

Elina Saarela

ASIAKASARVON  
YHTEISKEHITTELY  
SENIORITALOSSA  
Valkealan Iltatähti ry

Opinnäytetyö  
Yrittäjyys ja liiketoimintaosaaminen (YAMK)


Tammikuu 2016




MAMK

University of Applied Sciences

## KUVAILULEHTI

	<b>Opinnäytetyön päivämäärä</b>  8.1.2016
<b>Tekijä(t)</b>  Elina Saarela	<b>Koulutusohjelma ja suuntautuminen</b>  Yrittäjyys ja liiketoimintaosaaminen (YAMK)
<b>Nimeke</b>  Asiakasarvon yhteiskehittäminen senioritalossa - Valkealan Iltatähti ry	
<b>Tiivistelmä</b>  Ikääntyneiden määrän arvioidaan kaksinkertaistuvan Suomessa vuoteen 2030 mennessä. Yhteiskunnalla ei tulevaisuudessa ole voimavaroja huolehtia jokaisesta ikääntyneestä nykyiseen malliin ja jo nyt painotetaan kodinomaisen asumisen tukemista sekä omaa vastuunottoa. Nämä asiat yhdistyvät senioritalossa, joka on kodin ja laitoksen välimaastoon sijoittuva asumismuoto tarjoten asukkaalleen sekä yhteisöllisyyttä että yksityisyyttä.  Tämän opinnäytetyön toimeksiantaja oli Valkealassa sijaitseva palvelukeskus, Valkealan Iltatähti ry, ja työ keskittyi senioritalojen asukkaisiin. Tapaustutkimuksen tavoitteena oli tutkia laaja-alaiseen asiakasyymmärryksen perustuen sitä, mikä luo arvoa asukkaille ja miten arkea sekä taloon muuttamisen palvelukokemusta voidaan kehittää asiakaslähtöisesti.  Opinnäytteessä käytettiin laadullisia menetelmiä, ja aineistonkeruu toteutettiin osittain monialaisesti sosiologi YAMK-opiskelijan kanssa. Tärkein tiedonkeruumenetelmä oli opinnäytetöiden tekijöiden perustama yhteissuunnitteluryhmä, jonka lisäksi aineistoa hankittiin teemahaastatteluilla ja havainnoimalla.  Vaikka senioriasukkaat pitivät Iltatähden palvelutarjoomaa yleisesti hyvänä, löydettiin arjesta ja muutto-prosessista silti myös selkeitä kehittämiskohteita, esimerkkeinä vuorovaikutus ja yhteisöllisyys. Tulosten analysoinnin jälkeen toimeksiantajalle tehtiin kehittämisehdotuksia, jotka voivat parantaa sekä nykyisten että uuteen senioritaloon muuttavien asukkaiden palvelukokemusta ja laajentaa Iltatähden palvelutarjoomaa. Yhteissuunnitteluryhmän avulla senioriasukkaita rohkaistiin ottamaan vastuuta ja samalla taloon luotiin uusi yhteiskehittämisen malli. Ryhmän toiminta ylitti odotukset ja loi alusta alkaen monenlaista uutta arvoa kaikille osapuolille.  Kun ikääntyneiden toimintakyky pysyy hyvänä, pärjäävät he pidempään ilman ulkopuolista hoivaa. Seniorit eivät voi eivätkä halua olla pelkkä menoerä; heillä on paljon annettavaa ja he ovat myös kasvava asiakasryhmä liiketoiminnassa. Ikääntyneet voidaan nähdä koko yhteiskuntaa rikastuttavana voimavarana.	
<b>Asiasanat (avainsanat)</b> arvo, palvelut, palvelumuotoilu, asiakaskokemus, ikääntyneet	
<b>Sivumäärä</b>  100 s. + 2 liitettä	<b>Kieli</b>  Suomi
<b>Huomautus (huomautukset liitteistä)</b>	
<b>Ohjaavan opettajan nimi</b>  Heli Aaltonen	<b>Opinnäytetyön toimeksiantaja</b>  Valkealan Iltatähti ry

## DESCRIPTION

	<b>Date of the master's thesis</b> 8 January 2016
<b>Author(s)</b> Elina Saarela	<b>Degree programme and option</b> Entrepreneurship and Business Competence
<b>Name of the master's thesis</b> Co-creating customer value in a senior house - Valkealan Iltatähti ry	
<b>Abstract</b> <p>The amount of elderly citizens is expected to double by the year 2030. The society will not be able to take care of all the individuals by the same intensity as it is doing now. Homelike living and taking responsibility for one's own life are already emphasized. These factors are combined also in senior houses which can offer both communality and privacy.</p> <p>The principal of this thesis was Valkealan Iltatähti ry, a service center located in Valkeala. The thesis focused on their senior houses. The purpose of the case study was to get a deep customer understanding and study what creates value for seniors, and how it could be added in to ordinary life as well as while moving to the senior house.</p> <p>Qualitative methods were used in the information gathering and part of the process was done together with Master of Social Services student. The main method was a co-creation group established by the students. Interviews and observation were also used.</p> <p>Although the residents considered the service offering of Iltatähti rather good, there were still some issues that could be improved in the ordinary life as well as in the moving in process, for example interaction and communality. After analysing the results, development proposals were designed for the principal. With these proposals Iltatähti has an opportunity to improve the service experience of the current and incoming residents, and also broaden its service offering. With the co-creation group, senior residents were encouraged to take responsibility of their own life. In addition, a new co-creation model was created for Iltatähti. The co-creation model exceeded all the expectations and created value for everyone involved.</p> <p>When the performance level of the elderly people stays high, they will manage longer without external care. Senior citizens don't want to be just an expenditure, they have a lot to offer and they are also a potential but ignored customer group in the business field. Seniors can be seen as a huge resource for the whole society.</p>	
<b>Subject headings, (keywords)</b> Value, services, service desing, customer experience, senior	
<b>Pages</b> 100 p. + app.2	<b>Language</b> Finnish
<b>Remarks, notes on appendices</b>	
<b>Tutor</b> Heli Aaltonen	<b>Master's thesis assigned by</b> Valkealan Iltatähti ry

## SISÄLTÖ

1	JOHDANTO .....	1
2	OPINNÄYTETYÖN TOTEUTUS .....	2
2.1	Tavoitteet ja rajaus .....	3
2.2	Tutkimusongelma.....	3
2.3	Tutkimusmenetelmä .....	4
2.4	Aineistonkeruun menetelmät .....	6
2.4.1	Yhteissuunnitteluryhmä .....	6
2.4.2	Haastattelu .....	9
2.4.3	Havainnointi .....	10
2.5	Aineiston analysointimenetelmät.....	12
2.6	Opinnäytetyöprosessi .....	16
3	ARVO JA PALVELU .....	17
3.1	Arvo ja sen muodostuminen .....	18
3.2	Arvoa arjesta .....	22
3.3	Palvelun määritelmä .....	23
3.4	Palvelupaketista palveluprosessiin.....	24
4	PALVELULÄHTÖINEN AJATTELU JA PALVELUJEN MUOTOILU .....	27
4.1	Palvelulähtöisen ajattelun synty ja perusväitteet .....	28
4.2	Arvon luonti palvelulähtöisessä ajattelussa .....	31
4.3	Muotoiluajattelu .....	32
4.4	Palvelumuotoilu .....	33
5	ASIAKASLÄHTÖINEN AJATTELU.....	40
5.1	Arvon synty asiakaslähtöisessä ajattelussa.....	41
5.2	Asiakaskokemus .....	43
5.3	Asiakkuus .....	45
6	TOIMEKSIANTAJAN ESITTELY.....	47
7	TUTKIMUSTEN TOTEUTTAMINEN JA TULOKSET.....	50
7.1	Yhteissuunnitteluryhmätapaamiset .....	52
7.2	Teemahaastattelut.....	57
7.3	Havainnointi .....	59
7.4	Tulokset .....	60

7.4.1	Iltatähden nykyinen toimintaympäristö asiakkaan näkökulmasta ...	60
7.4.2	Palvelupolku asukkaaksi tulovaiheessa .....	62
7.4.3	Senioriasukkaan arki Iltatähdessä .....	67
7.4.4	Iltatähti yhteisönä.....	72
7.4.5	Senioreiden kehittämisryhmä Vire .....	74
8	KEHITTÄMISEHDOTUKSIA .....	76
8.1	Palveluntarjoajasta asiakaskokemuksen tekijäksi.....	76
8.2	Uuden asukkaan muuttokokemus .....	79
8.3	Tiedonkulku .....	83
8.4	Digitaalisuuden mahdollisuudet.....	84
8.5	Laadullisen tutkimuksen luotettavuuden arviointi.....	86
9	POHDINTA .....	89
10	LOPUKSI .....	91
	LÄHTEET .....	93

#### LIITTEET

- 1 Teemahaastattelulomake
- 2 Yhteissuunnitteluryhmän tuotoksia

## 1 JOHDANTO

Ihmiset elävät yhä vanhemmiksi ja ovat hyväkuntoisempia kuin koskaan ennen. Syntyvyys kasvoi Suomessa rajusti toisen maailmansodan päätyttyä, ja niin sanottujen suurten ikäluokkien myötä yli 65-vuotiaiden seniorikansalaisten määrä tulee kaksinkertaistumaan vuoteen 2030 mennessä. Eläkkeelle jäädessään monilla on edessään vielä aktiivinen ajanjakso, jolloin heillä on aikaa ja mahdollisuuksia toteuttaa unelmiaan. Tätä ajanjaksoa voidaan nimittää ”kolmanneksi iäksi”. Hoivan ja avun tarve siintää kaukana tulevaisuudessa, ja siihen osataan varautua jo etukäteen. Sitä ennen ikääntyneillä voi olla edessään vielä vuosia, jopa vuosikymmeniä, tervettä ja aktiivista elämänvaihetta. Ei ole samantekevää minkälaisessa ympäristössä nämä vuodet vietetään. (Karisto 2007, 91 -108 ; VTT, 2004.)

Perinteistä vanhusten laitoshoidtoa on jo vähennetty merkittävästi, ja niin nyt kuin tulevaisuudessakin tullaan yhä enenevässä määrin painottamaan kodinomaisen asumisen merkitystä. Hallituksen syyskuussa 2015 esittelemiin kärkihankkeisiin kuuluu mm. palvelurakenteen muuttaminen laitoshoidosta kohti kotona tapahtuvan asumisen kehittämistä. Kärkihankkeet painottavat myös palveluiden muuttamista asiakaslähtöisempään suuntaan ja tavoitteena on asiakkaiden osallistaminen sekä oman vastuunoton mahdollisuuksien lisääminen. (Valtioneuvoston kanslia 2015.)

Suomessa on 2000-luvun aikana kehitetty kodin ja laitoksen välimaastoon sijoittuva palveluasuminen – senioriasuminen. Senioritalot ovat itsenäisesti asuvien, aktiivisten ihmisten tavallisia asuintaloja, joissa on totuttua enemmän yhteisiä tiloja ja yhteistä tekemistä. Tämän asuinmuodon tavoitteena on vastata ikääntyneiden tarpeisiin, ja luoda heille turvallinen, viihtyisä ja esteetön asunto ja asuinympäristö lähellä omaisia, toimivia palveluja ja liikenneyhteyksiä. Senioritalot on suunniteltu itsenäisille tai vähäisen avun turvin toimeentuleville ikääntyneille, ja talon palvelut rakentuvat pääasiassa lähiympäristössä olevien arkipalvelujen varaan. Senioritaloissa ei anneta hoitoa eikä taloilla ole hoitovastuuta asukkaista kuten palvelutaloilla. Senioritalot on suunnattu suhteellisen laajalle ikäryhmälle, ja tämän vuoksi alueen palvelutarjonnan tulisikin pystyä tyydyttämään tarpeiltaan ja toiveiltaan monipuolisen joukon odotukset. (Post & Tyvi-maa 2010, 6, 36; VTT 2004.)

Tämän opinnäytteen avulla pyritään etsimään vastauksia siihen, millaista elämä senioritalossa käytännössä on, ja miten senioritalo pystyisi palvelemaan asukkaitaan parhaalla mahdollisella tavalla sekä taloon muutettaessa että arkielämässä. Opinnäytteen avulla pyritään luomaan uutta arvoa asukkaille sekä myös osallistamaan ja kehittämään toimintaa yhdessä asukkaiden kanssa. Iltatähden senioritalojen asukkaiden kanssa perustettu yhteiskehittämisryhmä on osallistunut aktiivisesti toiminnan kehittämiseen ja ryhmältä saatua tietoa on käytetty apuna myös asiakasymmärryksen kasvattamiseen.

## **2 OPINNÄYTETYÖN TOTEUTUS**

Tässä luvussa kerrotaan opinnäytetyön toteuttamisesta, sen tavoitteista, aiheesta ja rajauksesta sekä esitellään tutkimusongelma ja tutkimuskysymykset. Sen jälkeen esitellään laadullinen tapaustutkimus tutkimusmenetelmänä. Luvun lopuksi käydään läpi tässä työssä käytettävät aineistonkeruu- ja analysointimenetelmät ja kuvataan lyhyesti opinnäytteen tekoprosessi.

Opinnäytetyö on osa kahdelle opiskelijalle tehtyä toimeksiantoa. Tässä työssä tutkimusongelmaa on lähestytty liiketaloudellisen ajatusmaailman kautta, ja teoreettinen viitekehys lähtee olettamuksesta, että seniorit ovat Iltatähden asiakkaita ja Iltatähti toimii palveluja tarjoavana yrityksenä. Työssä käytetään myös termiä ”asukas” kuvaamaan tätä asiakassuhdetta.

Toinen aiheesta opinnäytetyön tekevä opiskelija on Iltatähdessä toiminut vanhustyön ammattilainen, Kymenlaakson ammattikorkeakoulun sosionomi (YAMK) -opiskelija. Sosionomin näkökulma tutkimukseen on hyvinvointiin pohjautuva, ja hänen kehittämishankeensa painopiste on osallistavan toiminnan kehittämisessä. Sosionomin viitekehystä tukee esimerkiksi Post & Tyvimaan raportin mukainen toteamus (2010, 35), että senioritalossa tarjottavat palvelut nähdään palveluiksi, jotka tukevat ikääntyneen sosiaalisia tarpeita ja tuovat asuinympäristöön yhteisöllisyyttä.

Molemmat hankkeeseen osallistuvat opiskelijat ovat perehtyneet oman alansa kirjallisuuteen ja lähestyvät omia tutkimuskysymyksiään omista lähtökohdistaan, vaikka tutkimuksen kohteena oleva joukko on ollut yhteinen. Molemmat kirjoittavat itsenäisen raportin ja molemmilla on oma opinnäytetyön ohjaaja.

## 2.1 Tavoitteet ja rajaus

Tämän opinnäytetyön tavoitteena on tutkia senioritalon asukkaiden elämää ja hankkia laaja-alaista asiakasymmärrystä, jonka avulla Iltatähdelle tuotetaan kehittämissuhteita uusista arvoa tuottavista toiminnoista. Ehdotusten avulla Iltatähti voi lisätä ymmärrystä nykyisten asiakkaiden arvon luomisesta sekä parantaa uuteen senioritaloon muuttavien asukkaiden palvelukokemusta. Opinnäytteen aineistonkeruussa keskitytään kahden pääteemaan: senioriasukkaan arkeen sekä senioritaloon muuton ja sopeutumisvaiheen aikaisiin kokemuksiin.

Tämä opinnäyte on rajattu ainoastaan senioritalon asukkaisiin. Työssä ei tutkita Iltatähden muiden asumismuotojen asiakkaita eikä lähialueen muita, kilpailevia palveluja. Iltatähden johdon näkökulma otetaan huomioon tutkimusta tehdessä, mutta henkilökunta rajataan pois, samoin muut sidosryhmät, kuten esimerkiksi asukkaiden omaiset.

Teoreettisen viitekehyksen pääkäsitteitä ovat arvo, asiakkaan arvon muodostuminen ja arvon yhteiskehittäminen, asiakaslähtöinen ajattelu, palvelulähtöinen ajattelu sekä palvelumuotoilu ja sen osa-alueet.

## 2.2 Tutkimusongelma

Opinnäytetyön tutkimusongelmaa lähestytään pääkysymyksellä:

Mikä tuottaa arvoa senioriasukkaalle ja miten arvoa kehitetään yhdessä asukkaan kanssa?

Tämän lisäksi tutkimusongelmaa lähestytään kahdella alakysymyksellä, jotka ovat:

Miten talon nykyisistä toiminnoista saadaan enemmän arvoa tuottavia sekä asiakkaille että Iltatähdelle?

Miten uusien asukkaiden palvelukokemuksesta taloon muuttaessa saadaan mahdollisimman arvokas?



### 2.3 Tutkimusmenetelmä

Tämä opinnäytetyö on tapaustutkimus, jonka aineisto on kerätty käyttäen laadullisia tiedonkeruumenetelmiä. Tässä aluvuossa käsitellään ensin laadullista tutkimusta yleisesti ja sen jälkeen kerrotaan tapaustutkimuksen luonteesta.

Kun tavoitteena on ymmärtää asiakasta ja arvon muodostusta syvällisesti ja yksityiskohtaisesti, on aineistokeruu luontevinta toteuttaa käyttäen laadullisia menetelmiä. Laadullisella eli kvalitatiivisella tutkimuksella tarkoitetaan joukkoa erilaisia tulkinnallisia tutkimuskäytäntöjä, eikä sillä varsinaisesti ole omaa teoriaa tai täysin omia metodeja. Laadullinen tutkimus soveltuu käytettäväksi silloin, kun ollaan kiinnostuneita tapahtumien yksityiskohtaisista rakenteista tai tietyissä tapahtumissa mukana olleiden henkilöiden merkitysrakenteista. Laadullista tutkimusta käytetään, kun halutaan tutkia luonnollisia tilanteita, joita ei voi järjestää kokeeksi eikä kaikkia vaikuttavia tekijöitä voida kontrolloida. (Metsämuuronen 2006, 83, 88.)

Pitkäranta (2014, 9) toteaa, että laadullinen tutkimus pureutuu useimmiten tulevaisuuteen, ja sen avulla parannetaan, kehitetään tai uudistetaan tutkittavaa kohdetta. Laadullisessa tutkimuksessa elämismailmaa tarkastellaan merkitysten maailmana. Merkitykset ilmenevät ihmisten ja yhteisöjen toiminnassa, käyttäytymisessä, suunnitelmissa ja päämäärissä. Kaikki merkitykset ovat riippuvaisia ihmisestä, sillä niitä voi syntyä vain ihmisen toiminnan kautta.

Laadullinen tutkimus alkaa useimmiten niin sanotusta johtoajatuksesta. Ajatus lähtee tutkimuksen edetessä eri suuntiin, mutta palaa aina keskelle, johtoajatuksen pariin. Ajatuksen ympyrät suurenevat, ja laadullisen tutkimuksen tehtävänä onkin lisätä ymmärrystä, mahdollistaa erilaisia tulkintoja ja tuottaa mallinnuksia. Laadullinen tutkimus on subjektiivista, kasvollista tutkimusta, jonka mahdollistaja on luottamus ja jonka osana myös tutkija itse on. Laadullinen tutkimus ei välttämättä pyri yleistettävyyteen, vaan sen avulla pyritään saamaan tutkittavasta asiasta syvempi ymmärrys. Ideana on tulkita, ymmärtää ja mahdollisesti myös mallintaa tutkittava ilmiö. Tutkimus on ainutkertaista ja tilannesidonnaista ja laadullisen tutkimuksen tutkimusote etenee yleensä todellisuuden kartoittamisesta teoriaan. (Pitkäranta 2014, 13 – 14, 27.)

Hermeneuttinen tieteenperinne tutkii asioiden merkityssisältöjä ja kulttuuria. Tutkija tarkastelee ilmiöitä sellaisten olettamusten kautta, joiden ilmenemistapoja ilmiöiden ajatellaan olevan. Tulkitsijalla on aina olemassa jo jonkinlainen esiymmärrys kohteestaan. Uusi ymmärrys koostuu sekä tutkimuskohteesta itsenäisenä ilmiönä että tutkijan lisääntyneestä ymmärryksestä ilmiötä kohtaan. Laadullisessa tutkimuksessa merkitykset ilmenevät suhteina. Tutkimustilanteessa on aina mukana ihmismieli, kokemuksen kohde, mielellinen sisältö sekä tutkimuksessa käytettävä kieli. (Pitkäranta 2014, 30 - 31.)

Laadullisen tutkimusprosessin painopiste ei ole teorian muotoilussa, vaan teorian, käsitteistön ja aineiston vuorovaikutuksessa. Myös laadullisen aineiston analyysissä on kyse merkityksen käsitteestä ja merkityksellisen toiminnan tutkimisesta. Ideana on löytää aineistosta jotain uutta, uusia jäsennyksiä, merkityksiä tai uusia tapoja kuvailla ja ymmärtää ympäröivää maailmaa. (Pitkäranta 2014, 33 ; Ruusuvuori ym. 2010, 16.)

### *Tapaustutkimus*

Tässä tutkimuksessa lähestymistapana käytetään tapaustutkimusta. Tapaustutkimuksessa tapaus on yleensä tapahtumakulku tai ilmiö, toisin kuin esimerkiksi määrällisessä tutkimuksessa, jossa tapaus on tilastollinen yksikkö. (Laine ym. 2007, 9.) Tapaus voi olla lähes mikä vain, se voi erottua muista joko kielteisesti tai myönteisesti, tai se voi olla aivan tavallinen arkipäivän tapahtuma tai henkilö. Tapaustutkimuksen pyrkimys on tuottaa syvällistä ja yksityiskohtaista tietoa tutkittavasta tapauksesta. Ojasalo ym. mainitsevat kirjassaan (2009, 52), että tapaustutkimus soveltuu hyvin kehittämistyön lähtökohdaksi, kun tehtävänä on tuottaa kehittämissuhteita tai -ideoita. Tapaustutkimukselle on ominaista, että pyritään selvittämään jotain, mikä ei ole entuudestaan tiedossa ja vaatii lisävalaisua. (Laine ym. 2007, 11). Tapaustutkimuksen luonteeseen kuuluu, että tietoa tutkittavasta tapauksesta kootaan monipuolisesti ja monella eri tavalla (Met-sämuuronen 2006, 90 - 91).

Monenlaisten menetelmien käyttö sopii tapaustutkimukselle myös siksi, että tutkittavasta tapauksesta pyritään saamaan mahdollisimman syvälinen ja kokonaisvaltainen kuva. (Ojasalo ym. 2007, 52). Tapaustutkimus vastaa maailman monimutkaisuuteen

juuri näiden toisiaan täydentävien aineistojen, menetelmien ja näkökulmien kautta. Tätä kutsutaan triangulaatioksi. Onnistunut tapaustutkimus voi tarjota mahdollisuuden myös yleistämislle. Näin tilanteen analyysistä voi tulla enemmän kuin yksittäinen tapaus, siitä voi muodostua kokonaisnäkemys, josta parhaassa tapauksessa nousee esiin uusia teemoja tai tarkastelunäkökulmia. (Laine 2007, 215.) Myös Metsämuuronen on maininnut (2006, 91) muutaman tapaustutkimuksen edun. Näitä ovat muun muassa se, että tapaustutkimuksella huomataan sosiaalisten totuuksien monimutkaisuus ja sisäkkäisyys. Tapaustutkimuksesta muodostuu ”kuvailevan materiaalin arkisto”, ja siitä voidaan muokata erilaisia tulkintoja. Tapaustutkimukset ovat usein myös askel toimintaan ja niiden tuloksia sovelletaankin usein käytännössä. Tutkimuksen raportointi on mahdollista tehdä kansantajuisesti välttämättä turhaa termistöä, ja näin tutkimus voi palvella monenlaisia lukijoita. Tapaustutkimus sallii myös lukijan tehdä omia johtopäätöksiään tuloksista.

Nykyään tutkijalla on rajattomia mahdollisuuksia toteuttaa tutkimuksensa, ja tapaustutkimuksessa tuleekin ilmaista selkeästi aina kyseisen tapauksen tutkimusprosessi, jotta lukija saa selville millä keinoin johtopäätöksiin on päädytty. Tapaustutkimusta on kritisoitu siitä, että se ei välttämättä ole tarpeeksi edustava, tai että aineiston keräämisen kurinalaisuudessa voi olla puutteita. (Valli & Aaltola (toim.) 2015, 181 - 182.)

## **2.4 Aineistonkeruun menetelmät**

Tässä työssä tavoitteena on tutkia mahdollisimman kattavasti valittua tapausta ja saada laaja-alaista asiakastietoa, joten käytössä on useita aineistonkeruumenetelmiä. Ensimmäisissä menetelminä käytetään yhteissuunnitteluryhmää sekä teemahaastattelua. Täydentävää aineistoa on kerätty havainnoinnilla. Seuraavissa alaluvuissa kerrotaan tarkemmin työssä käytetyistä menetelmistä.

### **2.4.1 Yhteissuunnitteluryhmä**

Osa aineistona käytettävästä tiedosta on tuotettu yhdessä asukkaiden kanssa, yhteissuunnitteluryhmässä. Yhteissuunnittelu on palvelumuotoiluajattelun perustoimintoja, jossa voidaan innovoida ja tutkia palvelukokemuksia. Ryhmässä käytettyjen menetelmien yhtenä tarkoituksena on löytää käyttäjien piileviä ja tiedostamattomia toiveita ja

tarpeita. Niin sanottua hiljaista tietoa voi olla hankala ilmaista sanallisesti, joten luovat ja visuaalisemmat menetelmät voivat olla hyödyllisiä näiden tarpeiden esiintuomisessa. Yhteissuunnitteluryhmä toimii ympäristönä, joka mahdollistaa monipuolisen aineistonkeräämisen. (Miettinen 2011, 24 - 25, 78 – 79.)

Yhteissuunnittelu on lähestymistapa, joka tarjoaa menetelmiä ja työkaluja monialaisen suunnittelun ja palveluideoinnin tarpeeseen. Yhteissuunnittelulla tarkoitetaan sitä, että asiakas tai käyttäjä osallistuu palvelujen kehittämiseen yhdessä suunnittelutiimin kanssa. Näin asiakas on yhdessä yrityksen kanssa rakentamassa palvelukokemusta, joka sopii juuri hänen omaan toimintaympäristöönsä ja omiin tarpeisiinsa. (Miettinen 2011, Stickdorn & Schneider 2010, 198-199.)

Yhteissuunnittelun käyttöä voidaan perustella kahdella asialla:

1. Tiedon jalkauttaminen osaksi suunnittelua.

Jos suunnittelu toteutetaan esimerkiksi kokonaan ulkopuolisilla asiantuntijoilla, saattaa tiedon kulkeutuminen käytäntöön häiriintyä tai estyä kokonaan.

2. Käyttäjien kohtaaminen tiedon ja inspiraation lisäämiseksi.

Käyttäjien kohtaaminen inspiroi ja tuottaa suunnittelijoille yleensä uutta tietoa ja ajatuksia, joiden avulla toimintaa voidaan kohdentaa. Ihmisten kohtaaminen mahdollistaa myös erilaisten luovien menetelmien käytön ja lisää empaattista ymmärrystä.

Tärkeintä on tunnistaa se pääasiallinen tarve, johon yhteissuunnittelulla pyritään vastaamaan. Yhteissuunnittelulla on havaittu tilanteesta riippuen olevan muun muassa seuraavanlaisia tavoitteita:

- ryhmän yhteistyön parantaminen ja yhteisen kielen löytäminen
- luovan ajattelun ja käyttäjälähtöisen asenteen kehittäminen
- uusien näkökulmien saaminen
- lisätiedon saaminen kohderyhmästä ja ymmärryksen kehittyminen
- uusien yhteistyöverkostojen luominen

Yhteissuunnittelutapahtuma sisältää yleensä seuraavat vaiheet: tilaisuuden ja tapahtuman esittelyn, lämmittelyn ja virittäytymisen, yhteissuunnittelun, ryhmien esitykset ja loppukeskustelun. Suunnittelun lopputuloksena on yleensä kiinnostavia teemoja, ”design drivereita” eli suunnitteluvetureita ja -ideoita pohjustamaan jatkokehitystä. Yhteissuunnittelun vahvuus on kohteena olevan tapauksen katsominen monesta eri näkökulmasta, ja erityisesti näiden näkökulmien tuominen yhteen. Myös jo olemassa olevista palveluista olisi tärkeä löytää asiakkaan näkökulmasta merkityksellisiä kehitysmahdollisuuksia tai ongelmakohtia. (Miettinen, 2011, 80 – 82.)

Yhteissuunnittelu rakentuu monenlaisen osaamisen varaan, ja suunnittelutehtävissä käytetään usein suunnittelutiimejä, jotka koostuvat monen eri alan asiantuntijoista. Yhteissuunnittelussa palveluja tarkastellaan dynaamisena prosessina, johon liittyy erilaisia toimijoita ja myös ympäristö ihmisineen, tuotteineen ja tiloineen. Tämä voi olla myös haasteellista ja vaatia uudenlaisia työkaluja sekä uudenlaista näkökulmaa ja työskentelytapoja. Muotoilija voi nostaa esiin yleisön toiveita ja haaveita sekä herättää ihmisiä huomaamaan jo olemassa olevan tuotteen tai palvelun puutteita käyttäjän näkökulmasta. Hän voi myös innostaa kehitysyhteisöä toimimaan yhdessä paremman mallin kehittämiseksi. (Miettinen, 2014, 106.)

#### *Kuvakortit tiedonkeruumenetelmänä*

Yhteissuunnittelutapaamisissa voidaan käyttää muun muassa erilaisia kuvakortteja tiedon keräämisen välineenä. Kuvakorttisarjojen yksi päätehtävistä on herättää asiakkaissa tunteita ja ajatuksia, jotka ilmaistaan sanallisesti tai kirjallisesti. Kuvakorttisarjat ovat siis omalla tavallaan erottamattomia sanoista. Ajatuksena kuvakorttisarjojen käytössä on, että ne mahdollistavat tunteiden, ideoiden ja intuition esiintulon. Tilanne kortteja katseltaessa on omalla tavallaan leikinomainen, ja kuvan katsojalla on mahdollisuus sanoittaa tilanteita kuvien avulla. (Halkola 2009, 175 ; Harju, 2010, 13.)

Huolimatta siitä, että asiakas kertoo vain pieniä välähdyksiä omasta maailmastaan, on tilanne aina arvokas. Kuvia käyttämällä voidaan välähdysten määrää ja intensiteettiä lisätä verrattuna sanalliseen keskusteluun. Kuvia käyttäessään asiakkaat ovat tekemisissä ulkopuolisen objektin välityksellä oman sisimpänsä kanssa ja monesti kuvien

käyttäminen vapauttaa ja poistaa estoja puhumisen tieltä. Asiakas voi huomata puheensa kuvan avulla itsestään ja omasta sisimmästään enemmän, kuin oli ajatellut uskaltavansa. Tutkijan ymmärryksen lisäksi tilanne saattaa avata myös asiakkaalle uuden väylän oman itsensä ymmärtämiseen. (Harju, 2010, 14.)

Ovi-korttisarja lukeutuu valokuvakortteihin. Siinä sisällön pääasiallisena materiaalina on käytetty erilaisista ovista otettuja valokuvia. Korttisarja koostuu 60 suljetusta ja 20 avoimesta ovesta, ja se on suunniteltu käytettäväksi asiakastyössä. Korttisarja syntyi alun perin sosionomiopiskelijan (YAMK) lopputyönä vuonna 2010, ja sen jälkeen se on kaupallistettu. Juuri erityisen ovi-symboliikan ansiosta on menetelmä on lunastanut paikkansa erityisesti ihmissuhdealoilla.

Muistelu on menneisyyden ja nykyisyyden välistä keskustelua, joka kuuluu kaikkiin ikävaiheisiin. Myönteisten asioiden voima on suuri myös ikäihmisten elämässä. Ongelmien muuttaminen tavoitteiksi, tulevaisuuteen suuntautuminen ja voimavarojen etsiminen antavat ihmiselle energiaa. Muistelulla voidaan vahvistaa ja lisätä ikäihmisten mielen hyvinvointia. Myönteisen muistelun korteilla vahvistetaan hyvää oloa tarinoimalla mukavista muistoista, selviytymistaidoista, omista vahvuuksista sekä sykehdyttävistä hetkistä. Yhtä tärkeää kuin kertomisen, on muiden kuuntelemisen kokemus. Myönteisen muistelun kortit on kehitetty yhteiskehittämisen menetelmiä käyttäen yhdessä ikäihmisten kanssa. (Vähälä ym. 2012, 16.)

#### **2.4.2 Haastattelu**

Tuomi ja Sarajärvi kirjoittavat osuvasti (2009, 72), että haastattelun idea on yksinkertainen; kun halutaan tietää mitä ihminen ajattelee tai miksi hän toimii niin kuin toimii, sitä kysytään häneltä. Haastattelun etuna verrattuna esimerkiksi valmiiseen kyselylomakkeeseen voidaan pitää sen joustavuutta. Haastattelija voi käydä keskustelua haastateltavan kanssa, esittää lisäkysymyksiä, oikaista mahdollisia väärinkäsityksiä sekä toistaa ja selventää kysymyksiä. Kysymysten esittämisjärjestystä voidaan myös muuttaa tarpeen mukaan. Kun haastattelusta sovitaan henkilökohtaisesti, haastateltavat harvoin kieltäytyvät luvasta tai aineiston käytöstä tutkimuksessa. Haastatteluun voidaan valita juuri ne henkilöt, joilla on tietoa ja kokemusta käsiteltävästä aiheesta, joten resurssija ei tule hukattua turhaan. Haastattelu on ennalta suunniteltu vuorovaikutustilanne, jonka

haastattelija aloittaa, ohjaa ja motivoi. Haastattelussa haastattelija tuntee roolinsa, ja toiminta on luottamuksellista; haastateltavan on voitava luottaa siihen, että kaikkea tietoa käsitellään vain sovittuun tarkoitukseen. Haastattelu sopii hyvin metodiksi esimerkiksi silloin, kun kartoitetaan tutkittavaa aluetta, halutaan kuvaavia esimerkkejä, tai tutkitaan aihetta, josta ei ole objektiivisia testejä. Haastattelun heikkoutena voidaan pitää sen aikaa ja resursseja vievää toteutustapaa. (Metsämuuronen, 2006, 113; Tuomi & Sarajärvi 2009, 72 – 73.)

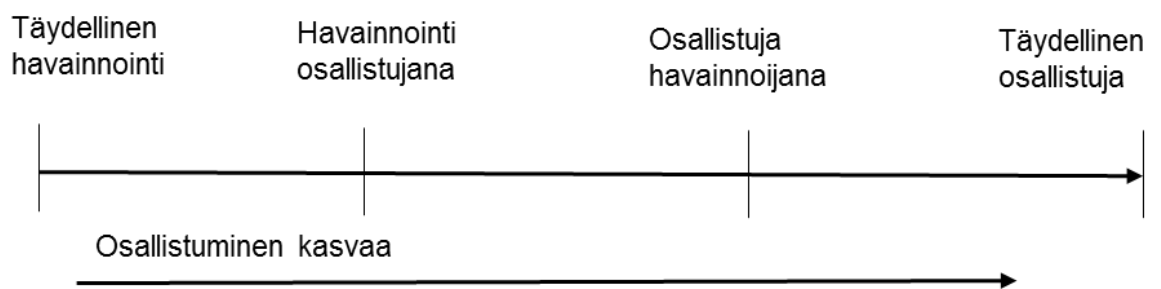
Teemahaastattelu on puolistrukturoitu menetelmä, jossa keskustelua ohjaavat haastattelijan ennalta määrittelemät aihepiirit eli teemat. Teemahaastattelussa ei ole tarkkoja kysymyksiä, eikä kysymyksillä ole tarkkaa järjestystä, vaan haastattelu etenee teemojen ja niihin liittyvien tarkentavien kysymysten varassa. (Hirsjärvi ym. 2007, 203.) Teemahaastattelussa korostetaan ihmisten tulkintoja ja heidän asioille antamia merkityksiä ja myös sitä, miten merkityksiä syntyy vuorovaikutuksessa. Haastattelujen yhdenmukaisuus voi vaihdella tapauskohtaisesti paljonkin lähes avoimesta haastattelutyyppistä strukturoidusti etenevään haastatteluun. Teemahaastattelun tavoitteena on löytää merkityksellisiä vastauksia tutkimusongelmaan tutkimustehtävän mukaisesti. Haastatteluun etukäteen valitut teemat perustuvat tutkimuksen viitekehykseen, eli siihen mitä ilmiöstä jo tiedetään. (Tuomi & Sarajärvi 2009, 75. )

### **2.4.3 Havainnointi**

Havainnointi on kehittämistyön menetelmä, jonka käyttöä Ojasalon ym. mukaan (2009, 103) vierastetaan turhaan. Havainnoinnin avulla saadaan tietoa muun muassa siitä, miten ihmiset käyttäytyvät toimintaympäristössään. Aineistoa voidaan kerätä joko luonnollisessa tai niin sanotussa laboratorioympäristössä, jossa tilanteet ovat keinotekoisia. Havainnointia käytetään yleensä kyselyn tai haastattelujen tukena ja täydentämässä niitä. Havainnoinnin avulla on mahdollista päästä luonnollisiin ympäristöihin ja tarkkailla ihmisiä aidoissa tilanteissa. Havainnointityöhön vaaditaan aina asianmukaiset luvat ja luottamuksen saaminen edesauttaa toimintaa. (Ojasalo ym. 2009.)

Havainnointi voi olla strukturoitua eli jäsenneiltyä tai strukturoimatonta eli väljää ja joustavaa toimintaa. Strukturoidussa havainnoinnissa tutkittava asia jäsennellään ja luo-

kitellaan ennen varsinaista havainnointia. Strukturoimaton, väljä havainnointi antaa paljon ja monipuolista tietoa asiasta, ja vaikka etukäteen ei tehdä luokitteluja, hyödynnetään tutkittavaa teoriaa ja tehdään oletuksia, mitä ilmiössä mahdollisesti tapahtuu. Havainnoinnin tavoitteet sekä tarkkuus tulee määrittää etukäteen. Havainnoijan vaikutusta tilanteeseen voidaan lieventää sillä, että havainnoija vierailee kohteessa useaan otteeseen ja tulee tutkittaville tutuksi. Tutkijan on kuitenkin pyrittävä säilyttämään objektiivisuutensa joka tilanteessa. Havainnoinnin tulkintaan liittyy aina ymmärtäminen, sillä kerätty aineisto ei liity automaattisesti yhteen, vaan havainnoija etsii aineistosta juonen ja luo uutta ymmärrystä myös teoriaan hyväksi käyttäen. (Ojasalo ym. 2009, 105 – 107.) Metsämuuronen toteaa (2006, 116 - 117), että havainnointi voidaan jakaa neljään eriasteiseen osallistumiseen, joita kuva 1 havainnollistaa.



**KUVA 1. Havainnointi ja osallistuminen (Mukailtu Metsämuuronen 2006, 117)**

Havainnointi ilman osallistumista, eli täydellinen havainnointi, on järkevää esimerkiksi silloin, kun tutkija tutustuu uuteen kohteeseen ulkopuolisena tarkkailijana ja alkaa ehkä myöhemmin osallistua enemmän tutkittavaan yhteisöön.

Osallistuvassa havainnoinnissa tutkija voi olla enemmän tutkijan roolissa (havainnoija osallistujana), tai enemmän toimijan roolissa (osallistuja havainnoijana). Osallistuvassa havainnoinnissa tutkija toimii aktiivisesti tutkimuksen tiedonantajien kanssa, ja sosiaalinen vuorovaikutus muodostuu tärkeäksi osaksi tiedonhankintaa. Tutkijan osallistuminen voi olla eriasteista, ääripäinä täydellinen osallistuminen tai osallistumattomuus. Osallistuvassa havainnoinnissa arvostetaan ihmisten kokemusten kautta syntyneitä tietoja ja tavoitellaan toimintaa yhteistyöprosessien avulla. Vuorovaikutuksessa molemmat osapuolet voivat laajentaa ajatteluaan. Osallistuva havainnointi kehitettiin tilanteessa, jossa havaittiin, että tutkittavana oleva yhteisö toimi hyvin tutkijan kanssa, mutta kun



tutkija vetäytyi, myös toiminta loppui. Tilanteen korjaamiseksi syntyi osallistava havainnointi, jonka tavoitteena oli osallistuttaa tutkimukseen osallistuvat henkilöt siten, että toiminta jatkuisi myös ilman tutkijan tukea.

Osallistamiseen perustuvat menetelmät arvostavat tutkimusprojektiin osallistuvien henkilöiden tietoa ja uskovat siihen, että jokaiseen asiaan on olemassa enemmän kuin yksi oikea näkökulma. Asioiden eri puolet tulevat parhaiten esille silloin, kun keskustellaan ryhmässä. Tutkija kunnioittaa tutkimukseen lupautuneita henkilöitä ja heidän tietämystään, ja hän on tullut paikalle oppiakseen itse, eikä opettamaan tai kehittämään muita. (Metsämuuronen 2006, 117; Tuomi ym. 2009, 82 - 83.)

Vilkka nostaa esiin (2006, 56 - 57) havainnoinnin eettisiä ongelmia. Tutkimus on aina eräänlaista interventiota ja vaikuttaa tutkimukseen osallistuvien ihmisten elämään. Tutkijan on aina tiedostettava tämä sekä se, millaisia seurauksia tutkimuskohteelle on tutkimuksen tekemisellä sekä valmiilla tutkimuksella. Hyvä tieteellinen tapa edellyttää, että aineistoa ei kerätä ilman havainnoitavien suostumusta. Tavoite tutkimuksessa on, että kohteiden toiminta on mahdollisimman luontevaa, ja tässä auttaa edellä mainittu tutkittavien luottamuksen voittaminen. Luottamuksen saavuttaa parhaiten, jos tutkittaville kerrotaan mahdollisimman pian tutkimuksen alussa, mikä on tutkimuksen luonne ja tutkijoiden kiinnostuksen kohteet.

## **2.5 Aineiston analysointimenetelmät**

Analyysin tarkoituksena on luoda sanallinen ja selkeä kuvaus tutkittavasta aineistosta. Tutkimusaineisto ei ole vastaus tutkimusongelmaan, se on raaka-ainetta ja materiaalia, josta tutkimus tehdään. Aineisto kertoo siitä, mitä ihmiset sanoivat, tekivät, tai miten he toimivat. Tutkimuksen kannalta kiinnostava aineisto on usein äänettömänä aineistossa, ja tutkija löytää sen vasta analysoinnin jälkeen. Analysointi on aineiston yhdistämistä ja ryhmittelyä johtolangoiksi, joita voidaan tulkita. (Vilkka 2006, 81.) Hirsjärvi ym. toteavat (2007, 220), että laadullisessa tutkimuksessa aineiston runsauden ja elämänläheisyyden vuoksi aineiston analysointi on mielenkiintoista ja haastavaa. He lohduttavat tutkijaa myös sanomalla, että yleensä tutkija ei pysty hyödyntämään kaikkea keräämäänsä, eikä kaikkea materiaalia ole tarpeenkaan analysoida.

Metsämuuronen mainitsee (2006, 122), että yleensä laadullisessa tutkimuksessa aineiston kerääminen ja analysointi tapahtuvat ainakin osittain yhtä aikaa, eikä niiden välillä ole välttämättä selvää eroa. Niinpä esimerkiksi kenttätutkimusaineiston voi yleensä analysoida vain tutkija itse. Metsämuuronen tuo esille (2006, 121 - 122) myös määritelmän, että ”analyysivaiheessa kerätty aineisto hajotetaan käsitteellisiksi osiksi ja osat kootaan uudelleen tieteellisiksi johtopäätöksiksi”. Tällaisesta toiminnasta käytetään myös termiä abstrahointi. Tutkimusaineisto järjestetään siihen muotoon, että aineiston perusteella tehdyt johtopäätökset voidaan irrottaa yksittäisistä henkilöistä ja tapahtumista, ja siirtää teoreettiselle ja käsitteelliselle tasolle. Ennen aineiston analyysia se tulee saattaa sellaiseen muotoon, että analyysin tekeminen on mahdollista. Aineisto luokitellaan ja järjestellään esimerkiksi koodauksen, teemoittelun tai tyyppittelyn avulla aineiston käsittelyn helpottamiseksi.

### *Sisällönanalyysi*

Aineistoa on mahdollista analysoida monella eri tavalla. Esimerkiksi Hirsjärvi puhuu diskurssianalyysistä ja sen eri näkökulmista (2006). Tähän opinnäytteeseen on valittu Tuomen ja Sarajärven esittelmä (2009, 91), sisällönanalyysi, perusmenetelmä, jota voidaan soveltaa kaikissa laadullisen tutkimuksen perinteissä. Se on yksittäinen metodi, mutta samalla myös väljempi viitekehys, joka toimii erilaisissa analysointikokonaisuuksissa. Sisällönanalyysin avulla voidaan tehdä monenlaista tutkimusta, ja useimmat laadullisen tutkimuksen analysointimenetelmät perustuvat ainakin jollain tavalla sisällönanalyysiin. Sisällönanalyysin avulla aineisto pyritään järjestämään tiiviiseen muotoon kadottamatta sen sisältämää tietoa. Aineisto pelkistetään siten, että siitä karsitaan kaikki tutkimukselle epäolennainen pois. Pelkistäminen voi olla joko informaation tiivistämistä tai pilkkomista osiin. Ennen analyysin aloittamista tulee määritellä analyysiyksikkö, joka voi olla yksittäinen sana tai keskustelussa lause, lauseen osa tai ajatuskokonaisuus, joka sisältää useita lauseita. Tutkimustehtävä ja tutkimuksen laatu ohjaavat analyysiyksikön määrittämistä. (Tuomi & Sarajärvi 2013, 108 – 110.)

Tuomi ja Sarajärvi esittelevät (2009, 91) mielestään toimivan tavan jaotella sisällönanalyysin tekotapoja; mallin, joka koostuu aineistolähtöisestä, teoriasidonnaisesta ja teorialähtöisestä analyysistä. Aineistolähtöinen analyysi pyrkii luomaan tutkimusaineis-

tosta teoreettisen kokonaisuuden. Analyysiyksiköt valitaan aineistosta tehtävänasettelun ja tutkimuksen tarkoituksen mukaisesti. Ajatus on, että analyysiyksiköt eivät ole etukäteen sovittuja, eikä aikaisemmillä teorioilla tai havainnoilla pitäisi olla mitään tekemistä tutkimuksen toteuttamisen ja lopputuloksen kanssa. Koko analyysin oletetaan olevan aineistolähtöistä ja teorian tulisi koskea vain analyysin toteuttamista. Aineistolähtöinen analyysi on Tuomen ja Sarajärven mukaan erittäin vaikea toteuttaa, sillä havaintojen teoriapitoisuus on yleisesti hyväksytty periaate. Haaste on siinä, voiko tutkija kontrolloida, että analyysi tapahtuu puhtaasti tiedonantajien ehdoilla eikä tutkijan omien ennakkoluulojen, käsitysten ja teorioiden kautta.

Näitä aineistolähtöisen analyysin ongelmia pyritään ratkaisemaan teoriaohjaavassa, tai toiselta nimeltä teoriasidonnaisessa, analyysissä. Mallissa on teoreettisia kytkentöjä ja teoria voi toimia apuna analyysin tekemisessä, mutta aineisto ei pohjautu täysin teoriaan. Aikaisempi teoria toimii apuna analyysin tekemisessä ja avaa samalla uusia ajatusmalleja. Aineiston analyysivaiheessa voidaan edetä aluksi aineistolähtöisesti, mutta määritellä tai jaotella aineisto lopuksi teorian pohjalta. Tutkijan ajattelutyössä vaihtelevat aineistolähtöisyys ja valmiit mallit, ja hän pyrkii yhdistelemään näitä eri tavoilla. Yhdistelyn avulla saattaa syntyä jotain aivan uuttakin.

Teorialähtöinen analyysi pohjautuu nimensä mukaan täysin johonkin ennalta määriteltyyn teoriaan tai malliin. Tutkimus kuvailee tämän mallin ja määrittelee sen mukaisesti kiinnostavat käsitteet. Toisin sanoen tutkittava ilmiö määritellään jonkin jo aiemmin tunnetun mukaan, ja näin myös aineiston analyysiä ohjaa aikaisemman tiedon perustella luotu valmis kehys. Teoreettisessa osassa luodaan raamit, joihin aineistoa suhteutetaan, ja olemassa olevaa tietoa testataan uudessa yhteydessä. (Tuomi & Sarajärvi 95 – 98, 2009.)

Näiden kolmen erilaisen analyysimuodon erot ovat teorian ohjaavuudessa silloin kun hankitaan, analysoidaan ja raportoidaan aineistoa. Aineisto- ja teoriaohjaavassa analyysissä aineiston hankkiminen ei ole riippuvaista teoriasta, eli siitä, mitä aiheesta on aikaisemmin tutkittu. Näiden kahden eroa ei välttämättä ole nähtävissä raportoiduissa tuloksissa, vaan ainoastaan analyysin päättelyprosessin muodossa. Teorialähtöisessä analyysissä puolestaan teoria määrittelee selvästi sen, miten aineistoa hankitaan ja miten ilmiö käsitteenä määritellään. (Tuomi & Sarajärvi 2009, 95 – 98.)

### *Havaintojen analysointi*

Teoriat ovat apuväline, joiden avulla tuotetaan uusia havaintoja, ne antavat uusia näkökulmia, innoittavat ja suuntaavat tutkijan asennetta. Ne auttavat kiinnittämään huomiota sellaisiin asioihin, joita tutkija ei välttämättä muuten olisi tullut ajatelleeksi. Teoriat ovat tapa tarkastella ja selittää aineistoa. Havaintoja voidaan kohdistaa ennalta määrättyihin asioihin ja toimintoihin ja niitä voidaan analysoida tietystä teoreettisesta viitekehystä. Analysoinnilla tarkoitetaan havaintojen yhdistämistä ja ryhmittelyä johtolangoiksi, joista voidaan tehdä tulkinta. Havaintojen analysointi on pelkistämistä, olennaisuuksien ja merkitysyhteyksien löytämistä. Havainnoinnin tarkoituksena ei ole löytää tyypillistä tapausta, vaan muotoilla sääntö tai teoriarakenne, joka pätee koko tutkimusaineistossa. Kysymyksenasettelu ohjaa aineistoa, sitä mikä otetaan mukaan ja sitä mikä jää pois. (Vilka 2006, 80 - 81.)

### *Tulosten tulkinta*

Tutkimuksessa etsitään aina tutkittavien antamia merkitysyhteyksiä, ja kyse on aina viime kädessä tutkijan kyvystä ymmärtää niitä. (Vilka 2006, 82.) Hirsjärvi ym. painottavat (2007, 224), että tulkinta syntyy, kun tutkija pohtii analyysin tuloksia ja tekee niistä omia johtopäätöksiään. Tulkinta selkeyttää analyysissä esiin nousseita merkityksiä. Edelleen Hirsjärvi ym. toteavat, että tutkimukseen ja sen raportointiin kytkeytyy aina moninkertaisia tulkintoja. Jokainen ihminen, tutkija, tutkittava ja myös raportin lukija, havaitsevat asioita ja täten myös tulkitsevat tutkimusta tai sen osia omalla tavallaan, eivätkä nämä tulkinnat ole koskaan täysin yhteneväisiä.

Haastattelun tai ihmisiltä muuten kerätyn laadullisen aineiston tulkinta ei ole koskaan valmis, eikä se tule koskaan kokonaan tulkituksi. Ruusuvoori ym. toteavat osuvasti (2010), että kun analyysi on päättynyt, tarkastelun kohde asettuu uuteen valoon ja houkuttelee ehkä muita kehittäjiä ja tutkijoita jatkamaan keskustelua, jonka tutkimus on avannut.

## 2.6 Opinnäytetyöprosessi

Tämä opinnäytetyöprosessi käynnistyi alkuvuodesta 2015 osittain sattumien kautta. Isuimme tulevan opinnäyteparini kanssa vierekkäin erään luennon alussa, ja keskustelu siirtyi palvelumuotoiluun. Olin juuri ollut mielenkiintoisella aiheella käsittelevällä kursilla, ja hän oli törmännyt samaan aiheeseen toisaalla. Kävi myös ilmi, että Iltatähden oli alustavasti kaavailtu yhteiskehittämismenetelmiä hyödyntävää projektia, ja tästä lähti ajatus voimien yhdistämisestä. Innostuin aiheesta heti, tässä olisi tilaisuus kokeilla jotain aivan uutta ja soveltaa liiketaloudessa käytettyjä teorioita ja oppeja toisenlaisessa ympäristössä. Myös toimiminen monialaisesti kuulosti mielenkiintoiselta; meillä olisi nyt tilaisuus keskustella ja katsoa asioita useammasta eri näkökulmasta ja toteuttaa tutkijatriangulaatiota käytännössä.

### TAULUKKO 1. Opinnäytetyön aikataulu

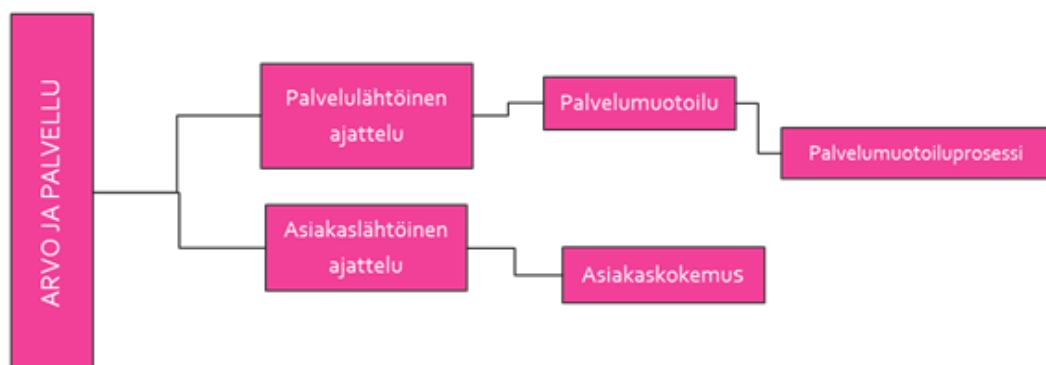
Vuosi 2015	Toimenpiteet
Tammikuu 2015:	Hankkeen yhteissuunnittelua
Helmikuu 2015:	Tapaaminen Iltatähti ry:n johtajan kanssa, tutustumista
Maaliskuu 2015:	Tutkimussuunnitelmaseminaari
Maaliskuu 2015:	Ideointi asukkaiden kanssa käynnistyy
Huhtikuu 2015:	Iltatähden hallituksen kokous, tutkimuslupa hyväksytään
Kevät/kesä 2015:	Teoriapohjan luomista
Kesä-heinäkuu 2015:	Haastattelut
Kesä -syyskuu 2015:	Kehittämisryhmätapaamiset
Syys-marraskuu 2015:	Tulosten analysointi ja tulkinta, kehittämisehdotukset
Joulukuu 2015:	Raportin viimeistely

Oheinen taulukko 1 kuvaa tämän opinnäytetyöprosessin aikataulua. Opinnäytetöiden ideat esiteltiin Iltatähden toiminnanjohtajalle sekä molempien koulujen opettajille alkuvuodesta 2015 ja projekti lähti käyntiin. Tämän opinnäytteen tutkimussuunnitelma esiteltiin maaliskuussa 2015 ja tutkimuslupa myönnettiin huhtikuussa 2015 pidetyssä Iltatähden hallituksen kokouksessa. Kevät ja kesä 2015 kuluivat teoriapohjan luomisessa sekä aineiston keräämisessä. Yheiskehittämisryhmä perustettiin keväällä, ja sen tapauksia pidettiin kesä-syyskuussa. Myös haastattelut tehtiin kesän aikana. Syksyllä, syysmarraskuussa jatkettiin teorian kirjoittamista, analysoitiin ja tulkittiin tuloksia sekä tehtiin kehittämissuhteita. Opinnäyte viimeisteltiin joulukuksi 2015.

Opinnäytetyöhankkeesta on pyritty tiedottamaan mahdollisimman laajasti Iltatähden asukkaille. Asukastapaamisten kutsut ovat olleet yleisesti nähtävillä talon ilmoitustauluilla, ja muistilappuja on jaettu asukkaille kotiin. Hankeesta on kerrottu etukäteen talon aktiivisille asukkaille ja pyydetty heitä levittämään sanaa myös muille. Ennen haastatteluja ja ryhmätapaamisia työn idea selostettiin ja kerrottiin mihin tarkoitukseen tietoa käytetään. Kehittämishanke esiteltiin Iltatähti ry:n hallitukselle kevään 2015 kokouksessa.

### 3 ARVO JA PALVELU

Tämä luku on ensimmäinen opinnäytetyön kolmesta teoarialuvusta. Oheinen kuva 2 havainnollistaa teoreettista viitekehystä kokonaisuutena.



**KUVA 2. Teoreettisen viitekehysten pääkohdat**

Ensimmäisessä teorialuvussa määritellään arvo, sen muodostumista sekä arvon erilaisia ilmenemismuotoja. Tämän jälkeen määritellään palvelu ja palveluprosessi. Toisessa teorialuvussa avataan palvelulähtöistä ajattelutapaa, sen syntyä ja perusväitteitä. Tämän jälkeen käsitellään arvon syntyä palvelulähtöisen ajattelutavan mukaan. Luvun toinen osa koostuu palvelumuotoilusta. Ensin kerrotaan muotoiluajattelulle tyypillisiä piirteitä ja tämän jälkeen kerrotaan, miten palvelumuotoiluprosessi tyypillisesti etenee. Viimeisessä teorialuvussa käsitellään ensin asiakaslähtöistä ajattelumallia ja verrataan sitä palvelulähtöiseen ajatteluun. Tämän jälkeen käsitellään arvon syntyä asiakaslähtöisessä ajattelussa. Luvun loppuosassa käsitellään asiakaskokemusta sekä sen ylittämistä, ja viimeiseksi sivutaan lyhyesti asiakkuusajattelua.

### **3.1 Arvo ja sen muodostuminen**

Yksinkertaisimmillaan asiakkaan kokema arvo on saatujen hyötyjen ja tehtyjen uhrausten välinen erotus. Hyötyjä ovat asiakkaan elämää helpottavat tai tarpeita tyydyttävät kokemukset, ja uhraus on tyypillisesti rahaa ja/tai aikaa. Arvo on aina suhteellista. Se muodostuu suhteessa aikaisempiin kokemuksiin ja siihen, mitä jokainen yksilö pitää itselleen tärkeänä. Arvoa muodostuu ainoastaan silloin, jos joku kokee sen lähteen arvokkaaksi. (Löytänä & Korteso, 2011, 54 ; Tuulaniemi 2011, 16.)

Arvo syntyy erilaisten osien summasta, ja arvon lähteistä voidaan erottaa kaksi ulottuvuutta: utilitääriset lähteet ja hedonistiset lähteet. Utilitäärisillä lähteillä tarkoitetaan kokemuksen mitattavissa olevia ominaisuuksia. Ne toimivat keinona jonkin päämäärän saavuttamiseksi. Hedonistiset lähteet ovat elämyksellisiä, tunteita tai aisteja herättäviä hyötyjä, kuten esimerkiksi nautinto, hauskuus tai turvallisuuden tunne. Löytänä & Korteso esittävät (2011,55), että hedonistisia elementtejä sisältävien kokemusten on todettu johtavan asiakkaiden myönteisempään ja intohimoisempaan suhtautumiseen yritystä kohtaan kuin kokemusten, jotka ovat sisältäneet ainoastaan utilitaarisia elementtejä. Ihmiset muistavat yleensä parhaiten sen miltä heistä tuntui, joten arvon kasvuun pyrkivä asiakaskokemus tulisi suunnitella niin, että se vetoaa tunteisiin.

Arvon määrittely jollekin toiminnalle, tuotteelle tai asialle voi tuntua hyvin henkilö- ja tapauskohtaiselta. Erilaiset ihmiset laittavat arvoja erilaiseen tärkeysjärjestykseen ja liittävät arvoihin erilaisia merkityssisältöjä. Näitä arvoja voidaan tarkastella myös palvelututkimuksen avulla. (Hämäläinen ym. 2014, 29 – 30.)

### *Asiakasarvon tyypit*

Hollbrook on määritellyt asiakasarvon ”vuorovaikutteiseksi suhteellisen edun kokemukseksi” (1996). Suhteellisuus merkitsee sitä, että arvo on henkilökohtaista ja se voi vaihdella kuluttajien välillä. Osa tuotteisiin liitetystä merkityksestä merkitsee jotain vain yhdelle yksilölle, kun taas osa merkityksestä voidaan jakaa laajemminkin ryhmässä. Toiseksi, koettu arvo on suhteellista verrattuna muihin tuotteisiin, esimerkiksi muovia materiaalina voidaan arvioida suhteessa muihin materiaaleihin. Muovi voi myös saada erilaista arvoa riippuen siitä, minkälaisen tuotteen osana se on. Kolmanneksi, koettu arvo on suhteellista verrattuna eri tilanteisiin, jolloin käyttötilanne määrittää koettua arvoa ja sen luonnetta. Esimerkiksi lämpimällä glögillä on erilaista arvoa jouluna kuin kesällä.

### **TAULUKKO 2. Asiakkaan kokeman arvon tyypit (mukailtu Holbrook 1996)**

		Ulkoinen	Sisäinen
<b>Itseen suuntautuva</b>	Aktiivinen	TEHOKKUUS	LEIKKI
	Reaktiivinen	ERINOMAISUUS	ESTETIIKKA
<b>Toisiin suuntautuva</b>	Aktiivinen	STATUS	ETIIKKA
	Reaktiivinen	KUNNIOITUS	HENKISYYS

Holbrook on luokitellut (1996) asiakasarvon kahdeksaksi erilaiseksi arvotyyppiksi, joita ovat tehokkuus, erinomaisuus, status, arvostus, leikki, estetiikka, etiikka ja henkisyys. Holbrookin viitekehys suhteuttaa nämä kahdeksan erilaista arvon tyyppiä toisiinsa kolmen eri ulottuvuuden avulla. Nämä ulottuvuudet ovat ulkoinen vs. sisäinen, itseen ja muihin suuntautuva sekä aktiivinen ja reaktiivinen. Arvon erilaisia tyyppimuotoja on mahdollista ymmärtää ainoastaan vertaamalla niitä toisiaan lähellä oleviin arvoihin. Nämä kahdeksan erilaista arvon muotoa on esitelty taulukossa 2, ja ne luovat pohjan



asiakkaan arvokokemuksen määrittelylle. Seuraavaksi käydään lyhyesti läpi nämä erilaiset arvon tyypit.

Tehokkuus on yksilöön suuntautuva ulkoinen arvo, jossa kuluttaja pyrkii maksimoimaan oman mukavuutensa ja samanaikaisesti minimoimaan omat uhrauksensa, kuten esimerkiksi ajan, rahan tai vaivan. Asiakas saa tehokkuuden arvoa esimerkiksi toimivista ja järkevästi toteutetuista palveluista, joita ei tarvitse jonottaa tai jotka on helppo ja nopea saavuttaa fyysisesti.

Erinomaisuus on tuotteen tai palvelun reaktiivista ulkoista arvoa, jota kuluttaja arvostaa, vaikka hän ei juuri sillä hetkellä käyttäisi sitä. Erinomaisuus on yksilöllistä arvoa, joka voi ilmentyä esimerkiksi arvon tunteena siitä, että palvelut ovat yleisesti ottaen korkealaatuisia tai yksilöllisesti toteutettuja. Tuotteen ominaisuudet tai kuluttajan saama hyvä asiakaspalvelu voivat myös toimia erinomaisuusarvon lähteinä.

Leikki arvona liittyy hauskanpidon ja viihdyttävyyden kokemiseen palveluja käytettäessä. Itse palvelujen kuluttaminen voi olla viihhteellistä ja jo itsessään arvokasta ilman muita päämääriä. Leikki kuvastaa myös eroa työnteon ja vapaa-ajan välillä. Palvelun käyttö vapaa-ajalla saa aikaan erilaista arvoa kuin jos sitä käytetään velvollisuudesta tai pakon edessä.

Estetiikalla viitataan kauneuden tai esimerkiksi taiteellisuuden kokemiseen arvon lähteenä. Arvo on itseen kohdistuvaa ja reaktiivista, yksilö voi saada esteettistä arvoa esimerkiksi palveluympäristön, luonnon, tai taide-esineiden kauneudesta.

Toisiin suuntautuvista arvon kokemuksista status ilmentää yksilön menestystä kuluttamisen avulla. Yksilö kehittää statustaan suhteessa muihin käyttämällä tietynlaisia palveluja. Esimerkiksi tietynlaiset vaatteet, auto tai huonekalut saattavat korostaa yksilön statusta ja nostaa hänen arvoaan toisten silmissä.

Kunnioitus on statusarvon reaktiivinen vastine, jossa yksilö pyrkii saamaan muiden positiivista huomiota palvelun tai tuotteen avulla. Kunnioitus arvona on jokseenkin passiivista, esimerkiksi taiteen hallussapitoa tai erityistaidon osaamista. Yksilö arvostaa omaa käyttäytymistään, koska se tuo hänelle arvoa muiden ihmisten silmissä.

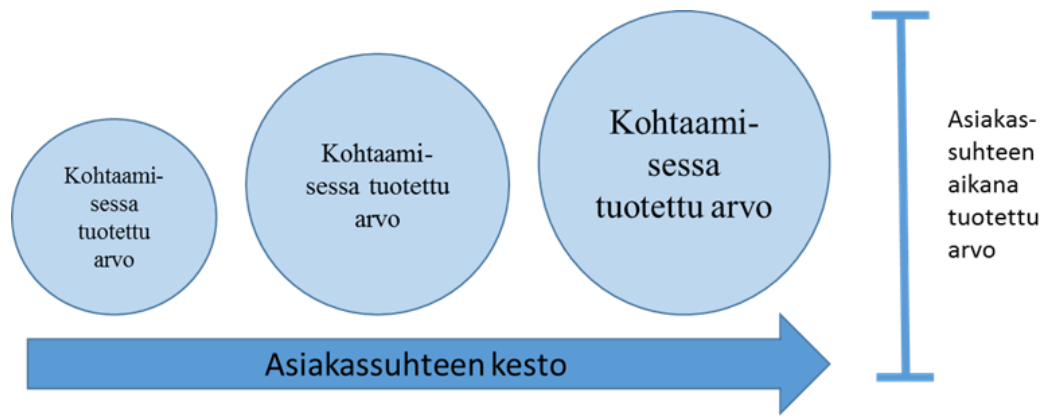
Eettinen arvo on aktiivista ja toisiin suuntautuvaa arvoa, jossa yksilö tekee jotain muiden ihmisten eteen, eikä tavoittele mitään itselleen. Yksilö saa arvoa siitä, miten hänen tekonsa vaikuttaa muihin ihmisiin hänen ympärillään. Esimerkiksi vapaaehtoistyö voi tuottaa eettistä arvoa.

Eettisyyden reaktiivinen vastine on henkisyys. Henkisyys tai pyhyys on tunne, jonka mukaan on olemassa jotain, joka on maallisen vastakohta. Hengelliseen kokemukseen voi liittyä toisen palvelu ja ihailu, jossa raja itsen ja toisen välillä katoaa. Palvelujen kautta tämä ihailu voidaan saavuttaa, jos kuluttaja syventyy kokemukseen niin täydellisesti, että unohtaa arkiminänsä.

Holrookin näkemyksien mukaan (1996) arvoa ei lähestytä ainoastaan tuote- tai palvelutasolla, vaan kokonaisvaltaisesti palvelukokemuksen tasolla. Holbrook korostaa hedonistisen arvon roolia ja tuo yksilön kokemat tunteet vahvasti esille. Edellä esitellyn typologian arvot ilmenevät yhdessä, vaikka jokaisen arvon painotus vaihtelee aina tilanteen mukaan.

#### *Arvon muodostumisen tapoja*

Yritys tuottaa asiakkailleen arvoa jokaisessa kohtaamisessa, ja parhaimmillaan arvon määrä kasvaa sitä mukaa kun kohtaamiset toistuvat. Yrityksellä on myös mahdollisuus kartuttaa tietoa asiakkaasta jokaisella kohtaamisella, ja hyödyntää sitä seuraavalla kerralla. Useiden kohtaamisten avulla on mahdollisuus synnyttää luottamusta, joka puolestaan lisää arvoa hedonistisena lähteenä. Oheinen kuva 3 havainnollistaa asiakaskohtaamisten lukumäärän vaikutusta arvon kasvattamiseen sekä yksittäisessä kohtaamisessa että koko asiakassuhteessa. Yritys voi myös pyrkiä auttamaan asiakasta luomaan arvoa itselleen sekä omalle verkostolle. Tällöin yrityksen luoma arvo monistuu eteenpäin. (Löytänä & Korteso, 2011, 54.)



**KUVA 3. Yrityksen asiakkaalle tuottama arvo kohtaamisissa (mukailtu Löytänä & Kortesus 2011)**

Yi on esitellyt (2014, 2) asiakkaan arvomallin, jossa on kolme arvon ulottuvuutta. Nämä ulottuvuudet ovat ”arvoa asiakkaalle”, ”arvoa asiakkaalta” ja ”arvoa asiakkaasta”. Arvoa asiakkaalle viittaa asiakkaan saamaan arvoon ja se on yleisesti se, mitä asiakasarvolla tarkoitetaan käytännössä. Arvoa asiakkaasta tarkoittaa sitä, miten arvokas asiakas on yritykselle, viitaten esimerkiksi asiakshistoriaan tai asiakkaan muihin arvoa tuoviin ominaisuuksiin. Arvoa asiakkaalta viittaa siihen, että asiakas on luonut tai jalostanut arvoa. Tämä asiakkaan arvon luominen, yhteiskehittäminen, on mm. palvelulähtöisen ajattelun perusajatuksia.

### 3.2 Arvoa arjesta

Grönroosin mukaan (2009, 420) asiakkaiden päivittäiset toiminnot ja asiakkaiden arvontuontiprosessit ovat tärkeintä, mitä yrityksen tulee tietää asiakkaistaan. Ja ihanteellista tämä tieto olisi yksilötasolla. Asiakkaan oma arvojärjestelmä määrittelee millaisia ratkaisuja hän pitää hyväksyttävistä ja mitä ei. Asiakkaan tarpeet ovat seurausta hänen arvontuontiprosessistaan, ja ne ohjaavat odotuksia kohti tietynlaista ratkaisua. Asiakkaalla on ongelma, johon hän tarvitsee ja hakee ratkaisua. Ratkaisuja on monenlaisia: asiakas voi esimerkiksi tehdä itse lounaan tai mennä syömään sen lounaspöydästä. Asiakkaan tarpeet, toiveet, arvojärjestelmät ja arvontuontiprosessit ovat vaikuttamassa hänen odotustensa muodostumiseen, mutta odotuksia synnyttävät myös ulkoiset tekijät, esimerkiksi muiden ihmisten kertomukset. (Grönroos 2009, 420 - 421.)

Ihmisten tavallinen elämä, arki, on ruvennut kiinnostamaan julkisten toimijoiden lisäksi myös yrityksiä ja liiketoiminnan kehittäjiä. Arjessa ihminen ja teknologia kohtaavat, ja arjessa ihminen käyttää sekä yksityisiä että julkisia tiloja. Kun talous on taantumassa, kulutuksessa palataan korostetusti perusasioiden pariin. Arjessa ei hyväksytä liian suuria eikä liian nopeita muutoksia, vaan arki on pysyvää, tavallista ja turvallista. Arjen voidaan katsoa olevan elämysten vastakohta. Arjen parantamisessa on ymmärrettävä pienten sävyjen ja merkitysten voimaa.

Arjen ajattelumallissa asiakkaita ei ajatella yksilöllisesti vaan joukkona, eikä asiakkaalle arvoa tuota se, että jotain on räätälöity yksin hänelle, vaan sen jonkun pitää sopia myös hänelle. Uudet asiat ja innovaatiot tulisikin arkipäiväistä vähitellen ja ottaa aina huomioon sekä historia että tulevaisuus. Ihmisiä voidaan ryhmitellä erilaisiin segmentteihin, kuluttajaryhmiin, sen mukaan miten he suhtautuvat eri asioihin, millaisia asenteita heillä on jne. Kuitenkin monet arkiset käytännöt, kuten syöminen ja nukkuminen, ovat yhteisiä kaikille. Kun yritys löytää kaikille yhteisen käytännön, voi se palvella kaikkia asiakkaitaan huolimatta siitä, että he ajattelevat eri tavalla. (Korkman & Arantola 2009, 14 – 16, 32.)

### 3.3 Palvelun määritelmä

Mm. Grönroos on määritellyt (2009, 79 - 80) palveluille kolme yleistä perusominaisuutta:

*Palvelut ovat prosesseja, jotka koostuvat toiminnoista tai joukosta toimintoja.* Palvelun tärkein ominaisuus on niiden prosessiluontoisuus. Prosesseissa käytetään monenlaisia resursseja (ihmisiä, tietoa, järjestelmiä jne.), jotka ovat usein suorassa vuorovaikutuksessa asiakkaan kanssa. Tavoitteena on löytää ratkaisu asiakkaan ongelmaan.

*Palvelut tuotetaan ja kulutetaan ainakin jossain määrin samanaikaisesti.* Prosessiin kuuluu asiakkaan kannalta näkymättömiä osia, asiakas kokee vain osan prosessista ja kiinnittää huomiota vain siihen osaan, jonka näkee.

*Asiakas osallistuu ainakin jossain määrin palvelun tuotantoprosessiin kanssatuottajana.* Asiakas ei ole siis ainoastaan palvelun vastaanottaja, vaan osallistuu aina prosessiin tuotantoresurssina.

Palvelut ovat vaihtelevassa määrin aineettomia, niitä ei yleensä voi kokeilla ennen ostamista. Palveluihin liittyy tunteita ja elämyksiä, joita ei voi määritellä fyysisesti. Palvelut koetaan yleensä subjektiivisesti, vaikka niihin sisältyisikin myös aineellisia osia. Palvelun ytimessä on kuitenkin aina itse ilmiön aineettomuus. Koska palveluprosesseissa on aina mukana ihmisiä, eivät prosessit ole koskaan samanlaisia. Sosiaalinen suhde on aina erilainen, ja nämä erilaisuudet aiheuttavat haasteita myös palvelujen johtamiselle. Miten voidaan varmistaa se, että asiakas kokee tarjotun ja tuotetun palvelun laadun aina samanlaisena?

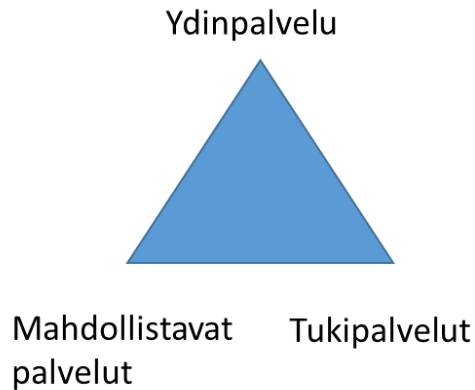
Palvelut koostuvat joukosta piirteitä, jotka liittyvät palvelun prosessiin ja prosessin lopputulokseen. Kumpaakaan näistä ei voi syntyä, ennen kuin asiakas käynnistää palvelun tuotantoprosessin. Nämä ominaispiirteet tulee ottaa huomioon, kun kehitetään malleja, jotka kuvaavat palvelua. Palvelun prosessiin ja lopputulokseen liittyvien piirteiden kokonaisuutta kutsutaan palvelutarjoomaksi. (Grönroos 2009, 222.)

Grönroos huomauttaa osuvasti (2009, 15), että yritys on kilpailukykyinen, kun sen palvelutarjoama tukee asiakkaan toimintoja ja prosesseja arvoa luovasti ja tekee sen paremmin kuin kilpailijoiden tarjoomat. Yritys kilpailee aina kokonaisuudella, palvelutarjoomalla, eikä vain yksittäisellä tuotteella tai palvelulla. Jokainen markkinoilla toimiva yritys on mukana palvelukilpailussa, ja tämä vaatii palvelunäkökulman omaksumista ja palvelulogiikan käyttöä johtamisessa. Ellei yritys tee näin, se ei toimi asiakkaiden odottamalla tavalla. (Grönroos, 2009, 15.)

### **3.4 Palvelupaketista palveluprosessiin**

Kuvassa 4 havainnollistettu palvelupaketti määrittää, mitä yksittäisiä osapalveluja palvelutuotteessa täytyy olla asiakkaan tarpeen tyydyttämiseksi. Ydinpalvelu vastaa asiakkaan keskeiseen ostotarpeeseen ja on yrityksen markkinoilla olon syy. Mahdollistavat palvelut ovat usein välttämättömiä, jotta asiakkaat voisivat helposti käyttää ydinpalveluja. Ilman mahdollistavia palveluja ei ydinpalveluja ole mahdollista käyttää, ja joskus

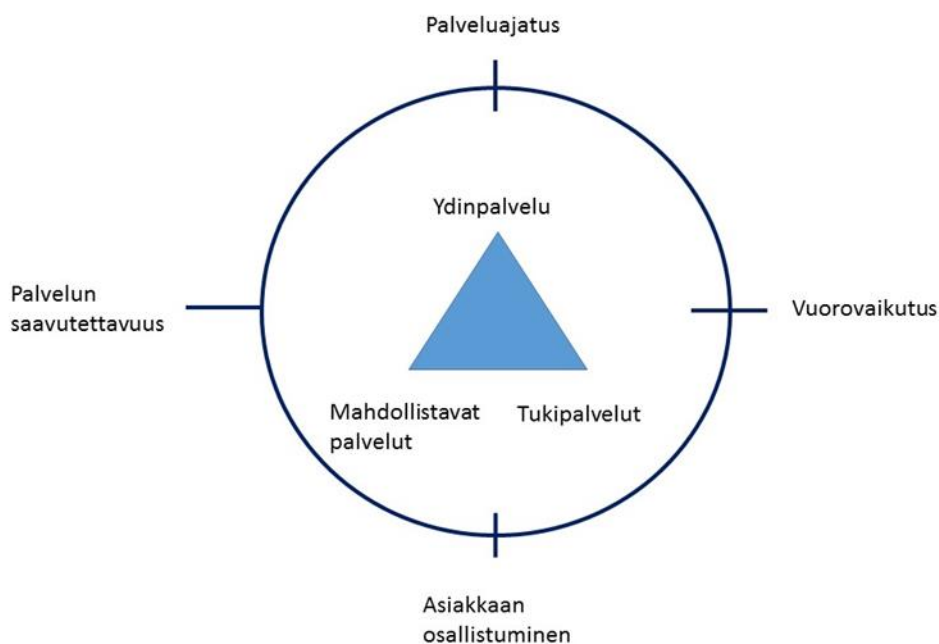
tarvitaan myös mahdollistavia tuotteita, jotta palvelua voidaan kuluttaa. Tukipalvelut tekevät palvelun käyttämisen miellyttävämmäksi, lisäävät palvelun arvoa ja erilaistavat palvelun kilpailijoiden tarjonnasta. Ero menestyvän ja menestymättömän palveluyrityksen välillä piilee usein juuri näissä tarjotuissa liitännäispalveluissa.



#### **KUVA 4. Peruspalvelupaketti (mukailtu Grönroos 2009)**

Peruspalvelupaketin ainekset määräävät, mitä asiakkaat käytännössä saavat, mutta ne eivät kerro mitään siitä, miten prosessi koetaan, ja mikä on asiakkaan mielestä olennaisin osa sitä. Grönroos painottaakin (2009, 221), että asiakkaat ansaitsevat enemmän kuin hyvän palvelupaketin: heille pitää tarjota myös toimiva palveluprosessi. Tämä prosessi on aina nivottava palvelutuotteeseen, sillä sen kokemista ei voi erottaa peruspalvelupaketin osien kokemisesta. Toimiva palveluprosessi alkaa ja päättyy asiakkaasta ja sitä voidaan myös muokata asikkaiden tarpeiden muuttuessa.

Palveluprosessi on ostajan ja myyjän kokema vuorovaikutusta, joka koetaan tilanteesta riippuen monin eri tavoin. Useimmat prosessit sisältävät kuitenkin kolme perusasiaa: palvelun saavutettavuuden, vuorovaikutusta palveluorganisaation kanssa sekä asiakkaan osallistumista. Nämä osatekijät muodostavat yhdessä peruspaketin käsitteiden kanssa laajennetun palvelutarjooman, joka on kuvattu kuvassa 5. (Grönroos 2009, 225 - 226.)



**KUVA 5. Laajennettu palvelutarjoama (mukailtu Grönroos 2009, 227)**

Palvelun saavutettavuuteen vaikuttavat muun muassa henkilökunnan määrä ja taidot, aukioloajat, palvelupisteiden ja toimistojen sijainti ja ulkonäkö sekä muiden asiakkaiden määrä ja osaaminen. Muun muassa näiden tekijöiden pohjalta asiakkaat kokevat palvelun saavutettavuuden ja kuluttamisen joko helpoksi tai vaikeaksi. Hyvänkin palvelupaketin voi pilata sillä, että asiakas ei pääse käyttämään sitä.

Vuorovaikutus palveluorganisaation kanssa voidaan jakaa luokkiin, joita ovat:

- Vuorovaikutusviestintä työntekijän ja asiakkaan välillä. Tähän vaikuttaa työntekijän asenoituminen sekä käyttäytyminen.
- Vuorovaikutus fyysisten resurssien kanssa.
- Vuorovaikutus järjestelmien kanssa.
- Vuorovaikutus muiden asiakkaiden kanssa.

Asiakkaan osallistuminen tarkoittaa sitä, että asiakas vaikuttaa itse saamaansa palveluun. Hän osallistuu itse saamansa arvon luomiseen, ja hänestä tulee palveluiden kanssatuottaja. Asiakas parantaa tai heikentää palvelua sen mukaan miten hyvin hän on halukas ja valmistautunut toimimaan odotusten mukaisesti. Itsepalvelussa asiakas ottaa aktiivisemmän roolin tuotantoon osallistumisessa ja käyttää palveluyrityksen tarjoamia

resursseja. Laajennetun palvelutarjooman idea voidaan kiteyttää toteamalla, että peruspalvelupaketin ydinpalvelu, mahdollistavat palvelut ja tukipalvelut koetaan eri tavoin sen mukaan, mikä on kyseisen palvelun saavutettavuus, millaiseksi vuorovaikutustilanteet koetaan ja kuinka hyvin asiakas ymmärtää oman osuutensa palvelun tuotantoprosessissa. Suusanallisella viestinnällä on suuri ja pitkäaikainen merkitys palvelun imagoon. Osto- tai kulutushetkellä suusanallisella viestillä voi olla myös merkittävä välitön vaikutus. Toisen asiakkaan kielteinen huomautus voi muuttaa asiakkaan suhtautumista palveluun. Ihmisten näkemykset palveluista ja tuotteista ovat aina jollain tavalla sidoksissa arvoihin, ja tämä tulee huomioida, kun toimintoja kehitetään tai kun luodaan odotuksia ihmisten suhtautumisesta palveluihin. Palvelutarjoomaa tulisi aina pyrkiä kehittämään markkinoiden ja asiakkaiden tarpeiden mukana ja tarpeita ennakoiden. Myös uusien palveluideoiden tulisi sopia yrityksen tavoitteisiin ja tahtotilaan. (Hämäläinen ym. 2014, 32 ; Grönroos 2009, 227, 230 – 231 ; Jaakkola ym. 2009, 12.)

#### *Palvelupolku, palvelutuokiot ja kontaktipisteet*

Palvelukokonaisuutta voidaan kuvailla palvelupolun avulla. Palvelu on prosessi ja palvelun kuluttaminen aikajanelle sijaitsevan kokemuksen kuluttamista. Palvelupolun avulla kuvataan sitä, mitä asiakas kokee ja miten hän kulkee palvelupolulla. Polku jaetaan tarpeenmukaisiin osiin, palvelutuokioihin. Palvelutuokiot sisältävät useita kontaktipisteitä, joiden aikana asiakas on kontaktissa palveluun kaikilla aisteillaan. Kontaktipisteet voivat olla konkreettisia asioita joiden kautta palvelu koetaan. Ne voivat olla tiloja, esineitä, ihmisiä tai vuorovaikutusprosessi, ja niiden avulla muodostetaan kokemus palvelun käyttämisestä. Palvelun kontaktipisteet on suunniteltava hyvin, jotta asiakkaalle muodustuisi selkeä ja johdonmukainen asiakaskokemus. (Vähälä ym. 2012 57.)

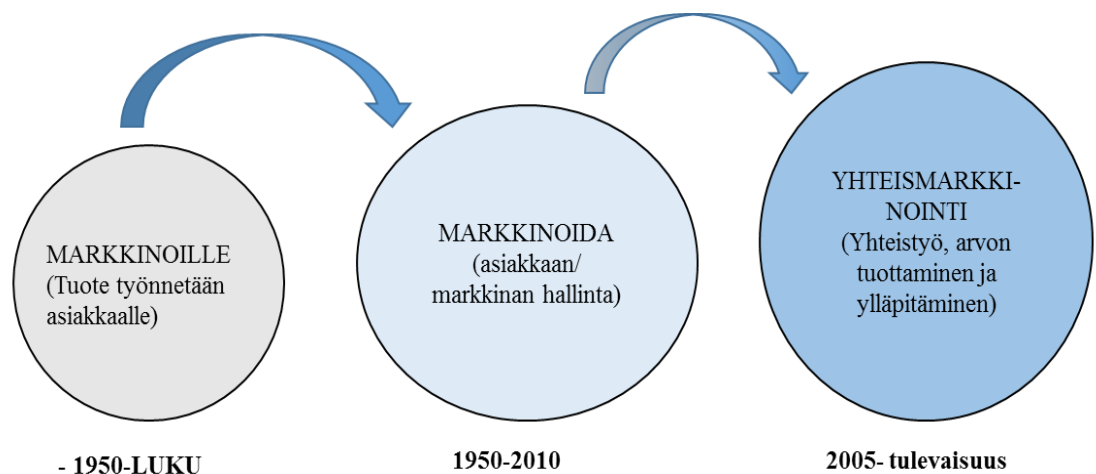
## **4 PALVELULÄHTÖINEN AJATTELU JA PALVELUJEN MUOTOILU**

Tässä toisessa teorialuvussa avataan palvelulähtöistä ajattelutapaa, sen syntyä ja perusväitteitä. Tämän jälkeen käsitellään arvon syntyä palvelulähtöisen ajattelutavan mukaan. Luvun toinen osa koostuu palvelumuotoilusta. Ensin avataan muotoiluajattelulle tyypillisiä piirteitä, ja tämän jälkeen kerrotaan, miten palvelumuotoiluprosessi tyypillisesti etenee.



#### 4.1 Palvelulähtöisen ajattelun synty ja perusväitteet

1950-luvulle asti asioita tuotettiin ja tuotiin markkinoille. Pääpaino oli ajatuksessa, että jos tavaroita saadaan tuotettua, kuluttajat ostavat, eli kysyntää uudelle on. 1950-luvulta alkaen ruvettiin kiinnittämään huomiota markkinointiin, yritykset pyrkivät kontrolloimaan asiakkaiden sekä markkinoiden käyttäytymistä. Vasta 2000-luvulla Vargo ja Lusch esittelivät urauurtavassa artikkelissaan asiakkaan roolin arvon yhteiskehittäjänä. Tämä artikkeli toi mullistavan käänteen ajatteluun ja yhteismarkkinointi alkoi saavuttaa jalansijaa. Oheisessa kuvassa 6 havainnollistetaan markkinoinnissa tapahtunutta ajattelutavan muutosta ja palvelulähtöisen viitekehyksen syntyä. (Vargo & Lusch 2004, 10 – 11.)



**KUVA 6. Palvelulähtöinen ajattelu: uuden viitekehyksen synty (mukailtu Lusch & Vargo 2005)**

Vargo ja Lusch esittelevät ja avaavat (2014, 53 - 54) itse laatimiaan palvelulähtöisen ajattelun perusväitteitä, olettamuksia, joita on muokattu hieman viimeisten vuosien aikana. Nämä väittämät kuvaavat palvelulähtöisen ajattelun ajatusmaailmaa ja auttavat sen ymmärtämisessä. Tuorein versio sisältää kymmenen perusolettamusta, jotka on jaoteltu neljän perusväittämän alle. Perusväitteet ovat lyhenneltynä seuraavat:

Perusväite 1: Palvelu on vaihdannan perusyksikkö.

Kaikilla markkinoilla toimivilla yksiköillä (yksilö, talous, yritys, hallitus, kansakunta) on käytössään kaksi perusresurssia: fyysiset ja psyykkiset taidot. Toimijat kehittävät ja käyttävät näitä resursseja yhdessä muiden toimijoiden kanssa luodakseen ja lisätäkseen hyötyä ja kasvattaakseen arvoa. Resurssit ovat aina epätasaisesti jakautuneita, minkään toimijan omat resurssit eivät aina yksin riitä kaiken toiminnan toteuttamiseen ja ylläpitämiseen. Vaihdamme hyödyntää kaikkia osapuolia, ja se vaatii sosiaalisten verkostojen luontia ja hallinnoimista. Kun toimijat erikoistuvat, he väistämättä myös oppivat samalla uutta, sillä erikoistuminen vaatii vaihtamista ja vaihtamista lisää oppimista sekä luo uutta arvoa. Ihmiset huomasivat jo kauan aikaa sitten, että elämä on tyydyttävämpää, kun yksilöt palvelevat myös muita, eivätkä huolehdi vain omista tarpeistaan. Jokaisen toimijan tulisikin tiedostaa omat vahvuutensa ja se, mitä he ensisijaisesti ovat tarjoamassa toisille toimijoille.

Perusväite 2: Asiakas on aina arvon yhteiskehittäjä.

”Arvonlisä” on perinteisesti ollut yritysten käytössä silloin, kun asiat muuttavat muotoaan, aikaa tai paikkaa. Muutokset vaativat yleensä vaivaa ja rahaa, ja nämä kulut on nimetty tämän ”arvonlisän” lähteeksi. Arvoa luodaan kuitenkin aina enemmän silloin, kun tuotteita käytetään. Myymättömillä tuotteilla on arvoa, mutta se on ainoastaan taloudellista arvoa. Arvon luominen on palvelulähtöisen ajattelun mukaan mahdollista vain silloin, kun markkinoilla olleet tuotteet käytetään. Vain silloin ne tuottavat hyvinvointia jollekin toiselle toimijalle hänen oman elämänsä viitekehityksessä. Palvelulähtöisen ajattelun mukaan arvo sulautuu tuotannon ja jakelun tai markkinoinnin toimiin. Käyttämällä tuotetta asiakas jatkaa markkinointia, arvon luomista ja tuotteen toimitusprosessia. Arvon yhteiskehittämisessä arvoa luodaan aina resurssien, eli tuotteen tai palvelun käytöllä. (Vargo & Lusch 2014, 69.)

Perusväite 3: Kaikki taloudelliset sekä sosiaaliset toimijat ovat voimavarojen yhdistäjiä.

Kolmas väite perustuu siihen, että yksilöiden erikoistuesssa yhä vain pidemmälle, lahjakkuuksien vaihtaminen käy vaikeammaksi. Tällöin tarvitaan uusia yrityksiä sekä organisaatioita yhdistämään yksittäisiä kykyjä ja muokkaamaan niitä palveluiksi, joille on kysyntää markkinoilla. Markkinoiden kysyntä kohdistuu yleensä paljon laajempaan ko-

konaisuuteen, kuin mitä palvelun tai tuotteen tarjoaja ajattelee. Esimerkiksi jo yksittäisen kuluttajan elämässä on monia erilaisia viitekehyksiä, ja jokaisen päätöksen takana on vaihtoehtoisia mahdollisuuksia. Ihmiset toimivat arvaamattomasti ja epäjohdonmukaisesti. Palvelulähtöinen ajattelu auttaa ymmärtämään isompaa kokonaisuutta ja käsittelee yksilön elämää laajasti ja monesta näkökulmasta. Markkinat ovat rajattomat ja palvelujen sekä muiden resurssien ennakkoluuloton yhdistely voi synnyttää uusia innovaatioita ja jopa uusia markkinoita.

Perusväite 4: Hyödyn saaja määrittelee arvon aina yksilöllisesti omista lähtökohdistaan.

Viimeinen perusväite toteaa, että jokainen palvelutapahtuma luo aina erilaisen kokemuksen ja saajalleen ainutlaatuista arvoa. Tämä johtuu siitä, että jokainen hetki, kokemus ja arvon muodostus tapahtuu erilaisessa, ainutkertaisessa ympäristössä, johon vaikuttaa palvelun saatavuus, vuorovaikutus sekä erilaisten toimijoiden ja resurssien muodostamat yhdistelmät. Jokainen toimija myös kokee arvon omasta henkilökohtaisesta näkökulmasta ja peilaa siihen omia päämääriään ja muita vaikuttimiaan. (Vargo & Lusch 2014, 78.)

Vargon ja Luschin näkemys asiakkaasta arvon yhteiskehittelijänä poikkeaa perinteisemmästä tuotelähtöisestä ajattelutavasta, joka perustuu tuotteiden valmistamiseen, ja jossa tuottajan ja asiakkaan rooli halutaan pitää selkeästi erillään. Oheinen taulukko 3 selventää tuotelähtöisen ja palvelulähtöisen ajattelun eroja.

Tuotelähtöisesti toimivissa yrityksissä on viime vuosikymmenien aikana pyritty liiketoiminnallisen voiton maksimointiin. Tämän saavuttamiseksi on luotu oikeanlaiset jakelukanavat, asetettu tuotteelle tai tavaralle sopiva hinta ja valittu markkinointitoimenpiteet, joilla asiakas saataisiin ostamaan tämä yrityksen tuottama ja hallinnoima tuote. Palvelulähtöisen ajattelun mukaan palveluiden avulla luodaan yhdessä keskustellen ja verkostoja hyödyntäen ratkaisuja, jotka luovat uusia kokemuksia ja kasvattavat jokaisen toimijan arvoa. Taloudellinen tulos on palautetta onnistumisista tai vastaavasti oppimista epäonnistumisista.

**TAULUKKO 3. Tuote- ja palvelulähtöisen ajattelun eroja (mukailtu Vargo & Lusch 2011)**

<b>TUOTELÄHTÖINEN AJATTELU</b>	<b>PALVELULÄHTÖINEN AJATTELU</b>
Tavara	Palvelu
Tuotteet	Kokemukset
Toiminto	Ratkaisu
Epäsymmetrinen tieto	Symmetrinen tieto
Propaganda	Keskustelu
Hinta/jalostusarvo	Arvoehdotus/arvon yhteiskehittely
Liiketoiminnallinen	Yhteistoiminnallinen
Jakelukanava	Arvonluontiverkosto
Voiton maksimointi	Taloudellinen palaute/oppiminen

#### **4.2 Arvon luonti palvelulähtöisessä ajattelussa**

Tuottajan ja kuluttajan roolit ovat selkeät tavaroiden hallitsemassa liiketoiminnassa, mutta hämärtyvät, kun kyseessä on palveluliiketoiminta. Grönroosin ja Ravaldin mukaan, (2011, 6) on tärkeää pitää erillään yrityksen tuotanto ja arvonkehittely. Tuotanto on prosessi, jossa luodaan resurssit, jotka kuluttajat kohtaavat kulutustapahtuman aikana. Arvon tuottaminen on prosessi, jossa näistä resursseista luodaan lisäarvoa. Yksi palvelulähtöisen ajattelun perusajatuksista on, että arvo luodaan resurssien käytön aikana. Arvoa syntyy vuorovaikutteisen käyttäjäprosessin aikana, jonka avulla asiakas kokee saavansa lisäarvoa, tulevana jollain tapaa paremmaksi. Arvontuottamisen olemus näyttää Grönroosin ja Ravaldin mukaan (2011) perustuvan siihen, mitä kukin kuluttajayksilö pitää itsellensä tärkeänä, ja mikä merkitys kyseessä olevalla palvelulla on juuri hänen elämässään. Tavarain tai palvelun toimittaja luo puitteet, joissa asiakkaan on mahdollista saada lisäarvoa. Vuorovaikutus on kahdensuuntaista toimintaa, jossa molemmat osapuolet voivat vaikuttaa toisiinsa.

Asiakkaan osuus arvon tuottamisessa voidaan jakaa kahteen osaan: avoimeen ja suljettuun. Avoimessa osassa, vuorovaikutuksen aikana, toimittaja voi vaikuttaa asiakkaan arvontuottamisprosessiin ja yhteinen arvonkehittely on mahdollista. Suljetussa osassa toimittaja ei ole läsnä eikä voi vaikuttaa tähän. Myös toimittajan prosessi on jaettu kahteen osaan, tuotantoon, joka tähtää arvontuottamisen mahdollistamiseen sekä vuorovaikutusosaan. Vuorovaikutusosassa toimittajalla on mahdollisuus tulla osalliseksi asiakkaan arvonkehittelyä ja myös mahdollisuus vaikuttaa siihen. Arvonkehittelyä voi tosielämässä tapahtua prosessin muissakin vaiheissa, kuluttajat voidaan esimerkiksi ottaa mukaan tuotekehittelyyn. (Grönroos & Ravald 2011.)

### **4.3 Muotoiluajattelu**

Muotoiluajattelulla tarkoitetaan luovaa, ihmiskeskeisen suunnittelun prosessia, jonka avulla tehdään uusia havaintoja. Näitä havaintoja kehitetään sykleissä, luodaan prototyyppisiä ja testataan niitä. Prosessissa syntyneet ajatukset voivat johtaa ratkaisuihin ja tarjota polkuja markkinoille. Muotoiluajattelu on osa yrityksen kykyä tuottaa uutta sisältöä, kehittää liiketoimintaa sekä tehdä kehitystyötä yli toimiala- ja organisaatiorajojen. Muotoiluajattelu on ratkaisukeskeistä toimintaa, jossa hyödynnetään monen alan asiantuntijoita luovien menetelmien avulla. Muotoilun menetelmät mahdollistavat myös uusien ratkaisujen ja toimintatapojen kehittämisen koko henkilöstön näkökulmasta. (Miettinen 2014, 10-13.)

Muotoilutoiminnan tulos on yleensä luonnos, konseptin tai mallin kuvaus, joka saadaan aikaan käyttämällä joko perinteisiä tai innovatiivisia muotoilun keinoja. Muotoilussa on kyse arvon tuottamisesta omistajien lisäksi asiakkaille, sidosryhmille ja laajemmalla mittakaavassa koko yhteiskunnalle. Muotoilu voi esimerkiksi olla osana rakennemuutokseen sopeutumista, jolloin se auttaa miettimään uusia mahdollisuuksia tuottaa arvoa tai se voi synnyttää uudenlaisia arvoverkostoja. Muotoilu lisää tuotteiden ja palvelujen haluttavuutta ja käytettävyyttä kuluttajien silmissä sekä tarjoaa yrityksille mahdollisuuden kasvattaa tuotteisiin ja palveluihin sisältyvää arvoa. Muotoiluajattelu on harvoin yksin ratkaiseva kilpailutekijä, mutta yhdessä muiden tekijöiden, kuten esimerkiksi markkinoinnin ja teknologian avulla, sillä voidaan luoda merkittävästi arvoa. Muotoilun

avulla voidaan löytää myös uusia kilpailuetuja ja suurin mahdollinen arvo jo käytössä olevilla resursseilla. (Lockwood, 2010, xi ; Miettinen 2014, 21-22, 27).

#### 4.4 Palvelumuotoilu

Palvelumuotoilu on 1990-luvulla perustettu koulukunta, jonka tavoitteena on luoda ja kehittää asiakaslähtöisiä palveluita muotoilun keinoja apuna käyttäen. Palvelumuotoilun ydintehtävä on eräiden määrittelyjen mukaan (Stickdorn & Schneider 2010, 31) tehdä palvelusta hyödyllinen, käytettävä, tehokas ja haluttava asiakkaan näkökulmasta. Palvelumuotoilu on kokonaisvaltaista toimintaa, joka auttaa yritystä ymmärtämään asiakkaan tarpeita.

Palvelumuotoilun lähtökohtana ovat palvelun käyttäjät eli asiakkaat, ja asiakkaan arvon muodostuksen ymmärtäminen. Palvelumuotoilun roolin voi odottaa kasvavan, sillä liiketoiminnassa ollaan yhä enenevässä määrin siirtymässä palvelu- ja asiakaslähtöiseen ajatteluun, ja samalla asiakkaiden tarpeet ja vaatimukset ovat kasvaneet. Palvelumuotoilun monialainen lähestymistapa on nousemassa yhä tärkeämmäksi voimavaraksi kaikkialla liiketoiminnassa ja se on myös yksi liiketoiminnan kehittämisen keino. Martin toteaa kuitenkin (2009, 76), että muotoiluajattelu vaatii yrityksiltä perinteisen ajattelutavan murtamista, ja erityisesti sitä, että prosessiin otetaan ennakkoluulottomasti mukaan myös muita toimijoita, kuin yrityksen omia asiantuntijoita. Palvelumuotoilussa asioita ajatellaan monesta eri näkökulmasta, ja lopputuloksena voi olla uusi toimintamalli, joka yhdistää organisaation tavoitteet asiakkaan näkökulmaan. Palvelumuotoilun avulla pyritään varmistamaan se, että palvelu tuottaa tavoitellun asiakaskokemuksen. Yksi palvelumuotoilun keskeisistä ajatuksista on palvelun eri osapuolten osallistaminen palvelun kehittämiseen ja arvon luomiseen. Palvelumuotoilu tarjoaa monenlaisia työkaluja asiakasymmärryksen ja yhteissuunnittelun mahdollistamiseksi. Yhteiskehittäminen on palvelumuotoilua ja palvelumuotoilu on yhteiskehittämistä (Arantola ym. 2009, 17 ; Koskelo 2012 ; Tuulaniemi 2011, 16, 95.)

Palvelujen keskiössä on aina ihminen, palvelun käyttäjä. Palvelua ei ole olemassa, jos sitä ei käytetä, kuluteta. Ihminen on oman elämänsä paras asiantuntija, ja palvelumuotoilussa on keskeistä ymmärtää syvällisesti asiakkaiden tarpeita, arvoja ja toiminnan todellisia motiiveja. Miettinen valaisee osuvasti (2011, 21), että palvelumuotoilussa

käyttäjät osallistuvat kehitystyöhön ja heidät haastetaan keräämään itse tietoa ja kertomaan palvelukokemuksestaan. Palvelulähtöisessä ajattelussa markkinointi ajatellaan prosessina eikä yksittäisenä myyntitapahtumana. Tätä näkökulmaa ja ymmärrystä asiakkaan arvonaluomisen prosessista voidaan pitää myös yhtenä palvelumuotoilun keskeisimmistä tekijöistä. Palvelumuotoilussa hyödynnettävien menetelmien yhtenä pyrkimyksenä on paljastaa ihmisten toimintatavat, jotka vaikuttavat käyttäytymisen ja kokemuksien taustalla. (Miettinen 2011, 34 ; Tuulaniemi 2011, 33 ; Vargo ym. 2004, 10 – 11.)

### *Palvelumuotoiluprosessi*

Palvelumuotoiluprosessilla tarkoitetaan sarjaa loogisesti eteneviä ja toistuvia toimintoja, joilla pyritään luomaan innovatiivisia, tehokkaita ja tuottavia palveluita. Ilman ymmärrystä asiakkaasta tai toimintaympäristöstä ideat jäävät usein vain ideoiksi ilman, että niitä osataan hyödyntää. On tärkeää ymmärtää, että kuten muukin tuotekehitys, palveluiden suunnittelu on prosessi, joka tuo yhteen eri alojen osaamista ja jossa asiakkaiden tarpeista muokataan organisaation strategiaa tukevia palvelutuotteita. Palvelun kehittäminen on aina luonteeltaan uuden luomista ja siksi ainutlaatuista. Teoreettisesti täysin yhdenmukaisen prosessin kuvaaminen ei ole mahdollista, sillä jokaisella prosessilla on omat ominaispiirteensä. Tuulaniemi (2010, 130) on määritellyt yleisen palvelumuotoiluprosessin koostuvan taulukossa 4 esitellyistä vaiheista.

#### **TAULUKKO 4. Palvelumuotoiluprosessi (mukailtu Tuulaniemi 2011)**

Määrittely:	Aloittaminen Esitutkimus
Tutkimus:	Asiakasymmärrys Strateginen suunnittelu
Suunnittelu:	Ideointi ja konseptointi Prototyyppi
Palvelutuotanto:	Pilotointi Lanseeraus
Arviointi:	Jatkuva kehittäminen

Prosessin pääperiaatteet ovat samat kaikkien toimijoiden esittämissä malleissa, vaikkakin käytännön toteutukset vaihtelevat muun muassa henkilöiden taustoista ja näkemyksistä johtuen. (Manar, 2013, 31 ; Kronqvist, 2014.)

### Aloittaminen

Palvelumuotoiluprosessi käynnistyy palvelun idean, tavoitteiden ja projektin suuntaviivojen määrittelyllä sekä palvelun käyttäjän että tuottavan organisaation näkökulmasta. Palvelun tuottaja määrittelee asiakastarpeen, kohderyhmän, käytettävissä olevat resurssit sekä mahdollisen liiketoiminnallisen tavoitteen. Tätä määrittelyä eli briiffiä tarkennetaan vielä tehtävänannon aikana, kun saadaan lisää tietoa organisaatiosta, tavoitteista ja toimintaympäristöstä. Jokaisessa yrityksessä olevaa hiljaista tietoa saadaan esiin esimerkiksi keskustelemalla organisaation edustajien kanssa tai haastatteleamalla heitä. (Tuulaniemi 2011, 57.)

### Esitutkimus

Organisaation tuottamien tuotteiden ja palvelujen tulisi lähteä yrityksen strategisista päätöksistä ja tukea niitä. Myös palvelun kehittäminen tulisi aloittaa arvioimalla toiminnan sopivuutta suhteessa strategiaan tavoitteisiin. Arvioitavia asioita ovat muun muassa se, toteuttaako ja täydentääkö palvelu yrityksen strategiaa, mitä osaamista palvelu vaatii, mitä riskejä palveluun sisältyy, miten palvelu vaikuttaa kasvuun ja kilpailukykyyn ja miten palvelu sopii yrityksen imagoon. Myös taloudelliset tekijät, mahdolliset hyödyt ja tulokset vaikuttavat arviointiin. Benchmarkkausta, eli muiden vastaavien toimijoiden havainnointia ja heiltä oppimista, voidaan käyttää esitutkimusvaiheessa arvioinnin tukena. Benchmarkkauksen avulla muiden hyväksi havaittuja toimintatapoja voidaan hyödyntää ja muiden jo tekemiä virheitä voidaan pyrkiä välttämään. Oma markkina-alue ja strategia voi täsmentyä, ja myös toisten toimialojen malleja voi olla mahdollista hyödyntää. Kun markkinoiden tarjonta tunnetaan, on helpompi päästä erottumaan itse positiivisesti. Benchmarkkaus tulee aina suorittaa lakien ja hyvien tapojen mukaisesti. (Tuulaniemi 2011, 59 – 60.)



## Asiakasymmärrys

Asiakasymmärryksen kasvattaminen on prosessin kriittinen vaihe, joten on erittäin tärkeä ymmärtää loppukäyttäjien todelliset tarpeet ja motiivit. Palvelutuotteesta voi tulla menestyvä vain, jos se täyttää asiakkaiden todellisia tarpeita. Palvelumuotoilussa loppukäyttäjät osallistuvat usein prosessin eri vaiheisiin, ja asiakasymmärrystä lähdetään rakentamaan loppukäyttäjän motiiveista käsin. Osterwalder ym. (2014, 12 – 21) ovat luoneet asiakasymmärryksen tueksi mallin, jonka avulla voidaan määritellä asiakkaan motiiveja palvelun käyttöön. Mallissa tutkitaan sitä tehtävää, jota asiakas on suorittamassa saavuttaakseen halutun lopputuloksen. Malli määrittää tehtävän suorittamisen esteet ja vastaavasti hyödyt tehtävän suorittamisesta. Samaistuminen asiakkaan maailmaan auttaa ymmärtämään paremmin asiakkaan motiiveja. Asiakasymmärryksen tiedonkeruumenetelmiä ovat muun muassa haastattelut, havainnointi, valmiin materiaalin tutkiminen ja kohderyhmän osallistaminen.

Asiakasymmärryksen pohjana on saadun aineiston perusteellinen analyysi ja tulkinta. Materiaalista on löydyttävä tärkeimmät ja suurelle joukolle merkitystä tuottavat asiat. Kerättyä tietoa on myös osattava tulkita ja soveltaa sitä muihin tietolähteisiin. Asiakasymmärrys tarkoittaa tässäkin yhteydessä sitä, että ymmärretään, mistä elementeistä asiakas kokee arvon muodostuvan. Kun suunnitellaan palveluja ihmisille, jotka tulevat niitä todellisuudessa käyttämään ja otetaan huomioon heidän aidot tarpeensa, minimoidaan epäonnistumisen riskiä. (Tuulaniemi 2011, 61 – 62, 72.)

## Strateginen suunnittelu

Palvelumuotoilun strategisen suunnitteluvaiheen tehtävänä on suunnata prosessin aikana saatua asiakasymmärrystä strategisesti oikeaan suuntaan. Samalla arvioidaan ja visioidaan palvelun sekä koko yrityksen asemaa markkinoilla ja suhteessa kilpailijoihin. Hyvä suunnittelu pyrkii parhaaseen mahdolliseen asiakaskokemukseen ja täyttämään sen lisäksi myös yrityksen liiketoiminnalliset tavoitteet. (Tuulaniemi 2011, 75, 98.)

## Ideointi ja konseptointi

Ideointivaiheessa pyritään kehittämään mahdollisimman paljon ratkaisuja kyseessä olevaan ongelmaan. Aluksi kohdetta lähestytään kauempaa, ja prosessin edetessä lähestymistapaa tarkennetaan. Palvelumuotoilun ajatusmaailmaan kuuluu, että määrä lisää laatua. Kaikki ideat ovat arvokkaita, ja niihin tulisi suhtautua positiivisesti ja kannustavasti. Lennokkaastakin ideasta voidaan muokata toimiva, kun taas jo valmiiksi laimeaa ideaa on vaikeampi herättää henkiin. Ideoita kokoamalla, yhdistelemällä ja ryhmittelemällä saadaan jäsenettyä prosessia.

Tuulaniemi kuvailee (2011) konseptointia on palvelun suurena kuvana, jossa kuvataan sen keskeinen idea. Palvelukonseptissa esitetään kokonainen tarina yksittäisen idean sijaan. Palvelukonsepti koostuu suunniteltavan palvelun palvelupolusta, johon on kuvattu kontaktipisteet tai palvelutuokiot. Tavoitteena on saada luotua yhteinen ymmärrys siitä, millaisesta palvelusta on kyse, miten palvelu tuotetaan, miten se vastaa asiakastarpeeseen ja mitä se vaatii palvelun tuottajalta. Konsepti on kuin kartta, josta voi erottaa ääriiviivat, mutta yksityiskohdista ei vielä saa selvää. Konseptointi ei vielä määrittele palvelua kokonaisvaltaisesti, mutta esittää sen keskeiset kohdat. Konseptointi on hyvä keino esittää uusia palvelumalleja ja -ideoita yrityksen sisällä. Konseptisuunnittelu yhdistää monia erilaisia näkökulmia, laadullisen ja määrällisen tutkimustiedon, käyttäjäkeskeisen suunnittelun sekä erilaiset luonnokset, kuvat ja mallit. Konseptoinnin avulla käyttäjien tarpeista tehdään ymmärrettäviä, sen avulla laaditaan suunnitelmia, ja se helpottaa yrityksen päätöksien tekemistä.

Koska konseptisuunnittelu tapahtuu monikanavaisessa ympäristössä, tarvitaan suunnitteluun hyviä työvälineitä. Visuaaliset menetelmät ovatkin tärkeitä palvelukonseptin esittämisessä. Palvelukonseptien esittämisessä on haasteita, sillä niihin liittyy myös immateriaalisia ominaisuuksia kuten arvoja, organisaation omia asenteita sekä palvelun suorittamiseen liittyvää tietoa. Konseptissa on myös tärkeää kuvata, miten palvelu vastaa käyttäjien tarpeisiin ja tuo lisäarvoa yritykselle.

Kalliomäki esittää (2014), että tarinallisuutta ja tarinan kerrontaa voidaan käyttää konseptoinnin apuna. Tarina on juonellinen tapahtumien sarja, jolla on alku ja loppu. Fik-

tiivinen tarina ja todelliset kokemukset ja osallistujien toiveet nivoutuvat yhdeksi moniulotteiseksi kokemukseksi. Tarinnankerronnan avulla voidaan saada esiin tilanteita ja asioita, joihin voitaisiin kiinnittää enemmän huomiota ja tarjota vaihtoehtoisia toimintamalleja. Tarinallisuuden avulla voidaan saada asiakkaan oma ääni ja näkökulma selkeästi kuuluviin. Kun tarina käsikirjoitetaan osaksi palvelua, voidaan sitä erilaistaa ja tarjota uudenlaisia elämyksiä. (Kalliomäki, 2014 ; Tuulaniemi 2011, 83 ; Miettinen 2011, 89, 107 – 110.)

### Palvelun prototyyppi

Prototyyppi, eli palvelun ensimmäinen versio, on palvelun testausta, simulaatio, jossa kokeillaan toimivatko konseptin mukaiset palvelut käytännössä. Testaaminen lisää ymmärrystä palvelusta, ja se osoittaa toimivat osat sekä kehittämiskohteet. Prototyypin avulla voidaan havainnollistaa palveluympäristöä konkreettisesti ja ”oppia tekemällä”. Työvälineenä prototyypin muotoilussa käytetäänkin usein yksinkertaisia välineitä kuten kynää ja paperia. Myös esimerkiksi roolipelit ja asiakkaiden osallistaminen on mahdollista prototyyppivaiheessa. (Stickdorn & Schneider 2010, 192 ; Tuulaniemi 2011, 85.)

### Pilotointi ja lanseeraus

Palveluliiketoiminta on prosessi, joka vaatii jatkuvaa kehittämistä. Pilotointivaiheessa suunniteltu konsepti viedään markkinoille kuluttajien testattavaksi. Tässä vaiheessa mitattavat tulokset ovat tärkeässä osassa, ja niitä voidaan saada esimerkiksi haastatteleamalla tai havainnoimalla uuden palvelun käyttäjiä tai arvioimalla toimintaa sisäisesti. Jos havaitaan toimimattomia osa-alueita, voi suunnittelijaryhmä reagoida ja tehdä vielä muutoksia. Pilotointi ja esilanseeraukset lisäävät asiakkaan tietoisuutta palvelusta jo etukäteen. Lanseerauksessa on olennaista, että palvelu lanseerataan kohderyhmälle ominaisella tavalla ja heille sopivissa tiloissa. Asiakasymmärryksen kautta voidaan löytää kohderyhmälle merkityksellisiä asioita sekä ymmärtää kohderyhmän motivaation lähteitä, ja suunnitella myös lanseeraus sille sopivaksi. (Tuulaniemi 2011, 100, 103.)

## Arviointi ja jatkuva kehittäminen

Palveluiden mittaaminen on tuottajan ja asiakkaan välisen vuorovaikutuksen mittaamista, ja yksi tunnetuimmista keinosta tähän on asiakastyytyvyyden mittaaminen. Palvelumuotoilun tulosten mittaaminen on haastavaa, sillä kuten esimerkiksi muutokset strategissa, muotoilunkin täydet tulokset näkyvät vasta pidemmällä aikavälillä. Palveluliiketoiminta on kokonaisuudessaan prosessi, ei vain yksittäinen tapahtuma, ja palvelut vaativat jatkuvaa kehittämistä. Ihmiset ja heidän tarpeensa sekä markkinat muuttuvat koko ajan. Palvelumuotoiluprosessi noudattelee luovan ongelmaratkaisun periaatteita. Palvelumuotoilun työkalujen painoarvo on vahvoissa sosiaalisissa taidoissa, empatiakyvyssä, visuaalisessa ajattelussa ja luovuudessa. (Miettinen 2011, 32 ;Tuulaniemi 2011, 126.)

Palvelumuotoilun avulla voidaan konkretisoida melko epämääräisiäkin palvelun suunnitteluprosesseja. Sen avulla voidaan myös esittää uusia prosesseja ja metodeja palvelun tuottajille, sekä suunnitella ja innovoida uusia palveluita. (Vähälä ym. 2012, 8.) Miettinen kiteyttää (2011 22) palvelumuotoilun tarkoitusta toteamalla, että se ”yhdistää kulttuurisen, sosiaalisen ja inhimillisen vuorovaikutuksen alueet”. Muotoilun menetelmien käyttö toimii linkkinä erilaisten toimijoiden välillä. Jos onnistutaan luomaan palvelu, jota ei ole mahdollista monistaa eikä tuottaa missään muualla maailmassa, saadaan tälle palvelulle uutta arvoa ja ainutlaatuista kilpailuetua.

Palvelujen muotoilu pyrkii olemaan ennakoivaa, ja todellisten tarpeiden lisäksi pyritään tunnistamaan myös asiakkaiden piilevät tarpeet. Tuulaniemi on poiminut kirjaansa (2011, 73) lainauksen Henry Fordin sanoista: ”Jos olisin kysynyt ihmisiltä, mitä he haluavat liikkumiseen, he olisivat todennäköisesti sanoneet, että nopeampia hevosia”. Eli kysymällä asioita suoraan ei välttämättä saada kovin syvällistä tietoa ihmisten tarpeista ja odotuksista. Tärkeämpää onkin tutkia ihmisen toimintaa, sillä sieltä nousevat arvot ja toiminnan todelliset motiivit. Arkea ja palvelujen potentiaalisia käyttötilanteita havainnoimalla pyritään löytämään ne ratkaisevat arvot ja motiivit, joista palvelukonseptit kehitetään.

## 5 ASIAKASLÄHTÖINEN AJATTELU

Tässä viimeisessä teorialuvussa käsitellään ensin asiaskaslähtöistä ajattelumallia ja verrataan sitä palvelulähtöiseen ajatteluun. Tämän jälkeen käsitellään arvon syntyä asiakaslähtöisessä ajattelussa. Luvun loppuosassa käsitellään ensin asiakaskokemusta sekä sen ylittämistä ja viimeiseksi sivutaan lyhyesti asiakkuusajattelua.

Vaikka palvelulähtöinen ajattelu on avartanut markkinoinnin näkemyksiä, on se esimerkiksi Heinosen ym. (2010) mielestä silti vielä tuotanto- ja vuorovaikutuspainotteinen ajattelutapa. Palvelulähtöiseen ajatteluun onkin lisätty uusi elementti, asiakas, ja tutkittu tämän vaikutusta. Asiakaslähtöistä ajattelua kuvataan usein asiakaslähtöisen markkinoinnin ja liiketoiminnan perustana sekä myös osana koko yrityksen strategiaa. Myös Ramaswamy ym. painottavat (2014), että nykyään yksilöt, eivät yhteisöt, ovat arvon luomisen keskiössä.

Heinonen ym. (2010) esittävät, että yksittäinen palvelutapahtuma on vain pieni osa asiakkaan koko elämästä. Palvelulähtöisessä ajattelussa keskitytään tähän palvelutapahtumaan, vuorovaikutukseen ja arvon lisäämiseen, mutta asiakaslähtöinen ajattelu laajentaa katsontakantaa. Asiakaslähtöisen ajattelun mukaan asiakkaan näkemys eroaa aina palveluntarjoajan näkemyksestä, eikä asiakas käsittele yksittäistä palvelutapahtumaa irrallisena, vaan se on sidottu koko asiakkaan elämään: menneisyyteen, nykyhetkeen sekä myös tulevaisuuteen.

Asiakkaita palveltaessa tärkeän osuuden muodostaa se tieto, joka saadaan asiakkailta. Asiakaslähtöinen ajattelutapa painottaakin asiakkaan osuutta palvelujen suunnittelussa ja toteuttamisessa. Palveluja toteutettaessa asiakas on oman elämänsä asiantuntija ja samalla myös mielipiteensä ilmaiseva työntekijän yhteistyökumppani. (Kalliovalkama 2005, 28 - 29.)

Asiakaslähtöisen ajattelun mukaan asiakas on aina keskiössä ja palvelukokemus on enemmän kuin vain hetken havainnointia, se on pitkän aikavälin suhde. Asiakkaan mielikuvissa palvelu on aina verrattavissa johonkin, esimerkiksi edellisiin kokemuksiin tai mielialaan. Olisikin erityisen tärkeää, että yritykset ja palvelujen tuottajat pääsisivät sisälle asiakkaan elämään ja ymmärtäisivät, kuinka asiakkaat luovat kokemuksia ja mitä

ongelmia he kohtaaavat vuorovaikutustilanteissa palveluntarjoajan kanssa. Sen sijaan, että palveluntuottajat painottavat vain yhtä elämän osa-aluetta, olisi heidän tärkeää keskittyä monipuolisesti asiakkaan toimintoihin ja elämän erilaisiin viitekehyksiin. Palveluntarjoajan luomien elämysten ei tarvitse olla äärimmäisiä, vaan myös jokapäiväisestä elämästä ja rutiineista voi syntyä arvokkaita kokemuksia. Kun yritys pääsee mukaan asiakkaittensa maailmaan, löytyy sieltä vielä paljon hyödyntämätöntä palveluntarvetta.

Heinonen ym. painottavat (2010), että palvelun tarjoajan tulisi ymmärtää, millaisia palveluja ja elämyksiä asiakas tarvitsee ja täyttää tämä tyhjiö, eikä tarjota kuluttajalle omia ideoitaan ja keksintöjään yksipuolisesti. Tämä ei välttämättä aina tarkoita yksilöllistä palvelua, vaan sitä, että yritys ymmärtää oman osuutensa asiakkaan toiminnassa. Palveluiden johtamisen haasteena on ollut se, että asiakkaat arvioivat aina viime kädessä jokaisen palvelutapahtuman.

Erona palvelulähtöisyydelle asiakaslähtöisyys painottaa asiakasta, eikä palvelua vuorovaikutustilanteessa. Asiakas luo palvelutapahtumasta mielikuvia, jotka toimivat pohjana myös asiakkaan tulevalle käytökselle. Palveluyrityksen tehtävänä on tukea asiakasta, kun tämä muodostaa arvoa. Asiakaslähtöisen ajattelun mukaan yhden tapahtuman ja siitä luotavan mielikuvan potentiaalinen arvo voikin olla suurempi kuin perinteisesti ajatellaan. (Heinonen ym. 2010, 531 - 548.)

### **5.1 Arvon synty asiakaslähtöisessä ajattelussa**

Tuotelähtöisen ajattelutavan mukaan arvo mielletään tuotteeseen liittyvien toiminnallisuuksien kautta. Sen mukaan arvo on itse tuotteessa, ja asiakas saa tämän arvon tavaran mukana tai palvelutapahtuman aikana. Palvelun arvoa on mitattu vertaamalla hinta-laatusuhdetta, eli palvelun laatua ja palvelusta maksettavaa hintaa. Kun ryhdytään pohtimaan asiakkaan kokemaa arvoa ja sen syntymistä, haastetaan tuotelähtöinen ajattelutapa. Tuotteen tai palvelun ominaisuudet eivät itsessään tuota asiakkaalle arvoa, vaan sitä syntyy tuotteiden tai palveluiden tuottamista hyödyistä, seurauksista ja vaikutuksista asiakkaan omiin tavoitteisiin. Arvoa syntyy yhteisen prosessin tuloksena, silloin kun palveluntuottaja ja asiakas toimivat yhdessä. Palveluyrityksen näkökulmasta tämä tarkoittaa sitä, että asiakas sekä arvioi syntyvää arvoa että osallistuu sen tuottamiseen. Asiakas on mukana aina kun arvoa syntyy. Arvoa voi syntyä myös asiakkaan arkisten

kokemusten kautta ja palvelukokemus voi olla arvokas jo silloin, kun se täyttää lupauksensa ja toimii sujuvasti ennalta sovitulla tavalla. (Arantola ym. 2009, 9 - 10.)

Asiakaslähtöisessä ajattelussa arvon yhteiskehittäminen ei ole yksisuuntaista toimintaa, jota yritys johtaa. Tässä ajattelutavassa tiedostetaan asiakkaan mielikuvien, muistin, palvelukokemusten ja asiakassuhteen merkitys ja vaikutus asiakkaan seuraavan palvelukokemuksen luomiseen. Mielikuvat edellisestä palvelutapahtumasta muokkaavat asiakkaan tulevaa käytöstä, ja tämä voi tapahtua jopa asiakkaan itse sitä tiedostamatta. Asiakasarvoa voi syntyä myös yrityksen toiminnan ulkopuolella, kuluttajan jokapäiväisissä toimissa tai silloin, kun palvelua tai tuotetta käytetään. Arvoa syntyy siis jo ennen palvelun käyttöä, sen aikana ja myös sen jälkeen. Arvoa ei synny ainoastaan fyysisen kanssakäymisen aikana, vaan myös tunnetasolla ja ilman palvelun tuottajan läsnäoloa. Asiakkaan näkökulmasta aikaisemmat kokemukset ovat aina läsnä ja ne päivittyvät jatkuvasti uusilla kokemuksilla. (Heinonen ym. 2010, 531 – 548.)

Asiakaslähtöisen ajattelun mukaan kuluttajat etsivät haluamiaan kokemuksia yksilöllisesti ja oma-aloitteisesti. Asiakkaan mieliala, ymmärrys ja oma tulkinta vaikuttavat aina hänen palvelukokemukseensa, ja todelliset kokemukset ovat harvoin juuri sellaisia, kuin yritys on palvelustaan ajatellut. Täten asiakkaan kokemus on vain osittain palveluntarjoajan hallittavissa. Asiakaskokemus tulisikin viedä niin pitkälle, ettei se koskisi ainoastaan itse palvelutapahtumaa, vaan että aikajana ulottuisi myös palvelutapahtumaa edeltävään ja sen jälkeiseen aikaan. Yksittäinen palvelutapahtuma on vain pieni osa asiakkaan tapahtumien ja mielikuvien virrassa, ja kokemus palvelusta voi muuttua jopa jälkikäteen esimerkiksi yleisen keskustelun muovaamana.

Jos asiakaslähtöistä ajattelua halutaan hyödyntää maksimaalisesti, on yritysten ja tutkijoiden tarkkailtava asiakkaita myös heidän omassa, ei pelkästään yrityksen, tarjoamassa ympäristössä. Palvelua tarjoavan yrityksen on ymmärrettävä sekä asiakkaan prosessia että oman ja asiakkaan prosessin välistä yhteyttä. Arvo syntyy juuri näiden prosessien kohdatessa. (Arantola ym. 2009, 10 ; Heinonen ym. 2010, 531 - 548.)

Storbacka ja Lehtinen ovat todenneet (1998, 17), että pinnallinen asiakaslähtöisyys, jossa toimitaan vain asiakkaan ilmaisemien tarpeiden pohjalta, voi jäykistää toiminnan

ja pysäyttää kehityksen. Pinnallisen asiakaslähtöisyyden omaksuneet yritykset sopeutuvat liikaa asiakkaan ilmaisemien tarpeiden mukaan ja tämä johtaa ”asiakkaiden armolle” joutumiseen. Yritys ajautuu asiakkaiden toivomiin tilanteisiin, eikä sen oma tahto ole ohjaamassa toimintaa.

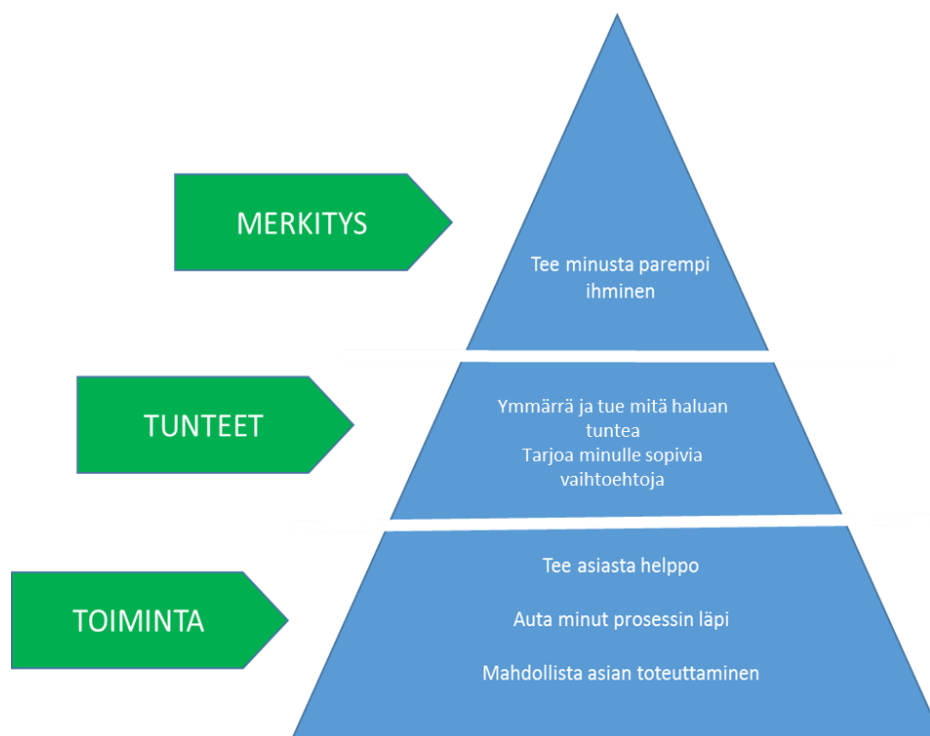
## 5.2 Asiakaskokemus

Asiakkaan palvelukokemus muodostuu asiakkaan ja yrityksen tarjoamien palvelujen kohtaamisissa (Arantola & Simonen 2009, 17). Asiakkaan kokemus voidaan yleisesti jakaa kolmeen osaan. Kokemus koostuu ydinkokemuksesta, laajennetusta kokemuksesta sekä odotukset ylittävistä osista. Odotusten ylittäminen on keskeinen osa asiakaskokemusten johtamista, ja niiden avulla on mahdollista erottautua ja luoda kilpailuetua. Asiakkaan kokemus alkaa kuitenkin aina ydinkokemuksesta, joka on kaiken perusta. Se on yksinkertaisesti se hyöty tai arvo, jonka takia asiakas ostaa tuotteen tai palvelun. Yrityksen tulisi varmistaa, että se pystyy aina ja kaikissa olosuhteissa tuottamaan ydinkokemuksen, sillä ilman ydinkokemusta ei odotukset ylittävää kokemusta ole mahdollista saavuttaa.

Ydinkokemuksesta seuraava askel kohti odotukset ylittävää kokemusta on laajennettu kokemus. Siinä asiakkaan kokemukseen on tuotu jotain, joka lisää yrityksen tuotteen tai palvelun arvoa asiakkaan silmissä. Laajennettu kokemus voi syntyä kahdesta elementistä, jotka ovat edistäminen ja mahdollistaminen. Edistämisen elementit nimensä mukaan edistävät kokemuksen laajentumista ydinkokemuksen ulkopuolelle. Ne voivat olla esimerkiksi yrityksen tarjoamia rinnakkais- tai lisäpalveluja. Mahdollistaminen tuo kokemukseen elementtejä, jotka välillisesti laajentavat ydinkokemusta, esimerkkinä palvelun mahdollistava tekniikka. (Löytänä & Korteso 2011 60 – 63.)

Tuulanemi (2011, 37) esittelee pyramidin asiakasarvon muodostumisesta. Kuvan 7 pyramidi esittää tasoja, joita edellytetään ylivertaisen asiakaskokemuksen syntymiseen. Alimman tason kokemus kuvaa tilannetta, jossa asiakas saa sen, mitä minimissään tarvitaan asian toteutumiseen. Tunteet, eli toinen taso, käsittelee asiakkaan kokemia tunteuksia ja mielikuvia verrattuna odotuksiin. Korkeimmalla tasolla pyritään asiakaskokemukseen, joka tekee asiakkaasta paremman ihmisen ja kehittää hänen henkilökohtaisia merkityksiään.





**KUVA 7. Asiakasarvon muodostumisen pyramidi. (mukailtu Tuulaniemi 2011)**

### *Odotukset ylittävä kokemus*

Odotukset ylittävän kokemuksen tunnuspiirteitä ovat Löytänän ja Kortesuon mukaan (2011, 64) muun muassa henkilökohtaisuus, aitous, mahdollisuus yksilöllisyyteen, kestävyys, selkeys, ja tunteisiin vetoavuus. Myös yllätyksellisyys kuuluu odotukset ylittävään kokemukseen, sillä positiivisesti yllätynyt asiakas on varmasti tyytyväisempi kuin peruspalvelun saanut.

Henkilökohtainen kokemus on ainutkertainen, siinä yritys reagoi asiakkaaseen ja hänen odotuksiinsa yksilöllisesti. Yrityksen ansiosta asiakas voi päästä ilmaisemaan itseään ja persoonallisuuttaan. Yrityksen tulisi pyrkiä luomaan tunne, että asiakkaat ovat sille merkityksellisiä ja huomioida heidät jo strategiatasolla. Asiakaskokemusten tulisi keskittyä ydintarpeisiin ja huomioida niiden oleelliset piirteet. Samalla kokemusten tulisi olla räätälöityjä asiakaskohtaisesti asiakkaan tilanne aina huomioon ottaen. Asiakaskokemukset jaetaan nykyään nopeasti toisten kanssa, ja yrityksen onkin pyrittävä rohkaisemaan asiakaskokemuksen jakamista myös yritykseen päin luomalla hyvät ja toimivat

palautekanavat. Odotusten ylittämiseen pyrkiessä tulisi tiedostaa, että jokainen reklamaatio on mahdollisuus, ja pahinta on tyytymätön asiakas, josta yritys ei tiedä. Asiakaskokemuksen luomisessa on pyrittävä kestävyYTEEN ja siihen, että kokemuksesta tulisi jatkuva, ei vain kertaluontoinen kokemus. Asiakas muistaa kestävät kokemukset suositellessaan yritystä verkostolleen. Palvelukokemusten tulee olla selkeitä. Jos esimerkiksi yrityksen käyttämä kieli on monimutkaista ja vaikeatajuista, voi asiakkaalle syntyä turhautumista ja negatiivisia tunnekokemuksia. (Löytänä & Korteso, 2011.)

### *Asiakaskokemukset luodaan yhdessä*

Asiakkaan palvelukokemukseen vaikuttaa aina koko palvelua tarjoava organisaatio. Fischer & Vainio esittävät (2014, 133 – 134), että jos asiakkaalle tavoitellaan parasta mahdollista asiakaskokemusta, tulisi arvoa luoda asiakkaan lisäksi myös muille, kuten yrityksen työntekijöille, sidosryhmille ja koko yhteiskunnalle. Tyytyväinen asiakas kertoo kokemuksestaan myös muille, positiiviset kokemukset lisäävät positiivisuuden kiertettä ja samalla myös tuottavuutta.

Palvelua tarjoavan tahon lisäksi asiakas vaikuttaa myös itse kokemukseensa palvelusta. Palvelua ei tehdä varastoon, se tapahtuu aina asiakkaan läsnä ollessa. Asiakas on paitsi palvelun kohteena, myös aktiivisena osallistujana kokemuksessa. Toimintatapana voi olla, että palvelu tuotetaan alusta asti asiakkaan kanssa yhdessä ja erityisesti tällöin vuorovaikutuksen laadulla ja merkitysten kokemisella on yhteys. Hyvä vuorovaikutus sitouttaa ja luo positiivisia merkityksiä ja muistijälkiä asiakkaalle. Vuorovaikutuksen avulla voidaan lisätä merkittävästi hyvinvointia ja yhteisöllisyyttä. Positiivisen asiakaskokemuksen luominen vaatii uudenlaista ajattelua yli rajojen. Jokaisen toimijan tulisi ymmärtää käyttäytymisensä vaikutus muihin sekä myös toisten vaikutus asiakaskokemuksen syntyyn. (Fischer & Vainio 2014, 133 – 134, 144.)

### **5.3 Asiakkuus**

Asiakkuus on asiakkaan ja yrityksen välinen tasavertainen ja vuorovaikutteinen yhteistyösuhde, jossa arvoa syntyy molemmille. Asiakkuusajattelussa toimitaan nimensä mukaan asiakkuuden ehdoilla. Kun rakennetaan aitoa asiakkuutta, molemmat osapuolet

voittavat, ja myös asiakkuuden arvo kasvaa. Asiakkaan arvontuotanto on myös asiakkuusajattelun keskeinen käsite. Kun yritys ja asiakas rakentavat kestävästi asiakkuutta, pyritään prosesseja sovittamaan molemminpuolisesti niin, että arvoa syntyy molemmille osapuolille. Asiakkuusajattelu määrittelee tuotteen, tavaran tai palvelun, prosessiksi, jonka vaiheiden välillä syntyy vaihdantaa ja yrityksen osaaminen siirtyy osaksi asiakkaan arvontuotantoa (vrt. palvelulähtöinen ajattelu). Asiakaskohtaaminen voi tuottaa asiakkaalle arvoa, vaikka rahaa ei vaihdettaisi. (Korkman & Arantola 2009, 25; Storbacka & Lehtinen 1998, 17 - 20.)

Yritys voi kehittää asiakkuuden lujuttua vain, jos se kantaa myös vastuuta asiakkaan arvonn jatkuvasta kehittämisestä ja tuottaa tähän uusia mahdollisuuksia. Asiakkuuslähtöinen yritys pyrkii kaikin tavoin kasvattamaan tietoaan siitä, miten asiakkaat tuottavat itselleen arvoa. Asiakastieto lisää yrityksen ymmärrystä siitä, miten se voi omalla osaamisellaan auttaa asiakasta. Asiakkuus koostuu useista kohtaamisista ja sen onnistuminen edellyttää aitoa vuorovaikutusta. Yhteisenä tavoitteena on tuottaa molemmille etua, elää yhdessä ja etsiä uusia mahdollisuuksia asiakassuhteen kehittämiseksi. Asiakas tulee mukaan yrityksen vuorovaikutusprosessiin, jos palvelukokonaisuus sopii hänen tapansa toimia ja tuottaa hänelle merkityksiä ja arvoa. (Korkman & Arantola. 2009, 25; Storbacka & Lehtinen 1998, 17 - 20.)

### *Asiakkuusstrategiat*

Storbacka ja Lehtinen (1998, 120) toteavat, että melkein kaikissa yrityksissä on ainakin joskus hoidettu asiakassuhteita samanlaisella prosessilla, vaikka asiakkaat ovat erilaisia ja asiakkuusistakin muodostuu näin ollen aina ainutlaatuisia. Asiakkuusajattelussa kilpailukykyä syntyy siitä, että asiakkuusstrategioita kehitetään niin, että ne tukevat parhaalla mahdollisella tavalla kunkin yksittäisen asiakkaan arvontuotantoa. Strategioita siis sovitellaan erilaisten asiakkaiden erilaisiin prosesseihin. Kun strategiaa määritellään, tulee selvittää missä vaiheessa asiakkuus on ja minkälaista vaihdantaa asiakkuudessa tarvitaan. Yrityksen on tiedostettava asiakkuuksien eroavaisuudet ja ilmaistava selkeästi pelisäännöt, joiden avulla yrityksen ja asiakkaan rooli määritellään. Yleensä asiakkaita palvellaan keskimääräisen asiakkaan mukaan, vaikka joillekin palvelu voi olla liian kevyttä, ja toiset taas vaatisivat enemmän, raskaampaa prosessia. Kun tunnis-

tetaan asiakkuuksien arvo, voidaan rakentaa suhteita, joissa resurssit on kohdistettu oikein. Asiakkuusstrategian lähtökohta on Storbackan mukaan (1998, 123) sopeutuminen. Joko asiakas sopeutuu yrityksen strategiaan tai yritys sopeutuu asiakkaan prosessiin. Tai sitten molemmat sopeuttavat omia prosessejaan, jolloin asiakkuussuhde käynnistyy. Asiakkuusstrategioiden tavoitteena on nostaa asiakkuuden arvoa ja kaikki strategiat voivat joko nostaa tai heikentää arvoa. Arvonnousulla voidaan mitata strategian toimivuutta ja tätä kautta myös yrityksen menestystä.

## 6 TOIMEKSIANTAJAN ESITTELY

Tämä opinnäytetyö on tehty toimeksiantona Valkealassa sijaitsevalle palvelukeskukselle, Valkealan Iltatähti ry:lle. Iltatähti on vuonna 1971 perustettu voittoa tuottamaton yhdistys, joka saa muun muassa RAY:n ja ARA:n (Asumisen rahoitus- ja kehittämiskeskus) rahoitusta toimintaansa. Yhdistyksen tavoitteena on ”parantaa vanhusten ja vammaisten asemaa tuottamalla asumista, hoivaa, hoitoa ja erilaista viriketoimintaa koordinomaisissa olosuhteissa. Tavoitteena on myös vanhusten ja vammaisten fyysisen ja henkisen kunnon ylläpitäminen kannustamalla heitä yhteisöllisyyteen ja omatoimisuuteen unohtamatta heidän itsemääräämisoikeuttaan.” (Valkealan Iltatähti 2015.)

Palvelukeskuksen toimintaympäristö koostuu kahdesta senioritalosta, joissa molemmissa on 23 asuntoa, palvelutalosta (23 asuntoa) sekä tehostetun palvelun ryhmäkodista (21 asuntoa). Opinnäyte keskittyy Iltatähden senioritaloihin, jotka ovat tavallisia vuokra-asuintaloja, mutta niissä on totuttua enemmän yhteisiä tiloja ja toimintaa.

Kuten esimerkiksi Grönroos on esittänyt (2009), palvelutuotteesta tulee löytyä tietyt osapalvelut, jotta asiakkaan tarpeet tyydyttyisivät. Iltatähden senioritalojen tarjoama ydinpalvelu on senioreille suunniteltu asunto. Asuntojen vuoksi Iltatähden asiakkaat, asukkaat, ovat tulleet Iltatähden ja asunnon vuokrasta Iltatähti saa tulonsa. Kaikkien senioriasukkaiden käytössä olevia yhteisiä tiloja pääarakennuksessa ovat ruokasali, takahuone, yhteinen oleskelutila, kuntosali, saunat sekä grillikatot pihalla. Ruokapalvelut keskukselle tuottaa yksityinen, Iltatähden tiloissa toimiva ruokapalveluyrittäjä. Yhteiset tilat voidaan mieltää Iltatähden tukipalveluiksi, sillä ne lisäävät ydinpalvelun arvoa ja erilaistavat senioritaloja verrattuna esimerkiksi tavallisiin vuokrataloihin.

Palvelukeskuksen välittömässä läheisyydessä on terveyskeskus, johon on pääsy sisäkautta. Tämä lisää Hollbrookin arvotypologian (1996) mukaista tehokkuuden arvoa Iltatähden asukkaille tekemällä terveyskeskuksessa asioinnista nopeaa ja vaivatonta ympäri vuoden. Iltatähden sijainti on muutenkin sopiva ikäihmisten tarpeita ajatellen, sillä Valkealan keskustan monipuoliset palvelut ovat vain noin puolen kilometrin päässä.

Jotta senioriasuntoja ylipäänsä on olemassa, on siihen tarvittu monenlaisia palvelutoiminnan mahdollistavia eri tahon toimijoita kuten kaavoittajia, rahoittajia ja rakennusliikettä. Tällä hetkellä toiminnan mahdollistajiksi voidaan lukea mm. Iltatähti ry:n hallitus ja johto, henkilökunta sekä talojen kunnossapidosta vastaavat toimijat. Talossa on yksi hallinnollinen työntekijä, toiminnanjohtaja, ja senioritaloille on nimetty yksi vastuuhoitaja, jolle kuuluu myös palvelupuoli. Vastuuhoitaja neuvoo ja arvioi asukkaiden palveluntarvetta ja toimii linkkinä senioreille. Jos palveluja tarvitaan, niistä tehdään yksittäinen sopimus. (Kaitainen 2.7.2015.)

Kaupungin palvelutalot Mäntylä ja Valkeakoti ovat Valkealan kylällä, mutta niissä ei ole senioriasumista, joten Iltatähden senioritalot ovat tällä hetkellä ainoa tätä asumismuotoa tarjoava paikka Valkealassa. Lähimmät vastaavanlaiset senioriasunnot sijaitsevat Kuusaalla sekä Kouvolassa.

### *Senioritalon asukkaat*

Senioriasuntojen vuokralaiset ovat itsenäisesti asuvia, aktiivisia seniorikansalaisia, jotka eivät tarvitse lainkaan tai tarvitsevat vain vähäistä ulkopuolista apua. Asunnon saadakseen päävuokralaisen tai asumisoikeuden haltijan pitää olla vähintään 55-vuotias. Asunnossa saisi asua myös nuorempia perheenjäseniä, mutta Iltatähden kaikki asunnot ovat ikäihmisten käytössä. Senioriasukkaat eivät kuulu hoivapalvelujen piiriin, vaan he solmivat ainoastaan vuokrasopimuksen asunnosta ja voivat ostaa kaikki palvelunsa itse valitsemastaan paikasta, joko Iltatähdeltä tai muilta palveluntarjoajilta.

Asukkaat valitaan soveltuvuuden mukaan; valinnassa arvioidaan sitä, mitä asukas on hakenut ja mikä on hänen kuntonsa. Pariskunnille tarkoitettuja asuntoja vapautuu harvemmin kuin yhden ihmisen koteja. Iltatähti voi tällä hetkellä luvata hakijalle, että josain vaiheessa asunnon voi saada, mutta tarkkaa ajankohtaa ei voida ilmoittaa, sillä

yleensä asunto vapautuu, kun edellinen asukas muuttaa palvelukeskukseen tai menehtyy. Iltatähden tarjoama etu verrattuna tavallisiin senioriasuntoihin on se, että palvelukeskuksesta löytyy myös palveluasumisen puoli sekä tehostetun hoidon paikkoja. Asukkaat voidaan hoidon tarpeen lisääntyessä sijoittaa toisiin yksiköihin sisäisellä siirrolla, joten Iltatähti voi tarjota hoivaa asukkaalleen loppuiksi. (Kaitainen 2.7.2015.)

Seniorikansalaiset ovat hyväkuntoisempia kuin koskaan ennen (Karisto 2007) ja heiltä löytyy valtavasti käyttämättömiä voimavaroja ja sekä aikaa että halua tehdä, osallistua ja kehittää omaan elämäänsä liittyviä asioita. Toimintakykyisten senioreiden osallistaminen ja ottaminen mukaan oman elämänsä parantamiseen on ollut päämotiveja myös tämän kehittämistyön tekemiselle. Iltatähden toiminnanjohtajan ilmaisema (Kaitainen 2.7.2015) huoli senioriasujien yhteisöllisyydestä, siitä että palvelutalon puolella on parempi yhteisöllisyys kuin senioritaloissa, puoltaa yhteiskehittämissuunnitelman perustamista juuri senioritalojen asukkaille. Kuten esim. Miettinen toteaa (2011), yhteissuunnittelun avulla on mahdollista parantaa ryhmäläisten yhteistyötä sekä luoda heille yhteistä kieltä.

#### *Kehittämistyön tavoite*

Asukkaat eivät kuluta tai käytä vain fyysistä tuotetta tai ydinpalvelua, vaan palvelua, jota tuote tai ydinpalvelu voi heille antaa. Tätä palvelua voi luonnehtia arvoa tuottavaksi tueksi heidän päivittäisiin toimintoihinsa. (Grönroos, 2009). Asunto on mahdollistaa asumisen Iltatähdessä, mutta arvoa koostuu myös merkityksistä ja kokemuksista, elämästä Iltatähdessä.

Tämän kehittämistyön tärkein tehtävä ja anti Iltatähdelle on molempien opiskelijoiden osalta ollut luoda Iltatähden talon asukkaista koostuva yhteiskehittämissuunnitelma ja kasvattaa asukkaiden kokemaa arvoa yhdessä senioreiden kanssa. Yhteiskehittämissuunnitelman toiminnassa on sovellettu erilaisia palvelumuotoilun menetelmiä. Opinnäyte on rajattu asiakasymmärryksen hankkimiseen sekä uudenlaisten arvoa tuottavien toimintojen ideointiin. Kehittämistyön tavoitteena on ollut tuottaa ehdotuksia, joita Iltatähti voi halutessaan jatkokehittää, testata ja lansaarata asukkaille.

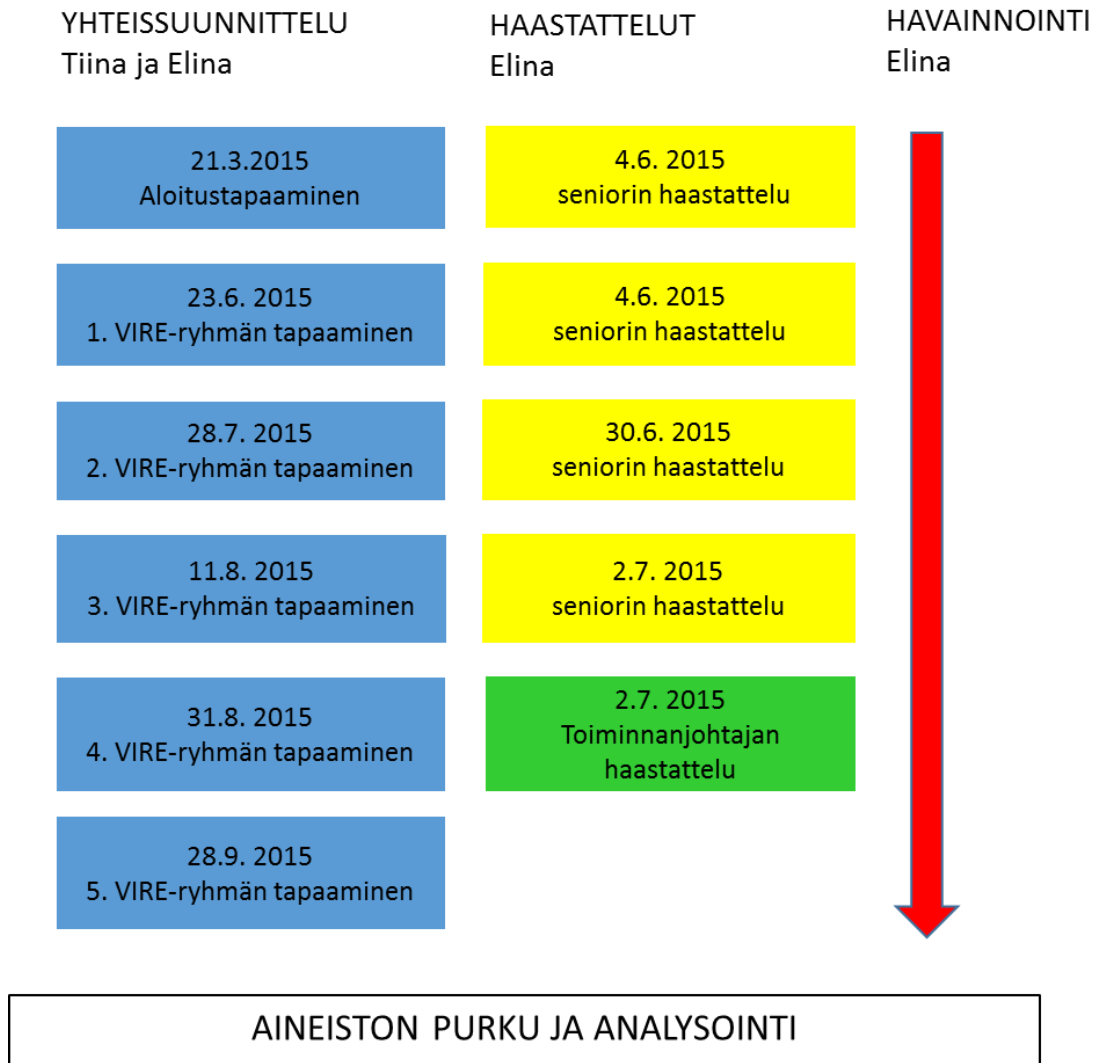
Iltatähti on rakennuttamassa palvelukeskuksen välittömään lähisyyteen, noin sadan metrin päähän, uutta, kolmatta senioritaloa, jonka on määrä valmistua vuoden 2016 syksyllä. Uuteen taloon tulee 35 asuntoa, joten palvelukeskuksen toimintapiiriin on tulossa huomattava määrä uusia senioriasukkaita. Tämä opinnäyte on pyrkinyt etsimään vastauksia siihen, miten uusille asukkaille voitaisiin tarjota mahdollisimman paljon arvoa tuottava muuttokokemus. Kehittämistehtävän aikana on kerätty tietoa ja kasvatettu ymmärrystä siitä, millaisia muuttokokemuksia nykyisillä asukkailla on ollut. Saadun asiakasymmärryksen pohjalta on tehty kehittämis ehdotuksia, jotta mahdolliset puutteet voitaisiin uusien tulokkaiden kohdalla ennaltaehkäistä. Edelleen tavoitteena on ollut luoda muuttotilanteeseen ehdotuksia, joiden avulla talo voi pyrkiä ylittämään muuttajien odotuksia.

## **7 TUTKIMUSTEN TOTEUTTAMINEN JA TULOKSET**

Tässä kappaleessa kerrotaan ensin, miten tutkimuksessa käytetty empiirinen aineisto kerättiin ja miten sitä analysoitiin. Sen jälkeen esitellään tulokset omina alalukuinaan. Aineistonkeruun lähtökohtana oli koko prosessin ajan löytää vastauksia tutkimuskysymyksiin arvosta ja sen luomisesta.

### *Aineiston kerääminen*

Oheinen kuva 8 havainnollistaa empiirisen aineiston keräämistä. Aineistoa on kerätty kolmella eri metodilla, jotka ovat yhteissuunnitteluryhmä, teemahaastattelut sekä havainnointi. Aineistotriangulaation avulla samaa ongelmaa on lähestytty monesta eri näkökulmasta ja samalla on pyritty lisäämään aineiston luotettavuutta.



### KUVA 8. Aineiston kerääminen: menetelmät ja aikataulu

Kun ollaan tekemisissä ikääntyneiden ihmisten kanssa, täytyy toiminnassa pyrkiä huomioimaan iän mahdollisesti tuomia rajoitteita. Osalla Iltatähden senioreista on jo erilaisia toimintakyvyn rajoituksia, kuten esimerkiksi kuulon heikentymistä. Aineistoa kerätessä on pyritty varmistamaan, että seniorit ymmärtävät mitä ollaan tekemässä, ja että jokainen ymmärtää kysymykset ja pohdittavat asiat oikein. Eettinen ajattelu auttaa pohtimaan sekä omien että yhteisön arvojen kautta sitä, mikä jossakin tilanteessa on oikein tai väärin. Tutkimusetiikka auttaa myös konkreettisten ratkaisujen tekemisessä aineiston hankinnan aikana. Hyvä tutkimus edellyttää eettisesti hyväksyttäviä tietoja, taitoja ja hyviä toimintatapoja tutkimuksen jokaisessa vaiheessa. (Kuula 2011, 21-23, 34.) Tämän opinnäytteen aineistonkeruun aikana on tiedostettu tutkimuksen eettisyys ja kaikki vaiheet on pyritty toteuttamaan senioreita huomioivalla tavalla.



### *Prosessin alku, toimintaympäristöön tutustuminen*

Ensimmäisen kerran kävin Iltatähdessä helmikuussa 2015, jolloin tapasin toiminnanjohtajan. Kerroin lyhyesti oman työni tavoitteista ja jätin tutkimusluvan toimitettavaksi johtokunnalle. Samalla kiersimme tilat läpi työparini kanssa ja tapasimme käytävillä muutaman asukkaan. Kerroimme alustavasti tulossa olevasta projektistamme ja havainnoimme reaktioita. Kaikki tapaamamme asukkaat suhtautuivat positiivisen odottavasti aiheeseen, vaikka se olikin heille aivan uusi.

Virallisesti pääsin tutustumaan asukkaisiin ensimmäisen kerran, kun järjestimme opiskelijaparini kanssa kaikille asukkaille avoimen yhteiskehittämissyhmän esittelytilaisuuden Iltatähdessä. Tässä tilaisuudessa tarjosimme kahvit ja esittelimme itsemme, sekä molempien opinnäytetöiden tarkoituksen. Tilaisuudessa havainnoimme asukkaita ja kyselimme, ovatko he valmiita lähtemään kehittämään yhdessä toimintakulttuuria ja tulemaan mukaan ryhmään, jossa pohditaan, mitä asuminen senioritalossa on, ja minkälaista uutta arvoa arkeen voisi tuoda. Kerroimme myös kiinnostuksemme tutkia asukkaiden elämää, jotta voimme hyödyntää tietoa uuden talon tuleville asukkaille. Pyy-simme luvan tilaisuuden nauhoittamiseen ja myös tulevissa tapaamisissa käytetyn aineiston käyttämiseen opinnäytetöissämme. Kerroimme ryhmän luottamuksellisuudesta ja painotimme, että tietoa käytetään nimettömänä ja ainoastaan opinnäytetöissä. Tilaisuus pidettiin tilan puutteesta johtuen kahdessa osassa. Osanottajamäärä yllätti meidät iloisesti, mukana oli yhteensä 24 asukasta. Vastaanotto oli odottavan innokas.

### **7.1 Yhteissuunnitteluryhmätapaamiset**

Aloitustilaisuuden positiivisen hengen innoittama lähdimme suunnittelemaan tarkemmin Iltatähden senioreiden kehittämissyhmää. Mietimme teemoja tapaamisille etukäteen, jotta saisimme mahdollisimman laadukasta ja luotettavaa tietoa opinnäytetöidemme aineistoksi. Yksi palvelumuotoilussa hyödynnettävistä menetelmistä on käyttää arvioivia tutkimusmenetelmiä kuten yhteissuunnittelua. Tällöin pyrkimyksenä on osallistaa käyttäjät suunnitteluprosessiin sekä kohottaa empatiaa käyttäjiä kohtaan. Palvelutuottaja pääsee lähemmäksi käyttäjiä ja kykenee paremmin ymmärtämään heidän

tarpeitaan. Yhteissuunnittelussa käytetään luovia tekniikoita, jotka inspiroivat suunnittelua. Näitä voivat olla esimerkiksi erilaiset kuvakortit, kuvakäsikirjoitukset ja prototyypointi. (Manar, 2013, 37; Miettinen 2011 34 - 38.) Koska opinnäytteen yhtenä tavoitteena on pyrkiä luomaan arvoa yhdessä asukkaiden kanssa, osallistettiin heitä jatkuvasti sekä rohkaistiin antamaan palautetta ja kertomaan omia näkemyksiään yhteissuunnitteluryhmässä. Tavoitteena oli luoda molemminpuolista arvoa kohtaamisten aikana ja mahdollisesti saada ja kehittää uusia ideoita jo prosessin aikana.

Yhteissuunnitteluryhmä kokoontui kesä-syyskuun 2015 aikana viisi kertaa. Tapaamiset pidettiin Iltatähden yhteisissä tiloissa, keväällä vapautuneessa toimintatilassa sekä takahuoneessa. Osallistujamäärä tapaamisissa oli 12-14 asukasta. Ryhmän ikähaarukka oli 73 - 90 vuotta, keskiarvoian ollessa 82,5 vuotta. Miehiä tapaamisissa oli mukana 1-2 ja loput olivat naisia. Ryhmässä oli mukana senioritalossa jo alusta asti asuneita, muutamana vuoden asuneita sekä äskettäin muuttaneita. Ryhmäläisten toimintakyky vaihteli, mutta kaikki pääsivät omin neuvoin paikalle ja pystyivät suoriutumaan tehtävistä pääsääntöisesti oma-aloitteisesti.

Ryhmän etuna oli palveluiden käyttäjien kohtaaminen läheltä ja heiltä saatu suora palaute. Keräsimme tietoa osittain luovilla menetelmillä, koska koimme, että senioreille tämä olisi vaivattominta, ja samalla tunnelma säilyi rentona ja positiivisena. Kaikessa toiminnassa ja metodeissa otimme huomioon ryhmän korkean keski-ian. Menetelmät oli valittu niin, että ne soveltuivat ikä-ihmisille. Osalla osallistujista oli kuulo-ongelmia, joten esimerkiksi ryhmäkeskusteluissa oli tärkeää, että jokainen puhui vuorollaan ilman taustahälyä.

Ryhmätapaamisten teemat oli valittu tutkimusongelman sekä osittain alustavan teoreettisen viitekehyksen perusteella. Teemat olivat: asukkaiden kokemuksia taloon muuttamisesta, palvelupolku muuttotilanteesta, positiivisuutta ja iloa tuottavat asiat, palvelut Iltatähdessä ja lähialueella sekä huolet ja turvallisuus. Ryhmäkeskustelujen anti kirjattiin ylös heti keskustelujen jälkeen. Tapaamisten tuotoksina syntyi muun muassa kaavioita, seinätauluja sekä omia muistiinpanoja ja näistä on esimerkkejä liitteessä 2. Seuraavaksi esitellään lyhyesti jokainen tapaamiskerta.

*1. ryhmätapaaminen. Teema: asukkaiden kokemuksia taloon muuttamisesta.  
23.6. klo 14-16, 13 asukasta.*

Ensimmäisellä tapaamisella ryhmän tuottaman tiedon tavoitteet keskittyivät erityisesti taloon tulovaiheeseen, ja siitä pyrittiin saamaan monipuolista tietoa asukkailta. Tapaamisen aikana keskityttiin tutkimaan asukkaiden tunnelmia taloon muutettaessa. Tavoitteena oli aistia tunteja asukkaiden omasta näkökulmasta, jotta voitaisiin saada ymmärrystä siitä, millaisia ajatuksia uusilla asukkailla mahdollisesti on, kun he ovat muuttamassa uuteen senioritaloon. Metodina käytettiin ovikortteja, kuvakortteja, joiden toivottiin myös visualisoidun avulla herättävän muistoja ja ajatuksia asukkaissa.

Kahvien ja alkupuheiden jälkeen siirryimme tilaan, johon olimme laittaneet ovikortit valmiiksi pöydille. Ensimmäisellä kierroksella jokainen sai valita kuvan, johon oli kuvattu suljettu ovi. Tämä kortti pyydettiin valitsemaan ajatuksella: ”mitkä olivat omat tuntemuksesi taloon muuttamisen hetkellä”. Kaikki osallistujat löysivät itselleen sopivan kortin, näyttivät korttinsa muille, ja kertoivat omin sanoin tuntojaan. Kirjoitimme jokaisen asukkaan kertoman päällimmäisen tunteen lyhyesti tarralapulle, jonka kiinnitimme seinälle kaikkien nähtäville. Toisella kierroksella käytimme avonaisten ovien kuvia ja nyt seniorit saivat valita kortin, joka parhaiten kuvasi heidän tuntojaan silloin, kun he ajattelevat tulevaisuutta. Myös nämä tuntemukset kirjattiin lapuille ja kiinnitettiin seinälle. Lopuksi kerroimme, että talojen ala-auloihin jätetään palautelaatikon, johon asukkaat voivat jättää toiveitaan ryhmän toiminnasta sekä ehdotuksia ryhmän nimeksi.

*2. ryhmätapaaminen. Teema: palvelupolku muuttotilanteesta.  
28.7. klo 14-16, 14 asukasta.*

Toinen tapaaminen aloitettiin juttelemalla edellisen kerran tunnelmista ja lukemalla äänne laatikoihin kerääntyneet laput. Toiveita virikehetkiin olivat muun muassa vanhat leikit, muistipelit, korttipelit, perinneleikit, tarinat, juttutuokiot, musiikki, laulutuokiot, tietokilpailut ja valokuvat omista taide-esineistä. Nimiehdotuksia oli tullut muutama ja ryhmän nimeksi päätettiin valita yksimielisesti VIRE. Kahvien jälkeen siirryttiin varsinaiseen teemaan. Päivän aiheena oli kerätä tietoa ja tutkia senioreiden kokemuksia taloon muuttamisesta käytännön tasolla. Kävimme yhdessä heidän kanssaan läpi palvelupolkuja, jonka jokainen asukas on taloon muuttaessaan kohdannut. Pyysimme ryhmän

jäseniä kertomaan omia kokemuksiaan sekä miettimään sitä, mitä Iltatähden olisi mahdollista tehdä paremmin, kun uudet asukkaat muuttavat uuteen taloon.

Alustimme tehtävää piirtämällä paperille kaksi tikku-ukkoa. Ideana oli, että nämä ”Sissi ja Simo” ovat tulleet elämässään siihen vaiheeseen, että on aika hakeutua senioritaloon. Olimme miettineet etukäteen myös muutaman palvelupisteen, joihin toivoimme asukaskokemuksia. Tuotoksena syntyi asiakkaiden itse kertoma palvelupolku, joka kirjoitettiin auki isoille papereille. Pari asukasta esitteli tuotoksen heti seuraavana päivänä talon johdolle ja polkuun lisättiin myös johdon näkemyksiä

*3. ryhmätapaaminen. Teema: positiivisuutta ja iloa tuovat asiat.*

*11.8. klo 14-16, 13 asukasta*

Kolmannen tapaamisen aloitimme ”mitä tiedät ystävästäni” -leikillä, jonka veti yksi asukkaista. Leikki osoittautui hauskaksi virittäytymiseksi ja kaikki ryhmän jäsenet osallistuivat. Tämän tapaamisen teemana käsiteltiin asukkaille iloa tuottavia asioita, omia taitoja ja arvostuksia. Menetelmänä käytimme myönteisen muistelemisen kortteja. Jokainen valitsi sokkona yhden kortin, jossa oli positiivisia asioita, esimerkiksi ”Maisema, jossa mieli ja keho lepäävät” tai ”Taito, josta on ollut iloa”. Tämän jälkeen jokainen kertoi kortistaan omakohtaisen muiston tai tuntemuksen. Seuraavalla kierroksella jokainen kertoi kaikille samasta kortista, jotka olivat: ”Kodissa minulle tärkeää”, ”Tässä olen tullut paremmaksi iän myötä” ja ”Musiikki, joka antaa voimaa”. Tapaamisen aikana jokainen sai tuoda positiivisia puolia itsestään esiin, ja ryhmäläiset oppivat toisistaan uusia hyviä puolia.

*4. ryhmätapaaminen. Teema: palvelut Iltatähdessä ja lähialueella.*

*31.8. klo 14-16, 12 asukasta.*

Muutama asukkaiden valitsema vanhan ajan tanssimusiikkikappale tietokoneelta soitetuna siivitti neljännen tapaamisen alkua. Teemana oli Iltatähden sekä lähialueen palvelut, ja tällä tapaamiskerralla menetelmänä oli ryhmäkeskustelu. Aiheena oli selvittää millaisia palveluja asukkaat käyttävät sekä Iltatähdessä että talon ulkopuolella, ja millaisia palveluja asukkaat toivoisivat lisää. Ryhmäkeskustelun vastauksia kirjattiin fläppitaululle, Iltatähdessä käytettävät palvelut omalle ja muualla Valkealassa käytettävät

palvelut omalle sivulleen. Aihe herätti runsasta keskustelua ja totesimme, että jatkossa puheenvuoroja on rajoitettava, jotta kaikki osallistujat pysyvät mukana keskustelussa.

*5. ryhmätapaaminen. Teema: huolet ja turvallisuus.*

*28.9. klo 13.30-15.30, 14 asukasta.*

Viides tapaaminen toteutettiin ryhmäkeskusteluna, jonka aiheena oli erään asukkaan ehdottama teema, huolet ja turvallisuus. Asukkaat saivatkin tällä kertaa muotoilla ongelman itse ja etsiä siihen itse myös ratkaisua.

Eräs asukas ilmaisi huolensa siitä, miten varmistaa, että naapurilla on kaikki hyvin, jos hänestä ei vähään aikaan ole kuulunut mitään. Esimerkiksi, jos asukas viedään sairaalaan, henkilökunnalla ei ole lupa antaa tietoja eikä oikeutta mennä asuntoon omilla avaimillaan, koska senioriasukkaiden kohdalla kyseessä on normaali asunnon vuokrasuhde. Asukkaat miettivät tapoja oman turvallisuudentunteensa lisäämiseen. Osalla on käytössä turvaranneke, joka toimii Iltatähden tiloissa, mutta osa ei ole valmis maksamaan tästä. Rannekkeen käyttäjät ovat melko tyytyväisiä, tosin joku epäili laitteen tekniikan toimivuutta. Kaikki tiesivät, että varsinkin yöaikaan hoitajan tulo saattaa kestää johtuen yövuoron kiireestä.

Asukkailla oli myös pientä epätietoisuutta siitä, mihin numeroon voi soittaa vuorokauden ympäri hätätilanteessa. Asia tarkistettiin johtajalta, ja saimme heti selvitettyä numeron. Päivystysnumero laitettiin heti jakoon kaikille asukkaille. Pientä epäselvyyttä oli myös siitä, mitkä numerot ja palvelut kuuluvat senioreille, ja mitkä palvelupuolen asukkaille. Tätäkin asiaa selvitettiin heti ja luvattiin palata asiaan myöhemmin. Tämän viidennen tapaamisen keskustelu todettiin erittäin hyväksi avaukseksi yhteisten asioiden käsittelyssä yhdessä toisten asukkaiden kanssa.

*Yhteissuunnitteluryhmän tuotosten analysointi*

Varasimme yhden kokonaisen päivän (5.10. 2015) aikaa parini kanssa ja kävimme kaikki ryhmätapaamisten tuotokset yksityiskohtaisesti läpi. Ryhmän tuotoksina oli syntynyt monlaista materiaalia, mm. meidän ylöskirjaamiamme asukkaiden ideoita, isoja

fläppitaulupapereita, joille oli liimattu lappua, julisteita, joissa oli palvelupolkuun liittyviä ajatuksia ja ehdotuksia, asukkaiden omia idealappuja ja nauhoituksia keskusteluista.

Käytimme ryhmän tuotosten analysointitapana teoriaohjaavaa sisällönanalyysii. Pelkistimme ilmauksia, ryhmittelimme tuotoksia ja löysimme uusia merkityksiä vastauksista. Löysimme punaisia lankoja, teemoja, jotka toistuivat selkeästi läpi vastausten tehtävästä huolimatta. Kävimme erittäin antoisaa keskustelua teoreettisten viitekehysiemme erosta ja siitä, miten monialaisuutta hyödyntämällä saamme vastauksista merkityksellisempiä. Samat aiheet voi tulkita eri tavalla, ja toisenlainen näkökulma rikastuttaa myös omia huomioita. Saimme muodostettua omiin tarkoituksiimme sopivat pelkistetyt tulokset. Ryhmätapaamisten aineiston analyysissä ei ole huomioitu asukkaan iän, toimintakyvyn tai asumishistorian vaikutusta vastauksiin. Yhteiskehittämissryhmän toiminnan aikana syntyneiden tuotosten yhdistelyn, luokittelun ja tulkinnan avulla syntyi kokonaisnäkemys siitä, miten asukkaat ovat kokeneet taloon muuton.

## **7.2 Teemahaastattelut**

Tämän tapaustutkimuksen asukashaastatteluilla on pyritty löytämään vastauksia ensisijaisesti siihen, minkälaista elämä senioritalossa on, ja mitä seniorit pitävät tärkeänä ja merkityksellisenä itselleen. Haastattelujen avulla on myös pyritty syventämään tietoa senioreiden muuttokokemuksista.

Opinnäytetyötä varten haastatteltiin neljää asukasta. Haastateltavat asukkaat valittiin satunnaisesti muuten, paitsi että valinnassa kiinnitettiin huomiota siihen, kuinka kauan asukas on asunut Iltatähdessä. Haastatteluun osallistui yksi Iltatähden senioritalon pitkäaikainen asukas, kaksi muutama vuosi sitten muuttanutta asukasta sekä yksi, joka oli muuttanut taloon aivan äskettäin. Tällä pyrittiin varmistamaan, että vastauksissa tulee esille monipuolisesti erilaisia muuttokokemuksia sekä myös sopeutumisen ja arkielämän kokemuksia eri näkökulmista.

Haastattelut toteutettiin avoimina teemahaastatteluina. Haastattelujen rungon muodostivat etukäteen laaditut alustavat kysymykset, jotka löytyvät liitteestä 1. Teemoja olivat

muun muassa talon muutto, tyypillinen päivä, palvelut Iltatähdessä ja muualla sekä tulevaisuus ja toiveet. Puhetta ei juuri rajoitettu ja aiheen annettiin välillä rönsyillä. Tällä tavalla esiin nousi myös haastateltavan itse tärkeiksi kokemia aiheita ja asioita. Haastattelun pituudet vaihtelivat 60 minuutin ja 90 minuutin välillä, ja ne nauhoitettiin haastateltavien luvalla. Asukkaiden haastattelut toteutettiin heidän kotonaan yhtä ruokalassa suoritettua poikkeusta lukuun ottamatta. Jokaisen haastattelun tunnelma oli kotoisan rento.

Toiminnanjohtajan haastattelulla pyrittiin lisäämään ymmärrystä Iltatähden toimintaperiaatteista ja –ympäristöstä. Haastattelu oli tunnin pituinen avoin teemahaastattelu, joka tehtiin toiminnanjohtajan työhuoneessa ja nauhoitettiin. Teemoina oli Iltatähden toimintaympäristö, asukkaan muutto Iltatähden näkökulmasta, yhteisöllisyys talossa, tiedotus ja senioritalon henkilökunta. Haastattelun tunnelma oli positiivinen ja vapautunut.

### *Haastattelujen analysointi*

Haastattelujen analysointi aloitettiin kuuntelemalla nauhoitukset kahteen kertaan ja kirjoittamalla ne auki, välillä sanasta sanaan, välillä tärkeimmät asiat huomioiden. Koko puheen sanasta sanaan litterointia ei katsottu tarpeelliseksi, sillä puhe harhaili paikoitellen jutusteluksi ja sisälsi tutkimuksen kannalta epäolennaista tietoa. Kuten Ruusuvuori ym. esittävät (2010, 14-16), laajaa aineistoa ei ole aina järkevää litteroida kokonaan vaan purettavaksi voi valikoitua tutkimusongelman kannalta olennaiset osat. Tutkimusongelma, tutkimuskysymykset tai tutkimuksen tavoite voivat määrittää litterointitapaa. Tutkijan valinnat ja tulkinta ohjaavat ja jäsentävät aineiston käsittelyä. Tutkija ei saa aineistoltaan vastauksia ilman kysymyksiä, mutta aineisto voi kertoa tutkijalle mitä siltä kannattaa kysyä. Kun tutkija luopuu omista ennako-olettamuksistaan ja kuuntelee aineistoa, saa hän tilaisuuden löytää ja nostaa esille jotain uutta. (Ruusuvuori ym.2010.)

Teemahaastatteluaineisto luokiteltiin teemoittain Excel ohjelmaan, ja luokittelun tuloksena syntyi seitsemän pääluokkaa. Oheisessa taulukossa 5 on esimerkki yhden pääluokan sisältämästä yläluokasta ja siihen liittyvistä aineistosta poimituista vastauksista. Luokittelun avulla aineiston läpikäynnistä tulee järjestelmällistä tutkimusongelman, käsitteiden sekä lähtökohtien mukaisella tavalla. Ongelmien määrittely luokittelua apuna

käyttäen voi auttaa niiden ratkomisessa, mutta tutkimuksen kannalta mielenkiintoisempaa tietoa saadaan, kun analysointivaiheessa rikotaan alkuperäisen luokituksen rajoja. (Ruusuvuori ym. 2010, 18-19.)

### TAULUKKO 5. Esimerkki haastatteluaineiston luokittelusta

Pääluokka: kehitettävää taloon tulovaiheessa	Alaluokka	Yläluokka
Pitäisi saada opastusta taloon tullessa	tiedon jakaminen	tarve kotiuttamiseen ja perehdyttämiseen
Mistäään ei ole tullut tietoa saatavilla olevista palveluista. Saattaisi olla hyötyä, jos saisi paperin jossa kerrotaan talon tavoista, ihmisistä		
Täältä talosta puuttuu taloon kotiuttaminen!		
Kukaan muu ei puhunut uudelle asukkaalle, eikä neuvonut, eikä kutsunut mukaan. Olisi tärkeää uusien tullessa, varsinkin jos uusi tunne ketään.	mukaan kutsuminen	
Kun muutimme, kaikki pysyivät koloissaan.		
Tutustuttakaa toiset taloon ja toisiinsa, toisen kunnioitus. tekemistä teillä on.		
Outoa oli tulla tänne, aina on ikävä kotiin päin.		
Keittiössä kaikki on korkealla. En saanut mitään opastusta, paitsi hellasta oli opaslehtinen,	käytännön apua	
Ensivaikutelma oli outoa, tutustumisvaiheessa oli henkilökuntaa, mutta muuttovaiheessa ei ollut ketään		
Uuden tulijan pitäisi myös olla aktiivisempi!	oma vastuu	

### 7.3 Havainnointi

Koska itselläni ei ole aikaisempaa kokemusta vanhusten kanssa työskentelystä eikä palvelu- tai senioritaloasumisesta, koin tärkeänä jalkautua ja hankkia tietoa aiheesta myös aktiivisesti seuraamalla ja havainnoimalla Iltatähden toimintaa. Kävin talossa lukuisia kertoja kevään ja kesän 2015 aikana sekä ryhmätapaamisissa että haastattelujen ja erilaisten palaverien yhteydessä. Aina käydessäni varasin erikseen aikaa asukkaiden kanssa käytävillä jutteluun. Kävin myös asukkaiden kanssa syömässä lounasta. Kuten Vilka toteaa (2006, 5), kaikki kokemuksemme perustuvat havaintoihin, joita teemme arjessa. Vilka jatkaa edelleen, että tieteellinen havainnointi eroaa arkipäivänä tehtävästä havainnoinnista siinä, että se on järjestelmällisempää, suunnitellumpaa ja kriittisempää.

Eri havainnointitapojen rajat, esimerkiksi osallistuvan ja osallistumattoman välillä, eivät ole aina selvät, koska sitä, kuinka paljon ja mihin kaikkeen havainnoijan pitää osallistua, ei ole tarkkaan määritelty. Usein tutkija tarkkailee ensin tutkimuskohdetta, tutustuu siihen, ja alkaa vasta sen jälkeen osallistua toimintoihin. (Vilka 2006, 42.) Näin



tapahtui myös minun tapauksessani. Ensin käytin osallistumatonta, tarkkailevaa havainnointia, jotta ympäristö ja talon kieli tulisivat tutuksi. Myöhemmin ja ryhmässä toimiesani käytin osallistuvaa havainnointia, olin mukana toiminnassa, tekemässä yhdessä asukkaiden kanssa.

Minun havainnointiani ohjasi paremman kokonaiskuvan senioritalon elämästä saaminen haastattelujen ja ryhmäkeskustelujen tueksi. Tavoitteena oli myös huomioida hiljaista tietoa, tapoja ja tottumuksia, jotka ovat ominaisia Iltatähdelle. Seniorimaailma oli minulle ennestään vieras ja tuntematon toimintaympäristö, jossa on omat sääntönsä ja lainalaisuutensa. Tämä on mielestäni myös vahvuus, sillä ulkopuolisena toimijana olin väistämättä objektiivinen, minulla ei ollut minkäänlaisia ennakkokäsityksiä eikä ennakkoluuloja ohjaamassa havainnointia. Suhtauduin jokaiseen asukkaaseen samalla tavalla, koska en tiennyt mitään sisäisistä suhteista tai mahdollisista hierarkioista. Tulin kevään ja kesän aikana asukkaille jo tutuksi, ja he ottivat minut aina innokkaasti ja positiivisesti vastaan. Ilmapiiri muuttui selvästi rennommaksi ajan myötä, vaikka olikin alusta asti myönteinen. Asukkailla oli huoli, että osaavatko he kertoa tarpeeksi ja mitä heidän elämästään saa irti, mutta he olivat samalla erittäin otettuja siitä, että heitä kuunnellaan ja heidän elämästään ollaan kiinnostuneita. Mainitsin aina talossa vieraillessani, että olen tekemässä opinnäytetyötä ja kirjoitin huomioitani käynneiltä muistiin.

## **7.4 Tulokset**

Tässä luvussa esitellään aineistonkeruusta saatuja tuloksia. Tulokset on yhdistelty ja ne esitetään kolmen pääteeman alla. Teemat ovat: Iltatähden nykyinen toimintaympäristö, palvelupolku asukkaaksi tulosta sekä seniorin arki Iltatähdessä. Tulosluvun lopuksi kerrotaan kehittämisryhmän toiminnasta ja aikaansaamista.

### **7.4.1 Iltatähden nykyinen toimintaympäristö asiakkaan näkökulmasta**

Jotta asiakkaan palveluja voitaisiin parantaa ja luoda uutta arvoa, on ensin pyrittävä selvittämään mahdollisimman tarkasti, millaista asukkaiden elämä tällä hetkellä on. Esitutkimuksen tekoon ja asiakasymmärryksen hankkimiseen on käytetty apuna havain-

nointia, haastatteluja sekä yhteissuunnitteluryhmässä kerättyä materiaalia. Haastateltavat asukkaat on luokiteltu numeroittain, ja näihin numeroihin viitataan myös käytettävissä sitaateissa.

Iltatähden senioriasukas muuttaa vuokra-asuntoon, johon kuuluu vesi ja sauna. Muita toimintoja tai palveluja asuntoon ei automaattisesti kuulu. Palveluja on saatavilla maksua vastaan sekä Iltatähdeltä että ulkopuolisilta toimijoilta, ja seniorit voivat ostaa kaikki palvelunsa itse valitsemastaan paikasta. Palvelujen ostamiseen ei ainakaan vielä vuonna 2015 ole saatavissa palveluselejä. Osalla asukkaista on etuja esimerkiksi so-tainvalidien kautta, ja asukkaita rohkaistaankin käyttämään ulkopuolisia palveluja, sillä Iltatähden henkilökunnalla ei ole resursseja palvella senioriasukkaita vakituisesti.

Iltatähden tiloissa toimiva ruokala ja siellä tarjottava lounas on asukkaiden keskuudessa selvästi suosituin ja käytetyin palvelu. Suuri osa haastatelluista ja Vire-ryhmän asukkaista osallistuu talossa järjestettävään liikunnalliseen toimintaan jolloin tavalla, osa käyttää kuntosalia ja toiset osallistuvat ohjattuihin liikuntatuokioihin. Senioriasukkaat voivat tilata sairaanhoitajan tarvittaessa maksulliselle kotikäynnille. Terveyspalvelut on asukkaiden mielestä hoidettu hyvin, terveyskeskus sijaitsee talon naapurissa ja sinne pääsee sisäkautta. Iltatähden tiloissa on käytössä maksullinen turvarannekepalvelu, jonka avulla saa yhteyden hoitajiin aina tarvittaessa. Monella asukkaalla on myös matkapuhelimessa pikavalinta hoitajan numeroon tuomassa turvaa. Iltatähdellä on oma talonmies, joka saa kiitosta hyvästä ja ystävällisestä palvelusta. Useilla asukkaista käy siivoja kotona ainakin silloin tällöin ja toiset käyttävät kampaaja- hieronta- ja jalkahoitopalvelua.

*”Mulla käy sotainvalidien siivoja kerran kuussa. Talossa vähän väkeä, toivovatkin että käytetään ulkopuolisia.”. (Asukas 3.)*

Valkealan kylässä on hyvä ruokakauppa ja muut peruspalvelut pankkia lukuun ottamatta. Uimahalli, kirjasto ja seurakunnan toimintatilat ovat käytettävissä kävelymatkan päässä. Valkealasta löytyy myös teatteri.

Asukkailta sai kiitosta erityisesti se, että Iltatähdessä pyritään säilyttämään kodinomaisen tunnelman. Henkilökunta auttaa kykyjensä mukaan asioissa, jotka eivät välttämättä

kuulu heidän toimenkuvaansa, esimerkiksi oven avaamisessa jos avaimet ovat jääneet sisään.

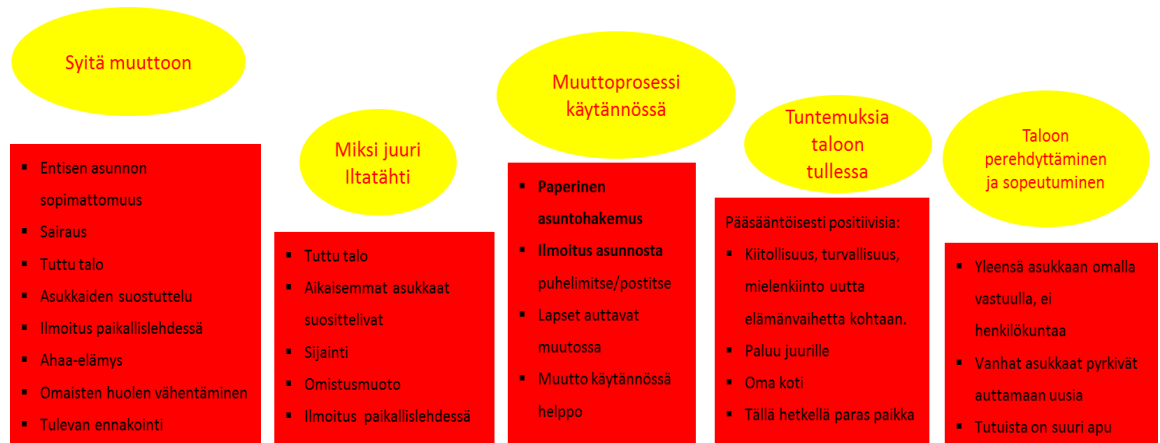
Senioreilla on pitkä eletty elämä takana, ja heiltä löytyy mitä erilaisimpia taitoja sekä myös virkeyttä ja toimintakykyä tehdä arkisesta elämästä monipuolisempaa ja vireämpää. Eräs asukas kiteytti nykyisiä toimintoa sanomalla, että talossa on paljon tapahtumia, joissa joku ulkopuolinen esiintyy. Toiveena olisi päästä itse tekemään ja osallistumaan. Aukkaat eivät odota, että joku huomioisi heitä mitenkään erityisesti, koska he eivät maksa palveluista.

*”Kaikki palvelut tulevat ulkoapäin, köpöttelemme kuuntelemaan laulua, istumme yleisönä ja sitten köpöttelemme takaisin, mutta emme itse tee mitään”.(Asukas 1.)*

Iltatähden tiloissa saatavilla olevia palveluja pidetään monipuolisina ja riittävinä. Senioriasukkaat arvostavat sitä, että he voivat itse määritellä mitä palveluja käyttävät ja valita itselleen sopivat tuottajat. Vaikka Iltatähden tarjoamia palveluja pidetään riittävänä tässä elämänvaiheessa, turvaa tuo ajatus siitä, että jos kunto heikkenee, niin talo voi tarjota tehostettua hoivaa koko loppuelämän ajaksi. Eräs asukas totesikin, että Iltatähti on todellinen ”luksustalo” verrattuna moneen muuhun paikkaan.

#### **7.4.2 Palvelupolku asukkaaksi tulovaiheessa**

Yhteissuunnitteluryhmätapaamisten ja haastattelujen avulla selvitettiin asukkaiden kokemaa muuttoprosessia. Erityisesti aineiston keräämisessä kiinnitettiin huomiota tutkimuskysymykseen: ”Miten uusien asukkaiden palvelukokemuksesta taloon muuttaessa saataisiin mahdollisimman arvokas?” Palvelupolun kuvaamisessa on pyritty saamaan tietoa siitä, miten uusi asukas kokee senioritaloon muuttamisen, ja miten Iltatähti on palvellut uutta asukasta muuttoprosessin aikana. Kuvaan 9 on kerätty muuttoprosessin pääkohtia ja niitä avataan seuraavissa alaluvuissa.



## KUVA 9. Aukkaan muuttoprosessi

### *Sytä muuttoon*

Ensimmäiseksi tutkittiin syitä, minkä takia ikääntyneet ylipäänsä valitsevat senioritalon asumismuodokseen. Haastatteluiden ja ryhmätapaamisten perusteella kävi ilmi, että terveydentilan muutokset ovat olleet usein syynä sille, että vanha asunto on käynyt sopimattomaksi. Osalla asukkaista on ollut liikuntakykyä heikentäviä sairauksia, joten eläminen omassa talossa, jossa on fyysistä voimaa vaativia arjen askareita, on tullut käytännössä mahdottomaksi. Toinen haastava asumismuoto on ollut hissitön kerrostalo. Liikuntakyvyn huononnutta ei ikääntynyt voi enää asua talossa, jossa hän joutuu kulkemaan portaita pitkin esimerkiksi rollaattorin kanssa. Myös elämäntilanteen muuttaminen, kuten leskeksi jääminen, on ollut osalle syy asumismuodon valintaan. Vanhan asunnon kunnossapito on käynyt liian raskaaksi yksin tehtäväksi.

Edelleen yhtenä muuttoon vaikuttaneena tekijänä on ollut se seikka, että asukkaat pitävät tärkeänä omaisten, erityisesti lasten, huolen vähentämistä. Lasten tuki ja huolehtiminen oli kaikille mukana olleille senioreille merkitsevää, mutta asukkaat kokivat jollain tapaa olleensa jo muille vaivaksi vanhoissa, usein kunnossapitoa vaativissa taloissaan. Lähipiiriä ei kehdattu vaivata liian usein, vaikka monet olisivat tarvinneetkin jo enemmän apua monissa käytännön askareissa. Seniorit ajattelivat, että kun he muuttavat yhteisöllisemmän asumisen piiriin, niin myös lapset tietävät, että he ovat jonkunlaisen tuen ja valvonnan alla. Tämän katsottiin lisäävän asukkaiden omaa turvallisuuden tunnetta ja vähentävän myös omaisten huolehtimisen tarvetta.

Moni hyväkuntoisista asukkaista oli miettinyt jo tulevaa elämäänsä eteenpäin ja pyrkinyt ennakoimaan mahdollista ja jossain vaiheessa iän väistämättä tuomaa kunnan heikentymistä. Senioritalossa saa apua sittenkin, kun kunto huononee, mutta asukkaat ovat ajatelleet, että muuttaa kannattaa jo nyt etukäteen, kun voimia vielä on tallella. Ennakoivassa ajattelussa on huomioitu myös lapset ja heidän taakkansa keventäminen:

*”Muutin aika hyväkuntoisena, lapset ihmettelivät, että miten sie jo sinne. ”Mulla oli ajatus, että muutan silloin kun vielä ite kykenen muuttamaan.” (Asukas 1.)*

Yksinäisyys vanhassa talossa oli myös syy asumismuodon vaihtoon, ja motiivi muutolle yhteisöllisempään asumiseen. Yksinäisyys lisää iäkkäiden turvattomuuden tunnetta, ja senioritalon tarjoamasta yhteisöllisyydestä ja joukkoon kuulumisesta haettiin apua tähän:

*”Edellisessä asunnossa tunsin turvattomuutta, mies oli jo kuollut, hissitön 3-kerroksinen. talo. Liikkuminen oli hankalaa enkä tuntenut sieltä ketään.” (Asukas 3.)*

Osa senioreista oli kypsytellyt ajatusta muutosta pikku hiljaa ja lopulta paperit päätettiin laittaa esimerkiksi silmiin osuneen Iltatähdestä toiminnasta kertovan lehtijutun perusteella.

### *Miksi juuri Iltatähti?*

Tutkittaessa syitä juuri Iltatähden valintaan, nousi esille se, että Iltatähti on ollut tuttu talo jo entuudestaan monille paikallisille asukkaille. Asukkaat ovat jo ennen muuttoa käyttäneet talonssa olevien palveluntuottajien palveluja, kuten hierontaa ja lounasruokaa. Osa on osallistunut Iltatähden järjestämiin tapahtumiin ja tutustunut toimintaan sitä kautta. Erittäin tärkeä tulokanava monille ovat olleet jo Iltatähdessä aikaisemmin asuvat senioriasukkaat. He ovat kertoneet talosta omia positiivisia kokemuksiaan ja houkuttelleet myös muita hakeutumaan taloon. Näiden suosittelijoiden välittämät oma-kohtaiset kokemukset ovat olleet tärkeä tekijä monelle asukkaaksi hakemista vasta harkitsevalle.

Osalla asukkaista talon valintaan on vaikuttanut osittain sen maantieteellisen sijainti. He ovat halunneet palata vanhuuden päviksi joko omille tai vanhempiensa kotiseudulle, omille juurilleen. Myös toiminnanjohtaja totesi, että ”valkealalaiset pitävät tätä valkealalaisten paikkana” (Kaitainen 2.7.2015).

Iltatähden senioriasuntojen omistusmuoto on ollut yksi taloon muuttoa puoltanut tekijä. Kaikki asunnot ovat vuokra-asuntoja, ja monet asukkaat ovat mieltäneet positiiviseksi sen, että heidän ei enää tarvitse ostaa ja sijoittaa omaan asuntoon. Päinvastoin, moni on myynyt vanhan omistusasuntonsa ja saanut näin varoja käytettäväkseen.

Tietoa Iltatähden senioritaloista on saatu paikallislehdestä. Lehti on ollut tärkein kaupallinen tiedotuskanava myös uusiin, vasta valmistuneisiin asuntoihin muuttaneilla asukkailla. Lähes kaikki asukkaat lukevat paikallislehteä, jossa uusista valmistuvista asunnoista on ollut ilmoitus. Moni asukkaista on saanut tietoa Iltatähdestä jo talossa asuvien kertomusten ja omatoimisen esittelyn avulla. Joku on soittanut omatoimisesti taloon ja kysynyt ohjeita asunnon hakemiseen, joku on tullut vierailulle ja pyytänyt henkilökuntaa esittelemään taloa.

#### *Muuttoprosessi käytännössä*

Asuntoa haetaan täyttämällä asuntohakemus. Hakupapereita saa Iltatähden toiminnanjohtajalta tai ne voi tulostaa Iltatähden internetsivuilta. Asukas täyttää hakemuksen ja toimittaa sen taloon joko postitse tai henkilökohtaisesti toiminnanjohtajalle. Vanhojen asuntojen asukasvalinnoista ilmoitetaan puhelimitse ja uusien valmistuvien asuntojen valinnoista kirjeitse. Lapset ja ystävät ovat toimineet käytännössä tärkeimpänä muutto-apuna. Osa asukkaista on käyttänyt myös kaupallisia muuttopalveluja. Kaikki asukkaat kokivat käytännön muuttotilanteen jokseenkin helpoksi.

*”Muutto käytännössä oli helppo, ei tarvinnut ottaa mukaan muuta kuin mitä täällä tarvitsen, ei ollut tavaroiden mahduttamista.” (Asukas 3.)*

*”Muutto sujui kitkatta, lapset hoitivat käytännön asiat...” (Asukas 4.)*

Vanhaa asuntoa ei juuri ikävöidä, vaikka se mielessä välillä käykin. Osa mainitsi, että joskus ohi ajetaan, mutta sisälle ei ole enää halua menä. Hyvää mieltä tuottaa tieto, että joku asuu ja huolehtii asunnosta, kun taas myymättömän tai ränsistyvän talon tai pihan kohtalo mietityttää.

#### *Tuntemuksia taloon tullessa*

Eräissä kehittämisryhmän tapaamisissa peilattiin ovi-korttien avulla asukkaiden tunteuksia siitä vaiheesta, kun he saivat kuulla asunnon saannista. Kartoitimme asukkaiden ensivaikutelmia Iltatähdestä sekä tunteita, joita tämän elämänmuutoksen aikaan heräsi. Asukkaiden tunteet olivat taloon tullessa pääsääntöisesti erittäin positiivisia, seniorit tunsivat kiitollisuutta, turvallisuutta ja mielenkiintoa uutta elämänvaihetta kohtaan. Iltatähti esiintyi tulevien asukkaiden mielikuvissa viihtyisänä, kodinomaisena ja kauniina paikkana. Joillekin se edusti paluuta juurille, lapsuuden maisemiin. Asunto oli jonkun ensimmäinen oma koti ja joku koki sen viimeiseksi kodikseen. Koti ja kodin henki korostui vastauksissa. Uusi ajanjakso elämässä vaati joidenkin asukkaiden mielestä sopeutumista, ja muutto uudenlaiseen ympäristöön herätti osalla myös vierauden tunteita. Ryhmäläisten yleinen mielipide oli, että vanha oma koti ei aina ole paras paikka, vaikka moni niin väittää tai uskottelee, ja on jopa ollut eräänlainen tabu sanoa, että ei jaksakaan enää hoitaa kotia. Ryhmäläisten mielestä heidän on tällä hetkellä paras olla senioritalossa, vaikka kaikki ei aina täydellistä sielläkään ole.

#### *Taloon perehdyttäminen ja sopeutuminen*

Ryhmässä ja myös haastatteluissa kävi ilmi, että talon tapoihin tutustuminen ja sopeutuminen sekä erilaisiin toimintoihin osallistuminen on yleensä ollut täysin asukkaalle omalla vastuulla.

*”Ensivaikutelma oli outoa, tutustumisvaiheessa oli henkilökuntaa, mutta muuttovaiheessa ei ollut ketään”. (Asukas 4.)*

Iltatähdellä ei ole ollut etukäteen suunniteltuja perehdyttämistoimia, kun uusi asukas on muuttanut talossa vapautuneeseen asuntoon. Vanhat asukkaat ovat huomanneet asian, ja osa heistä on myös pyrkinyt auttamaan uusia tulokkaita asumisen alkuun.

*”Nyt tuli uusi asukas, Miä kysyin: mitähän etsit? Aii, et tiedä missä on varastokopit. Miä sanoin, no mennään katsomaan ja jos sulla on aikaa, niin kierretään ja katotaan paikat. Sanoin: Ja pitää tulla sinne missä toiset on!” (Asukas 1.)*

*”Kukaan muu ei puhunut uudelle asukkaalle, eikä neuvonut, eikä kutsunut mukaan. Se olisi tärkeää uusien tullessa, varsinkin jos uusi ei tunne ketään.” (Asukas 2.)*

Rohkeimmat ja aktiivisimmat uudet asukkaat ovat itse lähteneet tutustumaan taloon ja yhteisiin tiloihin. Joillain on ollut jo ennestään tuttuja asukkaina ja tästä on ollut suuri apu sopeutumisessa. Kun jo talossa asuva tuttava tietää talon tavat, saa uusi asukas opastusta ja tietoja sekä pääsee nopeasti mukaan yhteisöön. Vanhojen asukkaiden merkitys ja tuki uudelle asukkaalle koettiin tärkeäksi tekijäksi, vaikka tulokas ei tuntisikaan talosta ketään. Vanhat asukkaat ovat pyrkineet rohkaisemaan uusia tulijoita tutustumaan muihin ja osallistumaan yhteisiin hetkiin.

*”Uusi rouva seisoj pimeessä rapussa ja sanoi, tää on niin pitkää tää aika... Miä sanoin, eikä oo, tossa on lehdet, lue, tossa on valo, ja kohta tänne tulee kave-reita...” (Asukas 2.)*

*”Meillä riittää juttua, aiheet vaihtelee, ei puhuta samoista asioista. Perussamat ihmiset, ei siihen oikeen tuu ulkopuolisia, uusi asukas kun tuli niin houkuteltiin mukaan.” (Asukas 1.)*

Asukkaat tiedostivat muuttavansa vuokra-asuntoon, joka ei kuulu palvelujen piiriin ,ja osa on sitä mieltä, että on uusien asukkaiden vastuulla ”opetella ite”, ottaa selvää käytännön asioista oma-aloitteisesti.

### **7.4.3 Senioriasukkaan arki Iltatähdessä**

Haastatteluissa ja havainnoilla pyrittiin saamaan mahdollisimman yksityiskohtaista tietoa asukkaiden arjesta käytännön tasolla, jotta ymmärrettäisiin asukkaan näkökulmasta senioritalon arkea, arvoja, toiveita ja myös huolia. Asukkaiden tarpeiden selvittäminen asiakasymmärryksen kautta on merkityksellistä, jotta asiakkaan kokemaan arvoa voidaan nostaa. Jo pienillä muutoksilla arkielämässä voi olla suuri arvoa tuottava merkitys, jos ne on oikein toteutettu.

#### *Tyypillinen arkipäivä*

Tässä alaluvussa kuvataan haastatteluaineiston pohjalta luotua tyypillisen senioriasukkaan normaalia arkipäivää. Kuvaus on luotu yhdistelemällä haastattelumateriaalissa selkeimmin esiin nousseita seikkoja, eikä täten ole suoraan kenenkään yksittäisen asukkaan elämästä, vaan tyyppiesimerkki asukkaasta.



Asukas herää oman aikataulunsa mukaan ja tekee aamutoimet itsenäisesti omassa kodissaan. Tämän jälkeen hän puuhailee arjen askareita, lähtee lenkille tai kokoontuu oman talonsa ala-aulaan jutustelemaan muiden asukkaiden kanssa ja lukemaan lehtiä.

*”... aamutoimien jälkeen lähdän alas, eteiseen. Sinne tulee lehti ja kasaantuu väkeä, yks sun toinen. Jutellaan...” (Asukas 1.)*

*”Tossa alhaalla puhutaan milloin mistäkin, yleensä menneitä muistellaan. Hyvin vähän enää tämä Kreikan tilanne koskettaa. Menneestä elämästä puhutaan.” (Asukas 3.)*

Iltatähden tiloissa toimivaa ruokalalounasta asukas käyttää ahkerasti, ja ainakin silloin tällöin melkein kaikki muutkin asukkaat käyvät syömässä. Lounas on paitsi arkea helpottava palvelu, myös tärkeä sosiaalinen tapahtuma. Lounaalla vaihdetaan kuulumisia ja istuskellaan rauhassa kahvikupin äärellä. Joskus lounas voi olla asukkaan päivän ainoa sosiaalinen tapahtuma.

*”Yleensä kun mennään syömään, ryhmitytään pöytiin ja vaihdetaan kuulumisia. Se on mukava ja sosiaalinen tilaisuus. Hintaan sisältyy myös sosiaalinen puoli. Miä oon aatellu että se myöski merkitsee.” (Asukas 3.)*

*”Aluksi tein ite ruuat, nyt käytän enemmän lounasta”. (Asukas 1.)*

Ruokalassa myytävä lounasruoka on yleisesti ottaen hyvää, kehittämistä löytyisi lähinnä lounaan ajoituksesta sekä ruokahetken rauhallisuudesta. Osa asukkaista on sitä mieltä, että lounas on tarjolla liian aikaisin, kun illalla ei ole enää ruokailua.

Iltapäivällä asukkaalla on aikaa osallistua esimerkiksi talon järjestämiin viriketuokioihin, kuten kerhoon tai värityshetkeen, käydä lenkillä, kokoontua talon alakertaan juttelemaan tai vain olla. Asukas on kotona pitkin päivää, mutta varsinkin illalla. Iltaisin televisio näyttölee suurta osaa asukkaan elämässä.

*”Illalla aika harvoin tulee lähdettyä, ei ole mitään tilaisuuksia poikkeuksia lukuun ottamatta. Kattelen telkkaria ja olen netissä.” (Asukas 3.)*

*”Televisio näyttölee suurta osaa minun elämässäni saatan katsoa 5 tuntia illassa.” (Asukas 2.)*

Aika kuluu myös lehtiä lukemalla, ristisanoja täyttämällä tai vain olemalla ja pieniä askareita suorittamalla. Nuoremmilla asukkailla on käytössään tietokone ja he viettävät

aikaa internetissä. Toisia asukkaita ei tohdi iltaisin häiritä, ainakaan ilman ennakkoilmoitusta, ellei asia ole tärkeä tai kiireellinen. Talon tarjoama toiminta painottuu aamu- ja iltapäivään, ja monesti illat tuntuvat pitkiltä ja hieman yksinäisiltä.

### *Toimintaa talossa*

Asukkaiden elämään kuuluu normaalien päivärutiinien lisäksi myös erilaista itse järjestettyä toimintaa. Suurin osa senioreista on vielä hyvin toimintakykyisiä, joten he kykenevät tekemään omatoimisesti monenlaisia asioita. Osalla on auto käytössä ja sillä pääsee hoitamaan asioita ja tapaamaan kauempanakin asuvia tuttavii. Osa on löytänyt senioritalossa asuessaan uuden harrastuksen, esimerkiksi korttien askartelun tai värittäminen, tai herättänyt henkiin vanhoja taitoja kuten nikkarointia ja käsitöitä. Osa asukkaista pelaa korttia keskenään ja toiset kyläilevät ahkerasti naapurustossa. Kävelylenkkeily on erittäin suosittu harrastus niiden asukkaiden keskuudessa, joilla ei ole liikuntarajoitteita.

*”Olen pyrkinyt, että joka päivä jonkun lenkin teen.” (Asukas 4.)*

*”Pihalla ”lasipalatsissa” olemme paistaneet makkaraa”. (Asukas 1.)*

Silloin tällöin aktiivisimmat asukkaat järjestävät pienimuotoisia yhteistapahtumia senioritalolaisille, esimerkiksi epävirallisia pikkujouluja tai kesäisin makkaranpaistoa. Eräs asukas järjestää arpajaisia ja eräs pyörittää kirpputoria yleisisissä tiloissa. Asukkaat ovat myös tehneet käsitöitä ja kortteja, jotka ovat myynnissä aulatilassa. Saadut tuotot käytetään yhdessä sovittuun virkistystoimintaan, kuten esimerkiksi retkiin. Osallistuminen toimintaan edellyttää oma-aloitteisuutta ja tietoa kulloinkin menossa olevista tapahtumista.

Myös Iltatähti järjestää asukkaille erilaisia viriketuokioita ja -tapahtumia. Talon ilmoitustauluilla on nähtävissä ”Viikkovinkkari”, seuraavan viikon lukujärjestys, johon on merkitty talon järjestämät aktiviteetit. Tällä hetkellä senioritalon virkistystoiminta on osittain yhteistä palveluasunnoissa ja ryhmäkodissa asuvien kanssa. Palvelukeskuksen yhteisissä tiloissa vierailee ulkopuolisia musiikkiesiintyjii, vaatemyyjii sekä mm. kaverikoiria.

*”Sitten käydään näissä, esim. tuolijumpassa, kuntosalilla kerran viikossa. Ollaan jumpissa omissa ryhmissä ne jotka liikkuu itekseen ja me jotka tarvitaan apua.” (Asukas 2)*

*”...perjantaina on bingo se on alunpitäen talon, yhtenä kesänä pidettiin itte. Sitteen on muita talon tilaisuuksia. retkiä yms.” (Asukas 3.)*

Asukkaat ovat yleisesti ottaen tyytyväisiä talon järjestämään yhteiseen toimintaan, ja sitä on heidän mielestään riittävästi. Seniorit arvostavat sitä, että heille on tarjottu liikuntamahdollisuuksia ja ulkopuoliset esiintyjät ruokalassa saavat lähes aina kiitosta. Vastauksista kuului läpi se, että asukkaat ovat pääsääntöisesti olleet vastaanottava osapuoli viriketoiminnassa. Asukkaan tehtävänä on ollut ainoastaan päättää, osallistuuko hän järjestettyyn toimintaan vai ei, muu on ollut valmiiksi järjestetty. Yhdessä ideoimista ja asukkaiden kuulemista toiminnan kehittämisessä ei ole aikaisemmin juuri ollut.

#### *Arjen kipukohtia*

Vaikka senioriasukkaat pitävät elämäänsä pääsääntöisesti hyvänä ja ovat kiitollisia asunnostaan senioritalossa, löytyy arjesta myös kipukohtia. Monella hyväkuntoisella asukkaalla on vielä virkeyttä ja toimintatarmoa jäljellä. Elämä on siinä pisteessä, että vihdoin on omaa aikaa itselle. Osa asukkaista osaa nauttia tästä, osalle tämä on uusi ja vaikea asia, sillä aikaa on liikaa, eikä se tunnu kuluvan. Monet toivovatkin vielä nykyistä enemmän sisältöä tämän kaiken ylimääräisen ajan täyttämiseen. Lisää ajankulua helpottavaa tekemistä kaivattaisiin erityisesti ilta-aikaan.

*”Illat ovat pitkiä, monet seuraavat televisiosta Emmerdalea ja Salkkareita. Ennen niitä ja niiden jälkeen on tyhjää.” (Asukas 1.)*

*”Lisää toimintaa voisi olla illalla” (Asukas 4.)*

Seniorit kokevat toisinaan arvottomuuden tunteita. 1900-luvun ensimmäisellä puoliskolla syntyneet suomalaiset ovat aina aikaisemmin elämässään tottuneet tekemään ankarasti töitä, olemaan hyödyksi ja hoitamaan mahdollisesti hyvinkin isoa taloa ja perhettä. Nyt kun aikuisvuosien elämäntyö on tehty, voi arki tuntua tyhjältä, jos päiville ei ole löydettävissä uusia merkityksiä. Yhteiskunnan yleinen ilmapiiri vaivaa osaa senioriasukkaista, he seuraavat uutisia ainakin jollain tasolla ja lukevat jatkuvista säästöistä ja ongelmista vanhusten hoidossa.

*”meistä aina tuntuu, että olemme vain menoerä, hyödyttömiä ihmisiä, jotka on saatava laitettua jonnekin pois silmistä.” (Asukas 2.)*

*”Hoitajilla on kiire, miten sellainen asukas voi, joka tarvitsee enemmän apua. En usko että hoitajat joutavat tekemään ylimääristä.” (Asukas 3.)*

Toisten asukkaiden yksinäisyys mainittiin vastauksissa, vaikka kukaan ei kertonut suoraan olevansa itse yksinäinen. Yksinäisyyttä voi olla vaikea tunnistaa, jos asukkaat eivät itse ota sitä esille. Vanhemmat ikäpolvet on usein kasvatettu ajattelemaan, että toisia ei kehtaa vaivata eikä kuormittaa omilla ongelmilla, pitää yrittää pärjätä ominensa. Vaatii luottamusta ja rohkeutta ruveta kertomaan vaikeista asioista muille. Suurin osa asukkaista asuu yksin, ja monet kertovat toivovansa seuraa, kaveria arkiseen elämään kuten lenkille, iltakahville tai vai istumaan ja juttelemaan. Jollekin riittäisi toisen ihmisen lausuma hyvän yön toivotus.

*”Täällä on äärettömän paljon ihmisiä, jotka ovat yksin. Olen kuullut monien elämäntarinat, he purkautuvat, kun ovat yksin: pitäisi uskaltaa kysyä useammin: mitä sulle kuuluu...” (Asukas 1.)*

Asukkaiden huolena on usein myös se, huomaako kukaan, jos jotain ikävää tapahtuu. Jotkut ovat rakentaneet turvaverkkoa muiden asukkaiden kanssa ja vaihtavat esimerkiksi joka aamu lehden samaan aikaan. Toisen asukkaan lapset soittavat joka päivä ja varmistavat, että kaikki on hyvin.

Käytännön kodinhoitoon liittyvät asiat uudessa seniorikodissa ovat aiheuttaneet monelle jonkinasteista päänvaivaa. Asukkaat muuttavat useimmiten vanhemmista asunnoista, joissa on ollut erilainen tekniikka. Jollain ei koskaan ennen ole ollut esimerkiksi lukkoa talon ovesta. Suurimmat vaikeudet koettiin kodinkoneiden käytössä, esimerkiksi lieden käyttö on ollut hankalaa pienestä ohjelehtisestä huolimatta. Keittiöt on mitoitettu nykystandardien mukaisesti, hyllyt ja tavarat ovat korkealla. Moni on kehitellyt omia apuvälineitä tavaroiden käsittelyyn, osa pyytää suosiolla apua esimerkiksi lapsiltaan. Talonmies on pidetty henkilö ja käytettävissä, mutta moni ei kehtaa vaivata häntä pienillä asioilla, koska hän on ”turhan kansoitettu” muutenkin. Talonmies myös laskuttaa lisäpalveluista.

*Iloa ja hyvää mieltä tuovia asioita*

Iltatähden seniorit, ainakin tämän aineistonkeruun kohderyhmä, osaavat myös nauttia elämästä ja arvostaa jokaista päivää. Monella on jo ollut jonkinlaisia terveyshuolia, joten nykyistä kuntoa, toimintakykyä ja mahdollisuutta elää täysipainoista ja itsenäistä elämää arvostetaan todella korkealle. Jokainen asukas koki Iltatähden parhaaksi mahdolliseksi asuinpaikaksi itselleen tällä hetkellä. Vaikka menneitä muistellaan usein ja muistoista saadaan voimavaroja, asukkaat ovat hyväksyneet ikänsä ja elävät elämäänsä tässä ja nyt. Seniorit arvostavat ja vaalivat kuitenkin myös perinteitä, esimerkiksi omilta vanhemmilta opittuja taitoja, arvoja ja käytöstapoja.

*”Nykyään suhde työhön on erilainen kuin 20 ja 30 luvulla. Olen kiitollinen vanhemmilleni, että opettivat tekemään työtä, se on elämän selkäranka.” (Asukas 3.)*

*”Jos joku valittaa täällä olosta. käyköön ensin katsomassa, miten hyvin täällä kaikki on” (Asukas 2.)*

Omaa kotia arvostetaan, samoin itsenäisyyttä ja mahdollisuutta päättää omista asioista. Pienet arkiset asiat tuovat hyvää mieltä. Ohikulkevan asukkaan hymy tai pieni ystävällinen ele voi pelastaa toisen asukkaan päivän. Se, että joku välittää, merkitsee todella paljon ja antaa voimaa arkeen.

*”Hyvä mieli tulee myös itselle, kun muut huomioivat, eivätkä vain arvostelee. Tällainen positiivinen palaute kantaa eteenpäin.” (Asukas 1.)*

#### **7.4.4 Iltatähti yhteisönä**

Yhteisöllisyyden toteutuminen Iltatähdessä on asia, joka jakaa asukkaiden mielipiteitä. Kaikki ovat sitä mieltä, että talossa on yhteisöllisyyttä, mutta se nähdään monella eri tavalla. Osa asukkaista kuuluu johonkin tiettyyn, usein melko tiiviiseen porukkaan, kun taas osa ei osallistu kanssakäymiseen muiden kanssa juuri millään tavalla.

*”Oma porukka on muodostunut, tervetulleita ovat kaikki jotka haluavat, eivät ilmeisesti halua tulla...” (Asukas3.)*

Asukkaiden ryhmäytymisessä on havaittavissa jaottelua senioritalojen välillä. Kahden eri aikaan valmistuneen talon, Tähtelä 1:n ja Tähtelä 2:n asukkaat viihtyvät omien talojensa ala-auloissa omissa porukoissaan. Puhutaan ”meistä” ja ”teistä” kun viitataan eri

talojen asukkaisiin. Jaottelua tapahtuu vielä selvemmin Iltatähden palvelupuolen asukkaiden suuntaan.

Myös alusta asti ”ykkösessä” tai ”kakkosessa” asuneet, asukkaiden kielellä niin sanotut ”alkuasukkaat”, ovat hitsautuneet vuosien saatossa yhteen ja tuntevat toisensa pääsääntöisesti paremmin kuin myöhemmin muuttaneet asukkaat. Yksittäisen uuden asukkaan voi olla vaikeaa tuntea heti kuuluvansa mihinkään porukkaan. Yhteisön sisällä asukkaiden keskuudessa vaikuttaa vahvoja persoonia, ja yhteisön käyttäytymisessä on paljon kirjoittamattomia sääntöjä, jotka aukeavat vasta kun talon tapoihin pääsee kunnolla tutustumaan. Yhteisöllisyys rakentuu osittain aktiivisten asukkaiden pyörittämän toiminnan ympärille, ja aktiiveilta on totuttu myös odottamaan aloitteita. Osa haastatelluista sekä Vire-ryhmäläisistä totesi itse olevansa tätä aktiivisinta ja äänekkäintä porukkaa. Asukkaat ilmaisivat huolensa niiden asukkaiden puolesta, joita ei ”näy missään”. Toimintaan osallistuvia asukkaita askarruttaa, miten näihin asukkaisiin saisi yhteyden ja tiedon siitä, mitä heille kuuluu.

*”Täällä on paljon sellaisia ihmisiä ja paljon pariskuntia, jotka eivät tule mukaan toimintaan eivätkä tapaa muita.” (Asukas 1.)*

*”Arvostelua saan kun teen paljon. Jos en tee, niin tulee: etkös sie tee?”  
(Asukas 1.)*

Erityisesti haastatteluiden avulla kävi ilmi, että yksinäisyys ja puutteellinen tai epäas arvoinen yhteisöllisyys ovat asioita, joihin toivotaan muutosta:

*”Yksinäisyys ja yhteisöllisyys ovat täällä sellaisia asioita, jotka pitäisi päästä murtamaan.” (Asukas 1.)*

*”Tutustuttakaa toiset taloon ja toisiinsa, kunnioittamaan toisia, tekemistä teillä on” (Asukas 1.)*

Eräs asukas on ratkaissut tarjotun toiminnan ja oman aikansa itseään hyvin tyydyttävällä tavalla ja osaa nähdä sekä oman yksityisyyden että yhteisöllisyyden hyvät puolet.

*”Mie tykkään olla myös yksin, menen mukaan silloin kun huvittaa.” (Asukas 3.)*

Asukkaat ovat valmiita tekemään töitä sen eteen, että jokaisella olisi hyvä olla talossa. Iltatähti nähdään vahvasti ”omana talona”, ja talon henki vaikuttaa jokaiseen siellä asuvaan ja työskentelevään ihmiseen.

#### 7.4.5 Senioreiden kehittämisryhmä Vire

Senioreiden kehittämisryhmän tarkoituksena oli paitsi kerätä tietoa asukkailta, myös laittaa alulle toimintaa talossa muuttava ryhmä, joka jatkaa olemassaoloaan opinnäytteidien tiedonkeruun jälkeenkin. Ryhmän perustamista ja toimintaa voidaan täten myös arvioida tuloksissa.

Ryhmän muodostaminen oli vaivatonta, asukkaat olivat motivoituneita alusta alkaen, ja tunnelma vapautui mitä enemmän tutustuimme toisiimme. Jokainen ryhmäläinen osallistui toimintaan kuntonsa mukaan, jota pidimme erityisen hienona. Ryhmäläiset myös auttoivat toisiaan tapaamisten aikana, jos joku ei kuullut, niin toiset kertoivat. Ryhmällä oli hyvä työmoraali sekä ryhmäkuri; aiheesta lipsuva jäsen opastettiin nopeasti takaisin teeman pariin. Oli mielenkiintoista havaita, miten jokaisesta tilaisuudesta muodostui aito vuorovaikutustilanne, jossa kaikki, sekä me opiskelijat että seniorit, saivat uusia näkökulmia. Pyrimme välillä myös haastamaan asukkaita ajattelemaan asioita hieman toisesta näkökulmasta ja ainakin osan kohdalla myös onnistuimme tässä. Toimintaa aluksi epäileviä jäseniä saatiin innostettua ja heistä tuli ryhmän kantavia jäseniä, jotka esittelivät omia taitojaan myös muille. Ryhmän toiminnan vakiintuessa kaikki osallistujat löysivät omia voimavarojaan ja rupesivat myös itse luomaan ja ehdottamaan toimintaa. Syksyllä 2015 järjestettiin asukkaiden omasta toimesta mm. koko talolle avoin luento sekä puutyönäyttely.

Vire-ryhmän toiminta jatkuu, ja uusia hankkeita on jo suunnitteilla. Syksyllä 2015 ryhmän toiminnasta on tekeillä lehtiartikkeli maakunnalliseen lehteen, ja naapuripitäjän senioritalon edustaja on tulossa tutustumaan ryhmän toimintaperiaatteisiin. Tavoitteena on ollut, että ryhmä lähtisi myös elämään omaa elämäänsä. Me opiskelijat olemme olleet vain toiminnan alkuun saattajia ja rohkaisijoita.

Vire ryhmän tärkeimpiä saavutuksia on ollut asukkaiden aktivoiminen ja itsenäiseen toimintaan kannustaminen. Ryhmä on rohkaissut asukkaita ottamaan vastuuta hyvästä arjesta itselleen ja tätä kautta on luotu mahdollisuuksia uuden arvon luomiseen. Saavutuksena voidaan pitää myös asukkaiden tutustuttamista toinen toisiinsa ja uudenlaisen

yhteiskehittämisen ajattelutavan siemenen kylvämistä asukkaiden ja Iltatähden henkilökunnan keskuuteen. Asukkaille on ryhmän avulla luotu väylä, jonka kautta he voivat nyt ja jatkossa itse ottaa aktiivisemman aloitteentekijän roolin, kehittää oman yhteisönsä toimintaa ja viedä asioita eteenpäin talon sisällä oikeille henkilöille. Osallistava toiminta lisää arvoa myös Iltatähdelle, sillä tyytyväisemmät ja toimintakykyisemmät asukkaat pärjäävät pidempään ilman hoivapalveluja. Yhteistoiminnan avulla on mahdollista parantaa koko Iltatähden kulttuuria entistä yhteisöllisempään, avoimempaan ja asiakaslähtöisempään suuntaan.

Ryhmään osallistui säännöllisesti sama perusjoukko, vaikka vaihteluakin toki oli. Näillä asukkailla on ollut innostusta ja motivaatiota ruveta kehittämään talon toimintaa. Moneen otteeseen sivusimme ryhmässä asiaa ja mietimme, miten saisimme yhteyden niihin asukkaisiin, joita ei näy missään? Onko se talon asia, voivatko toiset asukkaat puuttua naapureidensa elämään, vai pitääkö ihmisen halua olla yksin kunnioittaa? Näihin kysymyksiin ei varmastikaan ole oikeaa vastausta, mutta tärkeintä olisi, että jokaiselle asukkaalle tarjotaan ja tehdään tietäväksi mahdollisuus osallistua ja välitetään tunne, että jokainen asukas on tärkeä yksilönä.

### *Tulosten yhteenveto*

Heikentynyt toimintakyky, yksinäisyys ja turvattomuus, omaiset tai tulevaisuuden ennakointi ovat syitä, jonka takia Iltatähden muutetaan. Seniorit haluavat asua omassa kodissaan ja pärjätä omillaan. Iltatähden kodinomaista toimintaa arvostetaan, samoin tarvittaessa saatavilla olevia palveluja. Mahdollisuus saada nopeasti apua ja toisten asukkaiden lähellä oleminen lisää turvallisuuden tunnetta. Toisaalta asukkaat arvostavat myös omaa rauhaa ja päätäntävaltaa omista asioistaan.

Vaikka Iltatähden asukkaat vaikuttavat päällisin puolin hyvin tyytyväisiltä elämäänsä, löytyy pinnan alta myös huolia ja kipukohtia. Ikäihmisten arvot ja asenteet ohjaavat heitä pärjäämään itsenäisesti ja heidät on opetettu tekemään ja arvostamaan työtä. Toimettomuus voi aiheuttaa häpeän ja arvottomuuden tunteita. Palvelua ei aina uskalleta vaatia tai vaivata muita omilla asioilla, tyydytään nykyiseen ja sinnitellään huolien kanssa yksin mahdollisimman pitkään. Avoimen ja luottavaisen yhteisön tuki on mo-



nelle asukkaalle todella tärkeä hyvinvointia lisäävä tekijä. Osallistamalla ja yhteisöllisyyttä korostamalla asukkaista nousee esille uusia voimavaroja ja he saavat uutta merkitystä elämäänsä.

## **8 KEHITTÄMISEHDOTUKSIA**

Tämän opinnäytteen tarkoituksena on ollut selvittää, miten senioriasukas kokee ja muodostaa arvoa, ja miten arvoa voidaan lisätä taloon muutettaessa sekä senioritalossa asuttaessa. Tässä luvussa esitetään ensin tulosten tulkinnan ja yhdistelyn avulla syntyneitä ehdotuksia siitä, miten senioriasumisen arkea voitaisiin parantaa asiakaslähtöisillä toimilla. Tämän jälkeen ehdotetaan toimenpiteitä, joiden avulla Iltatähden olisi mahdollista parantaa asukkaan muuttokokemusta ja saada siitä arvokkaampi sekä asukkaalle että Iltatähdelle. Kuten Vilka toteaa (2006), tutkimustulosten tulkinta on arvoituksen ratkaisemista, johon tarvitaan myös tutkijan omaa ymmärrystä. Aineistosta on löydettävä jonkinlainen johtoajatus ja kyettävä perustelemaan se. Aineiston osat eivät nivoudu itsestään toisiinsa, vaan tutkijan on tarkoituksella pyrittävä yhdistämään osat yhdeksi kokonaisuudeksi. Tietoa syntyy kun tutkija, aineisto ja teoria käyvät vuoropuhelua keskenään.

### **8.1 Palveluntarjoajasta asiakaskokemuksen tekijäksi**

Tuulaniemen arvon luomisen pyramidin (2011) huipulla on merkitysten antaminen ihmiselle. Merkitykset rakentuvat aina toiminnan ja tunteiden päälle. Kokemuksia tarjoavan yrityksen tai yhteisön tavoitteena ei ole tarjota vain puitteita, vaan luoda asiakkaille merkityksiä ja tehdä heistä jopa parempia ihmisiä. Iltatähden perustoiminnat ovat tällä hetkellä hyvällä tasolla asukkaiden mielestä, joten talolla on valmiudet keskittyä vaikuttamaan asukkaidensa tunnekokemuksiin sekä luomaan heille uusia merkityksiä arkiseen elämään. Kasvattaa arvoa arjessa. Iltatähden visio voisikin tulevaisuudessa olla: ”Palveluntarjoajasta asiakaskokemuksen tekijäksi”. Asiakaslähtöinen ajattelu, asukkaiden kokemusten kuunteleminen sekä aitojen tarpeiden tunnistaminen tulisi sisällyttää yrityksen arvoihin ja strategiaan ja juurruttaa koko organisaatioon. Palvelut suunnitellaan asiakasta varten ja jatkossa tavoitteena voisi olla suunnitella niitä myös yhdessä asiakkaan kanssa.

### *Palvelun yksilöllisyys*

Kuten mm. Löytänä ja Kortesus toteavat (2011), odotukset ylittävän palvelukokemuksen yksi tunnuspiirre on yksilöllisyys, yksilön arvostaminen kaikessa toiminnassa. Iltatähdessä palvelua voidaan yksilöllistää edelleen ottamalla huomioon, että vanhoilla ja uusilla asukkailla on erilaisia tarpeita, samoin eri ikäisillä ja kuntoisilla. Yksilöllinen ihmisen kohtaaminen kuulostaa itsestään selvältä, mutta ei aina sitä ole.

Lisäpalveluna senioriasukkaille Iltatähti voisi harkita käytettävissä olevien resurssien puitteista tapahtuvaa ”palveluohjausta”. Siinä asukas saisi halutessaan henkilökunnalta (tai muulta Iltatähden valitsemalta tukihenkilöltä) henkilökohtaista opastusta ja apua esimerkiksi saatavissa oleviin eläkeläisten tukiin ja muihin ikäihmisen etuuksiin ja niiden hakemiseen. Palveluohjauksessa voitaisiin kartoittaa yhdessä asukkaan henkilökohtainen palvelutarve ja suunnitella yhdessä uusia tulevaisuudessa tarvittavia palveluja. Asukkaan kokemuksesta tulisi henkilökohtaisempi ja yksilöllisempi, ja hän saisi konkreettista ohjausta itselleen tärkeissä, mutta toisinaan vaikeaselkoisissa asioissa. Palvelutarpeen suunnittelu helpottaisi palvelujen käyttöä, nostaisi tehokkuutta ja voisi luoda asiakaalle Holbrookin arvotypologian (1996) mukaista tehokkuuden ja jopa erinomaisuuden arvoa. Palveluohjauksen avulla Iltatähti saisi kerättyä asiakastietoa, joka voisi toimia palveluiden suunnittelun tukena myös tulevaisuudessa.

### *Yhteiskehittelyn ja yhteisöllisyyden kehittäminen*

Kuten Grönroosin laajennetusta palvelutarjoamasta käy ilmi (2009), asiakkaan osallistaminen toimintaan lisää hänen palvelukokemuksensa arvoa, samoin kuin avoin vuorovaikutus palveluntarjoajan kanssa. Vire-ryhmän toiminta on osoittanut käytännössä sen, että osallistamalla asukkaita toiminnan kehittämiseen asukkaat sitoutuvat ja ottavat toiminnasta vastuuta. Kun Iltatähti kehittää palveluja ja toimintaa yhdessä asukkaiden kanssa, vuorovaikutus parantuu ja kaikki osapuolet luovat arvoa jo prosessin aikana. Jos asukkaiden toiveet ja ajatukset tiedetään toiminnan kehittämisen aikana, on resursseja mahdollista kohdentaa alusta asti tehokkaasti juuri niihin kohteisiin, joilla on todellista merkitystä asukkaille myös heidän omasta mielestään. Turhia tai merkityksetömiä toimintoja karsittaessa ja toiminnan tehostuessa resursseja vapautuu uuden luomiseen ja kehittämiseen.

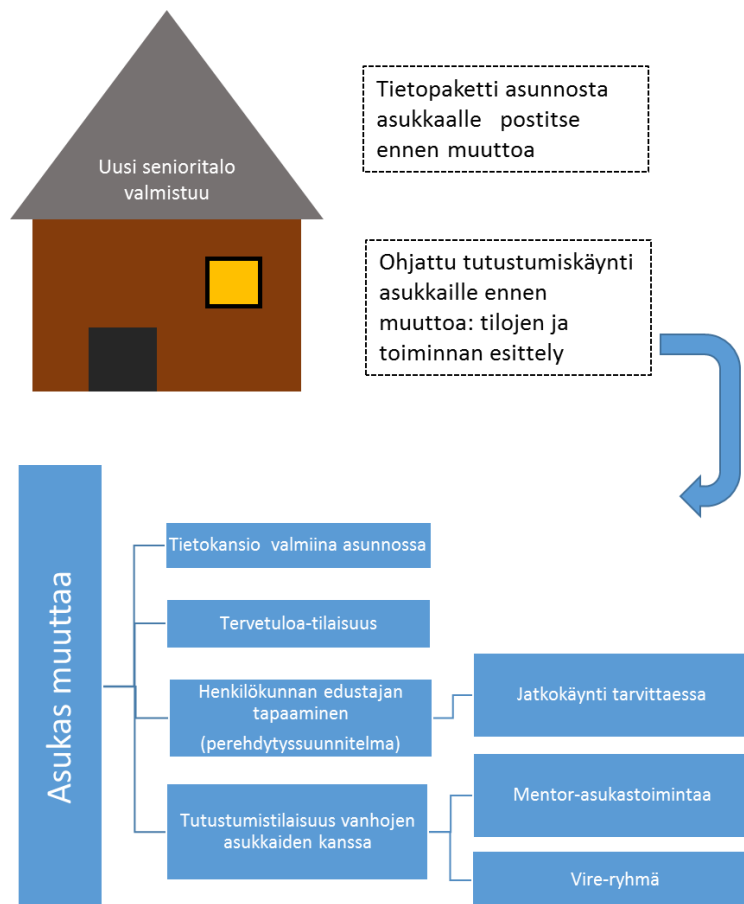
Vire-ryhmän perusteella oli havaittavissa, että asukkaita kiinnostaa toiminta, johon he voivat itse osallistua, eivätkä ole vain passiivisia vastaanottajia. Toki esitysten kuunteleminen silloin tällöin on mieltä virkistävää, mutta siinä rinnalla olisi jatkossakin tarpeellista ylläpitää asukkaita osallistavaa toimintaa. Asukkaat ovat osoittaneet myös olevansa motivoituneita ja halukkaita osallistumaan vaikuttamiseen ja toiminnan kehittämiseen laajemminkin kuin vain virkistystoiminnan osalta. Tulevaisuudessa asukasneuvoston kaltainen elin voisi olla toimiva ratkaisu Iltatähdessä. Vire ryhmä voisi ryhtyä kehittämään säännöllisesti kokoontuvan asukasneuvoston toimintaideaa. Neuvostosta tulisi asukkaiden oma foorumi, jossa jokaisella asukkaalla olisi mahdollista saada äänensä kuuluviin ja vaikuttaa talon yhteisiin asioihin. Asukasedustaja voisi viedä asukkaiden ehdotuksia eteenpäin kulloinkin tarvittavalle taholle; henkilökunnalle, virikeryhmien vetäjille tai vaikka paikalliselle siivousyritykselle. Neuvostossa asukkaat voivat tuoda esille omia vahvuuksiaan ja jakaa tietoa toinen toistensa osaamisesta. Jos esimerkiksi yksi asukas tarvitsee apua lumen luonnissa ja toinen vaatteiden korjaamisessa, voivat asukkaat auttaa toinen toisiaan itsenäisesti asioista sopien. Yhteisön tuki antaa voimaa omaehtoiseen toimintaan ja auttaa senioreita löytämään uusia sekä myös hyödyntämään jo olemassa olevia vahvuuksiaan. Yhteistoiminta voi auttaa luomaan asukkaalle Holbrookin typologian (1996) mukaista kunnioituksen arvoa. Kun erityistaidoista ja vahvuuksista kerrotaan, kunnioittavaat myös muut asukkaat niitä.

Yhteisöönä tyytyväiset senioriasukkaat ovat etu myös Iltatähden ulkopuolella. Nykyiset asukkaat ovat tärkeä tiedotuskanava, sillä talon suosittelu ja positiiviset kokemukset kulkeutuvat suusta suuhun kauas ja houkuttelevat uusia ihmisiä tutustumaan toimintaan ja hakemaan asukkaaksi. Innovatiivinen osallistamisen kulttuuri ja senioriasukkaiden huomioinen voi parantaa Iltatähden näkyvyyttä laajemminkin ja nostaa koko palvelukeskuksen statusarvoa. (Holbrook 1996.) Vire-ryhmän toiminta on jo nyt herättänyt kiinnostusta muissa alueen senioritaloissa sekä ulkoisissa sidosryhmissä, kuten kunnan vanhusneuvostossa.

Palvelumuotoilun menetelmien käyttö palvelujen kehittämisessä senioreiden kanssa rajautui tässä tapaustutkimuksessa lähinnä muotoiluprosessin alkupäähän, taustatietoihin, asiakasymmärryksen hankintaan, strategiseen suunnitteluun ja ideointiin. Näiden nyt saatujen tietojen pohjalta suunnitteluprosessia on hyvä jatkaa myös tästä eteenpäin.

## 8.2 Uuden asukkaan muuttokokemus

Seuraavaksi ehdotettavat kehittämistoimenpiteet pyrkivät vastaamaan kysymykseen: miten uuteen senioritaloon muuttavan asukkaan muuttoprosessin palvelukokemuksen arvoa voidaan kasvattaa? Nämä ehdotukset on tehty tilanteeseen, jossa uusi senioritalo valmistuu, ja sinne muuttaa kerralla iso joukko uusia asukkaita. Ehdotuksia voi soveltaa myös vanhoihin taloihin muuttaviin yksittäisiin asukkaisiin. Kuvassa 10 on esitetty tärkeimmät Iltatahden toiminnot, joilla se voi parantaa uuden asukkaan kokemusta taloon muutosta. Jokaista osa-aluetta käsitellään erikseen seuraavissa alaluvuissa.



**KUVA 10. Asukkaan muutto uuteen senioritaloon**

*Yhteys asukkaaseen ennen muuttoa*

Kun asukas on tullut valituksi senioriasuntoon ja saanut tiedon tästä, janoaa hän tietoa uudesta kodista ja siihen liittyvistä asioista. Kirjallinen tietopaketti asunnosta jo hyvissä

ajoin ennen muuttopäivää vastaisi tiedon tarpeeseen, ja auttaisi asukasta suunnittelemaan muuttoa paitsi henkisesti, myös käytännön tasolla. Tietopaketti voisikin sisältää käytännön tason perustietoa asumisesta, kuten esimerkiksi asunnon pohjapiirustuksen helpottamaan kalustuksen suunnittelua. Moni asukkaista muuttaa isommasta asunnosta pienempään ja huonekaluja ja tavaroita on liikaa. Tietopaketissa voisi olla käytännöllistä informaatiota senioritalon varastoista ja säilytystiloista, autopaikan saatavuudesta jne.

Kirjeen mukana voisi olla myös kutsu tutustumaan taloon ja toimintaympäristöön jo etukäteen ennen muuttoa. Sen lisäksi, että asukkaat saisivat tietoa postitse uudesta asunnostaan, olisi tärkeää tarjota heille mahdollisuus nähdä uusi talo ja tilat myös käytännössä. Iltatähti voisi järjestää avoimien ovien päivän muuttajille, kun uuden talon rakennustyöt ovat siinä vaiheessa, että se on mahdollista. Samalla uusien tulokkaita on mahdollista kierrättää Iltatähden toiminta-alueella ja esitellä heille yhteiset tilat, ulkoista ympäristöä sekä muita huomioitavia käytännön asioita. Jos asumisen puitteet ovat tiedossa etukäteen, ei uusien asukkaiden tarvitse käyttää aikaa paikkojen etsimiseen muuton aikana tai sen jälkeen. Olisi myös Iltatähden kannalta tehokkaampaa kierrättää yksi tai kaksi ryhmällistä asukkaita kerralla, kuin näyttää jokaiselle paikat erikseen tai vastailla useisiin tiloihin koskeviin kysymyksiin.

#### *Toimenpiteet muuton jälkeen*

Jotta muuttokokemuksesta tulee arvokas, uudelle asukkaalle on tärkeää, että hän kokee alusta asti olevansa tervetullut uuteen kotiin ja uuteen yhteisöön, tuntee, että juuri hänestä välitetään. Iltatähden kokoama ”tervetuloa-kansio” uudessa asunnossa odottamassa muuttajaa voisi luoda positiivisen kokemuksen ja helpottaa samalla talon toimintaan tutustumista. Kansio voisi sisältää samoja asioita kuin esimerkiksi hotellin pöydältä löytyvä infokansio huoneeseen saavuttaessa. Näitä voisivat olla esimerkiksi:

- Lyhyt kertomus Iltatähden historiasta, kuvia
- Tärkeitä puhelinnumeroita
- Turvallisuusohjeet
- Tietoja talon palveluista hintoineen (esim. ruokalan aukioloajat, sauna, yleiset tilat)

- Viikkovinkkari, lukujärjestys josta löytyy tietoa seuraavan viikon virikkeistä (ja ohjeet mistä viikkovinkkarin jatkossa löytää.)
- Ulkoisten palveluntarjoajien mainoksia, joissa nähtävissä hinnat ja yhteystiedot

Tervetuloa-kansio voitaisiin jakaa myös vanhoille asukkaille tai laittaa yhteinen kappale talojen ala-auloihin. Näin varmistettaisiin tasapuolinen tiedonjako jokaiselle senioriasukkaalle.

Jos Iltatähti tavoittelee uudelle asukkaalle odotukset ylittävää kokemusta taloon tulosta, voisi tulovaihe sisältää myös jotain aivan yllättävää. Tämä lisä voi olla pienikin ylimääräinen ele tai esine, esimerkiksi kukka tai suklaalevy odottamassa pöydällä, kun asukas tulee uuteen kotiin. Pääasia on, että asukas huomioidaan pyytämättä, tarjotaan jotain joka tuottaa asukkaalle mielihyvää. Kuten Löytänä & Korteso toteavat (2011), ihmiset muistavat yleensä parhaiten sen, miltä heistä tuntuu ja arvoa kasvattavan asiakaskokemuksen tulisi pyrkiä vetoamaan myös tunteisiin. Esimerkiksi hotellissa asutaan yleensä yksi tai korkeintaan muutama yö, ja todella hyvin palvelevat hotellit huomioivat asiakkaan toisinaan pienellä lahjalla tämän tullessa sisään. Myös laadukkaissa ravintoloissa saattaa olla tarjolla pieni yllättävä ylimääräinen annos ruokalajien välissä, terveiset kokilta. Senioritaloon tullaan asumaan yleensä loppuelämäksi, joten samaa ideaa soveltaen pieni hyvän mielen toivottaja auttaisi luomaan pohjaa pitkäkestoiselle asukassuhteelle.

### *Tervetuloa- tilaisuus*

Kun asukkaat ovat muuttaneet, asettuneet hieman ja saaneet asumisen aloittamiseen liittyvät kiireet hoidettua, voitaisiin heille järjestää yhteinen tervetuloa-tilaisuus esimerkiksi Iltatähden ruokalassa. Vaikka tilaisuus olisi suunnattu uusille asukkaille, voisi se olla avoin myös omaisille ja vapaaehtoisille vanhoille asukkaille. Tilaisuudessa kerrottaisiin talon toiminnasta ja palveluista tarkemmin sekä esiteltäisiin avainhenkilökunta. Tilaisuudessa olisi myös aikaa kysymyksille ja avoimelle keskustelulle. Ihanteellista olisi, jos vanhat asukkaat voisivat vapaaehtoisuuteen pohjautuen toimia uusien asukkaiden tukihenkilöinä. Nämä tukiasukkaat auttaisivat uusia käytännön toiminna, kertoisivat talossa tapahtuvasta toiminnasta ja houkuttelisivat uusia asukkaita heti mukaan osallistumaan esimerkiksi viriketoimintaan.

### *Henkilökunnan tapaaminen*

Henkilökunnan työtä helpottamaan ja asiakkaan perehdyttämisen laadun varmistamisen tueksi Iltatähden olisi hyvä laatia kirjallinen perehdyttämissuunnitelma. Suunnitelmasta kävisi ilmi ne asiat, jotka käydään läpi uuden asukkaan kanssa yhdessä. Hyvä alkuperehdytys todennäköisesti helpottaa henkilökunnan työmäärää myöhemmin ennaltaehkäisemällä asukkaiden ongelmatilanteita ja vähentämällä avun tarvetta. Myös asukkaan kokemus taloon tulosta paranee, jos ongelmia pystytään hoitamaan jo ennen niiden syntymistä.

Henkilökunnasta voitaisiin varata nimetty vastuhenkilö, perehdyttäjä, uusien asukkaiden tueksi. Perehdyttäjä olisi henkilö, joka varmistaisi, että asuminen talossa lähtee sujumaan mahdollisimman jouhevasti. Perehdyttäjän tehtävänä olisi käydä tapaamassa henkilökohtaisesti kaikkia halukkaita taloon muuttaneita asukkaita, vastata kysymyksiin ja kertoa huomionarvoisia asioita jokaiselle uudelle asukkaalle erikseen perehdyttämissuunnitelman mukaisesti. Perehdyttäjän tehtäviin voisi kuulua esimerkiksi asunnossa olevien laitteiden ja kodinkoneiden sekä esimerkiksi lukkojen käytön opastusta. Perehdyttäjä varmistaa, että jokainen asukas saa kaikki tarvittavat tiedot pärjätäkseen itsenäisesti asunnossa. Jos tarvetta on, uusi käynti voidaan tehdä vielä 3-4 viikon kulu-  
tua.

### *Tutustumistilaisuus vanhojen asukkaiden kanssa*

Kun uusien asukkaiden arki on lähtenyt sujumaan, olisi ainakin osa heistä toivottavaa saada mukaan aktiivisiksi talossa toimijoiksi ja osallistujiksi talon omatoimiseen kehittämis- ja viriketoimintaan. Yhteyden saaminen jo talossa asuvien kanssa voisi alkaa esimerkiksi epävirallisella asukastapaamisella. Tämä tilaisuus voisi olla hyvin vapaa-  
muotoinen, kuten päiväkahvit tai illanvietto, jossa on rento tunnelma. Vanhat asukkaat voisivat kertoa omista kokemuksistaan tai vain jutustella tulokkaiden kanssa. Tämän tapaamisen ohjaamiseen olisi hyvä nimetä vastuutaho, esimerkiksi Vire-ryhmän jäsenet voisivat toimia järjestäjinä. Tilaisuuden avulla uusille asukkaille luotaisiin mahdollisuus tutustua ja päästä mukaan asukastoimintaan, kuten arpajaisten pitoon tai kortinpe-  
luurinkiin.

Tärkeintä uuden asukkaan muuttokokemuksen luomisessa on muistaa ihmisen kohtaaminen, palvelun yksilöllisyys ja jokaisen asukkaan sekä pienten yksityiskohtien huomiointi. Iltatähdellä on hyvä henki joka korostaa kodinomaisuutta. Tätä sanomaa olisi hyvä painottaa ja välittää eteenpäin kaikessa toiminnassa.

### 8.3 Tiedonkulku

Selkeän tiedotuksen merkitys korostuu erityisesti niiden uusien asukkaiden kohdalla, jotka eivät tunne talosta ketään entuudestaan, eikä heillä ei ole talossa tuttua hoitajaa tai vanhaa asukasta, jolta voisi kysyä neuvoa käytännön asioissa. Uuden elämänvaiheen aloittaminen on usein suuri muutos senioreille, ja heidän tiedontarpeensa ja kiinnostuksensa tutustua taloon on oletettavasti muuttovaiheessa suuri. Vahvojen persoonien kirjoittamattomat säännöt, tavat ja päätäntävalta pääsevät korostumaan, jos talon puolelta ei ole selkeitä pelisääntöjä asukkaiden oikeuksista ja velvollisuuksista. Asukkaat opettavat ja viihdyttävät toisiaan, mikä on hyvä asia. Tärkeistä asioista, kuten turvallisuudesta ja säännöistä tulee kuitenkin olla talon selkeät ohjeet kaikkien nähtävillä.

Tiedonkulku Iltatähdessä on pääosin vielä ”vanhanaikaista”, asukkaat lukevat ilmoitustaulua ja naapurin tai henkilökunnan oveen koputetaan jos tulee asiaa. Ilmoitustaulu tulee olemaan tärkeä tiedotusväline varmasti myös jatkossa. Tärkeää tehokkaan tiedotuksen varmistamiseksi olisi muokata ilmoitustaulusta mahdollisimman selkeä ja ajankohtainen. Ilmoitustaulu voitaisiin järjestää uudelleen, poistaa kaikki vanhat ja turhat ilmoitukset sekä rajata erilaisille ilmoituksille selkeästi omat paikat. Myös värien käyttö pohjassa tai ilmoituksissa voi lisätä huomioarvoa. Ilmoitukset olisi hyvä käydä läpi säännöllisin väliajoin ja poistaa vanhat tiedotukset. Tämä tehtävä olisi ehkä mahdollista suorittaa myös nimetyn asukkaan, ”ilmoitustauluvastaavan” toimesta.

Tiedonkulun tehostamiseen löytyisi apua myös digitaalisuuden hyödyntämisestä. Vaikka kaikki asukkaat eivät käytä internetiä, voivat Iltatähden internetsivut palvella esimerkiksi omaisia jo nyt. Asukkaiden lapset hyötyisivät Iltatähden sivuilta löytyvästä informaatiosta ja muuttoon liittyvistä ohjeista. Omaiset voisivat myös täyttää esimer-



kiksi sähköisiä hakulomakkeita, jos sellaisia olisi tarjolla. Kun tarpeellinen tieto on saatavissa verkossa, parantaa se palvelun laatua ja vapauttaa samalla henkilökunnan aikaa muuhun toimintaan.

Iltatähdessä ei ole ollut resursseja keskittyä yhdistyksen ulkoiseen imagoon, esimerkiksi materiaalien ulkoiseen ilmeeseen. Yhdistyksellä ei myöskään ole logoa tai tunnuslausetta markkinointikäyttöön. Ulkoisen ilmeen yhtenäistäminen sekä verkossa että paperimateriaaleissa voisi kirkastaa yhdistyksen ilmettä ja viestittää hyvästä palvelusta myös ulospäin.

#### **8.4 Digitaalisuuden mahdollisuudet**

Digitaalinen vallankumous vaikuttaa jo nyt myös senioriaskkaisiin. Esimerkiksi monet arkielämän kannalta välttämättömät palvelut, kuten asiointi pankissa, Kelassa tai verottajan kanssa, on pääosin siirretty digitaalisiksi. Myös terveyteen liittyviä toimintoja on siirretty sähköisen palvelun pariin. Näiden palveluiden pariin pääseminen olisi myös ikäihmisille elämää helpottava tekijä. Törmä ym. (2001) mainitsevat kahdeksan elämäntilannetta, joissa teknologian avulla voidaan tukea ikääntyneiden itsenäistä selviytymistä ja heidän tarpeidensa toteutumista. Nämä ovat:

1. päivittäistoimet kotona ja kotipiirissä
2. yhteydenpito, kanssakäyminen, mahdollisuus kohtaamisiin ja dialogiin
3. liikkuminen kodin ulkopuolella
4. turvallisuus
5. sosiaali- ja terveyspalvelut – asiointi ja saatavuus
6. pankki-, kauppa- ja muut henkilökohtaiset palvelut – asiointi ja saatavuus
7. kulttuuri-, viihde-, ja virkistyspalvelut – asiointi ja saatavuus
8. yhteiskunnallinen osallistuminen ja vaikuttaminen, mahdollisuus kuulluksi tulemiseen ja palautteen antamiseen.

Myös Iltatähden asukkaat voisivat hyötyä digitaalisuudesta näillä osa-alueilla. Kukaan asukkaista ei ole saanut automaattisesti koulutusta tietotekniikan käyttöön koulussa tai työelämässä, mutta tiedossa on, että osa on hakeutunut itsenäisesti esimerkiksi kurs-

seille ja käyttää jo nyt tietokonetta asunnossaan. Jotta talon asukkaille pystyttäisiin tarjoamaan mahdollisuuksia digitaalisuuden hyödyntämiseen, kannattasi se aloittaa suorittamalla jonkunasteinen tarvekartoitus, jossa selvitetään asukkaiden nykyistä digitaalisuuden hyödyntämisen astetta sekä valmiuksia ja halukkuutta tietotekniikan käyttöön. Jos halukkuutta on, Iltatähti voisi lisätä asukkaiden arvoa mahdollistamalla internetin käytön kaikille asukkailleen ja tarjota koulutusta sekä tukea sen käytön opettelemiseen ja digitaalisten palvelujen hyödyntämiseen.

Mm. Mäensivun mukaan (2002) digitaalisten palveluiden hyödyntäminen voi tulevaisuudessa olla yksi hoivapalveluiden avaintekijöistä, kun ikääntyneiden määrä kasvaa ja heidän hoivantarpeensa lisääntyy. Teknologia on jo nyt mahdollistanut monenlaisia digitaalisia ratkaisuja ikäihmisten avuksi. Iltatähteen muuttavan senioriasukkaan tarvitseman tai toivoman digitaalisen palvelun kartoitus voitaisiin sisällyttää osaksi palvelutarpeen arviointia jo asukkaaksi hakuvaiheessa. Tämä edellyttää, että olemassa olevat mahdollisuudet tunnetaan ja myös että mahdolliset käytön rajoitukset ymmärretään. Kun tietoisuus saatavilla olevista digitaalisista palveluista lisääntyy ja joku asukas ryhtyy käyttämään toimivaa palvelua, voi hän toimia suosittelijana ja opastajana myös muille asukkaille talon sisällä.

Ikäihmisille on tarjolla myös monenlaisia viihteellisiä verkkosivustoja ja mobiilisovelluksia. Tieto- ja viestintäteknikka voi olla hauskaa ja tarjota Holbrookin arvotyyppölgian (1996) mukaista leikin arvoa sen lisäksi, että se on hyödyllistä ja tuo iäkkään elämään uusia kokemuksia ja tehokkuutta arkipalvelujen käyttöön. Tietotekniikka avaa senioreille myös uudenlaisia sosiaalisuuden mahdollisuuksia.

#### *Ehdotuksia internetin käyttömahdollisuuksista Iltatähdessä*

Iltatähdellä on Yhdistysavaimella tehdyt internetsivut, joita päivitetään harvakseltaan. Kun uusi talo on rakennusvaiheessa, kiinnostaa sinne hakeneita tai hakemista harkitsevia senioreita varmasti kaikki mahdollinen tieto projektin etenemisestä sekä myös asuntoihin liittyvä informaatio. Internetsivujen aktiivinen päivitys sekä ajankohtaisen sisällön lisääminen olisi tällä hetkellä ajankohtaista ja palvelisi tulokkaiden sekä heidän lähipiirinsä tiedontarvetta.

Yhtenä vaihtoehtoisena internetsisällön luonnin muotona voisi olla myös blogin lisääminen Iltatähden internetsivuille. Blogissa voitaisiin kertoa uuden talon rakentamisesta ja yleensä Iltatähden toiminnasta. Senioritoiminnasta vastaavalla henkilökunnan edustajalla voisi olla vetovastuu, mutta kirjoittajat voisivat vaihdella ja asukkaatkin saisivat tuottaa omia tarinoitaan blogiin. He voisivat kirjoittaa talon tapahtumista tai vain ajatuksia omasta elämästään. Vire-ryhmä olisi luonteva taho, joka voisi ottaa projektin aloittamisen vastuulleen yhdessä henkilökunnan edustajan kanssa. Ulkopuolinen palveluntarjoaja voisi luoda blogialustan käyttövalmiiksi ja huolehtia ainakin alkuun myös tarvittavasta tietotekniikan käytöstä.

### *Yhteenveto*

Iltatähden tarjoamat palvelut ovat jo niin hyvällä tasolla, että sillä olisi hyvät edellytykset ryhtyä panostamaan laajennetun palvelutarjooman kehittämiseen. Myös asukaskokemusten osalta voitaisiin ruveta painottamaan merkitysten ja arvon luomista, kun perusasiat ovat kunnossa.

Vuorovaikutuksen parantaminen onnistuu kehitettäviin aiheisiin puuttamalla ja tiedotuksen merkityksen ymmärtämisellä. Jo pienillä yhteisillä kokoontumisilla, kuten esim. Vire-ryhmä on, saadaan asioita nostettua esille. Digitaalisutta ei Iltatähdessä ole vielä hyödynnetty, mutta sen avulla vuorovaikutuksen tasoa on mahdollista nostaa sekä talon sisällä että myös toimintaympäristön ulkopuolella.

Yhteisöllisyyden painottaminen on erittäin tärkeä asia nyt ja tulevaisuudessa. Ikäihmisten elinpiiri on usein melko suppea ja kanssaihminen seura on tärkeässä asemassa erityisesti yksin asuvien kohdalla. Kun asioihin puututaan, tehdään yhdessä ja välitetään jokaisesta, luodaan yhteistä arvoa koko talolle. Pienetkin muutokset voivat olla alku-sysäys jollekin suuremmalle.

## **8.5 Laadullisen tutkimuksen luotettavuuden arviointi**

Kun tutkimus on valmis, on sitä mahdollista tarkastella hieman eteenpäin, ja pohtia esimerkiksi seuraavia Ruusuvooren ym. esittämiä (2010) kysymyksiä: Vastasiko rajaa-man aineiston osa tutkimuskysymyksiin riittävällä tavalla ja voidaanko olettaa, että sen

pohjalta tehty tutkimus tuottaa luotettavaa ja jollain tapaa yleistettävää tietoa? Laadullisen tutkimuksen validiteetin arvioiminen tarkoittaa kerättyjen aineistojen ja niistä tehtävien tulkintojen arviointia. Omien tulkintojen pitävyyttä voidaan tarkastella suhteuttamalla niitä aiempiin tutkimuksiin, tai esimerkiksi keskustelemalla niistä tutkimusryhmän yhteisissä analyysitulaisuuksissa. (Ruusuvuori ym. 2010, 27.) Myös tutkijan tarkka kuvaus tutkimuksen toteuttamisesta parantaa laadullisen tutkimuksen luotettavuutta. (Hirjärvi ym. 1997, 227).

Laadullinen tutkimus ei ole yksi yhtenäinen tutkimusperinne, ja kuten Tuomi ja Sarajärvi toteavat (2013), myös laadullisen tutkimuksen luotettavuudesta löytyy erilaisia käsitteitä. Tuomi ja Sarajärvi ovat listanneet mm. seuraavia luotettavuutta parantavia tekijöitä: uskottavuus, siirrettävyys, luotettavuus ja vahvistettavuus.

Uskottavuus (credibility) koostuu muun muassa tutkimuksen luotettavuudesta, sovellettavuudesta, ja kerätyn aineiston totuudenmukaisuuden arvioinnista. Tähän työhön kerätystä aineistosta on pyritty saamaan mahdollisimman totuudenmukaista, vaikka ihmisten kanssa toimiminen ei koskaan voi olla täydellisen luotettavaa. Aineistoa kerätessä huomioimme, että mitä enemmän me opiskelijat tulimme asukkaille tutuiksi, sitä avoimemmin ja ehkä myös totuudenmukaisemmin he meille puhuivat. Vaatii luottamusta kertoa negatiivisista asioista, ja tämän takia oli oleellista, että vietimme aikaa talossa ja tulimme tutuiksi asukkaiden kanssa kuukausien saatossa. Ensimmäisten tapaamisten aika saattoi olla vielä tutustumisvaihetta ja palaute saattoi olla liiakin positiivista. Kun palasimme samoihin asioihin myöhemmin, saimme esille myös puutteita ja paranettavaa. Näin ajateltuna pitkälle ajalle jaksottunut tiedonkeruu paransi aineiston uskottavuutta.

Siirrettävyydellä (transferability) tarkoitetaan tulosten siirtämisen mahdollisuutta tutkimuskontekstin ulkopuoliseen, samankaltaiseen kontekstiin. Siirrettävyys riippuu siitä, miten samankaltaisia tutkittu ja kohdekonteksti ovat. Kaikki menetelmät ja toimintaperiaatte, joita tämän opinäytteen Vire-ryhmässä käytettiin, ovat sovellettavissa Iltatähden sisällä sekä muiden senioriasukkaiden että palveluasumisen ja osittain myös ryhmäkodin asukkaiden keskuudessa. Kehittämisryhmän toimintamalli on jo herättänyt kiinnos-

tusta myös kilpailevissa palvelutaloissa. On todennäköistä, että mallia tullaan sovelta-  
maan myös Iltatähden ulkopuolella, sillä lähialueen palvelukeskuksen edustaja on käy-  
nyt syksyllä 2015 tutustumassa Vire-ryhmän toimintaan.

Hirsjärvi ym. painottavat, (2007, 227) että tutkijan tarkka selostus tutkimuksen toteut-  
tamisesta parantaa laadullisen tutkimuksen luotettavuutta (dependability). Luotetta-  
vuutta parantaa myös se, että kaikki matkan varrella tehtävät valinnat avataan huolelli-  
sesti, samoin kuin rajaukset ja analyysiperiaatteet. Myös analyysin rajoituksia tulee esit-  
tää, ei ainoastaan vahvuuksia. (Ruusuvuori ym. 2010, 27.) Tämän työn tulokset on saatu  
yhdistelemällä monenlaisia tiedonkeruun menetelmiä, joista osa oli luovia. Tulosten  
tulkitseminen on ollut osittain ollut palapelin yhdistämistä, ja haasteena onkin ollut so-  
vittaa näillä menetelmillä saadut tulokset tiukasti rajattuun muotoon. Tapahtumia on  
ollut paljon, joten selostuksessa on käytetty tutkijan omaa harkintaa. Tämänkin laadul-  
lisen tutkimuksen heikkoutena voidaan pitää sitä, että aineistoa tulkittaessa tutkijan har-  
kinta on aina subjektiivista. Tätä ongelmaa on kuitenkin pyritty ratkaisemaan triangu-  
laation avulla. Tutkijatriangulaatio, eli useamman tutkijan käyttö, on hyvä tapa haaru-  
koida tulkintojen ja näkökulmien kohdallisuutta ja parantaa tutkimuksen luotettavuutta.

Vahvistettavuudella (confirmability) tarkoitetaan sitä, että tehdyt tulkinnat saavat tukea  
muista tutkimuksista tai triangulaatiosta. Tässä työssä on käytetty sekä aineisto- että  
tutkijatriangulaatiota. Metsämuuronen (2006) ja Hirsjärvi ym. (2007) toteavat, että tri-  
angulaatio lisää yleisesti laadullisen tutkimuksen luotettavuutta. Yin täsmentää (2013),  
että niiden tapaustutkimusten, joissa on hankittu tietoa useilla eri menetelmillä, on osoi-  
tettu saavuttavan luotettavampia tuloksia, kuin vain yhtä menetelmää käytettäessä. Tri-  
angulaatiossa jokaisella tutkijalla on oma, mutta toisia täydentävä näkökulmansa aihee-  
seen. Triangulaatio mahdollistaa omien henkilökohtaisten ennakkoluulojen ylittämisen,  
koska tutkija ei voi sitoutua vain yhteen näkökulmaan. (Laine ym. 2007, Tuomi & Sa-  
rajärvi 2009.)

Iltatähden senioriasukkaiden elämää oli tutkimassa kaksi opiskelijaa. Vaikka molem-  
mat kirjoittavat oman raporttinsa omista viitekehyksistään, oli yhteiskehittämissryh-  
mässä toimiminen, sen tapaamisten suunnittelu ja tuotosten analysointi pääosin yhteis-  
työtä. Yhdessä päädyttiin samankaltaisiin tuloksiin ja päätelmiin ja samalla saatiin uusia

näkökulmia toisen ajatuksista ja oivalluksista. Tutkijatriangulaation käyttö sopi tähän tutkimukseen ja sen avulla lisättiin arvoa kaikille osapuolille.

## 9 POHDINTA

Länsimaisessa ajattelussa ei yleisesti ole juuri sijaa ikääntymiseen liittyvän viisauden arvostukselle eikä vanhojen ihmisten asemaa yhteiskunnassa mielletä ”kunniajäsenyydeksi”. Senioreilla on kuitenkin hallussaan arvokasta tietoa ja ihmisenä olemisen tapoja. Ikääntyneet ovat jo nähneet monia trendejä ja niiden laantumisia ja heillä on perspektiiviä katsoa asioita isommassa mittakaavassa. (Törmä ym. 2001.)

Vaikka ikääntymisen tuomia muutoksia voidaan nykyään vähentää ja siirtää myöhemmäksi, on totuus kuitenkin se, ettei niiltä voida kokonaan välttyä. Ikääntyneitä yhdistävien tekijöiden ymmärtäminen ja tunnistaminen osana palveluiden kehittämistä on tärkeää palveluiden menestymisen kannalta erityisesti hoivapalveluissa, joiden suurimpia kuluttajia ikääntyneet ovat. (Moisio-Varpela 2014.) Hoivatyön henkilökunnalla on jatkossa entistä vähemmän aikaa mihinkään ylimääräiseen, ja myös siksi olisi tärkeää saada rakennettua hyviä ja tehokkaita käytäntöjä jokapäiväiseen arkeen. Vireämmät ja toimintakykyisemmät asiakkaat pärjäävät pidempään ilman tukea. Tämänäsuuntaisia linjauksia oli havaittavissa myös yhteiskunnan tasolla hallituksen syyskuussa 2015 esittelemien kärkihankkeiden ikäihmisiä koskevissa sisällöissä. (Valtioneuvoston kanslia, 2015.) Kun hallitustasolla on tiedostettu ikääntyneiden toimintakyvyn ylläpitämisen ja kotona asumisen tukemisen tärkeys, tullaan näitä teemoja jatkossa todennäköisesti tutkimaan ja kehittämistyötä tukemaan valtakunnallisesti.

### *Senioreiden merkitys liiketoiminnassa*

Aikaisemmat ikäluokat ovat hyväksyneet ikääntyneen roolinsa helpommin, mutta nyt ikääntyvät suuret ikäluokat haluavat muuttaa ajattelua ja tehdä asiat omalla tavallaan. Suurten ikäluokkien edustajilla on erilainen asenne kuluttajina kuin heitä edeltäneillä, sillä heille on kertynyt varallisuutta, ja he ovat jo tottuneet kuluttamaan palveluja. Senioreiden määrä kasvaa jatkuvasti, ja senioreiden merkitys palveluiden kuluttajina vaikuttaa väistämättä myös palveluiden kehittämisen tarpeisiin. Mm. Senioriasiakkuus

2014 –tutkimusraportin tulosten mukaan (Hyypä & Halttunen, 2014.) senioriasiakkuuksien kehittäminen on nousemassa jatkossa yhä tärkeämpään asemaan myös liiketoiminnassa. Vaikka senioriasiakkaiden osuus liiketoiminnasta on usein jo nyt merkittävä, katsovat markkinoijat tällä hetkellä olevansa vielä melko etäällä senioriasiakkaista. Senioreiden tarpeita ei ymmärretä, eikä heistä ole kerätty tarpeeksi tietoa. Jatko-tutkimukselle seniorikansalaisista palvelujen käyttäjinä olisikin varmasti tarvetta senioriliiketoiminnan kehittämisen tueksi. (Hyypä & Halttunen, 2014.)

Jos senioreista saadaan toimijoita sähköiseen ympäristöön ja digitaalisten palvelujen käyttäjiksi, kannattaa tämä myös liiketoiminnallisesti. Esimerkiksi sähköiset kauppa- ja turvapalvelut voivat kiinnostaa tulevaisuudessa entistä enemmän senioreita, ja heillä on varallisuutta myös näiden palveluiden ostamiseen. Senioriliiketoiminta nähdään alueena, jolle yhteiskehittely, yli toimialojen tapahtuva toimiminen, on erityisen luonteenomaista. (Hyypä & Halttunen, 2014.) Yhteiskehittelyn toimivuus oli huomattavissa myös tätä opinnäytetyötä tehdessä. Sosiaalialan ja liiketoiminnan termit ja metodit täydensivät toinen toisiaan ja sopivat senioritalon asukkaiden kanssa toimimiseen.

Senioreiden elämä on pääsääntöisesti hyvin arkista, mutta myös arjesta on löydettävissä kehittämistä ja uuden arvon luomista. Arjen helpottamista tukevista ratkaisuksista löytynee vielä paljon käyttämätöntä liiketoimintapotentiaalia. Korkman ja Arantola ennustavat (2009), että liiketoiminnan kasvumahdollisuudet löytyvät juuri arjesta. Myös Iltatähden asukkaiden puheista kävi ilmi, että arjesta toiminnoista löytyy kehittämiskohteita, esimerkkinä liian korkealla olevat keittiön kaapit tai lieden ovi, jota ei osata sulkea oikein.

### *Seniorin koti*

Kodin merkitys hyvinvoinnille on suuri, koti on ihmisille tärkeä paikka, ellei jopa tärkein (Raijas 2008). Tämä ajatus vahvistui myös Iltatähden asukkaiden vastauksissa ja heidän elämäänsä seuratessa. Senioriasunto on monelle heidän viimeinen oma kotinsa. Vanhuudessa elämä kiertyy vahvasti kodin ympärille, sillä silloin kotona ollaan taas enemmän kuin kiireisessä keski-ikässä. Vaikka koti rakentuu materiaalisista esineistä, jotka tuottavat esteettiistä arvoa (Holbook 1996), sisältyy siihen paljon muutakin, kuten

tunteita, muistoja ja elämyksiä. Kotona asuminen liitetään itsenäisyyteen ja vapauteen, asioihin joista halutaan pitää kiinni niin pitkään kuin mahdollista. Kotona asuessaan seniori saa itse päättää oman päivärytminsä ja tekemisensä sekä hallita omaa elämäänsä. Senioreiden näkökulmasta kotona asumisen etuja ovat myös sosiaalisten suhteiden säilyminen, viihtyisä asuinympäristö, arvostetuksi tuleminen ja tasavertaisuus. Ikäihmiset varmasti selviytyvät myös tulevaisuudessa omassa asunnossaan, mutta arvostavat muidenkin kuin omaisten tukea ja apua arkisten askareiden suorittamisessa. Palveluntarjoajien haasteena onkin edelleen sovittaa omia palvelujaan ikäihmisten lähtökohtiin ja toimintatapoihin sopiviksi. Ikäihmisten hoitamiseen ei tulevaisuudessa ole enää yhtä hyviä resursseja kuin ennen, joten toimivat käytännöt arjessa ja ikääntyneiden toimintakyvyn säilyminen ovat myös yhteiskunnan tasolla huomionarvoinen asia. (Hämäläinen ym. 2014 ; Karisto 2009,11; Tervaskari 2006.) Taloudelliset säästöt syntyvät lisäarvona sille oivallukselle, että seniorit ovat arvokas, vaikkakin tällä hetkellä aliarvostettu ryhmä, jolla on vielä paljon annettavaa kaikille meille.

## **10 LOPUKSI**

Opinnäyte on oppimisprosessi ja siinä on erilaisia vaiheita, jotka opettavat tekijäänsä. Tämä pitää paikkansa myös tämän työn suhteen. Vaiheesta siirryttiin seuraavaan, ja kokonaisuudessaan prosessi eteni melko suunnitellusti kiireisestä aikataulusta huolimatta. Tiinan kanssa työskentely oli innostavaa, pariltani sain vertaistukea, uusia ideoita sekä erilaisia näkökulmia asioihin. Oma ajatteluni ja asioihin suhtautuminen muuttui ja laajeni huomiosta, että samaa asiaa todella voi ja kannattaa tarkastella monesta eri näkökulmasta. Liiketalouden opintojen viitekehyksiin tuli entistä ihmisläheisempi ote ja uutta inhimillistä sisältöä sosiaalialalta. Toivottavasti myös itse olen kyennyt jakamaan jotain omista ajatuksistani muiden kanssa.

Erityisesti työn teoriaosuuden kohdalla kävi ilmi se, että asioita voidaan lähestyä monella eri tavalla myös oman koulutusohjelman sisällä. Tällä opinnäytetyöllä oli sattumista johtuen kolme ohjaavaa opettajaa ja sitä kautta myös erilaisia ohjeistuksia. Tämä on nähtävissä teoriaosuudessa, mutta onnekseni projektin langat saatiin jossain vaiheessa kerittyä kasaan, ja asiat etenivät hallitummin loppua kohti.



Oli hienoa päästä tutustumaan itselleni täysin uudenlaiseen maailmaan. Kuulin mahtavia elämäntarinoita ja ymmärsin, että senioreilla on arvokasta elämäkokemusta, viisautta ja käytöstapoja. He ovat eläneet aikaa, jolloin maailma oli todella erilainen. Toivon, että tämän opinnäyteprosessin myötä senioriasukkaat ovat saaneet hiukan uutta arvoa ja arvostuksen tunnetta elämäänsä ja saavat sitä vielä lisää toiminnan kehittämistyön jatkuessa. Itse huomaan, että yhteiskehittelyn tavoite on kuin huomaamatta toteutunut, ja myös minä olen saanut senioreilta paljon: uusia ajatuksia, erittäin arvokkaita kokemuksia ja oivalluksia, jotka säilyvät mielessä varmasti koko loppuelämän.

Opinnäytteen valmistuminen päättää ajomatkat Kotkan, Valkealan ja Mikkelin välillä. Perhe ja erityisesti pieni poika ovat varmasti iloisia, kun äidin läksyt on nyt tehty. Opiskeluajan tuoma vapaus ja vastuu päättää aikatauluista, samoin kuin tekemättömistä töistä muistututtava ääni takaraivossa ovat katoamassa. Innolla odotan minkälaista sisältöä ja uutta arvoa tilalle syntyä.

Kiitos Tiina ja koko Iltatähden väki!

## LÄHTEET

Alasuutari, Pertti 2011. Laadullinen tutkimus 2.0. Tampere: Vastapaino.

Arantola, Heli & Simonen, Kimmo 2009. Palvelemisesta palveluliiketoimintaan – Asiakasymmärrys palveluliiketoiminnan perustana. Tekesin katsaus 256/2009. Saatavissa: [www.tekes.fi/globalassets/julkaisut/palvelemisesta\\_palveluliiketoimintaan.pdf](http://www.tekes.fi/globalassets/julkaisut/palvelemisesta_palveluliiketoimintaan.pdf). Ei päivitystietoa. Luettu 13.10.2015.

Fischer, Merja & Vainio, Satu 2014. Potkua palvelubisnekseen – Asiakaskokemus luodaan yhdessä. Helsinki: Talentum.

Grönroos, Christian & Ravald, Annika 2011. "Service as business logic: implications for value creation and marketing". Artikkele. *Journal of Service Management*, Vol. 22 Iss: 1 pp. 5 – 22. Saatavissa: <http://dx.doi.org/10.1108/09564231111106893>.

Grönroos, Christian 2009. Palvelujen johtaminen ja markkinointi. Helsinki: WSOYPro.

Halkola, Ulla, 2009. Valokuvan terapeuttinen voima. Helsinki: Duodecim.

Harju, Virpi 2010. Ovi-korttisarja -asiakastyössä toimivaa korttisarjaa etsimässä. Opinnäyte. Diakonia-ammattikorkeakoulu.

Heinonen, Kristina, Strandvik Tore, Mickelsson, Karl-Jacob, Edvardsson Bo, Sundström, Erik & Andersson, Per, 2010. A Customer Dominant Logic of Service. *Journal of Service Management*, Vol. 21 Iss: 4 pp. 531 – 548. Artikkele. Saatavissa: <http://dx.doi.org/10.1108/09564231011066088>. Ei päivitystietoa. Luettu 15.7.2015.

Holbrook, Morris B., 1996. Customer Value – A Framework For Analysis and Research. *Advances in Consumer Research* Volume 23. Artikkele. Columbia University.

Hyypä, Nina & Halttunen, Ilkka 2014. Senioriasiakkuus 2014 -tutkimusraportti. www-dokumentti. Saatavissa: <http://www.slideshare.net/flaksi/senioriasiakkuus-tutkimusraportti2014>. Ei päivitystietoa. Luettu 15.9.2015.

Hämäläinen, Päivi, Lanne Marinka, Jännes Jere, Hanski Jyri, Rytönen, Arja & Reisbacka, Anneli 2014. Ikäihmisten tarvelähtöisten palveluiden kehittäminen yritysten ja julkisten toimijoiden yhteistyönä. TupaTurva-loppuraportti. Espoo: VTT Technology 155.

Hirsjärvi, Sirkka, Remes, Pirkko & Sajavaara, Paula 2007. Tutki ja kirjoita. Helsinki: Kustannusosakeyhtiö Tammi.

Jaakkola, Elina, Orava, Markus & Varjonen, Virpi 2009. Palvelujen tuotteistamisesta kilpailuetua – opas yrityksille. Helsinki: Tekes.

Kalliomäki, Anne 2014. Tarinallistaminen: Palvelukokemuksen punainen lanka. Viro: Talentum Media Oy.

Kalliovalkama, Kristiina, 2005. Asiakkaaseen liittyvä tieto palveluasumisessa ja vanhainkodissa. Pro gradu. Kuopion yliopisto, terveystieteiden ja -talouden laitos.

- Kaitainen, Arja 2015. Haastattelu 2.7.2015. Toiminnanjohtaja. Valkealan Iltatähti ry.
- Karisto, Antti 2007. Finnish Baby Boomers and the Emergence of the Third Age. *International Journal of Ageing and Later Life*, Vol. 2 (2), 91–108.
- Korkman, Oskar & Arantola Heli, 2009. *Arki: eväitä uuteen asiakaslähtöisyyteen*. Helsinki: WSOYpro.
- Koskelo, Minna 2012. Ilmiötä ja muotoilua. WWW-dokumentti. Saatavissa: <https://ilmioita.wordpress.com/tag/co-creation/>. Päivitetty 21.1.2014. Luettu 14.11.2015.
- Kronqvist, Juha 2014. Tämä ei ole palvelumuotoilua. WWW-dokumentti. Saatavissa: [www.diagonal.fi](http://www.diagonal.fi). Päivitetty 6.10.2014. Luettu 15.4.2015.
- Kuula, Arja 2011. *Tutkimusetiikka: aineistojen hankinta, käyttö ja säilytys*. Tampere: Vastapaino.
- Laine, Markus, Bamberg, Jarkko & Jokinen, Pekka (toim.) 2007. *Tapaustutkimuksen taito*. Helsinki: Gaudeamus Helsinki University Press.
- Lockwood, Thomas, 2010. *Desing Thinking – Integrating Innovation, Customer Experience, and Brand Value*. New York: Allworth Press.
- Lusch, Robert F & Vargo Stephen L., 2014. *Service Dominant Logic: Premises, Perspectives, Possibilities*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Lusch, Robert F & Vargo Stephen L., 2011. From Goods-Dominant Logic to Service-dminnat Logic. WWW-julkaisu. Saatavissa: <http://www.sdlogic.net>. Päivitystietoa ei saatavilla. Luettu 5.3.2015.
- Löytänä, Janne & Korteso, Katleena, 2011. *Asiakaskokemus: palvelubisneksestä kokemusbisnekseen*. Helsinki: Talentum.
- Manar, Ameli 2012. *Sosiaalinen muutos muotoiluhaasteena. Opinnäyte*. Savonia – Ammattikorkeakoulu.
- Martin, Robert 2009. *The Desing of Business – Why Service Desing Is the Next Competitive Advantage*. Boston: Harward Business Press.
- Metsämuuronen, Jari 2006. *Laadullisen tutkimuksen käsikirja*. Helsinki: International Methelp.
- Miettinen, Satu (toim.) 2014. *Muotoiluajattelu*. Helsinki: Teknologiainfo Teknova Oy.
- Moisio-Varpela, Anna-Maria 2014. *Palvelumuotoilu yksityisessä ja julkisessa tehostetussa palveluasumisessa*. Pro Gradu. Turun kauppakorkeakoulu
- Mäensivu, Vesa 2002. *Ikääntyvien viestintävalmiudet ja digitaalinen epätasa-arvo*. KELA, sosiaali- ja terveysalan tutkimuksia 71. Helsinki: Gummerus Oy.

Ojasalo, Katri, Moilanen Teemu & Ritalahti Jarmo 2009. Kehittämistyön menetelmät – Uudenlaista osaamista liiketoimintaan. Helsinki: WSOYPro.

Osterwaldet, Alex, Pigneur, Yves, Bernarda, Greg & Smith, Alan 2014. Value Proposition Design. New Jersey: Wiley.

Pitkäranta, Ari, 2014. Laadullinen tutkimus opinnäytetyönä: työkirja ammattikorkeakouluun. Juva: e-Oppi Oy.

Post, Sari & Tyvimaa, Tanja 2010. Senioriasumisen palveluympäristöjen kehittäminen asiakasnäkökulmasta. Raportti. Tampereen teknillinen yliopisto.

Raijas, Anu 2008. Arki keskittyy kotiin. Teoksessa Lammi, Minna & Timonen, Päivi (toim.), Koti: tehtävistä uusiin ihanteisiin. Kuluttajatutkimuskeskuksen kirjoja 4. Helsinki: Kuluttajatutkimuskeskus.

Ramaswamy, Venkat & Ozcan, Kerimcan 2014. The Co-Creation Paradigm. Stanford: Stanford University Press.

Ruusuvuori, Johanna, Nikander, Pirjo & Hyvärinen, Matti (toim.) 2010. Haastattelun analyysi. Tampere: Vastapaino.

Stickdorn, Marc & Schneider, Jakob (edit.) 2010. This Is Service Ddesign Thinking – Basics – Tools – Cases. Amsterdam: BIS Publishers.

Storbacka, Kaj & Lehtinen, Jarmo R. Asiakkuuden ehdoilla vai asiakkaiden armoilla 1998. Porvoo: WSOY.

Tuomi, Jouni & Sarajärvi Anneli 2009. Laadullinen tutkimus ja sisällönanalyysi. Helsinki: Tammi.

Tuulaniemi, Juha 2011. Palvelumuotoilu. Hämeenlinna: Talentum Media Oy

Törmä, Sinikka., Nieminen, Jarmo. & Hietikko, Merja. 2001. Ikääntyneiden itsenäistä suoriutumista tukevan teknologian arviointi käyttäjänäkökulmasta. Tulevaisuusvaliokunta – Teknologian arviointeja. Eduskunnan kanslian julkaisu 4/2001.

Valkealan Iltatähti, 2015. WWW-julkaisu. Saatavissa: [www.valkealaniltatahti.fi](http://www.valkealaniltatahti.fi). Ei päivitystietoa. Luettu 1.10.2015.

Valli, Raine & Aaltola Juhani (toim.) 2015. Ikkunoita tutkimusmetodeihin 1. Jyväskylä: PS-kustanus.

Valtioneuvoston kanslia, 2015.Toimintasuunnitelma strategisen hallitusohjelman kärkihankkeiden ja reformien toimeenpanemiseksi. Hallituksen julkaisusarja 13/2015. Pdf-dokumentti. Saatavissa: [wvaltioneuvosto.fi/documents/10184/321857/](http://wvaltioneuvosto.fi/documents/10184/321857/). Päivitetty 28.11.2015. Luettu 13.11.2015.

Vilka, Hanna 2006. Tutki ja havainnoi. Helsinki: Kustannusosakeyhtiö Tammi.

VTT tiedotteita, 2004. Tulevaisuuden seinoriasuminen – Nykytilan kartoitus. WWW-raportti. Saatavissa: [http://virtual.vtt.fi/virtual/proj6/tsa/tsa\\_nykytilan%20kartoitus.pdf](http://virtual.vtt.fi/virtual/proj6/tsa/tsa_nykytilan%20kartoitus.pdf). Ei päivitystietoa. Luettu 15.3.2015.

Vähälä, Eija, Kontio, Mirja, Kouri, Pirkko & Leinonen, Raisa 2012. Palmu –palvelumuotoilua ikääntyville. Keuruu: Savonia-ammattikorkeakoulun julkaisusarja C1/1/2012.

Yin, Robert. K, 2013. Case Study Research: Design and Methods. Los Angeles: SAGE.

Yi, Youjiae, 2014. Customer Value Creation Behavior. New York: Routledge.

Iltatähden asukashaastattelu /Elina Saarela

Lupa haastattelun nauhoitukseen.

-Asukkaan taustatiedot: ikä, elämäntarina, asukkaan aikaisempi ammatti

-Minkä takia muutitte Iltatähden? Milloin se tapahtui?

-Kun muutitte taloon, miten se tapahtui käytännössä?

-Millainen on tyypillinen päivärytminne?

-Minkälaiseen harrastustoimintaan, virikehetkiin yms. osallistutte Iltatähdessä?

-Mitä palveluja käytätte Iltatähdessä ja/tai lähialueilla. Mitä toivotte lisää?

-Minkälaiset suhteet teillä on muihin asukkaisiin?

-Käykö teillä vierailijoita ja millaisena koette sosiaalisen elämänne?

-Mikä tuo iloa elämäänne?

-Onko teillä huolenaiheita/pelkoja?

-Minkälaisena näette tulevaisuutenne?

-Omia kommentteja?

Kiitos haastattelusta ja ajastanne!

Yhteissuunnitteluryhmän tuotoksia



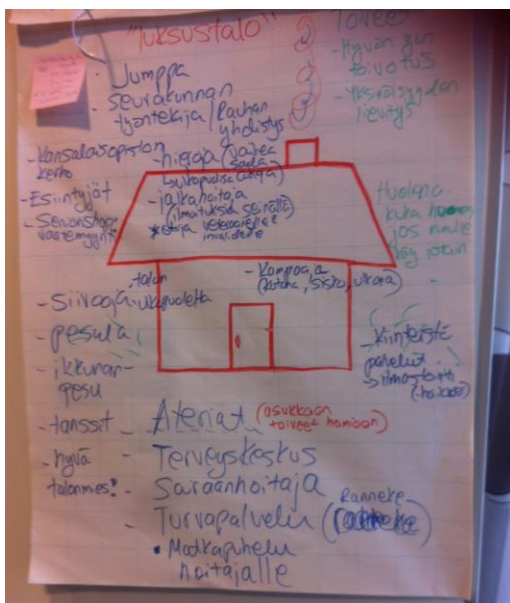
Ryhmän tuotoksia: palvelupolun osa



Ovikortit pöydällä



Ovikorttimenetelmän tuloksia: toiveita tulevaan



Ryhmäkeskustelun tuotoksia: palvelut Iltatähdessä



Asukkaiden toiveita