

Fine.fi -sivuston arviointi ja kehittäminen

Merja Kuha



<p>Tekijä tai tekijät Merja Kuha</p>	<p>Ryhmätunnus tai aloitusvuosi HELI12KPI1</p>
<p>Raportin nimi Fine.fi -sivuston arviointi ja kehittäminen</p>	<p>Sivu- ja liitesivumäärä 43 + 7</p>
<p>Opettajat tai ohjaajat Kati Selvenius</p>	
<p>Tässä opinnäytetyössä tutkitaan fine.fi –sivuston ymmärrettävyyttä, käytettävyyttä ja löydettävyyttä erityisesti kuluttajien ja eri sidosryhmien näkökulmasta. Saatujen tulosten perusteella on jalostettu konkreettisia kehitysehdotuksia edellä mainittujen tekijöiden lisäämiseksi.</p> <p>Lähteiden mukaan Internetsivujen käytettävyys tarkoittaa tasoa, jolla taidoiltaan keskiverto tai hieman alle keskiverron oleva käyttäjä pystyy käyttämään sivustoa ja löytämään sieltä tietoa tehokkaasti niin, että käyttäjä on lopputulokseen tyytyväinen. Käytettävyydeltään hyvien sivustojen tulee olla esimerkiksi helposti omaksuttavia ja silmäiltävissä. Sivustojen tulee antaa käyttäjälle palautetta sivuston tapahtumista.</p> <p>Fine.fi –sivustolla toteutettiin 19.3. – 26.4.2013 aikavälillä käytettävyyskysely, johon tuli määräaikaan mennessä 109 vastausta. Tutkimus toteutettiin Wepropolin (webropol.com) kautta tehdyllä Online-kyselyllä ja kyselyn tuloksia arvioitiin muun muassa IBM SPSS –ohjelmistolla ja Microsoft Office Excelin avulla.</p> <p>Tutkimustuloksien mukaan sivustolla tulisi tarjota hakutoiminnallisuus, sivuston sisältö olisi hyvä jakaa uudestaan aihealueisiin ja sivusto tulisi tarjota kokonaisuudessaan myös ruotsiksi. Sivuston etusivulla voitaisiin ohjata käyttäjiä tiedonhaussa ja ulkoasua olisi hyvä päivittää nykyaikaisemmaksi. Joka tapauksessa voidaan kuitenkin todeta, että sivusto on nykyiselläänkin tärkeä ja laadukas tiedonhakukanava niin finanssialalla työskenteleville henkilöille kuin kuluttajille.</p>	
<p>Asiasanat www-sivustot, käytettävyys, kehittäminen, käyttötutkimus, käyttäjäkokemus</p>	

Degree programme in business

<p>Authors</p> <p>Merja Kuha</p>	<p>Group or year of entry</p> <p>HELI12KPI1</p>
<p>The title of thesis</p> <p>Evaluation and development of fine.fi website</p>	<p>Number of pages and appendices</p> <p>43 + 7</p>
<p>Supervisor(s)</p> <p>Kati Selvenius</p>	
<p>The aim of this study was to examine the usability, intelligibility, and findability the fine.fi website from the point of view of consumers and other stakeholders. Purpose of the thesis was to find concrete development ideas to improve the previously mentioned factors which were being studied.</p> <p>According to source materials the usability of websites implies that the site can be used by average or little below average user. The using of the site should make the users satisfied with the end result. Sites with good usability should be accessible and easy to scan. Feedback should be given to the users about the events on the site.</p> <p>A usability survey was carried out in fine.fi site from 19th of March to 26th of April with 109 responses. The study was executed by Webropol (webropol.com), online-survey tool. The results were analysed with IBM SPSS program and with Microsoft Excel.</p> <p>According to the results the fine.fi site should be provided with search function feature, the contents should be divided into different topics and the site should be entirely available in Swedish. Front page should contain instructions for searching information and the appearance of the site could be modernized. It seems, however, that fine.fi website is currently an important and a high quality information source for both employees in finance business and customers.</p>	
<p>Key words</p> <p>website, usability, development, research of usability, experience of user</p>	

Sisällys

1	Johdanto.....	1
1.1	Vakuutus- ja rahoitusneuvonta FINEn esittely	1
1.2	Opinnäytetyön tavoite	2
2	Käytettävyyden arviointi.....	2
2.1	Käytettävyyden määritelmä.....	3
2.2	Internetsivujen käytettävyyden kehittäminen.....	4
2.3	Fine.fi sivuston käytettävyys	8
3	Empiirinen tutkimus	10
3.1	Fine.fi -sivuston esittely.....	10
3.1.1	Sivuston rakenne.....	11
3.1.2	Sivuston sisältö ja ulkoasu.....	12
3.1.3	Tilastotietoa sivuston käyttäjistä.....	14
3.2	Vertailu muihin sivustoihin.....	17
3.2.1	Etusivu ja navigaatio	17
3.2.2	Ulkoasu	20
3.3	Tutkimusmenetelmän valinta ja tutkimuksen suunnitteleminen.....	21
3.4	Kyselyn toteuttaminen.....	23
4	Käytettävyyškyselyn tulokset	23
4.1	Vastaajien esittely.....	24
4.2	Sivuston arviointi tämänkertaisen vierailun perusteella.....	27
4.3	Fine.fi -sivuston arviointi ja kehittäminen	31
4.4	Vapaat kommentit.....	34
5	Pohdinta.....	35
5.1	Kehitysehdotukset.....	36
5.2	Luotettavuuspohdinta.....	39
	Lähteet.....	42
	Liitteet	44
	Liite 1. Käytettävyyškyselyn kysymykset.....	44
	Liite 2. Käytettävyyškyselyyn saadut vapaat kommentit.....	49

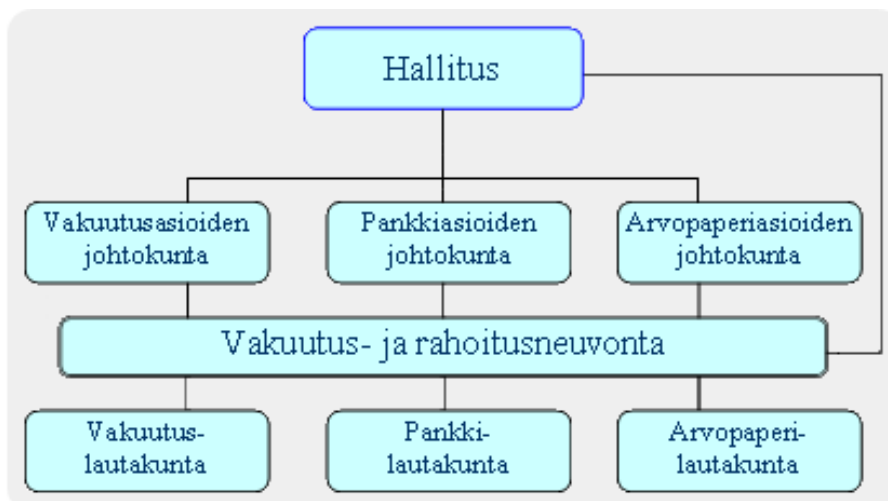
1 Johdanto

Opinnäytetyön toimeksiantaja on Vakuutus- ja rahoitusneuvonta FINE. Toimeksiantona on tutkia fine.fi –sivuston ymmärrettävyyttä, käytettävyyttä ja löydettävyyttä erityisesti kuluttajien ja eri sidosryhmien näkökulmasta. Tutkimuksen perusteella on jalostettu konkreettisia kehitysehdotuksia sivuston ymmärrettävyyden, käytettävyyden ja löydettävyyden lisäämiseksi.

Vakuutusalan internetsivujen arviointi ja kehittäminen on aiheena minulle mieluista, sillä työskentelen suomalaisessa finanssialan yrityksessä hyvin samantyyppisten asioiden parissa, mihin fine.fi -sivusto on keskittynyt. Olen suuntautunut Haaga-Heliassa muuan muassa mainontaan ja yritysviestintään, mikä tukee opinnäytetyön aihealuetta.

1.1 Vakuutus- ja rahoitusneuvonta FINEn esittely

Toimeksiantaja Vakuutus- ja rahoitusneuvonta FINE on osa FINE organisaatiota, jonka ovat fine.fi -sivuston mukaan perustaneet Kuluttajavirasto, Finanssivalvonta ja Finanssialan Keskusliitto ry. Vakuutus- ja rahoitusneuvonnan lisäksi samaan organisaatioon kuuluvat Vakuutuslautakunta, Pankkilautakunta, Arvopaperilautakunta, sektorikohtaiset johtokunnat ja finanssialan sopimus pohjaisen asiakasorganisaation hallitus. (Fine 2013a.)



Kuvio 1. FINE organisaatio. Lähde: http://www.fine.fi/?menu6_pos=FINE-organisaatio&item=183

Fine.fi -sivustolla kuvaillaan Vakuutus- ja rahoitusneuvontaa finanssialalla toimivaksi neuvontatoimistoksi, joka maksutta neuvoo kuluttajia, pienyrittäjiä ja niihin verrattavia asiakkaita vakuutus-, pankki- ja sijoitusasioissa (Fine 2013a).

1.2 Opinnäytetyön tavoite

Fine.fi -sivusto on Vakuutus- ja rahoitusneuvonta FINEn palvelukanava internetissä. Sivustolla annetaan tietoa neuvontatoimiston lisäksi FINE –organisaatiosta, lautakunnista ratkaisutietokantoinen ja yleistä tietoa finanssialan tuotteista ja niiden erityispiirteistä.

Opinnäytetyön toimeksiannot on arvioida ja kehittää fine.fi –sivustoa. Tavoitteena on saada vastaus muuan muassa seuraaviin kysymyksiin:

- Mitkä ovat nykyisen sivuston ongelmakohdat?
- Miten sivusto toimisi entistä paremmin itsepalvelukanavana asiakkaille?
- Kuinka sivusto voi lisätä Finen tarjoamien palvelujen tunnettuutta ja samalla ohjata asiakkaiden yhteydenottoja?
- Miten sivustoa pitäisi kehittää ajanmukaisemmaksi?

Opinnäytetyössä otetaan kantaa siihen, kuinka fine.fi -sivusto itsessään voisi toimia entistä parempana tietolähteenä asiakkaille, jolloin asiakkaat löytäisivät helposti vastaukset yleisimpiin kysymyksiin suoraan sivustolta. Toiveena on vähentää turhien yhteydenottojen määrää, jolloin Finen asiantuntijat voivat keskittyä haastavampien ja asiantuntemusta vaativien tapausten käsittelyyn.

2 Käytettävyyden arviointi

Kun toimeksiannon adjektiiveja (ymmärrettävyyttä, käytettävyyttä ja löydettävyyttä) pohditaan tarkemmin, voidaan sanoa että ymmärrettävyys ja löydettävyys ovat ennemminkin käytettävyyden toteutumisen edellytyksiä kuin täysin erillisiä määritelmiä. Tästä näkökulmasta katsoen onkin tärkeää tutkia lähdekirjallisuuden perustella käytettävyyttä, sen määritelmää ja käytettävyyden kehittämistä erityisesti internetsivustojen osalta.

2.1 Käytettävyyden määritelmä

International Organization for Standardizationin julkaiseman ISO 9241-11 standardin määritelmä käytettävyydestä on usein lähtökohtana käytettävyydestä keskusteltaessa. Esimerkiksi Jokelan, Iivarin ja Tombergin (2004, 2) artikkeli lainaa ISO 9241-11 standardin määritelmää käytettävyydestä: ”The extent to which a product can be used by specified users to achieve specified goals with effectiveness, efficiency and satisfaction in a specified context of use.” Vapaasti suomennettuna standardin mukaan käytettävyys tarkoittaa tasoa, johon asti tuotetta voidaan käyttää määriteltyjen käyttäjien toimesta niin, että voidaan saavuttaa määritellyt tavoitteet tehokkaasti ja vaikuttavasti ja käyttäjän ollen tyytyväinen.

Standardin kanssa samoilla linjoilla olevan Steve Krugin näkökulmana on, että käytettävyys ei ole rakettitiedettä, vaan pitkälti ymmärrettävissä maalaisjärjellä. Krugin mukaan käytettävyys tarkoittaa hyvän toimivuuden varmistamista, jolloin taidoiltaan alle keskitason tai keskitason oleva henkilö pystyy käyttämään haluttua asiaa siihen, mihin asia on tarkoitettu ilman suurempaa turhautumista. (Krug 2006, 5.)

Toimeksiantoa ajatellen hyvä käytettävyys voisi siis tarkoittaa edellisten määritelmien pohjalta, että finanssialan tietämykseltään ja tietoteknisiltä taidoiltaan alle keskitason tai keskitason käyttäjän pitäisi pystyä käyttämään sivustoa ja löytämään sieltä tietoa niin, että tarvittavat tiedot löytyä tarpeeksi tehokkaasti ja käyttäjä on tyytyväinen sivuston käyttämisen jälkeen.

Nielsen laajentaa käytettävyyden käsitettä listaten viideksi käytettävyyden laatutekijäksi opittavuuden, tehokkuuden, muistettavuuden, virheet ja tyytyväisyyden. Näitä tekijöitä tutkimalla voidaan saada vastaus siihen, kuinka käytettävä jokin palvelu on. Nielsenin mukaan esimerkiksi opittavuutta voitaisiin tutkia kysymällä kuinka helppoa käyttäjien on käyttää perustoiminnallisuuksia, kun he ensimmäistä kertaa kohtaavat palvelun. (Nielsen 2012.)

Sivuston käytettävyyttä määriteltäessä tulisi Nielsenin teoriaa mukaillen tietää, kuinka helppoa sivujen käyttäminen on ensi yrittämällä, kuinka nopeasti sieltä on löydettävissä tietoa, kuinka helposti tiedonhakuprosessi on toistettavissa muistin pohjalta, kuinka paljon

virheitä käyttäjät tekevät sivustoa käyttäessään ja kuinka tyytyväisiä käyttäjät ovat sivujen suunnitteluun. Vastauksiin vaikuttavat todennäköisimmin suuressa määrin sivuston navigoinnin helppous ja sivuston rakenteen monimutkaisuus.

2.2 Internetsivujen käytettävyyden kehittäminen

Useimmilla on kokemuksia niin hyvin kuin huonosti toimivista internetsivuista. Huonoja kokemuksia voi syntyä esimerkiksi silloin, jos internetsivustoa ei päivitetä tai jos sivuilla liikkumista ei ole mietitty ja käyttäjä joutuu sivulla umpikujaan. Jos sivuston on tarkoitus tarjota tietoa, tulee tiedon olla muodossa, jossa se on helposti omaksuttavissa. Tarjottu tieto voi osoittautua hyödyttömäksi, jos käyttäjät eivät ymmärrä tai osaa etsiä tietoa. Jokaisen sivuston taustalla tulee olla tarkka suunnitelma, jossa kaikki toiminnot ja sivustolla tarjotut tiedot on harkittu.

Nielsen (1995) lähtee liikkeelle siitä, että järjestelmien tulisi antaa käyttäjilleen säännöllistä palautetta siitä, mitä järjestelmässä kulloinkin tapahtuu. Usein on aika vaikea tietää, tekeekö sivusto tai järjestelmä jotakin, vai onko palvelu jotenkin jumissa. On siksi yllättävän tärkeää, että esimerkiksi toimintoja ladattaessa käyttäjälle näytetään latauspalkki, jolloin käyttäjä tietää, että jotain on tapahtumassa, vaikka se voi kestääkin.

Järjestelmän tulee käyttää loppukäyttäjän ymmärtämää kieltä ja termistöä niin, että informaatio on loogisessa järjestyksessä (Nielsen 1995). Suomi on kaksikielinen maa, joten palvelut tulee luonnollisesti tarjota ainakin kahdella kielellä. Toisaalta on myös tärkeää, että esimerkiksi internetsivustot eivät sorru liiaksi puhumaan niin sanotulla ammattikielellä puhutaan sitten tietokoneslangista tai jostakin muusta ammattislangista.

Nielsenin (1995) mukaan järjestelmän tulee tukea muuan muassa ”kumoa” ja ”tee uudelleen”-toimintoja, jotta käyttäjä voi toimia haluamallaan tavalla joutuessaan umpikujaan tai tehdessään toiminnon, jota ei todellisuudessa ole halunnut tehdä. On olennaista, että sivuston navigaatio on koko ajan saatavilla, jotta käyttäjä näkee, missä kohtaa sivustoa hän kulloinkin on. Nielsenin (1995) mielestä järjestelmän tulee myös olla säännönmukainen, jotta käyttäjien ei tarvitse arvuutella tarkoittavatko esimerkiksi samat termit tai toimet eri

tilanteissa eri asioita. Internetsivujen suunnittelussa tulee jo hyvin aikaisessa vaiheessa miettiä pelisäännöt käytettävälle termistölle ja toiminnoille, jotka ovat yhtenäiset koko sivustolla.

Hyvin suunnitellun järjestelmän tulee ennakoida ja estää virhetilanteiden syntymistä (Nielsen 1995). Tämä tarkoittaa sitä, että käyttäjien sivustolla kulkemat reitit täytyy etukäteen suunnitella ja testata. Jos havaitaan, että jokin toiminto aiheuttaa virhetilanteen, tulee käyttäjien kulkua sivustolla pyrkiä ohjaamaan tai rajoittamaan niin, ettei virhetilannetta synny. Tarvittavien objektien, ohjeiden, toimintojen ja vaihtoehtojen tulee lähdekirjallisuuden valossa olla jatkuvasti näkyvillä, ettei käyttäjän tarvitse muistaa sivustoa selatessaan, mistä kyseiset asiat löytyvät (Nielsen 1995). Tämä vähentää virhetilanteiden syntymisen mahdollisuuksia tai ainakin auttaa käyttäjiä selvittämään virhetilanteen omin avuin.

Nielsenin (1995) korostaa, että järjestelmän tulee palvella niin kokemattomia kuin kokeneitakin käyttäjiä tarjoamalla kokeneemmille käyttäjille mahdollisuuksia räätälöidä palvelun toimintoja käyttämisen nopeuttamiseksi. Internetsivustoilla tämä voisi tarkoittaa esimerkiksi kattavamman hakutoiminnallisuuden käyttöönottamista, jolloin kokeneemmat käyttäjät pystyvät etsimään halutessaan tietoa useammilla kriteereillä.

Lähteissä tuodaan esiin myös, että palvelun antamat viestit eivät saa sisältää hyvin harvoin käytettyä tietoa, koska silloin tarpeelliset tiedot voivat jäädä huomaamatta (Nielsen 1995). Tämä on internetsivuilla hyvin yleinen ongelma, sillä varsinkin tietoa jakavilla sivustoilla on hankalaa löytää tasapainoa tiedon määrän kanssa. Erilaiset sisällysluettelot ja tiivistelmät voivat kuitenkin helpottaa tiedon löytämistä, jolloin käyttäjä lukee pidemmälle, jos kokee kaipaavansa enemmän informaatiota.

Nielsen kehottaa käyttämään virheilmoituksissa vain tekstiä ilman virhekoodeja ja lisäksi hän kokee, että jo virheilmoituksissa voitaisiin ehdottaa ratkaisua käsillä olevaan virhetilanteeseen, jolloin käyttäjä pystyisi mahdollisuuksien mukaan itse ratkaisemaan ongelman. Nielsenin mukaan virhe- ja muissa ongelmatilanteissa toimimista voidaan myös helpottaa tarjoamalla tarvittaessa apua ja ohjetiedostoja. Tällaisten ohjeiden tulee olla helposti haettavissa ja niiden tulee olla lyhyitä ja ytimekkäitä. (Nielsen, 1995.)

Nielsenin ajatuksia noudattamalla voidaan ehkäistä monia internetsivustoilla ilmeneviä haasteita. Kaiken taustalla on kuitenkin hyvä suunnittelu, sillä internetsivuja ei voida suunnitella ja tehdä samanaikaisesti. Jokainen sivulle laitettava tieto on mietittävä käyttäjän ja sivuston kokonaisuuden kannalta. On myös totta, että hyvällä suunnittelulla voidaan ehkäistä suurin osa virhetilanteista tai ainakin johdattaa käyttäjää toimimaan oikein virhetilanteissa.

Nielsenin lähestymistapa on vahvasti sivuston toiminnoissa. Steve Krug sen sijaan lähestyy asiaa miettimällä ensin käyttäjän ajattelua ja toimintaa ja johtamalla siitä periaatteita sivustojen suunnitteluun. Krug tiivistää internetsivuston hyvän käytettävyyden lauseessa ”Älkää pistäkö minua ajattelemaan”. Hän korostaa, että sivuston käytön tulisi olla itsestään selvää, jolloin minkään asian ei pitäisi olla sivustolla kahta klikkausta kauempana. Lisäksi hänen mukaansa turhat tekijät sivustoilla harhauttavat usein käyttäjän ajattelemaan ylimääräistä, jolloin käyttäjä saattaa jopa unohtaa alkuperäisen tavoitteensa sivustolla vierailuun. Tällaisia asioita voivat olla esimerkiksi huonosti nimetyt tai ulkomuodoltaan harhaanjohtavat linkit sivustoilla. Sivuston selkeä käyttölogiikka lisää sivuston luotettavuutta ja päinvastoin. Jos sivuston käytöstä ei ole saatavissa itsestään selvää, tulee Krugin mukaan sivustosta saada vähintään itsensä selittävä, jolloin sivuston käyttäminen saattaa kestää hieman kauemmin, mutta käyttäjä kuitenkin saavuttaa sivustolle asettamansa tavoitteet. (Krug 2006, 11-19.)

Krugin kuvailun mukaisesti on hyvin tavallista, että käyttäjä harhautuu klikkailemaan sivustoilla jotain aivan muuta, kuin oli alun perin suunnitellut. On myös yleistä, että käyttäjät eivät löydä sivustoilta etsimäänsä, vaikka klikkailevat sivuston linkkejä ja selaavat sivuston sivuja. Monet internetsivustot saisivat olla huomattavasti yksinkertaisempia ja yleisimmät tiedot (kuten yhteystiedot) tulisi aina olla helposti saatavilla, vaikka käyttäjiä ei ensisijaisesti halutakaan ohjata ottamaan yhteyttä suoraan kyseessä olevaan yritykseen.

Sivustot suunnitellaan Krugin mukaan turhan usein niin, että sivulle on ahdettu mahdollisimman paljon asiaa, jotta käyttäjän voi tutkia jokaista sivua rauhassa ja päättää tutkailun lopussa siirtyä toiselle sivulle. Todellisuudessa hän kuvaa internetsivujen käyttöä hyvin silmäileväksi, jolloin käyttäjä vilkaisee jokaista sivua nopeasti, tutkii joitain tekstejä hieman tarkemmin ja klikkaa ensimmäistä linkkiä, joka kiinnittää huomion. Krugin mukaan

valtaosa käyttäjistä ei yleensä kiinnitä huomiotaan suureen osaan kulloinkin esillä olevasta sivusta. (Krug 2006, 21-22.)

Krug (2006, 22-23) toteaa, että lukemisen sijaan käyttäjät skannaavat sivuja, koska ovat usein kiireisiä, heitä kiinnostaa luettavalla sivulla vain hyvin pieni osa tekstistä ja he ovat tottuneet skannaamaan muutakin kirjallisuutta. Usein nykyisessä tietotulvassa sivujen skannaaminen on ainoa mahdollisuus etsiä tietoa. Jos käyttäjät pysähtyvät tutkimaan jokaista tiedon murua, ei haussa olevaa tietoa koskaan löydy.

Käyttäjät eivät tee optimaalisia valintoja Krugin mukaan, vaan he tekevät valintoja, jotka täyttävät asetetut minimivaatimukset tehtävän loppuunsaattamiseksi. Esimerkiksi internetsivuilla valitaan hänen mukaansa yleensä ensimmäinen vaihtoehto, joka vaikuttaa järkeenkäyvältä. Tämä johtuu muuan muassa siitä, että käyttäjät ovat usein kiireisiä, väärin arvaamisesta ei rangaista, vaihtoehtojen puntaroiminen ei aina paranna lopputulosta ja lisäksi arvaaminen on usein hausempaa. (Krug 2006, 24-25.)

Käyttäjiltä ei voida olettaakaan sivustojen perinpohjaista tutkimista, koska silloin internetin käyttäminen olisi huomattavasti nykyistä hankalampaa. Tietty erehtymisen ja löytämisen ilo on osa internetinkäyttöä varsinkin nykypäivänä. Nykyään monet sivustot ovat jopa erikoistuneet löytämään käyttäjiä ilahduttavia asioita, kuten hauskoja kuvia tai vaikkapa erikoisia sisustusideoita. Internetinkäytön kuuluu olla käyttäjälle helppoa ja jossain määrin hauskaa, sillä nämä tekijät kannustavat käyttämään internetiä tiedonhakulähteenä.

Krug on havainnut usein, että me emme aina keksi miten asiat toimivat, jolloin me kompuroimme tavoitteen saavuttamiseksi. Hänen mukaansa harva internetin käyttäjä ymmärtää käyttämästään teknologiasta kovinkaan paljoa, joten moni asia tehdään sattuman ja erehtymisen siivittämänä. Esimerkiksi monelle käyttäjälle selaimen osoitekenttä on varsin vieras asia ja he menevät aina hakukoneeseen kirjoittamaan koko haluamansa osoitteen ymmärtämättä, mitä eroa on hakukoneella ja osoitekentällä. Näin toimitaan, koska oikean toiminnallisuuden ymmärtämistä ei koeta tärkeäksi ja usein juututaan toimimaan tavalla, jolla on joskus havaittu saatavan tuloksia aikaiseksi. (Krug 2006, 26-29.)

Monet käyttäjät eivät siis tee eroa hakukoneen ja Internetin välillä. On kuitenkin tärkeämpää, että tavoite saavutetaan kuin se, millä lopputulokseen päästään. Jos käyttäjä on kiinnostunut oppimaan selaimen parempaa käyttöä, hän tutkii ja kysyy asioita itse. Useimmat tietokoneen käyttäjät eivät ole edes kiinnostuneet oppimaan paremmiksi tietokoneen käyttäjiksi, joten on tärkeää, että he pystyvät käyttämään sivustoja, vaikka käyttötaidot eivät olisi kovin hyvät.

Muuan muassa valtiovarainministeriö ja Julkisen hallinnon tietohallinnon neuvottelukunta ovat julkaisseet materiaalit julkisten verkkopalvelujen suunnittelusta ja toteuttamisesta. Materiaaleissa internetsivujen käytössä huomiota kiinnitetään muuan muassa hyvään navigointiin, linkkien toimivuuteen, käyttöliittymän selkeyteen, erilaisiin teknisiin ympäristöihin ja käytön turvallisuuteen. Sisällön suhteen korostetaan rakenteen jäsentelyä, sisällön luotettavuutta ja tekstin ymmärrettävyyttä. Verkkopalvelua tulee materiaalien mukaan johtaa niin, että organisaation strategia ja lainsäädäntö on huomioitu. Materiaaleissa korostetaan, että verkkopalvelua tuotettaessa tulee huomioida käyttäjien tarpeet niin, että sisällön kehittäminen on järjestelmällistä ja hallittua. (Valtiovarainministeriö 2012, 22-23, Juhta 2012)

On hyvä, että myös julkisella sektorilla huomioidaan ja pyritään edesauttamaan verkkopalvelujen kehittäminen ja käytettävyys. Julkiset sivustot ovat kansalaisia ajatellen merkittävä tietokanava ja on tärkeää, että julkiset sivustot noudattavat tiettyjä periaatteita, jotta sivustojen käyttö on mahdollisimman sujuvaa ja käyttäjäystävällistä. Fine.fi –sivuston kaltaista sivua kehitettäessä on varmasti hyvä tutustua Valtiovarainministeriön ja Juhdan materiaaleihin.

2.3 Fine.fi sivuston käytettävyys

Edellisessä luvussa kuvattujen aatteiden pohjalta on huomioitava, että fine.fi –sivustolla on kehitettävää, jotta sivustosta voisi saada optimaalisen käytettävyyttä ajatellen. Ensinnäkin, vaikka fine.fi -sivuston navigaatio on rakenteeltaan suhteellisen simppele, sivuston tarjoama laaja tietomäärä tekee sivustosta paikoitellen hankalan käyttää varsinkin alaa tuntemattomille. Käyttäjä voi harhaila sivuston laajan tietomäärän keskellä löytämättä etsimäänsä, sillä tällä hetkellä sivusto ei juuri ohjaa tai anna palautetta käyttäjän liikkumisesta navigaation tarjoamisen lisäksi. Sivusto kaipaa kunnollista hakutoiminnallisuutta ja sivuston tulisi ohjata

käyttäjää etusivulta lähtien tehtävän suorittamiseen asti. Myös eri kielivaihtoehtojen tarjoaminen laajemmin on suotavaa.

Sivuston tämänhetkinen aihealueiden jako ei välttämättä ole optimaalinen tiedon löytymisen kannalta, vaikkakin on huomioitava että finanssialan laajuus tekee aihealueiden määrittelystä sangen haastavaa. Toimeksiantajan mukaan kolmen eri finanssialan lautakunnan yhdistyessä on pyritty siihen, ettei sivulla tarjota kolmea eri väylää, vaan sen sijaan eri lautakuntien aiheisällöt tarjotaan yhden väylän sisälle nivottuina. Aiemmin eri lautakuntien alle kuuluneet aihepiirit usein liittyvät toisiinsa ja näin ollen kolmen eri väylän tarjoaminen ei ole tuntunut parhaalta vaihtoehdolta käyttäjien kannalta. Koen tämän ratkaisun loogisena, mutta samalla koen hieman ongelmallisena sen, että nykyisellä fine.fi –sivustolla asiakas joutuu tekemään valinnan haluamastaan aihepiiristä useita kertoja. Navigaatiossa esimerkiksi ratkaisutietokannat, usein kysytyt kysymykset ja julkaisut on kaikki jaettu aihepiireittäin ja näin ollen jos käyttäjä hakee tietoa vaikkapa kotivakuutuksen piiriin kuuluvasta tilanteesta, joutuu hän tekemään aihevalinnan lukuisia kertoja navigoidessaan sivustolla. Haasteena on myös, että sivusto sisältää todennäköisesti usein käyttäjälle turhaakin tietoa, mikä vähentää käyttäjälle tarpeellisen tiedon löytymisen mahdollisuuksia.

Fine.fi -sivuston kehittämisessä olisi hyvä huomioida Krugin (2006) luettelemat käyttäjien tyypilliset tavat, kuten sivustojen silmäileminen ja ensimmäisen kiinnostavan linkin klikkaaminen. Koska sivusto tarjoaa runsaasti tietoa, tulisi käyttäjien sivustolla kulkemaa polkua suunnitella ja ohjata. Tärkeimmät pointit on hyvä tiivistää näkyvään paikkaan sivulla, jotta sivua silmäilemällä käyttäjä voi havaita, onko hän oikeassa paikassa. Lisäksi sivun käyttämistä voisi ohjeistaa, jolloin käyttö helpottuisi.

Sivuston käyttöliittymäsuunnittelu voisi huomioida paremmin eri päätelaitteita, kuten tabletteja ja kännyköitä. Sivusto ei tällä hetkellä mukaudu tarpeeksi hyvin eri kokoisten selaimien mukaan, vaan käyttäjä joutuu käyttämään selaimen liukupalkkeja sivun sisällön tarkkaan tutkimiseen. Nykypäivänä on hyvin todennäköistä, että tietoja voidaan etsiä hyvinkin pienikokoisilla päätelaitteilla, jotka olisi hyvä huomioida sivustojen suunnittelussa. Sivusto ei nykytilassa anna juuri palautetta sivuston käyttämisestä ja lisäksi kaikki toiminnot (esim. etusivulle palaaminen ratkaisutietokannoista) eivät ole aina saatavilla. Navigaatio tulisi olla koko ajan näkyvillä.

3 Empiirinen tutkimus

Jotta fine.fi -sivuston käytettävyyttä, ymmärrettävyyttä ja löydettävyyttä voidaan kehittää, on tutustuttava kunnolla sivustoon ja on tiedettävä, mitä käyttäjät ajattelevat sivustosta ja sen käyttämisestä. Käyttäjien ajatuksia päätettiin selvittää fine.fi -sivustolla toteutetun käyttäjäkyselyn avulla.

3.1 Fine.fi -sivuston esittely

Vakuutus- ja rahoitusneuvonnan sivut löytyvät www.fine.fi -osoitteella. Sivustolla liikuttaessa löytyvät kielivalinnat ja toimiston puhelin-/faksinumerot oikeasta yläkulmasta, logo vasemmasta yläkulmasta ja navigaatiopalkki vasemmasta reunasta. Sivusto on kokonaisuudessaan saatavilla ainoastaan suomeksi. Ruotsiksi ja englanniksi on saatavilla hyvin suppeasti tietoa.

Sivuston etusivulla on kerrottu lyhyesti sivuston tarkoituksesta, neuvontatoimiston yhteystiedot ja lisäksi etusivulla löytyy linkkejä ajankohtaisiin tiedotteisiin, julkaisuihin, vertailuihin ja muihin sivustoihin. Esimerkiksi elokuussa 2013 ajankohtainen osiossa oli muuan muassa tiedote vakuutusten lainaturvavakuutuksien vertailusta, opas matkavakuutuksista ja linkki korttiturvallisuus.fi -sivustolle.



Kuvio 2. Fine.fi etusivu. Lähde: <http://www.fine.fi>

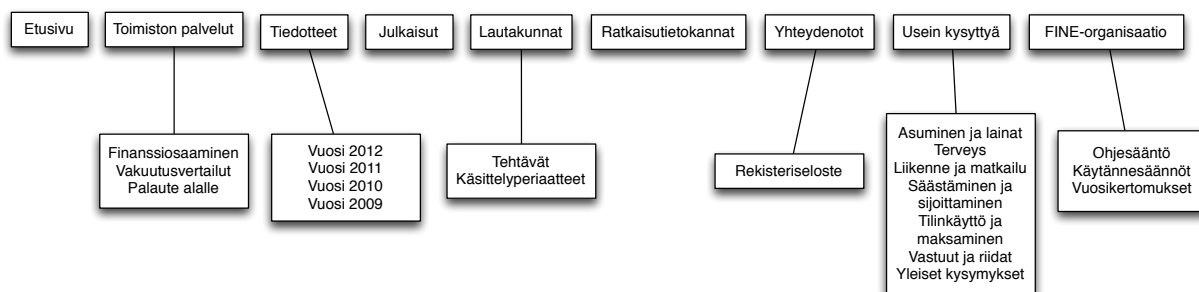
3.1.1 Sivuston rakenne

Sivuston rakenne on suhteellisen yksinkertainen. Sivustolla liikutaan vasempaan laitaan sijoitetun navigaatiopalkin avulla. Navigaatiopalkista pääsee etsimään tietoa toimiston palveluista, usein kysytyistä kysymyksistä, tiedotteista, julkaisuista, lautakunnista, ratkaisutietokannoista, FINE –organisaatiosta ja yhteydenotoista. Kun jokin edellä mainituista osa-alueista on valittuna, aukeaa navigaatiopalkkiin lisää vaihtoehtoja kyseisen osa-alueen osalta. Sivuston kävijöille ei ole tarjolla erillistä hakutoimintoa tai sivukarttaa.



Kuvio 3. Fine.fi navigaatiopalkki. Lähde: <http://www.fine.fi>

Sivuston rakenteen havainnollistamiseksi alle on avattu navigaatiopalkin eri vaihtoehdot. Varsinaisen navigaation rakenne on kahdessa tasossa. Kullakin osa-alueella on pääsivunsa (esim. Tiedotteet) ja alisivut (esim. Vuosi 2012).



Kuvio 4. Fine.fi –sivuston navigaatio tarkemmin

Sivuilla on lisäksi linkkejä Vakuutus- ja rahoitusneuvonnan julkaisemiin materiaaleihin, sivuston eri osiin ja muille sivustoille. Esimerkiksi ratkaisutietokannat –pääsivulla on linkit eri lautakuntien ratkaisutietokantoihin. Kukin ratkaisutietokanta toimii näin ollen käytännössä omana erillisenä sivustonaan, vaikkakin fyysisesti sivustot ovat fine.fi –sivuston alaisuudessa. Toisena esimerkkinä julkaisut ja oppaat aukeavat aina omana pdf -tiedostonaan ja ovat näin ollen irrallaan varsinaisesta sivustosta.

3.1.2 Sivuston sisältö ja ulkoasu

Fine.fi -sivuston pääasiallinen tarkoitus on pyrkiä parantamaan muuan muassa yksityishenkilöiden finanssiosaamista ja toimia näin ollen informaatiokanavana vakuutus-, sijoitus- ja pankkiasioista kiinnostuneille (Fine 2013b).

Toimiston palvelut –osiossa esitellään Vakuutus- ja rahoitusneuvonnan toimintaa. Asiakkaille tehtävän neuvonnan ja selvittelyavun lisäksi esitellään toimiston muita palveluja, kuten lehdistötiedotteiden, esitteiden, julkaisujen, koulutustilaisuuksien, tietolehtisten, vakuutusvertailujen ja luentojen tuottamista/järjestämistä. Vakuutus- ja rahoitusneuvonta tekee yhteistyötä alan eri toimijoiden kanssa ja antaa toimijoille palautetta muuan muassa tilastojen, lautakuntien lausuntojen ja yhtiökohtaisten selvitysten avulla. (Fine 2013c.)

Usein kysyttyä –osiossa on jaettu vastauksia asiakkaiden useimmin Vakuutus- ja rahoitusneuvonnalle esittämiin kysymyksiin. Vastaukset on jaettu eri aihealueiden alle vastauksien etsinnän helpottamiseksi. Kunkin aihealueen alussa on sisällysluettelo, jonka linkkejä klikkaamalla pääsee sivulla haluttuun kohtaan.

Tiedotteet –osiossa Vakuutus- ja rahoitusneuvonnan julkaisemat tiedotteet on jaettu vuosittain. Kunkin vuoden alla on annettu linkit kyseisenä vuonna julkaistuihin tiedotteisiin. Linkkien yhteydessä on kerrottu muutamalla rivillä tiedotteen sisällöstä. Osion pääsivulla on lisäksi linkkejä uusimpiin tiedotteisiin. Tiedotteet aukeavat linkkejä klikkaamalla pdf -tiedostona selainikkunaan.

Julkaisut –osiossa on linkit Vakuutus- ja rahoitusneuvonnan julkaisemiin oppaisiin ja vakuutusvertailuihin. Sivulla on ensin koottu linkit uusimmista julkaisuista 11.11.2011

lähtien. Tämän jälkeen on annettu aihealueittain kaikkien oppaiden linkit ja aikajärjestyksessä vakuutusvertailujen linkit. Kaikki linkit johtavat pdf –tiedostoihin, jotka aukeavat selainikkunaan.

Lautakunnat –osiossa on esitelty Vakuutus- ja rahoitusneuvonnan yhteydessä toimivat Vakuutuslautakunta, Pankkilautakunta ja Arvopaperilautakunta. Esittelyn lisäksi on kerrottu, kuinka asiakas voi saada oman tapauksensa lautakunnan käsiteltäväksi, miten prosessi toimii ja mitä käsittelyssä tulee ottaa huomioon.

Ratkaisutietokannat –osiossa on lautakunnat –osion lailla kerrottu lyhyesti eri lautakunnista. Jokaisen esittelyn alla on linkki kyseisen lautakunnan ratkaisutietokantaan, josta kuka tahansa voi etsiä lautakuntien antamia ratkaisusuosituksia käsiteltyihin finanssialan tapauksiin. Ratkaisutietokannat aukeavat omina sivustoinaan, eikä niissä ole takaisin ohjaavaa linkkiä fine.fi –sivustolle. Ratkaisutietokantoihin on rakennettu hakutoiminnallisuus sivun alareunaan (kuvio 5). Hakuvaihtoehtoina ovat hakeminen vapaalla tekstillä, asiasanalla, lakipykälällä, vuodella, vakuutuslajilla ja diaarinumerolla. Hakuvastauksissa (kuvio 6) annetaan ratkaisusuosituksen päivämäärä, diaarinumero, vakuutuslaji ja tiivistelmä. Varsinaiset ratkaisusuositukset aukeavat hakuvastauksissa annetuista linkeistä.

VAKUUTUSLAUTAKUNNAN RATKAISUTIETOKANTA

Antakaa hakuperusteet yhteen tai useampaan alla olevaan kenttään seuraavasti:

- **Tekstihaku** kohdistuu ratkaisujen tekstiouteen. Haku löytää ratkaisut, joiden tekstissä annettu sana tai peräkkäisten sanojen yhdistelmä esiintyy. Käyttämällä yhtä hakusanaa ratkaisuja voi hakea myös sanan osalla.
- **Asiasanahaku** kohdistuu ratkaisujen otsikkotekstiin. Haku löytää ratkaisut, joiden otsikkotiedoissa annettu sana tai peräkkäisten sanojen yhdistelmä esiintyy. Käyttämällä yhtä hakusanaa ratkaisuja voi hakea myös sanan osalla.
- Ratkaisuja voi hakea **vakuutuslajin perusteella** valitsemalla haluttu vaihtoehto pudotusvalikosta.
- **Pykälähauulta** voi etsiä tiettyyn **vakuutus sopimuslain** pykälään liittyviä ratkaisuja. Antakaa pykälä(t) numerona pilkulla erotettuna (esim. 5,9). Huom! Usealla pykälällä haettaessa haku antaa vain ne ratkaisut, jotka koskevat kaikkia annettuja pykälä.
- Tietokannassa julkaistuja ratkaisuja voi hakea myös julkaisuvedellä tai lautakunnan diaarinumerolla (esim. VKL: 12/99).
- Voitte antaa haluamanne määrän hakuperusteita ja jättää osan kentistä tyhjäksi. Isot ja pienet kirjaimet katsotaan samoiksi. Annettaessa useita hakuperusteita haku löytää vain sellaiset ratkaisut, jotka täyttävät kaikki annetut ehdot.
- Tehkää haku painikkeesta "Hae". Annetut hakuperusteet voi tyhjentää painikkeesta "Tyhjennä".

Tekstihaku: Asiasana: Vakuutuslaji:

Lakipykälä: Vuosi: Diaarinumero:

Hae Tyhjennä

Vakuutuslautakunta | Porkkalankatu 1, 00180 Helsinki | puh. (09) 6850 120 | fax (09) 6850 1220 | www.fine.fi

Kuvio 5. Vakuutuslautakunnan ratkaisutietokanta, etusivu. Lähde: <http://www.fine.fi/ratkaisut/>

Haun tulokset:



RATKAISUSUOSITUS

> 21.03.2013, VKL 498/12	Autovakuutus	Näyttö korvattavan tapahtuman sattumisesta. Linja-auton vaurioiden syy.
> 05.02.2013, VKL 585/10	Autovakuutus	Kuorma-auton käypä arvo. Korvauksenhakijan näyttötaakka.
> 29.08.2012, VKL 563/11	Autovakuutus	Moottorin vahingoittuminen vedestä. Oliko auto kuljetettu veden peittämällä tiellä? Rajoitusehdot. Todistelu.
> 04.04.2012, VKL 576/11	Autovakuutus	Perävaunun vaurioituminen. Vaurioitumisen syy. Perävaunun heikentynyt korirakenne. Perävaunun kaskovakuutus..
> 17.06.2009, VKL 21/09	Autovakuutus	Vilpillinen tiedonantovelvollisuuden laiminlyönti. Vakuutus sopimuksen sitovuus. Ajoneuvon käyttäjä. Haltijan käsite..
> 20.05.2009, VKL 51/09	Autovakuutus	Vahingon aiheuttaminen tärkeällä huolimattomuudella. Samastaminen. Korvauksen alentaminen. Lunastusta koskeva sopimus. Hinauskulut..
> 24.01.2008, VKL 646/07	Autovakuutus	Ulosajo. Alkoholi. Samastaminen. Samastamisen edellytysten täyttyminen. Korvauksen epääminen. Kohtuuttomuus..
> 12.06.2007, VKL 101/07	Autovakuutus	Väärin tietojen antaminen vakuutus hakemuksessa. Hyvä vakuutus tapa. Vakuutusyhtiön hyvän vakuutustavan mukainen hakemuksen käsittelyaika..
> 27.03.2007, VKL 92/07	Autovakuutus	Ulosajo. Alkoholi. Samastaminen. Korvauksen alentaminen. Vahingon jälkeen tulevasta korvauksesta annetut tiedot..
> 17.05.2006, VKL 124/06	Autovakuutus	Törmäysvahinko. Vakuutusehtojen tulkinta. Vauriotuotteiden osien uusiminen vai korjaus?.

Kuvio 6. Vakuutuslautakunnan ratkaisutietokanta, hakuvastaus hakusanelle kolari ja Autovakuutus –vakuutuslajille. Lähde: <http://www.fine.fi/ratkaisut/>

FINE –organisaatio –osiossa on nimen mukaisesti esitelty koko organisaatiota, sen historiaa, organisaatorakennetta, ohjesääntöä, suppeasti käytännesääntöjä ja annettu linkit vuosikertomuksiin. Linkit aukeavat pdf –tiedostoina selainikkunaan.

Yhteydenotot –osiossa annetaan Vakuutus- ja rahoitusneuvonnan osoite, puhelin- /faksinumerot ja kerrotaan asiakaspalvelun aukioloajat. Lisäksi sivulla on linkki yhteydenottolomakkeeseen ja sivulla kerrotaan yhteydenottoa varten hyödyllisiä tietoja. Rekisteriseloste on yhteydenotot –sivun alisivuna.

Ulkoasu on pääosin samanlainen koko sivustolla. Värimaailma fine.fi -sivustolla on kautta linjan siniharmaa. Sivustolla käytettävät fontit ovat selaimesta riippuen Verdana ja Arial. Fontin koko vaihtelee niin, että koko on navigaatiopalkissa 10pt, otsikoissa 12pt ja leipätekstissä 8pt. Ratkaisutietokantojen ulkoasut eroavat varsinaisen sivuston ulkoasusta ja linkitettyjen pdf –tiedostojen ulkoasut vaihtelevat tiedostoittain. Sivusto on suunniteltu tietyn kokoiseksi, eikä sivusto näin ollen muutu selaimen kokoa muuttamalla.

3.1.3 Tilastotietoa sivuston käyttäjistä

Vakuutus- ja rahoitusneuvonta toimitti opinnäytetyötä varten tilastot fine.fi –sivuston vierailijoista vuoden 2012 ajalta. Tilastot on tulostettu Neutech (2012) palveluntarjoajan

tarjoamasta raportointipalvelusta. Tilastot ovat saatavissa kuukausittain niin, että jokaisen kuukauden tilastoissa on tietoa myös siihen mennessä 2012 vuonna sivustolla käyneistä vierailijoista.

Fine.fi -sivustolla on 2012 vuoden aikana käynyt kuukaudessa minimissään 4279 uniikkia vierailijaa (kesäkuu) ja maksimissaan 5493 uniikkia vierailijaa (huhtikuu). Kuukausittaisista luvuista laskettuna sivustolla on käynyt kesimäärin noin 4995 uniikkia vierailijaa. Kaikkia vierailuja on ollut kuukaudessa minimissään 6131 kpl kuukaudessa (joulukuu) ja maksimissaan 8410 kpl (tammikuu). Keskimäärin kaikkia vierailuita on kuukaudessa ollut noin 7341 kpl. Keskihajonta uniikeissa vierailuissa kuukausittain on noin 429 kpl ja kaikissa vierailuissa noin 740 kpl. Yleistäen voidaan sanoa, että fine.fi -sivustolla käy 2012 vuoden tietojen perusteella suhteellisen tasaisesti noin 4000-5000 uniikkia vierailijaa ja vierailuja on kaiken kaikkiaan noin 6000-8000 kpl kuukaudessa. Suurimmat vierailupiikit ajoittuvat pääosin arkipäiville klo 9-16 välille.

Vuoden 2012 kuukausittaisia tilastoja tutkittaessa voidaan todeta, että kaikista vierailuista pääosa eli reilu 80 % on mitaltaan hyvin lyhyitä vierailun keston ollessa 0 sekunnista 2 minuuttiin. Tämän selittää muuan muassa hakukoneen kautta tapahtuvat vierailut, joissa tietoa hakevat henkilöt selaavat hakukoneen antamia tuloksia. Osa kävijöistä saattaa myös hakea Vakuutus- ja rahoitusneuvonnan yhteystietoja, jotka ovat nopeasti löydettävissä etusivulta. Reilu 10 % vierailijoista viipyy sivulla 2 minuutista 30 minuuttiin ja noin 4 % vierailijoista viipyy sivulla yli 30 minuuttia.

Tilastojen perusteella voidaan sanoa, että fine.fi on merkittävä tiedonhakulähde Finanssialan yritysten työntekijöille, sillä vierailijoiden IP -osoitteiden listauksesta voidaan nähdä, että fine.fi -sivuilla vierailaan merkittävässä määrin esimerkiksi pankeista ja vakuutusyhtiöistä. Eniten vierailuja on tullut muuan muassa Osuuspankeista, Tapiolasta, Lähivakuutuksesta ja S-Ryhmästä. On myös tunnistettavissa, että Googlen hakukoneen robotti on vierailut sivustolla usein todennäköisesti hakukoneen hakutuloksien tuottamista varten.

Kuukausittaisista vaihtelua ilmenee, kun tutkitaan yleisimmin vierailtuja fine.fi -sivuston sivuja. Etusivu, ratkaisutietokannat, lasten sairaskuluvakuutukset ja koirat ovat olleet kaikki lähestulkoon koko 2012 vuoden suosittuja aihepiirejä fine.fi -sivustolla. Henkilövahinkojen

korvaaminen on ollut vierailtu aihe tammikuusta maaliskuuhun, toukokuussa ja lokakuussa. Tammikuussa suosittuja aiheita ovat olleet nuorten kotivakuutukset ja myrskyvahingot, kun taas helmikuussa on luettu asumisen keskeyttämisestä. Luottokorttivelat ovat korostuneet sivuston vierailuissa helmi- ja joulukuussa, kun taas eläkesäättäminen on ollut esillä maalisi- ja huhtikuussa. Ajoneuvovakuutuksien hinnoista on luettu varsinkin kesä- ja heinäkuussa ja kotona tapattavat vahingot ovat kiinnostaneet loka- ja marraskuussa. Näihin trendeihin vaikuttavat mitä todennäköisimmin vuodenajat, lomakaudet ja media, joka uutisoinneillaan nostaa säännöllisesti joitakin aiheita esiin.

Taulukko 1. Suosituimmat vierailukohteet fine.fi -sivustolla kuukausittain (liite 1)

Aihe	Trendit (kuukausittaisen TOP 10 mukaan)											
	Tammi	Helmi	Maalis	Huhti	Touko	Kesä	Heinä	Elo	Syys	Loka	Marras	Joulu
Index	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X
Ratkaisut	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X
Lasten_sairvak2011	X	X	X	X	X		X	X	X	X	X	X
Liukastumisopas	X	X	X	X							X	X
Henk_vastuu	X	X	X		X					X		
Kotinuoret11	X											
Myrkyvahingot12	X											
Kotiakesk11		X										
Luottokorttivent_2011		X										X
Elakesaastaminen2011			X	X								
Koirat09				X	X	X	X	X	X	X	X	X
Hintavertailu2010						X	X					
Kotiopas12										X	X	

Vuoden 2012 tilastojen mukaan sivustolle saapuvista vierailijoista noin 40 % saapuu sivulle suoran osoitteen tai kirjanmerkkien kautta, noin 40 % saapuu hakukoneen avulla ja noin 20 % saapuu ulkopuolisilla sivuilla olleiden linkkien kautta. Ulkopuolisten sivujen joukossa on esimerkiksi Suomessa toimivia finanssialan tahoja, työpaikkojen sisäverkossa toimivia sivustoja, uutislehtiä, keskustelupalstoja, Facebook ja blogeja. Hakukoneeseen syötetyistä hakusanoista ja -lauseista suosituimpia ovat sekalaisessa järjestyksessä esimerkiksi fine, vakuutuslautakunta, arvopaperilautakunta, vakuutus- ja rahoitusneuvonta, arvopaperilautakunta, kuluttajien vakuutustoimisto, liukastuminen vahingonkorvaus, ja, liukastumisopas, www.fine.fi, eläkesäättäminen, matkavakuutus, korvaus, koiran, koiran purema, liikennevakuutus hinta, pohjola, vertailu, hinta ja vastuu. Hakusanoissa ja -lauseissa on samanlaista kuukausittaista vaihtelua kuin yleisimmin vierailuissa fine.fi -sivuston sivuissa.

3.2 Vertailu muihin sivustoihin

Toimeksiantajan pyynnöstä fine.fi –sivustoa vertailtiin muihin samantyyppisiin sivustoihin lisäideoiden saamiseksi. Vertailtaviksi sivustoiksi valitsin Kuluttaja- ja kilpailuviraston (<http://www.kkv.fi/>) sivujen kuluttajaneuvonnan osuuden, ruotsinkielisen Konsumenternas (<http://bankforsakring.konsumenternas.se/>) ja ruotsinkielisen Konsumentverket (<http://www.konsumentverket.se/>) –sivustot. Rajasin vertailun sivustojen etusivuun, navigaation, ja ulkoasuun.

3.2.1 Etusivu ja navigaatio

Kuluttajaneuvonnan –sivuston vasemmassa ylälaudassa on Kilpailu- ja kuluttajaviraston logo (toimii linkkinä [kkv.fi](http://www.kkv.fi) –etusivulle, linkki aukeaa uuteen ikkunaan) ja oikeassa ylälaudassa on hakutoiminnallisuus, sekä linkit eri kielivaihtoehtoihin. Tietoa on saatavilla ilahduttavan monella kielellä, sillä suomen lisäksi tietoa on saatavissa ruotsiksi, hieman saameksi, englanniksi ja viittomakielellä. Sivuston navigaatio on kaksiosainen: päänavigaatio löytyy ylhäältä edellä mainittujen tietojen alapuolelta ja kunkin osa-alueen navigaatio löytyy sivuston oikeasta laidasta. Oikeaan laitaan on lisäksi kerätty linkkejä esimerkiksi kuluttaja- ja kilpailuviraston sivuston muihin osiin ja kokonaan muiden tahojen sivustoihin. Sivuston keskellä on bannerin avulla toteutettu linkki [kuluttaja.fi](http://www.kuluttaja.fi) –sivustolle, ohjeistus kuinka kuluttajan tulee toimia kaupankäynnin ongelmatilanteissa ja linkit uusimpiin tiedotteisiin. Kuluttajaviraston yhteystiedot ja linkki muuan muassa palautteen antoon löytyvät sivuston alapalkista.

The screenshot shows the homepage of the Finnish Consumer and Competition Authority (KKV). At the top, there is a navigation bar with links for 'KULUTTAJALLE', 'YRITYKSELLE', 'OPETTAJALLE', 'USEIN KYSYTTYÄ', 'AJANKOHTAISTA', and 'YHTEYSTIEDOT'. The main content area is divided into several sections. On the left, there is a 'Kuluttaja' section with a Facebook link and a 'Tiedotteet' section with recent news items. On the right, there is a 'KULUTTAJALLE' sidebar with various service links. The footer contains contact information and a disclaimer.

Kuvio 7. Kuluttajaneuvonnan etusivu. Lähde: <http://www.kuluttajavirasto.fi/fi-FI/kuluttajaneuvonta/>

Konsumenternas –sivuston vasemmassa yläreunassa on palvelun logo (toimii linkkinä etusivulle) ja oikeassa yläreunassa on linkit yhteystietoihin ja palvelun tietoihin. Yläpalkin alapuolella on sivuston navigaatio, joka on jaettu aihealueittain vakuutusasioihin, lainoihin, talletuksiin ja eläkkeeseen. Sivuston keskivaiheilla on hakutoiminnallisuus ja kuvallisia linkkejä tuotevertailuihin. Alalaidassa on linkkejä ajankohtaisiin tiedotteisiin, linkki kuluttajan valitusohjeisiin, puhelinnumero ja pari esiin nostoa ilmeisestikin ajankohtaisiin aiheisiin. Sivuston alapalkissa on vielä linkkejä muun muassa julkaisuihin, kysymyksiin ja lakeihin liittyen. Linkki englanninkieliseen versioon löytyy alaoikealta.



Kuvio 8. Konsumenternas –etusivu. Lähde: <http://bankforsakring.konsumenternas.se/>

Konsumentverket –sivuston yläpalkissa on linkit muuan muassa saman palveluntarjoajan eri internetsivustoihin, sivuston muokkausohjeisiin, helppolukaiseen sivustoon, viittomakieliseen sivustoon, kuunneltavaan sivustoon ja muilla kielillä oleviin versioihin (vaihtoehtoja lukuisia). Yläpalkin alapuolella vasemmalla on logo (toimii linkkinä etusivulle) ja oikealla hakutoiminnallisuus. Pääasiainen navigaatio on logon alapuolella. Navigaatio on jaettu eri aihealueisiin ja aihealuetta klikkaamalla tulee näkyviin enemmän vaihtoehtoja. Navigaation alapuolella on linkit tietoihin ennen ostoa, oston jälkeen ja valituksen tekoon. Tämän jälkeen etusivulla on lukuisia pieniä osa-alueita, joissa on tehty nostoja ajankohtaisiin aiheisiin, tiedotteisiin ja linkkejä eri elämän osa-alueisiin. Sivuston alapalkissa on kuluttajaviraston yhteystiedot, linkkejä palvelun tietoihin, linkkejä palveluntarjoajan muille sivuille ja sosiaaliseen mediaan.



Kuvio 9. Konsumentverket –sivuston etusivu. Lähde: <http://www.konsumentverket.se/>

Kaikkien edellä kuvattujen sivustojen navigointi on ainakin osittain sivustojen ylälaudassa, jolloin etusivulle jää enemmän tilaa muille asioille. Myös fine.fi –sivustolla voitaisiin ajatella samanlaista ratkaisua, sillä nyt sivuston vasen laita jää melkein kokonaan hyödyntämättä sen ollessa vain navigoinnin käytettävissä. Joillakin vertailtavista sivustoista oli jo navigaatioissa kerrottu enemmän kunkin osa-alueen sisällöstä ja navigaatiot laajenivat niitä klikattaessa. Pidän näistä ominaisuuksista, sillä niistä sai hyvän kokonaiskuvan sivustojen tarjonnasta.

Vertailusivuilla navigaatio oli usein jaettu ainakin jossain määrin aihealueittain, mikä on minusta kuluttajaystävällinen navigointitapa. Myös fine.fi –sivuston palvelut ovat jaettavissa aihealueisiin ja sitä voisi harkita. Kuten jo aiemmin olen todennut, joutuu asiakas nyt tekemään fine.fi sivustolla valinnan haluamastaan aihealueesta useita kertoja liikkuaan sivustolla, kun yksikin kerta voisi riittää.

Kaikilla sivustoilla oli mielestäni pyritty saamaan mahdollisimman paljon tietoa ja linkkejä etusivulle. Kaikilla sivuilla on etusivulla linkkejä ajankohtaisiin tiedotteisiin ja joillakin on linkkejä myös ajankohtaisiin alaan liittyviin uutisiin. Fine.fi –sivuston etusivulla on vertailtaviin sivuihin nähden oikeastaan aika vähän tietoa tarjolla, sillä etusivulla kerrotaan vain lyhyesti Vakuutus- ja rahoitusneuvonnasta, annetaan yhteystiedot ja tarjotaan linkkejä ajankohtaisiin asioihin. Omasta mielestäni yhteystiedot nielaisevat fine.fi –sivuston etusivusta nyt vähän liiankin suuren osan. Sivuston tarkoituksenaan on kuitenkin ensisijaisesti jakaa tietoa

turhien yhteydenottojen välttämiseksi. Useammalla vertailtavista sivustoista osoitetiedot löytyvät sivuston alalaidasta ja omalta sivultaan, johon navigaatioissa on linkki. Myös fine.fi – sivustolla voitaisiin ajatella tällaista ratkaisua.

Kuluttajaneuvonnan sivuilla hyvin keskeisellä paikalla ohjeistettiin kuluttajia ensin selvittämään oma-aloitteisesti omista oikeuksista, tämän jälkeen ottamaan yhteyttä kuluttajan asioimaan yritykseen ja vasta lopuksi ottamaan yhteyttä kuluttajaneuvontaan. Pidän kuluttajaneuvonnan lähestymistavasta ja ehdottaisin myös fine.fi –sivustolle voimakkaampaa kuluttajia ohjaavaa otetta, jolla saataisiin kuluttaja ensisijaisesti hakemaan tietoa sivustolta.

Vertailtavilla sivustoilla oli mielestäni todella hyvin tarjolla eri kielivaihtoehtoja. Minua ilahduttivat erityisesti Konsumentverket –sivuston laaja kielitarjonta ja kuluttajaneuvonnan viittomakielen tarjoaminen. Vakuutus- ja rahoitusneuvonta voisi ajatella fine.fi –sivuston sisällön tarjoamista kattavammin ainakin ruotsiksi ja englanniksi, jotka ovat kuitenkin hyvin yleisesti käytetyt kielet. Varsinkin ruotsinkielisten sivujen tarjoaminen on olennaista ottaen huomioon, että elämme kaksikielisessä maassa.

Fine.fi –sivuston ehdoton hyvä puoli on navigaatorakenteen yksinkertaisuus. Monilla vertailtavista sivustoista sivurakenne muodostui tutkittaessa varsin monimutkaiseksi. Sivustoilla tarjottu hakutoiminnallisuus kuitenkin helpotti tiedon hakemista.

Hakutoiminnallisuuden saaminen myös fine.fi –sivustolle on mielestäni yksi tärkeimmistä kehityskohteista.

3.2.2 Ulkoasu

Kuluttajaneuvonnan sivut ovat värimaailmaltaan jopa melko naiselliset, sillä sivuilla on käytetty valkoisen pohjan päällä sinistä, pinkkiä ja vaaleanpunaista. Tekstit ovat sinisellä ja mustalla. Sivustolla ei ole juurikaan käytetty kuvia, vaan sivut ovat hyvin tekstipohjaiset.

Konsumenternas –sivuston ulkoasu on yleisilmeeltään vaalea, sillä taustat ovat valkoisia tai vaaleanharmaita. Tekstit ovat sinisellä ja mustalla. Logossa on lisäksi vihreää. Eri aiheita on korostettu pienillä oranssivalkoisilla logoilla. Sivustolla käytetään jonkin verran kuvia eri aihealueiden erottamiseen.

Konsumentverket sivuston värimaailma on lähinnä fine.fi –sivuston värimaailmaa sinivalkoisella ulkoasullaan. Tekstit ovat sinisellä tai mustalla. Lisäksi sivustolla joitakin kohtia on tehostettu vihreällä, punaisella ja oranssilla. Sivustolla on käytetty kuvia tehosteena ja aihe-alueiden erottamiseen.

Kaikkien sivustojen fontit ovat suhteellisen pientä fonttikokoa (jopa alle 10 pt) ja kaikilla sivustoilla ylä- ja alapalkit on selkeästi erotettu. Huonompinäköisiä käyttäjiä ajatellen isommat fontit, helppokäyttöisen version tai fonttikoon muuttamisen tarjoaminen voisivat olla tarpeen.

Vertailtavien sivustojen ulkoasuista voisi ottaa fine.fi sivustolle ideoita esimerkiksi kuvien käytön ja väritehosteiden suhteen. Useammalla sivustolla aihealueista oli tekstilinkkien lisäksi myös kuvat, mikä mielestäni helpottaa oikean aiheen löytymistä. Esimerkiksi lapsiin liittyvien tuotteiden yhteydessä oli kuva lapsesta ja kotivakuutuksiin liittyen oli kuva talosta. Tällöin ei aina tarvinnut lukea selostetta kovin huolella, kun jo kuvasta havaitsi, mihin aiheeseen linkki liittyy. Pidin myös sivustoilla käytetyistä väritehosteista ja symboleista, jotka kohdentavat käyttäjän katsetta haluttuihin asioihin. Esimerkiksi Konsumenternas –sivustolla yhteystietojen yhteydessä on pieni oranssivalkoinen logo, jossa on puhekupla. Yhteystiedot erotti näin heti etusivulta tuon pienen värillisen logon ansiosta. Tällaisia tehosteita voisi ottaa käyttöön myös fine.fi –sivustolla.

3.3 Tutkimusmenetelmän valinta ja tutkimuksen suunnitteleminen

Varsinainen tutkimusmenetelmä on fine.fi –sivustolla toteutettu käytettävyysselvitys. Tutkimus toteutettiin Wepropolin (webropol.com) kautta tehdyllä Online-kyselyllä ja kyselyn tuloksia arvioitiin palvelun tarjoamien raportointityökalujen lisäksi IBM SPSS –ohjelmistolla (Taanila 2013) ja Microsoft Officen Excelin avulla.

Kyselytutkimuksen perusjoukkona toimivat fine.fi –sivuston käyttäjät. Kyseessä oli kokonaistutkimus, sillä kyselyä tarjottiin ennalta määritetyllä aikavälillä kaikille fine.fi –sivuston vierailijoille. Kysymysten valinnoilla pyrittiin siihen, että jälkikäteen vastauksia voidaan ryhmitellä esimerkiksi eri käyttäjäryhmien perusteella ja näin ollen voidaan kyselyn perusteella tehtävissä analyyseissä keskittyä esimerkiksi kuluttaja-asiakkaiden tarpeisiin.

Käyttäjäkyselyn suunnitteluvaiheessa määriteltiin ensin tutkimuksen pää- ja alaongelmat (Saaranen 2012). Tutkimuksen pääongelma saatiin alkuperäisestä toimeksiannosta, jossa haluttiin selvittää millainen on fine.fi -sivuston ymmärrettävyys, käytettävyys ja löydettävyys erityisesti kuluttajien ja eri sidosryhmien näkökulmasta ja kuinka sivustoa voidaan tulevaisuudessa kehittää.

Pääongelma jaettiin tämän jälkeen viideksi alaongelmaksi, joiden perusteella varsinaisia kyselyn kysymyksiä lähdettiin työstämään. Tutkimuksen alaongelmia ovat:

1. Kuinka asiakkaat tulivat fine.fi –sivustolle?
2. Mitkä ovat nykyisen sivuston haasteet?
3. Mitä asiakkaat odottavat sivustolta ja miten sivusto toimisi entistä paremmin itsepalvelukanavana asiakkaille?
4. Kuinka sivusto voi lisätä Finen tarjoamien palvelujen tunnettavuutta ja samalla ohjata asiakkaiden yhteydenottoja?
5. Miten sivustoa pitäisi kehittää ajantasaisemmaksi ja käytettävämmäksi?

Näiden alaongelmien pohjalta muodostettiin varsinaiset kyselyn kysymykset (liite 1).

Kyselyssä oli kaikkiaan 18 kohtaa, joista 7 oli taustakysymyksiä. Ohessa on peittomatriisi, josta näkyy kuinka hyvin kysymykset kattavat tutkimukselle asetetut pää- ja alakysymykset.

Taulukko 2. Peittomatriisi (Ala6 viittaa taustatietokysymyksiin)

	Pää	Ala1	Ala2	Ala3	Ala4	Ala5	Ala6
1	X	X					
2	X	X					
3	X						X
4	X			X			
5	X			X			
6	X		X			X	
7	X		X			X	
8	X		X			X	
9	X		X	X	X	X	
10	X	X	X	X		X	
11	X						
12	X						
13	X			X	X	X	
14	X			X	X	X	
15	X			X	X	X	
16	X			X		X	
17							X
18							X
19							X
20							X
21							X

3.4 Kyselyn toteuttaminen

Käytettävyysselvitys oli esillä fine.fi -sivustolla 19.3. – 26.4.2013. Kyselyn ollessa käynnissä sivuston vasemmassa navigointipalkissa oli bannerin avulla toteutettu linkki kyselyyn (kuvio 10), jonka kautta kävijät halutessaan pääsivät osallistumaan kyselyyn.



Kuvio 10. Fine.fi -sivuston etusivu ja kyselyn banneri (vasemmalla). Lähde:

<http://www.fine.fi/index.php?item=1>

8.4. lähtien sivuston kävijöille aukesi lisäksi erillinen selainikkuna (eli pop-up -ikkuna) kyselyyn, jos käytettävä selain ei estänyt erillisen ikkunan aukeamista. Pop-up -ikkunan lisäämisen jälkeen vastauksia alkoi tulla aiempaa enemmän ja nopeammin. Vapaissa kommentteissa pari vastaajaa on ilmaissut tyytymättömyyttään erillisen selainikkunan aukeamiseen, mutta koen kuitenkin sen hyödyttäneen merkittävästi vastausmäärän kasvattamisessa ja näin ollen relevanttien kyselytulosten aikaansaamissa.

4 Käytettävyysselvityksen tulokset

Kyselyn tulosten analysoinnissa on käytetty apuna IBM:n tarjoamaa SPSS –ohjelmistoa ja Webropol.com –sivuston raportointityökaluja. Taulukoita ja kuvioita on edellisten lisäksi muokattu Excelin avulla.

4.1 Vastaaajien esittely

Kyselyyn vastanneita on kaiken kaikkiaan 109 kappaletta. Vastanneista miehiä on 33,94 % (37 kpl) ja naisia 66,06 % (72 kpl). Yksityishenkilöinä vastanneiden sukupuolijako on tasaisempi kuin työasioissa vastanneista, sillä yksityishenkilöinä vastanneista 55,56 % on naisia ja 44,44 % miehiä. Tämä voi selittyä sillä, että työasioissa vastanneiden joukossa on luultavasti runsaasti asiakasrajapinnassa työskenteleviä henkilöitä, jotka ovat usein naisia.

Taulukko 3. Vastanneiden sukupuoli rooleittain

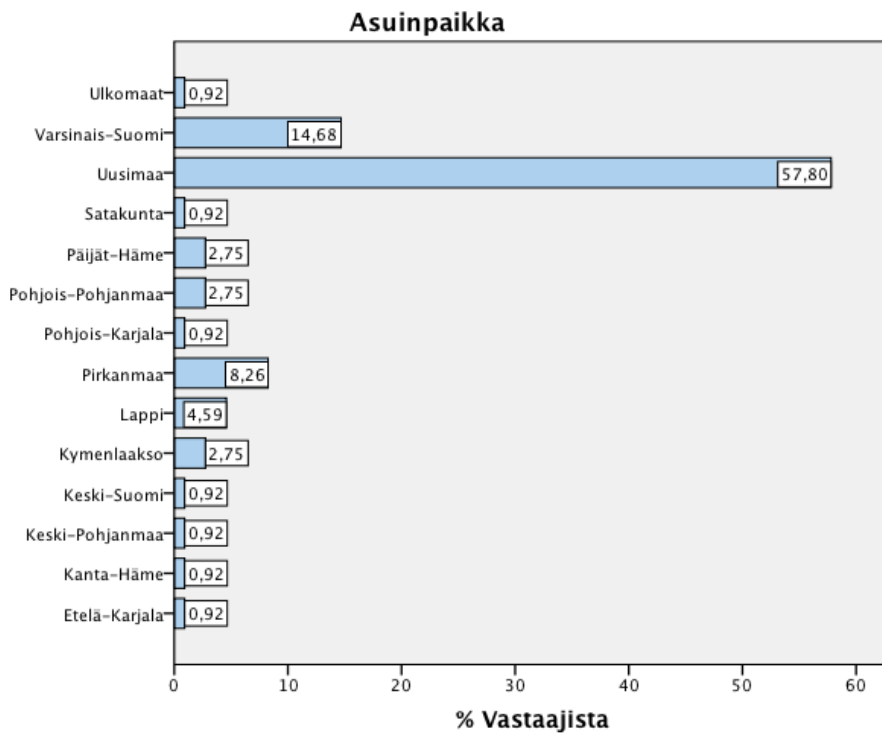
Ristiintalukointi: Sukupuoli * Rooli	Yksityishenkilönä	Työasioissa	Muussa roolis- sa, missä	Yht
mies	44,44 %	23,53 %	25,00 %	33,94 %
nainen	55,56 %	76,47 %	75,00 %	66,06 %
Yht	100,00 %	100,00 %	100,00 %	100,00 %

Vastanneista valtaosa (70 %) on 26-51 -vuotiaita. Prosentuaalisesti suurin vastaajaryhmä ovat kuitenkin 43-51 -vuotiaat 25,20 % vastausosuudellaan. Kyselyssä ikää kysyttiin syntymävuoden muodossa, joten taulukon ikävuodet voivat erota +-1 -vuodella, koska ei ole tietoa ovatko vastaajat syntyneet alku- vai loppuvuonna. Kaksi vastaajaa oli kirjoittanut vuoden mahdollisesti tahallisesti väärin, koska eivät ehkä halunneet kertoa ikäänsä.

Taulukko 4. Vastanneet ikäluokittain (107 vastaajasta, 2 vastausta ei valideja)

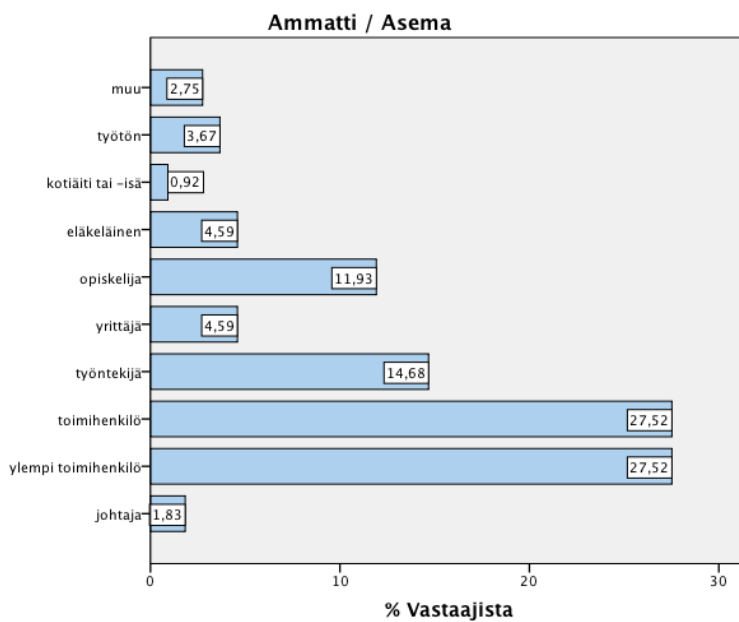
Vastanneet jaettuna ikäluokkiin	Kpl	%	% (kumulatiivinen)
<= 25	11	10,30%	10,30%
26 - 34	24	22,40%	32,70%
35 - 42	24	22,40%	55,10%
43 - 51	27	25,20%	80,40%
52 - 59	16	15,00%	95,30%
60+	5	4,70%	100,00%
yht	107	100,00%	

Vastanneista merkittävä osa eli 57,80 % asuu Uudellamaalla. Kokonaisuudessaan Uudellamaalla, Varsinais-Suomessa ja Pirkanmaalla asuu 80,8 % vastanneista. Muualla asuvia on melko vähän vastanneiden joukossa.



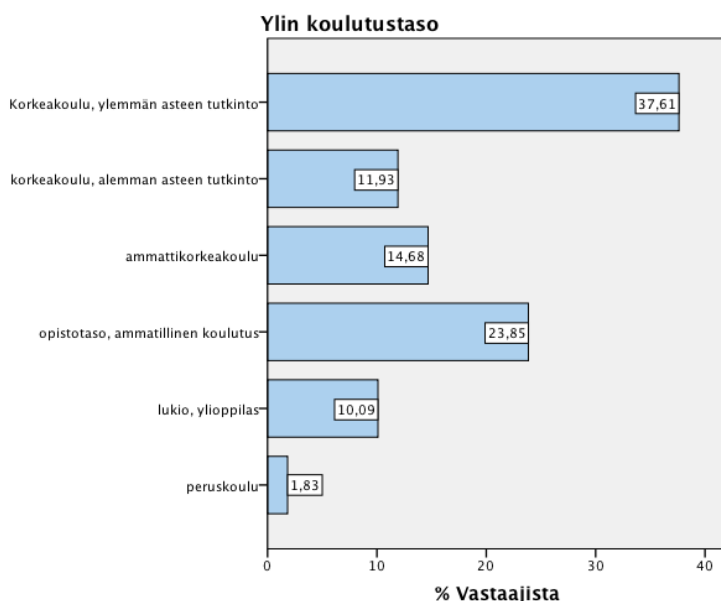
Kuvio 11. Vastaajien asuinalueet

Kaikista vastanneista yli puolet eli 55 % on ammattiasemaltaan toimihenkilöitä tai ylempiä toimihenkilöitä. 14,7 % on työntekijöitä ja 11,9 % opiskelijoita. Vastanneiden joukossa oli jokaisesta kyselyn ryhmästä ainakin yksi vastaaja.



Kuvio 12. Vastaajien ammattiasema

Vastanneiden voidaan todeta olevan suhteellisen korkeasti koulutettuja. Vastanneista 37,6 % on suorittanut ylempään korkeakoulututkinnon, 23,9 % opistotason tutkinnon ja 14,7 % ammattikorkeakoulututkinnon.



Kuvio 13. Vastaajien koulutus

Vastaajat jakautuivat kahtia sen suhteen, vierailivatko he sivustolla yksityishenkilöinä vai työasioissa. Muut, kuin yksityishenkilöinä tai työasioissa vierailevat olivat vapaiden kommenttien mukaan opiskelijoita.

Taulukko 5. Vastaajien roolit

Rooli	%
yksityishenkilönä	49,5
työasioissa	46,8
muussa roolissa, missä	3,7
yht	100

Yksityishenkilöinä vierailleet jakautuvat luonnollisesti taustaltaan enemmän eri ammattien ja koulutuksien välillä kuin työasioissa vierailleet. Yksityishenkilöinä vastanneet ovat usein ylempiä toimihenkilöitä, toimihenkilöitä, yrittäjiä, opiskelijoita, eläkeläisiä ja työttömiä. Työasioissa vastanneet ovat pääosin ylempiä toimihenkilöitä, toimihenkilöitä, työntekijöitä ja opiskelijoita. Työasioissa vierailleet ovat suorittaneet korkeimpana koulutustasonaan

enemmän korkeakoulututkintoja ja yksityishenkilöinä vierailleet enemmän opistotason tutkintoja.

Taulukko 6. Vastaajien ammattiasema rooleittain

Ammattiasema	Yksityishenkilönä	Työasioissa	Muussa roolissa, missä	Yht
johtaja	0,92%	0,92%	0,00%	1,83%
ylempi toimihenkilö	11,93%	14,68%	0,92%	27,52%
toimihenkilö	8,26%	19,27%	0,00%	27,52%
työntekijä	9,17%	5,50%	0,00%	14,68%
yrittäjä	4,59%	0,00%	0,00%	4,59%
opiskelija	5,50%	3,67%	2,75%	11,93%
eläkeläinen	4,59%	0,00%	0,00%	4,59%
kotiäiti tai -isä	0,00%	0,92%	0,00%	0,92%
työtön	3,67%	0,00%	0,00%	3,67%
muu	0,92%	1,83%	0,00%	2,75%
yht	49,54%	46,79%	3,67%	100,00%

Taulukko 7. Vastaajien koulutus rooleittain

Koulutus	yksityishenkilönä	työasioissa	muussa roolissa	Yht
peruskoulu	0,92%	0,00%	0,92%	1,83%
lukio, ylioppilas	7,34%	2,75%	0,00%	10,09%
opistotaso, ammatillinen koulutus	16,51%	7,34%	0,00%	23,85%
ammattikorkeakoulu	8,26%	5,50%	0,92%	14,68%
korkeakoulu, alempi tutkinto	5,50%	4,59%	1,83%	11,93%
korkeakoulu, ylempi tutkinto	11,01%	26,61%	0,00%	37,61%
Yht	49,54%	46,79%	3,67%	100,00%

Vastanneiden taustoista voidaan siis sanoa kertauksena, että vastanneista valtaosa on 26-51 -vuotiaita isoissa kasvukeskuksissa tai niiden lähellä asuvia. Vastanneiden joukossa on jonkin verran enemmän naisia, vastanneista merkittävä osa työskentelee toimihenkilöinä tai ylempinä toimihenkilöinä ja on melko hyvin koulutettuja. Näihin jakaumiin vaikuttaa se vierailivatko vastaajat sivustolla työasioissa vai yksityishenkilöinä.

4.2 Sivuston arviointi tämänkertaisen vierailun perusteella

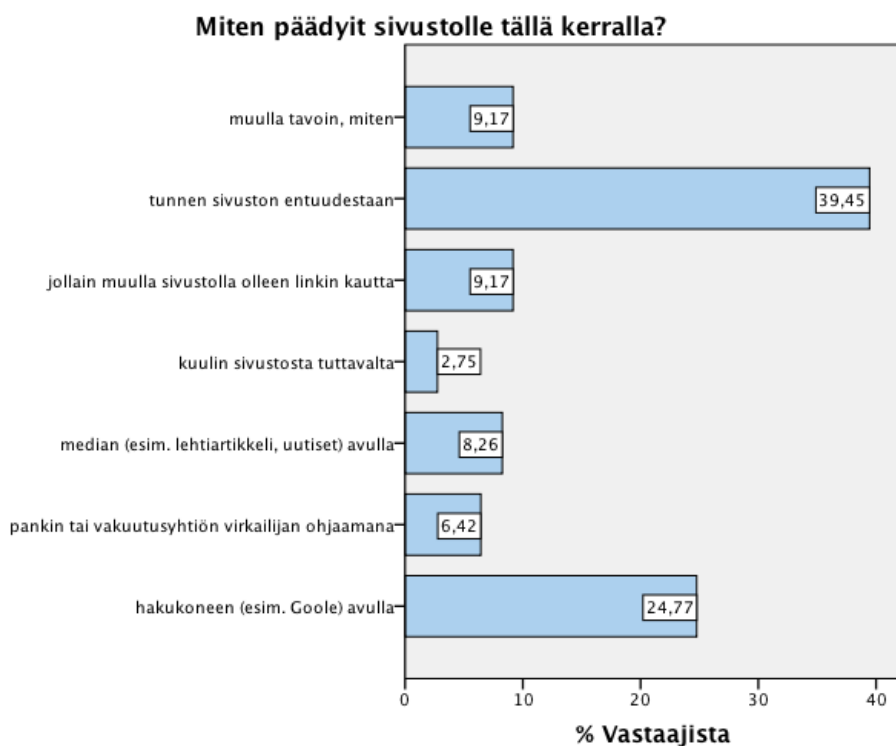
Kyselyyn vastanneista suurin osa on käynyt fine.fi -sivustolla aiemminkin. Ainoastaan 14,68 % vieraili sivustolla ensimmäistä kertaa. Työasioissa käyneet vierailevat sivustolla jonkin verran tiheämmin kuin yksityishenkilöinä vierailevat, mutta myös yksityishenkilöistä suurin

osa on käynyt sivustolla vähintään kerran aikaisemmin viimeisen vuoden kuluessa. Tästä voidaan päätellä, että useammin sivustolla käyneet vastasivat ehkä myös kyselyyn satunnaiskävijöitä mieluummin, koska heillä oli jo aiempaa kokemusta sivustosta.

Taulukko 8. Vastaajien vierailutiheys rooleittain

Vierailutiheys	yksityishenkilönä	työasioissa	muussa roolissa	Yht
en ole vierailut	8,26%	6,42%	0,00%	14,68%
kerran	21,10%	7,34%	0,92%	29,36%
2-4 kertaa	11,93%	10,09%	1,83%	23,85%
5-10 kertaa	6,42%	15,60%	0,00%	22,02%
viikoittain	1,83%	7,34%	0,92%	10,09%
Yht	49,54%	46,79%	3,67%	100,00%

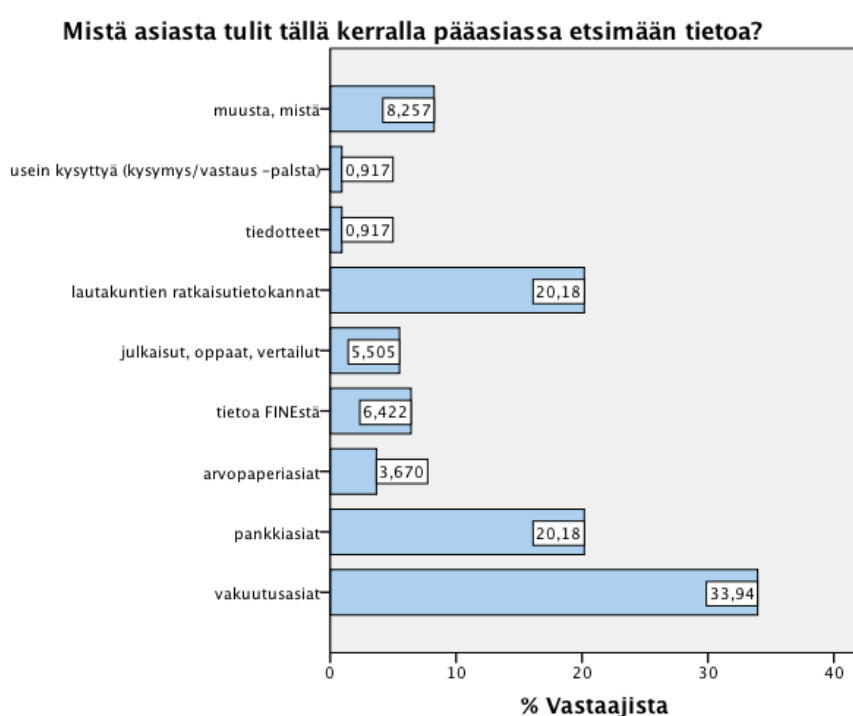
Suuri osa kävijöistä (39,45 %) tunsi sivuston entuudestaan. Merkittävin reitti sivustolle oli hakukone, kuten Google (24,77 %). Myös toisella sivustolla olleen linkin kautta, median avustuksella ja pankin/vakuutusyhtiön ohjaamana löydettiin fine.fi –sivustolle. Vapaissa kommentteissa mainittiin sivustolle päätyksen apuna muuan muassa opiskelupaikan tai lähipiirin suositukset, Fiva ja vakuutusyhtiön antamat muutoksenhakuohjeet.



Kuvio 14. Vastaajien sivustolle tulo

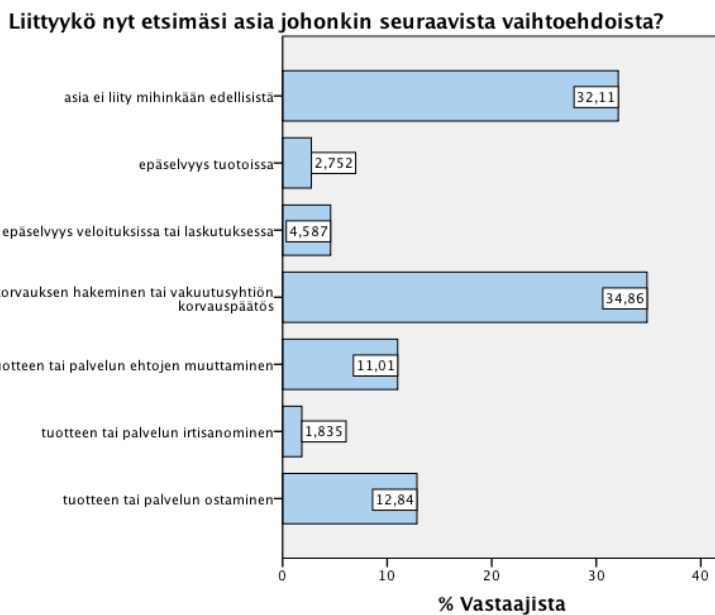
Vastaajat tulivat kyselykerralla sivustolle etsimään tietoa erityisesti vakuutus- ja pankkiasioista, sekä ratkaisutietokannoista (yht 74,3 %). Vakuutusasiat (33,94 %) olivat kaikista haetuin asia fine.fi -sivustolta. Arvopaperiasioiden, tiedotteiden ja usein kysyttyä – palstan takia ei varsinaisesti hakeuduta kyselyn mukaan sivustolle.

Vapaissa kommentteissa kerrottiin lisäksi, että tietoa etsittiin mm. talousneuvontaan, kylpyhuoneremonttiin, vippiluottoihin ja työpaikkoihin liittyen. Myös Finen yhteystietoja etsittiin sivustolta vapaiden kommenttien mukaan.



Kuvio 15. Vastaajien tämänkertainen tiedonhaku

Merkittävä sivustolle tulosy on tiedon etsiminen korvauksen hakemiseen tai vakuutusyhtiön korvauspäätökseen (34,86 %). Myös tuotteen tai palvelun ostaminen tai ehtojen muuttuminen oli monella syynä fine.fi –sivustolla käyntiin. Vastaajista 32,11 % käyminen ei liity esitettyihin tilanteisiin, mutta tässä kysymyksessä ei ollut mahdollisuutta antaa vapaita kommentteja, joista tilanteet olisivat tarkemmin selvinneet. Saattaa myös olla, ettei kaikilla kävijöillä ollut varsinaista ongelmatilannetta, jonka vuoksi he saapuivat sivustolle.



Kuvio 16. Asia, johon vastaajien käynti liittyy

Kyselyssä esitettiin väittämiä liittyen kävijöiden tämänkertaiseen vierailuun fine.fi –sivustolla. Vastaajat vastasivat pääosin melko positiivisesti kolmeen esitettyyn väittämään. Eniten hajontaa tuli tiedon helpon löydettävyyden suhteen, sillä 18,35 % oli jokseenkin eri mieltä ja 8,26 % oli täysin eri mieltä siitä, että tietoa oli tällä käyntikerralla helppo löytää. Löydetyt tiedot koettiin silti pääosin hyödylliseksi ja sivustoa suositeltaisiin käynnin perusteella tuttaville.

Taulukko 9. Vastaa seuraaviin tämänkertaista käyntiäsi koskeviin väittämiin

Väittämät. Tämänkertainen käynti.	täysin samaa mieltä	jokseenkin samaa mieltä	jokseenkin eri mieltä	täysin eri mieltä	Keskiarvo	Mediaani
Löysin etsimäni tiedon helposti.	31,19%	42,20%	18,35%	8,26%	2,96	3
Koen sivustolta löytämäni tiedot hyödyllisiksi.	44,04%	50,46%	3,67%	1,83%	3,37	3
Suosittelisin sivua käyntini perusteella tuttavilleni.	40,37%	49,54%	9,17%	0,92%	3,29	3

Koontina voidaan todeta, että sivusto oli vastaajille usein jo entuudestaan tuttu.

Käyntikerralla vastaajat saapuivat sivustolle hakukoneen, toisella sivustolla olleen linkin tai finanssialan yhtiön ohjaamana. Vakuutus- ja pankkiasiat sekä ratkaisutietokannat olivat kiinnostavimmat vierailukohteet sivustolla ja usein haettiin tietoa korvauksen hakuun tai korvauspäätökseen liittyen.

4.3 Fine.fi -sivuston arviointi ja kehittäminen

Kyselyyn vastaajille esitettiin väittämiä liittyen sivuston sisältöön ja sisällönhakuun, sekä ulkoasuun ja käytettävyyteen. Väittämistä on koottu prosenttitaulukot.

Sisältöön ja sisällönhakuun liittyvissä väittämissä korostui positiivisessa mielessä se, että vastaajat kokevat sivuston hyvin hyödylliseksi ja sivustolla olevat tiedot laadukkaiksi ja melko ajantasaisiksi. Näistä vastauksista voi päätellä, että sivustolle on tarvetta. Ottaen huomioon sivuston vaikean aihealueen, sivuston tiedot koettiin ehkä hieman yllättäenkin melko helposti ymmärrettäviksi.

Haasteelliseksi sivustolla koettiin nimenomaan tiedonhakuun liittyvät väittämät, sillä eniten hajontaa vastauksissa oli, kun kysyttiin tiedon helppoa etsittävyyttä, sivuston ohjaavuutta tiedonhaussa ja tiedon määrän riittävyyttä. Vähintään 25-30 % vastaajista olivat ainakin osittain eri mieltä em. kohtiin liittyvissä väittämissä. Tiedon määrän riittävyys saatettiin tosin kokea ongelmalliseksi, koska oikeaa tietoa ei oltu ehkä löydetty sivustolta. Joka tapauksessa näiden väittämien perusteella sivuston kehityskohteiksi voi ehdottomasti nostaa tiedonhaun ja ohjaamisen tiedon haussa.

Taulukko 10. Vastaa seuraaviin fine.fi -sivuston sisältöä ja sisällönhakua koskeviin väittämiin

Väittämät. Sisältö ja sisällönhaku.	täysin samaa mieltä	jokseenkin samaa mieltä	jokseenkin eri mieltä	täysin eri mieltä	Keskiarvo	Mediaani
Sivusto on hyödyllinen.	59,63%	38,53%	0,92%	0,92%	3,57	4
Sivustolta on helppo etsiä tietoa.	23,85%	48,62%	25,69%	1,83%	2,94	3
Sivusto ohjaa minua tiedonhaussa.	17,43%	51,38%	28,44%	2,75%	2,83	3
Sivustolla on tarjolla tarpeeksi tietoa.	18,35%	54,13%	22,94%	4,59%	2,86	3
Sivustolla on ajantasaista tietoa.	24,77%	63,30%	11,01%	0,92%	3,12	3
Sivustolla on laadukasta tietoa.	33,94%	61,47%	3,67%	0,92%	3,28	3
Sivuston tiedot ovat helposti ymmärrettäviä.	25,69%	59,63%	13,76%	0,92%	3,10	3

Ulkoasua ja käytettävyyttä koskevissa väittämissä kaikista positiivisimmin suhtauduttiin sivustolla käytetyn fontin helppolukuisuuteen ja käytetyn kielen ymmärrettävyyteen. Nämä vastaukset tukevat sisältöön ja sisällönhakuun liittyvissä väittämissä havaittuja asioita.

Sivuston haasteina ulkoasuun ja käytettävyyteen liittyen pidettiin sivuston nykyaikaisuutta ja ulkoasun miellyttävyyttä. Myös sivuston rakenteeseen ja löydettävyyteen liittyvissä vastauksissa on selkeää hajontaa. Sivustolla liikkumista pidettiin pääosin melko vaivattomana, mutta toisaalta samalla 4,59 % vastaajista oli asiaan liittyvän väittämän kanssa täysin eri mieltä.

Väittämien perusteella voi päätellä, että sivustoa pidetään mahdollisesti jonkin verran vanhanaikaisena ja ulkoasultaan tylsänä. Kehittämiskohteiksi voisikin siis nostaa sivuston ulkoasun raikastamisen ja päivittämisen.

Taulukko 11. Vastaa seuraaviin fine.fi -sivuston ulkoasua ja käytettävyyttä koskeviin väittämiin

Väittämät. Ulkoasu ja käytettävyys.	täysin samaa mieltä	jokseenkin samaa mieltä	jokseenkin eri mieltä	täysin eri mieltä	Keskiarvo	Mediaani
Sivuston ulkoasu on miellyttävä.	18,35%	65,14%	12,84%	3,67%	2,98	3
Sivustolla liikkuminen on vaivattonta.	22,94%	64,22%	8,26%	4,59%	3,06	3
Sivusto on rakenteeltaan selkeä.	21,10%	61,47%	15,60%	1,83%	3,02	3
Sivustolla käytetty kieli on ymmärrettävää.	33,03%	60,55%	4,59%	1,83%	3,25	3
Sivusto on helppo löytää.	34,86%	47,71%	15,60%	1,83%	3,16	3
Sivustolla käytetty fontti on helposti luettavaa.	42,20%	51,38%	5,50%	0,92%	3,35	3
Sivusto on nykyaikainen.	24,77%	46,79%	22,94%	5,50%	2,91	3

Kysyttäessä kävijöiltä heille oleellisempia asioita, joista he haluavat löytää tietoa fine.fi – sivustolta, kokivat vastaajat kaikista tärkeimmiksi lautakuntien ratkaisut ja vakuutusasiat (kummassakin yli 50 % pitää erittäin tärkeänä löytää tietoa, vastausten keskiarvo on yli 3, mediaani 4). Nämä vastaukset tukevat syitä, joiden vuoksi kävijät saapuivat sivustolle.

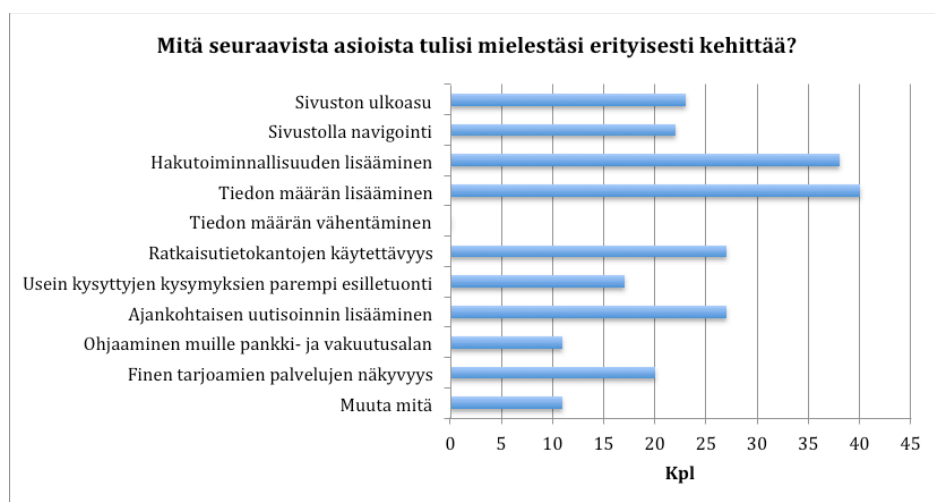
Arvopaperiasioden löytymistä pidettiin vastaajien keskuudessa vähiten tärkeänä (keskiarvo 2,4 ja mediaani 2). Tämä voi johtua siitä, että kovin harva etsii niistä tietoa, koska niiden kanssa ei olla niin usein tekemisissä. Arvopaperiasioita miettiville niiden asioiden löytymisen sivustolta on todennäköisesti kuitenkin tärkeää.

Muuten eri aihealueiden välille ei syntynyt merkittäviä eroavaisuuksia ja vastauksien perusteella voikin päätellä, että eri vastausvaihtoehtoja pidetään ylläällä tärkeinä.

Taulukko 12. Miten tärkeää sinulle on löytää fine.fi -sivustolta tietoa seuraavista asioista

Kuinka tärkeää löytää tietoa seuraavista?	erittäin tärkeää	tärkeää	ei kovin tärkeää	ei merkitystä minulle	Keskiarvo	Mediaani
vakuutusasiat	55,05%	29,36%	11,93%	3,67%	3,36	4
pankkiasiat	29,36%	34,86%	26,61%	9,17%	2,84	3
arvopaperiasiat	17,43%	26,61%	34,86%	21,10%	2,40	2
tietoa FINEstä	23,85%	44,04%	25,69%	6,42%	2,85	3
julkaisut, oppaat, vertailut	33,94%	35,78%	23,85%	6,42%	2,97	3
lautakuntien ratkaisutietokannat	55,05%	27,52%	10,09%	7,34%	3,30	4
tiedotteet	30,28%	41,28%	21,10%	7,34%	2,94	3
usein kysyttyä (kysymys/vastaus –palsta)	28,44%	43,12%	17,43%	11,01%	2,89	3
Yhteensä	34,17%	35,32%	21,44%	9,06%	2,95	3

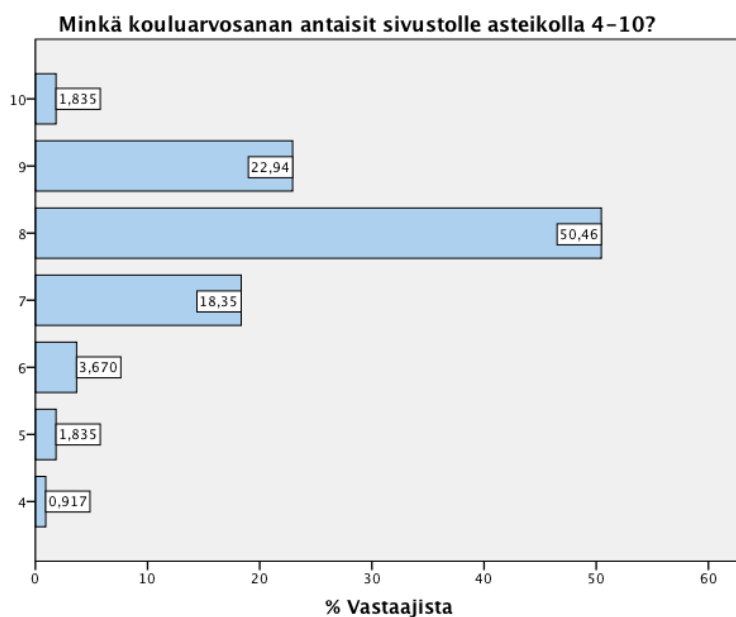
Kehityskohteita kysyttäessä vastaajat pitivät tärkeimpinä kehittämiskohteina hakutoiminnallisuuden ja tiedon määrän lisäämistä sivustolle. Kuten aiemminkin mainittiin, kokevat vastaajat tiedon haun hankalaksi, joten siksi he eivät välttämättä myöskään löydä kaikkea sivustolla olevaa tietoa. Myös ajankohtaisen uutisoinnin lisäämistä, ratkaisutietokantojen käytettävyyttä, sivuston ulkoasua ja sivustolla navigointia pidettiin tärkeinä kehityskohteina.



Kuvio 17. Mitä sivustolla tulisi kehittää?

Kyselyyn vastanneita pyydettiin antamaan kouluarvosana asteikolla 4-10 fine.fi –sivustolle. 50,46 % eli noin puolet sivuston kävijöistä antaisi sivustolle kouluarvosanaksi numeron

kahdeksan. 22,94 % antaisi arvosanaksi numeron yhdeksän ja 18,35 antaisi arvosanaksi numeron seitsemän.



Kuvio 18. Vastaajien antama kouluarvosana sivustoll

Kaiken kaikkiaan vastaajat antaisivat sivustolle melko kohtuullisen arvosanan, vaikka parannuskohteitakin on löydetty muissa kysymyksissä. Sivusto koetaan selkeästi hyödylliseksi tietokanavaksi. Tärkeimmiksi kehityskohteiksi nostettiin tiedonhaku, tiedonhaussa ohjaaminen, hakutoiminnallisuuden kehittäminen, ulkoasun päivittäminen nykypäivään ja ajankohtaisen uutisoinnin lisääminen.

4.4 Vapaat kommentit

Vapaissa kommenteissa tuli esiin monia asioita, joista tässä raportissa on jo aiemmin mainittu. Vastaajat toivovat, että vakuutus-, arvopaperi- ja pankkilautakunnan ratkaisutietokantoihin saataisiin enemmän ja nopeammalla aikataululla julkaistua lautakuntien tekemiä ratkaisusuosituksia finanssialan asiakkaiden tekemiin valituksiin. Vastaajat toivoivat, että viimeiseksi julkaistuja ratkaisusuosituksia korostettaisiin sivustolla, jotta ne olisivat helpommin löydettävissä.

Sivusto sai vapaissa kommenteissa positiivista palautetta laadukkaasta sisällöstään, mutta samalla sivustosta toivottiin ruotsinkielistä versiota ja mediaosiota toimittajia varten. Eri

kielivaihtoehdot palvelevat todennäköisesti melko pientä osaa käyttäjistä, mutta niiden lisäämistä tulisi kommenttien perusteella harkita.

Moni toivoi parannusta sivustolla tarjottuihin yhteystietoihin. Nyt sivustolla on tarjolla Vakuutus- ja rahoitusneuvonnan osoite, puhelinnumero, faksi, osoite ja yhteydenottolomake. Käyttäjät kaipaisivat mahdollisesti enemmän tietoa neuvonnan työntekijöistä ja heidän suorista yhteystiedoistaan.

Parissa kommentissa harmiteltiin, että käytettävyykselystä avautui erillinen selainikkuna, joka häiritsi sivuston käyttöä. Erillisen ikkunan avautuminen sivustolle saavuttaessa oli kyselyä suunniteltaessa tehty harkittu päätös. Kyselyn alkuvaiheessa erillistä ikkunaa ei avautunut, jolloin vastauksia tuli melko vähän. Avautuvan ikkunan lisäämisen jälkeen vastauksia alkoi tulla huomattavasti aiempaa enemmän, mikä on olennaista relevanttien kyselytulosten aikaansaamisessa.

5 Pohdinta

Fine.fi –sivusto on tällä hetkellä monessa mielessä erittäin käyttökelpoinen ja tiedoiltaan laadukas sivusto. Sivusto koetaan käyttäjien keskuudessa tarpeelliseksi, sivustolla liikkuminen koetaan pääasiassa helpoksi ja sivustoa suositeltaisiin muille. Voidaan sanoa, että sivusto on erittäin tärkeä ja laadukas tiedonhakukanava finanssialan asioista kiinnostuneille. Sivustolla on tarjolla runsaasti tietoa, sivuston kaksitasoinen rakenne on suhteellisen yksinkertainen ja erityisesti ratkaisutietokantojen merkitystä korostettiin käyttäjien keskuudessa.

On kuitenkin syytä muistaa, että fine.fi sivustolla on kaksi pääasiallista käyttäjäryhmää, joilla on erilaiset tarpeet. Työssään sivustoa käyttävät finanssialan ammattilaiset neuvovat ja ohjeistavat asiakkaitaan sivuston tietojen avulla. Heillä on todennäköisesti ammattinsa puolesta jo ymmärrystä finanssialan tuotteiden erityispiirteistä, jonka vuoksi heidän on keskivertoa helpompaa etsiä sivustolta tietoa termien ollessa entuudestaan tuttuja. Työkseen sivustoa käyttävät olivat käyttäjäkyselyn mukaan korkeammin koulutettuja, joten sivuston luku- ja käyttötaidot ovat todennäköisesti keskivertokävijää paremmat.

Toinen jopa merkittävämpi käyttäjäryhmä ovat henkilöasiakkaat, joilla on usein suhteellisen vähän tietoa finanssialan tuotteista. He eivät ole alan asiantuntijoita ja he usein tarvitsevat kaikista eniten apua finanssialan ongelmatilanteissa. Sivustoa kehitettäessä tulee tiedostaa, että suuri osa käyttäjistä ei tiedä alasta välttämättä kovinkaan paljoa ja sivuston tulee palvella heidän tarpeitaan mahdollisimman kattavasti, jotta suorat yhteydenotot Vakuutus- ja rahoitusneuvontaan saadaan minimoitua. Sivuston kehityksessä ei voida olettaa käyttäjien olevan alan asiantuntijoita ja tietoa on tarjottava helposti omaksuttavassa muodossa. Sivuston kohderyhmävalintaa tulisi mahdollisesti terävöittää, jotta sivusto palvelisi kävijöitä oikealla tavalla.

5.1 Kehitysehdotukset

Isoimmat ongelmakohdat nykyisellä sivustolla käytettävyysskyselyn mukaan ovat tiedonhaussa, sivuston löydettävyydessä ja vanhanaikaisessa ulkoasussa. Käyttäjien mukaan sivustoa tulisi kehittää eritoten tiedonhaun, tiedonhaussa ohjaamisen ja sivuston navigoinnin suhteen. Sivuston ulkoasua olisi hyvä raikastaa ja nykyaikaistaa. Käyttäjät kaipasivat sivustolle entistä enemmän tietoa, ajankohtaista uutisointia, ruotsinkielistä sivustoa ja parempia yhteystietoja. Lisäksi ratkaisutietokantoja toivottiin kehitettävän.

Selvästi tärkein kehityskohde sivustolla on tiedonhaun kehittäminen. Sivustolle tulisi ensinnäkin rakentaa hakutoiminnallisuus, jonka avulla koko sivustolta voidaan hakea tietoa erilaisia hakusanoja (myös osittaisia sanoja) tai aihealueita käyttämällä.

Hakutoiminnallisuuden lisäksi tiedon järjestystä ja navigaatiota voidaan kehittää ottaen mallia vastaavilta sivustoilta, joissa navigaatio on usein sivun yläreunassa ja tieto on järjestetty aihealueittain, mikä helpottaa tiedon hakemista. Aihealueet voivat olla joko tuotteittain (esim. kotivakuutukset) tai elämäalueittain (esim. asuminen) jaettuna. Nykyisellä sivustolla kävijä joutuu ottamaan monia kertoja kantaa hakemaansa asiaan, mikä ei ole paras mahdollinen ratkaisu.

Sivuston etusivua ja sivupohjaa olisi myös hyvä päivittää. Sivupohjassa oleva logo ei tällä hetkellä toimi linkkinä sivuston etusivulle, mikä poikkeaa yleisestä käytännöstä ja asia tulisi korjata. Yhteystiedot ovat fine.fi –sivuston etusivulla tällä hetkellä merkittävässä roolissa ja vievät turhan paljon tarpeellista tilaa. Yhteystietoja voisi korostaa enemmän ylä- tai

alapalkissa ja tarkemmat tiedot olisi löydettävissä yhteystiedot –sivulta, kuten tälläkin hetkellä. Ensisijainen tarkoitus sivustolla on kuitenkin rohkaista käyttäjiä hakemaan itsenäisesti tietoa, jolloin yhteystietoja on turha korostaa liiaksi, vaikka ne ovatkin todennäköisesti yksi sivuston haetuimpia asioita. Yhteystiedot –sivua voi toki halutessa kehittää esimerkiksi kertomalla mitä eri ihmiset työkseen Vakuutus- ja rahoitusneuvonnassa tekevät. Näin Vakuutus- ja rahoitusneuvontaa tuotaisiin lähemmäs asiakkaita.

Käyttäjiä voitaisiin etusivulla ohjeistaa sivuston käyttämisessä (vrt. Kuluttajaneuvonta) niin, että heitä kehoitettaisiin ensisijaisesti hakemaan tietoa sivustolta oma-aloitteisesti, ottamaan yhteyttä palveluntarjoajaan ja vasta viimeiseksi ottamana yhteyttä Vakuutus- ja rahoitusneuvontaan. Yhteydenottolomaketta voitaisiin tarjota puhelinnumeron lisäksi jo etusivun ohjeistuksessa, vaikka yhteystietoja ei välttämättä tule korostaa turhan paljoa. Etusivulla oleva ajankohtaista –osio on yleisen käytännön mukainen, joskin Finen omien tiedotteiden lisäksi voitaisiin tarjota myös muita alalle liittyviä uutisia. Ajankohtaista -osion voisi ehkä jakaa useamman otsikon alle, jolloin tiedotteet, uutiset ja vertailut olisi helpompi erottaa toisistaan. Ajankohtaista –osioon voisi nostaa vielä nykyistä enemmän esimerkiksi eri vuodenaikoihin liittyviä julkaisuja, jolloin käyttäjien olisi helpompi löytää etsimäänsä tietoa.

Osa käyttäjistä saattaa hakea fine.fi –sivustolta perustietoa finanssialan tuotteista ilman, että heillä on varsinaisesti mitään tarkkoja kysymyksiä. Tällaista tietoa sivustolla on tarjolla paikoitellen melko vähän, sillä sivusto on ensisijaisesti tarkoitettu ongelmatilanteiden ratkaisuihin. Sivustolle voisi kunkin aihealueen alle lisätä osion, joka kertoisi eri tuotteista tai sivustolla voisi olla linkkejä muihin lähteisiin, joista käyttäjät voivat ammentaa haluamaansa tietoa alan tuotteista. Tällä voitaisiin lisätä myös niiden käyttäjien tyytyväisyyttä, jotka eivät ole alan asiantuntijoita.

Sivuston ulkoasua olisi hyvä raikastaa ja päivittää nykyaikaisemmaksi. Nykyinen siniharmaa värimaailma on suhteellisen asiallinen ja rauhallinen, mutta hieman vanhanaikainen. Sininen sävy ja tehosteena käytetty oranssi voisivat olla ehkä vähän vaaleampia ja sivustolla voitaisiin laajemminkin käyttää tehosteena värillisiä symboleita tai kuvia. Joka tapauksessa kuvien pitäisi olla vuodenajaltaan neutraaleja tai kuvien tulisi vaihtua eri vuodenaikojen mukaan. Etusivulla oleva kuva pihlajanmarjoista on turhan syksyinen ollakseen etusivulla vuodenajasta toiseen, vaikka kuva värimaailmallisesti sopiikin sivustolle hyvin. Eri elämäntilanteisiin tai

finanssialan tuotteisiin liittyvät kuvat sopisivat mielestäni sivustolle ja helpottaisivat tietojen silmäilyssä. Sivustolla käytetty fontti on suhteellisen samantyyppinen ja kokoinen kuin muillakin sivustoilla. Omasta mielestäni fontti voisi kuitenkin olla hieman kookkaampi, jotta iäkkäämmät asiakkaat pystyisivät käyttämään sivustoa paremmin.

Lautakuntien ratkaisutietokannat ovat yksi käyttäjien yleisimmin käyttämistä osa-alueista fine.fi –sivustolla. Toteutin ratkaisutietokannoista Haaga-Helian opiskelijoille erillisten ryhmätyön, josta olen kirjoittanut oman raportin. Ryhmätyön tuloksien perusteella ratkaisutietokannat olisi hyvä yhdistää yhdeksi tietokannaksi, josta voisi hakea ratkaisuja nykyisten hakutekijöiden lisäksi paremmin myös taivutetuilla sanoilla. Opiskelijat ehdottivat ratkaisujen kehittämistä ratkaisun sisäisen sisällysluettelon lisäyksellä (vrt. Finlex) ja tiivistelmän lisäämistä kunkin ratkaisujen alkuun ja hakutuloksiin. Lisäksi sivustolla olisi ryhmätyön tuloksien mukaan hyvä olla linkki takaisin fine.fi –sivustolle ja näkyvämpi linkki ratkaisutietokannan etusivulle. Opiskelijat antoivat vinkin, että fine.fi –sivuston usein kysyttyä –osioon voisi kunkin aihealueen yhteyteen lisätä linkkejä asiaan liittyviin ratkaisuihin ja toisaalta opiskelijat toivoisivat, että ratkaisutietokannoissa voisi olla esiteltynä paremmin eri skenaarioita. Skenaarioiden esittelemine ratkaisujen yhteydessä ei välttämättä ole mahdollista ottaen huomioon ratkaisujen luonteen, mutta ratkaisujen linkkien lisääminen muualle sivustoon on mielestäni hyvä oiva idea. Ryhmätyöstä saadut tulokset tukevat omia ajatuksiani ratkaisutietokantojen kehittämisestä ja parantaisivat tietokantojen käytettävyyttä. (Kuha, 2013.)

Fine.fi –sivustolla on tarjolla melko vähän tietoa ruotsiksi ja englanniksi. Suomi on kaksikielinen maa, jolloin suurin osa sivustolla tarjottavasta tiedosta tulisi tarjota vähintään ruotsiksi. Globalisaation myötä työvoiman liikkuvuus on kasvanut ja myös englanninkieliselle tiedolla voi varsinkin tulevaisuudessa olla tarvetta, joten sitä on syytä harkita. Tarkoitus on kuitenkin tarjota sivustolla mahdollisimman kattavasti tietoa, jotta käyttäjien ei tarvitse ottaa aina yhteyttä suoraan Vakuutus- ja rahoitusneuvontaan.

Teknisesti sivuston kehityksessä olisi hyvä huomioida eri päätelaitteet ja kehittää sivua niin, että sivuston koko huomioi käytetyn selaimen koon paremmin. Mobiikäyttö on nykypäivää ja sivustojen tulisi mukautua myös eri kännyköiden näytölle sopivaksi.

Fine.fi sivustoa kehitettäessä tulisi testata sivustoa kattavammin testiryhmällä, jonka toimintaa seurattaisiin ja raportoitaisiin. Näin pystytään suunnittelemaan sivustolle parempaa käyttäjien ohjausta ja löydetään sivustolla olevat ongelmakohdat. Myös työssä käytetty lähdekirjallisuus (Krug, 2006) tuki käyttäjäryhmätestauksen toteuttamista vähintään viiden hengen ryhmällä, joka on koottu sivuston tyypillisistä käyttäjistä.

5.2 Luotettavuuspohdinta

Käytettävyys on osittain kunkin käyttäjän omiin kokemuksiin perustuva mielipide. fine.fi –sivustolla toteutetussa käytettävyystutkimuksessa paneuduttiin siis ennemminkin käyttäjien kokemuksiin sivustosta kuin varsinaisiin matemaattisesti todistettuihin faktoihin ja lukuihin. Saaduista tuloksista voidaan vetää johtopäätöksiä sivuston käytettävyydestä ja näiden johtopäätöksien perusteella sivustoa voidaan kehittää käytettävämmäksi.

Käytettävyyskyselyyn vastasi 109 henkilöä, mikä on kohtuullinen määrä vastauksia. Vastauksia on yli 100, jolloin kyselyn tuloksissa voidaan puhua prosenteista, koska jokaista prosenttia kohden on vähintään yksi vastaaja. Vastausten jakaumia voidaan pitää suhteellisen luotettavana kuvauksena vastaajien mielipiteistä.

Kyselyn alkuajan sivustolla oli linkki kyselyyn, mutta kyselystä ei auennut erillistä selainikkunaa sivuston kävijöille. Tällöin vastauksia tuli melko vähän (n. 10 viikossa), mutta tällöin kyselyyn vastanneet todennäköisesti oma-aloitteisesti halusivat vastata kyselyyn ja olivat motivoituneita. Erikseen aukeavan selainikkunan lisäämisen jälkeen vastauksia alkoi tulla huomattavasti enemmän (useita kymmeniä viikossa), mutta joukossa voi olla vastaajia, jotka halusivat lähinnä päästä kyselystä eroon vastaamalla nopeasti.

Kyselyyn vastaamiseen motivoi leffalippuarvonta, jota mainostettiin fine.fi –sivuston vasemmassa palkissa. Arvonta lisää todennäköisesti vastausten määrää, mutta voi joltain osin vähentää relevanttien vastausten osuutta, sillä jotkut saattavat vastata nopeasti osallistuakseen arvontaan. Toisaalta leffalippuarvonta ei ole niin arvokas päämäärä, että uskoisin sen vaikuttaneen merkittävästi kyselyn vastauksiin. Sen sijaan arvontakohde on mahdollisesti voinut lisätä suhteessa jonkin verran nuorempien osallistujien määrää, sillä elokuvissa käyminen on yleisempää nuoremmilla.

Kyselyn kysymyksiä suunniteltiin ennen kyselyn julkaisua huolella ja kommentteja kysymyksiin haettiin niin toimeksiantajalta kuin Haaga-Helian opinnäytetyön ohjaajalta. Suunnittelusta huolimatta on aina mahdollista, että jotkut vastaajista ovat ymmärtäneet jotkin kysymykset toisella tavalla kuin on tarkoitettu. Tällaista on melko vaikea todentaa tuloksia tutkimalla, jos vastauksista ei selkeästi ole havaittavissa yleisestä tiedosta poikkeavaa linjaa. Fine.fi –sivustolla toteutetun kyselyn vastauksissa oli jonkin verran ristiriitaa sivuston tiedon hakemisen suhteen, sillä joissakin vastauksissa tiedonhaku koettiin hankalaksi ja joissakin vastauksissa tiedonhaku koettiin helpoksi. Ristiriitaa selittänee kuitenkin se, että osa käyttäjistä tuntee finanssialaa paremmin kuin toiset, jolloin tiedon etsiminen ja sivuston käyttäminen on helpompaa. Fine.fi sivusto on nykyisellään enemmän asiantuntijasivusto, jolloin odotetaan, että käyttäjillä olisi jo perustiedot pankki- sijoitus- ja vakuutusalan tuotteista. Kyselyn vastauksia analysoitaessa on siis hyvä tiedostaa, että osa käyttäjistä on saattanut hakea sellaista perustietoa alan tuotteista, jota sivulla ei ole tarjolla. Myös kysymyksenasettelu on voinut vaikuttaa poikkeaviin tuloksiin.

Fine.fi –sivustolla toteutetussa käytettävyysselvityksessä vältettiin kysymyksiä, joissa vastaaja voi valita useamman kuin yhden vaihtoehdon. Tämä johtuu siitä, että tuloksia analysoitaessa monivalintakysymyksistä ei voida saada kovin luotettavia tuloksia, koska ei voida tietää, mikä olisi käyttäjän ensisijainen valinta. Se, ettei kyselyssä ollut enempää monivalintakysymyksiä on voinut johtaa siihen, että joitakin käyttäjien ajatuksia on jäänyt kuulematta, kun käyttäjät olisivat halunneet valita useamman eri vaihtoehdon. Kokonaisuuden kannalta on kuitenkin olennaisempaa saada tietoa vastaajien ensisijaisista valinnoista.

Kysymys 10 oli ainoa kyselyn kysymys, jossa vastaaja pystyi valitsemaan maksimissaan kolme vaihtoehtoa. Kyseisessä kysymyksessä haettiin kehitysehdotuksia sivustolle, jolloin tavoiteltiin yleistä kuvaa tärkeimmistä kehityskohteista. Kysymyksen 10 kohdalla on tiedostettava, etteivät vastaajat välttämättä kehittäisi ensisijaisesti eniten valintoja saanutta asiaa, vaan kyseinen asia on ollut monilla vastaajilla kolmen tärkeimmän kehitettävän asian joukossa.

Toteutettu kysely suunniteltiin suhteellisen tiiviissä aikataulussa, jolloin lähdekirjallisuuden ennalta tutkimiseen ja kyselyn muotoiluun jäi melko vähän aikaa. Kyselyä olisi voinut mahdollisesti ajan kanssa saada vielä napakammaksi ja asiaan kohdistetummaksi. Kaiken

kaikkiaan kuitenkin koen, että kysely on hyvin suunniteltu ja vastaa tutkimuksen tavoitetta. Vastaukset ovat suhteellisen hyvin linjassa odotuksieni kanssa, eikä merkittäviä ristiriitoja vastauksissa ilmennyt.

Lähteet

Fine 2013a. FINE –organisaatio. Internet-sivu. Luettavissa:

http://www.fine.fi/?menu6_pos=FINE-organisaatio&item=183. Luettu: 5.8.2013.

Fine 2013b. Finanssiosaaminen. Internet-sivu. Luettavissa:

[http://www.fine.fi/index.php?menu0_pos=Toimiston %20palvelut- %BB %A0Finanssiosaaminen&item=192](http://www.fine.fi/index.php?menu0_pos=Toimiston%20palvelut-%BB%A0Finanssiosaaminen&item=192). Luettu 5.8.2013.

Fine 2013c. Toimiston palvelut Internet-sivu. Luettavissa:

[http://www.fine.fi/index.php?menu0_pos=Toimiston %20palvelut&item=190](http://www.fine.fi/index.php?menu0_pos=Toimiston%20palvelut&item=190). Luettu 5.8.2013.

Hirsjärvi, S., Remes, P. & Sajavaara, P. 2009. Tutki ja kirjoita. 15. uudistettu painos. Tammi. Helsinki.

Jokela T, Iivari N & Tomberg V, 2004. Using the ISO 9241-11 Definition of Usability in Requirements Determination: Case Studies. Artikkele. Luettavissa: [http://www.hitech-projects.com/euprojects/nomadic-media/public/Results %20and %20publications/papers/using_the_iso924111_definition_sept2004.pdf](http://www.hitech-projects.com/euprojects/nomadic-media/public/Results%20and%20publications/papers/using_the_iso924111_definition_sept2004.pdf). Luettu: 7.8.2013.

Juhta (Julkisen hallinnon tietohallinnon neuvottelukunta) 2012. Julkishallinnon verkkopalvelun suunnittelun ja toteuttamisen periaatteet. Dokumentti: Luettavissa: <http://www.jhs-suositukset.fi/suomi/jhs129>. Luettu 9.8.2013.

Kilpailu- ja kuluttajavirasto 2013. Internetsivusto. Luettavissa: <http://www.kkv.fi>. Luettu 12.8.2013.

Konsumenternas 2013. Vägledning om bank och försäkring. Internetsivusto. Luettavissa: <http://www.bankforsakring.konsumenternas.se>. Luettu 12.8.2013.

Konsumentverket 2013. Medvetna och säkra konsumenter. Internetsivusto. Luettavissa: <http://www.konsumentverket.se>. Luettu 12.8.2013.

Krug S, 2006. Don't make me think: A Common Sense Approach to Web Usability, Second Edition. New Riders. Berkeley, CA.

Kuha M, 2013. Vakuutus- ja rahoitusneuvonta FINE – Raportti ratkaisutietokantojen kehittäminen -ryhmätyöstä. Raportti. Saatavissa pyydettäessä.

Neutech 2012. Raportit fine.fi –sivuston käyttäjistä kuukausittain vuoden 2012 ajalta. Tulostettu palveluntarjoajan tuottamasta raportointipalvelusta. Raportti. Luettu: 7.8.2013.

Nielsen J, 2012. Usability 101: Introduction to Usability. Artikkel. Luettavissa: <http://www.nngroup.com/articles/usability-101-introduction-to-usability/>. Luettu: 7.8.2013.

Nielsen J, 1995. 10 Usability Heuristics for User Interface Design. Artikkel. Luettavissa: <http://www.nngroup.com/articles/ten-usability-heuristics/>. Luettu: 7.8.2013.

Saaranen P, 2012. Määrällinen tutkimusprosessi, tutkimuksen pää- ja alaongelmat, kyselylomakkeen laatiminen ja peittomatriisi. Markkinointiviestinnän suunnittelu -kurssin (COM3LH001-10) materiaali. Moodle. Ohje. Luettu: 26.2.2013.

Taanila A, 2013. IBM SPSS Statistics 21. Ohje. Luettavissa: <http://my.haaga-helia.fi/~taaak/k/spss19.pdf>. Luettu: 15.5.2013.

Valtiovarainministeriö 2012. Verkkopalvelujen laatukriteeristö – Väline julkisten verkkopalvelujen kehittämiseen ja arviointiin. Juvenes Print. Tampere. Dokumentti. Luettavissa: http://www.vm.fi/vm/fi/04_julkaisut_ja_asiakirjat/01_julkaisut/076_ict/20120202Kriteeristo/verkkokriteerist.pdf. Luettu: 9.8.2013.

Liitteet

Liite 1. Käytettävyyskyselyn kysymykset

Vakuutus- ja rahoitusneuvonta FINE

Fine.fi –käytettävyystudkimus

Tervetuloa osallistumaan kyselyyn ja arvontaan!

Olemme kehittämässä Fine.fi -sivustoa ja haluaisimme kuulla mielipiteesi nykyisestä sivustostamme. Vastaamalla kyselyyn voit auttaa meitä kehittämään sivustosta paremmin asiakkaiden toiveita ja tarpeita vastaavan. Kyselyyn vastaaminen kestää vain muutaman minuutin.

Yhteystietonsa jättäneiden kesken arvotaan kolme Fininkin viiden lipun sarjalippupakettia. Yhteystietojen luovuttaminen ei ole pakollista, eikä luovutettuja yhteystietoja yhdistetä annettuihin vastauksiin.

Kysely on osa Haaga-Helia ammattikorkeakoulussa suoritettavaa opinnäytetyötä.

Ystävällisin terveisin,
Vakuutus- ja rahoitusneuvonta FINE

Vierailusi Fine.fi -sivustolla

1. Kuinka usein olet vierailut Fine.fi -sivustolla viimeisen vuoden aikana? *

2. Miten päädyit sivustolle tällä kerralla? *

Valitse sopivin vaihtoehto

- hakukoneen (esim. Google) avulla
- pankin tai vakuutusyhtiön virkailijan ohjaamana
- median (esim. lehtiartikkeli, uutiset) avulla
- kuulin sivustosta tuttavalta
- sosiaalisen median (esim. Facebook) kautta
- jollain muulla sivustolla olleen linkin kautta
- tunnen sivuston entuudestaan
- muulla tavoin, miten

3. Missä roolissa vieraillet sivustolla tällä kerralla? *

Valitse sopivin vaihtoehto

- yksityishenkilönä
- työasioissa
- muussa roolissa, missä

4. Mistä asiasta tulit tällä kerralla pääasiassa etsimään tietoa? *

Valitse sopivin vaihtoehto

- vakuutusasiat
- pankkiasiat
- arvopaperiasiat
- tietoa FINEstä
- julkaisut, oppaat, vertailut
- lautakuntien ratkaisutietokannat

- tiedotteet
 usein kysyttyä (kysymys/vastaus -palsta)
 muusta, mistä

5. Liittyykö nyt etsimäsi asia johonkin seuraavista vaihtoehdoista? *

Valitse sopivin vaihtoehto

- tuotteen tai palvelun ostaminen
 tuotteen tai palvelun irtisanominen
 tuotteen tai palvelun ehtojen muuttaminen
 korvauksen hakeminen tai vakuutusyhtiön korvauspäätös
 epäselvyys veloituksissa tai laskutuksessa
 epäselvyys tuotoissa
 asia ei liity mihinkään edellisistä

6. Vastaa seuraaviin tämänkertaista käyntiäsi koskeviin väittämiin *

Valitse sopivin vaihtoehto

	täysin samaa mieltä	jokseenkin samaa mieltä	jokseenkin eri mieltä	täysin eri mieltä
Löysin etsimäni tiedon helposti.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Koen sivustolta löytämäni tiedot hyödyllisiksi.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Suosittelisin sivua käyntini perusteella tuttavilleni.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Mielipiteesi nykyisestä sivustosta

7. Vastaa seuraaviin Fine.fi -sivuston sisältöä ja sisällönhakua koskeviin väittämiin *

Valitse sopivin vaihtoehto

	täysin samaa mieltä	jokseenkin samaa mieltä	jokseenkin eri mieltä	täysin eri mieltä
Sivusto on hyödyllinen.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Sivustolta on helppo etsiä tietoa.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Sivusto ohjaa minua tiedonhaussa.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Sivustolla on tarjolla tarpeeksi tietoa.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Sivustolla on ajantasaista tietoa.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Sivustolla on laadukasta tietoa.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Sivuston tiedot ovat helposti ymmärrettäviä.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

8. Vastaa seuraaviin Fine.fi -sivuston ulkoasua ja käytettävyyttä koskeviin väittämiin *

Valitse sopivin vaihtoehto

	täysin samaa mieltä	jokseenkin samaa mieltä	jokseenkin eri mieltä	täysin eri mieltä
Sivuston ulkoasu on miellyttävä.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Sivustolla liikkuminen on vaivatonta.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Sivusto on rakenteeltaan selkeä.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Sivustolla käytetty kieli on ymmärrettävää.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Sivusto on helppo löytää.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Sivustolla käytetty fontti on helposti luettavaa.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Sivusto on nvkvaikainen.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Odotuksesi sivustolle

9. Miten tärkeää sinulle on löytää Fine.fi sivustolta tietoa seuraavista asioista *

Valitse sopivin vaihtoehto

	erittäin tärkeää	tärkeää	ei kovin tärkeää	ei merkitystä minulle
vakuutusasiat	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
pankkiasiat	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
arvopaperiasiat	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
tietoa FINEstä	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
julkaisut, oppaat, vertailut	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
lautakuntien ratkaisutietokannat	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
tiedotteet	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
usein kysyttyä (kysymys/vastaus -palsta)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

10. Mitä seuraavista asioista tulisi mielestäsi erityisesti kehittää? *

Valitse maksimissaan kolme tärkeintä

- sivuston ulkoasu
- sivustolla navigointi
- hakutoiminnallisuuden lisääminen
- tiedon määrän lisääminen
- tiedon määrän vähentäminen
- ratkaisutietokantojen käytettävyys
- usein kysyttyjen kysymyksien parempi esilletuonti
- pankki- ja vakuutusalan ajankohtaisen uutisoinnin lisääminen
- ohjaaminen muille pankki- ja vakuutusalan sivustoille
- Finen tarjoamien palvelujen näkyvyys
- Muuta, mitä

11. Minkä kouluarvosanan antaisit sivustolle asteikolla 4-10? *

Valitse sopivin vaihtoehto

valitse ▾

12. Palautetta Fine.fi -sivustosta ja kehitysehdotuksia

Kertoisitko lopuksi vähän itsestäsi?

13. Sukupuoli *

mies nainen

14. Syntymävuosi *

Kirjoita muodossa VVVV. Esim. 1970



4 merkkiä jäljellä

15. Ylin koulutustaso *

Valitse korkein suoritettu vaihtoehto

16. Ammatti/asema *

17. Asuinpaikka *

Arvontaan osallistuminen

18. Haluatko osallistua arvontaan?

Kyllä En

19. Jos haluat osallistua kilpailuun, täytä yhteystietosi alle. Näitä tietoja käytetään ainoastaan palkintojen välittämiseen.

Etu- ja Sukunimi

Matkapuhelin

Sähköposti

Lopuksi voit klikata Lähetä -nappia. Kiitoksia vastauksistasi.

0% valmiina

Liite 2. Käytettävyysskyselyyn saadut vapaat kommentit

1. Lisää tietoa esim. remonteista
2. Så dåligt med information på svenska. Skulle gärna vilja kunna hänvisa svenskspråkiga dit men det kan man ju inte
3. usein kysyttyä (kysymys/vastaus –palsta) lataaminen kestää liian kauan
4. Vierailin sivuillanne ensimmäistä kertaa kun etsin tietoa opinnäytetyöhöni. Olin todella positiivisesti yllättynyt laadukkaasta sisällöstä ja sivuston ulkonäöstä. Liikkuminen oli jouheva ja helppoa. Etsin tietoa pankkien oikeudesta korottaa asuntolainan marginaalia luoton muutoksen yhteydessä.
5. Eri toimijoiden vastuualueiden erot. vaatii hyvää finanssialan tietoa ja ymmärrystä, jotta näiltä sivuilta saa mitään selvää. Ymmärrän toki että on kyse monimutkaisista asioista.
6. Sivustolla oleva tieto on arvokasta ja ainutlaatuista, mutta sivujen käytettävyys ei todellakaan ole paras mahdollinen.
7. Uudet lautakuntaratkaisut tulisi jotenkin tuoda paremmin esille, jotta kävijä huomaisi paremmin aina kun jotain uutta sivuille on päivitetty.
8. Olisi erittäin hienoa, jos ratkaisutietokantaan saataisiin useampia ratkaisuja samoista riitakysymyksistä.
9. Vakuutuslautakunnan mahdolliset linjamuutokset eivät avaudu julkaistusta ratkaisumäärästä
10. :))
11. Ihan hieno sivusto, sopii erinomaisesti lakitiedon kurssin opetukseen.
12. Erillinen media-osio olisi toimittajan mielestä kätevä(yhteystiedot, tiedotteet yms.)
13. En osaa sanoa mitään, olen sivustolla ensimmäistä kertaa.
14. Hiukan hankalaa kun ensimmäistä kertaa sivustolla mut näyttää toimivan...
15. Kyselyn kysymys 8 osui huonosti käyntiini, koska en ollut vielä ehtinyt etsiä kaipaamaani tietoa, kun kysely jo tuli eteen. Näin ollen en voi sanoa löytäneeni etsimäni tiedon.
16. Finen sivut ovat vanhanaikaisen oloiset ja tiedot voisi löytyä helpommin. Finen sivuilla voisi selkeämmin olla kerrottuna, mitä kaikkea Fine tekee ja mielestäni pitäisi olla mahdollisuus lähettää sähköpostina hakemusasioita. Fine sekoitetaan usein Finanssivalvontaan, joten tämä asia voisi olla selkeästi kerrottuna sivuilla.

17. Yhteystietosivu tarkemmaksi. Yhteydenotot, sähköpostiosoite ja puhelinnumerot, jonne voi ohjata asiakasta ottamaan yhteyttä.
18. Erittäin ärsyttävää joutua kaiken kiireellä vastaamaan kyselyyn, kun näyttäisi, ettei muuten pääse eteenpäin
19. Vakuutuslautakunnan ratkaisutietokantaan toivoisin myös ennen 2000 lukua tulleiden ratkaisujen saatavuutta.
20. Yhteydenottolomakkeen yhteydessä voisi tuoda selvemmin esiin sen, että on kyse siitä valtuutuslomakkeesta, johon mediassa on viitattu.
http://yle.fi/uutiset/maksuhairioinen_jaa_ilman_kotivakuutusta/6165619 eikä paljon auttanut tavallista käyttäjää
21. kyselykin pakollisine vastauksineen tekee, sen, että ette saa relevantteja vastauksia