

Heikki Mäkelä

DIGIOSAAMISEN KEHITTÄMINEN JA PALVELUN TUOTTEISTAMINEN

Opinnäytetyö

Tradenomi (AMK)

Liiketalouden koulutus

2023



**Kaakkois-Suomen
ammattikorkeakoulu**

Tutkintonimike	Tradenomi (AMK)
Tekijä/Tekijät	Heikki Mäkelä
Työn nimi	Digiosaamisen kehittäminen ja palvelun tuotteistaminen
Toimeksiantaja	Latomäen sähköliike ky
Vuosi	2023
Sivut	53 sivua, liitteitä 11 sivua
Työn ohjaaja(t)	Marjaana Roponen

TIIVISTELMÄ

Tämän opinnäytetyön aiheena oli ikäihmisten digiosaaminen ja sen kehittäminen. Digitalisoituvassa yhteiskunnassa digitaalisesti vähäosaisemmat alkavat olla tiukoilla, kun kaikkien asioiden hoitaminen alkaa siirtyä verkkoon. Toimeksiantaja Latomäen sähköliike ky on Lapualla toimiva kodintekniikkaan sekä sähköurakointiin erikoistunut toimija, joka halusi selvittää millä tasolla heidän asiakkaiden tarkemmin rajattuna yli 60-vuotiaiden ikäihmisten digiosaaminen on ja voiko yritytys auttaa asiakkaita paremmin asian tiimoilta.

Opinnäytetyössä asiaa tutkittiin tutkimuskysymyksien kautta: Minkälaisille asiantuntijapalveluille on eniten kysyntää ja minkälaisien digitaalisten palveluiden kanssa asiakkaat kokevat tarvitsevansa eniten osaamiseen kehittämistä? Miten tuotteistetaan digitaalinen asiantuntijapalvelu asiakaslähtöisesti? Kuinka huomioidaan ikäihmiset koulutuksen suunnitteluvaiheessa? Näillä kysymyksillä asiakkailta haettiin tietoa aiheista.

Työn teoreettinen viitekehys koostuu kahdesta luvusta. Digiosaamisen kehittämisen ja elinikäisen oppisen luku 2, jossa käytiin läpi tarkemmin digitalisaatiota, osaamisen nykypäivän vaatimuksia, osaamisen kehittämistä, elinikäistä oppimista, erilaisia oppimistyyplejä sekä digitaalisten työkalujen opastusta. Kun taas luku 3 sisältää palvelun tuotteistamisen, tuotteistamisen käsitteen, palvelun määrittelyn ja vakioimisen sekä palvelun konkretisoinnin.

Tutkimus toteutettiin tapaustutkimuksena, jonka tukena käytettiin niin määrällistä kuin laadullista tutkimustapaa. Määrällisenä tutkimustapana toimi yrityksen asiakkaille suunnattu verkkokysely, johon vastauksia haettiin yli 60-vuotiailta asiakkailta heidän digiosaamisensa tasosta. Laadullinen tutkimus toteutettiin teemahaastatteluina asiakkaille, jotka olivat käyttäneet tuotteistettua palvelua.

Opinnäytetyön perusteella voidaan todeta asiakkaiden kaipaavan opastusta hyvin arkisten asioiden ympärillä. Tutkimuksissa asiakkaat kokivat käytön monimutkaisuuden olevan yleinen ongelman aiheuttaja. Yleisesti opastuksen toivottiin tapahtuvan yksilöllisesti, omaa tahtia edeten myymälän tiloissa. Digilukutaito koettiin myös tärkeäksi opiskeltavaksi aiheeksi. Vastausten pohjalta pystyttiin tuotteistamaan valmis asiantuntijapalvelu Latomäen sähköliikkeelle, ja näin laajentamaan yrityksen palvelutarjontaa.

Asiasanat: ikäihmiset, digitalisaatio, tuotteistus, elinikäinen oppiminen.

Degree title	Bachelor of Business Administration
Author (authors)	Heikki Mäkelä
Thesis title	Development of digitalization and productization of the services
Commissioned by	Latomäen Sähköliike ky, the Electronics Store of Latomäki Limited Partnership, the City of Lapua, Finland
Time	2023
Pages	53 pages, 11 pages of appendices
Supervisor	Marjaana Roponen

ABSTRACT

The topic of this thesis was to examine the digital competence of the persons 60 years and over and its development. In a digitalizing society as the management of affairs has shifted to the web, digital equity and inclusion require attention. The commissioner Latomäki Limited Partnership is an operator specializing in home technology and electrical contracting in the City of Lapua, Finland. The company wanted to find out at what level the digital competence of their over 60-year-old customers is, and whether the company can better help customers with the matter.

In the thesis, the topic was studied through the following research questions: What kind of expert services are most in demand and what kind of digital services do customers require the most competence development with? How to productize a digital expert service in a customer-oriented manner? How are older people taken into account in the planning phase of the service? These questions were used to collect data from customers.

The theoretical framework of the work consists of two chapters. Chapter 2 on the development of digitalization and lifelong learning: the requirements of today's skills, competence development, different learning styles, and the guidance of digital tools. Whereas Chapter 3 includes the service productization, the concept of productization, the definition and standardization of the service, as well as the concretization of the service.

The study was conducted as a case study supported by both quantitative and qualitative research methods. A quantitative research method was an online survey aimed at the company's customers, for which answers were sought from customers over 60 years of age about their level of digital competence. Qualitative research was conducted as theme interviews with customers who had used the productized service.

The study showed that customers need guidance around very everyday things. The complexity of use was the biggest problem. In general, the customers hoped that the future guidance would take place individually in the store premises. Digital literacy was also regarded as an important subject to study. Based on the answers, the company was able to productize a ready-made expert service for the customers of the electronics store, and thus expand the company's business services.

Keywords: older adults, digitalization, productization, lifelong learning

SISÄLLYS

1	JOHDANTO	6
2	DIGIOSAAMISEN KEHITTÄMINEN JA ELINIKÄINEN OPPIMINEN	7
2.1	Digitalisaatio	8
2.2	Osaamisen taso ja nykypäivän vaatimukset	9
2.3	Osaamisen kehittäminen & Osaamistarpeiden tunnistaminen	11
2.4	Elinikäinen oppiminen.....	13
2.5	Oppimistyyliä ja opastuksen suunnittelu	14
2.6	Digitaaliset työkalut opastuksen aiheena	17
3	PALVELUN TUOTTEISTAMINEN	20
3.1	Tuotteistamisen käsite, tavoitteet ja hyödyt	21
3.2	Palvelun määrittely ja vakioiminen.....	22
3.3	Palvelun konkretisointi.....	26
4	LATOMÄEN SÄHKÖLIKE KY	27
5	TUTKIMUSMENETELMÄT JA TUTKIMUSAINEISTO	29
5.1	Lähestymistapana tapaustutkimus.....	29
5.2	Määrällinen tutkimus, kysely, toteutus ja analysointi	30
5.3	Laadullinen tutkimus ja haastattelu.....	33
5.4	Haastattelun toteutus.....	37
5.5	Haastatteluaineiston analysointi	38
6	TULOKSET	39
6.1	Verkkokyselylomakkeen tulokset.....	40
6.2	Haastattelujen tulokset	45
7	TUOTTEISTETTU PALVELU	49
8	JOHTOPÄÄTÖKSET, KEHITTÄMISEHDOTUKSET JA LUOTETTAVUUDEN ARVIOINTI	52
9	LOPUKSI.....	60
	LÄHTEET	62

LIITTEET

Liite 1. Kyselyn saate

Liite 2. Kyselylomake

Liite 3. Tietosuojailmoitus

Liite 4. Teemahaastattelu

1 JOHDANTO

Tämän opinnäytetyön aiheena on ikääntyvien digiosaaminen ja osaamisen kehittäminen. Toimeksiantajana toimii Latomäen sähköliike Ky. Yritys on toiminut Lapualla vuodesta 1946 ja on tällä hetkellä paikkakunnan ainut palveluntarjoaja kodintekniikan alalla. Yritys on myös samalla nimensä veroisesti sähkötöitä ja urakointia tuottava yritys. Aihe on hyvin ajankohtainen, koska digitaalisuus lisääntyy kovaa vauhtia vuosi vuodelta kaikessa asiointissa, eikä apua asiointiin tahdo olla saatavilla tarpeeksi. Aihe valikoitui, koska tähän aiheeseen törmää työpaikalla päivittäin. Ihmisillä on tunnukset hukassa ja he ovat ongelmissa vahvan tunnistautumisen kanssa tai yleisesti tietoteknisten laitteiden kanssa. Suurien ikäluokkien vanheneminen on megatrendi ja väistämätön suunta, työtä tulee siis tehdä tämän ikäluokan opastamiseksi ja auttamiseksi, ettei ongelma pääse paisumaan liikaa.

Tarkoituksena on selvittää kyselyn sekä teorian pohjalta nykyisten asiakkaiden digitaalista osaamista, palveluiden digitalisaatiota sekä sen tuomia digitaalisen vaatimuksia. Lisäksi teorian pohjalta tutkitaan sitä, mitä erityisvaatimuksia ikäihmisten opastuksessa tulee ottaa huomioon, jotta asiakas saa opastuksesta mahdollisimman paljon oppeja kotiin vietäväksi ja harjoiteltavaksi. Tarkoituksena on myös kehittää asiakaslähtöisesti kohderyhmälle soveltuva palvelu ja tuotteistaa se.

Tutkimusongelmia työssä ovat seuraavat: Minkälaisille asiantuntijapalveluille on eniten kysyntää ja minkälaiden digitaalisten palveluiden kanssa asiakkaat kokevat tarvitsevänsä eniten osaamiseen kehittämistä? Miten tuotteistetaan digitaalinen asiantuntijapalvelu asiakaslähtöisesti? Kuinka huomioidaan ikäihmistet koulutuksen suunnitteluvaiheessa?

Työn lopputuloksena syntyy asiakkaille aidosti hyödyllinen digitaalisten palveluiden asiantuntijapalvelu. Palvelun kohderyhmäksi rajataan yli 60-vuotiaat yrityksen nykyasiakkaat. Palvelun lopullinen olemus muotoutuu työn lopputuloksena kyselyiden pohjalta.

Aihe on rajattu koskettamaan yrityksen nykyistä asiakaspohjaa, joka on jo siinä hyvin runsas koskien 60 vuotta täyttäneitä asiakkaita. Kun palvelu saadaan käyttöön ja kunnolla pyörimään, voidaan myöhemmin harkita myös palvelun mainostamista laajemmin. Osaamisen tunnistaminen ja sen jalostaminen paremmaksi osaamiseksi on yksi tämän työn tärkeitä aiheita.

Työn pääasiallisena lähestymistapana toimii tapaustutkimus. Tutkimustavaksi valikoitui tapaustutkimus, koska tarkoituksena on tutkia rajattua aihetta, tässä tapauksessa ikäihmisten digiosaamista ja sen kehittämisen mahdollisuuksia yrityksen näkökulmasta. Tutkimuksessa käytetään määrällistä aineistonkeruuta, koska se on tässä tapauksessa kattavin ja nopein tapa saada aineistoa ihmisten tottumuksista. Aineisto kerätään verkkokyselyn muodossa asiakkailta myymälässä. Verkkokysely tuotetaan tableteilla myymälässä, ja myymälän henkilökunta auttaa asiakkaita kyselyn täyttämässä ja opastaa tarpeen mukaan. Saatujen tuloksien perusteella kehitetään ja luodaan uusi asiantuntijapalvelu digiosaamisen kehittämisen avuksi, ja lisäksi lopullista tuotteistettua palvelua käyttäneitä asiakkaita haastatellaan rajatuilla kysymyksillä käytetystä palvelusta. Näillä menetelmillä kerättiin kattavasti vastauksia asiakkaiden tottumuksista, osaamistasosta sekä kiinnostuksesta erilaisiin palveluihin ja niiden ostamiseen. Haastatteluilla, jotka pidettiin vasta palvelun käyttämisen jälkeen, saadaan täydennettyä kokonaiskuvaa tuotteistamisen onnistumisesta, sekä siitä tarvitseeko palveluun tehdä vielä hienosäätöä. Työssä keskeisiä teorian aiheita ovat osaamisen kehittäminen, digitalisaatio, ikäihmisten oppiminen sekä tuotteistaminen.

2 DIGIOSAAMISEN KEHITTÄMINEN JA ELINIKÄINEN OPPIMINEN

Suomessa eletään tällä hetkellä megatrendiä, joka on väestön ikääntyminen. Suuret ikäluokat ikääntyvät, mikä tarkoittaa sitä, että meillä on ennätysmäärä ikäihmisiä ja samaan aikaan väestön kasvu on hidastunut. Iäkkäiden korkea määrä tulisi myös huomioida yhteiskunnallisesti. Nämä suuret ikäluokat eivät välttämättä ole koskaan käyttäneet digilaitteita tai niiden käyttö on ollut vähäistä. Näin ollen palvelujen tuottajien olisi mahdollistettava palvelujen saatavuus myös iäkkäimmille kansalaisille, joiden digitaidot eivät välttämättä kohtaa tämän päivän vaatimuksia. Iäkkäiden asiakkaiden sekä sellaisten asiakkaiden osalta, jotka eivät osaa käyttää digipalveluita, palveluiden saatavuus on otettu

huomioon muun muassa pankissa (konttoripalvelut), sosiaali- ja terveystalve-
luissa (puhelin yhteys) Suurien ikäluokkien vanheneminen on megatrendi ja
väistämätöntä (Dufva 2020, 25).

Digitalisaation merkitys nyky-yhteiskunnassa on suuri ja alati kasvava ihmis-
ten elämässä. Käsite on hyvin laaja, ja koskettaa hyvin monella eri elämän
osa-alueella ihmisten elämää, kuten esimerkiksi pankkipalvelut, terveystalve-
lut, sosiaalipalvelut ja muut välttämättömät palvelut ovat siirtyneet pääasiassa
digitaaliseksi. Digitalisaatio kuvastaa yhteiskunnallista muutosprosessia.
Tämä tarkoittaa sitä, että esimerkiksi palvelut, jotka ovat ennen olleet paperilli-
sia ovat muuttuneet sähköisiksi. (Korjonen-Kuusipuro ym. 2022, 7–8.)

2.1 Digitalisaatio

Mitä siis digitalisaatio oikeastaan tarkoittaa? Yksinkertaisuudessaan perintei-
sen paperille tehdyn työn muuttamista digitaaliseen muotoon bitteinä, ja siitä
selkeästi luettavaan muotoon. Digitalisaatio on laajempi kuin vain yksittäisen
toiminnan vieminen digimuotoon, kyseessä on kokonaisvaltainen alan muutos,
liiketoiminnan uusi haara. Näin suurta muutosta maailmassa ei olla nähty sit-
ten teollisen vallankumouksen. Digitalisaation murros koskettaa jo kaikkia kan-
salaisia. Ennen verot täytettiin paperisena, nyt kaikki suositellaan hoidettavan
verkossa. Digitalisaatiossa on hyviä puolia, kuten se, että säästetään kopi-
ointi- ja painokuluissa, verkossa toimiminen on nopeampaa ja sen on paik-
kaan sitomatonta. Nämä hyvät puolet kuitenkin nousevat esiin vain sellaisten
ihmisten kohdalla, joilla on mahdollisuuksia ja taitoa käyttää digipalveluita.
(Hämäläinen ym. 2016, 2.)

Euroopan komissio on määritellyt digitaalisen osaamisen yhdeksi tärkeäksi
taidoksi digitalisoituneessa yhteiskunnassa ja sen osana osallisena olemi-
nessa. Euroopan tasolla on siis määritelty suoraan, että digitaalinen osaami-
nen on äärimmäisen tärkeää, jos aikoo käyttää esimerkiksi terveystalve-
luita. (Korjonen-Kuusipuro ym. 2022, 101.)

Elinikäinen oppiminen digiosaamiseen on haaste ikäihmisillä, koska digilaitteet
eivät ole olleet käytössä koko heidän elinaikaansa. Lisäksi ikäihmisten oppimi-

nen ei ole enää samalla tasolla kuin nuorten tai aikuisten. Ikäihmisten oppimista voi myös hidastaa erilaiset sairaudet, kuten muistisairaus. Lisäksi suurin osa ikäihmisistä on arkoja digipalveluiden käyttäjiä. He pelkäävät painavansa väärää nappia tai menevänsä väärille sivuille. Tähän kategoriaan löytyy myös vastakkainen puoli, sillä on myös olemassa niitä ikäihmisiä, jotka laittavat tietonsa jokaiselle sivustolle luottaen siihen, että näin pitää tehdä. Tämä johtuu siitä, että ikäihmisten eivät ymmärrä tietoturvaa ja sitä, että loppujen lopuksi käyttäjä on vastuussa tietoturvallisuuden toteutumisesta. Ikäihmisten parissa digipalvelut kuitenkin myös yleistyvät kovaa vauhtia, kuten muutkin ihmiset he käyttävät pankki ja terveys palveluita, mutta myös ikäihmisille suunnattu palvelu, kuten kotihoito on saatavilla digipalveluna, riippuen kunnasta ja yksittäisestä asiakastilanteesta. (Heikura 2020; Dufva & Rekola 2023.)

2.2 Osaamisen taso ja nykypäivän vaatimukset

Miksi sitten ihmisiä ei enää opeteta niin laaja-alaisesti uusille digitalisoituville asioille? Kinnarin mukaan syy löytyy sukupolvien eroista. Hänen mukaansa nykysukupolvea edustaa yrittäjämäinen sukupolvi, joka arvostaa ennen kaikkea kilpailukykyä. Yhteiskunnalliset kansalaistaidot ja niiden ylläpitäminen ei ole ollut tämän sukupolven kiinnostuksen kohde, ja tästä syystä ikäihmisten digiopetus on jäänyt vähemmälle ja käytännössä omille harteille tai ulkoisen yksityisen palveluntarjoajan varaan. Teknologian kehitys on ottanut viime vuosien aikana isoja harppauksia, minkä vuoksi ikäihmisten digiosaaminen ei ole pysynyt ajan tasalla. Ikäihmisten on vaikeampi oppia enää uusia asioita ja näin ollen he ovat jääneet kehityksen ulkopuolelle. (Korjonen-Kuusipuro ym. 2022, 8–9.)

Teknologian kehitys lisää eriarvoistavia sekä syrjiviä rakenteita yhteiskunnassamme. Monien asioiden hoitamisesta on tullut hankalaa, tai jopa lähes mahdotonta jos digitaaliset taitosi ovat huonot, tai sinulle ei ole nettiyhteyttä / laitetta, jolla pääsee nettisivuille. Tämä asettaa ihmiset hyvin eriarvoisiin asemiin sekä luokkaerot korostuvat. Esimerkiksi, jos paikkakunnalla ei ole Kelan konttoria, tai asiakas ei pysty jostain syystä hoitaa asioita verkossa jää ainoaksi vaihtoehdoksi pitkälti soittaa maksulliseen palvelunumeroon (Kela 2023). Esimerkiksi työttömälle tai vähävaraisille ihmisille tämä voi olla täysin kohtuuton kuluerä välttämättömän asian hoitamiseen.

Korjonen-Kuusipuro yms. (2022, 12) kertovat, että eläkeläisille teetettyjen tutkimusten mukaan digitaalisten medioiden ja teknologian käyttötilastot eivät tutkimuksessa kuitenkaan kerro suoranaisesti siitä millaiset digitaidot tutkimukseen vastanneilla on. Esimerkiksi sosiaalista mediaa voi käyttää myös sellaiset henkilöt, jotka eivät osaa luoda sinne dataa tai eivät osaa suodattaa siellä vastaantulevaa sisältöä kriittisesti.

Hyvänä esimerkkinä tästä toimii Facebookissa kiertävät huijausviestit, kuten ”hei minulla ei ole sinun puhelinnumeroasi voitko antaa sen” Kun viesti tulee tutulta Facebook ystävältä Messengerissä, voi sitä helposti luulla aidoksi kyselyksi, vaikka takana onkin hakkeri. Näin ollen valveutuneempikin sosiaalisen median käyttäjä voi joutua huijauksen kohteeksi, jos medialukutaito ei ole tarpeeksi hyvällä tasolla. (Dufva & Rekola 2023, 54.)

Suomi on yhteiskunnassa hyvin kärkisijoilla digitalisaatiossa. Kuluneiden vuosien aikana nopea digitalisaatio on näkynyt myös Suomessa ja tästä kertovat myös tilastot. Suomi on ollut vuonna 2020 Euroopan jäsenmaiden DESI-digitalisaatiovertailun ykkösmaa. Suomen pisteet vertailussa olivat 72,3 mikä ylitti reilusti Euroopan maiden keskiarvon, joka oli 52,6. DESI-indeksiin kerätään tietoa viideltä eri osa-alueelta ja kysely sisältää muun muassa kysymyksiä, jotka mittaavat digitaalista toimintakykyä sekä kehitystä. Kysymyksiä ovat seuraavat: inhimillinen pääoma, internet palveluiden käyttö, digiteknologian käyttö ja siirtoyhteydet. Osallisuuden lisäksi digitalisaatio on tuonut meille uusia käsitteitä, joista puhua. Digitaalinen osallisuus ja/tai digiosallisuus. Digitaalistuvassa yhteiskunnassa tämä tarkoittaa siis käytännössä sitä, että digitaalisten välineiden sekä palveluiden avulla toteutetaan osallisuutta digitaalisessa yhteiskunnassa. (Korjonen-Kuusipuro ym. 2022, 9.)

Vaikka Suomi onkin vertailuiden kärkipäätä tutkimuksissa, Hännisen ym. (2021, 4) mukaan osoittavat tutkimukset myös että 65 vuotta täyttäneet käyttävät juuri näitä palveluita huomattavasti vähemmän kuin nuoremmat. Digipalveluiden käytössä tulee suuri lasku juuri yli 65-vuotias käyttäjä tutkittaessa, tähän vaikuttavat mm. fyysiset sekä kognitiiviset haasteet, joita ihmisillä alkaa

vanhetessa tulla enemmän. Näillä kaikilla on yhteys siihen, kuinka usein palveluita käytetään, ja käyttämättömyys taas johtaa taitojen heikkenemiseen. Osaamisen arviointia tutkiessa tulisikin ottaa huomioon myös nämä seikat.

2.3 Osaamisen kehittäminen & Osaamistarpeiden tunnistaminen

Suomalaiset ovat pääsääntöisesti taitavia digiosaajia ja käyttävät myös digitaalisia palveluita, mutta etenkin ikäihmisten palveluiden saatavuuden turvaamiseksi on huomioitava, että kaikki palvelut eivät olisi täysin verkossa. Digitalisaatio on lisännyt keskustelua myös siitä, kuinka ikäihmiset jäävät palvelujen ulkopuolelle ja heidän syrjäytymisensä huolestuttaa. Nykyisessä yhteiskunnassa erilaiset teknologiat sekä teknologiaan liittyvä osaaminen ovat välttämättömiä taitoja. Digitalisaatio ohjaa ihmisiä käyttämään erilaisia teknologioita ja digitaitoja pidetään jopa yhteiskunnassa pärjäämisen edellytyksenä.

Digiosaamista voi kuitenkin opetella ja kehittää. Valtion tavoitteena onkin saada väestöstä 80 % oppimaan perus digiosaamisen taidot. Digiosaamisen kehittämiseen sekä päivittämiseen on olemassa erilaisia kursseja esimerkiksi kansalaisopistolla tai muilla järjestöillä, jossa käydään läpi erilaisten teknologioiden, laitteiden ja sovellusten käyttöä. Tällaisilla kursseilla opetellaan myös medialukutaitoa ja tietoturva. (Korjonen-Kuusipuro ym. 2022, 10–14; Paatero 2022.)

Digitalisaatio on tuonut myös tullessaan monia hyviä apuvälineitä, kuten muun muassa älykuulolaite, jonka avulla voi kuunnella esimerkiksi viestejä ja kuulla muiden ihmisten äänen paremmin. Lisäksi on myös erilaisia GPS-kelloja muistisairaille, älylääkeannostelijoita, turvahälytymiä yms. Tällainen uusi teknologia helpottaa sekä edistää myös arjen sujuvuutta ja osaamista arjessa. (Korjonen-Kuusipuro ym. 2022, 21–25.)

Korjonen-Kuusipuro ym. (2022, 28) kertovat, että on perustettu työryhmä, jossa teknologian kehittelijät ja suunnittelijat miettivät miten ikääntymisen ongelmia voitaisiin ratkaista uuden teknologian avulla. Esiin nousi motivaation tärkeys. Esimerkiksi huomattiin, että ikäihmiset opettelivat mielellään käyttämään uusia teknologioita, jos heidän saama hyöty oli tarpeeksi hyvä. Esimerkiksi videopuhelun soiton opettelu läheiselle, joka asui eri paikkakunnalla.

Teknologian tulee tukea osaamista, eli teknologian tulee olla suunniteltu niin että niitä on mahdollista jokaisen käyttää. Hyödyn tulee olla selkeä, koska teknologia maksaa myös käyttäjälle sievoisen summan. Ryhmäpaine, kun kaikilla muillakin on lisää sitä, että yksilö haluaa kuulua joukkoon ja osata myös käyttää erilaisia teknologian välineitä. Lisäksi uusi teknologia antaa meille mahdollisuuden kommunikoida ihmisille, jotka ovat esim. eripuolilla maapalloa, näin ollen se tukee ihmissuhteita. Yksilön motivaatio oppia tukee oppimista. Onnistunut markkinointi herättää yksilön kiinnostuksen ja motivoi opettelemaan käyttämään uusia teknologisia välineitä ja applikaatioita yms. (Koskiahho & Saarinen 2019, 43.)

Jotta opastuksessa voidaan menestyä ja luoda käytännön hyötyjä, tulee henkilöltä saada tietoa hänen osaamisen tasostaan nykyisellään, ja löytää ne taidot joihin pitää panostaa onnistumisen takaamiseksi. Oppimista tulee tukea aktiivisesti myös kehuilla ja onnistumisen kytkemisellä käytäntöön, jolloin saadaan onnistumisen ja ”minä tein sen” tunnetta luotua. Tärkeää on antaa konkreettista palautetta kunkin tasoon sovellettuna. Ohjeistaa, ja seurata toimintaa. Anna jälleen hetken päästä palautetta ja luo onnistumisen tunne, kun sille on paikka. Positiivinen palaute ja onnistumisen tunne vie pitkälle kaikenikäisten opettamisessa. (Kupias ym. 2014, 2. Mitä on osaaminen.)

Ihmisillä on tapana sisäistää asiat eri lailla, kuitenkin fakta on se, ettei pyörää opita ajamaan – ilman sitä ajamista. Harjoitteet takaavat osaamisen, jota täytyy tukea mm. motivaatio, hyvä työskentely ilmapiiri, tavoitteellisuus sekä ymmärtäminen miksi näin tehdään. Nämä kaikki asiat tukevat toisiaan, opiskeltavat asiat tulee tuoda esiin niin, että harjoituksista tulee tunne niiden läpikäymisestä sekä muutoksen mahdollisuudesta. Millä lailla tuomme harjoitukset erilaisille ihmistyypeille esiin, onkin toinen asia. Erilaiset oppijat voidaan jakaa neljään ryhmään; osallistuja, tarkkailija, päättelijä, sekä toteuttaja. (Kupias ym. 2014, Luku 4: Erilaisia oppimistyyplejä.)

Asioiden muistamisen tueksi on olemassa myös erilaisia aloitus ja lopetus metodeja. Ihmisiä voidaan haastaa heti alkuun tekemään harjoite, joko kylmiltään tai viimekerralla opeteltuja asioita. Motivointialoitus on taas tapa korostaa asian tärkeyttä esimerkiksi jokapäiväisessä elämässä, miten se vaikuttaa juuri

heidän arkeen nyt ja tulevaisuudessa. Lopuksi on kertausaloitus, jossa käydään läpi aiemmin opeteltuja asioita. (Kupias & Koski 2013, 4.4.2.)

2.4 Elinikäinen oppiminen

Elinikäinen oppiminen tarkoittaa sitä, että me muutamme samalla kuin teknologia muuttuu ja päivitämme tietojamme, kun teknologia päivittyy. Ikääntyneet ovat itse kertoneet, että oppiminen on iäkkäämmille ihmisille jo haastavampaa, mutta korostavat kuitenkin sitä, että ihan minkä ikäiset tahansa voivat vielä oppia käyttämään teknologiaa. Teknologian opettelua voi verrata pyörällä ajoon, kun tekee tarpeeksi toistoja alkaa meidän lihasmuistimme muistamaan mitä, milloinkin pitää tehdä. Teknologian harjoittelu iäkkäämmällä iällä vaatii tietysti meiltä enemmän motivaatiota ja ponnisteluja kuin nuorempana. Digitaitoja tulee siis harjoitella säännöllisesti, jotta pysyy mukana muutoksissa ja kehityksen mukana pysymiseksi. Oppimisen katsotaan vaativan paljon oma-aloitteisuutta sekä pitkäjänteisyyttä. Ikäihmiset pitävät nuoria hyvin viisaina ja teknologian tietäjinä, he eivät kuitenkaan aina ole kärsivällisimpiä ja oikea tahtisia opettajia. (Korjonen-Kuusipuro ym. 2022, 36–41.)

Elinikäinen oppiminen vaatii yksilöltä paljon aktiivisuutta, oma-aloitteisuutta ja halua oppia lisää. Muuten on vaarana digitaalinen syrjäytyminen. Teknologian oppiminen voi onnistua myös yksin kotona, mutta sitä varten täytyisi osata käyttää esimerkiksi Googlea tai YouTubea tiedon hakuun. Usein epäonnistuminen ja epävarmuus aiheuttavat sen, että halutaan pysyä kaukana digikehityksestä. Ainoastaan aktiiviset, aiheesta kiinnostuneet yksilöt lähtevät hakemaan apua ongelmiin. Usein kuitenkin sellaiset ihmiset, jotka haluaisivat oppia lisää, tarvitsisivat tukea ja opetusta säännöllisesti. Oppimisen hidasteeksi voi myös tulla erilaiset sairaudet, kuten muistisairaudet, tuki- ja liikuntaelinsairaudet, pään vammat yms. Teknologia on kuitenkin kehittynyt niin, että myös erilaisten vammoista tai sairauksista kärsiville on keksitty erilaisia apuvälineitä teknologian käyttämiseksi. Nämä apuvälineet ovat usein myös teknologisia. (Koskiahho & Saarinen. 2019, 42–43.)

Ennen syrjäytyminen nähtiin usein johtuvan henkilön köyhyydestä tai vaikka alkoholiongelmasta. Nykyään syrjäytyä voi helposti korkeasti koulutettukin

ikäihminen. Jos yhteiskunta muuttuu radikaalilla vauhdilla, eikä tukea ole tarjolla edes tälle koulutetulle joukolle, kuinka käy kouluttamattomille. Tai muille heikommissa asemassa oleville. Elinikäiseen oppimiseen tulisi olla mahdollisuus kaikilla, tasavertaisesti. Onhan tämä jopa jokaisen oikeus. (Koskiahho & Saarinen 2019, 10.)

Sosioekonominen asema vaikuttaa myös usein digitaaliseen eriarvoisuuteen ja sitä kautta elinikäiseen oppimiseen. Onko yksilöllä varaa ostaa teknologisia laitteita, kuten puhelinta tai tietokonetta. Onko hänellä varaa osallistua opetukseen, jossa opetettaisiin teknologian käyttöä? Usein kirjastoissa on tietokoneet, joita voi käyttää ilmaiseksi, mutta niiden käyttö voi olla haastavaa henkilölle, jolla ei ole minkäänlaista kokemusta tai hyvin vähän kokemusta teknologian käytöstä. (Heponiemi ym. 2021.)

Koronapandemia aiheutti sen, että monien ihmisten tuli opetella nopeasti erilaisten etäpalveluiden käyttö. Lisäksi korona-aikana avun saaminen saattoi olla vaikeaa ja opettelua jouduttiin tekemään yksin tai yhdessä pienen porukan kanssa. Korona kuitenkin myös opetti sen, miten etäpalvelut toimivat arjessa (Korjonen-Kuusipuro ym. 2022, 73).

2.5 Oppimistyylit ja opastuksen suunnittelu

Oppimistyyliä on monenlaisia. Nuoret yleensä iäkkäiden läheiset ovat äärimmäisen taitavia digilaitteiden ja palvelujen käyttäjiä. Heiltä saadaan usein apua, mutta etenkin iäkkäitä opettaessa heidän opettamistyyliään voidaan pitää kärsimättömänä ja nopeana. Oppi saattaa siirtyä oppijalle tiedon jyväsina tietovaikutuksissa. Tutkimuksien valossa on myös todettu, että ikäihmisen mieluiten haluaisivat opetusta nimenomaan läheisiltään tai omilta ikätovereilta. Yleisesti myös yksilöopetus koetaan mieluisammaksi kuin ryhmäopetus, varsinkin kun perustaitoja ollaan opettelemassa. Tämä puoltaa pienryhmien puolesta tai jopa yksilöopetusta, kun mietitään sopivia opetusmuotoja. (Korjonen-Kuusipuro ym. 2022, 38,167.)

On todettu, että ihminen oppii uutta hyvinkin myös vanhempana ja elinikäinen oppiminen on ollut tärkeässä roolissa koko 2000-luvun ajan. Ihmisten aivot ovat hyvinkin vastaanottavaisia koko ihmisen eliniän ajan, vastaanottotapa

vain saattaa hidastua ja muuttua ihmisen vanhentuuessa. Ihmisen älykkyysosamäärä pysyy myös melko samana aina 80 ikävuoteen saakka, eivätkä aiemmin opetellut asiat lähtökohtaisesti katoa. On selvää, että ihmisen ikäännyessä työskentely hidastuu, koska työmuisti hidastuu ja heikkenee. Uuden oppimista tukee kuitenkin jo aiemmin opetellut asiat. Myös harjoittelemalla erilaisia kognitiivisia taitoja kuten muistamista, ajattelua ja havaitsemista. (Korjonen-Kuusipuro ym. 2022, 166.)

Jotta opastus on ylipäänsä mahdollista, tulee oppimisympäristön tukea uuden oppimista. Onkin tärkeää, että otetaan huomioon nämä yleisimmät erityistarpeet. Yleinen ongelma uuden oppimisessa iäkkäämmillä on ennakkoluulot omaan osaamiseen. Usein kuullaan sanottavan ”Enhän minä näistä laitteista mitään ymmärrä” mikä, on jo lähtökohtaisesti negatiivinen asenne, joka voi johtua pelosta laitteita kohtaan. Tutkimuksissa on huomattu tämän negatiivisen stereotypian heijastuvan myös kykyyn oppia uutta. Onkin tärkeää jo opastuksen alussa käydä asia läpi, jos opastettava esittää tämänkaltaisia ajatuksia. Tyhmiä kysymyksiä kun ei ole liittyen digitaalisten asioiden opiskeluun. Uusien asioiden sisäistäminen ja opettelu voi myös viedä enemmän aikaa kuin ennen. Siksi aikaa täytyykin varata reippaasti aikaa oppimiselle ja jatkokysymyksille. Oman muistimme muuttuessa myös opettelutavat muuttuvat sen mukana. Tämä on tärkeä ottaa huomioon opastusta suunniteltaessa, esimerkiksi muistisääntöjä, muistiinpanoja sekä valokuvia hyödyntämällä asiaa voidaan helpottaa. Myös visuaalisesti näytettävät asiat tulee olla selkeitä, usein pienit napit ja tekstit koetaan vaikeiksi, siksi jo suunnitteluvaiheessa tulisikin panostaa moninaisuuteen, jotta kaikilla olisi tasapuoliset mahdollisuudet käyttämiselle ja oppimiselle. Panostamisen tulisi myös kohdentua olennaisiin asioihin ja jättää epäolennaiset tiedot pienemmälle. Opastustilanteessa täytyy myös ottaa huomioon harjoittelijoiden hienomotorisien taitojen vaihtelu, toisella voi mennä aikaa enemmän saman asian tekemiseen. Asiaan kannattaa panostaa antamalla tarpeeksi aikaa ja tarvittaessa tukea. Tärkeässä roolissa myös koko prosessin ajan on palautteen antaminen, asiat eivät tapahdu itsestään, ja niiden harjoittelua tulee myös jatkaa opastuskerran jälkeenkin (Korjonen-Kuusipuro ym. 2022, 167–169.)

Koska ihmiset ovat taustoiltaan usein hyvin erilaisia, usein yksilöllinen henkilökohtainen auttaminen on paras tapa lähteä liikkeelle ikäihmisten kanssa. Kun

yksilön tarpeet ja toiveet on saatu kartoitettua, on niitä tärkeä ottaa huomioon suunnittelussa, tämä on omiaan lisäämään sitoutumista opetukseen. (Koskiahho & Saarinen 2019, 45.)

Uusien taitojen sisäistäminen vaatii iästä riippumatta motivaatiota oppimiseen, koska motivaatio on korostetussa roolissa iän myötä. Usein motivaation lisäksi kaivataan myös rauhallinen oppimisympäristö, jotta keskittyminen asiaan pysyy. Vanhemmalla iällä oppimisen optimoimiseksi on hyvä olla tarkat raamit mitä opetellaan, järkevässä järjestyksessä. Tärkeintä on kuitenkin toistojen määrä ja pitkäjänteisyys. Jokainen oppija on yksilö, ja onkin tärkeää ottaa huomioon opastuksen runkoa suunniteltaessa ihmisten erilaisuus huomioon. Jotkut kaipaavat rentoa ilmapiiriä jossa voi jopa porukalla nauraa – toiset taas haluavat asiaan paneutuvaa ja hiljaisuutta ympärilleen. (Uusitalo-Malmivaara ym. 2014, vanhuuden voimavarat.)

Opastusmuotoja on monia, mutta näistä paras lähteä liikkeelle on yksilöllinen opastus. Aluksi esitetään miten asia tehdään, minkä jälkeen opastettava toistaa saman asian perässä. Opastava henkilö on vieressä valvomassa tehtävää asiaa, ja tarvittaessa neuvoo eteenpäin. Tärkeää on antaa tarpeeksi aikaa harjoitella, ja neuvoa vasta kun näyttää siltä, ettei asia etene. Harjoittelun aikana on tärkeää tehdä monia toistoja, sekä muistaa antaa myös palautetta. Hyvänä apuvälineenä toimii myös muistiinpanojen tekeminen itselle parhaalla tavalla. Tämä toimii myös tukena ja muistutuksena siitä, että asioiden tekemistä tulee jatkaa myös kotona. Tärkeää on rohkaista yrittämään ja kokeilemaan myös silloin kun opastaja ei ole vieressä tukena. Laitteet eivät mene rikki kokeilemisesta. Opastushetkissä on tärkeää olla kannustava ilmapiiri, jossa opetellaan asia yhdessä. Henkilökohtainen opastus on paras tapa lähteä liikkeelle, kun taitoja vasta opetellaan ja tarvitaan selkeää opastusta ilman kiirettä. Onnistumisen tunne sen jälkeen, kun on itse hoksannut, miten asia hoidetaan, on vahva kannustin oman oppimisen jatkamiselle. (Korjonen-Kuusipuro ym. 2022, 173–179.)

Opetustyyleistä toinen yleinen on ryhmäopetus eli yhdessä oppiminen. Yhdessä oppiminen tarkoittaa sitä, että opettamalla myös muita oppii itse samaan aikaan paljon uutta. Yhdessä oppimisen avainasioita on se, että ohjaa-

jat ovat kannustavia ja korostavat sitä, että yhdessä asiat selvitetään ja yhdessä opitaan. Ryhmän henkilökemia on myös oppimisen kannalta todella tärkeää, kun oppijalle tulee olo, että hän kuuluu porukkaan ja asiaa kerrotaan sellaisella kielellä mitä hän ymmärtää viereltä ohjaten, on oppimistuloskin parempi. (Korjonen-Kuusipuro ym. 2022, 38–40.)

Opetustyyleistä toinen yleinen on ryhmäopastus eli yhdessä oppiminen. Ryhmäopetus vaatii ensinnäkin sitä, että ryhmään osallistuvat ovat jo kokeneempia, koska ryhmässä opastajalla ei ole välttämättä aikaa tulla näyttämään kädestä pitäen jokaiselle, kuinka edetä. Usein on hyödyksi, jos ryhmässä olevat ihmiset ovat saman ikäisiä. Tämä auttaa osallistujia samaistumaan muihin ryhmäläisiin ja helpommin löytämään tukea toisistaan. Tämänkaltaisen yhteisöllisen oppimisen on todettu lisäävän hallinnan lisääntymisen tunnetta henkilöissä, kun he ovat saaneet yhdessä onnistumisen kokemuksia digitaalisissa asioissa. Onnistumisen kokemukset ovatkin merkittävässä roolissa, kun opitaan uutta, oli oppijan roolissa mikä vain ikäluokka. (Korjonen-Kuusipuro ym. 2022, 170.)

Samoin kuin yksilöllisessä opastuksessa, myös ryhmävetoisessa on tärkeää luoda ilmapiiri jossa, voi kysyä mitä vain. Opetus on hyvä rakentaa esitettyjen kysymysten päälle, ja alkaa purkamaan ongelmia porukalla. Ryhmäopastuksessa vetäjä aloittaa keskustelua, johdattelee sitä eteenpäin ja antaa vinkkejä joilla päästään yhdessä teenpäin. Opetuksen tahti sekä sisältö tulee sovittaa aina ryhmän mukaan, toisessa ryhmässä osallistujat voivat olla hyvinkin aktiivisia ja mennä asiat juoksemalla eteenpäin, kun toisessa puhutaan asiat rauhallisesti ja kauttarantain läpi. Myös opastuksessa käytettävä sanasto on hyvä kääntää selkokielelle, teknisiä sanoja tulisi välttää tai ne tulisi avata selkeästi esimerkiksi muistilistalle. Asioiden havainnointiin kannattaa panostaa aina jokaisen ryhmän oppimistavan mukaiseksi, kun ryhmä on tullut tutuksi. Jokainen ryhmä on erilainen, joten standardiratkaisua opastamiseen ei tule olemaan. (Korjonen-Kuusipuro ym. 2022, 179–183.)

2.6 Digitaaliset työkalut opastuksen aiheena

Digitaalisia työkaluja on monia ja niitä kehitellään koko ajan lisää. Yleisimpiä työkaluja ovat muun muassa älypuhelimet, tietokoneet, tabletit, älytelevisiot ja

älykellot. Lähes jokaiselta suomalaiselta löytyy älypuhelin, tietokone ja älytelevisio. Älypuhelin löytyi jopa 96 prosentilla väestöstä vuonna 2020, ikäluokan ollessa 16–74. Todella monet ikäihmiset ovat joutuneet hankkimaan myös älypuhelimien, jotta ovat saaneet tietyn applikaation esimerkiksi WhatsAppin puhelimiinsa ollakseen läheisiinsä yhteydessä. (DNA 2020.) Digitaaliset työkalut helpottavat arkea ja sen sujuvuutta. Lisäksi digityökalut mahdollistavat esimerkiksi nopeaa tiedon hankintaa, tilausten tekemistä kotoa yms. (Lindgren ym. 2019, 16.)

Monia digityökaluja käytetään myös erilaisten töiden tekoon, kuten tietokoneita ja älypuhelimia esimerkiksi toimistotyössä, toisen asteen kouluissa yms. Digityökalut ovatkin mahdollistaneet myös uusia ammatteja, kuten sosiaalisen median tuottaja/vaikuttaja. Samoja digityökaluja käytetään myös vapaa-ajalla viihteen hakemiseen, kuluttamiseen ja tuottamiseen netistä. (Pervilä 2018.)

Nykypäivän puhelimilla on jo jonkin aikaa pystynyt käyttämään arkea paljonkin helpottavaa puheohjaus toimintoa. Lyhyesti tämä tarkoittaa sitä, puhelimelle jutellaan normaalisti, ja puhelin kirjoittaa puheen viestiksi. Tämä on erittäin näppärä ja arkea helpottava toiminto vaikkapa huono näköiselle (Nieminen, 2018). Erilaiset apuvälineet ovat digitaalisia työkaluja, jotka auttavat arjessa. Tällaisia työkaluja ovat muun muassa Samsungin älypuhelimista löytyvä helppo tila, jolla näytön asetelusta tulee isompaa, suurentaa kuvakkeita ja tekstiä paremmin luettavissa olevaan muotoon sekä lisää pikavalinnat suoraan aloitusnäyttöön suurennuslasin lisäksi. Tämänkaltaiset ominaisuudet ovat omiaan helpottamaan laitteen käyttöä, jos pieni teksti ja kuvakkeet ovat hankalia käyttää. (Samsung 2022, 112.)

Kuten Vaasan kirjaston digitalkkaripalvelussa (Jurkka, 2023) on huomattu, tarvitsevat ihmiset eniten tukea uusien laitteiden kanssa, juuri tehdyn digiloikan jälkeen esimerkiksi laitteen vaihtumisen myötä. Tekstissä nostetaan myös esiin laitteiden myyjien vastuuta laitteiden opastuksessa. Joka on toki totta, kovasti kilpaillussa tilanteessa myytävä ”rauta” on vain tavara, joka myydään hinnalla x ja palvelut myydään kaikki erikseen. Ennen vanhaan, kun kaikki on tehty samaan rahaan. (Jaakkola ym. 2009, 4.)

Erilaisia teknisiä laitteita ja niiden sisältämiä toimintoja sekä sovelluksia on nykyään tarjolla valtavia määriä. Palveluna voidaan tarjota useita erilaisia opastuspaketteja, jotka voidaan määrittää etukäteen. Jos käyttäjät pystyisivät edes osan näistä erilaisista arkea usein helpottavista laitteista, sovelluksista tai käytännöistä valjastamaan arkiseen käyttöönsä, helpottuisi moni asia huomattavasti. Tämä korostuu iäkkäämpien käyttäjien kohdalla, jotka ovat tottuneet käyttämään palveluiden kivijalka ja puhelinpalveluita. Näiden palvelupisteiden karsiutuminen aiheuttaa eriarvostumisen tunnetta ja yhdenvertaisuuden puuttellisuutta (DNA 2022, 30-36).

Digitaalisen teknologian sisäistäminen ja sen ymmärtäminen nousee entistä tärkeämmäksi aiheeksi yhteiskunnassa, kun palveluita siirtyy entistä enemmän digitaaliseen muotoon. Osana teknologian ymmärtämistä on myös digitaalinen medialukutaito, erilaisten lähteiden arvioiminen sekä kuinka niiden kanssa tulisi toimia. Oma turvallisuus on digitaalisessa ympäristössä käyttäjän omassa käsissä, ja siksi onkin tärkeää ymmärtää tietoturvallisuuden päälle. (Dufva & Rekola 2023, 54.)

Omilla teoilla on todellakin vaikutusta siihen vuotavatko tietosi eteenpäin. Älypuhelin vai tietokone? Molemmat vaihtoehdot hyviä arjen pyörittämiseen, Mutta lisäksi käyttäjän laitteella voi olla suurikin merkitystä erilaisten virusten ja haittaohjelmien pääsyyn laitteelle. Kuten tiedetään, ovat Applen laitteet kuten iPhone tai iPad tietoturvallisimmat laitteet käyttää, kun halutaan olla varmimmassa suojassa laitteen näkökulmasta. Tämä johtuu siitä, että järjestelmät ovat suljettuja, eikä ulkopuolisia sovelluksia voi asentaa muualta kuin valmistajan omasta sovelluskaupasta. Myös Googlen Chromebookit ovat täysin suljettuja laitteita tietokoneiden puolella. Tietoturvallinen laite estää toki erilaisten haittaohjelmien pääsyn laitteeseen, mutta tämä ei edelleenkään poista mahdollisuutta huijarien kalastelu yrityksille. Jos siis käyttäjä itse luovuttaa tietonsa kalastelijalle, ei itse laite voi sitä estää. (Hyppönen 2022, 54-57.)

Kun puhutaan tietoturvasta, nousee usein aiheeksi myös erilaiset kirjautumistavat, salasanat ja niiden uudelleenkäyttö. Ihmisillä on usein huono tapa käyttää samoja käyttäjätunnuksia sekä salasanoja useissa eri paikoissa, joka on noussut yhdeksi merkittävistä verkkorikollisuuden osaksi. Ihmisten tietoutta

parantamalla erilaisista salasanojen hallintatyökaluista, tai laitteiden sisäänrakennettujen salasanan hallinnan avulla voidaan helpottaa ihmisten arkea unohtamalla lapuille kirjoitetut salasanat ja siirtyä helpompaan ja turvalliseen yhden salasanan käytäntöön, minkä takana muut käytössä olevat salasanat voidaan säilöä. Myös eri palveluissa käytössä oleva kaksivaiheinen tunnistautuminen on monelle tuntematon, mutta äärimmäisen tehokas käytännössä. (Hyppönen 2022, 157-159.)

Tietous erilaisista kirjautumisvaihtoehdoista on myös puutteellista, ja tästä syystä erilaisien asioiden hoitaminen voi olla hyvin hankalaa nykyään ilman vaikkapa verkkopankkia. Kaikilla iäkkäämmillä käyttäjillä ei ole verkkopankkitunnuksia, tämä vaikeuttaa huomattavasti tunnistautumista erilaisiin verkkopalveluihin vahvalla tunnistautumisella. Onneksi Suomen kolmella puhelinoperaattorilla on tarjolla myös Mobiilivarmennepalvelu, joka toimii tällä hetkellä yli tuhannessa erilaisessa terveyteen, viranomaisten asiointissa tai vaikka omia vakuutuksia hoidettaessa (Mobiilivarmenne 2022).

3 PALVELUN TUOTTEISTAMINEN

Tässä luvussa käydään läpi digipalveluiden sekä digiopastuksen tuotteistamista ja sitä, miten siitä on hyötyä yrityksen palvelu tarjoomassa. Kun puhutaan uuden palvelun tuotteistamisesta, johon liittyy digitaalisia osa-alueita sekä ikäihmisiä on palvelun tuotteistuksen hyvä olla asiakaslähtöistä. Ikäihmisille suunnatuissa digituotteissa ja palveluissa on hyvä ottaa huomioon asiakkaan digitaso, mahdolliset rajoitteet, kuten huonontunut näkö. Aikaa tulee varata palvelua varten normaalia enemmän. Jaakkola ym. (2009, 2) nostaa esiin asiakaslähtöisyyden tärkeyden, jatkuvan innovoinnin, kustannustehokkuuden sekä tuotteistamisen, joka on yksi palvelun kehittämisen keino. Jatkuva innovointi onkin selviytymisen elinehto digitaalisten laitteiden kanssa toimiessa, koska laitteet kehittyvät niin nopeaa tahtia. Myös tarjottavien palveluiden tulee päivittyä lähes reaaliajassa.

Palveluntarjoajia on päivä päivältä enemmän, ja asiakkaiden on entistä vaikeampaa löytää itselleen sopivaa yritystä tai palvelua. Esimerkiksi älypuhelimia myydään nykyään jo ruokakaupoissa, mutta kuka auttaa laitteen käyttöön-

otossa? Palveluiden markkinointi, selkeä tarjooman esille tuonti mainostuksessa sekä myyntipaikoilla tulee olla korostettua – sekä tietenkin myös asiakaskontaktissa olevien myyjien ulosanti tulee olla yhtenäistä, jotta asiakas ymmärtää mitä juuri tästä yrityksestä saa. Tämä luo myös selkeää kilpailuetua, kun erikoisliike pystyy tarjoamaan palvelua jota muut tuotteen myyjät eivät pysty järjestämään. Palvelun selkeä tuotteistus helpottaa asiakkaan ostopäätöksen tekemistä, ja myös luo luontaisesti lisäarvoa asiakkaalle, joka taas tukee ostopäätöstä. (Bergström & Leppänen 2018, 173-175 ; Service Standardization 2011, 3.)

3.1 Tuotteistamisen käsite, tavoitteet ja hyödyt

Tuotteistaminen käsitteenä on yksinkertainen: Tuote tai palvelu kehitetään helposti ymmärrettävään vakimuotoiseen pakettiin, jossa tietyn asian saa sovittoon hintaan. Tuotteistaminen ei suinkaan poissulje palvelun räätälöintiä, sen tarkoituksena on vakioida paketin peruspilarit, joita voidaan tarvittaessa täydentää lisäpalveluilla. Tuotteistamisen perusideana on madaltaa ostamisen riskiä asiakkaan näkökulmasta, sekä tehdä prosessista yksinkertaisempi ja monistettavissa oleva yrityksen kannalta (Service Standardization 2011, 5).

Tavoitteena tuotteistamisessa on asiakkaalle lisähyödyn luominen sekä tarjooman selkeytys. Samalla yrityksestä ja sen tarjoamista palveluista tulee selkeämpi kokonaisuus, ja yrityksen brändi kasvaa asiakkaan silmissä. Tuotteistettu palvelu, ja erilaiset palvelupaketit oikein kasattuina kattavat asiakkaan odotukset sekä tarpeet, eikä joka kerta tarvitse lähteä räätälöimään palvelua alusta asti. Jos jokaista tarjousta joudutaan hiomaan pitkään tarvekartoituksesta aina tarjouksen hinnoitteluun asti, on prosessi auttamatta hidas nykypäivän nopeatempoisessa markkinaympäristössä. Hidas prosessi on yksi syy joka lisää ostamisen riskiä asiakkaalle, ja asiakas voi näin ollen vaihtaa ostopaikkaa tai olla ostamatta ensimmäistäkään kertaa. Kun asiakas tietää tarkasti mitä hän ostaa, milloin sen saa, ja millä hinnalla on asioiminen helppoa ja turvallista. Hyvin toteutettu tuotteistus ja tarjouksen antaminen antavat myös yrityksestä luotettavan kuvan ulospäin (Villanen 2016, 221).

Tuotteistamisen prosessin hyödyt ovat selkeitä. Kun palveluun johtava prosessi on selkeästi kuvattu sisäisesti, myös tehokkuus paranee itse palvelun läpiviennissä. Myös laatu paranee, kun ylimääräiset toimintatavat on karsittu pois tuotteistuksen aikana. Kun tekemiseen on selkeä prosessi ja selkeästi kirjattu sellainen, ei se myöskään vaadi samaa ihmistä tekemään prosessia joka kerta, joka helpottaa siinä, etteivät työt seiso, jos yksi työntekijä on poissa töistä. Tämä edellyttää tietenkin muutoskykyä organisaation sisällä, sillä ilman että kaikki ovat muutoksessa mukana, ei selkeä prosessi auta asiaa. Tuotteistuksen hiominen jatkossa on helpompaa, kun prosessi on selkeä. Prosessin kehittäminen on mahdollista paljon pienemmällä vaivalla jatkossa, kun pohjatyöt on tehty laadukkaasti. Digitaalisia osa-alueita sisältävän palvelun, tulee luonnollisesti pysyä myös ajan hermolla, ja päivittyä uusien laitepäivityksien mukana lähes kuukausittaisella syklillä (Villanen 2016, 224).

3.2 Palvelun määrittely ja vakioiminen

Kun tiedetään mitä ollaan tuotteistamassa, lähdetään pohtimaan tarkemmin mitä ollaan tekemässä, miten tehdään ja kenelle. Asiakkaiden tarpeet tulee selvittää hyvin, jotta tunnetaan mahdolliset eri skenaariot joita asiakkaiden kanssa voi tulla vastaan, tämä vähentää aikaa esimerkiksi asian tutkimisen osalta palvelutilanteessa, joka on jo itsessään asiakkaalle selkeä hyöty. Kun yrityksen palvelu on standardoitua yrityksen sisällä, tietävät kaikki myyjät myös, miten toimia, eikä tilanne vaadi aina tietyn ihmisen läsnäoloa asian ratkaisemiseksi. Tämä on myös selkeä kilpailuetu, mutta tärkeämpää on asiakkaalle tuotava lisäarvo. Kun yrityksen tuottama palvelu on selkeä kaikille, eikä epävarmuuksista tarvitse murehtia, voi yritys lisätä vielä asiakkaiden luottamusta palveluun esimerkiksi palvelulupauksella. (Jaakkola ym. 2009, 15.)

Kun lähdetään rakentamaan uusia palveluita nimenomaan asiakaslähtöisesti, tulee omia asiakkaita ja heidän tarpeitaan ymmärtää erityisen hyvin. Eri ikäluokan asiakasryhmät ja heidän käyttäytymisensä poikkeavat suuresti toisistaan. Esimerkiksi asiakasryhmänä yli 75-vuotiaat kaipaavat enemmän tukea digitaalisten laitteiden oston jälkeen (DNA 2022, 26). Kun lähdetään suunnittelemaan palvelua, tulee sen rakentamisen lähteä aina asiakkaiden tarpeiden tutkiskelusta, ja tarpeiden kartoituksesta. Vasta kun tiedetään tarpeeksi laajalaisesti mitä asiakkaat kaipaavat palvelulta, voidaan lähteä suunnittelemaan

palvelua tarkemmin. Asiakkaiden mieltymyksistä ja siitä mihin he haluavat panostettavan voidaan selvittää esimerkiksi palautteiden avulla, joka onnistuu nykyisiltä asiakkailta esimerkiksi ostoksilla käynnin yhteydessä (Villanen 2016, 183-184).

Kuten aiemmin tekstissä nousi esiin digitalkkarin vaatimus laitemyyjien vastuusta neuvoa asiakkaita uusien laitteiden käyttöönotossa (Jurkka 2023) on tärkeää kertoa asiakkaalle erilaisista palveluista, joita yritys tarjoaa laitteiden lisäpalveluiksi, esimerkiksi käyttöönoton suhteen, ja korostaa eri mahdollisuuksia. Pahinta on, jos asiakkaalle jää mielikuva, ettei yritys tarjoa palvelua ollenkaan. Tämä on myös osa erottautumista muista kilpailijoista – kukaa antaa parhaan kokemuksen asiakkaalle. Palvelun suunnitteluvaiheessa tulee jo pohtia tarkkaan, kuinka palvelua markkinoidaan. Viestintä tulee olla tarkkaan mietittyä, niin että se tavoittaa mahdollisimman monen ostajan joko harkinta vaiheessa tai viimeistään tuotetta ostaessa. (Bergström & Leppänen 2018, 302-303.)

Palvelun määrittely on paletti erilaisia palveluita joista koostuu asiakkaan näkemä kokonaisuus. Näitä ovat esimerkiksi ydinpalvelu, lisäpalvelu ja tukipalvelu. Kun tuote on räätälöitävissä asiakkaan haluamalla tavalla, on asiakas usein valmis maksamaan enemmän. Peruspalveluita tarjoavat kaikki yritykset, mutta lisä ja tukipalveluita tarjoamalla yritys erilaistaa itsensä kilpailijoihin nähden, joka edesauttaa asiakkaan silmissä yrityksen erottumista eri yrityksiensä massasta. (Bergström & Leppänen 2018, 179-180.)

Kun tiedetään mitä asiakkaat haluavat, päästään määrittelemään ydinpalvelua. Ydinpalvelun tulee täyttää asiakkaan hakema perushyöty palvelusta. Yrityksen kannattaa lisäksi tarjota erilaisia tukipalveluita, kuten esimerkiksi suora puhelinnumero myymälään. Suora linja toimii loistavana kilpailuetuna myös muihin alalla toimijoihin nähden. Asiakkailta voi olla erilaisia lisäkysymyksiä ostamaansa laitteeseen, tai jokin asia mietityttää ennen ostoa. Kuten yleensä, tukipalvelut eivät välttämättä tuo automaattisesti lisää euroja kassaan, mutta tukevat asiakkaan ostoprosessia. Lopuksi yritys voi tarjota myös erilaisia lisäpalveluja täydentämään tarjoomaansa. Esimerkki ydinpalvelua voidaan täydentää kotikäynnillä, joka on omiaan antamaan asiakkaalle tunteen, ettei

asian kanssa jää yksin, vaan tukea on tarjolla myös oston jälkeen. Palvelu voidaan toteuttaa tuotteen luonteesta riippuen paikan päällä tai etänä, riippuen usein asiakkaan toivomuksista sekä käytännön mahdollisuuksista. (Bergström & Leppänen 2018, 120-121; Jaakkola ym. 2009, 16.)

Bergströmin ja Leppäsen ym. (2018, 200) mukaan palvelun vakioiminen on palvelun tai palveluun liittyvän prosessin muuttamista sellaiseen muotoon, jossa se on toistettavissa. Palvelun vakioiminen edesauttaa asiakkaan saamaa kokemusta palvelusta, sekä parantaa sen arvoa. Asiakkaiden räätälöinti aste luo myös suuntaviivan yrityksen vakioimisen tasolle, jos asiakkaat kaipaavat paljon räätälöimistä palveluihin, kannattaa vakiointi pitää vähäisenä.

Palvelun vakioimisen osa on palvelutuotteessa yksinkertainen; vakioituja osia ovat hinnoittelu paketeittain sekä tiettyjen pakettien sisältömateriaalit kuten Google tilin avauksen pikaopas. Muut osat ovat pitkälti vaihtuvia riippuen asiakkaasta. Vakioituja toimintamalleja asiakaspalvelijan näkökulmasta on taas rauhallisuus, kiireettömyys sekä häiriötön ympäristö.

Tämän kaltaisessa palvelupaketissa massaräätelöinti on hyvä tapa antaa asiakkaalle mahdollisuus osallistua palvelunsa määrittelyyn. Palvelun eri osat ovat helposti asiakkaan itsensä valittavissa, jotka ovat modulaarisia yksiköitä. Mitä ikinä asiakas valitseekin, muodostaa modulaarisen kokonaisuuden. Palvelun vakiointi on siis hyvin modulaarinen, koska palvelussa asiakkaan tarpeet ovat tärkeässä roolissa, palvelun sisältöä joudutaan improvisoimaan usein esiin tulevien seikkojen perusteella. Asiakas voi joko valita erilaisista palveluista oman näköisensä palvelupaketin, jolloin asiakas tietää myös palvelun lopullisen hinnan samalla, tai hinta määräytyy palvelujen mukaan tilanteen kehittyessä. Asiakkaan kasaama palvelupaketti moduuli on kaikille selkeämpi, koska silloin tiedetään myös suurin piirtein palveluun menevä aika, eli se kauanko työntekijän aikaa sitoutuu asiakkaaseen. (Jaakkola ym. 2009, 23-25.)

Hiila ym. mukaan (2019, 4) palvelujen vakioiminen eli toistettavuus onnistuu yrityksen sisällä, siten että työntekijöiltä tarvitaan myös halua sitoutua uusiin työtehtäviin sekä halua uudistua sekä oppia uusia taitoja. Työtehtävien vakioimisen tueksi on hyvä tehdä selkeät ohjeet, miten työtehtävät tehdään palvelun sisällä. Ajan saatossa työn osista tulee enemmän rutiinia, alkaa myös työn

tuottavuus kasvaa. Kun tavat toimia työntekijöiden kesken ovat samankaltaiset, ei työtehtävä myöskään pääse henkilöitymään vain yhden työntekijän tehtäväksi. (Jaakkola ym. 2009, 23-25.)

Palvelua suunniteltaessa on myös muistettava fokus siihen ketä halutaan palvella. Yksittäinen palvelu ei voi olla liian suuripiirteinen, koska se ei voi tarjota kaikille jotain. Jotta asialla voi erottautua, tulee palvelun ratkaista tietyn, tarkasti rajatun asiakasryhmän tarve. Kun tarpeet on rajattu tarpeeksi hyvin, onnistuu oikeasti toimivan tuotteen tuotteistaminen helpommin, sekä se luo asiakkaalle selkeää lisäarvoa, kun tarjolla oleva palvelu on selkeästi tuotettu. Esimerkiksi tietty asiakas voi tarvita vain yhteystietojen siirron vanhasta laitteesta uuteen, kun taas toinen kaipaisi kädestä pitäen opastusta laitteen kanssa, mahdollisesti pidemmänkin ajan. On siis järkevää tuotteistaa molemmille asiakkaille oma palvelunsa, joka ei sulje toista pois. Lisäarvoa voidaan myös tarjota valmiilla palvelulla luontaisesti nykyisille, tai myös uusille yhteistyökumppaneille. Kuten erilaisilla järjestöille tai yrityksille. Tämän kaltaiselle palvelulle luontainen kysyntä voi tulla esimerkiksi Eläkeläisliitosta. Kun palvelu on saatu käyttöön ja asiakaskokemuksia kertyy, tulee varmistaa myös tulevat asiakkaat esimerkiksi nykyisten asiakkaiden kokemusten jakamisella omissa ryhmissään, tai luvan antaneiden osalta palautteiden referenssi käytöllä myynnin tukena. (Apunen 2020, 85.)

Asiakkaan näkökulmasta yritys yksinkertaisuudessaan myy erilaisia palveluita. Yrityksen näkökulmasta nämä erilaiset palvelut ovat kuitenkin kokonaisuus, eli palvelupaketti joka sisältää monta erilaista palvelua ja prosessia. Palvelujen kokonaisuus eli palvelupaketti siis pitää sisällään ydinpalvelun, joka on päätuote. Tätä ydinpalvelua voidaan pönkittää erilaisilla tukipalveluilla sekä lisäpalveluilla jotka ovat joko luomaan positiivista kuvaa yrityksen palvelujen laajuudesta, tai lisäämään palvelukokonaisuutta erilaisilla lisäoptioilla, niin ettei ydinpalvelu olisi esimerkiksi valmiiksi ylihintainen kilpailijaan nähden, koska tuotteessa on liikaa sisältöjä vakiona, eikä asiakas välttämättä tarvitse niitä, tai halua maksaa kaikista näistä. Siksi tuotteen pilkkominen ydinpalveluihin ja lisäpalveluihin on järkevää. Lisäpalvelut ovat myös oiva tapa nousta edukseen kilpailijoista, jos palvelu on hyvin kilpaillulla alalla. Tai palvelujen perusraamit ovat kaikilla hyvin samankaltaiset. Tärkeää määrittelyvaiheessa on tehdä selkeä kaavio siitä, mitä kukin näistä palveluvaihtoehdoista pitää sisällään. Koska

kyseessä on aineeton palvelutuote, on hyvä myös avata palvelun sisältö polku tuotteen mainostuksessa tarpeeksi kattavasti, että asiakas tietää mitä palvelusta saa itselleen. (Jaakkola ym. 2009, 15-19.)

3.3 Palvelun konkretisointi

Palvelun konkretisointi auttaa asiakasta ymmärtämään, mitä on ostamassa, varsinkin kun kyseessä on aineeton palvelutuote. Konkretisointia voidaan edistää useilla erilaisilla tavoilla, yksi tärkeimmistä on palvelun uskottava kerrota. Tähän vaikuttaa mm. se, kuinka henkilökunta palvelusta asiakkaille tietoa välittää. Viestinnän tulee olla selkeää, ilman turhia korupeiteita. Tämä korostuu koska kohderyhmänä ovat ikäihmiset, jolloin tekniset sanat tulee puhekaikkien ymmärtämään muotoon. Palvelusta ja sen toteutuksesta tulee olla yhteneväinen viestintä yrityksen kaikilla työntekijöillä. Palvelu tulee konkretisoida niin ulkoisesti kuin sisäisesti. Tämä tarkoittaa ennen lanseerausta selkeän, mutta lyhyen ja ytimekkään rungon tekemistä sisäiseen käyttöön jonka kaikki hallitsevat. (Jaakkola ym. 2009, 30.)

Palvelun nimen tulee tuoda palvelu selkeästi ilmi. Esimerkiksi palvelu voidaan nimetä Veikon digiapu. Palvelun markkinointia voidaan lisäksi tukea mainoskyltein sekä hyllypuhujilla. Ns. näkyvät todisteet tuotteesta on hyvä tehdä mahdollisimman selkeiksi, sisältämään tuotteen pääpointit, joihin voidaan sisällyttää lisäksi yrityksen logo sekä lupaus tuotteesta.

Asiakkaan ostoepävarmuutta voidaan myös poistaa antamalla asiakkaalle mahdollisuus tutustua jo palvelua käyttäneiden referenssi palautteisiin, jo tehtiin koontilomakkeisiin jotka ovat olleet osana palvelua tai tarjota lyhyttä esimerkiksi 10 minuutin "maistiaista" palvelusta. (Jaakkola. ym. 2009, 30-31.)

Palvelun ostamisen epävarmuutta poistaa myös selkeän lupauksen antaminen palvelusta. Aineettomassa palvelussa on hyvä tuoda heti esille mikä tekee tästä palvelusta erilaisen ja erityisen. Mikä erottaa tämän tuotteen massasta. Kun puhutaan asiantuntijapalvelusta, myydään nimenomaan asiantuntijuutta jota asiakkaalla usein ei ole. korostetaan etuja sekä selkeytetään hyötyjä. Selkeä lupaus palvelun toteutuksesta on viimeistelevä naula arkkuun. (Apunen 2020, 132.)

4 LATOMÄEN SÄHKÖLIIKE KY

Opinnäytetyön toimeksiantaja on Latomäen Sähköliike Ky. Yritys on toiminut Lapualla jo vuodesta 1946. Yritys on perheyrittys, joka toimii tällä hetkellä jo kolmannessa polvessa. Yrittäjä Sami Latomäki on toiminut yrittäjänä 1990 lopulta lähtien. Yritys on kasvattanut liiketoimintaansa viimeisen kolmen vuoden aikana hyvällä 35 %:n kasvulla. Tämä on tehty etsimällä uusia tuotteita, joissa on kasvun varaa. Yrityksen kehittämiseksi tulee palveluiden ja yrityksen kehittäminen jatkuvalla syklillä, koska ainut keino pärjätä kilpailussa markkinassa on tehdä asiat paremmin kuin kilpailija. Pitkänlinjan yrittäjäyys on vaatinut paljon ja tämän onkin opettanut yrittäjän Samin isoisa Matti ”mikään ei tuu ilman” eli mikään ei tule ilmaiseksi. (Hjelt 2022.)

Yrityksessä työskentelee sähköasentajia, kirjanpitäjä, myyjiä ja asentajia. Yritys työllistää Lapualla noin 10 henkeä, sesongin mukaan. Latomäen Sähköliike Ky tuottaa ja myy paikkakunnalla palveluita, niin sähköurakoinnin kuin kodintekniikan myynnin saralla. Sähkötekniikan puoli kuuluu Elektria-ketjun alle, kun taas kodintekniikka puoli Veikon kone-ketjuun. Veikon kone-ketju on monia kymmeniä vuosia vanha ketju, jonka on perustanut Veikko Pakarinen, hän perusti ensin Helsinkiin kahdeksan myymälää. Myöhemmin ketju laajeni maanlaajuiseksi ja palveleekin tänä päivänä noin 60 eri paikkakunnalla. Aina etelästä pohjoiseen Suomeen saakka, pohjoisin Veikon kone-ketjun liike löytyy Sodankylästä, kun taas eteläisin liike löytyy tällä hetkellä Kemiönsaaresta. Latomäen Sähköliike on yrityksenä tuttu lapualaisille ja myös monelle lähikunnista asioiville jo pitkältä ajalta, ja onkin tunnettu asiakkaiden palvelusta ja laajasta tuotevalikoimasta (Rantala 2020).

Ketjuihin kuulumisen tuo valtakunnallista näkyvyyttä niin kattomedioissa kuten radio ja sosiaalinen media. Ketju mahdollistaa yrityksen mainonnan isossa mittakaavassa, esimerkiksi viimeisimmät vuodet pyörineessä radiomainoksessa äänenä toimii näyttelijä Taneli Mäkelä. Paikallisessa tekemisessä yritys tunnetaan paikallisena urheilun tukijana, ja yrityksen logoa näkyekin monissa pelipaidoissa sekä yksilöurheilijoiden tukijana. Lapua on yrittäjän Sami Latomäen mielestä juuri sopivan kokoinen kaupunki toimia, sillä Lapualla ihmiset ovat helposti tavoitettavissa. Pienissä kaupungeissa yrittäjä korostaa pienen

paikkakunnan me-henkisyyttä. Me-hengen vuoksi myös yrittäjä itse haluaa tukea paikallista urheilua ja toimintaa. Pienen kivijalkamyymälän kilpailuvaltti onkin se, että jopa isommatkin kodinkoneet voi ostaja saada mukaansa heti tai seuraavana päivänä. Verkkokaupan merkittävyys näkyy myös pienessä liikkeessä, verkkokauppa on kuin yrityksen näyteikkuna ja se helpottaa saatavuutta, löydettävyyttä ja se on avoinna ympärivuorokauden (Vainionpää 2021).

Latomäen Sähköliike Ky on paikallisen luotettavuuden lisäksi saanut valtakunnallista arvostusta, sillä se on palkittu Veikon Kone-ketjussa muun muassa Veikko-palkinnolla vuonna 2019, vuoden Veikon koneeksi. Palkinnon saamisen perusteina on muun muassa myynnin kehitys, palvelutuotteiden myynti, toiminnan sekä asiakkaiden palautteet. Veikon Kone ketjuun kuului vuonna 2019 noin 58 myymälää, joista pieni Lapuan myymälä sijoittui kymmenen parhaiten myyneen myymälän joukkoon. Yrittäjän mukaan historia on takanapäin, ja uusia oivalluksia tulee tehdä, että pysytään muiden vauhdissa mukana. Entinen menestyminen ei takaa helppoa tulevaisuutta. (Hjelt 2022; Rantala 2020.)

Päivittäisessä tekemisessä digitaaliset laitteet ja niiden ongelmat nousevat asiakkaiden kanssa esiin käytännössä joka päivä tilaajayrityksessä. Ihmiset tarvitsevat syvällisempää opastusta ja ohjausta laitteidensa kanssa. Tästä syystä tilannetta haluttiin kartoittaa opinnäytetyön avulla, tutkimalla nykyisten asiakkaiden digiosaamisen tasoa ja miten asiakkaita pystyttäisiin auttamaan jatkossa paremmin.

Yritys tarjoaa tällä hetkellä digilaitteiden ympärillä suppeampia palveluita jotka liittyvät lähinnä uuden laitteen yhteydessä tehtävään tiedonsiirtoon, tahtotilana on kuitenkin tämän opinnäytetyön kautta auttaa yritystä ja asiakkaita tuotteistamalla uusi asiantuntijapalvelu täyttämään tätä tyhjiötä. Tarkoituksena on myös korostaa asiakkaan suuntaan yrityksen palvelutarjooman laajuutta ja erikoisliikkeen roolissa erityisosaamista. Yrityksen näkökulmasta ajatuksena on luoda raamit palvelulle, jotta palvelu on helposti monistettavissa. Kun tuote on helppo toteuttaa, lisää se myös kannattavuutta sekä asiakastyytyvääsyyttä. Toiveena on saada ajansaatossa palvelu tuomaan myös uusia asiakkuuksia.

5 TUTKIMUSMENETELMÄT JA TUTKIMUSAINEISTO

Tässä luvussa käydään läpi työssä käytettyä tutkimustapaa sekä käydään tarkemmin läpi tutkimusmenetelmiä ja niiden sisältämiä tiedonkeruu menetelmiä. Tarkoituksena oli tutkia ennalta määriteltyihin tutkimuskysymyksiin laajalti vastauksia kahden eri tutkimusaineiston kautta. Tässä työssä on hyödynnetty niin määrällistä kuin laadullista tutkimusmenetelmää, jotka tukevat toisiaan. Tutkimusaineistoja kerättiin verkkokyselyn muodossa sekä haastatteluin henkilökohtaisesti asiakkaiden kanssa. Molemmat aineiston keräystavat olivat täysin anonyymejä. Haastatteluun osallistuville annettiin lisäksi tarkisteltavaksi tietosuojailmoitus (ks. liite 3).

5.1 Lähestymistapana tapaustutkimus

Tapaustutkimuksessa tarkoituksena on saada parempi ymmärrys tutkittavaan asiaan ihmisten kautta, jotka ovat tutkimuksen kohteena. Kiinnostus kohdehenkilöitä kohtaan on hyvä tapa saada tapaustutkimukseen uusia ulottuvuuksia, kun saadaan selville heidän aitoja mieltymyksiään, kokemuksia, ajatuksia. Miten kukin näistä asioista kullekin ihmiselle merkitsee, liittyen tutkimuksen kohteena olevaan aiheeseen avautuu keskustelemalla ihmisten kanssa. Näiden asioiden selvittämisen tuoksi on useita erilaisia menetelmiä, helpottamaan tutkijan työmäärää. (Puusa ym. 2020, luku: Johdanto.)

Tapaustutkimus on toimintastrategia, joka Puusa ym. (2020, 13) mukaan on yleensä laadullinen tutkimus, mutta sitä tukemaan voidaan ottaa määrällinen tutkimus avaamaan asiaa lukujen valossa. Usein esimerkiksi kyselytutkimuksen kautta, joka palvelee tapaustutkimusta mm. kysymysten muotoilussa. Eri tietolähteiden kerääminen, yhdistely sekä analysointi on tapaustutkimuksen pääajatus. Myös aikajana jolla tapausta tai asiaa tutkitaan, on määritetty etukäteen.

Tapaustutkimuksessa haetaan hyvin yksityiskohtaista tietoa rajatusta tapauksesta, kuten tietty ongelma organisaatiossa. Tietoa haetaan useilla erilaisilla menetelmillä, tutkittavan asian luonnollisessa ympäristössä ja tilanteissa. Tiedonkeruun tulee siis olla ns. luonnollista, osa normaalia arkea. Tarkoituksena tapaustutkimuksella on kuvailla erilaisia ilmiöitä avaavasti (Hirsjärvi ym. 2007, 130-131).

Tapaustutkimus valikoitui tutkimusstrategiaksi tutkittavan aiheen luonteen vuoksi; yrityksellä on ongelma, asiakkaat kaipaavat apua älylaitteiden kanssa. Tätä ongelmaa haluttiin lähteä purkamaan tarkemmin asiakkaiden kanssa. Jotta ongelmaa pystyttäisiin ymmärtämään tarkemmin, haluttiin käydä läpi nykyisten asiakkaiden tämänhetkistä osaamistasoa kyselyn muodossa. Lisäksi havainnoimalla sekä haastatteleamalla asiakkaita. Tutkimuksen taustalla ovat työn tutkimusongelmat: Minkälaisille asiantuntijapalveluille on eniten kysyntää ja minkälaiden digitaalisten palveluiden kanssa asiakkaat kokevat tarvitsevänsä eniten osaamiseen kehittämistä? Miten tuotteistetaan digitaalinen asiantuntijapalvelu asiakaslähtöisesti? Kuinka huomioidaan ikäihmiset koulutuksen suunnitteluvaiheessa? Tapaustutkimus tutkimusstrategiana palvelee parhaiten tätä tutkimusta ongelman kuvailussa sekä käytäntöön muuttamisessa.

5.2 Määrällinen tutkimus, kysely, toteutus ja analysointi

Tutkimusmenetelminä tässä työssä käytetään niin kvantitatiivista kuin kvalitatiivista menetelmää. Hirsjärvi ym. (2007, 132) Kvantitatiivinen ja kvalitatiivinen tutkimus eli määrällinen ja laadullinen tutkimusmenetelmä ovat tieteellisiä tutkimusmenetelmiä, joilla kuvataan tutkittavaa asiaa. Nämä tutkimustavat myös täydentävät usein toisiaan, eivätkä suinkaan sulje toista pois.

Määrällinen tutkimus katsoo tutkittavaa asiaa usein lukujen perusteella, jolloin on tärkeää, että aineistoa kerätään tavalla jota on mahdollista kerätä numeerisesti. Yleistä on myös ennalta määritellyt suunnitelmat otannan sekä koehenkilöiden määrittelyiden suhteen. Näistä saadaan ns. perusjoukko tutkimukselle, josta otetaan myöhemmin otos. Määrälliselle tutkimukselle luontaista on tuloksien selkeä graafinen esitys, esimerkiksi prosentuaalinen pilarinäkyvä. (Hirsjärvi ym. 2007, 136.)

Määrällinen tutkimus soveltuu tähän työhön, koska haluttiin saada paljon tietoa suurelta vastaajamäärältä joka on mahdollista muuntaa numeeriseen muotoon helposti. Näin kyselyn tuloksia voidaan verrata ja muuntaa helpommin ymmärrettävään muotoon nopeasti.

Aineistoa hankitaan määrällisessä tutkimuksessa esimerkiksi kyselyn avulla, jossa vastausvaihtoehdot ovat valmiina. Tavoitteena on tällöin saada mahdollisimman paljon vastauksia, jolloin otanta saadaan laajaksi tutkimuksen kannalta. Kysely suunnataan ennalta määrättyiltä koehenkilöille tai rajatulle kohde-ryhmälle. Otannan tulee olla tarpeeksi kattava, ettei saatava otanta jää liian pieneksi. Kyselyn tulee vastata ainakin kysymyksiin: mikä, paljonko, missä, miksi ja kuinka usein. Tutkimuksen luotettavuutta edesauttavat seikat tulee ottaa huomioon tutkimusta suunniteltaessa ja tehtäessä. Tietoja kerätessä tulee varmistaa seuraavat asiat: kyselyn perusjoukon tulee olla selkeästi määritetty. Kysymykset vastaavat tutkimusongelmaan ja ovat ymmärrettävässä muodossa. Kyselyn tulee rakentaa niin, että mahdollisimman moni innostuu vastaamaan myös siihen. (Heikkilä 2014, 8,11,14.)

Kyselyä suunniteltaessa tärkeää on miettiä mitä pitää kysyä. Kysymysten tulee olla sellaisia, että ne ovat konkreettisia, mitattava asioita. Tärkeintä on saada paljon vastauksia, jotka on helppo muuntaa numeeriseen ja selkeästi esitettävään muotoon. Kysymysten asettelu tulee olla sellainen, että kaikki vastaajat ymmärtävät mitä kysytään. (Vilkkä 2021, luku: Määrällinen tutkimusmenetelmä käytännössä.)

Opinnäytetyössä ensimmäisenä aineistonkeruumenetelmänä toteutettiin kyselytutkimus Latomäen Sähköliikkeen nykyisille asiakkaille, jotka ovat ikääntyviä, eli yli 60-vuotiaita. Kyselytutkimuksen tarkoituksena oli selvittää asiakkaiden digiosaamista ja kehityksen tarpeita. Millä osa-alueilla he tarvitsisivat apua, minkälaista apua, miten ja paljonko asiakas olisi valmis mahdollisesta opetuksesta maksamaan. Määrälliseen lähestymistapaan päädyttiin koska, koettiin sillä saatavan helpoiten mahdollisimman paljon vastauksia.

Tutkimus toteutettiin Microsoft Forms alustalla verkkokyselynä. Kysymykset ovat standardoidulla pohjalla ja sisältää vain strukturoituja eli suljettuja kysymyksiä. Kyselyssä ei kerätty mitään yksilöiviä henkilötietoja vaan se oli täysin anonymi. Kyselyllä haettiin vastauksia tutkimusongelmiin: Minkälaisille asiantuntijapalveluille on eniten kysyntää ja minkälaiden digitaalisten palveluiden kanssa asiakkaat kokevat tarvitsevansa eniten osaamiseen kehittämistä? Miten tuotteistetaan digitaalinen asiantuntijapalvelu asiakaslähtöisesti? Kuinka huomioidaan ikäihmiset koulutuksen suunnitteluvaiheessa?

Microsoft Forms alusta on internetsivu pohjainen kysely alusta, joka toimii kaikilla internet selaimella varustetuilla laitteilla. Kyselyn kieli oli suomi. Kyselyn perusjoukko on yrityksen nykyiset asiakkaat, mutta kysely on rajattu yli 60-vuotiaille, Suomea puhuville yrityksen nykyisille asiakkaille, jotta otanta saadaan mahdollisimman suureksi mutta rajatuksi aiheeseen.

Kyselytutkimus toteutettiin myymälässä verkkokyselynä, 17.4 – 28.4 välisenä aikana. Kyselyyn osallistuminen oli täysin vapaaehtoista ja anonyymiä. Anonymistia kyselyä puolsi myös (Hirsjärvi & Hurme 2022, luku: 3.2). se, etteivät ihmiset kovin herkästi halua antaa omia henkilötietojaan erilaisiin kyselyihin. Ihmisten tietoisuus omista tiedoista on kasvanut, joka on toisaalta hyvä.

Toteutus tavaksi valikoitui myymälään sijoitettavat tablet-tietokoneet joihin asiakkaat voivat itsenäisesti vastata. Tarvittaessa myyjät avustivat asiakasta tabletin käytössä. Kyselyyn voi vastata kuka vain myymälässä asioivista yli 60-vuotiaista henkilöistä. Myymälästä tabletin vierestä löytyi myös saateteksti (ks. liite 1), joka kertoi, miksi näitä tietoja kerätään ja mihin tarkoitukseen. Saatetekstissä kerrottiin myös tiedonkeräyksen olevan osa opinnäytetyötä.

Asiakkailta kerätään tietoa heidän digitaalisista taidoista, kehittämistä vaativista taidoista ym. Verkkokyselylomake ja määrällinen tutkimustapa oli sopivin tähän tiedonkeruun vaiheeseen, koska halutaan saada mahdollisimman paljon vastauksia, jotka on helposti muutettavissa numeroiksi ja siitä selkeiksi kuvajiksi. Määrälliselle tutkimukselle myös ominaisiin kysymyksiin Mikä, missä ja paljonko tulee vastaus parhaiten verkkokyselyn lomassa kuin itsestään (Heikkilä 2014, 7).

Todella moni asiakkaista jotka vastasivat kyselyyn, olivat tavallaan myymälässä juuri saman aihealueen syystä; puhelin oli jumissa, puhelinta piti päivittää tai muuta digitaalisen laitteen häiriötä piti selvitellä. Tämän kaltaisia ongelmia ihmisillä oli melkoisesti kyselyn aukioloaikana. Osa vastaajista kertoi tulleensa vastaamaan, kun oli kuullut tuttavalta tällaisesta kyselystä. Yrityksen markkinoinnissa ei tuotu esille kyselyä millään tavoin, koska halusimme mahdollisimman paljon vastauksia ihmisiltä jotka käyttävät palveluita muutenkin.

Kyselyyn saatiin 102 vastausta. Asiakkaiden kommentit liittyen kyselyyn olivat myös mielenkiintoisia, monia kiinnosti palvelut joita kysymyksissä tuotiin esiin.

Kyselyaineiston analyysi aloitetaan heti kyselytutkimuksen loputtua. Tulokset muutettiin Excel taulukoiksi joista ne muutettiin selkeämpiin graafisiin muotoihin. Näitä graafeja päästään tutkimaan heti kyselyn loputtua. Aineiston tutkimisen aloittaminen on hyvä aloittaa heti tutkimuksen loputtua, koska silloin aineisto on tuoretta ja inspiroi parhaiten tutkijaa, kun asiat ovat tuoreeltaan muistissa ja aineistosta saa luotua selkeää tekstiä. Analyysitapana tässä tutkimuksessa toimii selittävä lähetysmistapa. Saadusta aineistosta tutkitaan selittäviä tekijöitä haettuihin tutkimuskysymyksiin; Minkälaisille asiantuntijapalveluille on eniten kysyntää ja minkälaisen digitaalisten palveluiden kanssa asiakkaat kokevat tarvitsevansa eniten osaamiseen kehittämistä? Miten tuotteistetaan digitaalinen asiantuntijapalvelu asiakaslähtöisesti? Kuinka huomioidaan ikäihmiset koulutuksen suunnitteluvaiheessa? Selittävä analyysi avaa tutkimuksen tuloksia näihin kysymyksiin vastaavalla tavalla. Mitä ikinä asiakkaat vastasivat kysymyksiin. (Hirsjärvi ym. 2007, 218-219.)

Itse analyysin tuottamisvaiheessa on hyvä kiinnittää huomiota analyysin selkeään kirjoitusasuun sekä helppolukuisuuteen. Analyysin tulee olla sellaista, että sitä ymmärtää myös ihminen joka ei ole perehtynyt aiheeseen aikaisemmin. Analyysiin on hyvä selkeyden vuoksi yhdistää niin selittävää tekstiä, kuin myös esimerkiksi kuvaavia diagrammeja asiaan liittyen. Analysoitaessa käydään läpi niin eniten kannatusta saaneet kuin vähitenkin, kun nämä faktat on käyty läpi, voidaan tuloksista vetää johtopäätöksiä, jos siihen on mahdollisuus. (Heikkilä 2014, 89.)

5.3 Laadullinen tutkimus ja haastattelu

Laadullisen tutkimuksen tarkoitus on ymmärtää tutkittavan aiheen erilaisia ilmiöitä tutkimukseen osallistuvien asiakkaiden näkökulmasta. Tässä tutkimustavassa halutaan kuulla ihmisten omin sanoin heidän kokemuksistaan, tuntemuksista, miltä heistä tutkittava aihe tuntuu ja mitä se heissä herättää.

Aineiston hankintamenetelmänä toimii useimmiten haastattelu. Laadullisen tutkimuksen tarkoitus ei ole kerätä mahdollisimman paljoa aineistoa, vaan tärkeämpää on aineiston laatu. Jotta aineisto olisi uskottavaa, tulee haastattelut myös tallentaa ja myöhemmin litteroida. Haastatteliija pääsee kysymysten

kautta haastateltavien omaan subjektiiviseen maailmaan kiinni paremmin kuin paperilla täytettävään kyllä – ei vastaukseen. Koska kysely on vuorovaikutteista keskustelua, tulee haastattelijan muistaa pysyä myös neutraalina kysymyksissä ja olla johdattelematta asiaan liittyen. Haastattelu on joustava, interaktiivinen tapa kerätä aineistoa joka muotoutuu moneen ja on siksi hyvin käytetty tapa (Puusa ym. 2020, luku: Johdanto, 6).

Teemahaastattelu eli puolistrukturoitu haastattelu on menetelmänä hyvin suoriivainen ja eroaa muista menetelmistä kuten strukturoidusta haastattelusta siinä, että kysymykset voi haastateltava määrittää itse, eikä niitä ole ennalta annettu. Etukäteen on päätetty haastattelun teemat joita käsitellään, mutta itse haastattelutilanne elää haastattelun edetessä. Teemahaastattelun tarkoitus on saada haastateltava avautumaan keskustelussa, saamaan mahdollisimman paljon haastateltavasta irti, hänen omin sanoin. (Saaranen-Kauppinen & Puusniekka 2006.)

Laadullinen tutkimus ja teemahaastattelu sopii parhaiten tähän osioon, koska tutkimuksen kysymyksiin halutaan saada lisää syvyyttä. Haastatteleamalla ihmisiä voidaan myös samalla kiinnittää huomiota heidän eleisiin ja kehonkielen havainnoimalla (Hirsjärvi ym. 2007, 131-133). Haastateltavien ihmisten määrä on myös rajattu reilusti pienemmäksi kuin lomakekyselyssä, tavoitteena saada noin 5-10 asiakasta vastaamaan haastatteluun. Haastateltavia yhdistää teemahaastattelulle ominainen osa; kaikki haastateltavat jakavat haastateltavasta asiasta saman taustan ja kokemuksen. Ongelmat digitaalisten laitteiden kanssa (Hirsjärvi & Hurme 2022, luku: 4.2.3).

Haastattelu on menetelmänä hyvin muunneltavissa ja on täten joustava, siksi se soveltuu hyvin monenlaisiin tutkimuksiin. Haastattelun lomassa on myös mahdollista tehdä ei sanallista havainnointia, joka paljastaa haastateltavien todellisia ajatuksia ja auttaa ymmärtämään vastauksia vielä paremmin. (Hirsjärvi & Hurme 2022, luku: 3.3.)

Teemahaastattelu soveltuu parhaiten tilanteisiin joissa aihealueet ja teemat ovat kaikille osallistujille samoja, mutta kysymysten esitysjärjestys on vapaa-
muotoista, vastausmahdollisuudet ovat avoimia ja pohjautuvat keskusteluun.

Haastattelijan tehtävänä on ohjata keskustelua, ja varmistaa aiheissa pysymisen. (Vilkkä 2021, Tutkimushaastattelun muodot.)

Haastattelu on hyvä varsinkin silloin kun ei ole varmuutta minkälaisia vastauksia voidaan saada. Haastattelulla saadaan varmistettua myös se, etteivät vastaukset jää liian pintapuolisiksi, laadukkaalla kysymyksien pohdinnalla ja asetelulla saadaan haastateltavista paljon enemmän irti. Aihe voi myös olla sellainen josta on jo olemassa tietoa, mutta tietoa halutaan tarkentaa ja saada ns. pintaa syvemmältä keskustelua aiheesta. (Hirsjärvi & Hurme 2022, luku: 3.1.)

Kysymyksien tulee olla järkevästi sanoitettavissa, helposti ymmärrettäviä ja sellaisia että ne on ylipäänsä helppo lausua (Hirsjärvi & Hurme 2022, luku 4.2). Selkeyttä pystytään varmistaa sanatonta viestintää seuraamalla esimerkiksi seuraavilta osa-alueilta: Katsooko haastateltava silmiin? Joutuuko hän pitämään taukoja vastauksien välissä? Minkälaisia ilmeitä hän tekee? Seuraamalla haastateltavaa pystytään esittämään tarkentavia kysymyksiä, sekä varmistamaan yhteinen ymmärrys keskustelusta. Esimerkiksi jos haastattelija ei ymmärrä mitä haastateltava juuri kertoi. (Vilkkä 2021, Haastattelun metodisista ominaisuuksista.)

On kuitenkin tärkeää löytää jo suunnitteluvaiheessa tehdä selväksi mitä haastattelulla pyritään saada selville? Haetaanko kysymyksillä tosiasiallisia faktoja vai haastateltavan arvoihin liittyviä asioita? Haastattelija voi helposti ohjata tarkennuskysymyksillä vastauksen ”oikeaan” suuntaan omaan mielipiteeseen tai muuten vain haluttuun suuntaan. Tästä syystä onkin tiedostettava ristiriidan mahdollisuus ja pidettävä se tarkasti erillään kysymyksien runkoja mietittäessä. (Hirsjärvi & Hurme 2022, luku: 5.5.)

Kun haastattelun kohteena ovat ikäihmiset, tulee haastattelussa ottaa huomioon heidät ja toisaalta olla huomioimatta erityisesti. Yleisesti nuoremmat ihmiset pakkaavat omaamaan tiettyjä stereotyyppioita liittyen ikäänntyviin ihmisiin; He eivät välttämättä ymmärrä, eivät kuule hyvin yms. (Hirsjärvi & Hurme 2022, luku 6.5.2). Tämä saattaa joskus pitää paikkansa, mutta yleensä vanhemmat ihmiset kuulevat hyvin, ja jos ovat huono kuuloisia haastattelu pitää rakentaa sillä tavalla joka tukee yhteistä onnistumista. Esimerkiksi tila pitää olla rauhalli-

nen, haastattelu on hyvä pitää kasvokkain jne. Tärkeintä on, ettei jätetä kysymättä tai korosteta turhaan asioita ennakkoluulojen vuoksi, vaikka ihminen on vanha, voi haastateltavalla olla paljon sellaista annettavaa mitä nuorempi ei ole koskaan ajatellutkaan. (Hyvärinen ym. 2017, luku: 14.)

Haastattelua suunniteltaessa on jo hyvä ottaa huomioon eteneminen kysymyksissä laajoista kysymyksistä, pienempiin rajatumpiin ja täsmällisempiin kysymyksiin. Tätä kutsutaan ns. suppilotekniikaksi. Tämän tekniikan avulla saadaan syvennettyä haastattelussa paremmin aiheen vastauksiin. Teemahaastattelussa kysymyksiä itsessään ei ole ennalta tarkasti määritelty, mutta kysymysmuoto on aina avoin kysymys, jolloin haastateltava pystyy vastamaan mahdollisimman avoimesti. Kysymykset voidaan perusluonteeltaan jakaa kolmeen Rubin ja Rubin mukaan: Pääkysymyksiin jotka ovat haastattelun perusta, tarkentaviin kysymyksiin joilla voidaan saada haastateltavasta lisää tietoja aiheesta, sekä rohkaista avautumaan lisää. Sekä kolmantena jatkokysymykset joilla on mahdollista saada täysin uusia näkökulmia. (Hirsjärvi & Hurme 2022, luku: 6.4.3.)

Kysymystyyppejä haastattelun edetessä voi käyttää monia erilaisia eri tilanteiden mukaan. Avauskysymyksillä saadaan kohde avaamaan asiaa mahdollisimman spontaanisti omasta näkökulmastaan. Jatkokysymyksillä haetaan esimerkiksi sinnikkyydellä haastateltavasta enemmän. Lisäkysymyksillä saadaan tarkennettua vastauksen tiettyyn kohtaan lisää syvyyttä. Tarkentavilla kysymyksillä haastattelija voi heittää pallon vastaajalle kysymällä esim. Mitä teit siinä hetkessä? Suorilla kysymyksillä voidaan esittää kaunistelematon kysymys aiheesta, sen jälkeen, kun vastaaja on tuottanut jo spontaanin vastauksensa aiheeseen. Organisoivilla kysymyksillä pidetään keskustelu aiheessa. Tulkitsevat kysymykset yksinkertaisimmillaan vain vastauksen heittämistä uudelleen hieman uudelleen muotoiltuna. Hiljaisuus: Anna haastateltavalle aikaa. (Hirsjärvi & Hurme 2022, 6.4.3.) Psykofyysinen hidastuminen korostuu mitä vanhempien ihmisten kanssa ollaan tekemisissä, jolloin vastauksen työstöaikaa tarvitaan enemmän (Hyvärinen ym. 2017, luku: 14).

Haastattelun paikka tulee olla rauhallinen ja hiljainen paikka, jolloin itse asiaan voidaan keskittyä aidosti (Hyvärinen ym. 2017, luku: 14). Tallennusvälineenä

on suositeltavaa käyttää ääni tai videonauhuria, jotta keskustelu olisi luontevaa ilman turhia katkoksia esimerkiksi haastattelijan kirjoittamisen vuoksi (Hirsjärvi & Hurme 2022, 6.3.1). Haastattelusta voidaan tehdä pieniä muistiinpanoja haastateltavan eleistä ja käytöksestä, niin ettei se häiritse haastattelun etenemistä (Vilka 2021, Luku 5: Havainnoinnin järjestelmällisyys).

5.4 Haastattelun toteutus

Kyselystä saatujen tulosten perusteella asiakkaille suunniteltiin ja kehitettiin uusi palvelutuote, jonka käyttämisestä haluttiin saada kokemuksia ja tietoa haastatteleamalla palvelua käyttäneitä asiakkaita. Palvelua käyttäneitä asiakkaita haastatellaan kvalitatiivisella teemahaastattelumenetelmällä, josta saadaan lopullisia näkökulmia asiakkailta ja mahdollisia kehitysehdotuksia. Haastattelu kysymyksien on tarkoitus vastata kysymyksiin; miksi, miten ja millainen. Haastattelujen kysymykset muovautuivat tutkimusongelmien mukaan: Minkälaisille asiantuntijapalveluille on eniten kysyntää ja minkälaisen digitaalisten palveluiden kanssa asiakkaat kokevat tarvitsevansa eniten osaamiseen kehittämistä? Miten tuotteistetaan digitaalinen asiantuntijapalvelu asiakaslähtöisesti? Kuinka huomioidaan ikäihmiset koulutuksen suunnitteluvaiheessa? Sekä jo saatujen määrällisen kyselyn vastausten lopputuloksien perusteella. Haastattelujen teemoina toimivat seuraavat: Eritystarpeiden huomioiminen, oma osaamis- ja innostustaso, laitteiden käyttömahdollisuudet.

Laadullisen tutkimuksen avulla haluttiin saada tarkempaa ja syväluotaavaa tietoa tutkimukseen valituilta asiakkaiden mielipiteistä, ajatuksista, odotuksista sekä mieltymyksistä. Kyselystä saatuja tietoja haluttiin tarkentaa rajatulta kohdejoukolta, jotka olivat palvelua jo käyttäneet. Näin saatiin ensikäden tietoa siitä, kuinka tuotteistus oli käyttäjien itsensä mielestä onnistunut.

Teemahaastattelun teemoja ovat; eritystarpeiden huomioiminen, oma osaamis- ja innostustaso ja laitteiden käyttömahdollisuudet ja opastuksen sisältö (ks. liite 4) Haastatteluiden avulla oli tarkoitus saada huomattavasti syvällisempi yhteys asiakkaan kanssa, ja saada tätä kautta heiltä tietoa siitä, miten he oikeasti kokevat haastattelujen teemoina toimivat asiat. Näin pyritään saa-

maan mahdollisimman aitoja ja syvällisiä vastauksia aiheesta. Teemahaastattelun parhaat puolet tulevat tässä esiin, koska tiettyä pakottavaa raamia jota tulee seurata ei ole, vaan keskustelu etenee omalla painollaan.

Haastattelut järjestettiin myymälätiloissa, kaupan oltua jo suljettu muilta asiakailta rauhallisuuden takaamiseksi. Haastatteluissa oli käytössä älypuhelimien nauhuri sekä muistiinpanovälineet haastateltavan käyttäytymiseen liittyvään seurantaan. Haastattelu tapahtui työpöydän äärellä, vastakkain haastateltavan kanssa. Tämä osoittautui hyväksi tavaksi koehaastattelussa, koska näin ole helppoa pitää katsekontaktia, sekä seurata haastateltavan elekieltä ja liikkeitä. Haastatteluihin valikoitui kuusi ensimmäistä asiakasta jotka osallistuivat palvelun käyttöön. haastattelut pidettiin kesäkuun alussa, 1-9.6.2023 aikavälillä. Kaikki kuusi haastattelua pidettiin ennalta sovittuina ajankohtina. Itse haastattelut kestivät 30 – 70 minuuttia. Osallistuvien ikähaarukka oli 68-84 vuotta. Anonymiteetin säilyttämiseksi haastateltavista ei kerrota enempää.

Haastateltaville annettiin ensimmäisenä tietosuojalomake katsottavaksi, jossa käydään läpi tietosuojaan liittyvät asiat (ks. liite 3) Tietosuojalomakkeessa käydään läpi mihin tarkoituksiin tietoja heistä kerätään, kauanko niitä säilytetään sekä kenellä niihin on pääsy. Kaikki haastatteluihin osallistuneet hyväksyivät tietosuojalomakkeen sisältämät tiedot.

5.5 Haastatteluaineiston analysointi

Haastattelujen purkaminen aloitetaan haastattelujen litteroinnilla eli selkokielellä äänen ja tai videon muuttaminen tekstimuotoon. Litteroinnissa on tärkeää oikeellisuus, koska siitä materiaalisti, lähdetään keräämään tarkempaa analyysia. Litteroinnissa on tärkeää ottaa huomioon tilanteeseen ja tutkimuskysymykselle olennaiset asiat. Esimerkiksi onko ihmisen ilmeet, huokaukset ym. tärkeitä asialle? Jos ovat, niiden kohdat tulee erikseen nostaa litteroinnissa esiin. Ei pidä kuitenkaan yli-litteroida tekstiä, koska silloin tekstistä tulee vaikeaselkoista (Hyvärinen ym. 2017, luku: IV).

Laadullisen aineiston analyysi on tietynlaista lankojen yhdistelyä, jossa parhaat hoksottimet omaava pystyy yhdistämään kokonaisuudessa esiintyviä yksityiskohtia helposti kokonaiskuvan piirtämiseen ja lopuksi tarinan paketoimiseen (Pusa & Juuti 2020, luku: IV).

Kuten asiakkaille myös tietosuojaselosteessa kerrottiin, kerättyjä nauhoitteita heidän haastatteluista säilytetään kuukausi tämän opinnäytetyön julkaisemisesta. Kaikki haastattelu nauhoitteet on myös nimetty anonymisti säilytyksen ajan, eikä muilla ole niihin pääsyä. (Hyvärinen ym. 2017, luku: 20.)

Aineiston analysointi aloitettiin litteroinnilla heti viimeisen haastattelun päätyttyä. Litteroinnissa tärkeässä roolissa oli saada ihmisten vastaukset mahdollisimman tarkasti äänestä tekstiksi, sekä ottaa huomioon erilliset muistiinpanot äänenpainoista ja käyttäytymisestä vastauksien aikana.

Tässä litteroinnissa käytettiin sanatarkkaa litterointia, tästä syystä ennen litteroinnin aloitusta äänite kuunneltiin vielä kertaalleen läpi, jotta saatiin palautettua mieleen asiat joita keskustelussa läpikäytiin. Heti tämän jälkeen aloitettiin äänitteen purkaminen Word tiedostoon tekstimuodossa. Kun kaikki haastattelut oli saatu muutettua tekstimuotoon, aloitettiin värikoodeilla samankaltaisten teemojen mukaisien vastauksien merkitseminen. Ajoittain tämä vaati useita lukukertoja, että kaikki saatiin merkattua. Kokonaisuudessaan litterointi vei aikaa huomattavasti enemmän kuin oli ajateltu, mutta se myös auttoi luomaan selkeän kokonaisuuden käsillä olevasta aineistosta.

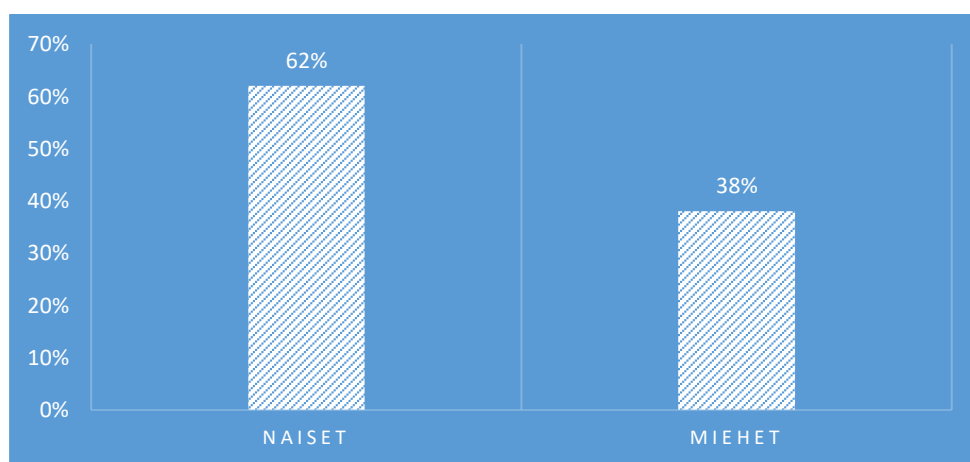
6 TULOKSET

Tässä luvussa käydään läpi tutkimuksien tuloksia sekä tuloksien myötä tuotetettua palvelua sekä sen sisältöä. Kyselyllä sekä haastattelulla saavutettiin se mitä tutkimuskysymyksissä lähdettiin hakemaan. Vastauksia saatiin hyvin molempiin keräystapoihin, joten syvyyttä ja varmuutta asioiden todellisuudesta tuli riittävästi.

6.1 Verkkokyselylomakkeen tulokset

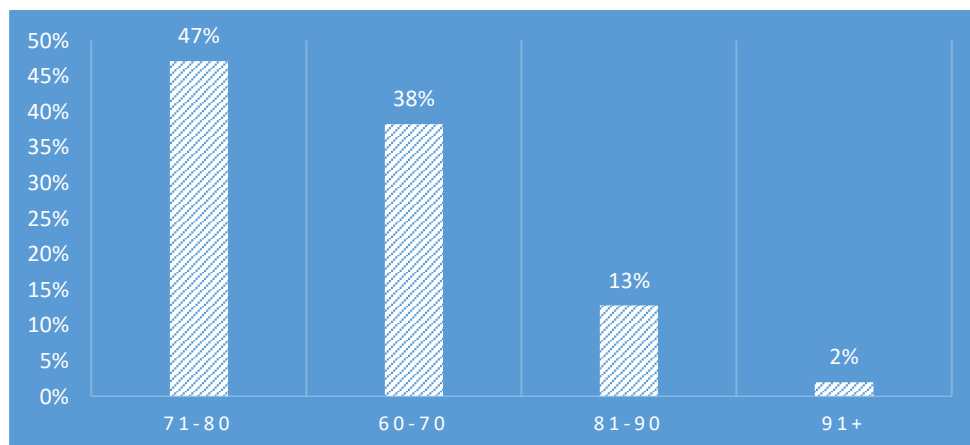
Verkkokyselyyn vastasi yhteensä 102 ihmistä. Kyselyyn ollessa auki myymälässä asioi paljon ihmisiä ongelmien kanssa jotka liittyivät kysyttyihin aihealueisiin. Tämä oli hyvin positiivista kyselyn kannalta.

Ensimmäisenä kysymyksenä kysyttiin vastaajien sukupuolta. Kyselyyn vastanneista ihmisistä naisia oli selkeästi enemmän 62 % (63) Vastanneista miehiä taas oli 38 % (39) Kyselyyn vastasi eniten henkilöistä ikäluokassa 71 – 80. Heidän osuus oli kokonaisuudesta lähes puolet 47 % (48).



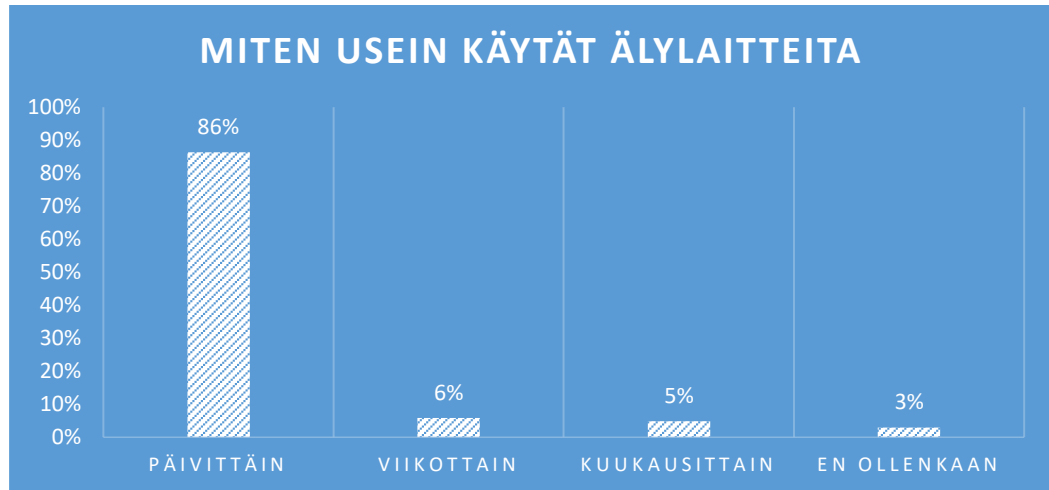
Kuva 1. Sukupuolijakauma.

Kuvista 1 & 2 voidaan nähdä sukupuoli ja ikäjakauman kokonaisuudessaan. Vastaajista hyvin pieni osuus oli yli 91+ vuotiaita. Näitä kuitenkin oli 2 % vastaajista (2).



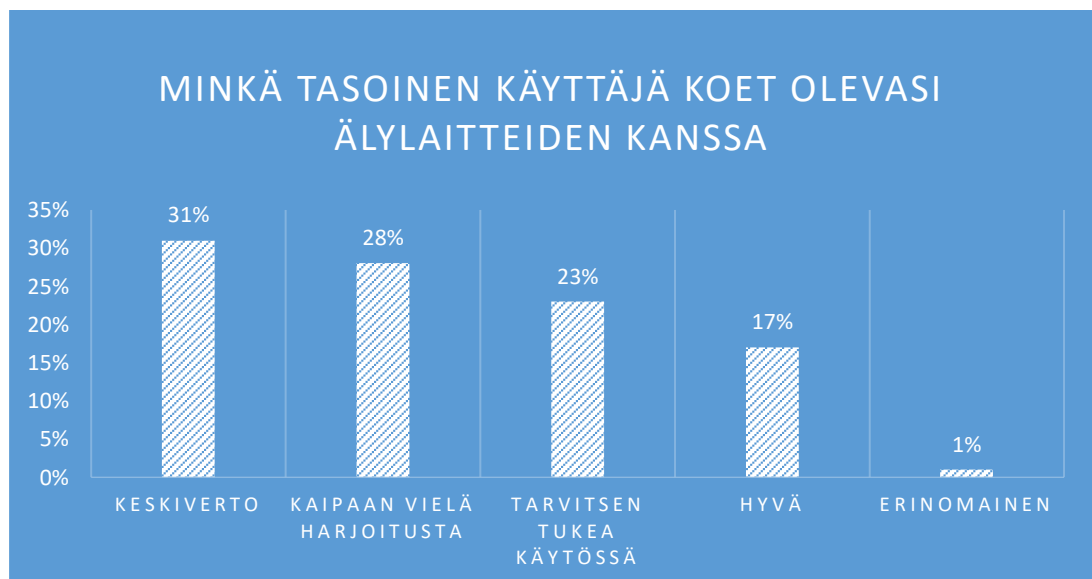
Kuva 2. Ikäjakauma vastaajien kesken

Kun kysyttiin kuinka usein käytät älylaitteita, oli jakauma hyvin selkeä. Jopa 86 % vastaajista (88) vastasi käyttävänsä älylaitteita päivittäin. Muut vaihtoehdot saivat reilusti vähemmän ääniä. Vastauksien hajonta nähtävillä kuvasta 3.



Kuva 3. Miten usein käytät älylaitteita

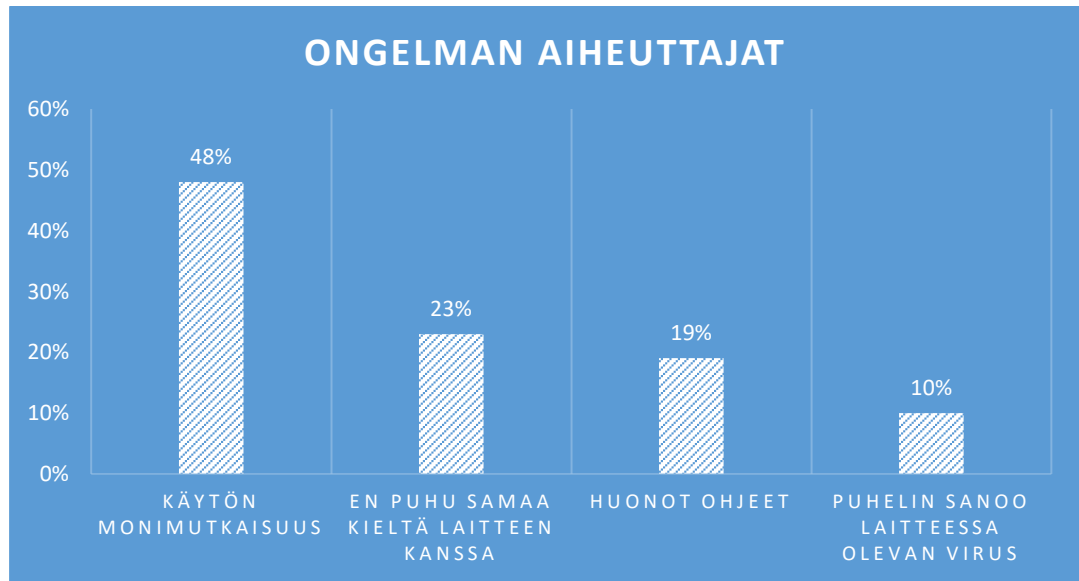
Kuva 4 avaa tarkemmin aiheena ollutta oma osaamistaso. Vastaajien kesken hajontaa vastauksien sisällä alkoi olla tässä enemmän. Eniten vastauksia sai keskiverto, 31 % (32) hyvin lähellä perässä kaipaamaan vielä harjoittelua 28 % (29). Jonka jälkeen tarvitsen tukea käytössä 23 % (23). Hyvä sai 17 % (17) Erinomaiseksi omat taidot arvioi 1 % vastaajista (1).



Kuva 4. Minkä tasoinen käyttäjä koet olevasi

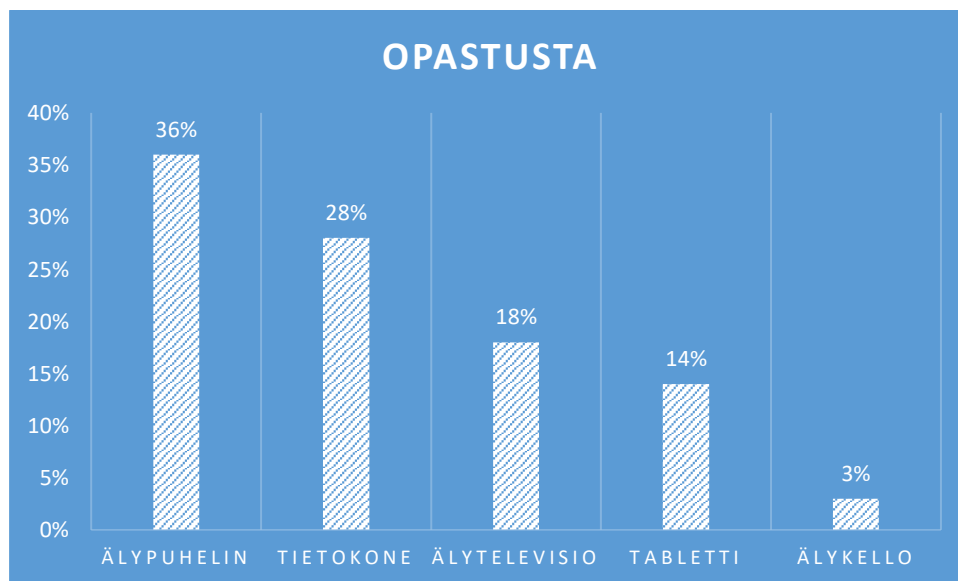
Kysyttäessä, mikä tuottaa eniten ongelmia älylaitteiden kanssa nousi ylivoimaisesti yksi vastaus muiden joukosta; käytön monimutkaisuus keräsi 48 %

(70) vastauksista. Kuva 5 avaa tarkemmin, mutta muut vastaukset olivat lähellä toisiaan 10-23 %:n otannoilla.



Kuva 5. Ongelman aiheuttajat

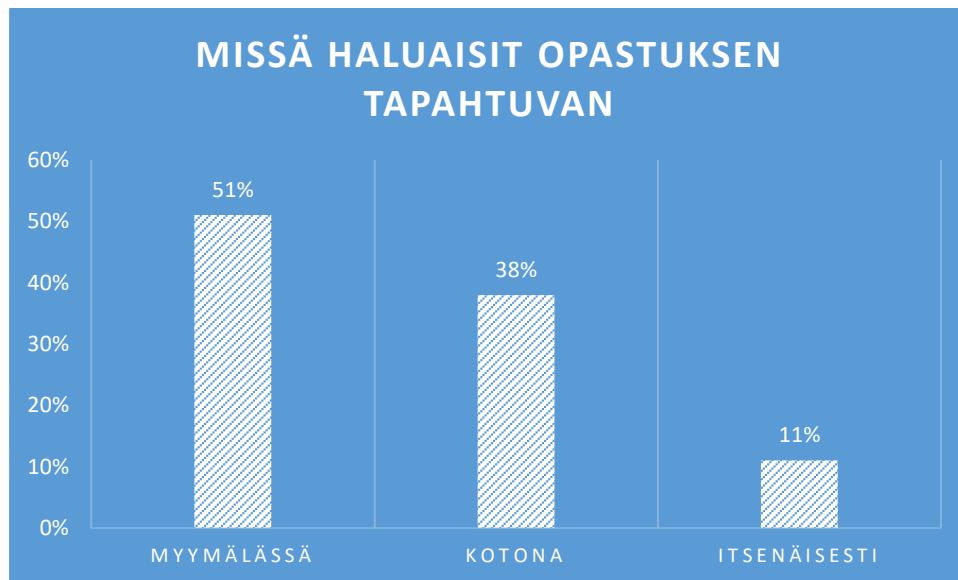
Kuvasta 6 nähdään minkä laitteen osalta kaipaat opastusta. Tuloksissa ykköspaikan otti älypuhelin 36 % (63) ja hyvänä toisena tietokone 28 % (49). Kolmanneksi nousi älytelevisio 18 % (32) ja heti perässä tabletti 14 % (25). Älykello sai vain 3 % (6) vastauksista.



Kuva 6. Opastus

Kuvasta 7 nähdään missä haluaisit opastuksen tapahtuvan edellä mainittujen aiheiden osalta: valtaosa asiakkaista 51 % (68) toivoi opastuksen tapahtuvan myymälässä. 38 % (50) toivoi opastuksen tapahtuvan kotona ja vain 11 %

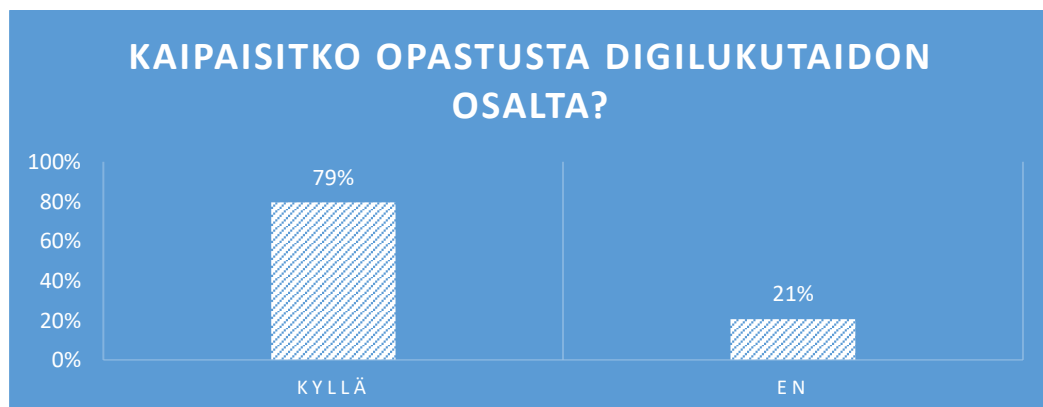
(15) itsenäisesti. Asiakkailta on siis selkeä halu avustettuun opetukseen joko myymälässä tai kotona.



Kuva 7. Missä haluaisit opastuksen tapahtuvan

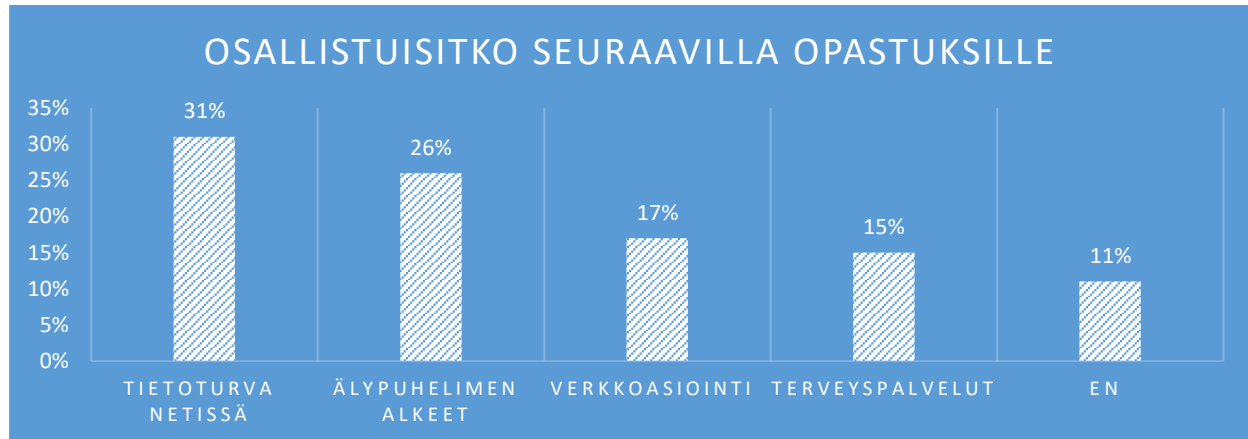
Kysymykset 8 ja 9 liittyivät vaikeisiin aiheisiin; Vaikeimmaksi aiheeksi nostettiin salasanat ja tilit eri palveluihin 37 % (70) Toiseksi vaikeimmaksi nostettiin laitteiden yleinen käyttö 26 % (49). Kysyttäessä samojen aiheiden ympärillä kiinnostuksesta opastukseen jakautuivat vastaukset paljon tasaisemmin. Halukkuutta löytyi todella tasaisesti kaikkiin osa-alueisiin, noin 25 % osuudella vaihtoehtoa kohti. Vain 11 % (20) ei halunnut osallistua yhteenkään opastukseen liittyen näihin aiheisiin.

Kuvasta 8 nähdään digilukutaidosta, jopa 79 % vastaajista (81) kaipaasi opastusta aiheeseen liittyen. 21 % (21) ei kaivannut opastusta.



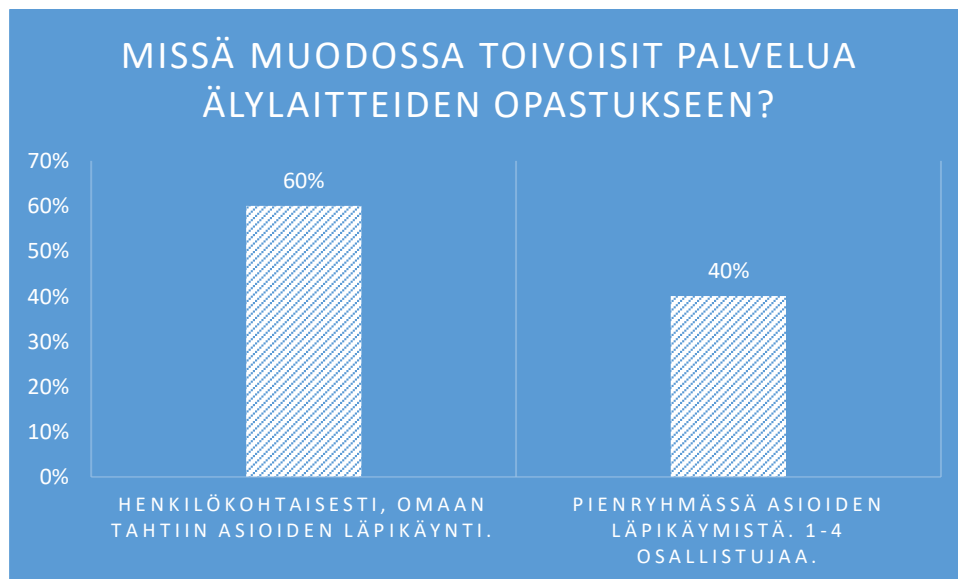
Kuva 8. Kaipaisitko opastusta digilukutaidon osalta

Kuvasta 9 nähdään kiinnostus osallistua opastuksiin eri aiheista. Näistä tietoturvakysymys nousi kärkeen selkeällä 31 % (55) vastausmäärällä.



Kuva 9. Halukkuus osallistua opastuksille

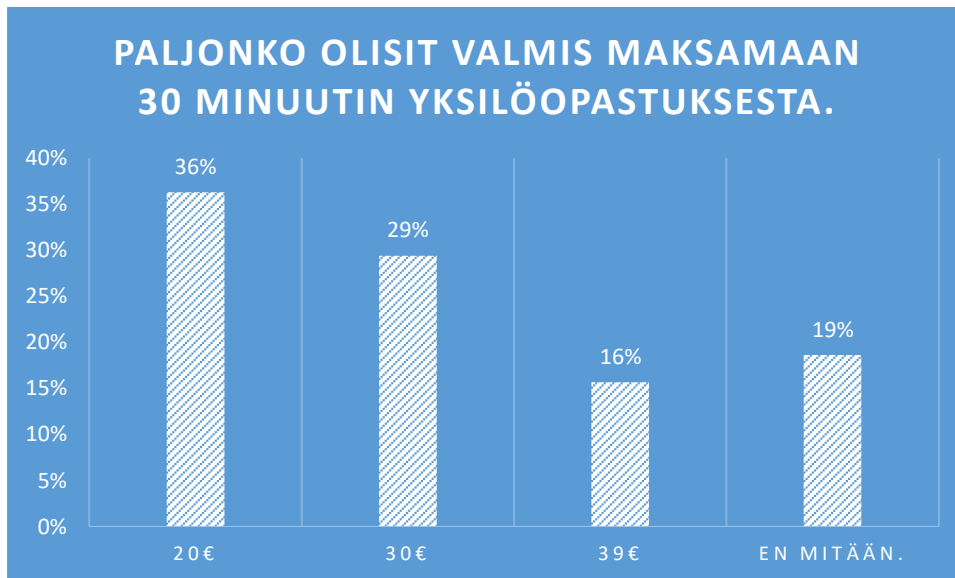
Kuvasta 10 nähdään vastanneista 60 % (70) haluavan opastuksen tapahtuvan henkilökohtaisesti, omaan tahtiin. Loput 40 % (46) vastanneista voisivat opiskella myös pienryhmässä.



Kuva 10. Henkilökohtaisesti vai ryhmässä.

Kysymyksessä 13 kartoitettiin oppimisen tukitoimia. Suosituimmaksi nousi vastanneiden kesken läpikäytyjen asioiden muistilista 49 % (64) toiseksi itse tehdyt muistiinpanot 34 % (45). Vähiten ääniä sai videomuotoinen ohje 17 % (22).

Kuvasta 11 nähdään vastanneiden jakauma maksuvalmiudesta maksamaan 30 minuutin yksilöopastuksesta vastaukset jakautuivat melko tasaisesti. Suurin osa vastanneista 36 % (37) olisi valmis maksamaan 20 €.



Kuva 11. Paljonko olisit valmis maksamaan

Kysymys 15. Kysyttäessä haluasiko asiakas kysyä pieniin ongelmiin apua pikaviestisovelluksella kuten WhatsApp oli vastaus melko selkeä. Kuva 12. Mukaisesti 72 % vastanneista (73) vastasi käyttävänsä palvelua.

Kysymys 16. Kysyttäessä valmiutta tehdä lyhyt testi älylaitteella oman osaamistason määrittämiseksi vastaukset olivat kuvan 13 mukaan 68 % vastaajista olisi valmis tekemään testin (69) kun 32 % ei tekisi testiä (33).

6.2 Haastattelujen tulokset

Tässä osiossa käydään läpi haastatteluiden litteroidun aineiston lopputuloksia. Kaikki haastattelun kohteet ovat osallistuneet myymälän tarjoamaan digiapuun ennen haastatteluun osallistumista.

Oma osaamis- ja innostustaso

Haastattelut aloitettiin elinikäisen oppimisen kysymyksestä, miten se koetaan ja kuinka kukin sen ymmärtää. Haastateltavien mielipiteet tähän olivat pitkälti samaa linjaa; on hyvä seurata uusia tuulia ja yrittää pysyä kelkassa mahdollisimman hyvin. Tietoa haetaan edelleen lehdistä lukemalla, mutta myös sähköiset nettilehdet alkavat yleistymään myös haastateltavien keskuudessa.

Haastateltavien mielestä uuden oppiminen vanhalla iällä ei ole niin mielekästä, kun motivaatio ei ole enää entisensä. *”Terävin terä on jo lähtenyt matkoihinsa uuden oppimisesta”* Myös oman kiinnostuksen kanssa oli yleisesti vaikeuksia, jos aiheet eivät olleet automaattisesti kiinnostavia *”Mitä minä näitä enää liikaa opettelen, olen jo vanha enkä jaksa koko ajan miettiä uusia asioita. Kyllä tytär ne hoitaa”* Oli kommentti, joka nousi esiin nettipankin käytöstä ja sen harjoittelusta.

Kun aiheet ovat kiinnostavia, koettiin uuden oppiminen oikein mieluisaksi. *”liitto järjesti juuri kurssin valokuvaukseen liittyen joka oli oikein kiinnostava. Se on hyvä, kun haastaa itseään, siinä pysyy vähän niin kuin terässä.”* Jos laitteista ja aiheista on tullut liian vieraita, eikä näitä ole haluttukaan opetella on näiden sisäistäminen tällä ikää hankalampaa, ja motivaation löytäminen myös. *”Ei kauheasti uusia mahdollisuuksiakaan ole oppia uusia asioita näin yli 70-vuotiaana ”*

Haastattelussa nousi uuden opetuksen osalta usein tärkeiksi omat läheiset, naapurit tai juuri Latomäen myymälä. Apua kysytään usein sieltä, mikä on lähin ja josta saa nopeimman avun. Yhteistä haastateltavilla oli se, etteivät he halunneet vaivata omia lapsiaan ja läheisiään liikaa *”tyhmillä kysymyksillä”* *”Tietokoneet ja tabletit kiinnostavat kyllä, mutta usein joudun vaivaamaan miestäni ongelmien kanssa”*

Laitteiden käyttömahdollisuudet

Uusien laitteiden ostamiseen koettiin liittyvän riski osaamisen ja opettelu osalta; *” Aivan hirveää ajatella uuden minkään laitteen hankinta, kun tietää ettei miehestä ole apua, ja pojat asuu liian kaukana ”*

Haastateltavat olivat positiivisin mielin uudesta palvelusta, ja toivoivat sen pysyvän tarjolla myös jatkossa. *”tämä digiapu on tuonut valtavasti mielenrauhaa, kun tietää että apua on saatavilla ilman tunnontuskia toisen vaivaamisesta”*

”Mua ei oo niinku yhtään edes kiinnostanut tietokoneet ja sellaiset, isäntä meillä ennen vanhaan hoiti kaikki tietokoneella laskut sellaset. Sitten kun hän kuoli, on ollut pakko opetella itse. Oon tottunu siihen, että toinen sanoo ja tekee, minä vaan oon”

Eritystarpeiden huomioiminen

Kysyttäessä myymälän käytöstä digiavun tilana vastauksissa toistui myymälän olevan hyvä paikkana, mutta usein ruuhkaisempina aikoina meluisa. Huonontunut kuulo nousi usein esiin, jota heikentää entisestään tiskillä olevat suojalasisit. Tilasta toivottiinkin rauhallisempaa, myös oman tietoturvan vuoksi.

”Yks juttu se on niin korkia se tiski. Välillä on turhan melusaa, saattaa häiritä ja huomio kiinnittyy muiden puhumiseen”

”Tiskin äärellä on usein aika häirittevä. Aina joku huutelee sulle ja keskeyttää meidän välisen keskustelun”

”Erillinen tila olisi rauhallisuuden vuoksi kova sana, varsinki kun kuuloo näin huonosti”

”Rauhallisuus olisi hyvä olla. Tietenkin myös yksityisyys, jos pitää hyvin henkilökohtaisia asioita puhua ääneen”

Yleisesti vastaajien kesken koettiin opastuksien olleen selkeitä, omalla tahdilla itse tehden eteneviä kokonaisuuksia joista jää jotain käteenkin. Erityistä huomiota ja kiitosta sai mahdollisuus olla yhteydessä myös asioinnin jälkeen:

”Helpottaa kun voi laittaa viestiä ja kysyä kaikkea matalalla kynnyksellä”

”Heti ei saa aina kiinni sua, asia tulee heti kirjoitettua siitä tilanteesta mikä on päällä ja lähetettyä, eikä tarvitsisi aina lähteä kylälle näyttämään”

”tukinumero tuo mulle ehdottomasti lisäarvoa”

Myös muistilaput jotka tulostettiin asiakkaille mukaan jokaisen käynnin jälkeen, saivat positiivista palautetta: *”Mulla on kyllä näkö ja kuulo, mutta pää on niin tyhjä. Oon todennu muistilistan hyväksi, mutta en tahdo saada itekkään selvää omasta kirjoituksesta”* *”Muistilappu on ehdottoman hyvä, itse kirjoitettuna tai koneella kirjoitettuna”*

Opastuksen sisältö

”Opastus meni hienosti. Sinä oot niin rauhallinen ja osaat selvittää hyvin. Ei tarvitse jännittää koko ajan sitäkin, kuinka mä tässä ny pärjään”

”tykkään sellasesta opettamisesta, että pistetään itte tekemään, oma väki näyttää vaan että tee nuon ja näin. Mitän ei jää päähän eikä opi”

Tulevaisuudessa toivottiin olevan myös erilaisia kurssiluontoisia tiettyyn aiheeseen pureutuvia ryhmiä:

”Kyllä saisi olla myös erillisiä kursseja tietyistä sovelluksista ja laitteista, Word, Excel ja Macbookin käyttökurssi.”

Myös erilaisien ohjauksien saamista, kotikäynnin tai etäyhteyden välityksellä toivottiin olevan mahdollista jatkossa:

”Etäohjaus myymälästä kotiin, jos tietokone menee kotona sekaisin”

Mahdolliset yhteistyöt yhdistysten ja ryhmien kanssa koettiin myös positiiviseksi vaihtoehdoiksi: *”Olisi mukava, jos tätä opetusta saisi eläkeläisryhmien kanssa, ilman politiikkaa!”*

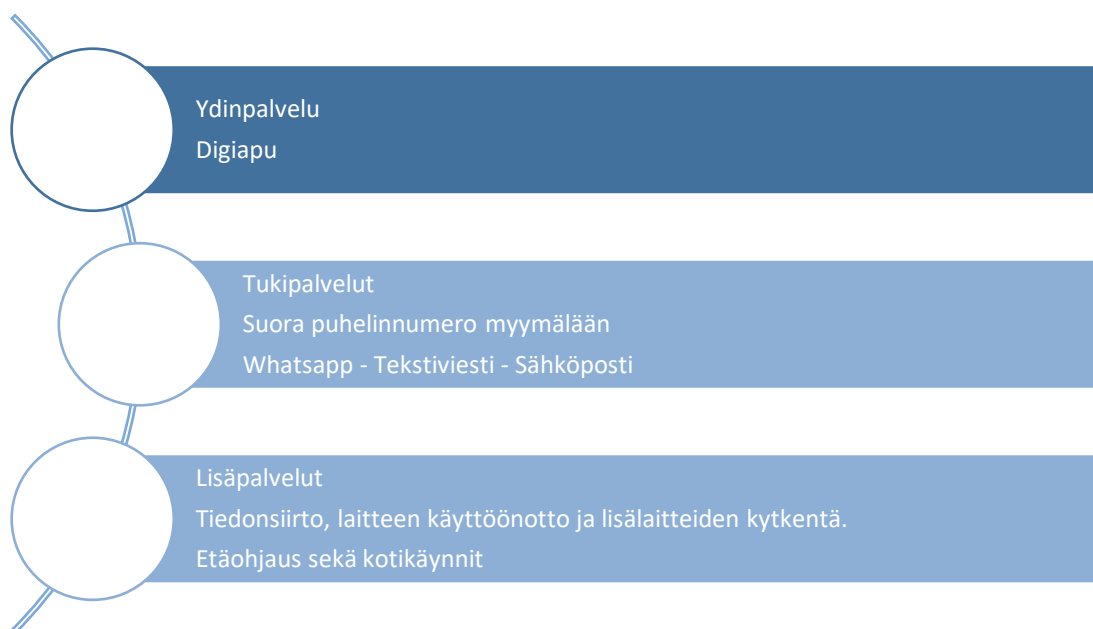
Yhdistykset ja yhdessä samanikäisten kanssa tekeminen koettiin myös erittäin mieluisaksi tavaksi useistakin syistä. Ryhmissä solmittavat sosiaaliset suhteet koettiin äärimmäisen tärkeiksi; *”25-vuotta kuljin eläkeläisliiton menoissa, korona aika vei sitten kaiken. Kaipaani kovasti sosiaalisia piirejä”* Samaan aiheeseen liittyen toinen vastasi: *”kun jäin yksin oon vaan eristäytynyt sinne kotiin”* Yhteisöllisyys ja sosiaaliset ympyrät ovat elintärkeitä kaikissa ikäryhmissä, ja olikin mielenkiintoista, että kolmella vastaajista tämä oli aiheena hyvin ajankohtainen.

Haastateltavien eleiden ja ilmeiden seuraaminen oli myös mielenkiintoinen osa tätä työtä. Osaltaan se antoi vastauksiin lisää syvyyttä ja paljasti epävarmuuden tai varmuuden asiaan. Haastateltavat joita tilanne selkeästi jännitti eniten, näpertelivät sormillaan kynää sekä annettuja papereita. Muutamien kysymyksien ja ”jään rikkomisen” jälkeen alkoi selkeästi näiden henkilöiden ajatuksen rauhoittua ja pystyivät he olemaan paremmin mukana. Suurin osa haastatelluista olivat kuin kotonaan. Keskustelu oli luontevaa ilman ylimääräistä jännitystä. Tätä varmasti edesauttoi se asia, että haastateltava oli ennestään tuttu ihminen.

7 TUOTTEISTETTU PALVELU

Kyselystä saatujen tuloksien perusteella aloitettiin palvelun tuotteistaminen. Lopputuloksena oli henkilökohtainen palvelu, jossa kartoitetaan asiakkaan lähtötilanne ensimmäiseksi. Palvelu kohdistetaan puhelin-tabletti-tietokone-asiakkaille. Palvelun nimi on **Veikon Digiapu**. Lupauksemme asiakkaalle on palvelulla heitä ilman kiireitä ja katsoa ongelma kerrallaan loppuun asti. Toimintamallimme on rauhallisuus, kiireettömyys sekä häiriötön ympäristö.

Palvelulupauksena toimii tuotteen motto "Digitaaliset laitteet kehittyvät niin nopeasti, ettei kukaan pysy niiden perässä!" Veikot ovat aina valmiita auttamaan vaikeissakin pulmissa.



Kuva 14. Palvelupaketti

Palvelupaketti esitettynä kuvassa 14. Ydinpalvelu; digiapu. Lähtötilanneanalyysi on asia jolla aloitetaan palvelun suhteen. Lähtötestissä pyydetään asiakasta mm. luomaan uusi yhteystieto, kirjoittamaan tekstiviesti sekä soittamaan annettuun numeroon, jolloin täytyy laittaa puhelin kaiuttimelle sekä valita numerovalinnasta numero joka annetaan puhelun aikana. Jos asiakas hallitsee edellä mainitut kohdat, kysytään vielä haastavampia suorituksia kuten sähköpostin kirjoittaminen, OmaKantaan kirjautuminen sekä kuvaviestin lähettäminen valitulla pikaviestipalvelulla.

Lähtötestin perusteella asiakkaan kanssa käydään läpi asiat, joissa halutaan kehittyä ja opetella, katsotaan yhdessä aikataulu jolla haluttuihin asioihin päästään. Asiakkaan kanssa käydään asiat läpi joko myymälässä tai haluttaessa kotona.

Jokaisen lähitapaamisen jälkeen asiakkaalle tehdään läpikäydyistä asioista muistilista, johon kirjataan selkeästi asiat, sekä välivaiheet joilla niihin päästiin. Asiakas saa oppimisen tueksi myös numeron, johon hän voi tarvittaessa esittää kysymyksiä opetelluista asioista tai muista mieltä painavista asioista. Muistilista ja tukinumero olivat asioita jotka saivat selkeää kannatusta niin kyselyssä kuin haastatteluissa. Muistilistat ja erilaiset muistisäännöt ovat myös erittäin tärkeässä roolissa, kun opastukseen osallistuva henkilö on ikäihminen. (Korjonen-Kuusipuro ym. 2022, 167–169.)

Tukipalvelut: suora puhelinnumero myymälään. Asiakkaat voivat pyytää neuvoja perinteisesti soittamalla, joka onkin ollut yleisesti käytetyin tapa olla yhteydessä myymälään. Uudessa palvelussa haluamme tuoda lisäksi mahdollisuuden olla yhteydessä moderneimmilla pikaviestipalvelulla kuten WhatsAppin välityksellä. Tämä mahdollistaa asiakkaille uusia tapoja olla yhteydessä myymälään kuten opetamme. Näitä mahdollisia yhteydenottotapoja voivat olla ääniviestit, videopuhelut, kuvien ja saatetekstien lähettämisen. Pienemmät ongelmat saadaan huomattavasti helpommin kuntoon selkeän viestinnän avulla, kun ei tarvitse yrittää selittää puhelimesta asiaa toiselle osapuolelle. Unohtamatta tietenkin tekstiviestien tai sähköpostin välityksellä tapahtuvaa viestintää. Jokaiselle kanavalle on oma asiakaskuntansa, ja kaikilla tavoilla on suotavaa olla yhteydessä. Suora tukinumero oli myös yksi joka nousi esiin kyselyssä sekä haastattelussa. Erilaisien yhteydenottovälineiden tarjoaminen laskee asiakkaiden kynnystä olla yhteydessä.

Lisäpalvelut: ydinpalvelua voidaan täydentää ja hankkia erilaisia lisäpalveluja. Nämä lisäpalvelut täydentävät asiakkaalle tarjottavaa palvelupakettia ja mahdollistavat myyjille kokonaisuuksien myymisen. Kun hinnoittelu on selkeää, pystyy myyjä rakentamaan asiakkaalle ehdotuksen tarpeista joita asiakkaalla on heti ehdottaa, tai esimerkiksi opastuksen aikana nousseiden aiheiden ympäriltä. Lisäpalveluja ovat mm. tiedonsiirto, joka on haluttu palvelu nykyään.

Tiedonsiirto voidaan suorittaa suppeana tai laajana asiakkaan haluamalla tavalla. Laitteen käyttöönotto on myös mahdollista suorittaa suppeana tai laajana asiakkaan haluamalla tavalla. Etäopastus esimerkiksi kotiinpäin ja perinteinen kotikäynti ovat myös mahdollisia. Lisäpalveluilla palvelua voidaan räätälöidä asiakkaan tarpeiden mukaan erittäin kattavasti.

Palvelun konkretisointi

Jotta palvelu olisi alusta asti selkeä asiakkaille, käydään palvelu luonnollisesti läpi kaikkien myyntiä tekevien henkilöiden kanssa, jotta palvelu olisi selkeä kaikille heti lanseerauksesta lähtien. Myyjät myös kertovat erikseen uudesta palvelutuotteesta ja kysyvät tarpeesta jo tarvekartoituksen vaiheessa. Palvelu tuodaan esille jo tarvekartoituksen vaiheessa siitä syystä, ettei asiakkaalle jäisi epäselväksi saatavilla oleva apu. Tämä oli yksi asia joka nousi esiin kyse- lyssä kuva 5. Lisäksi palvelut ovat tekijä, joka erottaa pelkän tavaran myyjän kokonaisvaltaisesta palveluntarjoajasta, joka voi olla juuri asiakkaalle tärkeää.

Usein digitalkkarin vaatimus laitemyyjien vastuusta neuvua asiakkaita uusien laitteiden käyttöönotossa (Jurkka 2023) on tärkeää kertoa asiakkaalle erilaisista palveluista, joita yritys tarjoaa laitteiden lisäpalveluiksi, esimerkiksi käyttöönoton suhteen, ja korostaa eri mahdollisuuksia. Pahinta on, jos asiakkaalle jää mielikuva, ettei yritys tarjoa palvelua ollenkaan. Kun tuote on räätälöitävissä asiakkaan haluamalla tavalla, on asiakas usein valmis myös maksamaan enemmän. (Bergström & Leppänen 2018, 302-303.)

Konkretisoinnin tukena tekemisessä myymälän sisällä toimivat myös erikokoiset tuotealueille sijoitetut hyllypuhujat sekä mainokset uudesta palvelusta. Kuvassa 15 yksi myymälässä käytettävistä muistuttajista.

VEIKON DIGIAPU

*“Digitaaliset laitteet kehittyvät niin nopeasti,
ettei kukaan pysy niiden perässä!”*



Kuva 15. Digiapu

Myymälässä kaikki näkyvät elementit, kuten mainoslaput eri palveluista ovat näkyviä todisteita saatavilla olevista asioista. Yleensä asiakas kysyy juuri sen tuotteen hintaa jossa sitä ei valmiiksi kerrota. Palvelutuotteissa asiakkaan täytyy luonnollisesti tietää palvelusta, jotta hän osaisi sitä edes kysyä koska tuote ei ole näkyvä. Tästä syystä näkyvät todisteet on hyvä tehdä mahdollisimman selkeiksi, sisältämään vain pääasiat, joihin voidaan sisällyttää lisäksi yrityksen logo sekä lupaus tuotteesta. (Jaakkola ym. 2009, 30-31.)

8 JOHTOPÄÄTÖKSET, KEHITTÄMISEHDOTUKSET JA LUOTETTAVUUDEN ARVIOINTI

Tämän työn peruspilareina olivat sen kolme tutkimuskysymystä: Minkälaisille asiantuntijapalveluille on eniten kysyntää ja minkälaiden digitaalisten palveluiden kanssa asiakkaat kokevat tarvitsevänsä eniten osaamiseen kehittämistä? Miten tuotteistetaan digitaalinen asiantuntijapalvelu asiakaslähtöisesti? Kuinka

huomioidaan ikäihmiset koulutuksen suunnitteluvaiheessa? Näihin kysymyksiin lähdettiin hakemaan vastauksia yrityksen asiakkailta jotka ovat yli 60-vuotiaita.

Tutkimuskysymykseen minkälaisille asiantuntijapalveluille on eniten kysyntää sekä minkälaisten digitaalisten palveluiden kanssa asiakkaat kokevat tarvitsevänsä eniten osaamiseen kehittämistä? Tähän kysymykseen saatiin hyviä vastauksia niin kyselyllä (ks. liite 2/2.) kuin haastatteluilla. Kyselyn tuloksien perusteella asiakkaista jopa 1/3 osa kaipaa opastusta älypuhelimien kanssa. Vastaaajien kesken ongelmia eniten aiheuttaa käytön monimutkaisuus vastan-neista lähes puolet nosti käytön monimutkaisuuden ongelmakohdaksi.

Teemahaastatteluissa näiden samojen aiheiden ympärillä asiantuntijapalveluista sekä ongelmia tuottavien digitaalisten palveluiden osalta nousi hyvää keskustelua, haastateltavat nostivat esiin tarpeen käytännön läheisten palveluiden opastukselle. Käytönmonimutkaisuus nousi esiin erityisesti usein tarvittavien palvelujen kohdalla kuten pankkiasiointi sekä erilaiset ajanvaraukset mm. näyttöönnottoihin nousivat usein murheen aiheuttajaksi, kaikkine erilaisine kirjautumistarpeineen. Keskusteluissa digitalisaation tarve ymmärrettiin toisaalta hyvin, mutta moitteita sai nopeasti toteutettavat muutokset ja se etteivät muutoksia toteuttavat tahot anna tarpeeksi tukea uusien palveluiden käyttöön usein muualla kuin netin välityksellä.

Näillä kysymyksillä haettiin opinnäytetyön suuntaa, minkälaista apua digitaalisten laitteiden ympärillä tarvitaan ja minkälaisten asioiden ympärillä asiakkaat kaipaavat tukea eniten. Saatujen vastausten perusteella voidaan vetää johtopäätös toteamalla asiakkaiden tarpeiden kulminoituvan laitteiden käyttöopastuksen ympärille, sekä usein meille nuoremmille itsestään selvien asioiden hoitamisessa verkkopalvelujen kautta tarvittavassa käyttöavussa. Digitalisaation laajetessa jatkuvasti uusiille alueille, on asiakkaiden tarve alati kasvava erilaiselle tuelle laitteiden käytön kanssa. Suurien ikäluokkien väijäämätön vanheneminen on megatrendi ja auttamatta edessämme (Dufva 2020, 25). Saatujen vastauksien perusteella pystyttiin miettimään raameja tulevaa palvelutuotettava varten huomattavasti paremmin.

Teemahaastatteluissa nousi myös esiin oman kiinnostuksen tärkeys oppimiselle, elinikäinen oppiminen läpi elämämme on erittäin tärkeää oman arjen pyörittämiselle. Haastatteluissa nousi esiin kiinnostuksen puutteeseen syiksi ikä, kyllä joku muu hoitaa asenne sekä mielekkyyden puuttuminen asiaan liittyen. Tapa jolla saamme vielä vanhemmat ikäluokat pidettyä muuttuvassa maailmassa mukana, tulee meidän tukea käyttökokemuksia positiivisin kokemuksin. Käytön oppimisen ja käytön lisääntymisen kannalta on erityisen tärkeää, että niitä käyttävä henkilö kokee asian itselleen hyödyksi. (Kainaniemi & Heponiemi 2023.)

Ilman ihmisten omaa mielenkiintoaan on aiheesta turha pitää koulutuksia ja yrittää saada asiaa tarttumaan ajatuksiin. Positiivisten kokemusten kautta, käytännössä näyttämällä tulokset saadaan parempaan suuntaan. Motivaation löydyttyä digitaitoja täytyykin siis harjoitella säännöllisesti, jotta pysyy mukana muutoksissa. Teknologian harjoittelu iäkkäämmällä iällä vaatii tietysti meiltä enemmän motivaatiota ja ponnisteluja, kuin nuorempana. Oppimisen katsotaan vaativan paljon oma-aloitteisuutta sekä pitkäjänteisyyttä. (Korjonen-Kuusipuro ym. 2022, 36–41.)

Toisessa tutkimuskysymyksessä selvitettiin: Miten tuotteistetaan digitaalinen asiantuntijapalvelu asiakaslähtöisesti? Kysymyksiin saatiin hyviä vastauksia niin kyselyllä kuin haastatteluilla. Kysymyksellä haluttiin saada vastaajilta tarkempaa tietoa missä, miten ja minkälaista asiantuntijapalvelua he haluaisivat. Kyselyssä kun kysyttiin, missä vastaaja haluaisi opastuksen tapahtuvan, vastaajista yli puolet valitsi myymälän mieluisimmaksi paikaksi. Tästä syystä on luonnollista tarjota sitä ensisijaisena paikkana opastuksille. Palvelun sijainti on olennaista niin hinnoittelun kuin asiakkaan tarpeiden kohtaamisen osalta. Kotona järjestettävä palvelu on luonnollisesti hinnoiteltava korkeammalle matkustamiseen menevän ajan myötä sekä muiden kulujen. Kotikäynnit kannattaa tuki ottaa palveluun lisäpalveluiksi, koska osalle asiakkaista oppiminen kotona toimii paremmin, sekä mahdolliset liikuntarajoitteet voivat olla este osallistumiseen muualla.

Kysyttäessä tarkemmin digilukutaidon opastuksen tarpeellisuutta sai vastauksia tarpeellisuus noin 2/3 osaa vastauksista. Tätä sanomaa tuki myös seuraava kysymys jossa kysyttiin vastaajilta: Missä muodossa toivoisit palvelua

älylaitteiden opastukseen? Yli puolet vastaajista toivoi henkilökohtaista palvelua, jossa asiat käydään läpi heidän omaan tahtiin. Henkilökohtainen opastus on paras luonnollisesti asian ymmärryksen kannalta. Hieman alle puolet vastaajista ottaisi myös pienryhmissä toteutettavan vaihtoehdon. Pienryhmissä toimiessaan tulisi osallistujien olla hyvin samalla tasolla, näin saataisiin asia mahdollisimman tasaisesti kaikille perille.

Kyselyssä sekä teemahaastatteluissa hintanäkemyks palveluista jakoi mielipiteitä. Kyselyyn vastanneista enemmistö maksaisi 30 minuutin yksilöopastuksesta 20 €. Teemahaastatteluissa hintaa ei pidetty niinkään ongelmana, vaan tärkeimpänä sitä, että palvelua ylipäättään saa, eikä tarvitse vaivata esimerkiksi omia läheisiään. Tätä eroa voi myös selittää se, että teemahaastatteluun osallistui henkilöitä jotka olivat jo osallistuneet opastukseen, ja olivat siitä myös maksaneet.

Tällä tutkimuskysymyksellä haluttiin saada enemmän tietoa asiakkaiden mielipiteistä siihen liittyen missä palvelu toivottaisiin pidettävän, millä tavalla asiaa halutaan oppia, yleisesti digilukutaidosta sekä tietoa siitä paljonko asiakkaat ovat valmiita maksamaan näistä palveluista. Vastauksien perusteella voidaan todeta asiakkaiden haluavan pääasiassa myymälässä tapahtuvaa opastusta, joka on yksilöllistä. Erikseen optiona on syytä kuitenkin tarjota kotikäyntejä, koska 38 % vastaajista (ks. kuva 7) toivoi opastuksen tapahtuvan kotona. Tästä syystä pääasiallinen palvelutuote on syytä tuoda juuri tässä muodossa asiakkaiden tarjontaan. Erillisenä asiantuntijapalveluna esiin noussut digilukutaidon oppiminen tulee olla myös osana kaikkea oppimista, koska niin suuri osa sitä kaipasi. Palvelun hintaluokan on hyvä olla 20 – 30 € alkaen hintaluokassa saatujen tuloksien perusteella.

Yksilöopetusta tai pienryhmä opetusta tukee myös oppimisen teoria, varsinkin kun oppijat ovat ikäihmisiä. Henkilökohtainen opetus koetaan enemmän sopivaksi kuin ryhmässä oppiminen, etenkin silloin kun opiskeltava asia on kovin uusi ja vaatii keskittymistä (Korjonen-Kuusipuro ym. 2022, 167). Tämä puoltaa pienryhmien puolesta, jos osallistujat ovat samalla tasolla, tai yksilöopetuksen jos tasoeroja on vähänkin. Luonnollisesti usein ihmiset haluaisivat tulla opas-

tukseen hyvien tuttaviansa kanssa, tai toiset halvemman hinnan vuoksi pienryhmiin, mutta käytännön oppimisen kannalta yksilöllinen opastus olisi usein parempi vaihtoehto.

Lähtökohdat voivat olla hyvin erilaisia ihmisillä, joille digitaaliset laitteet ja palvelut ovat ongelma, tästä syystä usein juuri henkilökohtainen tarvekartoitus ja auttaminen kartoituksen mukaan on selkeästi paras tapa lähteä asian kanssa etenemään. Kun tiedetään mitä asiakas itse kaipaa, ja hänen nykyinen osaamistaso on päästy kartoittamaan on itse opetuksessa elintärkeätä ottaa huomioon tarkasti nämä yksityiskohdat joita asiakas antaa ilmi, huomioiminen on elintärkeää osallistuvan oman motivaation sekä opastukseen sitoutumiseen liittyen. (Koskiaho & Saarinen 2019, 45.)

Digilukutaito, joka nousi esiin voimakkaasti kyselyssä (ks. kuva 8) on asia johon liittyen ihmisillä on usein kysymyksiä ja murheita. Varsinkin turvallisuus on osa-alue, jonka lainalaisuuksia harva nuorempikaan ymmärtää kovin hyvin. Tästä syystä onkin tärkeää teroittaa eri digiturvallisuuden sääntöjä aina ajoittain. (Kukkonen 2023, Digilukutaito ja digiturvallisuus.)

Palvelujen tarjoaminen selkeästi on tärkeää yritykselle, jos asiakkaalle ei tule selväksi myymälässä asioidessa tarjottavat palvelut, eikä hänelle siitä kukaan mainitse tai kysy, on mahdollista, ettei kauppa synny juuri tästä syystä. Asiakkaalle voi jäädä mielikuva, ettei yritys tarjoa sitä palvelua jota hän kaipaa. Palvelujen selkeä tarjoaminen on erottautumista muista kilpailijoista. Markkinoilla on kova kilpailu asiakkaista, usein voittaja on se joka luo parhaan kokemuksen asiakkaalle. Palvelun suunnitteluvaiheessa tulee jo pohtia tarkkaan, kuinka palvelua markkinoidaan. Palvelun sisältö, hinta, paikka ja mahdolliset optio sisällöt tulee olla selkeästi mukana viestinnässä, niin että se tavoittaa mahdollisimman monen ostajan joko harkinta vaiheessa tai viimeistään tuotetta ostaessa (Bergström & Leppänen 2018, 302-303).

Tutkimuskysymys: *Kuinka huomioidaan ikäihmiset koulutuksen suunnitteluvaiheessa?* kyselyn kohdassa 4 tiedusteltiin vastaajien mielipidettä omasta osaamisen tasosta tällä hetkellä. 28 % vastaajista kaipasi vielä harjoitusta, 23 % vastaajista koki tarvitsevansa tukea. Suunnitteluvaiheessa on hyvä huomioida

selkeä syvä tarve, varsinkin koska, (ks. kuva 5) liittyen laitteiden käyttöön liittyen. 48 % vastaajista koki suurimmaksi ongelmaksi juuri käytön monimutkaisuuden. Koska itse laitteet ovat monelle niin suuri haaste, tulee tämä huomioida palvelun rakentamisessa.

Mikä sitten tukee laitteiden käytön oppimista parhaiten? Haastattelussa nousi esiin mm. aiheiden kiinnostavuus sekä selkeys. Kiitosta sai myös selkeä muistilista joka tulostettiin asiakkaille mukaan. Kyselyssä juuri muistilista nousi yhdeksi toivotuista tukitoimista, ja saikin lähes puolet vastaajien äänistä. Erilaiset muistilistat tai muistisäännöt ovat erityisessä roolissa silloin kun opetteluun kohteena on ikäihminen (Korjonen-Kuusipuro ym. 2022, 167–169).

Teemahaastatteluissa käytiin läpi myös myymälän käyttöä opastuksiin, koska haluttiin tietää kuinka asiakkaat ovat kokeneet myymälän yleisesti sekä jatkoa ajatellen opastuksien paikkana. Useat haastateltavat nostivat myymälän meluisuuden ongelmaksi ruuhkaisina aikoina asioidessa. Meluisa ympäristö koettiin huonoksi varsinkin huonokuuloisten keskuudessa, koska kuulolaitteen kanssa äänet puuroutuvat, kun hälyä on paljon. Rauhallisen ympäristö on toki aina tärkeää, mutta korostuu kun kyseessä ovat ikäihmiset. Jotta keskittyminen olisi parhaalla mahdollisella tasolla, tulee ympäristön tukea tätä rauhallisuudella (Uusitalo-Malmivaara ym. 2014, vanhuuden voimavarat).

Kehittämisehdotukset

Kyselyn sekä teemahaastattelun lopputuloksena voidaan todeta tuotteistetun palvelun olevan tarpeellinen lisäys yrityksen palvelutarjontaan. Palvelulle on selkeästi kysyntää ja palvelua tarvitsevia löytyy tässä tarjotussa hintapisteessä reilusti. Palvelu on myös järkevä palvelulaajennus yritykselle, koska sen järjestäminen ei sido merkittävästi resursseja, mutta mahdollisuudet asiakastyytyvyyden ja sitoutumisen parantamiseksi ovat merkittäviä.

Kun tiedämme kaiken tämän tutkimuksien perusteella, tulee palvelutuotteen jota tarjotaan olla erittäin käytännönläheistä. Tässä tärkeimmät näkökulmat joita palvelun tuotteistamisessa tulee ottaa huomioon onnistuakseen tutkimuksen tuloksien perusteella:

- Palvelun tulee olla kiinnostava, innostava ja yksilön tarpeet huomioiva.
- Kiinnittää huomiota meluisuuden vähentämiseen opastuksien aikana, työrauha. Suositeltavaa järjestää erillinen tila tai aukioloaikojen ulkopuolella.
- Tukityökalut osaksi työntekoa. Niin muistilaput kuin erilaiset ohjeistukset paperilla asiakkaalle tukemaan omaa oppimista.
- Suurin osa kyselyyn vastanneista halusi palvelun tapahtuvan myymälässä. Myöhemmin voidaan laajentaa palvelua haastatteluissa nousseiden tarpeiden myötä myös etä- ja kotikäynteihin.
- Tuloksia voidaan hyödyntää paikallisesti esimerkiksi Eläkeläisliiton kanssa heidän oman palvelutarjontansa lisäksi.
- Työntekijöiden perehdytys, tuotteesta tulee olla yhtenäinen viestintä.
- Myymälän ilme, hyllypuhujat, mainokset tukemaan tuotteen lanseerausta.

Tämän työn tuloksia voidaan sekä yleishyödyllisinä nykyisen osaamisen kartoituksen osalta sekä käyttää merkittävästi tilaajana toimivan Latomäen Sähköliikkeen palveluiden kehittämisessä, sekä uuden asiantuntijapalvelun tuotteistamisessa. Saadut vastaukset antavat kattavan kokonaiskuvan asiakkaiden osaamisen nykytilasta, heidän käyttämistä päätelaitteista, sekä tarpeista joita heillä on. Tarpeellinen palvelutuote on omiaan lisäämään yrityksen asiakastyytyväisyyttä sekä suosittelua eteenpäin.

Kun asiakkaiden tarpeet ymmärretään paremmin, voidaan palvelu luoda mahdollisimman asiakaslähtöisesti. Tuotteistettua palvelua on helpompi markkinoida niin sisäisesti kuin ulkoisesti sekä mitata. Tämä taas luo mahdollisuudet kustannustehokkaammalle toiminnalle. Tärkeää on myös muistaa jatkuva innovointi tuotteistamisen jälkeenkin, varsinkin digitaalisten laitteiden osalta laitteiden kehittyminen ja muuttuminen on erittäin nopeaa. Tästä syystä myös palvelun on muututtava nopealla tahdilla. (Jaakkola ym. 2009, 2.)

Luotettavuuden arviointi

Työn luotettavuutta voidaan tarkistella useilla tavoilla, tässä työssä luotettavuutta on mitattu validiteetin ja reliabiliteetti avulla. Tärkeintä työn lopputuloksen kannalta on, että lopputulos vastaa siihen mitä on ollut tarkoitus mitata, eli

tutkimuskysymyksiin. Tämä tarkoittaa validiutta. Toinen luotettavuuden ker-tova mittari on tuloksien toistettavuus, eli reliabiliteetti (Hirsjärvi ym. 2007, 226).

Reliabiliteetti tarkoittaa sitä, että tulokset ovat toistettavia sekä luotettavia. Eli käytännössä, jos kaksi henkilöä tekee tutkimuksen samoilla kysymyksillä sa-moille ihmisille, on tulokset samanlaisia (Heikkilä 2014.) Tutkija ei vaikuta vas-taustuloksiin, vaan tulokset ovat neutraaleja tutkijan henkilöisyydestä huoli-matta. Määrällisessä tutkimuksessa aineisto hankittiin verkkokyselyn avulla, jossa vastausvaihtoehdot olivat valmiina. Reliabiliteetti eli toistettavuus on tä-män kaltaisessa verkkokyselyssä hyvällä pohjalla, koska kyselyssä vastaus-vaihtoehdot ovat digitaalisessa muodossa ja vaihtoehdot ovat valmiina.

Verkkokyselyn tarkoituksena on tuottaa mahdollisimman paljon vastauksia, että otanta saadaan laajaksi. Kysely oli rajattu käsittämään vain haluttua ryh-mää; yrityksen asiakkaita jotka olivat yli 65-vuotiaita. (Heikkilä 2014.) Määrälli-sellä tutkimuksella saadaan selkeästi esitettäviä tuloksia, jotka on helposti muutettavissa selkeäksi graafiseksi esitykseksi, esimerkiksi prosentuaalinen pilarinäköymä (Hirsjärvi ym. 2007, 136).

Määrällisen tutkimuksen luotettavuutta on pyritty vaalimaan myös selkeän viestinnän kautta, tuomalla esiin asiakkaille jotka ovat vastaamassa kyselyyn (ks. liite 1) mihin kysely liittyy. Lisäksi tässä työssä saadut vastaukset ladattiin suoraan Microsoft Forms-alustalta muodostuvaan Excel-tiedostoon, josta muodostettiin työssä esitettävät selkeät graafiset pylväspilarit. Näin jälkeen-päin ajatellen kyselyyn olisi pitänyt lisätä tarkentavia kysymyksiä, jos vastaat tietyn asian, tulee tarkentava lisäkysymys esille.

Validiteetti puolestaan tarkoittaa sitä, että lopputulos vastaa siihen mitä on ol-lut tarkoitus mitata (Heikkilä 2014). Eli tutkimuksessa on tutkittu oikeaa asiaa ja näin ollen on saatu vastaus tutkimuskysymyksiin. Validiteettiin on hyvä kiin-nittää huomioita jo tutkimuksen tutkimuskysymyksiä tehtäessä, kun kysymyk-set ovat tarkasti rajatut saadaan vastauksistakin helpommin validit. Mitä isompi vastaajaprosentti tutkimukseen saadaan sitä luotettavampi tutkimustu-los on.

Laadullisen puolen luotettavuutta on pyritty turvaamaan myös selkeällä viestinnällä tietosuojasta (ks. Liite 3) Lisäksi kaikilta haastatelluilta on saatu suostumus haastatteluun sekä sen tallentamiseen. Haastattelujen litterointi on suorettu sanatarkkana litterointina, tallennetuista saneluista älypuhelimelta Word tiedostoihin (Hyvärinen ym. 2017, luku IV). Tämä oli työssä yksi aikaa vievimmistä kohdista, mutta oli olennaista saada sanat oikein. Ajoittain oli myös haastavaa saada haastateltavat pysymään aiheessa jota käsiteltiin.

Molemmat tutkimusmenetelmät määrällinen ja laadullinen tukivat toisiaan, sekä molemmista saatujen vastauksien myötä pystyttiin vastaamaan tutkimuksen aiheena olleisiin tutkimuskysymyksiin. Tutkimusmenetelmät täydensivät toisiaan, joka lisäsi työn luotettavuutta. Luotettavuutta lisää myös useiden eri lähdemateriaalien käyttö, suomalaisten kuin myös ulkomaisen tuoreen kirjallisuuden hyödyntäminen lähteinä.

9 LOPUKSI

Tämän työn tarkoitus oli tutkia ja selvittää tilaajalle rajatun asiakasryhmän, ikääntyvien asiakkaiden digiosaamisen tilaa, sekä tarvetta osaamisen kehittämiseksi. Kyseisestä aiheesta ei hirveästi löytynyt aikaisempia tutkimuksia, itse aihe on kuitenkin äärimmäisen ajankohtainen digitalisaation laajetessa jatkuvasti uusille alueille suomalaisessa yhteiskunnassa, kuten myös globaalisti. Työssä kerättiin ja yhdisteltiin saatuja vastauksia määrällisellä sekä laadullisella tutkimuksella. Saatuja vastauksia verrattiin teoriaan joka oli kerätty aiheeseen liittyvästä kirjallisuudesta.

Tutkimusongelmiin saatiin ratkaisut, ja niiden perusteella pystyttiin tuotteistamaan yrityksen palvelutarjontaan uusi asiantuntijapalvelu onnistuneesti. Palvelu on rakennettu asiakkailta saatujen vastauksien perusteella palvelemaan heidän tarpeitaan mahdollisimman hyvin. Lopputulokseen voidaan olla tyytyväisiä, kokonaisuus on onnistunut. Opinnäytetyön prosessin aikana hyötyä tuli niin tekijälle kuin tilaajalle, opittuja asioita pystyttiin ottamaan käyttöön matalalla kynnyksellä ja näin parantamaan asiakkaiden palvelua tilaajan kannalta. Tekijän näkökulmasta opettavaisinta oli ehdottomasti kvalitatiivisten haastatte-

luiden haastatteluhetket, jolloin asiakkaiden maailmankuvaan pääsi kiinni hyvin läheltä. Ihmisten erilaiset lähtökohdat, elämäntilanteet ja tukiverkot ja niiden puutteet antoivat hyvää perspektiiviä työhön ja sen tarkoituksellisuuteen.

Työn aikana näkemys siitä, mihin suuntaan ohjausta tulisi viedä jatkossa selkeytyi. Aihe on haastava, koska ikääntyessä ihmisille tulee erilaisia vaikeuttajia kuten motoriikan heikentyminen, näön ja kuulon heikentyminen jne. Ihmisen oppimiskyky pysyy kuitenkin melko samanlaisena, oppimistapojen täytyy vain muuttua iän myötä. Tulevaisuudessa toivottavasti aihetta tutkitaan enemmän, niin oppimisen eri metodien mahdollisuuksista, sekä motivoinnin eri tapojen näkökulmasta ja niiden onnistumisien vaihteluista. Erilaisten digihelppereiden fyysisien toimipisteiden lisäämisen mahdollisuuksia sekä niiden mahdollisia vaikutuksia niissä asioivien digiosallisuuteen pitäisi ehdottomasti tutkia jatkossa tarkemmin. Myös tätä työtä olisi voinut jatkaa pitkäaikaisella asiakkaiden seurannalla, kuinka asiakkaat omaksuvat uusia toimintatapoja, kuinka paljon se lisää heidän osallistumistaan esimerkiksi eri valtiollisten digipalveluiden käyttöön.

LÄHTEET

Apunen, A. 2020. Haastajasta hittipalveluksi. Helsinki: Alma Talent. E-kirja. Saatavissa: [https://bisneskirjasto-almatalent-fi.ezproxy.xamk.fi/teos/GAHBIXDTEB#kohta:Haastajasta\(\(20\)hittipalveluksi/piste:t2](https://bisneskirjasto-almatalent-fi.ezproxy.xamk.fi/teos/GAHBIXDTEB#kohta:Haastajasta((20)hittipalveluksi/piste:t2) [viitattu 23.4.2023].

Bergström, S. & Leppänen, A. 2018. Yrityksen asiakasmarkkinointi. 16-18. painos. Helsinki: Edita.

DNA. 2020. DNA:n Digitutkimus: Älypuhelimien määrä kasvaa yhä. PDF-dokumentti. Saatavissa: <https://corporate.dna.fi/lehdistotiedotteet?type=stt2&id=69881648&scrollTo=UJpEOgFgPw1f> [viitattu 23.3.2023].

Dufva, M & Rekola, S. 2023. Megatrendit 2023. Sitra. PDF-dokumentti. Saatavissa: https://www.sitra.fi/app/uploads/2023/01/sitra_megatrendit-2023_ymarrysta-yllatysten-aikaan.pdf [viitattu 19.3.2023].

Dufva, M. 2020. Megatrendit 2020. Sitra. PDF-dokumentti. Saatavissa: <https://www.sitra.fi/app/uploads/2019/12/megatrendit-2020.pdf> [viitattu 19.1.2023].

Heikkilä, T. 2014. Tilastollinen tutkimus. PDF-dokumentti. Saatavissa: <http://www.tilastollinentutkimus.fi/1.TUTKIMUSTUKI/KvantitatiivinenTutkimus.pdf> [viitattu 10.4.2023].

Heikura, M. 2020. Kotihoito antoi 30 vanhukselle kokeiluun digilaitteita – seurasi iloinen yllätys: vanhukset uskaltavat taas mennä yksin ulos. Yle. WWW-dokumentti. Saatavissa: <https://yle.fi/a/3-11700392> [viitattu 19.3.2023].

Heponiemi, T. Gluschkoff, K. Leemann, L. Manderbacka, K & Aalto, A & Hypönen, H. 2021. Digital inequality in Finland: Acces, skills and attitudes as social impact mediators. Finnish institute for health and welfare. PDF-dokumentti. Saatavissa: <https://journals.sagepub.com/doi/10.1177/14614448211023007> [viitattu 19.3.2023].

Hiila, I. Tukiainen, M. Hakola, I. 2019. Tiimiäly: Opas muuttuvaan työelämään. Jyväskylä: Tuuma. E-kirja. Saatavissa: <https://kaakkuri.finna.fi/Record/kaakkuri.224913#toc> [viitattu 19.3.2023].

Hirsjärvi, S. & Hurme, H. 2022. Tutkimushaastattelu: teemahaastattelun teoria ja käytäntö. Helsinki: Gaudeamus. E-kirja. Saatavissa: <https://kaakkuri.finna.fi/Record/kaakkuri.229077> [viitattu 19.3.2023].

Hirsjärvi, S. Remes, P. Sajavaara, P. 2007. Tutki ja kirjoita. 14. painos. Helsinki: Tammi.

Hjelt, L. 2022. ”Hengähdysaikaa ei enää ole” Lapuan sanomat. WWW-dokumentti. Päivitetty 23.11.2022. Saatavissa: <https://lapuansanomat.fi/uutiset/hengahdysaikaa-ei-ena-ole-6.1.62843.e4edca0f24> [viitattu 10.4.2023].

Hyppönen, M. 2022. If it's smart, it's vulnerable. Hoboken, New York: Wiley.

Hyvärinen, M. Nikander, P. Ruusuvoori, J. Aho, A. 2017. Tutkimushaastattelun käsikirja. Helsinki: Vastapaino. E-kirja. Saatavissa: <https://kaakkuri.finna.fi/Record/kaakkuri.223631> [viitattu 19.3.2023].

Hänninen, R. Pajula L & Korpela, V & Taipale, S. 2021. Individual and shared digital repertoires – Older adults managing digital services. University of Jyväskylä. PDF-dokumentti. Saatavissa: <https://www.tandfonline.com/doi/full/10.1080/1369118X.2021.1954976> [viitattu 19.3.2023].

Jaakkola, E. Orava, M & Varjonen, V. 2009. Tekes: Helsinki. Palvelujen tuoteistamisesta kilpailuetua – Opas yrityksille.

Jurkka, J. 2023. Digiajassa riittää pulmia. Sivut 4-5. *Ilkka-pohjalainen*. 19.3.2023.

Kainaniemi, E. & Heponiemi, T. 2023. Digitaalisten sote-palvelujen suunnittelussa ja toteutuksessa ei ole vielä riittävästi huomioitu ikääntyneiden tarpeita. Digiin. WWW-dokumentti. Saatavissa: <https://digiin.fi/kategoria-uudenlainen-tyokulttuuri/digitaalisten-sote-palvelujen-suunnittelussa-ja-toteutuksessa-ei-ole-viela-riittavasti-huomioitu-ikaantyneiden-tarpeita/> [Viitattu 7.9.2023].

Kela. Soita Kelaan. 2023. WWW-dokumentti. Saatavissa: <https://www.kela.fi/soita-kelaan> [viitattu 26.1.2023].

Korjonen-Kuusipuro, K. Rasi-Heikkinen, P. Vuojärvi, H. Pihlainen, K. Kärnä, E. Aavikko, L. 2022. Ikääntyvät digiyhteiskunnassa: elinikäisen oppimisen mahdollisuudet. Helsinki: Gaudeamus.

Koskiahho, B. Saarinen, E. 2019. Ihan pihalla? Suomen sosiaali ja terveys ry. PDF-dokumentti. Päivitetty. Saatavissa: <https://www.soste.fi/wp-content/uploads/2019/06/SOSTE-julkaisu-2019-Ihan-Pihalla-tiivistelm%C3%A4.pdf> [viitattu 19.3.2023].

Kukkonen, M. 2023. Digiosallisuuden edistäminen. THL. WWW-dokumentti. Saatavissa: <https://thl.fi/fi/web/hyvinvoinnin-ja-terveyden-edistamisen-johtamien/osallisuuden-edistaminen/heikoimmassa-asemassa-olevien-osallisuus/osallisuuden-edistamisen-mallit/digiosallisuuden-edistaminen> [Viitattu 7.9.2023].

Kupias, P. & Koski, M. 2013. Hyvä kouluttaja. Helsinki: Talentum Media. E-kirja. Saatavissa: <https://kaakkuri.finna.fi/Record/kaakkuri.219112?sid=3072262020> [viitattu 10.8.2023].

Kupias, P. Pirinen, J. & Peltola, R. 2014. Esimies osaamisen kehittäjänä. Helsinki: Talentum Media. E-kirja. Saatavissa: <https://kaakkuri.finna.fi/Record/kaakkuri.219089?sid=3067451719> [viitattu 10.8.2023].

Lindgren, J. Mokka, R. Neuvonen, A. Toponen, A. 2019. Digitalisaatio. Muroksen koko kuva. Helsinki: Tammi.

Mobiilivarmenne.fi Näit käytät Mobiilivarmennetta. 2022. WWW-dokumentti. Saatavissa: <https://mobiilivarmenne.fi/nain-se-toimii/> [viitattu 2.4.2023].

Nieminen, J. 2018. Digitreenit: Kädet taikinassa tai kiinni auton ratissa? Ohjaa puhelintasi puhumalla. Yle. Päivitetty: 14.9.2022. Saatavissa: <https://yle.fi/aihe/artikkeli/2018/06/13/digitreenit-kannykat-ymmartavat-myos-puhetta> [viitattu 22.3.2023].

Paatero, S. 2022. Valtionvarainministeriö. WWW-dokumentti. Päivitetty 24.3.2022. Saatavissa: <https://vm.fi/-/digitaitava-kunta-on-hyvinvoiva-kunta> [viitattu 19.3.2023].

Pervilä, M. 2018. Näitä teknoduuneja ei 10 vuotta sitten ollut edes keksitty. Tivi. WWW-dokumentti. Saatavissa: <https://www-tivi-fi.ezproxy.xamk.fi/uuti-set/naita-teknoduuneja-ei-10-vuotta-sitten-ollut-edes-keksitty/eb4c4fc9-2a63-374a-a0ad-30a71d807208> [viitattu 23.3.2023].

Puusa, A. Juuti, P. Aaltio, I. 2020. Laadullisen tutkimuksen näkökulmat ja menetelmät. Helsinki: Gaudeamus. E-kirja. Saatavissa: <https://kaakkuri.finna.fi/Record/kaakkuri.225650> [viitattu 19.3.2023].

Rantala, O. 2020. Latomäki sai Veikko-palkinnon. Lapuan sanomat. PDF-dokumentti. Päivitetty 19.2.2020. Saatavissa: <https://www.lapuansanomat.fi/neo/2/epaper/20200218/5.pdf> [viitattu 10.4.2023].

Saaranen-Kauppinen, A. Puusniekka, A. 2006. KvaliMOTV - Menetelmäopetuksen tietovaranto. WWW-dokumentti. Saatavilla: https://www.fsd.tuni.fi/metelmaopetus/kvali/L6_3_2.html [viitattu 29.4.2023].

Samsung. Käyttöopas. 2022. PDF-dokumentti. Saatavissa: https://downloadcenter.samsung.com/content/UM/202302/20230216152621408/SM-A336B_A536B_DS_UM_Open_TT_Fin_Rev.2.0_230214.pdf [viitattu 26.3.2023].

Service Standardization 2011. PDF-tiedosto. Saatavissa: http://clicre-search.org/wp-content/uploads/2011/11/12_en_service_standardization.pdf [viitattu 26.3.2023].

Uusitalo-Malmivaara, L. Hakanen, J. Hilppo, J. Hotulianen, R. Järvilehto, L. Kumpulainen, K. Lahti, Emilia, Lappalainen, K. Lehto, J. 2014. Positiivisen psykologian voima. Jyväskylä: PS-kustannus. E-kirja. Saatavissa: <https://kaakkuri.finna.fi/Record/kaakkuri.218560?sid=2898961747> [viitattu 22.3.2023].

Vainionpää, M. 2021. Lapualla kauppias on osa yhteisöä. *Hyviä uutisia lapualta* 1/2021. 10.

Vilka, H. 2021. Tutki ja kehitä. E-kirja. Jyväskylä: PS-kustannus. Saatavilla: <https://www.ellibslibrary.com/reader/9789523701731> [viitattu 1.5.2023].

Villanen, J. 2016. Tuotteista tähtituotteita. Helsinki: Kauppakamari. E-kirja. Saatavissa: [https://kauppakamaritieto-fi.ezproxy.xamk.fi/ammattikirjasto/teos/tuotteista-tahtituotteita-2016#kohta:Tuotteista\(\(20\)t\(\(e4\)htituotteita](https://kauppakamaritieto-fi.ezproxy.xamk.fi/ammattikirjasto/teos/tuotteista-tahtituotteita-2016#kohta:Tuotteista((20)t((e4)htituotteita) [viitattu 23.4.2023].

Hyvä asiakas,

Tämä kysely on osa opinnäytetyötä, jossa tutkitaan Veikon kone Lapuan asiakkaiden digiosaamisen tasoa yli 60 – vuotiaiden osalta.

Tutkimuksen suorittaja ja rekisteripitäjä on Heikki Mäkelä, Veikon kone Lapuan toimeksiannosta. Opinnäytetyö on osa Liiketalouden ammattikorkeakoulututkintoa.

Kehitämme palveluitamme kyselyn tuloksien pohjalta.

Vastaamiseen menee muutama minuutti aikaa.

Kiitos ajastasi!

|



**Kaakkois-Suomen
ammattikorkeakoulu**





Digiosaamisen kartoitus

Kyselyyn vastaamisessa menee muutama minuutti aikaa. Kehitämme palveluitamme vastauksien pohjalta.

1. Sukupuoli *

- Mies
- Nainen

2. Ikäsi *

- 60-70
- 71-80
- 81-90
- 91+

3. Miten usein käytät älylaitteita. Valitse yksi *

- Viikottain
- Päivittäin
- Kuukausittain
- En ollenkaan

4. Minkä tasoinen käyttäjä koet olevasi älylaitteiden kanssa. Valitse yksi *

- Tarvitsen tukea käytössä
- Kaipaen vielä harjoitusta
- Keskiverto
- Hyvä
- Erinomainen

5. Mikä seuraavista tuottaa eniten ongelmia älylaitteiden kanssa. Voit valita useita vaihtoehtoja.

*

- Käytön monimutkaisuus
- En puhu samaa kieltä laitteen kanssa
- Huonot ohjeet laitteiden mukana
- Puhelin sanoo laitteessa olevan huono akku tai virus

6. Minkä laitteen osalta kaipaisit opastusta? Voit valita useita vaihtoehtoja. *

- Älypuhelin
- Tabletti
- Tietokone
- Älykello
- Älytelevisio



7. Edellämainittujen opastuksien osalta, missä haluaisit opastuksen tapahtuvan? Voit valita useita vaihtoehtoja. *

Myymälässä

Kotona

Itsenäisesti

8. Koetko seuraavat aiheet vaikeiksi? Voit valita useita vaihtoehtoja. *

Salasanat ja tilit eri palveluihin

Digitalisoituneet palvelut (asia siirtynyt vain nettiin tehtäväksi)

Vahva tunnistautuminen palveluihin (verkkopankilla tai mobiilivarmenne)

Laitteiden yleinen käyttö

9. Haluaisitko opastusta näiden aiheiden ympärille? Voit valita useita vaihtoehtoja. *

Salasanat ja tilit eri palveluihin

Digitalisoituneet palvelut (asia siirtynyt vain nettiin tehtäväksi)

Vahva tunnistautuminen palveluihin (verkkopankilla tai mobiilivarmenne)

Laitteiden yleinen käyttö

En halua

10. Kaipaisitko opastusta digilukutaidon osalta? Mitä sovelluksia kannattaa ladata ja mitä varoa. *

Kyllä

En

11. Osallistuisitko seuraavilla opastuksille. Voit valita useita vaihtoehtoja. *

- Älypuhelimien alkeet
- Tietoturva netissä
- Verkkosoiointi tutuksi (Pankit, vakuutusasiat ym.)
- Terveyspalvelut tutuksi (OmaKanta ym.)
- En osallistuisi

12. Missä muodossa toivoisit palvelua älylaitteiden opastukseen? Voit valita useita vaihtoehtoja. *

- Henkilökohtaista, omaan tahtiin asioiden läpikäyntiä
- Pienryhmässä asioiden läpikäymistä (1-4 osallistujaa)

13. Mikä seuraavista tukee oppimistasi parhaiten? Voit valita useita vaihtoehtoja. *

- läpikäytyjen asioiden muistilista
- Itsetehdyt muistiinpanot
- Video muotoinen ohje

14. Paljonko olisit valmis maksamaan 30 minuutin yksilöopastuksesta. Valitse yksi. *

- 20€
- 39€
- 30€
- En mitään.

15. Jos voisit kysyä apua pieniin ongelmiin tekstiviestillä tai Whatsapp sovelluksen välityksellä käyttäisitkö palvelua? *

Kyllä

En

16. Olisitko valmis tekemään lyhyen testin älylaitteella osaamistasosi määrittämiseksi? *

Olisin

En



Tietosuojailmoitus sovellettavaksi opiskelijoiden opinnäytetöihin

(Tietosuojalaki 2018/1050, EU:n yleinen tietosuoja-asetus 2016/679)

Pyydämme sinua osallistumaan Kaakkois-Suomen ammattikorkeakoulun (Xamk) opintoihin sisältyvään opinnäytetyöhön liittyvään tutkimukseen/selvitykseen tms.

Opinnäytetyöhön osallistuminen on täysin vapaaehtoista ja voit keskeyttää osallistumisesi koska tahansa. Mikäli keskeytät tutkimuksen tai peruutat suostumuksen, keskeyttämiseen ja suostumuksen peruuttamiseen mennessä kerättyjä tietoja voidaan käyttää osana tutkimusaineistoa.

Tässä tietosuojaselosteessa kuvataan, miten henkilötietojasi käsitellään tässä projektissa, mitä oikeuksia sinulla on ja miten voit vaikuttaa tietojesi käsittelyyn.

1. Projektin rekisterinpitäjä

Tämän opinnäytetyön rekisterinpitäjä on

Heikki Mäkelä

+358405357704

2. Opinnäytetyön suorittaja

Heikki Mäkelä

3. Mihin tarkoitukseen henkilötietojani kerätään ja käsitellään?

Tutkimuksen taustatietoina kerätään ikä, sukupuoli, ammatti, koulutustausta ja paikkakunta. Taustatiedoista ei voi tunnistaa yksittäisiä henkilöitä. Henkilötietoina kerätään ainoastaan äänitettynä tallenteita haastattelutilanteissa. Tallenteissa on tunnistettavissa ainoastaan puhujan ääni. Tallenteita käytetään ainoastaan aineiston litterointiin, jonka suorittaa opinnäytetyön tekijä. Tietoja käytetään opinnäytetyöhön liittyvän tutkimukseen tekemiseen.

4. Millä perusteella henkilötietojani käsitellään opinnäytetyössä?

Henkilötietoja käsitellään seuraavalla yleisen tietosuoja-asetuksen (EU 679/2016 6.1 a) mukaisella perusteella:

tutkittavan suostumus

5. Opinnäytetyön aihe ja kesto



Kaakkois-Suomen
ammattikorkeakoulu

2

Opinnäytetyön aihe: Ikäihmisten osaamisen kehittäminen ja asiantuntijapalvelun tuotteistaminen.

Opinnäytetyön kesto: Tammikuu 2023 – Lokakuu 2023.

Kerätyt henkilötiedot hävitetään kuukauden kuluessa opinnäytetyön julkaisemisesta.

6. Mitä tietoja minusta käsitellään?

A. Teemahaastattelu: Haastattelun äänitallenteet

B. Kerätäänkö ja käsitelläänkö opinnäytetyössä arkaluonteisia tietoja?

X Opinnäytetyössä ei kerätä ja käsitellä arkaluonteisia henkilötietoja.

7. Mistä lähteistä tietoni kerätään?

Teemahaastattelun vastauksista

8. Luovutetaanko henkilötietojani kolmansille osapuolille?

Rekisteristä ei luovuteta tietoja kolmansille osapuolille.

9. Käsitelläänkö tietojani EU:n tai ETA:n ulkopuolella?

Ei käsitellä.

Xamkissa käytetään tallennustilana pilvipalveluita (Teams ja OneDrive). Microsoft saattaa siirtää näihin palveluihin tallennettua tietoa tai niiden varmuuskopioita EU:n tai ETA-alueen ulkopuolelle. Microsoftin tietosuojalauseke on luettavissa osoitteesta: <https://privacy.microsoft.com/fi-FI/privacystatement>

10. Kuinka kauan henkilötietojani säilytetään?

Kerätyt henkilötiedot hävitetään kuukauden kuluessa opinnäytetyön julkaisemisesta.

11. Miten henkilötietoni säilytetään ja suojataan?

Kaikki kerätty tieto on sähköisessä muodossa, koulun pilvitallennustilojen alla salasanojen takana.

12. Miten voin käyttää tietosuojasetuksen mukaisia oikeuksiani?

Yhteyshenkilö tutkittavan oikeuksiin liittyvissä asioissa, johon voi ottaa yhteyttä on: Heikki Mäkelä / 0405357704



- a) Suostumuksen peruuttaminen (tietosuoja-asetuksen 7 artikla)
Sinulla on oikeus peruuttaa antamasi suostumus, mikäli henkilötietojen käsittely perustuu suostumukseen. Suostumuksen peruuttaminen ei vaikuta suostumuksen perusteella ennen sen peruuttamista suoritettujen käsittelyjen lainmukaisuuteen.
- b) Oikeus saada pääsy tietoihin (tietosuoja-asetuksen 15 artikla)
Sinulla on oikeus saada tieto siitä, käsitelläänkö henkilötietojasi ja mitä henkilötietojasi käsitellään. Voit myös halutessasi pyytää jäljennöksen käsiteltävistä henkilötiedoista.
- c) Oikeus tietojen oikaisemiseen (tietosuoja-asetuksen 16 artikla)
Jos käsiteltävissä henkilötiedoissasi on epätarkkuuksia tai virheitä, sinulla on oikeus pyytää niiden oikaisua tai täydennystä.
- d) Oikeus tietojen poistamiseen (tietosuoja-asetuksen 17 artikla)
Sinulla on oikeus vaatia henkilötietojesi poistamista tietyissä tapauksissa.
- e) Oikeus käsittelyn rajoittamiseen (tietosuoja-asetuksen 18 artikla)
Sinulla on oikeus henkilötietojesi käsittelyn rajoittamiseen tietyissä tilanteissa kuten, jos kiistät henkilötietojesi paikkansapitävyyden.
- f) Vastustamisoikeus (tietosuoja-asetuksen 21 artikla)
Sinulla on oikeus vastustaa henkilötietojesi käsittelyä, jos käsittely perustuu yleiseen etuun tai oikeutettuun etuun. Tällöin ammattikorkeakoulu ei voi käsitellä henkilötietojasi, paitsi jos se voi osoittaa, että käsittelyyn on olemassa huomattavan tärkeä ja perusteltu syy, joka syrjäyttää oikeutesi.

Oikeuksista poikkeaminen

Tässä kuvatuista oikeuksista saatetaan tietyissä yksittäistapauksissa poiketa tietosuoja-asetuksessa ja Suomen tietosuojalaissa säädetyillä perusteilla siltä osin, kuin oikeudet estävät tieteellisen tai historiallisen tutkimustarkoituksen tai tilastollisen tarkoituksen saavuttamisen tai vaikeuttavat sitä suuresti. Tarvetta poiketa oikeuksista arvioidaan aina tapauskohtaisesti.

Valitusoikeus

Sinulla on oikeus tehdä valitus erityisesti vakinaisen asuin- tai työpaikkasi sijainnin mukaiselle valvontaviranomaiselle, mikäli katsot, että henkilötietojen käsittelyssä rikotaan EU:n yleistä tietosuoja-asetusta (EU) 2016/679. Suomessa valvontaviranomainen on tietosuojavaltuutettu.

13. Tietosuojavastaavan yhteystiedot

Xamkin tietosuojavastaava on Markus Häkkinen. Häneen saa yhteyden sähköpostiosoitteesta tietosuojavastaava@xamk.fi



Teemahaastattelu

1(2)

1.6.2023

Elinikäinen oppiminen

Onko älylaitteet tuttuja entuudestaan?

Miten olet kehittänyt omaa osaamistasi älylaitteista elämäsi varrella

Millaiseksi koet oppimismahdollisuutesi nykypäivänä

Oma halukkuus oppimiseen

Älylaitteiden käyttöaste

Oma osaamistaso asteikolla 1–5, 1 tarvitsen tukea käytössä. 5 erinomainen. Ja sen ylläpito

Mikä helpottaisi omaa oppimistasi opastuksen kannalta

Tiedätkö mitä digilukutaito on? Miten se näkyy omassa digikäytöksessäsi

Opastukset, aiheet, tilat ym.

Millaiseksi koet opetustilat myymälässä? Tukevatko ne oppimista? (Ahtaus, äänekkyys, istumapaikat?)

Mitä mieltä olet muistilistasta ja muista havainnoivasta materiaalista koulutuksen osana?

Miten koet seuraavat aiheet arkipäiväisessä elämässä -Salasanat ja tilit, digitalisoituminen eli asioiden siirtyminen verkkoon.

Mitkä laitteet ovat vaikeimpia hallita? Mitkä laitteet oletat/ovat olevan vaikeita käyttää?

Mikä on/oletat olevan vaikeinta laitteiden yleisessä käytössä?

Mikä auttaisi helpottamaan käyttöä?



Teemahaastattelu

2(2)

1.6.2023

Tukitoimet oppimisen apuna

WhatsApp tulinumero, miltä se kuulostaisi? Toisiko<lisääarvoa oppimiselle.

Hankkisitko laitteen huolenpidon kanssa? (Huolenpito palvelu laitteisiin sisältäen tuen – laitteen oston yhteydessä tai jälkikäteen ostettuna)

Miten toivoisit Fyysisten erityistarpeiden huomioimisen äylaitteiden opastuksessa sekä helpommassa käytössä. (Heikentynyt näkö, heikentynyt kuulo, jäykistyneet sormet, hidastunut motoriikka)

Miten voisimme mielestäsi ottaa huomioon jokaisen yksilöllisen oppimisnopeuden opastuksessa?

Opastuksen suosittelu ja kehitys

Mitä toivoisit sinulta kysyttävän uutta äylaitetta hankkiessasi?

Mitä koet hyvän asiakaspalvelun olevan?

Mitä mieltä olet hinnasta?

Miltä opastus tuntui omasta mielestäsi?

Oliko helppoa, oliko vaikeaa? Jos oli vaikeaa mikä?

Oliko opastuksen tahti sopiva?

Mitä kehittäisit opastusta, että oppiminen olisi vielä sujuvampaa

Mitä mieltä olet, jos opastus tapahtuisi muualla kuin myymälässä esimerkiksi: kotona, töissä, yhdistyksissä (esim. eläkeläis- yhdistys)

Toivoisitko sosiaalista vuorovaikutusta muiden opastuksessa käyneiden kanssa? Joilla on ollut samoja haasteita.

Koetko saaneesi opastuksesta hyötyä

Haluatko vielä kertoa jotain (Vapaa sana)

Haastateltaessa havainnointi, eleet, liikkeet, katsekontakti ym. Äänenpaino.