukset ovat erilaiset kuluttajien arjessa kuin esimerkiksi toimistoympäristössä. Kuluttaja voi äänestää jaloillaan

kohdatessaan huonosti toteutettuja sovelluksia. Käyttökokemus on hyvin henkilökohtainen. (Filenius 2015, 29.)

Ajatuksenamme oli peliä suunniteltaessa ja toteutettaessa tehdä peliin osallistuminen ja sen pelaaminen helpoksi ja mielenkiintoiseksi. Tähän otimme avuksi teknologian, sillä nuorten kohdalla motivaatiota voidaan lisätä pelillisillä ratkaisuilla. (Pitkän aikavälin politiikalla läpi murroksen – tahtotiloja työn tulevaisuudesta 2018, 136.) Toisena syynä pelin keskeyttämiseen saattoi kuitenkin myös olla se, etteivät kyseiset pelaajat kokeneet peliä itseään innostavaksi tai mielenkiintoiseksi. Kuten Kasvi (2017) toteaaakin, digitaalisessa demokratiassa jokainen joutuu osaltaan päättämään, mistä asioista haluaa ottaa henkilökohtaisesti selvää ja vaikuttaa. Myös se, että ei osallistu julkiseen keskusteluun ja yhteiseen päätöksentekoon, on päätös, poliittinen teko. Digitalisaatio tarjoaa kuitenkin mahdollisuuksia vaikuttaa suuristakin kysymyksistä tehtäviin päätöksiin, silloin kun ne ovat henkilökohtaisesti kiinnostavia. (Kasvi 2017, 501-502.)

Internetkyselyymme saimme vain kaksi vastausta, joten niiden tulokset eivät ole yleistettävissä. Kuitenkin voidaan todeta, että molempien vastaajien mielestä asiakasraatitoiminta on tärkeää. Toisen vastaajan vastauksessa esille nousi asiakasraatitoiminnan tärkeä rooli palveluiden kehittämisessä. Hän näki myös raadin toimintana, joka toisi Kelaa lähemmäksi asiakasta. Asiakasraadin tarkoituksena onkin asiakkaan tai käyttäjän näkemysten kuuleminen ja huomioonottaminen toiminnan suunnittelussa ja ohjauksessa päätöksenteon tueksi (Innokylä 2018). He kokivat myös, että digitaalinen asiakasraatitoiminta sopisi Kelan toimintaan. Asiakkaiden motivointiin sekä kohderyhmän digitaalisiin taitoihin toivottiin kiinnitettävän huomiota. Vastaajat näkivät tulevaisuuden asiakasraatitoiminnan Kelassa asiakkaita kuuntelevana sekä huomioivana. Se merkitsisi asiakkaiden tasaveroista osallisuutta ja heidän asiantuntemuksensa käyttöä palveluiden suunnittelussa (Laitinen & Pohjola 2010, 73).

6.2 Kehittämishankkeen arviointi

Arviointi on tärkeä osa kehittämishanketta. Arviointia tulee tehdä koko hankkeen ajan, mutta hankkeen lopussa arvioidaan prosessia kokonaisuudessaan sekä kehittämishankkeen tuotoksia. (Ojasalo ym. 2014, 27.) Kehittämishankkeen arvioinnissa voidaan miettiä niitä asioita, jotka muuttuivat ja mitä vaikutuksia niillä oli kehittämishankkeelle, kohderyhmälle, henkilöstölle ja organisaatiolle. Lisäksi voidaan miettiä mitä opittiin ja missä epäonnistuttiin. (Salonen ym. 2017, 65.) Olemme koko kehittämishankkeemme ajan tehneet reflektointia ja tässä kappaleessa arvioimme kehittämishankettamme.

Kehittämishankkeemme tehtävien sisällön olemme suunnitelleet yhdessä työryhmän kanssa, mutta tehtävien viennin sähköiselle alustalle olemme tehneet itse. Pelaajien rekrytoinnista sovimme, että päävastuu siinä olisi työryhmän jäsenillä, sillä heillä oli aiempia kontakteja yhteistyökumppaneihin. Koko työryhmämme pelasi pelin testiversiota, siitä saimmekin hyviä kehittämis ehdotuksia peliin. Hankkeemme ohjaaja hoiti sopimuksen pelin alustatoimittajan kanssa, lisäksi hän teki pelikutsun yhteistyökumppaneillemme sekä lähetti pelaajille sähköpostitse pelikoodin ja yhteystietonsa jättäneille pelaajille palkkiot. Kelan viestinnästä kaksi työntekijää kuvasi pelissä käytetyt videot, työryhmän heille toimitettaman 'käsikirjoituksen' pohjalta. Lisäksi saimme Kelan kuvapalvelusta pelissä käytettävät kuvat.

Digiraatiin oli hankittu alustatoimittajalta 50 pelaajalisenssiä. Arvelimme, että ne tulisivat kaikki käytetyiksi, joten emme halunneet laittaa pelikoodia yleiseen jakoon. Halusimme varmistaa, että sama pelaaja voi pelata pelin vain kerran. Näitä näkökulmia mietimme myös pelin markkinointia suunnitellessamme. Päädyimme lähettämään pelikutsuja yhteistyökumppaneillemme, jotka jakaisivat sitä potentiaalisille pelaajille. Pelistä kiinnostuneet pelaajat lähettivät Kelaan sähköpostin, johon heille vastauksena lähetettiin pelikoodi. Pelin markkinointiin meidän olisi pitänyt panostaa paljon enemmän. Olisimme voineet rohkeasti toteuttaa pelin markkinointia Kelan Instagram- ja Facebook- tileillä. Lisäksi Kelan toimistojen TV-ruuduilla olisi voinut näkyä mainos pelistämme. Toisaalta voidaan kuitenkin pohtia, millaista pelaajakuntaa olisimme näiden kanavien kautta saaneet peliin mukaan. Seuraako näitä kanavia sellaisia nuoret, jotka muutenkin aktiivisesti etsivät tietoa? Tähän kehittämishankkeeseen halusimme mukaan kaikenlaisia nuoria, mutta erityisesti sellaisia, joiden ääni ei helposti tule kuuluviin.

Teimme internetkyselyn asiakasraadin kehittämisessä mukana olleelle työryhmälle. Kyselyn linkki ja saatekirje lähetettiin viidelle työryhmän jäsenelle. Kyselyyn vastaamiseen oli varattu kaksi viikkoa aikaa. Saimme määräaikaan mennessä vain kaksi vastausta, vaikka olimme kyselyn puolivälissä lähettäneet muistutusviestin työryhmän jäsenille. Olimme mielestämme tehneet hyvän saatekirjeen ja vastausten lukumäärä olikin pettymys. Vastausten lukumäärään on saattanut vaikuttaa se, että työryhmän jäsenet olivat kehittämishankkeessa mukana omien töidensä ohella, eikä heillä ole ollut kiireen vuoksi aikaa ja motivaatiota vastata kyselyyn.

Myös asiakaskokemuksen tasoa on arvioitava toimintaa kehitettäessä. On tärkeää tunnistaa ne osa-alueet, joilla toimintaa voidaan parantaa. Asiakaskokemuksen mittaamiselle voidaankin asettaa tavoitteet, joita ovat palvelun nykytilan, kehittämiskohteiden ja asioimi-

sen esteiden tunnistaminen. Tavoitteena voi olla myös pyrkimys osoittaa kehitys aikaisempaan tilanteeseen verrattuna, verrata palvelua kilpailijoihin tai auttaa yrityksen johtoa päätöksenteossa. (Filenius 2015, 122-123.) Vaikka tässä kehittämishankkeessamme emme mitanneet asiakaskokemuksen tasoa voidaan kuitenkin todeta, että julkisella sektorilla Kela on ollut edistyksellinen pelillisen digiraadin toteuttamisessa, sillä digitaalisten alustojen käytöstä asiakkaiden osallistumisen edistämiseksi on toistaiseksi hyvin vähän kokemuksia (Sosiaali- ja terveysministeriö 2018, 48).

Kaikesta huolimatta, ajattelemme kehittämishankkeemme kaiken kaikkiaan onnistuneen hyvin. Pääsimme asettamiimme tavoitteisiin ja saimme suunniteltua ja toteutettua pelillisen digiraadin ja sen myötä kehitettyä Kelan palveluita nyt ja tulevaisuudessa. Lisäksi tavoitimme pelaajia ympäri Suomea. Toiminnan digitalisoinnissa on tärkeää, että se aloitetaan heti: suunnitellaan ja toteutetaan askel kerrallaan ja uudistetaan toimintaa nopeasti kokemusten perusteella. Kokeilut tehdään yhdessä kansalaisten ja yritysten kanssa ennen varsinaista toiminnan muutosta tai palvelukehitysprojektia. Myös epäonnistuminen on sallittua, mutta virheistä opitaan. (Pellikka 2017, 636.)

Tämä askel on otettu Kelassa asiakasraatityöskentelyn kehittämisessä ja innovoinnissa. Vaikka tämä kehittämistyö on Kelan kehittämisprosessissa yksi kehittämisen vaihe, kehitettäessä Kelan nuorten asiakkaiden asiakaskokemusta, voidaan sen kautta saamistamme kokemuksista ottaa oppia. Tämä kehittämishanke oli meille opiskelijoille tärkeä oppimisprosessi, jonka uskomme edistävän meidän asiantuntijuuttamme, ammatillista kehittymistämme sekä myös työelämätaitojamme (Ammattikorkeakoulujen opinnäytetöiden eettiset suositukset 2017, 5). Meille tärkeää on kehittää palveluja asiakkaan näkökulmasta käsin. Uskomme, raadin tehtävien vastauksista olevan apua palveluiden kehittämisessä, juuri nuorten asiakkaiden näkökulmista käsin. Lisäksi oli opettavaista päästä mukaan kehittämään uudenlaista toimintatapaa, jota Kelassa ei olla aiemmin kokeiltu.

6.3 Eettisyys ja luotettavuus

Tämän kehittämishankkeen tuotos on pelillinen digiraati nuorille 15 – 29- vuotiaille asiakkaille. Tarkoituksena oli kehittää Kelan palveluita. Digiraadin tehtävien vastausten avulla Kela voi kehittää nykyisiä ja tulevia palveluitaan. Kehittämishankkeemme on työelämä- ja käytännönläheinen. Aiheemme valinta on ajankohtainen ja tarpeellinen ja sen tarve nousi käytännöntarpeesta. Tällä kehittämishankkeella oli Arene:n suosituksen mukainen toimeksiantajan nimeämä työelämäohjaaja (Ammattikorkeakoulujen opinnäytetöiden eettiset suositukset 2017, 5)., hän oli myös kehittämishankkeemme työryhmässä mukana. Kehit-

tämishankkeemme luotettavuutta arvioimme tutkimuksen edetessä kriittisellä tutkimusotteella. Työmme eri vaiheissa tarkastelimme avoimesti menetelmän sopivuutta ja suunnitelmamme etenemistä. Kehittämishankkeissa koko prosessin tarkastelu ja sen arviointi ovat keskeisessä asemassa, näin myös tulokset ovat paremmin hyödynnettävissä. (Kuula 2006, 34.)

Kuten kaikissa tutkimuksissa tulee noudattaa hyvää tieteellistä käytäntöä, niin teimme tässäkin kehittämishankkeessa. Kehittämishanketta tehdessämme noudatimme rehellisyyttä, huolellisuutta ja avoimuutta sekä kunnioitimme muiden tutkijoiden työtä. Toteutimme tutkimuksemme suunnitelmallisesti. (Ammattikorkeakoulujen opinnäytetöiden eettiset suositukset 2017, 6-8.) Tulosten tallentamisessa ja esittämisessä sekä tulosten arvioinnissa ja raportoinnissa olimme tarkkoja sekä huolellisia. Hankkeen tiedonhankinta-, tutkimus- ja arviointimenetelmät olivat tieteellisen tutkimuksen kriteerien mukaisia ja eettisesti kestäviä. Hankkeessa toteutettiin avoimuutta ja vastuullista viestintää. (Tutkimuseettisen neuvottelukunnan ohje 2012, 6; Kuula 2006, 34 – 35.) Lisäksi tässä kehittämishankkeessa noudatettiin Lahden ammattikorkeakoulun opinnäytetyön tekemiseen annettuja ohjeita sekä Tutkimuseettisen neuvottelukunnan (TENK) määritelmiä hyvän tieteellisen käytännön periaatteista (Tutkimuseettisen neuvottelukunnan ohje 2012, 6-7; LAMK 2019).

Hyvä tieteellinen käytäntö edellyttää, että tutkittavalla on riittävästi tietoa tutkimuksesta, jonka perusteella hän voi päättää tutkimukseen osallistumisesta tai kieltäytymisestä. Olimme kertoneet kehittämishankkeesta ja sen tavoitteesta kutsukirjeessä (Liite 1) sekä pelin alussa näytettävässä videossa. Kerroimme osallistujille totuudenmukaista tietoa, kuten myös heidän oikeuksistaan ja velvollisuuksistaan. Heillä oli myös mahdollisuus kieltäytyä osallistumasta raatiin. (Heikkilä, Jokinen, & Nurmela 2008, 45.) Osallistujat olivat voineet itse päättää osallistumisestaan raatiin ja olimme saaneet heiltä suostumuksen osallistumisestaan. Näin halusimme kunnioittaa tutkimus- ja kehittämistoiminnassa tärkeänä nähtävää osallistujien itsemääräämisoikeutta. (Ammattikorkeakoulujen opinnäytetöiden eettiset suositukset 2017, 8.) Heillä oli mahdollisuus lopettaa pelin pelaaminen ja raatiin osallistuminen hankkeen missä vaiheessa tahansa.

Nuorilla oli mahdollisuus osallistua digiraatiin anonyymisti. Raatilaisten on perinteisesti annettu jokin pieni muistamislahja osallistumisesta raatiin. Mikäli nuori halusi saada pienen palkinnon vaivannäöstään, hänen täytyi antaa yhteystietonsa (nimi ja osoite), jotta palkinto pystyttiin lähettämään perille. Annettua yhteystietoa voitiin käyttää ainoastaan lahjan toimittamiseen perille. Kerroimme digiraadin videolla pelaajille, että heidän vastauksiaan käytetään vain Kelan palveluiden kehittämiseen, eivätkä ne vaikuta pelaajan omiin Kela-asioihin.

Digiraadin työskentelyyn osallistuneille työryhmän jäsenille teimme internetkyselyn. Halusimme saada työryhmältä palautetta sekä kuulla heidän näkemyksiään ja kokemuksiaan uudenlaisen toimintavan toimivuudesta / sopivuudesta asiakasraatitoiminnassa. Kyselyn aineistonkeruu menetelmänä käytettiin Webropolia, koska se on monipuolinen työkalu sähköisten kyselyjen tekemiseen, vastausten keräämiseen, analysointiin ja raportointiin (Lahden ammattikorkeakoulu 2019). Internetkyselyissä vastaukset tallentuvat suoraan ohjelman tietokantaan (Heikkilä 2014, 66). Kyselyn etu on, että vastaaja jää aina tuntemattomaksi (Vilkkä 2005, 81). Webropolin etuna voidaankin nähdä vastaajan anonymiteetin varmistaminen. Kyselyn linkki lähetettiin vastaajan sähköpostiosoitteen, mutta vastaajaa ei pystynyt tunnistamaan hänen palauttamastaan lomakkeesta. Työryhmä vastasi kyselyyn vapaaehtoisesti ja anonymisti. Työryhmän jäsenten anonymiteetin takaamisen huomioiminen oli erityisen tärkeää, sillä työryhmä oli kooltaan pieni. Meillä oli tiedossa työryhmän jäsenten sähköpostiosoitteet, koska he työskentelevät Kelassa. Lähetimme kyselyn linkin sekä saatekirjeen viidelle henkilölle sähköpostitse. Kehittämishankkeen kyselylomakkeen olimme esitettäneet kolmella ulkopuolisella henkilöllä ennen sen lähettämistä vastaajille.

Saatekirjeessä (Liite 2), jonka sisältöön kiinnitimme huomiota, vakuutimme vastaajille, että heidän henkilösuojansa on turvattu ja että vastaajaa ei pystytä tunnistamaan vastauksista. Lisäksi kerroimme saatekirjeessä, että tutkimusaineistoa käsitellään ja säilytetään luottamuksellisesti sekä, että aineisto tullaan hävittämään kehittämishankkeen päätyttyä. Vastaajille kerroimme myös, että tutkimuksen tuloksia käytetään Kelan palveluiden kehittämiseen. Yhteystiedoissa oli mainittu molempien kehittäjätyöntekijöiden yhteystiedot, koska luottamuksen herääminen tutkimusta kohtaan edellyttää, että asiat nimetään ja niille annetaan kasvot. (Vilkkä 2005, 125-126.)

Tutkimukselta edellytetään pätevyyttä ja se onkin perusteltava teorianmuodostuksen yhteydessä. Tutkimuksen pätevyydellä tarkoitetaan sitä kokonaisuutta, jossa tutkimuksen tulos vastaa tutkimukselle asetettuja päämääriä ja tutkimuskohdetta. Laadullisessa tutkimuksessa pätevyys on keskeinen piirre. Tutkimuksen on oltava luotettava ja teorianmuodostuksen yhteydessä on esitettävä ne perusteet, joilla tutkimus katsotaan luotettavaksi. (Varto 1992, 103-104.) Kehittämishankkeemme raportissa olemme esittäneet teorian, tulokset, johtopäätökset sekä käyttämämme menetelmät. Teorianmuodostuksen yhteydessä olemme perustelleet kehittämishankkeellemme asetettua tavoitetta ja tarkoitusta.

Luotettavuuden arviointi on keskeinen osa tieteellistä tutkimusta (KvaliMOTV 2019, Tutkimuksen luotettavuus ja arviointi). Edellytys luotettavuudelle on, että tutkimus on tehty tieteelliselle tutkimukselle asetettujen kriteerien mukaan (Heikkilä 2008, 185). Laadullisessa

tutkimuksessa on olennaista arvioida tutkimuksen uskottavuutta ja luotettavuutta (Koppa 2019). Luotettavuus tarkoittaa tulosten tarkkuutta. Tutkimus täytyy olla toistettavissa samanlaisin tuloksin. (Heikkilä 2014, 28.) Tässä kehittämishankkeessa toteuttamamme internetkyselyn tulokset eivät ole kattavia, johtuen saamiemme vastausten lukumäärästä. Kahden vastaajan perusteella kyselyn vastausten toistettavuutta samanlaisin tuloksin ei voida olettaa tapahtuvan. Kyselyn tuloksia voidaan pitää kahden vastaajan mielipiteinä, mutta ne voivat olla suuntaa antavia. Luotettavuutta voidaan arvioida laadullisessa tutkimuksessa monin tavoin. Eräs laadullisen tutkimuksen luotettavuuteen liittyvä näkökulma on yleistettävyyks tai siirrettävyyks: ovatko tutkimuksen tulokset yleistettävissä tai siirrettävissä myös muihin kohteisiin tai tilanteisiin. (Koppa 2019.) Kehittämishankkeessamme kuvatus ja toteutetun pelillisen digiraadin siirrettävyys muihin kohteisiin on mielestämme luotettavaa. Samankaltaisen digiraadin voi toteuttaa myös jollekin toiselle asiakasryhmälle, kun huomioi asiakasryhmän tarpeet. Meille oli erityisen tärkeää objektiivisuus eli puolueettomuus koko hankkeemme ajan. Tutkimustulokset eivät olleet riippuvaisia meistä tai meidän poliittisista ja moraalisisista vakaumuksistamme. Kehittämishankkeemme raportissa olemme pyrkineet kuvaamaan mahdollisimman tarkasti kehittämishankkeemme eri vaiheet sekä tutkimuksen kulun.

6.4 Jatkokehitys

Tässä kehittämishankkeessa pilotoitiin uudenlaista tapaa toteuttaa asiakasraati. Hankkeen kehitysprosessista opittiin paljon. Täytyy muistaa, että digiraati ei korvaa muita osallistumisen menetelmiä, vaan myös kasvokkain tapahtuvaa kehittämistoimintaa tarvitaan jatkossakin (Sosiaali- ja terveysministeriö 2018, 48). Kuitenkin se voi hyvä täydentävä lisä erilaisten menetelmien lisänä kerätä asiakkaiden näkemyksiä sekä osallistaa heitä palveluiden suunnitteluun mukaan.

Mikäli halutaan olla luomassa ihmisen elämään vaikuttavia ja lisäarvoa tuottavia palveluita, pelkkä tieto ei riitä. Palveluiden tulee olla asiakkaille suunnattuja, heidän näköisiään. (Ängeslevä 2014, 27.) Tämä on tärkeää muistaa jatkossakin palveluita kehitettäessä. Uudenlaisten palveluiden markkinointiin asiakkaille tulee panostaa. Palveluista on hyvä tiedottaa siellä missä asiakkaat ovat. Nykypäivänä yhä useamman asiakkaan kohdalla tämä tarkoittaa sosiaalisen median kanavia. Esimerkiksi nuori sukupolvi on oppinut käyttämään tietotekniikkaa pelaamalla ja he ovat kasvaneet jakamisen kulttuurissa (Ängeslevä 2014, 27). Suurissa kaupungeissa iso osa asiakkaista on tavoitettavissa kauppakeskuksissa, joissa asiakkaat asioivat. Esimerkiksi Espoon Iso Omenan kauppakeskuksessa on Kelan palvelupiste. Olisi luontevaa, jos sieltä asiakasneuvot pystyisivät jalkautumaan kauppakeskuksen käytäville muutaman kerran vuodessa kertomaan ja opastamaan asiakkaita

Kelan palveluista ja niiden käyttämisestä. Tämä tietenkin tulee ottaa huomioon resursoinnissa.

Kehittämishankkeemme alussa mietimme pelillisen sähköisen alustan tekemistä Kelassa itsenäisesti. Tämä ei ollut mahdollista hankkeemme aikataulun takia. Vaikka Seppo.IO-alusta antoikin meille hyvän pohjan kokeilla pelillisen digiraadin toteuttamista, oli se painotellen hiukan kömpelö tällaiseen käyttötarkoitukseen. Seppo. IO on kuitenkin suunniteltu opetustarkoitukseen. Esimerkiksi aukkotehtävien laadinnassa huomasimme, että sen tehtävätyypin määrittelyt eivät sinällään soveltuneet asiakasraatiin. Jotta olisimme voineet käyttää ko. tehtävätyyppejä, meidän olisi pitänyt voida määrittellä yhden oikeat vastaukset. Kun kysyimme pelaajan ikää emme voineet määrittellä yhtä oikeaa vastausta, koska peli oli tarkoitettu 15-29-vuotiaille nuorille. Opetuspeleissä tämä taas toimii varmasti oikein hyvin, jos kysytään esimerkiksi: Kuka on Suomen nykyinen tasavallan presidentti? Siihen on olemassa vain yksi oikea vastaus.

Kelassa on laajaa IT-osaamista ja olemme myös monelle IT-opiskelijalle yksi heidän harjoittelupaikoistaan. Pelillisen sähköisen alustan voisi mielestämme hyvin antaa IT-alan opiskelijalle/opiskelijoille toteutettavaksi esimerkiksi opinnäytetyönään. Kelan puolelta esimerkiksi asiakkuuspalveluista voisi tulla alustan määrittelytyö. Tuotos olisi tällöin varmasti käytännönläheinen ja sitä voitaisiin helposti arvioida ja näin hyödyntää. Lisäksi tuotos olisi raatitoiminnan kehittämisen kannalta tärkeä ja siihen sisältyvä tieto olisi helposti käytettävissä ja sovellettavissa uusiin toimintayhteyksiin. (Heikkilä, Jokinen, & Nurmela 2008, 109.) Näin alusta tulisi vastaamaan Kelan asiakasraatitoiminnan tarpeita ja olisi paremmin hyödynnettävissä eri asiakasryhmien asiakasraadeissa. Oma alusta mahdollistaisi myös asiakasraatien lisäksi, asiakaspalautteen keräämisen sellaisista asioista, joista halutaan nopea tempoisemmin ja ketterämmin asiakkaiden näkemyksiä tai kokemuksia. Alustan suunnittelussa tulisi ottaa huomioon Kelan tarpeiden lisäksi myös digitaalisten palveluiden neljä kehityskulkua, jotka ovat Ruokonen (2016) mukaan: mobiili, video, data, sosiaalisuus (Ruokonen 2016, 36-37).

Pelillisen digiraadin suunnittelussa jatkossa tulisi kiinnittää huomiota pelin pelillisiin elementteihin sekä pelin vuorovaikutuksellisuuteen. Yhtenä vaihtoehtona voisi kokeilla vielä enemmän roolipelityyppistä asiakasraatia. Siinä voisi jokin fiktiivinen roolihahmo kulkea pelin läpi ja tehdä erilaisia tehtäviä, riippuen asiakasraadin aiheesta. Tällainen toteuttamista voisi olla vuorovaikutuksellinen, jota voitaisiin pelata myös joukkueena.

LÄHTEET

Ahonen, T. 2017. Palvelumuotoilu Sotessa. Palvelumuotoilun käsikirja sosiaali- ja terveysalan palvelujen kehittämiseen. Nummela. Painokiila Oy.

Alasoini, T. 2006. Osallistava ohjelmallinen kehittäminen tietoyhteiskunnassa. Teoksessa Riitta Seppänen-Järvelä ja Vappu Karjalainen (toim.) Kehittämistyön risteyskiä. Helsinki: Stakes, 35-52.

Alsni, R. 2006. Characteristics of web-based surveys and applications in travel research. Institute of transport surveys. The University of Sydney Australia [viitattu 25.3.2019]. Saatavissa: <http://www.isctsc.cl/archivos/2004/B5%20-%20Re-source%20Alsni.pdf>

Antinaho, T. 2018. Potilaalle lisäarvoa hoitotyöstä – toimintatutkimus työajanseurannasta hoitotyön kehittämisessä. Kuopio: Itä-Suomen yliopisto [viitattu 12.12.2018]. Saatavissa: <http://urn.fi/URN:ISBN:978-952-61-2836-8>

Anttila, J., Eranti, V., Jousilahti, J., Koponen, J., Koskinen, M., Leppänen, J., Neuvonen, A., Dufva, M., Halonen, M., Myllyoja, J., Pulkka, V-V., Annala, M., Hiilamo, H., Honkatukia, J., Järvensivu, A., Kari, M., Kuosmanen, J., Malho, M., Malkamäki, M. 2018. Pitkän aikavälin politiikalla läpi murroksen – tahtotiloja työn tulevaisuudesta. Valtioneuvosten selvitys- ja tutkimustoiminnan julkaisusarja 34/2018. Valtioneuvoston kanslia [viitattu 21.3.2019]. Saatavissa: <http://julkaisut.valtioneuvosto.fi/bitstream/handle/10024/160723/34-2018-Tulevaisuusselonteon%20taustaselvitys%20Pitkan%20aikavalin%20politiikalla%20lapi%20murroksen%20taitettu%20270318.pdf>

Arene. 2017. Ammattikorkeakoulujen opinnäytetöiden eettiset suositukset [viitattu 9.5.2019]. Saatavissa: http://www.arene.fi/wp-content/uploads/Raportit/2018/arene_ammattikorkeakoulujen-opinnaytetoiden-eettiset-suositukset.pdf? t=1526903222

Berry, V. & Coavoux, S. 2014. Playing Styles. The Differentiation of Practices in Online Video Games [viitattu 21.3.2019]. Saatavissa: https://www.researchgate.net/publication/280813645_Playing_Styles_The_Differentiation_of_Practices_in_Online_Video_Games

Borg, S. & Pirkkala, S. (2017) Kuntavaalitrendit. KAKS – Kunnallisalan kehittämissäätiö. Kunnallisalan kehittämissäätiön julkaisu [viitattu 5.3.2019]. Saatavissa: <https://kaks.fi/wp-content/uploads/2017/03/kuntavaalitrendit.pdf>

- Deterding, S., Dixon, D., Khaled, R., & Nacke, L. 2011. From Game Design Elements to Gamefulness: Defining "Gamification" [viitattu 29.4.2019]. Saatavissa: https://www.researchgate.net/publication/230854710_From_Game_Design_Elements_to_Gamefulness_Defining_Gamification
- Filenius, M. 2015. Digitaalinen asiakaskokemus - menesty monikanavaisessa liiketoiminnassa. Jyväskylä. Docendo Oy.
- Gerdt, B. & Eskelinen, S. 2018. Digiajan asiakaskokemus. Liettua: Balto Print Oy.
- Hagros, K. 2017. Tulevaisuuden digitaalinen yliopisto. Teoksessa Lehti, M. & Rossi, M. (toim.) Digitaalinen Suomi 2017. Vantaa: ERWEKO Oy, 697-708 [viitattu 28.4.2019]. Saatavissa: <http://view.creator.24mags.com/suomidigi/digibook2017#/page=1>
- Hamari, J. 2015. Gamification: Motivations & Effects. Väitöskirja. Helsinki: Aalto yliopisto. Unigrafia Oy.
- Harviainen, J.T. 2012. Oppimisroolipelien käyttö ja toimintamekanismit palvelunkehittämisessä. Teoksessa Suominen, J. et al. (toim.) Pelitutkimuksen vuosikirja 2012. Tampere. Tampereen yliopisto, 99-106 [viitattu 2.4.2019]. Saatavissa: <http://www.pelitutkimus.fi/vuosikirja2012/ptvk2012-10.pdf>
- Hassi, L., Paju, S. & Maila, R. 2015. Kehitä kokeillen. Organisaation käsikirja. Liettua. BALTO Print. Talentum Media.
- Heikkilä, A., Jokinen, P. & Nurmela, T. 2008. Tutkiva kehittäminen: avaimia tutkimus- ja kehittämishankkeisiin terveysalalla. Helsinki: WSOY Oppimateriaalit 2008.
- Heikkilä, T. 2005. Tilastollinen tutkimus. 5-6. Painos. Helsinki: Edita Publishing Oy.
- Heikkilä, T. 2008. Tilastollinen tutkimus. 7. uudistettu painos. Helsinki: Edita Prima Oy.
- Heikkilä, T. 2014. Tilastollinen tutkimus. 9. uudistettu painos. Helsinki: Edita Publishing Oy.
- Heikkinen, L.T. 2010. Toimintatutkimus- toiminnan ja ajattelun taitoa. Teoksessa Aaltola, J. & Valli, R. (toimi.) Ikkunoita tutkimusmetodeihin I. Metodien valinta ja aineistonkeruu: virikkeitä aloittelevalle tutkijalle. Jyväskylä. PS-kustannus, 214-229.
- Hirsjärvi, S., Remes, P. & Sajavaara, P. 2007. Tutki ja kirjoita. 13, osin uudistettu painos. Keuruu: Otavan Kirjapaino.

Hirsjärvi, S., Remes, P. & Sajavaara, P. 2010. Tutki ja kirjoita. 15.-16. painos. Helsinki: Tammi.

Huotari, K. & Hamari, J. 2012. Defining Gamification - A Service Marketing Perspective [viitattu 29.4.2019]. Saatavissa: https://www.researchgate.net/publication/259841647_Defining_Gamification_-_A_Service_Marketing_Perspective

Hyppönen, H., Iivari, A. & Ahopelto, M. 2011. Sosiaali- ja terveydenhuollon sähköisen asiainnin hankkeet Suomessa 2010. Terveyden ja hyvinvoinnin laitos.

Ilmarinen, V. & Koskela, K. 2015. Digitalisaatio: yritysjohdon käsikirja. Helsinki: AlmaTalent.

Innokylä. 2018. Asiakasraati [viitattu 8.11.2018]. Saatavissa: <https://www.innokyla.fi/web/malli110706>

Jauhiainen, A., Sihvo, P., Ikonen, H. & Rytönen P. 2014. Kansalaisilla hyvät valmiudet sähköisiin terveyspalveluihin. Finnish Journal of eHealth and eWelfare 6/2014, 71.

Kajaanin ammattikorkeakoulu. 2019. Teemoittelu [viitattu 7.5.2019]. Saatavissa: <https://www.kamk.fi/fi/opari/Opinnaytetyopakki/Teoreettinen-materiaali/Tukimateriaali/Laadullisen-analyysi-ja-tulkinta/Teemoittelu>

Kasvi, J. 2017. Digitaalista kaikkien valtaa. Teoksessa Lehti, M. & Rossi, M. (toim.) Digitaalinen Suomi 2017. Vantaa: ERWEKO Oy, 493-502 [viitattu 28.4.2019]. Saatavissa: <http://view.creator.24mags.com/suomidigi/digibook2017#/page=1>

Kela. 2019. Asiakkuuspalvelujen tulosityksikkö [viitattu 17.4.2019]. Saatavissa: <https://si-netti.kela.fi/organisaatio/asiakkuuspalvelujen-tulosityksikkö>

Kela. 2019. Kelan organisaatio [viitattu 17.4.2019]. Saatavissa: https://www.kela.fi/documents/10180/11971221/Kelan_organisaatiokaavio_01042019.jpg/68cc54ad-031d-48d6-916a-542dfe5b81a9?t=1554370537568

Kela. 2018. Opiskelijoiden asiakasraati aloitti jo kolmannen toimikautensa [viitattu 25.11.2018]. Saatavissa: <https://www.kela.fi/-/opiskelijoiden-asiakasraati-aloitti-jo-kolmannen-toimikautensa?inheritRedirect=true>

Kela. 2019. Tulosityksiköt [viitattu 17.4.2019]. Saatavissa: <https://www.kela.fi/tulosityksikot>

Koppa. 2019. Tutkimuksen toteuttaminen [viitattu 12.5.2019]. Saatavissa: <https://koppa.jyu.fi/avoimet/hum/menetelmapolkuja/tutkimusprosessi/tutkimuksen-toteuttaminen>

- Koulopoulos, T., Keldsen, D. 2014. The Gen Effect. The Six Forces Shaping The Future Of Business. Brookline: Bibliomotion.
- Kuula, A. 2006. Tutkimusetiikka: Aineistojen hankinta, käyttö ja säilytys. Tampere: Vastapaino.
- KvaliMOTV. 2019. 3.3 Tutkimuksen luotettavuus ja arviointi [viitattu 10.5.2019]. Saatavissa: https://www.fsd.uta.fi/menetelmaopetus/kvali/L3_3.html
- KvaliMOTV. 2019. 7.3.4 Teemoittelu [viitattu 7.5.2019]. Saatavissa: https://www.fsd.uta.fi/menetelmaopetus/kvali/L7_3_4.html
- Lahden ammattikorkeakoulu. 2019. Webropol-ohje [viitattu 28.3.2019]. Saatavissa: <https://lamkfi.sharepoint.com/sites/intranet/Dokumentit%20%20Ohje/Webropol-ohje-guide.pdf#search=webropol>
- Lammi, P. 2010. Asiakaslähtöinen palvelujen kehittäminen. Teoksessa Sinikara, K., Forsman, M., Karppinen, I. & Lammi, P. (toim.) Rajapinnassa. Uusi Helsingin yliopiston kirjasto. Helsinki: Yliopistopaino, 205-214.
- Lehtonen, Henrietta. 2018. Seppo-kuvausta lopputyöhönne [sähköpostiviesti]. Vastaanottajat Nissilä, Jaana. Kylmälahti, Maija. Lähetetty 28.11.2018.
- Manka, M-L. 2006. Tiikerinloikka työniloon ja menestykseen. Hämeenlinna: Karisto Oy.
- Manka, M-L., Kaikkonen, M-L. & Nuutinen, S. 2007. Hyvinvointia Työyhteisöön. Eväitä kehittämistyön avuksi. Tutkimus- ja koulutuskeskus Synergos, Tampereen yliopisto & Euroopan sosiaalirahasto [viitattu 25.11.2018]. Saatavissa: <http://www.uta.fi/jkk/synergos/tyohyvinvointi/tyhyopas.pdf>
- Mattila, V-L. 2017. Digimenestyjät nostavat Suomen. Teoksessa Lehti, M. & Rossi, M. (toim.) Digitaalinen Suomi 2017. Vantaa: ERWEKO Oy, 755-774 [viitattu 28.4.2019]. Saatavissa: <http://view.creator.24mags.com/suomidigi/digibook2017#/page=1>
- Morschheuser, B., Hassan, L., Werder, K. & Hamari, J. 2018. How to desing gamification? A method for engineering gamified software. Teoksessa Information and Software Technology [viitattu 5.4.2019]. Saatavissa: https://www.researchgate.net/publication/320686580_How_to_design_gamification_A_method_for_engineering_gamified_software
- MOT Kielitoimiston sanakirja. 2019. [viitattu 31.3.2019]. Saatavissa: <https://mot-kielikone-fi.aineistot.lamk.fi/mot/phkk/netmot.exe?motportal=80>

- Ojasalo, K., Moilanen, T. & Ritalahti, J. 2014. Kehittämistyön menetelmät. 3. uudistettu painos. Helsinki: Sanoma Pro Oy.
- Pellikka, R. 2017. Strategiset painopisteet ja kyvykkyydet yhteiskunnan digitalisaatiossa. Teoksessa Lehti, M. & Rossi, M. (toim.) Digitaalinen Suomi 2017. Vantaa: ERWEKO Oy, 729-741 [viitattu 28.4.2019]. Saatavissa: <http://view.creator.24mags.com/suomidigi/digibook2017#/page=1>
- Pohjola, A. 2010. Asiakas sosiaalityön subjektina. Teoksessa Laitinen, M– Pohjola, A. (toim.) 2010. Asiakkuus sosiaalityössä. Helsinki: Gaudeamus, 19-74.
- Puttonen, M. 2012. Z luo uudet arvot. Uusin sukupolvi ei kasva kerskakulutukseen. Tiedelehti 3/2012 [viitattu 27.4.2019]. Saatavissa: https://www.tiede.fi/artikkeli/jutut/artikkelit/z_luo_uudet_arvot
- Ruokonen, M. 2016. Biteistä bisnestä, Digitaalisen liiketoiminnan käsikirja: Jyväskylä. Saarijärven Offset Oy.
- Salonen, K., Eloranta, S., Hautala, T. & Kinos, S. 2017. Kehittämistoiminta ja kehittämisen menetelmiä ammatillisessa korkeakoulutuksessa [viitattu 24.4.2019]. Saatavissa: <http://julkaisut.turkuamk.fi/isbn9789522166494.pdf>
- Seitamaa-Hakkarainen, P. 2019. Kvalitatiivinen sisällönanalyysi. Metodix [viitattu 7.5.2019]. Saatavissa: <https://metodix.fi/2014/05/19/seitamaa-hakkarainen-kvalitatiivinen-sisallon-analyysi/>
- Sosiaali- ja terveysministeriö. 2018. Asiakkaiden osallistumisen toimintamalli, loppuraportti. Sosiaali- ja terveysministeriön raportteja ja muistioita, 16/2018 [viitattu 25.11.2018] Saatavissa: http://julkaisut.valtioneuvosto.fi/bitstream/handle/10024/160828/STM_r1618_Asiakkaiden%20osallistumisen%20toimintamalli.pdf
- Sosiaali- ja terveysministeriö ja Kuntaliitto. 2014. Tieto hyvinvoinnin ja uudistuvien palvelujen tukena. Sote-tieto hyötykäyttöön 2020 –strategia [Verkojulkaisu]. [viitattu 8.1.2019]. Saatavissa: http://julkaisut.valtioneuvosto.fi/bitstream/handle/10024/70321/URN_ISBN_978-952-00-3548-8.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Stenvall, J & Virtanen, P. 2012. Sosiaali- ja terveystalouden uudistaminen. Kehittämisen mallit, toimintatavat ja periaatteet. Tallinna. AS Pakett.
- Suojanen, U. 2014. Toimintatutkimus ammatillisen kehittymisen välineenä. Metodix [viitattu 24.4.2019]. Saatavissa: <https://metodix.fi/2014/05/19/suojanen-toimintatutkimus/>

TENK. Tutkimuseettinen neuvottelukunta. 2013. Hyvä tieteellinen käytäntö ja sen loukkausepäilyjen käsitteleminen Suomessa. Tutkimuseettisen neuvottelukunnan ohje 2012 [viitattu 4.4.2019]. Saatavissa:

https://www.tenk.fi/sites/tenk.fi/files/HTK_ohje_2012.pdf

Tieteen termipankki. 2019. Hedonismi [viitattu 29.4.2019]. Saatavissa:

<http://tieteentermipankki.fi/wiki/Filosofia:hedonismi>

Tieteen termipankki. 2019. Utilitarismi [viitattu 29.4.2019]. Saatavissa:

<http://tieteentermipankki.fi/wiki/Filosofia:utilitarismi>

Tiikkaja, H. 2011. Internet-kysely henkilöliikennetutkimuksen tiedonkeruumenetelmänä. Liikenneviraston tutkimuksia ja selvityksiä 30/2011 [viitattu 25.3.2019]. Saatavissa:

https://julkaisut.vayla.fi/pdf3/lts_2011-30_internet-kysely_web.pdf

Toikko, T. 2006. Asiakkaiden osallistuminen palveluiden suunnitteluun, toteutukseen ja kehittämiseen [viitattu 11.12.2018]. Seinäjoen ammattikorkeakoulu. Saatavissa:

https://epedufi-my.sharepoint.com/personal/kneuvonta_kirjasto_seamk_fi/Documents/Jaettu%20avoin/Dokumentit/Asiakkaiden%20osallistuminen.pdf?slrid=a1f7aa9e-502a-7000-762a-a762b3a9cb2d

Toikko, T. & Rantanen, T. 2009. Tutkimuksellinen kehittämistoiminta. Näkökulmia kehittämisprosessiin, osallistamiseen ja tiedontuotantoon. Tampere: Tampere University Press.

Toikko, T. 2012. Sosiaalipalveluiden kehityssuunnat. Tampere: Tampere University press.

Tuomi, J., & Sarajärvi, A. 2009. Laadullinen tutkimus ja sisällönanalyysi. Latvia: Livonia Print.

Tuulaniemi, J. 2013. Palvelumuotoilu. Liettua. BALTO print.

Vaikuttajamarkkinoinnin kohdentamisen ykköset – miten tavoitetaan X-, Y- ja Z-sukupolvi? 2019 [viitattu 24.4.2019] Saatavissa: <https://www.indieplace.fi/x-y-ja-z-sukupolvi/>

Valli, R. 2010. Kyselylomaketutkimus. Teoksessa Aaltola, J. & Valli, R. (toimi.) Ikkunoita tutkimusmetodeihin I. Metodien valinta ja aineistonkeruu: virikkeitä aloittelevalle tutkijalle. Jyväskylä. PS-kustannus, 103-127.

Varto, J. 1992. Laadullisen tutkimuksen metodologia. Tampere: Tammer-Paino Oy.

Vilka, H. 2005. Tutkimusmetodeja ammatilliselle kentälle [viitattu 27.3.2019]. Saatavissa: <http://hanna.vilka.fi/wp-content/uploads/2014/02/Tutki-ja-kehitt%C3%A4.pdf>

Virtanen, P., Suoheimo, M., Lamminmäki, S., Ahonen, P. & Suokas, M. 2011. Matkaopas sosiaali- ja terveystalvelujen kehittämiseen. Helsinki: TEKES.

Ängeslevä, S. 2014. Level Up: Työrutiinit peliksi. Viro: Print Best.

LIITTEET

LIITE 1. Kutsu

Hei juuri sinä!

Me Kelassa haluaisimme kuulla mitä mieltä sinä olet Kelan palveluista ja toiminnasta. Sitä varten kutsumme sinua 15-29 vuotias nuori osallistumaan Kelaas tätä -peliin. Voit osallistua peliin vaikkapa omalla puhelimellasi silloin kun sinulle sopii.

Voit osallistua anonyymisti, mutta osallistumista varten tarvitsemme sähköpostiosoitteesi, johon voimme lähettää osallistumislinkin ja ohjeet. Pelissä käsitellään Kelan toimintaa yleisesti eikä osallistuminen vaikuta sinun Kela-asioihisi. Jos pelin jälkeen haluat jättää yhteystietosi, lähetämme sinulle pienen lahjan.

Jos kiinnostuit, toimi näin:

- Peliin osallistuaksesi tarvitse älypuhelimien, tabletin tai tietokoneen
- Lähetä sähköpostiosoitteesi osoitteeseen asiakasraadit@kela.fi
- Odota, että lähetämme sinulle ohjeet ja liittymislinkin peliin
- Osallistu peliin ajalla 18.3.-17.4.2019

Ilmoittaudu 10.4.2019 mennessä. Paikkoja on rajoitetusti!

LIITE 2. Saatekirje

11.4.2019

Hei,

Olemme Lahden ylemmän ammattikorkeakoulututkinnon opiskelijoita. Opiskelemme sosi-
aali- ja terveystalvelujen digitalisaatiota ja liiketoimintaosaamista. Teemme opinnäytetyö-
tämme Kelan Asiakkuuspalveluyksikölle.

Opinnäytetyömme toteutetaan kehittämishankkeena, jonka tarkoituksena kehittää pelilli-
nen digiraati 15-29- vuotiaille nuorille. Tämän kehittämishankkeen tavoitteena on kerätä
arvokasta tietoa nuorten toiveista ja odotuksista Kelan palveluita kohtaan ja sitä kautta ke-
hittää Kelan toimintaa. Lisäksi tarkoituksenamme on selvittää digiraatia kehittämässä mu-
kana olleen työryhmän jäsenten kokemuksia digitaalisen asiakasraadin kehittämistyöstä
sekä heidän näkemyksiään uudenlaisen toimintavan toimivuudesta / sopivuudesta asia-
kasraatitoiminnassa.

Kehittämishanke toteutetaan toimintatutkimuksena. Tutkimusaineistoa työryhmän koke-
muksista kerätään internetkyselyllä 11.4 – 24.4.2019. Olet saanut tämän sähköpostivies-
tin, koska olet ollut mukana digiraadin kehittämisen työryhmässä. Kyselyyn osallistuminen
on sinulle vapaaehtoista. Vastaaminen tapahtuu anonymisti eikä vastaajaa pystytä tun-
nistamaan vastauksista. Tutkimusaineistoa käsitellään ja säilytetään luottamuksellisesti.
Aineisto hävitetään kehittämishankkeen päätyttyä. Tämän kehittämishankkeen tulokset
julkaistaan kevään 2019 aikana.

Kiitämme jo etukäteen vaivannäöstäsi vastatessa kyselyyn!

Ystävällisin terveisin,

Maija Kylmälahti

maija.kylmalahti@student.lamk.fi

Jaana Nissilä

jaana.nissila@student.lamk.fi

LIITE 3. Internetkysely

Kelaas tätä, kokemuksia

1. Kertoisitko taustastasi, mitä työtä teet Kelassa ja kuinka kauan olet työskennellyt Kelassa? *

5000 merkkiä jäljellä

Tallenna ja jatka myöhemmin

2. Oletko ollut aiemmin Kelan asiakasraati toiminnassa mukana? *

5000 merkkiä jäljellä

Tallenna ja jatka myöhemmin

3. Kuinka tärkeänä näet asiakasraati toiminnan Kelassa? *

5000 merkkiä jäljellä

Tallenna ja jatka myöhemmin

4. Miltä tuntui olla kehittämässä nuorten digiraatia? *

5000 merkkiä jäljellä

Tallenna ja jatka myöhemmin

5. Miten mielestäsi digitaalinen asiakasraati sopii Kelan toimintaan? *

5000 merkkiä jäljellä

Tallenna ja jatka myöhemmin

6. Olet ollut nyt mukana kehittämässä nuorten digiraatia. Voisiko mielestäsi digiraatia soveltaa muihin Kelan asiakasryhmiin ja palveluihin? *

5000 merkkiä jäljellä

Tallenna ja jatka myöhemmin

7. Kuvaile millaisena näet Kelan tulevaisuuden asiakasraadit. *

5000 merkkiä jäljellä

Tallenna ja jatka myöhemmin

8. Onko vielä jotain mitä haluaisit kertoa? *

5000 merkkiä jäljellä

Tallenna ja jatka myöhemmin

Lähetä