

APTEEKIN MYYMÄLÄKONSEPTIN KEHITTÄMINEN

Lahden ammattikorkeakoulu
Muotoilun koulutusohjelma
Elisa Ryhänen
Sisustusarkkitehtuurin sv.
Opinnäytetyö
s. 75
Kevät 2008

TIIVISTELMÄ

Opinnäytetyöni lähtökohtana oli apteekin myymäläkonseptin kehittäminen myymäläsuunnittelun näkökulmasta ja saada se vastaamaan nykypäivän ja tulevaisuuden tarpeita. Tavoitteenani oli tutustua apteekin toimintoihin niin työntekijän kuin asiakkaan näkökulmasta, ja suunnitella toimintojen pohjalta visuaalisesti houkutteleva myymälä. Konseptin yhtenä pääajatuksena oli kehittää apteekkia siten, että se herättäisi mielikuvia lääkkeiden myynnin lisäksi terveystarpeiden ja hyvinvointituotteiden tarjoajana. Koska apteekit ottavat tuotevalikoimiinsa enenevässä määrin laatu- ja kosmetiikkaa ja hyvinvointituotteita, tulisi myymälän tilana pystyä viestimään tästä tarjonnasta. Apteekin tuotetarjonnan lisääntyminen ja toimintojen automatisoituminen on vaikuttanut myös tilan tarpeiden muuttumiseen ja tämän takia apteekin myymäläpuoli tarvitsee uudelleen suunnittelua.

Opinnäytetyössäni tein fiktiivisen suunnitelman syksyllä 2008 valmistuvaan apteekkiin Ylläkselle. Tilasuunnitelman tein tätä kohdetta ajatellen, mutta käsittelen aihetta siten, että sitä voi yleisesti soveltaa muissakin apteekkikohteissa. Tilasuunnitelmaan sisältyy asiakaskiertoon perehtyminen, kalustesuunnitelmat, materiaalivalinnat, valaistus ja esillepanotekniikka.

apteekki, myymäläsuunnittelu,
kaupallisuus, konsepti, mielikuvat

DESIGN CONCEPT FOR THE DEVELOPMENT OF A PHARMACEUTICAL RETAIL SHOP

Lahti Polytechnic
Degree program of design
Elisa Ryhänen
Interior architecture
Thesis
75 pages
Spring 2008

ABSTRACT

The aim of my thesis was to develop a design concept for a pharmacy shop from a retailing perspective. I wanted to demonstrate through design, that a modern day pharmacy provides a wider spectrum of commodities other than drugs and medicines, such as quality cosmetics, health and well-being products. In order to do this I needed to re-design the interior and improve the layout to benefit both the customers and the retailers. With this in mind, I investigated pharmaceutical retailing and developed a design plan that made the interior both functional and attractive.

My fictional pharmacy shop, was designed to open in Ylläs, Finland during Autumn 2008. Although specific to those premises, I planned that my design would be suitable guidelines for other pharmacies to follow in the future. I used my research to develop a floor plan that would allow customers not only easy access to their requirements, but also allow them to flow naturally through the shop enabling them to see and therefore be encouraged to buy other items on sale. To achieve this I developed plans that included the strategic placing of furniture, materials, lighting and displays, positioned to show the potential of the shop, and showcasing the range of commodities available to their best advantage, with the intention of attracting customers through the doors and increasing sales.

pharmacy, retail design, commercialism,
concept, mental images

SISÄLLYS

JOHDANTO			
2 JRA Finland	9	7 Suunniteltava kohde	29
Toimeksiantaja	10	Apteekki Ylläkselle	30
Alustava toimeksianto	10	8 Suunnitteluprosessi	31
3 Apteekkialasta	11	Ideointi	32
Alan määrittely	12	Asiakaskierto ja tilaohjelmat	32
Alan ominaispiirteet ja lähihistoria	15	Materiaalit, värit ja kalusteet	37
Kehitysnäkymät ja tulevaisuuden visio		Opasteet ja niiden sijoittaminen	38
4 Apteekkitilasta	17	9 Tilasuunnitelma	41
Työprosessit ja muut tapahtumat	18	Pohjaratkaisut	42
Apteekkityypit ja asiakasryhmät	18	Väri- ja materiaalisuunnitelmat	44
Apteekkitilat ennen ja tänään	19	Kalustesuunnitelmat ja -valinnat	47
5 Apteekkitilojen suunnittelusta	20	Esillepanotekniikka	56
Asiakas- ja palvelutilat	21	Valaistus	57
Muut tilat	22	Konseptin elementit	60
Myyväläsuunnittelu	24	10 Arviointi	70
Psyykkiset tekijät, tilakokemus ja mielikuvat	24	Sanasto	71
Apteekkien kaupallisuuden suunnittelusta	24	Lähteet	72
6 Suunnittelun tavoitteet	25	Liitteet	74
Visuaalisuus	26		
Toiminallisuus	26		
Muut	28		

JOHDANTO

Lokakuussa 2007 Jorma Rissanen ehdotti minulle opinnäytetyöni aiheeksi apteekkisuunnittelua. Toiveeni opinnäytetyöstä oli saada tehdä haastava kokonaisvaltainen tilasuunnitelma ja siksi apteekkisuunnittelu kuulosti heti mielenkiintoiselta aiheelta. Kiinnostavuutta lisäsi myös se, että se on melko koskematon ja tuntematon alue sisustusarkkitehtuurin puolella. Apteekkeja suunnittelevia toimistoja ei ole monta ja niiden tämän hetkinen taso ei vastaa vallalla olevaa yleistä sisustusarkkitehtuurin ja kaupallisuuden tasoa, joten tämän kaltaiselle aiheelle on myös tarvetta. Myös apteekki toiminnoiltaan ja pääpainoltaan on muuttumassa reseptilääkkeiden myynnistä enemmän itsehoitotuotteiden myyntiin. Tämä vaikuttaa siihen, että apteekit myymälänä on muuttumassa ja tarvitsevat uudelleen suunnittelua ja toimintojen tarkastelua.

Aiheen laajuuden takia sitä oli rajattava ja keskityttävä johonkin tiettyyn osa-alueeseen, sillä muuten se olisi mahdoton toteuttaa annetussa ajassa. Lähtökohtana on, että keskityn opinnäytetyössäni myymäläpuolen suunnitteluun ja siihen, mikä vaikuttaa sen toiminnallisuuteen ja visuaaliseen ilmeeseen.

2

2 JRA FINLAND

TOIMEKSIANTAJA

JRA Finland (Jorma Rissanen Architecture/Art) on Helsingissä toimiva myymäläsuunnitteluun keskittynyt toimisto, joka enenevässä määrin on alkanut tehdä myös apteekkisuunnittelua. JRA Finlandin kohteina ovat ostoskeskukset ja lentokentät pääasiassa Suomessa, Baltiassa ja Venäjällä. Toimisto tekee myös shop in shop-tyyppistä suunnittelua muun muassa Lumenelle, Dovelille ja Lorealille.

ALUSTAVA TOIMEKSIANTO

Toimeksiantona minun tuli kehittää apteekin myymäläkonseptia ja suunnitella apteekin ilme ja toiminnot vastaamaan nykypäivän ja tulevaisuuden tarpeita. Lähtökohtana opinnäytetyölle on konseptin soveltaminen tulevaisuudessa tehtävissä apteekkisuunnitelmissa.

Suunnittelutyön tulisi sisältää apteekin väri- ja materiaalivalinnat sekä kalustesuunnitelmat. Tällaisissa kohteissa kalusteet yleensä piirretään itse, sillä apteekkikalusteita ei ole juurikaan saatavana valmiina. Toimeksiantajalla on käytössään itsekehittelemä profiilimallisto, johon kuuluu erilaisia kiinnityslevyjä hyllyille ja hyllynkannatin profiileja, joille minun tulisi miettiä erilaisia käyttötapoja apteekissa ja sen kalusteissa.



3

3 APTEEKKI ALASTA

ALAN MÄÄRITTELY

Apteekit voidaan karkeasti jakaa kahteen eri ryhmään; julkisiin ja yksityisiin apteekkeihin. Julkisia apteekkeja ovat sairaala-apteekit, lääkekeskukset ja yliopiston apteekit. Sairaala-apteekit ja lääkekeskukset toimivat sairaaloiden ja terveydenhuoltolaitosten yhteyksissä. Yliopiston apteekit toimivat Helsingin ja Kuopion yliopistojen alaisuudessa. Yksityiset apteekit huolehtivat yliopiston apteekkien rinnalla avohoidon lääkejakelestusta ja – neuvonnasta ja ne sijoitetaan siten, että lääkejakele taataan myös harvaan asutuilla seuduilla. (RT 94–10864 Apteekit, s.2)

Apteekkiliikettä saa harjoittaa vain lääkelaitoksen apteekkiluvalla ja se voidaan myöntää henkilölle, jolla on laillinen proviisorin tutkinto. Jos apteekkiluvan hakijoita on monia, se myönnetään sille, jolla katsotaan olevan parhaat edellytykset apteekkiliikkeen harjoittamiseen. Jotta apteekkien välistä tuloeroa voidaan pienentää, apteekit maksavat valtiolle apteekkimaksua liikevaihdon mukaan. Apteekkimaksu on liikevaihdosta keskimäärin seitsemän prosenttia. Suurimmillaan se voi olla 11 prosenttia ja pienimmät apteekit eivät maksa sitä lainkaan. (Lääkelaitos, 2007, Apteekkimaksulaki 2 §)

Apteekkiala on osa terveydenhuollon hoitoketjua ja apteekit tuottavat lääkehuollon palveluja perusterveydenhuollossa. Lääkäri määrää asiakkaalle lääkehoidon ja apteekissa farmaseutti tarkistaa reseptin ja ohjaa lääkkeen käytössä. Proviisorin tai apteekkarin alaisuudessa toimivat farmaseutit, lääketeknikot, farmanomit, lääketyöntekijät ja tekniset apulaiset. Apteekkien toimintaa säädellään tarkoin laein ja asetuksin ja apteekissa työskentelee aina farmaseuttisen koulutuksen saanut henkilö. Nämä takaavat potilas- ja lääketurvallisuuden. Kansainvälisesti Suomen apteekkijärjestelmä on hyvin korkeatasoinen ja lääkkeitä ei myydä muualla kuin apteekkeissa. (Työvoimatoimisto, 2008)





5





9

ALAN OMINAISPIIRTEET JA LÄHIHISTORIA

Pääasiassa apteekit ovat yksityisessä omistuksessa lukuun ottamatta Helsingin ja Kuopion Yliopiston apteekkeja. Vuoden 2003 loppuun mennessä apteekkeja oli Suomessa kaiken kaikkiaan 800 ja niissä työskenteli noin 8000 henkilöä. Apteekkien itsenäinen lääkkeiden valmistus on vähentynyt viimevuosina, vaikka se on ollutkin perinteisin apteekkien toimialue. Apteekki tuottaa palveluja ja reseptilääkkeiden lisäksi siellä on saatavilla itsehoito- ja vapaakaupallisia tuotteita. Se on myös paikka mistä saa itsehoito-ohjeita ja siellä voidaan määritellä tarvitseeko asiakas lääkärin hoitoa vai voiko asian ratkaista vaikka esimerkiksi elämäntapamuutoksella. Apteekin rooli onkin vahvistunut terveyskasvattajana ja ne toteuttavat terveydenedistämistä yhdessä eri tahojen kanssa. (Työvoimatoimisto, 2008)

KEHITYSNÄKYMÄT JA TULEVAISUUDEN VISIO

Haastattelujen ja yleisen havainnoinnin perusteella itsehoito- ja vapaakaupallisten tuotteiden myynti on tullut vahvasti reseptilääkkeiden myynnin rinnalle. Itsehoitotuotteet tarkoittavat esimerkiksi reseptivapaita lääkkeitä, side-tarpeita ja vitamiineja ja vapaakaupan kosmetiikka- ja kausituotteet voivat olla vapaasti myynnissä muaallakin kuin apteekeissa. Käytännössä tämä tarkoittaa sitä, että apteekkien ilme on muuttunut tiskin takaa palvelemisesta koko myymälätalaa koskevaksi.

Suuri osa apteekkien kehitystä tulee olemaan automaation lisääntyminen, esimerkiksi ensimmäinen lääkerobotti hankittiin Jämsään kolmisen vuotta sitten. Lääkerobotti tarkoittaa lääkejakeluautomaattia, joka lajittelee esisyöttölaitteessa pakkaukset varaston hyllyihin ja toimittaa viivakoodin perusteella halutun lääkkeen spiraalia pitkin asiakasta palvelevalle farmaseutille. Vaikka robotti on kustannuksiltaan kallis, se helpottaa huomattavasti apteekissa tapahtuvaa taustatyötä. Farmaseutin ei myöskään tarvitse poistua tiskiltä, asiakkaan luota vain sekoittaakseen antibioottimikstuuran. Näin palveluketjuun tulee lisää tehokkuutta ja apteekkihenkilökunta voi keskittyä asiakaspalveluun. (Vasara, 2007)

Toinen iso muutos apteekkimaailmassa on sähköinen resepti, joka on asiakkaan kannalta lääkerobottia näkyvämpi muutos. Sähköisen reseptin käyttö alkoi vuonna 2008 ja siirtymäaika siihen on neljä vuotta. Kansaneläkelaitos hallinnoi valtakunnallista reseptikeskusta. Sen myötä asiakkaalle ei anneta enää reseptiä vaan lääkäri kirjoittaa reseptin potilaskertomusjärjestelmään ja sähköisesti välittää sen yhteiskunnalliseen reseptikeskukseen ja näin potilas voi mennä noutamaan lääkemääräyksensä mistä tahansa apteekista. Järjestelmään luodaan myös katseluyhteys, jonka kautta asiakas itse voi katsella hänelle määrättyjä reseptejä. Sähköinen resepti helpottaa ja tehostaa lääkkeen määräämistä ja toimittamista. Sen etuja on sen ehdoton aitous ja yksiselitteisyys eikä sitä voi hävittää. Sen myötä apteekkeille tulee säästöjä, kun tietoja ei enää tarvitse syöttää käsin vaan kaikki tiedot löytyvät yhteisestä tietokannasta. (Sosiaali ja terveystieteiden ministeriö, 2007)

Muut mahdolliset muutokset liittyvät luultavasti palvelun ja tarjonnan suhteen. Apteekit alkavat entistä enemmän panostaa henkilökohtaiseen palveluun ja neuvontaan, sillä automaation takia henkilökunnalla ei mene enää niin paljon aikaa lääkkeiden käsittelyyn. Tulevaisuudessa apteekit tulevat ottamaan uusia tuoteryhmiä myyntiin, sillä halvemmat rinnakkaislääkkeet ja lääkkeiden tukkuhintojen alenukset ovat aiheuttaneet tulonmenetyksiä apteekkeille ja palveluvalintapuoli tulee kasvamaan myös kysynnyn ja tarpeidenkin myötä. (Tervoja, 2007)

Nykypäivänä ihmiset ovat enemmän kiinnostuneita terveydestä ja hyvinvoinnista ja ovat tietoisempia oman terveytensä seuraamisesta. Tämän myötä apteekkien tuotevalikoima tulee lisääntymään erilaisilla hyvinvointituotteilla luontaistuotteista terveystuotteisiin ja -kenkiin. Koska asiakkaat tulevat olemaan tiedonjanoisempia ja enemmän perillä saavilla olevista tuotteista ja niiden vaikutuksista, tulee myös apteekkien vastata tähän tarpeeseen ja osata tarjota palvelujaan. (Mäenpää, 2008)

Apteekkien luonne tulee muuttumaan siten, että sinne ei enää mennä vain tietyn tarpeen tullen, vaan sinne saatetaan myös mennä ostoksille. Reseptilääkkeillä tulee edelleen olemaan iso osa myyntiä, mutta niiden lisäksi apteekkiin mennään ostamaan kosmetiikka- ja hyvinvointituotteita. Apteekit tulevat tarjoamaan asiakkailleen myös impulssituotteita, mitä asiakas ei välttämättä tullut ostamaan vaan tuotteen näkeminen vaikuttaa ostopäätökseen. Apteekki pyrkii muun kaupan tavoin saamaan sen keskiostoksen isommaksi. (Haastattelujen pohjalta: Rissanen)

Apteekin tulevaisuuden toimintaan suurin vaikuttava tekijä on asiakkaat. Asiakasryhmän ja asiakkaan tarpeiden tunteminen on osa palvelua ja on iso osa apteekkien kehitystä myymäläliikkeen näkökulmasta. Apteekkien tulee olla tietoisia tulevista muutoksista ja esimerkiksi väestörakenteesta ja sen kehittymisestä, jotta se pysyy kilpailussa mukana. Apteekkien on pystyttävä tunnistamaan mihin suuntaan ja kenelle palveluja tullaan kehittämään, jos halutaan päästä myynnillisesti parempaan tulokseen.



4

4 APTEEKKITILASTA

TYÖPROSESSIT JA MUUT TAPAHTUMAT

Apteekin palvelumuodot voidaan jakaa kolmeen eri ryhmään; resepti-, neuvonta- ja itsepalveluun. Asiakaspalvelun lisäksi apteekin toimintaan kuuluu myös tavarankäsittelyä ja varastointia, tuotteiden valmistusta ja laboratoriotyöskentelyä. Suuriosin lääkkeistä toimitetaan lääketehailta, mutta jonkin verran lääkkeitä valmistetaan vielä apteekeissa taidon ylläpitämiseksi. Suoratoimitustiskillä farmaseutti tarkastaa asiakkaan reseptin ja toimittaa lääkkeen ja neuvoo sen käytössä. Myymälän puolella asiakasta opastetaan ja autetaan valinnoissa ja kerrotaan tuotteista ja niiden vaikutuksista. Maksutapahtumassa käytetään kahta eri mallia, joko maksetaan reseptilääkkeet ja palveluvalintapuolen tuotteet omille kassoilleen tai kaikki tuotteet maksetaan samalla kassalla apteekista poistuessa. (Työvoimatoimisto, 2008)

APTEEKKITYYPIT JA ASIAKASRYHMÄT

Myymälätyyppinä apteekki on sinänsä harvinainen, sillä se kattaa kaikki asiakasryhmät ikään, sukupuoleen ja varallisuuteen katsomatta. Apteekkien tyyliin ja asiakaskuvaan vaikuttaa eniten sen sijainti (Heinimäki, 2006). Maaseutuapteekilla, ostoskeskuksen tai automarketin yhteydessä olevalla apteekilla ja kadunvarsiapteekilla on erilainen asiakasjakauma ja tämän myötä palveluidenkin on oltava niiden mukaisia. Suuri osa ostoskeskuksien apteekkien asiakkaista on nuoria ja aikuisia kun taas automarketin apteekkien ja maaseutuapteekkien asiakasryhmä on enemmän hajaantunut eri ikäryhmiin. Asiakaskunta määrittelee myös apteekkien tyyliä ja sen tulisi vastata oman asiakasryhmänsä odotuksiin ja tarpeisiin.





APTEEKKITILAT ENNEN JA TÄNÄÄN

Liiketoiminnan muutokset ovat muuttaneet apteekkien sisustusta ja tyyliä. Apteekki on yksi vanhimmista instituutioista ja ennen se sijoitettiin kaupunkikuvallisesti merkittävään paikkaan. Apteekkien eläinaiheiset symbolit ovat peräisin ajalta, jolloin varmistettiin, että myös lukutaidottomat asiakkaat tunnustaisivat ne. Huolella suunnitellut apteekkitilat korostivat niiden osaa vahvana yhteiskunnan instituutiona. Toteutuksissa käytettiin alansa parhaita ammattilaisia ja sisälsivät runsaasti viimeisteltyjä yksityiskohtia ja arvokkaita materiaaleja. (Rakennusperintö.fi, 2006)

Tekemäni tutkimustyön työn perusteella nykypäivän apteekit on selvästi tehty rennommiksi ja helpommin lähestyttäviksi. Apteekkien sisustuksiin ei olla valmiita panostamaan rahallisesti, sillä apteekitkin toimivat muun kaupan tavoin ja pyrkivät saamaan mahdollisimman suuren liikevaihdon mahdollisimman pienin kuluin. Apteekin toiminnan muutokset ovat vaikuttaneet niiden rakenteeseen ja kokoon. Vielä 1960-luvulla apteekin palvelut suoritettiin tiskin takaa ja itsepalvelutuotteita ei ollut esillä. Nykypäivänä palveluvalintapuoli on iso osa apteekkia.

Myös ostokäyttäytyminen eroaa eri apteekkeissa. Esimerkiksi ostoskeskusapteekin asiakkaan ostokäyttäytyminen on erilainen kuin maaseutuapteekin asiakas. Kun apteekki sijaitsee muiden kauppojen läheisyydessä, on asiakas silloin valmis tekemään ostoksia myös apteekissa, sillä silloin asiakas on jo valmistautunut kiertelemään ja tutustumaan tuotteisiin ja tekemään yllättäviäkin ostopäätöksiä. Maaseutuapteekki ja apteekit, jotka eivät sijaitse muiden liikkeiden keskuudessa, on luonteeltaan enemmän sellaisia, että sinne mennään vain tarpeen tullen. (Apteekkarien ja toimeksiantajan haastattelut)

5

5 APTEEKKITILOJEN SUUNNITTELUSTA

ASIAKAS- JA PALVELUTILAT

Apteekkisuunnittelussa on erityisesti otettava huomioon intimitteettisuoja ja esteettömyys. Apteekin tulisi olla suunniteltu niin, että asiakkaan intimitteettisuoja toteutuu parhaalla mahdollisella tavalla. Tämä toteutuu siten, että palvelu- ja neuvontapisteissä käytetään riittävä kuuloetäisyyttä ja akustisia vaimennusrakenteita. Muihin myymälöihin nähden apteekkeja suunniteltaessa tulisi erityisesti ottaa huomioon liikuntaesteiset, näkö- ja kuulovammaiset, vanhukset ja allergikot. Apteekkisuunnittelussa tuleekin erityisesti huomioida väri- ja materiaalivalinnat, valaistus, kulkuleveydet, ovien aukeamissuunnat ja esimerkiksi viherkasvien käyttö.

Apteekin tulisi olla riittävän tilava ja siellä tulisi olla erikseen paikat asiakas-tiloille, henkilökunnan tiloille ja myyntikalusteille. Tilat tulisi suunnitella asiallisiksi ja miellyttäväiksi, jotta asiakkaan on helppo liikkua ja häntä on helppo palvella. Tilojen ja kulkuväylien tulisi olla monikäyttöisiä ja näin myös tehokkaita. Tuotteiden tulisi olla helposti havaittavissa ja saatavilla. Valaistuksessa tulee pyrkiä yleiseen viihtyvyyteen ja sen avulla tehdä tuotteet ja palvelupisteet helposti havaittaviksi. Opastuksen tulee olla selkeää, informatiivista ja hyvin esillä ja sen tulee ottaa huomioon erityisryhmät.

Materiaali- ja väri- ja värivalinnat vaikuttavat tilojen viihtyvyyteen ja turvallisuuteen. Seinä-, katto- ja kalustemateriaalit tulisi olla ääntä vaimentavia. Sisustustekstiileillä voidaan myös vaikuttaa äänen vaimentamiseen. Väri- ja pintamateriaalivalinnoilla tulee ottaa huomioon näkövammaiset ja muistihäiriöiset. Rakenteiden, kalusteiden ja materiaalien valinnoissa tulisi huomioida kestävyys ja helppo puhdistettavuus.

Apteekkitilan puhtaana pidolla parannetaan sen ilmanlaatua, viihtyvyyttä, terveellisyyttä, edustavuutta ja turvallisuutta. Valtaosa liasta ja saasteista pääsee liiketilaan sisäänkäynnin yhteydessä, ja siksi sen suunnitteluun kannattaa panostaa, sillä se vaikuttaa viihtyvyyteen ja kustannuksiin. Sisäänkäynnin suunnittelussa tulee erityisesti ottaa huomioon esteettömyys ja puhdistettavuus. Siinä täytyy olla kosteutta kestävä ja helposti siivottava mattosyvennys.

Siinä ei tulisi olla kynnyksiä ja lämmityksen voi toteuttaa esimerkiksi lämminilmaverholla tai – puhaltimella.

Koska palveluvalinnan, kosmetiikka- ja itsehoitotuotteiden tarjonta on lisääntynyt viime vuosina, on myös apteekkien tilan tarve kasvanut. Apteekin myymäläpuolen suunnittelussa tulee ottaa huomioon sisäänkäynti, odotustilat, reseptitoimitus, palveluvälinta- ja itsehoitotuotteiden sijoitus, apteekkosmetiikan sijoitus ja kassapisteet. Odotustiloja suunniteltaessa tulee ottaa huomioon selvä näköyhteys palvelupisteisiin ja vuoronumerotauluihin. Lapsille voi mahdollisesti järjestää oman odotustilan.

Odotustilat tulee sijoittaa siten, että sisäänkäynnistä mahdollisesti tuleva veto ei ulotu sinne. Niistä tulisi myös olla helppo kulkuyhteys palvelupisteisiin. Reseptitoimitus- ja suoratoimitustiskeillä tulee ottaa huomioon asiakkaan yksityisyyden suoja. Pisteiden välinen näkyvyys ja kuuluvuus tulee estää lisäämällä niiden etäisyyttä toisiinsa tai näkö- ja äänisuoja-levyjien avulla. Työskentelymukavuuden ja asiakkaan palvelun parantamiseksi niiden läheisyyteen tulee sijoittaa reseptilääkkeiden säilytyspaikka ja kollauspiste, kuitenkin siten, että asiakkaalla ei ole niihin pääsyä. Lääkelaki määrää ja valvoo, että reseptivapaat lääkkeet tulee selvästi erottaa muista esillä olevista tuotteista eivätkä ole sekoitettavissa niihin.



Palveluvalintakalusteiden tulee olla selkeitä ja helposti käytettäviä. Ne tulee olla seisomakorkeudelta käytettäviä ja niiden alaosassa on hyvä olla säilytystilaa tuotteille. Lääkkeiden läheisyyteen olisi hyvä sijoittaa myös palvelupiste. Palvelupisteet voivat olla pieniä seisomapöytätasoja ja niihin voi tarvittaessa sijoittaa pikakassan.

Apteekkosmetiikka voi erottua omana osanaan tai muodostaa kokonaan oman osastonsa. Apteekkosmetiikka saa erottua omalla toimittajakohtaisella imagollaan ja niillä on toimittajien puolesta omat kalusteensa. Kassapisteiden määrä riippuu apteekin koosta ja yleensä ne sijoitetaan ovien läheisyyteen. Ne voivat joko olla istuma- tai seisomapöytätasoja, ja niissä täytyy olla tilaa maksupäätte- ja lukijalaitteelle ja jonkin verran säilytystilaa. (RT 94–10864 Apteekit)

MUUT TILAT

Myyvälätilojen lisäksi apteekissa tulee olla myös työ- ja henkilöstötilat. Työtiloissa tulee ottaa huomioon steriiliys ja käsiteltävien aineiden erityisvaatimukset esimerkiksi palavien tai huumaavien aineiden kohdalla. Henkilöstötilat tulisi suunnitella mahdollisimman toimiviksi, asiallisiksi ja muuhun ilmeeseen sopiviksi, ja suunnittelussa olisi hyvä ottaa huomioon työpaikkakoulutuksen mahdollisuus. Työ- ja henkilöstötiloihin tulee suunnitella erikseen toimistotyötilat, kokous- ja koulutustilat, lääkeannostelu- ja valmistus, lääkkeiden säilytys, varastot ja arkistot, tavaran käsittelytilat, henkilökunnan sosiaali-tilat ja siivoustilat.

Toimistotyötiloissa apteekkari tarvitsee oman työhuoneen, jossa on työpiste ja mahdollisuus vieraiden vastaanottoon yhdestä kolmeen henkilöön. Apteekkarin lisäksi myös proviisori tarvitsee oman rauhallisen työskentelytilan. Toimistotyötiloissa tulisi olla lasikutustila, missä on toimistotyöpiste ja toimistotyöhön kuuluvat tietokone, puhelin ja tulostin. Koti- ja puhelinpalvelupistettä hoitaa farmaseutti, joka hoitaa kotisairaanhoidon tilauksia ja pitää yhteyttä lääkäreihin ja hoitaa tilatut lääkkeet asianmukaisesti hyllyihin.

Reseptin hoitopisteessä kirjataan ja toimitetaan puhelimitse annetut lääkemääräykset.

Kokous- ja koulutustiloja suunniteltaessa on otettava huomioon, että siellä on tarvittava välineistö luennoitsijalle ja tuote-esittelijöille. Tilan tarve riippuu henkilökunnan määrästä.

Lääkeannosteluun ja – valmistukseen täytyy suunnitella omat tilansa. Tarvittaessa tilasta täytyy löytyä erillinen dosettien koaamispiste apulaitteineen ja kalusteineen tai jos dosettien määrä on vähäinen, on pelkkä työtaso riittävä. Antibioottimikstuurien sekoittamista varten täytyy varata oma työpiste, johon sisältyy työtaso, poistopuhallin ja pulloille sopivat vetolaatikot.

Laboratorian tarve on nykypäivänä aika vähäinen. Siellä tehdään erilaisia kemiallisia ja fysikaalisia mittauksia tai valmistetaan lääkkeitä. Sen tarvittava välineistö on laboratorikalusteet, työtaso ja kaappi- ja hyllytilaa, vesipiste ruostumattomalla teräsaltaalla sekä siellä voidaan tarvita myös kuumailmakaappia ja vetokaappia. Aseptisen tilan suunnittelussa on erityisvaatimuksia. Sinne kulku tapahtuu sulun kautta ja sinne mentäessä huolehditaan erityisen hyvin hygieniasta ja vaihdetaan puhtaat vaatteet. Siellä on oltava ainakin yhden hengen työskentelypiste.

Lääkkeiden säilytystä varten tulee olla reseptilääkelaatikosto, siirtohyllystö, kylmäsäilytys ja turvakaappi. Reseptilääkkeet säilytetään vetolaatikostoissa ja niiden tilan tarve riippuu apteekin koosta. Niissä on hyvä olla laajentamismahdollisuus ja ne tulee sijoittaa reseptitoimituksen ja kollauksen välittömään yhteyteen. Siirtohyllystö on asiakirjoja varten ja niissä voidaan säilyttää myös harvemmin tarvittavia tavaroita. Osa lääkkeistä tarvitsee kylmäsäilytystä. Myrkyllisiä ja huumaavia lääkkeitä varten tulee olla turvakaappi.

Apteekit tarvitsevat paljon varasto- ja arkistointitilaa, sillä niiden varastoitavien tuotteiden lukumäärä ja arkistoitavien asioiden määrä on laaja. Suuri osa tuotteista pyritään kuitenkin sijoittamaan myynti- ja suoratoimitustiskiä läheisyyteen. Varastokalusteen tulee olla järjestelmähyllystö, jossa varusteina on koukkuja ja ripustimia. Myös hapot, palavat ja myrkylliset aineet tarvitsevat oman säilytystilansa.



Tavaran käsittelytilalla tarkoitetaan saapuvien ja lähtevien tavaroiden tarvitsemia tiloja. Saapuvan tavarahan vastaanottotilan täytyy olla suojattu ja mahdollisimman lähellä huoltoliikenneyhteyttä. Tila tulee olla mitoitettu päivittäisen tavarahan kulun määrään nähden. Tilassa täytyy olla työpiste atk-yhteyksin ja siellä saapuva tavara tarkastetaan ja siirretään oikeille paikoille. Lähtevän tavarahan pakkaustila voidaan yhdistää vastaanottotilan kanssa. Pakkauspiisteessä tulee olla jätteen keräily- ja poistopiste, jossa tarvitaan työtaso ja suuria astioita pakkauksessa syntyvää jätettä varten. Lääkejätteet ja käytetyt neulat säilytetään erillään muista jätteistä.

Sosiaalituloihin kuuluvat pukeutumistilat, pesu- ja wc-tilat ja taukotilat. Henkilökunnalla tulee olla pukeutumistila, jossa jokaiselle on oma henkilökohtainen tavaroiden ja vaatteiden säilytystila. Säilytystilassa olisi hyvä olla lukollinen osa arvotavaroille. Jos sosiaalitulat ovat eri kerroksessa, on hyvä sijoittaa myös työntekijöiden läheisyyteen pienet henkilökohtaiset säilytyslokerot. Henkilökunnan määrästä riippuen on sosiaalituloissa oltava miehille ja naisille erilliset wc-tilat ja mahdollisuuksien mukaan myös peseytymistila. Henkilökunnan ruokailua ja taukoja varten tulee olla oma erillinen tilansa. Tilassa tulee olla istuinryhmä, minikeittiö sekä kuiva- että kylmäsäilytystilaa. Taukotilaa voi käyttää myös koulutustilana.

Siivoustilassa säilytetään apteekin kaikki siivousvälineistö ja tilassa tulee olla pesuallas, hyllystö, kuivausteline ja välineet. Siivoustilan tarpeeseen vaikuttaa siivottavan tilan laajuus. Jos henkilökunnan työvaatteiden pesu järjestetään työpaikalla, tulee siivoustilaan järjestää myös mahdollisuus sille. (RT 94–10864 Apteekit)

MYYMÄLÄSUUNNITTELU

Myymälsuunnittelu on vahvasti osa myös apteekkien suunnittelu, sillä siinä pätee samat lainalaisuudet. Myymälsuunnittelun peruslähtökohtia on myymälän sijainti ja se on myös iso kilpailuvaltti. Sijainti ja muut liikkeet myymälän ympärillä vaikuttavat myymälän asiakaskuntaan. Oleellisia tekijöitä myymäläpaikan suunnittelussa on toimintaympäristön muutoksien huomioonottaminen, kuluttajien ostokäyttäytymisen muutoksiin vastaaminen ja liiketoiminnan ja uusien myymäläkonseptien kehittäminen. Myymälsuunnittelussa on keskeistä saada myymälä viihtyisäksi, ostaminen helpoksi, tekniikka ja työskentely sujuvaksi ja yhteensopivaksi. Myymälsuunnittelu tähtää kaupan tehokkuuden parantamiseen ja asiakkaiden asioinnin helpottamiseen.

Myymälsuunnitteluun kuuluu asiakaskierto, väritys, valaistus, opastus, materiaalit, esillepano, palvelut, tavarasijoitus, myymälätoiminnot, julkisivu ja jätehuolto. Myymälsuunnittelun lähtökohdat ovat myymälän konseptissa ja sen avulla asiakkaalle pyritään luomaan elämyksiä ja kokemuksia. Kysytyimpien tavaroiden ja palvelupisteiden oikealla sijoittelulla parannetaan asiakkaiden liikuvuutta myymälässä ja sen avulla myymälästä tulee avarampi ja houkuttelevampi. Myymälsuunnittelulla tulisi pyrkiä herättämään kaivatun kohderyhmän huomio ja palvelemaan sen tarpeita ja odotuksia. Asiakaskierron tulee olla toimiva ja johdattaa asiakas mahdollisimman monen tuotteen äärelle. Suunnittelussa ei tulisi unohtaa sitä, että ensivaikutelma myymälästä tulee sen ulkopuolella. (Heinimäki 2006)

PSYKKISET TEKIJÄT; TILAKOKEMUS JA MIELIKUVAT

Mielikuvilla on ratkaiseva tekijä ostopäätöksen tekemisessä. Tilan täytyy herättää positiivisia ja oikeanlaisia mielikuvia asiakkaassa, että asiakas tuntee sen miellyttäväksi ja viihtyisäksi. Positiivisella mielikuvalla on myös myönteinen vaikutus ostopäätöksen tekoon.

Lähtökohta myymälällä on palvella asiakasta ja pystyä ennakoimaan asiakkaan tarvitsemia tuotteita. Tila ei saisi olla ristiriidassa asiakkaan mielikuvien ja odotuksien kanssa. Myönteiseen mielikuvaan vaikuttaa asiakkaan henkilökohtainen maku ja historia, mutta joitakin asioita voi tarkastella myös yleisestä näkökulmasta. Miellyttävän tilan ominaispiirteitä on viihtyisä valaistus, valoisuus ja avaruus, siisteys, positiivinen ilmapiiri, tervetulleeksi tunteminen ja huomiointi. Näiden arvojen lisäksi apteekin tulisi vielä viestittää erityisesti ammattimaisuutta, luotettavuutta, puhtautta ja helpostilähestyttävyyttä.

APTEEKIN KAUPALLISUUDEN SUUNNITTELUSTA

Kaupallisuus on iso osa apteekin toimintaa, vaikka monet viroksuvatkin näiden kahden asian yhdistämistä. Apteekit ovat muun liiketoiminnan tavoin riippuvaisia liikevaihdosta, ja siksi se on otettava huomioon myös suunnittelussa. Kaupallisuus on iso ja tärkeä osa, mutta se ei saa vähentää apteekkien arvoa lääkepalveluiden tuottajana. Kaupallisuus tulisi nähdä mahdollisuutena, joka palvelee niin asiakkaan kuin apteekinkin etuja.



6

6 SUUNNITTELUN TAVOITTEET

VISUAALISUUS

Suunnittelutyön tavoitteena on saada apteekkitila visuaalisesti vastaamaan niitä mielikuvia, jotka edistävät niiden näkevyyttä ja tunnettuutta. Apteekin tulisi herättää tiettyjä mielikuvia, joita ovat ammattitaito, luotettava, terveys, hyvinvointi, helposti lähestyttävä, palvelualltius ja puhtaus.

Koska ihmiset ovat enenevässä määrin kiinnostuneita terveydestä ja hyvinvoinnista, tulisi apteekkienkin vastata tähän tarpeeseen ja korostaa osaansa terveystalouden tarjoajana. Tuotteiden lisäksi apteekkien tulisi tuoda esille vahva asemansa terveydenhoitoalan edustajana ja osata tarjota sitä tietoa, mikä niillä on. Apteekkikonseptin suunnittelussa tilasuunnittelulla on lopuksi aika pieni osa, sillä markkinointi on ensimmäinen askel, millä voidaan vaikuttaa ihmisten mielikuviin ja ohjata asiakkaat hakemaan näitä asioita apteekista. Pelkkä tilasuunnittelu ei siis riitä, vaan koko konseptin suunnitteluun tulisi ottaa mukaan mainonta, henkilökunnan koulutus ja itse tila ja mitä se viestii. Oikeanlaisen markkinoinnin avulla saataisiin ihmiset näkemään apteekki muunakin kuin lääkkeitä toimittavina paikkoina ja se ohjaisi asiakkaita hakemaan sieltä myös hyvinvointiin liittyviä palveluja ja tuotteita.

Markkinoinnin jälkeen tulisi tilan palveluiltaan ja visuaaliselta ilmeeltään vastata asiakkaan odotuksia tai yllättää positiivisesti. Yleensäkin positiivisilla kokemuksilla on suuri vaikutus mielikuviin, ostopäätökseen ja haluun palata samaan liikkeeseen uudestaan ja pysyvään asiakassuhteeseen. Vaikka apteekkiä ei koetakaan kaupallisena liikkeenä, on se kuitenkin oleellinen osa apteekkiä toimintaa ja siinä on kyse kuitenkin kumman puoleisesta hyödystä; apteekki saa myytyä tuotteitaan ja asiakas saa ammattitaitoista palvelua ja tietoa lääkkeen tai hyvinvointituotteen käytöstä.

Ensimmäinen mielikuva liikkeestä asiakkaalle tulee jo sen ulkopuolella sen näyteikkunasta ja graafisesta ulkoasusta. Siksi näyteikkunassa olevan apteekin nimen fontilla ja käytetyillä symboleilla, valaistuksella ja mainonnalla voidaan vaikuttaa mielikuviin ja asiakkaan ohjaamisesta liikkeeseen. Toinen tärkeä vaikutelma syntyy kun asiakas tulee liikkeeseen. On tärkeää, että liikkeen sisäpuoli vastaa sitä, mitä se ulkopuolellaan viestii.

Asiakkaan sisään astuessa visuaalisen ilmeen lisäksi asiakkaan huomioiminen synnyttää positiivisia mielikuvia. Mitkään seikat eivät toimi erillisinä toisistaan vaan niiden kaikkien kokonaisuus on ratkaiseva. Siksi miellyttävä ja esteettinen ulkoasu ei ole riittävä, sillä asiakkaan on myös tunnettava olonsa tervetulleeksi ja huomioiduksi. Myöskään tilan esteettisyys ei rakennu jostain yhdestä asiasta tai väristä, vaan kaikista tilassa käytetyistä elementeistä, jotka synnyttävät halutun tunnelman. Yksi elementti ei tee tilasta esteettisesti miellyttävää vaan tila täytyy myös kokea ja aistia miellyttävänä, ja siihen vaikuttaa kalusteiden lisäksi tilan arkkitehtuuri ja valaistus.

TOIMINNALLISUUS

Visuaalisuus toteutuu toimivuuden ehdoilla. Toimivuus tulisi suunnitella parhaalla mahdollisella tavalla asiakkaan, henkilökunnan ja kaupallisuuden kannalta. Hyvä asiakaskierto, kalustesijoittelu ja opasteet palvelevat kaikkia näitä tahoja ja toimivat koko myymälän runkona. Toiminnallisuuden suunnittelussa tulee huomioida myös asiakkaat ja heidän toimintojen helppous myymälässä asioidessa. Kassan, suoratoimitustiskien ja myymäläkalusteiden sijoittaminen tulee tehdä myös asiakkaan tarpeita ajatellen ja siten, että myymälä on helposti luettavissa ja se on havainnollinen.

ammattitaito
luotettava
terveys
hyvinvointi

helposti
lähestyttävä
palveluaittius
puhtaus



16, 17, 18, 19, 20, 21, 22,

MUUT

Apteekin suunnitteluun kuuluu turvallisuuden huomioon ottaminen. Osa apteekista saatavista tuotteista ei saa joutua väärin käsiin tai ovat muuten vaarallisia, joka tulee ottaa huomioon lääkesäilytyistä suunniteltaessa. Ostoskeskuksissa sijaitsevat apteekit yleensä kuuluu sen yleisen turvallisuuden valvonnan piiriin, mutta muista myymälöistä erillään olevat apteekit joutuvat hoitamaan sen muulla tavoin. Yleisesti apteekkeissa on käytössä turvakamerajärjestelmä ja apteekin kiinni ollessa yleinen hälytysjärjestelmä. Päivystävät apteekit, jotka ovat myöhään illalla tai läpi vuorokauden auki joutuvat kiinnittämään erityishuomiota turvallisuuteen.

Suunnittelussa tulee ottaa huomioon apteekin uskottavuuden säilyttäminen ja yleisesti sen yhteiskunnallinen asema ja siellä myytävien tuotteiden luonne. Suunnittelun tulos ei saa olla apteekkialasta harhaanjohtava tai sen arvoa vähentävä. Myymäläsuunnittelua tehtäessä on otettava ala erityishuomioon ja toimia parhaalla, sitä tukevalla tavalla.

7

7 SUUNNITELTAVA KOHDE

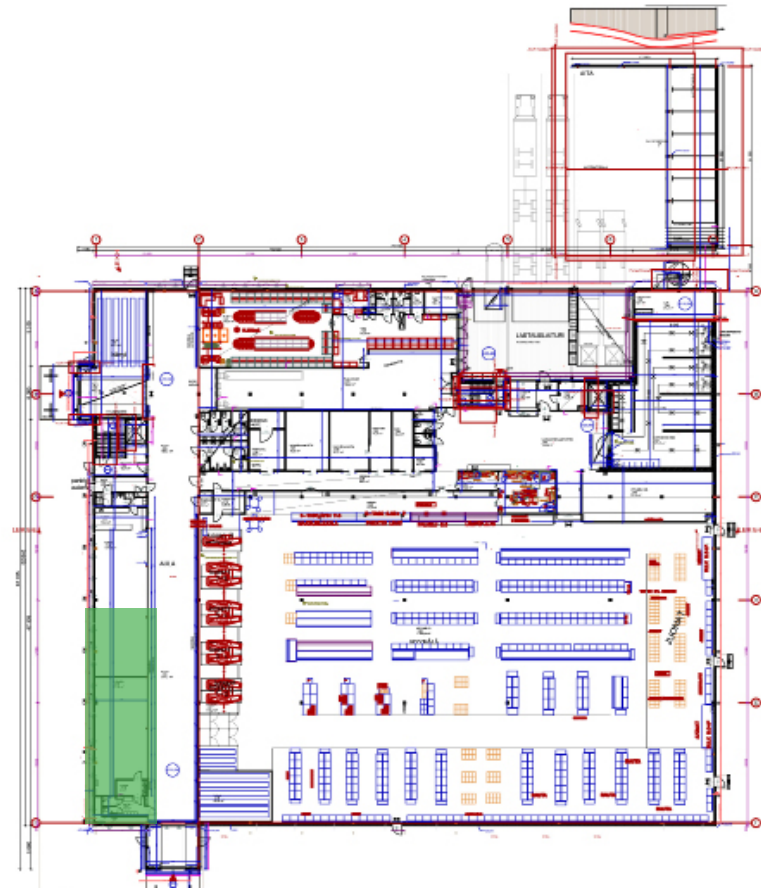
APTEEKKI YLLÄKSELLE

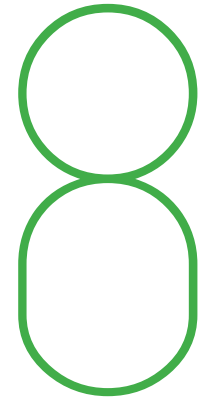
Opinnäytetyössäni suunnittelen fikttiivisesti toteutuvaa kohdetta Jounin kauppaan Ylläkselle. Ylläksen Äkäslompolalla sijaitseva Jounin kauppa siirtyy rakenteilla oleviin uusiin tiloihin Syksyllä 2008. Ostoskeskuksen yhteisneliömäärä on noin 6000 m², josta apteekin todellinen pinta-ala on 95 m². Opinnäytetyössäni otan huomioon apteekin sijainnin, mutta kooltaan käsittelen sitä isompana, mitä se todellisuudessa tulee olemaan. Opinnäytetyössäni apteekin kokonaispinta-ala on noin 160 m², joista tauko- ja sosiaali tilat ovat 20 m².



23, 24

Aiheen rajauksen takia tutkin vain myymälätilaa, joten suoratoimitustiskien taakse jäävä tila ja henkilökunnan tilat jäävät käsittelemättä. Ostoskeskuksen pääasiakasryhmä on hyvin toimeen tulevat turistit ja suunnittelutyössä tulee ottaa huomioon sen monikielisyys. Ostoskeskuksessa muut liikkeet ovat tyypillisiä siihen nähden, että se on ainoa iso ostoskeskus lähialueella ja sen asiakkaat ovat turisteja. Apteekkitilan lähimmät liiketilat on Jounin kaupan myymälä ja Alko. Liiketila sijaitsee pääkäytävän varrella, jossa on edestakainen kulku sisään ja ulos, sekä sen edestä on kulku Jounin kauppaan ja sieltä poistumistiet kassojen läpi ulos.





8 SUUNNITTELU - PROSESSI

IDEOINTI

Apteekkiala ei ollut minulle ennestään tuttu, joten ennen varsinaista ideointia oli tehtävä alan taustan ja toimintatapojen kartoitus. Tarkempi tutustuminen alaan, sen historiaan ja siellä tapahtuviin toimintoihin oli välttämätöntä suunnittelutyön aloittamisen kannalta, ja tämän myötä minulle selkeni mitä erityisasioita minun tulee huomioida. Taustakartoituksen myötä minulle selkeni esimerkiksi suoratoimitustiskin toiminnot ja tuotehylyjen osalta se, että niihin täytyy sisällyttää myös lääkesäilytys ja minkälaisen tilan ne vaativat. Myös myytävien tuotteiden valikoima tarkentui aikaisemmasta käsityksestäni ja suunnittelutyön kannalta on tärkeää ymmärtää, että lääkkeet ja vapaan kaupan tuotteet eivät saa sekoittua keskenään myymälässä.

Taustatutkimuksen lisäksi aloin tutustumaan yleisesti myymälöiden suunnitteluun selailemalla alan kirjallisuutta ja lehtiä ja havainnoiden mitkä ratkaisut ovat olennainen osa myymäläsuunnittelua. Myymäläsuunnittelusta on varsin vähän julkaistua kirjallisuutta, joissa olisi kerrottu tarkemmin myymäläsuunnittelun periaatteista, joten sen lisäksi tutkin markkinointiin ja brändäykseen liittyvää aineistoa. Katselin myös paljon kuvia myymälöistä ja show-romeista, ja niissä lähinnä keskityin esillepanoon, tuotehylyjen rakenteisiin ja yleiseen myymälän grafiikkaan.

Tätä tutkimusta tehdessä löysin myös muutaman esimerkiksi toteutetun apteekin ulkomailta. Lisäksi haastattelujen perusteella kokosin tärkeimmät mielikuvat, mitä apteekin tulisi viestiä ja niistä jokaisesta erikseen kasasin mielikuvakartat, jotka toimivat pohjana visuaalisen ilmeen suunnittelussa.

Varsinaisen kohteen ideoinnin aloitin käsin luonnostelemalla, mikä on minulle luontevin tapa. Luonnostelin erilaisia pohjaratkaisuja, apteekin ulkoasuajamyyväläkalusteita rinnakkain saadakseni aikaan mahdollisemman yhtenäisen kokonaisuuden.

ASIAKASKIERTO JA TILAOHJELMAT

Asiakaskiertoa tutkiessa tuli ottaa huomioon apteekkitilan sijainti ostoskeskuksessa muihin liikkeisiin nähden. Vaikuttavampia tekijöitä oli vastakkaisella puolella käytävää olevat kaupan sisäänkäynti ja sieltä ulos tulo kassojen läpi. Myös käytävän edes takaisin liikkuvat asiakasvirrat tuli ottaa suunnittelussa huomioon siten, että apteekki olisi mahdollisimman helposti huomattava ja lähestyttävä.

Asiakaskiertoa miettiessä tuli ottaa huomioon varsinkin oven ja kassan sijainti tilaan ja suoratoimitustiskeihin nähden. Suoratoimitustiskien paikka tuli automaattisesti tilan perälle, koska niiden on oltava henkilökunnan läheisyydessä ja niiden takana on oltava tila lääkesäilytykselle, joten muiden asioiden sijoittaminen tuli tapahtua niiden ehdoilla. Toimeksiantajan ehdotuksesta tutkin tilaa kahdessa eri koossa ymmärtääkseni, mistä asioista asiakaskierto koostuu ja miten se muuttuu kun tilan koko ja muoto muuttuu.

LUONNOS 1



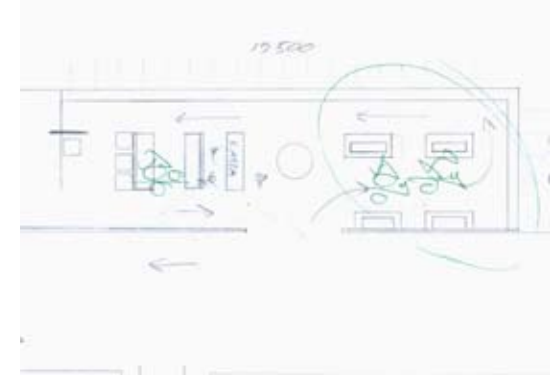
- + oven sijainti hyvä ja keskeinen vastapuolen kassoihin nähden
- + kassan sijainti hyvä oveen nähden valvonnan ja neuvonnan suhteen
- + ovelta asiakas näkee suoraan suoratoimitustiskin ja kassan sijainnin
- liian paljon tyhjää tilaa
- asiakaskierto ei ohjaa kiertelemään kaikkialla myymälässä
- tiskin takana olevat hyllyt ei ulotu valvonnan alle

LUONNOS 2



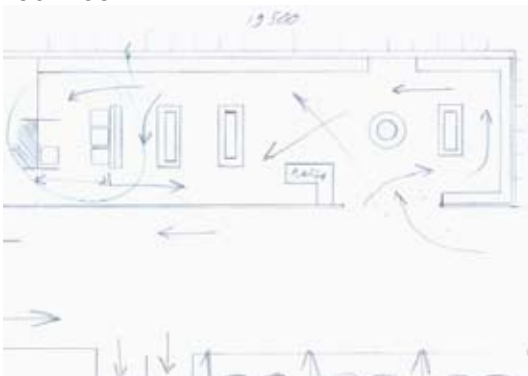
- + kassan sijainti keskeinen
- + oviaukko keskeisellä kohtaa kaupan kassojen ulostuloa nähden
- kassan sijainti huono, sillä sen takana oleville asiakkaille kassalla oleva työntekijä on selin
- kalustesijoittelu vähän liian väljä kaupallisesti ajateltuna
- koko lasiseinä jää tyhjäksi
- suoratoimitustiski vähän piilossa

LUONNOS 3



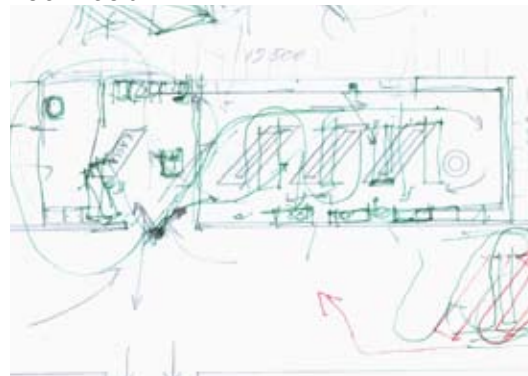
- + suoratoimitustiski ja odotuspaikat muodostavat oman kokonaisuutensa
- + kassan sijainti on valvonnan ja neuvonnan kannalta hyvä
- oviaukon sijainti ei ole paras mahdollinen myymälään ja käytävään nähden
- näkymät kassalle takaapäin ei ole hyvät (työntekijä selin, tarvikkeisto tulee näkyville)
- myymälän oikea puoli jää asiakkailta mahdollisesti kiertämättä

LUONNOS 4



- + oviaukon sijainti hyvä kaupan kassoihin nähden
- + oviaukosta ja sen takana olevasta seinästä mahdollisuus tehdä näyttävä asiakkaita houkutteleva kokonaisuus
- + suoratoimitustiski ja odotuspaikat muodostavat oman kokonaisuuden
- suoratoimitustiskin ja odotuspaikkojen etäisyys liian pieni
- ikkunaseinä jää kokonaan tyhjäksi
- kulmakohdat hankaloita tuotehyllyjen kannalta

LUONNOS 5



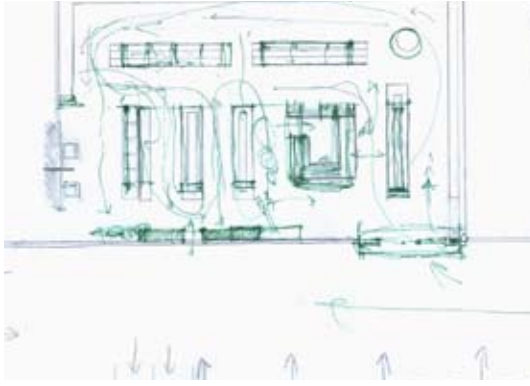
- + kokonaisvaltainen tilan käyttö
- + kassalta näkyvyys koko myymälätilaan
- oviaukon kohta juuri kaupan sisään menon kohdalla ja sen vuoksi voi olla kilpailevassa asemassa sen kanssa
- myymäläpuoli voi jäädä kokonaan kiertämättä, sillä kaikki tärkeimmät toiminnot on sijoitettu oven läheisyyteen (suoratoimitus ja odotuspaikat)
- odotuspaikat ja suoratoimitustiski etäällä toisistaan

LUONNOS 6



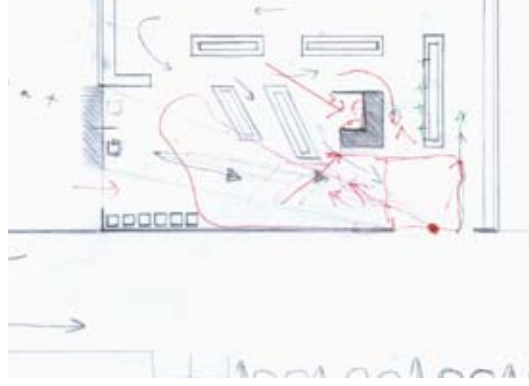
- + tila kauttaaltaan käytössä
- + suoratoimitus ja odotuspaikat oma kokonaisuutensa
- + kassan sijainti hyvä koko myymälään nähden eikä siihen tule epäedullisia katselukulmia mistään kohdasta
- + mahdollistaa kaksipuoleisen kassapalvelun
- + asiakaskierron kulkusuunta yksiselitteinen
- pohjaratkaisu on vähän yllätyksetön

LUONNOS 7



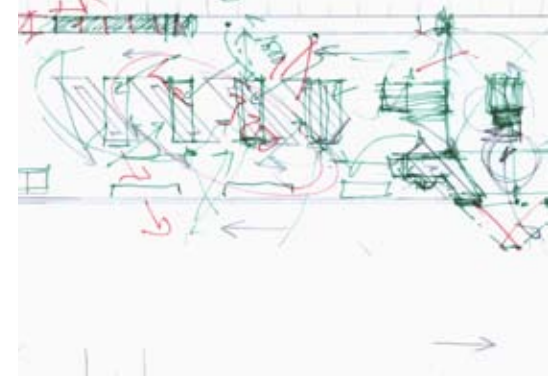
- + oviaukko on hyvä asiakaskierron kannalta ja kulkusuunta on selkeä
- + selkeä suoratoimitustiskien ja odotuspaikkojen kokonaisuus
- + selkeä ja monipuolinen kassakokonaisuus
- + oviaukolta näkee tärkeimmät sijainnit, suoratoimitustiskit ja kassan

LUONNOS 8



- + kassan ja suoratoimitustiskien sijainnin näkeminen ovelta
- + kassalta sijainti hyvä valvannon ja opastuksen suhteen
- + vinot kalustesuunnat antavat vaihtelua pohjaratkaisuun
- + suoratoimitustiskien ja odotuspaikkojen läheinen sijainti toisiinsa nähden
- + hyväoven sijainti kaupa kassoihin nähden
- liian monta vaihtoehtoa lähteä kiertämään myymälää sisään tullessa

LUONNOS 9



- + hyvä kassan sijainti neuvonnan ja palvelun suhteen
- + kassaan ei tule epäesteettisiä tai negatiivisia katselukulmia
- + tehokas tilankäyttö
- + tarvittavan väljä ja avara
- + selkeä ja yksiselitteinen asiakaskierto
- + kalustesijoittelu antaa mahdollisuuden ikkunapinta-aloihin
- + mahdollisuus tehdä sisääntulosta näyttävä ja

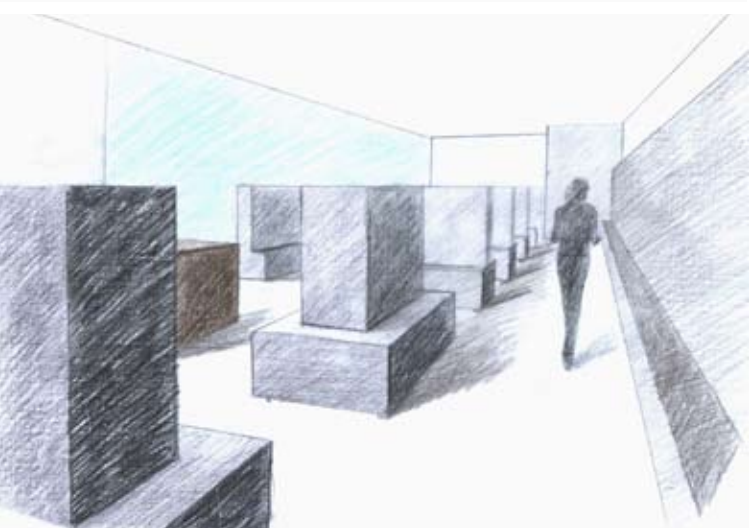
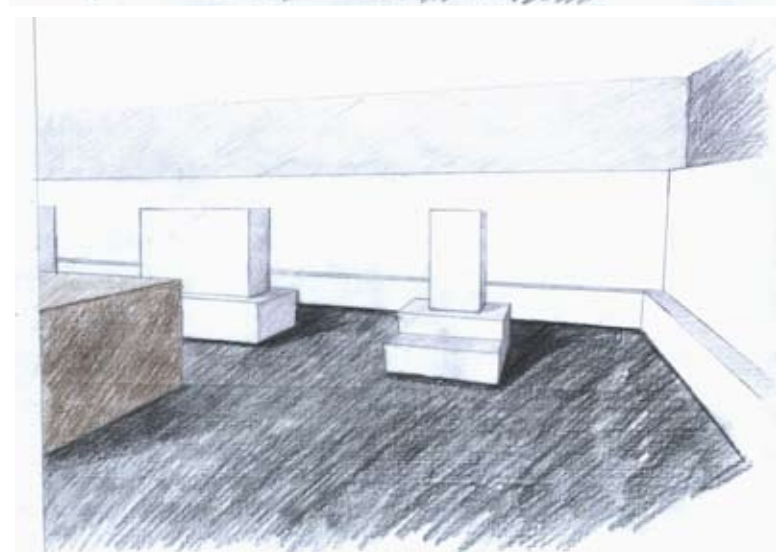
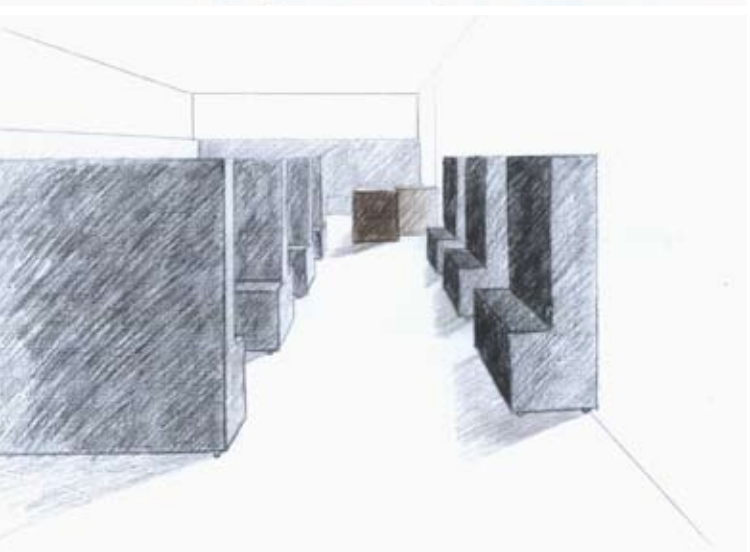
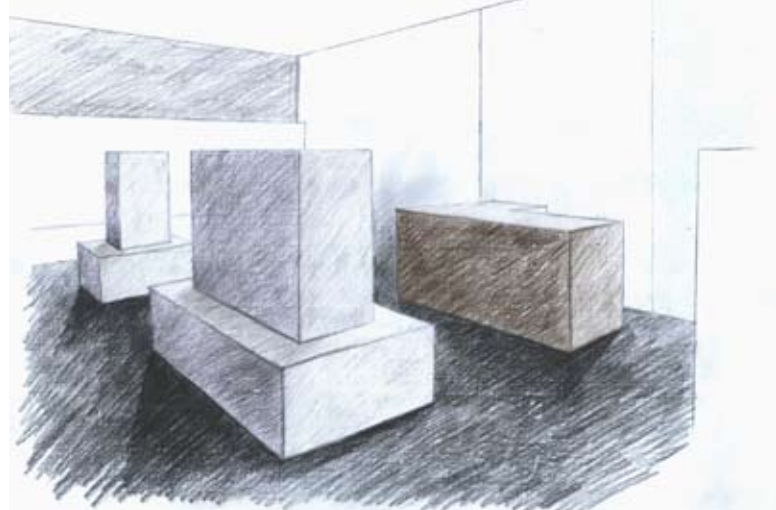
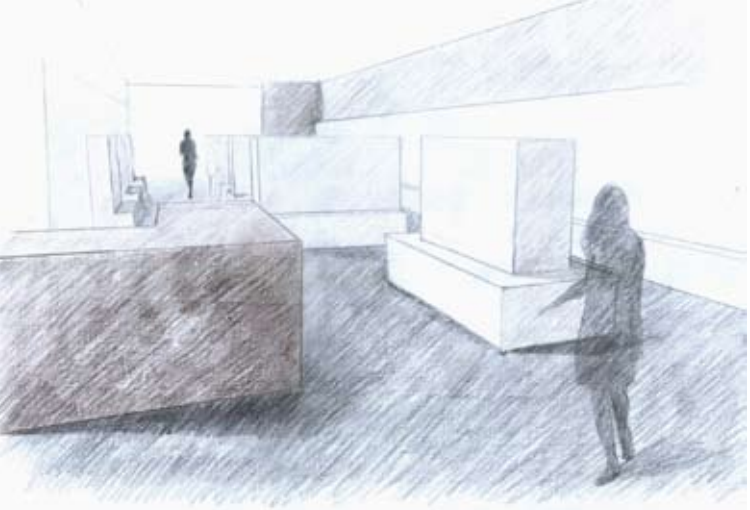


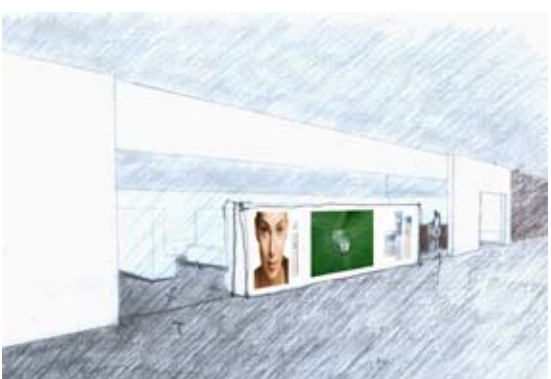
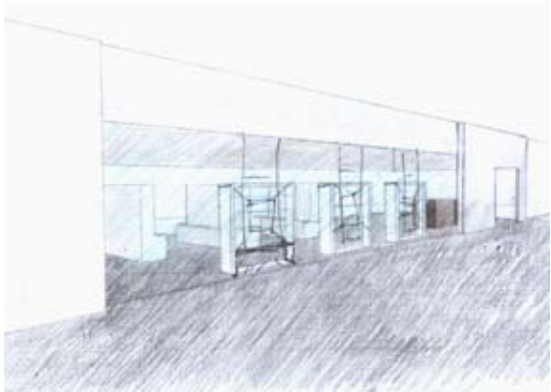
Luonnos numero 9 osoittautui parhaaksi jatkokehittelyä varten. Sisääntulon sijoittuessa tilan oikeaan reunaan se mahdollistaa toimivan asiakaskierron suunnittelun ja on myös muihin liikkeisiin nähden hyvällä kohdalla, sillä kaupan kassoilta on silloin siihen suora näkyvyys ja muutenkin on käytävään nähden keskeisellä paikalla. Asiakaskierto on loogista suunnitella oikeanpuoleiseksi, sillä se on ihmisen luonnollinen kulkusuunta ja kassan sijainti heti vasemmalla osoittaa asiakkaalle, että se on poistumissuunta. Sisääntulo ei saa olla myöskään liian väljä, sillä silloin asiakkaiden kulkusuunta ei ole niin hyvin ohjattavissa. Hyvin suunnitellun asiakaskierron myötä asiakas kiertää mahdollisimman ison osan myymälää ja ehkäisee risteävää liikennettä, mikä on varsinkin ruuhka-aikaan tärkeää. Hyvä asiakaskierto on siis sekä myymälän että asiakkaan etu.

Pohjaratkaisunselkiytyessä jatkoin luonnostelemallatilastaperspektiivikuvia. Tämän myötä aloin hahmottamaan tilan ja kalusteiden mittasuhteita ja niiden suhdetta toisiinsa. Kulkuväylien leveydet tulisi olla 1200 mm-1500 mm esteettömyyden vuoksi. Keskilattian ja ikkunan edessä olevien kalusteiden korkeudet tulisi olla 1500 mm, etteivät ne peitä näkyvyyttä. Seinäkalusteiden korkeudet voivat olla korkeampia ja niiden ylimmät hyllyt tulisi suunnitella siten, että sinne yltää vaivattomasti eli 1800 mm korkeuteen.



Tilan massoittelun jälkeen aloin miettimään tilan rytmitystä ja sen jakoa osioihin. Tilan mielenkiintoisuuden aikaansaamiseksi myymälä ei voi olla pelkkää hyllyjonoa, vaan sitä täytyy jakaa selkeisiin osioihin, mikä herättää asiakkaassa mielenkiintoa ja jättää muistijälkiä. Tilan jakaminen osioihin perustuu symmetriaan ja yhtenäisen rytmin löytämiseen kalusteiden ja aukotusten välille. Kalustesijoittelun rinnalla on koko ajan pidettävä myös myymälän ulkopuoli mukana, sillä aukotukset tuovat myymälään näkymiä ulkoa ja päinvastoin.





Kyseisessä kohteessa käytävän puoleinen julkisivu on varsin tärkeä, ja loogiselle tuntui peittää oviaukon kohta kassan takia, mutta ei peittää sisäjulkisivua kuitenkaan kokonaan. Käytävälle näkyvät tuotteet ovat osa kaupallista ajattelua ja se näyttää asiakkaille ulkoapäin, minkälaisia tuotteita kyseisessä myymälässä on saatavilla. Myymälään avautuvat näkymät ovat tarkoitus toimia houkuttimina. On kuitenkin hyvä, että osa ikkunapinnasta on peitossa, sillä se myös herättää mielenkiintoa myymälää kohtaan. Näkymät myymälään tulisi olla selkeitä, ettei asiakkaalle synny sekavaa mielikuvaa. Aluksi suunnittelin sisäjulkisivun olevan suurimmaksi osaksi lasipintaa, mutta paremman mainospinta-alan takia jatkoin sen kehittelyä umpinaisemmaksi.

MATERIAALIT, VÄRIT JA KALUSTEET

Materiaalien ja värien suunnittelun aloitin miettimällä, miltä myymälä ja sen ulkopuoli tulisi näyttää kokonaisuutena. Tärkein mielikuva myymälästä syntyy jo sen ulkopuolella, joten sen on kuljetettava suunnittelussa mukana heti alusta lähtien. Ulkoasun täytyy olla houkutteleva, mielenkiintoinen ja samalla informatiivinen. Ulkoasusta tulee selvitä, mikä myymälä on kyseessä eikä sen tule olla harhaan johtava. Apteekin kaltaisessa myymälässä on ulkoasuun hyvä jättää myös mainospinta-alaa, sillä se on osa todellisuutta, että apteekki haluaa mainostaa myytäviä tuotteitaan ja tuotemerkkejään. Kaupallisen alan kohdetta ei voi suunnitella pelkästään visuaalisuuden ehdoilla.

Visuaalisen ilmeen tulisi olla mahdollisimman kansainvälisesti ymmärrettävä kohteen pääasiakastyypin takia. Vihreä risti on kansainvälinen apteekin symboli, ja tämän vuoksi olen ottanut sen ilmeen suunnittelun lähtökohdaksi. Vihreä risti tuntui luonnolliselta valinnalta siitakin syystä, koska kohteella ei ole nimeä tai aikaisempaa visuaalista tunnettuutta, jonka ympärille uuden ilmeen olisi voinut rakentaa. Apteekin ilmeen suunnittelussa on kantavana voimana myös keräämäni mielikuvakartat, joita käytän ristin lisäksi ilmeen suunnittelussa.

Tein julkisivusta, sisätilasta ja kalusteista lukuisan määrän luonnoksia ja värikokeiluja, joiden pohjalta apteekin väri- ja materiaalimaailma alkoi muodostua vihreän ristiteeman ympärille ja siihen sopivaksi. Kokeilin erikokoisia väripintoja tilassa ja julkisivussa, ja näiden pohjalta lähdin kehittämään selkeää ja raikasta kokonaisuutta, jossa valkoista on paljon ja vihreä risti tulee selkeästi esille.

Kalusteiden suunnittelussa oli lähtökohtana toimeksiantajan käyttämä hyllynkiinnitysmenetelmä profiilien avulla, ja niihin perehtymällä aloin miettimään, miten niitä voisi käyttää kalusteissa. Aikataulun takia en voinut keskittyä kalustesuunnitteluun niin paljon kuin olisin halunnut, mutta lähtökohtana niiden suunnittelussa oli saada näyttämään ne raikkailta ja selkeiltä ja käyttää materiaaleja, jotka tukevat tätä mielikuvaa.

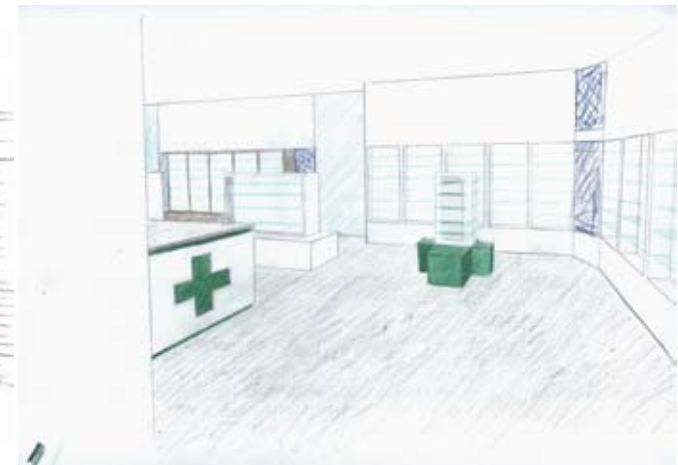
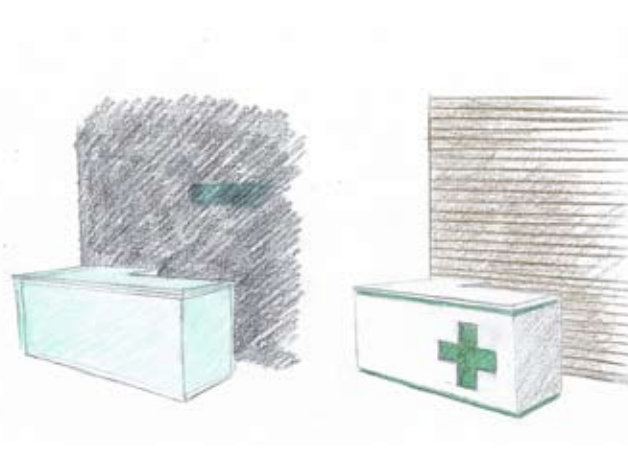
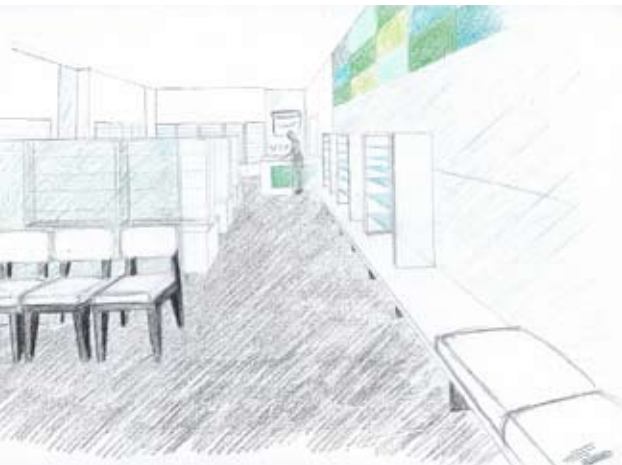
Halusin suunnitella kalusteista mahdollisimman selkeitä, ettei yleisilmeestä tulisi liian sekava, kun kalusteet täytetään tuotteilla. Tämän takia aloin luonnostelemaan osan kalusteista seinäelementin tapaisiksi, jolloin se ei erotu erillisenä objektina tilassa. Kalusteiden materiaaleina mietin alusta lähtien käytettävän paljon läpinäkyviä tai – kuultavia materiaaleja, kuten lasia ja pleksiä. Kalusteet tuli suunnitella yleisten apteekkien kalusteiden mitoitusten mukaan ja keskikäytävälle sijoitettavien kalusteiden korkeus oli erityisen tärkeä, etteivät ne peitä näkyvyyttä.

Kun julkisivun ilme ja kalusteiden tarvitsemat mitat alkoivat selkiytyä, siirryin jatkamaan tilan suunnittelua tietokoneella. Mallinnettuani tilan, aloin kokeilemaan värien ja materiaalien käyttöä tilassa ja kalusteissa.

OPASTEET JA NIIDEN SIOITTAMINEN

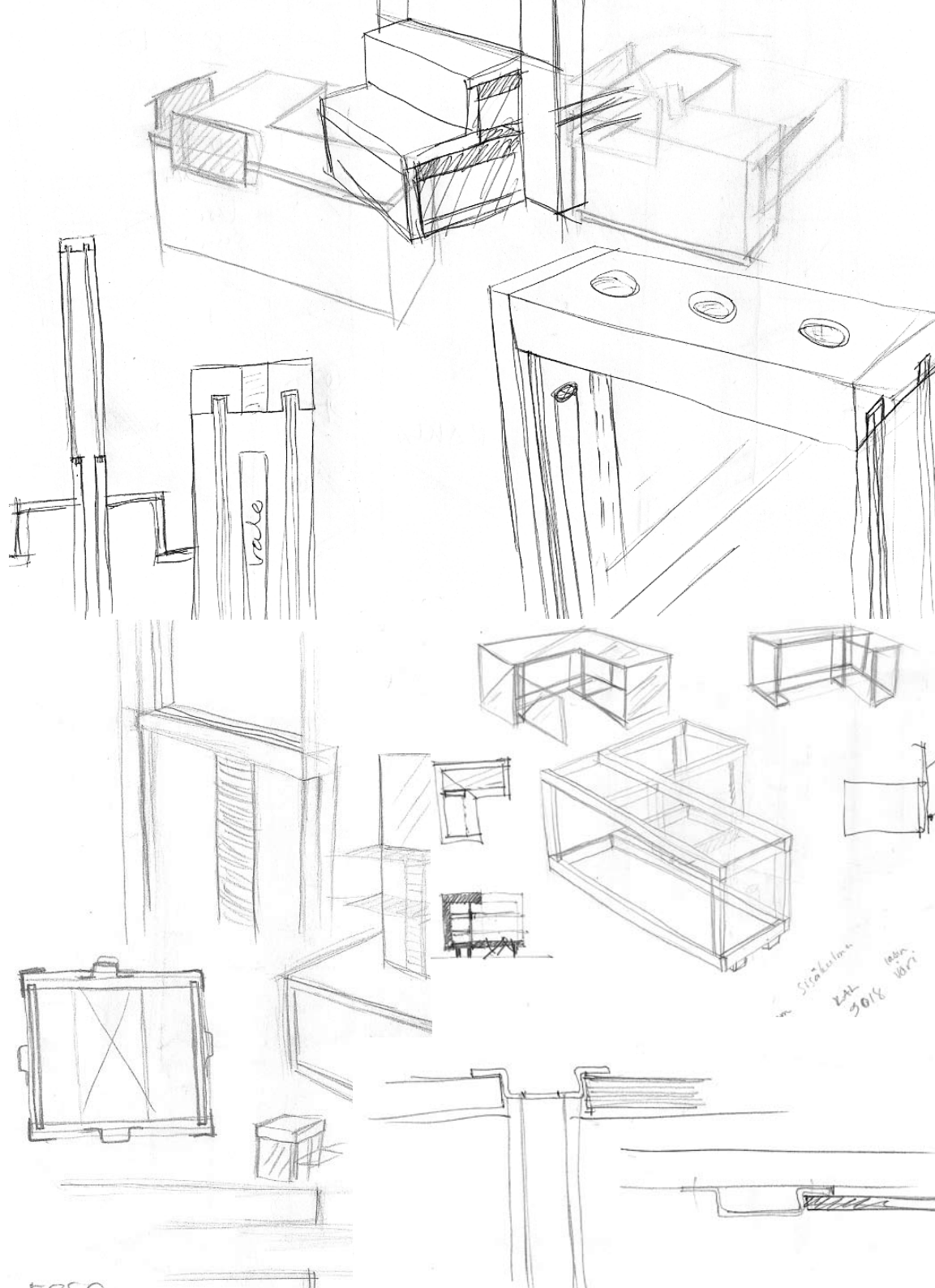
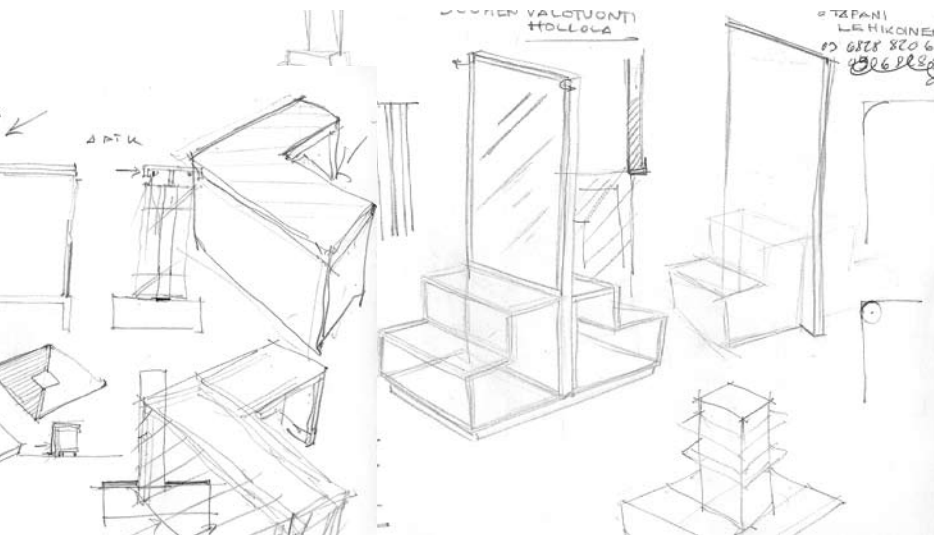
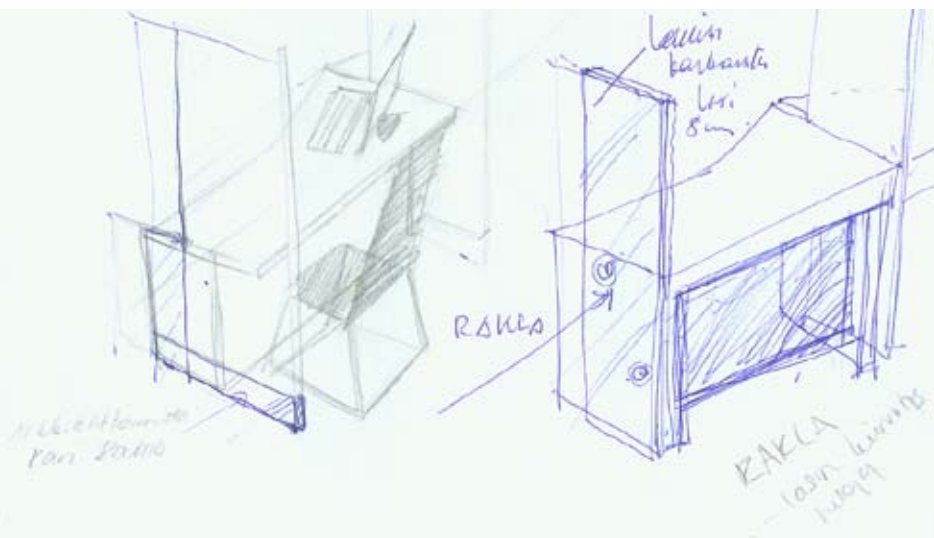
Apteekkiin tullessa olisi asiakkaan heti hyvä havaita, missä eri toiminnot sijaitsevat. Suoratoimitustiskin ja kassan on erotettava myymälästä, ja siksi lähdin heti alusta lähtien suunnittelemaan niitä selkeiksi erillisiksi kokonaisuuksiksi. Vuoronumeropisteen paikka tuntuu luontevimmalta lähellä suoratoimitustiskejä ja sijainniltaan sellaisessa kohtaa, missä se tulee kulkureitin varrelle. Koska tuotehyllyt tarvitsevat oman opastuksensa, tulee niiden hierarkkisesti erottua muusta opastuksesta. Suunnittelussa tuli ottaa huomioon tekstin koko ja tekstin ja sen taustan kontrasti, jotta siitä tulee tarpeeksi näkyvä. Halusin ottaa opastuksessa huomioon myös mielikuvien voiman ja pyrkiä tekemään kassan ja suoratoimitustiskien opastuksesta virallisemmän ja tuotteiden opastuksesta leikkisämmän, minkä voi toteuttaa materiaalin ja värin vaihtumisella.

Apteekin sijainnista riippuen eri kielten käyttö tulee ottaa huomioon opastuksessa. Aiheen laajuuden takia päädyin supistamaan opastusten suunnittelua, sillä sitä varten olisin tarvinnut tarkempaa tutkimustyötä, mitä kaikkia kieliä olisi kyseisessä kohteessa käytettävä. Päädyin siis käsittelemään opastusta yleisellä tasolla ja miettimään mihin kohtaa myymälässä ne sijoitan ja tuoteopasteiden osalta mietin, missä kohtaa kalustetta niiden tulisi olla.





KALUSTELUONNOKSIA



9

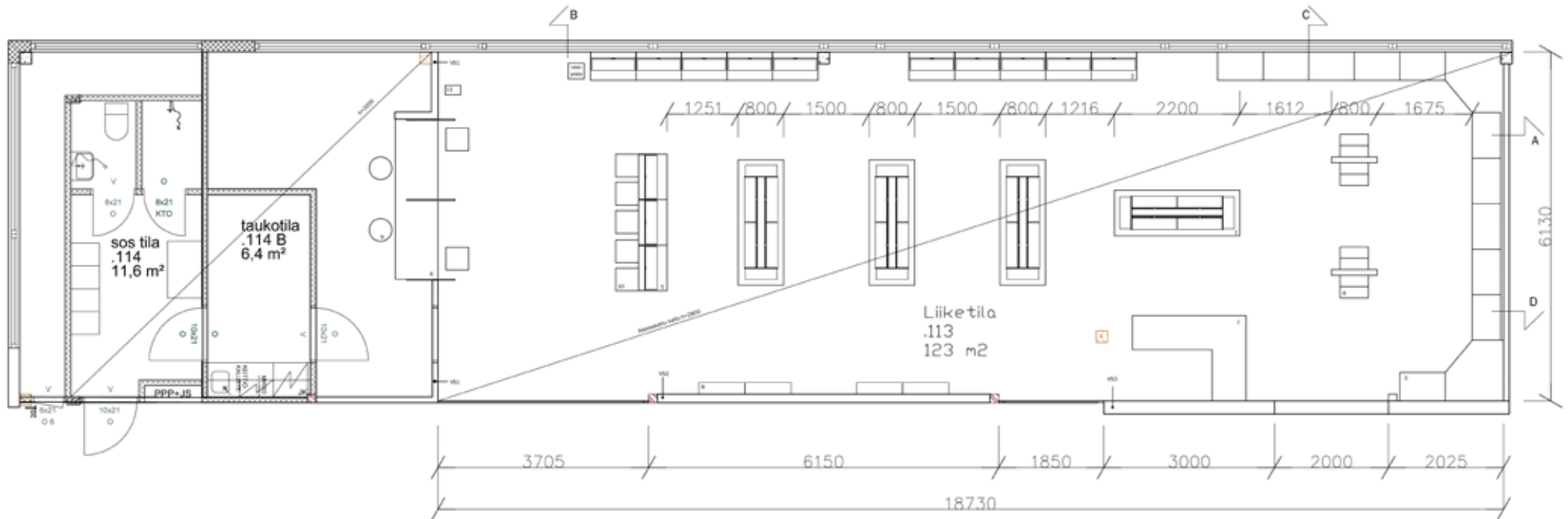
9 TILASUUNNITELMA

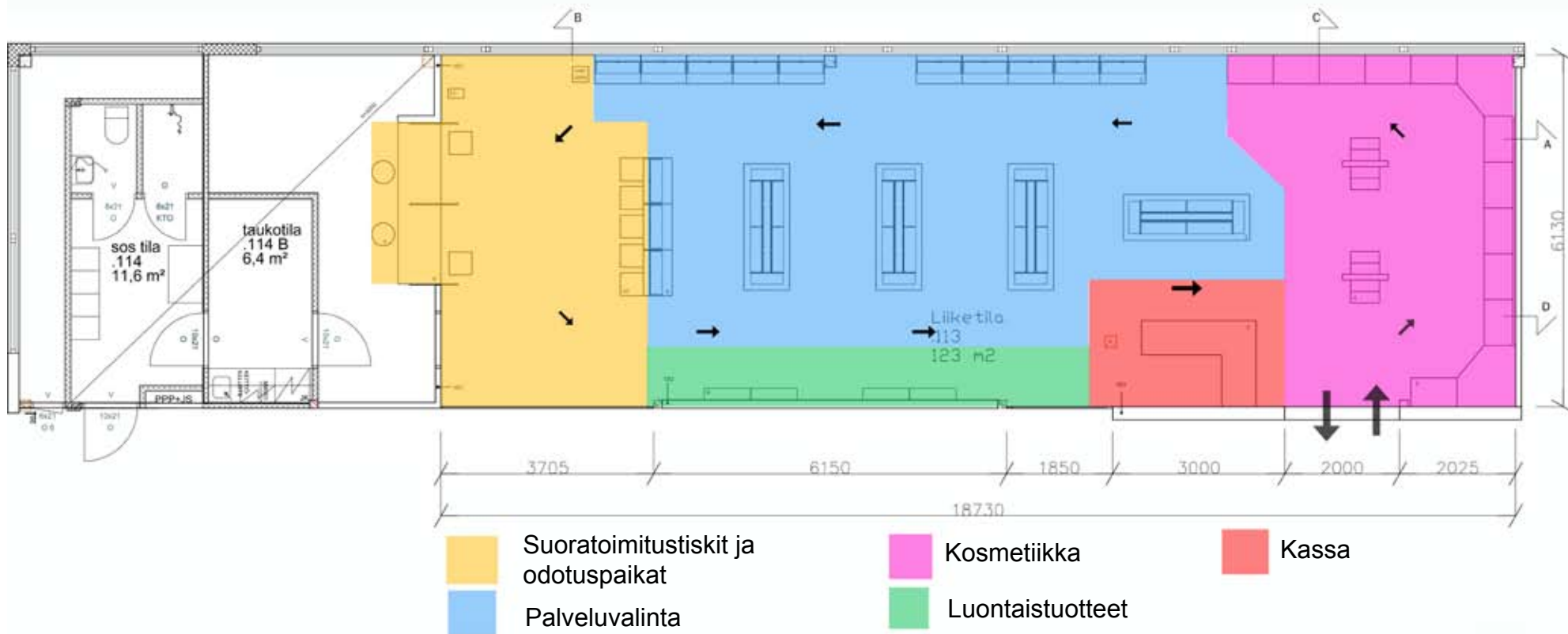
POHJARATKAISU

Oviaukon, kassan ja suoratoimitustiskien paikkojen selkiytyä muodostui kulkuaukon eteen itsenäinen alue, johon oli luonnollista sijoittaa kosmetiikkatuotteet. Tilan jäsentelyn ja kaupallisen suunnittelun näkökulmasta tämä oli hyvä ratkaisu, sillä kosmetiikka toimii houkuttimena asiakkaille ja siihen saa sisällytettyä visuaalisesti kiehtovaa kuvapintaa. Ovelta on suora näkyvyys kassalle ja suoratoimitustiskeille, ja niiden väliin jää apteekin palveluvalintapuoli.

Tila on pohjaratkaisultaan helppokulkuinen ja loogisesti etenevä. Kosmetiikka-alueen jälkeen asiakkaalle avautuu palveluvalintapuoli ja näkyvyys suoratoimitustiskeille. Myymälän perältä on näkyvyys kassoille ja myymälän ja ostoskeskuksen käytävän puoleisella seinällä on hieman erityyppisiä tuotehyllyjä esimerkiksi luontaistuotteille, mikä tuo vaihtelua myymälän esillepanoon sen viimeisessä osiossa ennen kassaa.

Käytävän ovat leveydeltään pääasiassa 1500 mm, jolloin siellä pystyy liikkumaan myös lastenrattaille ja pyörätuolilla ja on silti tilan käytön kannalta kustannustehokas.





VÄRI- JA MATERIAALISUUNNITELMAT

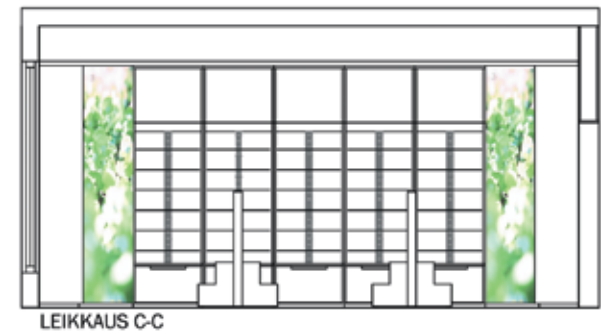
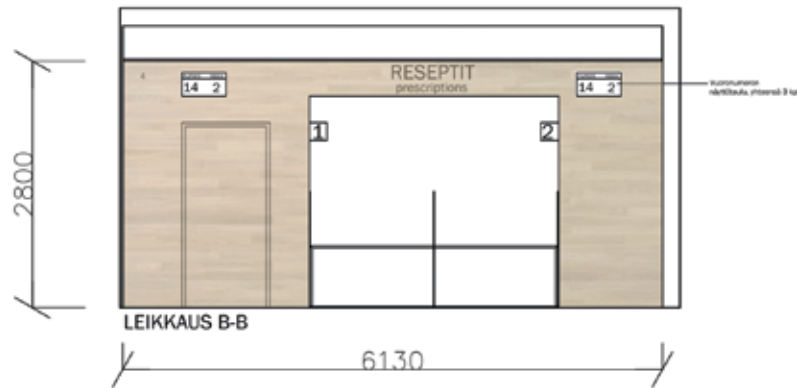
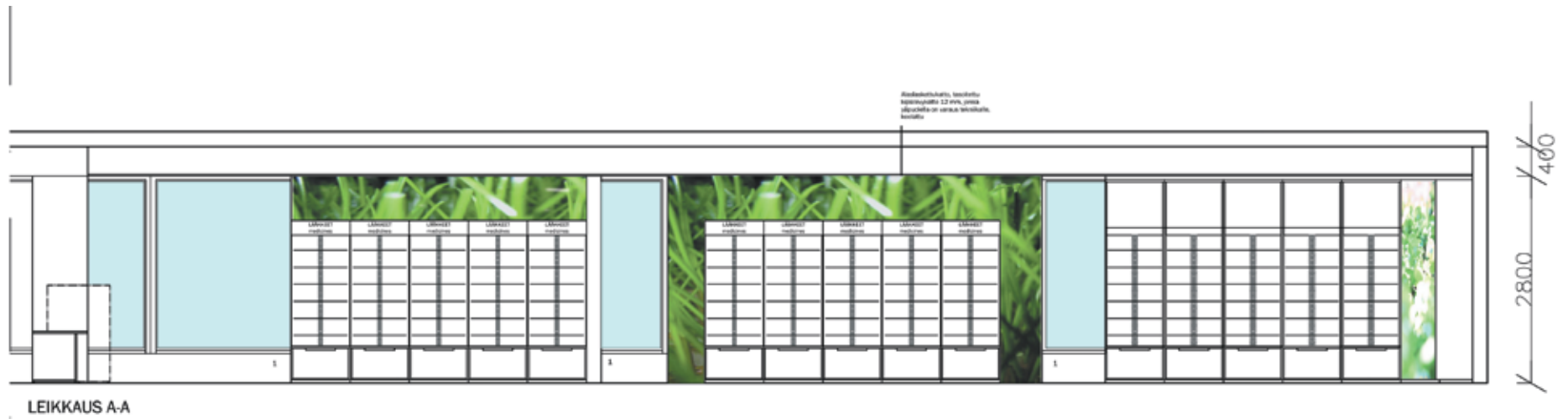
Tilan yleisvärinä toimii valkoinen, jotta muut materiaalit ja isot kuvasinnat erottuvat tilassa ja julkisivuissa selkeästi. Isot valkeat väripinnat säilyttävät tilan yleistunnelman raikkaana ja kevyenä sen jälkeenkin kun myymälä on täytetty tuotteilla, sisustuskuvilla ja mainoksilla. Valkoisen rinnalla taustamateriaalina toimii lasi, joka toimii raikkauuden ja puhtauden symboloijana. Kaikki tuotehyllyt ovat lasia ja siten muodostaa yhtenäisen elementin tilaan.

Vaalean puun tarkoitus tilassa on symboloida palvelua ja tilan virallisempaa puolta. Kassan takana oleva seinä ja suoratoimitustiskiä seinä on kokonaan vaaleaa puuta ja se toistuu myös seinän myötäisissä palveluvalinnan kalusteissa, joihin suunniteltiin sijoitettavaksi lääkkeet.

Vihreän värin tarkoitus on elävöittää tilaa ja se toimii apteekin ristisymbolin värinä. Ristin vihreä väri on tasainen ja sisustuskuviksi valittavat kuvat tulisi sointua sävyiltään ristin väriin. Sisustuskuvien sisältö tulisi viitata keräämäni mielikuva-aineistoon, siitä mitä apteekin tulisi viestiä. Tilassa on hyvä käyttää kuvia, joissa on paljon eri sävyisiä vihreitä, sillä se antaa tilaan syvyyttä.



LEIKKAUKSET

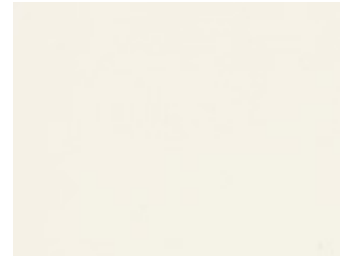


Atlas Concorde 7WN0 Studio 00White 60
Rettificato 60 X 60

Esimerkkikuvat käytettäväksi myymälän sisustuskuvina. Sisustuskuvien sävyt on sovittava myymälässä käytettävän vihreän sävyn kanssa. Sisustuskuvat voidaan toteuttaa esimerkiksi tulostamalla ne teipille ja liimaamalla ne kapalevyille. Kapalevyjen kiinnitys seinälle tapauskohtaisesti seinän materiaalista riippuen.



Formica F1079 natural oak,
laminaattipinnoitus
- kassan takaseinä
- reseptiseinä



formica F2296 Sno White, laminaattipinnoitus
- kaikki valkeat pinnat kalusteissa



formica F7912 storm, laminaattipinnoitus
- suoratoimitustiskit



Tikkurila Remontti ässä A-perusmaali, sävy
M503 Opaali A/1
- katto
- seinäpinnat



Apteekissa käytettävä vihreä sävy
Symphony M380, jonka pohjalta valitaan
ikkunateippaukset ja muut myymälässä
käytettävät vihreät sävyt
Kassakalusteen käsittely: katalyyttimaalaus,
kaksikomponenttinen happokovetteinen
discoplast 30 (puolikiiltävä),
pohja ja pintamaalaus samalla

KALUSTESUUNNITELMAT JA -VALINNAT

Tilan pohjaratkaisun pohjalta suunnittelin viisi erilaista kalustetta tuotteiden esillepanoa varten. Näiden lisäksi suunnittelin myös kassan sekä suoratoimitustiskit. Myyntikalusteiden suunnittelussa käytin samoja mittasuhteita, rakenneratkaisuja ja pyrin säilyttämään yhteneväisen tyylin, vaikka mittasuhteet ja toiminnot muuttuivatkin. Kampanjakaluste poikkeaa eniten muista myyntikalusteista, mutta siinä oleva kuvapaikka on toteutettu samalla idealla kuin kosmetiikkakalusteissa. Normaalikorkuisten kalusteiden yläosassa on tila opasteelle.

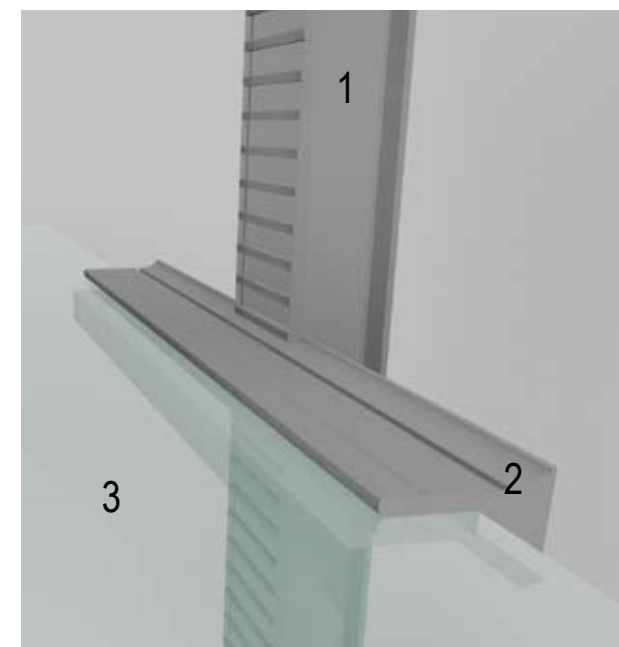
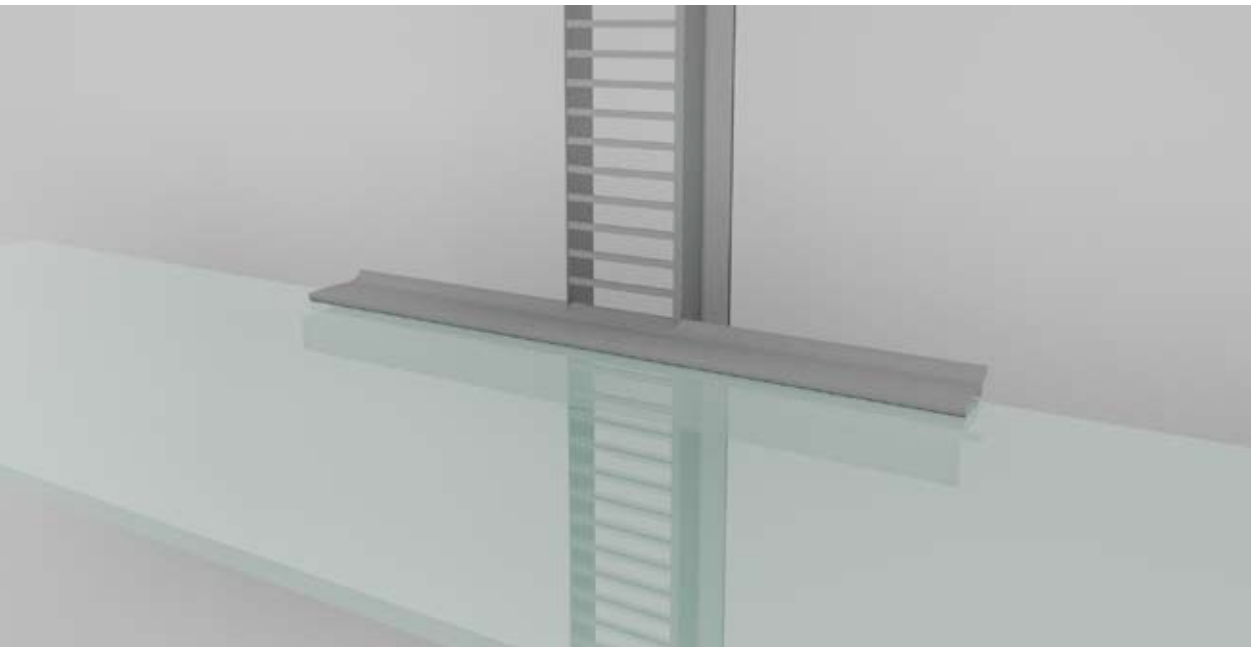
Vaikka pyrinkin kalustesuunnittelussa mahdollisimman yhtenäiseen kokonaisuuteen, on niissä tietyt eroavaisuudet myös hyödyllisiä. Kun kalusteryhmät poikkeavat toisista kalusteryhmistä, on niihin helpompi sijoittaa eri tuoteryhmiä ja se helpottaa myymälän jakamista eri osioihin. Esimerkiksi suunnittelemani kosmetiikkakalusteet ovat luonteeltaan erilaiset kuin muut myymälän kalusteet, joten silloin asiakas erottaa selkeästi, mikä on kosmetiikka-alue.

Tilan havainnoimisen kannalta on myös hyvä, etteivät kalusteet ole täysin samanlaisia. Keskilattialla olevien kalusteiden ei tulisi peittää näkyvyyttä myymälässä ja seinää vasten olevat kalusteet tulisi näkyä niiden takaa. Tämä auttaa tilan havainnoimista ja lisää houkuttelevuutta taaempaan myytäviä tuotteita kohtaan.

PROFIILI

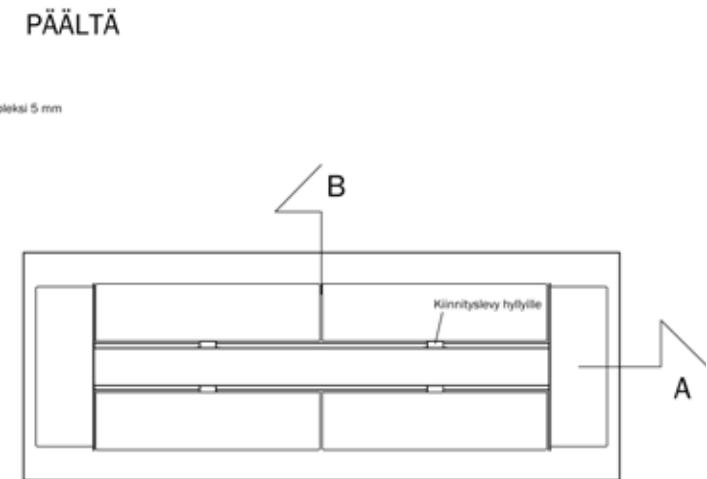
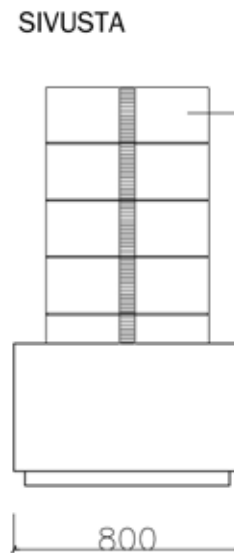
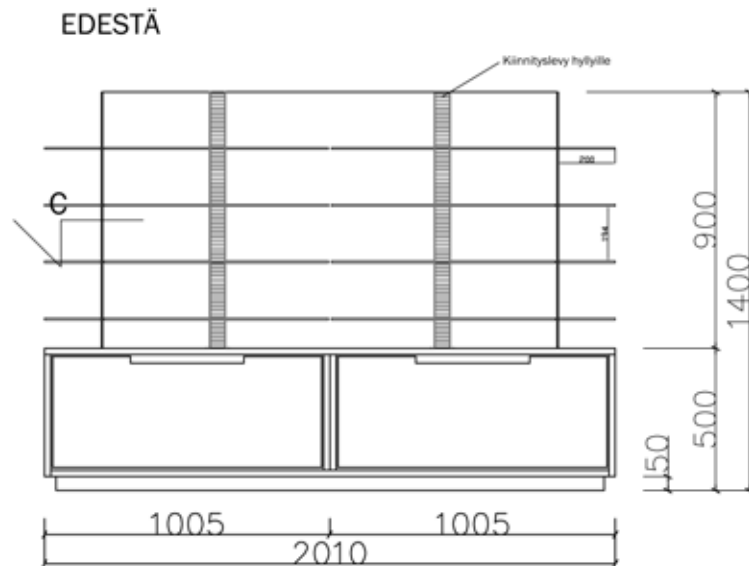
Kaikkien kalusteiden hyllymekanismina on käytetty samaa kiinnityslevyä hyllyille ja hyllynkannatin profiilia. Kaikissa kalusteissa lasihyllyn leveys on 800 mm ja alumiinisen hyllynkannatin profiilin leveys on 300 mm. Kiinnityslevyn korkeus riippuu kalusteen korkeudessa.

1. Kiinnityslevy hyllyille
2. Hyllynkannatin profiili
3. Karkaisttu lasi 6 mm



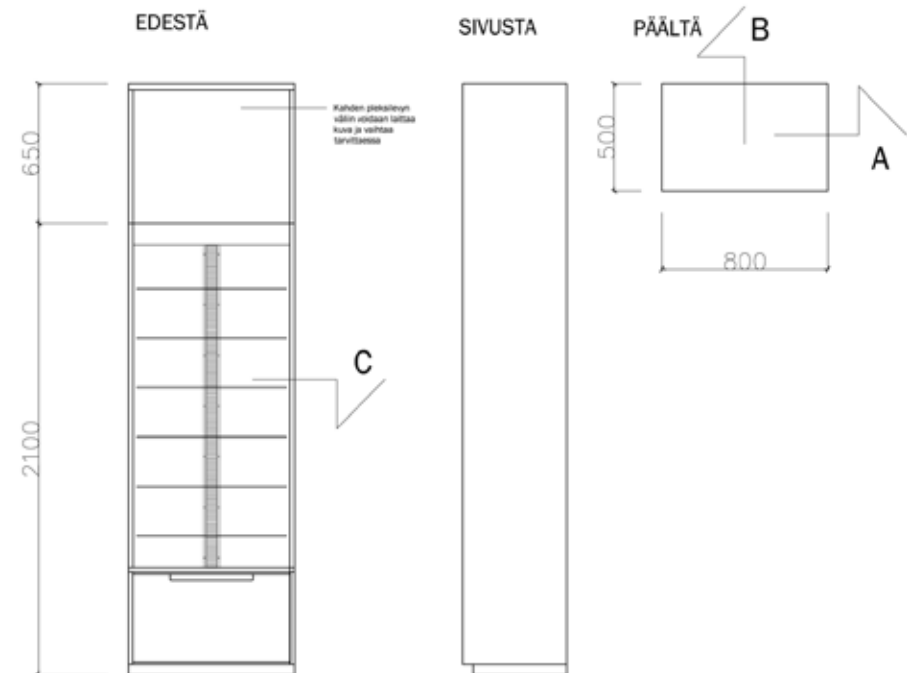
KESKILATTIAN KALUSTE

Käytännönsyistä keskilattian kalusteesta tuli massiivisempi kuin aluku-
sisuunnittelin. Alkusuunnitelman mukaan päädyissä olivat lasihyllyt,
mutta turvallisuussyistä jatkoin kalusteen alalaatikostoa päätyhylly-
jen alle. Vaikka kalusteen alaosa on kookos, tuo lasihyllyt ja päätyjen
pleksilevyt siihen keveyden tuntua.



KOSMETIIKKA KALUSTE

Kosmetiikkakaluste on elementtimäinen ja muodostaa ryhmänä yhtenäisen seinäpinnan. Kalusteen yläosassa on valaistu kuva-
paikka tuotemerkeille. Kuva on kahden plexilevyn välissä ja sen
voi vaihtaa irrottamalla plexit kalusteesta. Rakenteeltaan se on
massiivisempi kuin muut kalusteet, sillä se on kauttaaltaan la-
minoitua mdf-levyä. Kosmetiikkakaluste on myös ainut kaluste,
jossa itsessään on valaistus hyllyille.

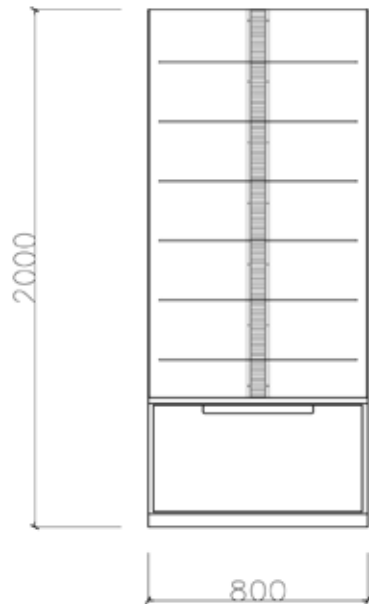


PALVELUVALINNAN KALUSTE

Kalusteen rakenne on yhdistelmä kahdesta aiemmin esitellystä kalusteesta. Koska se on sijoitettu myymälässä seinälle, on se korkeampi kuin keskilattian kaluste. Materiaaleiltaan se poikkeaa muista kalusteista vaalean puun värisellä alaosalla. Kalusteen päätylevyt ovat plexiä, joten sen kantava rakenne on takaseinän rungossa.



EDESTÄ



PÄÄLTÄ



SIVUSTA

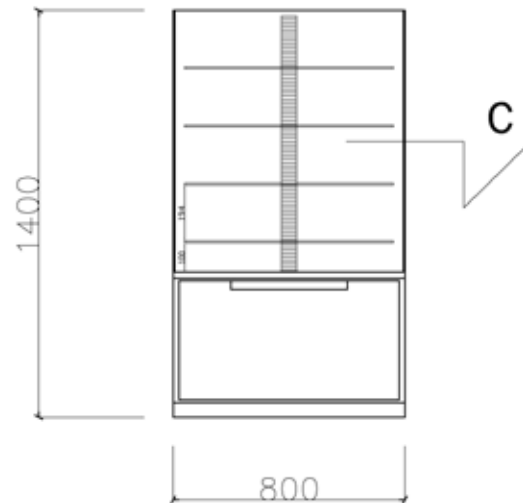




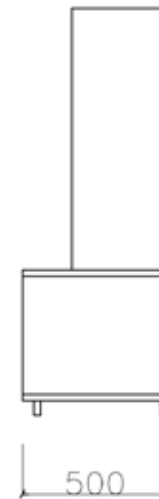
KESKILATTIAN YKSIPUOLEINEN KALUSTE

Tämän kalusteen tarkoitus on toimia myös odotuspaikkojen seinänä, joten sen vuoksi tämän tilalla ei voinut käyttää ensimmäistä keskilattian kalustetta. Kolmen kalusteen ryhmänä siitä tulee leveämpi kuin keskilattian kalusteesta, mutta on sopiva mitoiltaan viiden odotuspaikan takaseinäksi. Rakenteeltaan tämä on samanlainen kuin palveluvalinnan kaluste, mutta vain matalampi.

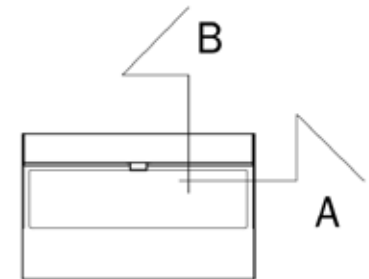
EDESTÄ



SIVUSTA



PÄÄLTÄ

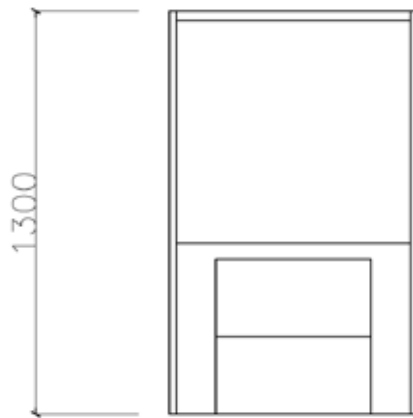


KAMPANJAKALUSTE

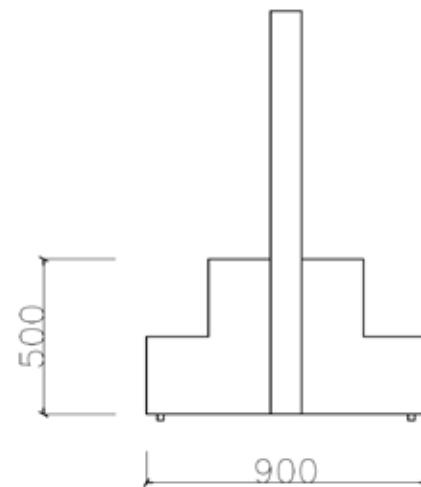
Sisääntulon eteen tuli suunnitella kampanjakaluste, jossa voidaan esitellä kosmetiikapuolen tarjous – tai sesonkituotteita. Siihen tuli suunnitella mainospintaa sen huomattavuuden takia, että se eroaa tavallisista myyntikalusteista. Siinä ei ole erillisiä hyllyjä vaan tuotteet laitetaan esille sen alaosan tasolle.



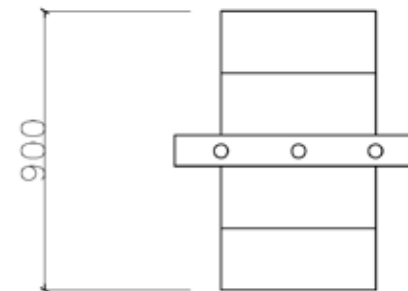
EDESTÄ



SIVUSTA



PÄÄLTÄ





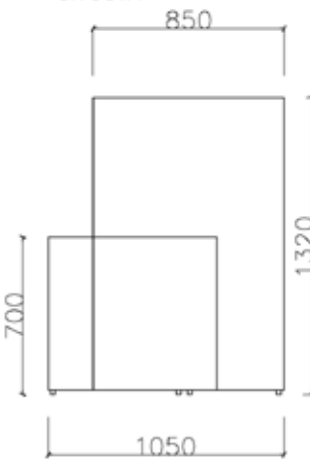
SUORATOIMITUSTISKI

Suunnittelin suoratoimitustiskien päämitat ja tyylin, mutta en perehtynyt aiheen rajauksen takia tarkemmin sen toimintoihin. Mitoiltaan se on kuitenkin sellainen, että siihen voi sisällyttää kaikki tarvittavat toiminnot. Kalusteen väliseinänä toimii kaksikerroksinen karkaisttu lasi, jonka sisäpinnat on maalattu valkoisiksi. Lasiseinät ovat yksityisyyden suojana ja visuaalisina elementteinä.

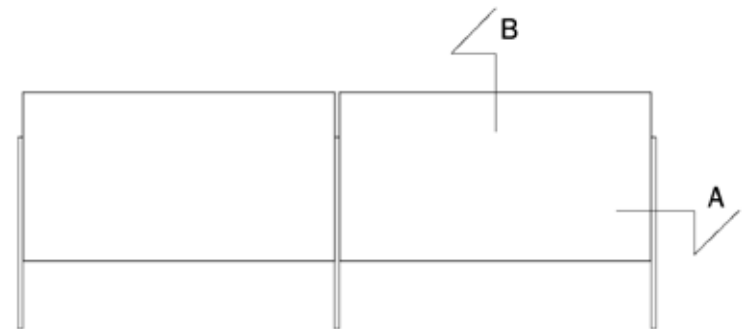
EDESTÄ



SIVUSTA

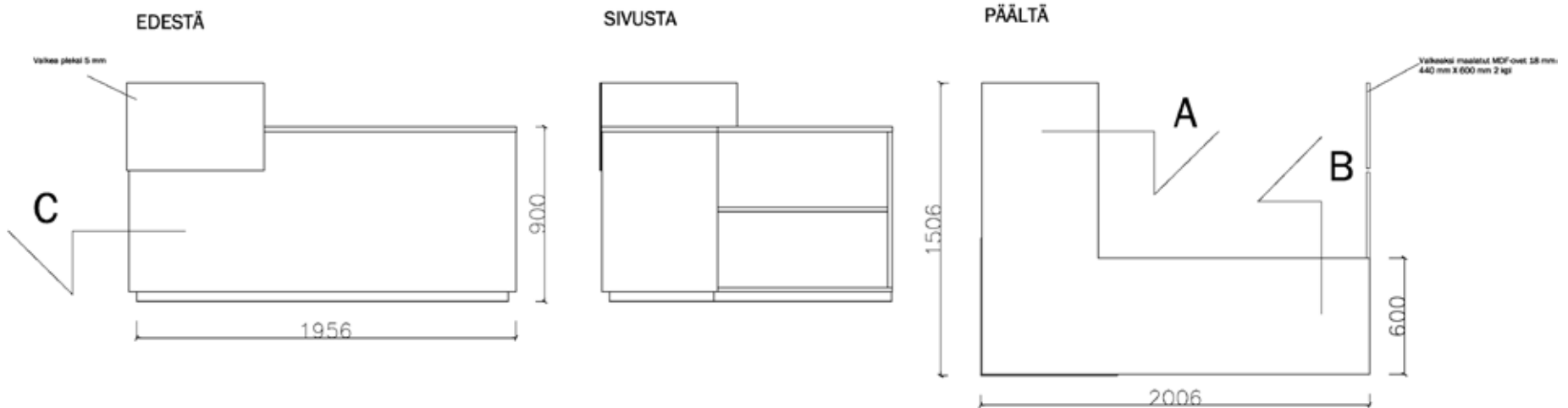
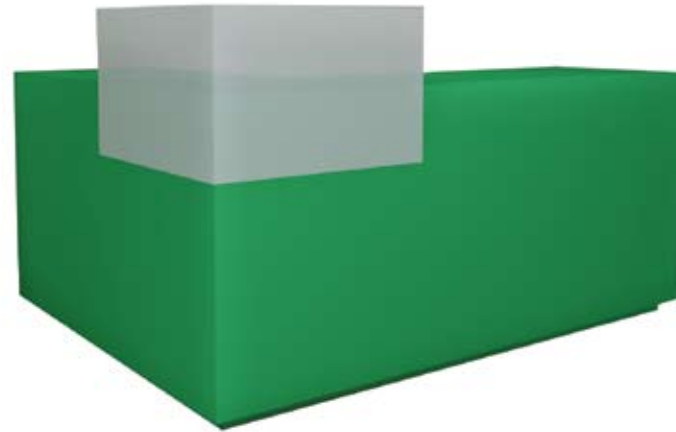


PÄÄLTÄ



KASSA

Suunnittelin kassan päämittoineen, mutta en perehtynyt sen tarkempiin toimintoihin aiheen rajaamisen vuoksi. Kassa on kuitenkin mitoitettu siten, että siihen voi sisällyttää kaikki tarvittavat toiminnot. Kassa on mdf-levyä ja se saadaan kestämään julkisen tilan kulutusta katalyyttimaalauksella.



Martela Menu, käsinojilla,
musta vakiopetsi 7 kpl



Suomen satulatuolikeskus,
Juliet ergoline 2 kpl



Panasonic, 32-tuumainen
nestekidenäyttö, TH-32LXD700



Tjeders, TIQ-vuoronumerojärjestelmä



Mesvac oy, Mesvac 2660
rullakalteri

ESILLEPANOTEKNIikka

Esillepanotekniikan suunnittelun perusajatuksena oli, että kassa ja suoratoimitustiskit ja vuoronumerojärjestelmän sijainnit on helposti havaittavissa heti myymälään sisään tullessa ja että ne erottuvat selkeästi tuotteiden opastuksesta. Kassan ja suoratoimitustiskin opasteet päädyin toteuttamaan isolla valkoisella tekstillä, jotta se erottuu vaalean puun värisestä taustasta. Tuotteiden opastus toteutuu kalusteen päälle sijoitettavalla opasteella, jossa kirjoitus on samalla vihreällä, mitä käytetään julkisivun risteissä. Suunnittelin apteekkiin tuoteopastuksen viitteellisesti, sillä tarkemman opastuksen suunnitteluun olisin tarvinnut tarkan tuoteryhmien ja käytettävien kielten määrän, jota en voinut saada aiheen fiktiivisyyden takia.

Kuva-aiheille on tärkeää suunnitella omat paikkansa, jotta kuvat eivät luo sekavaa tunnelmaa tilaan. Julkisivussa keskimmaisessä seinässä on kolme paikkaa litteille näytöille, joissa voi pyörittää mainoskuva, tietoisukuja ja visuaalisesti houkuttelevaa kuva-aineistoa. Myös kalusteisiin on mahdollisuuksien mukaan hyvä suunnitella paikka mainoskuvalle ja tässä kohteessa päädyin laittamaan kuvapaikat kaikkiin kosmetiikkakalusteisiin.

Myymälän seinäpinnoille jätin tilaa sekä mainoskuville, että tunnelmaa luoville sisustuskuville. Kuvat voi toteuttaa esimerkiksi tulostamalla ne teipille ja liimaamalla ne kapalevyille, jolloin ne on helposti kiinnitettävissä ja vaihdettavissa. Ulko- ja sisäjulkisivun vihreät ristisymbolit ja apteekki-sana ja apteekin aukioloajat toteutetaan teippaamalla suoraan seinäpintaan, sillä niiden ei tarvitse olla vaihdettavissa.



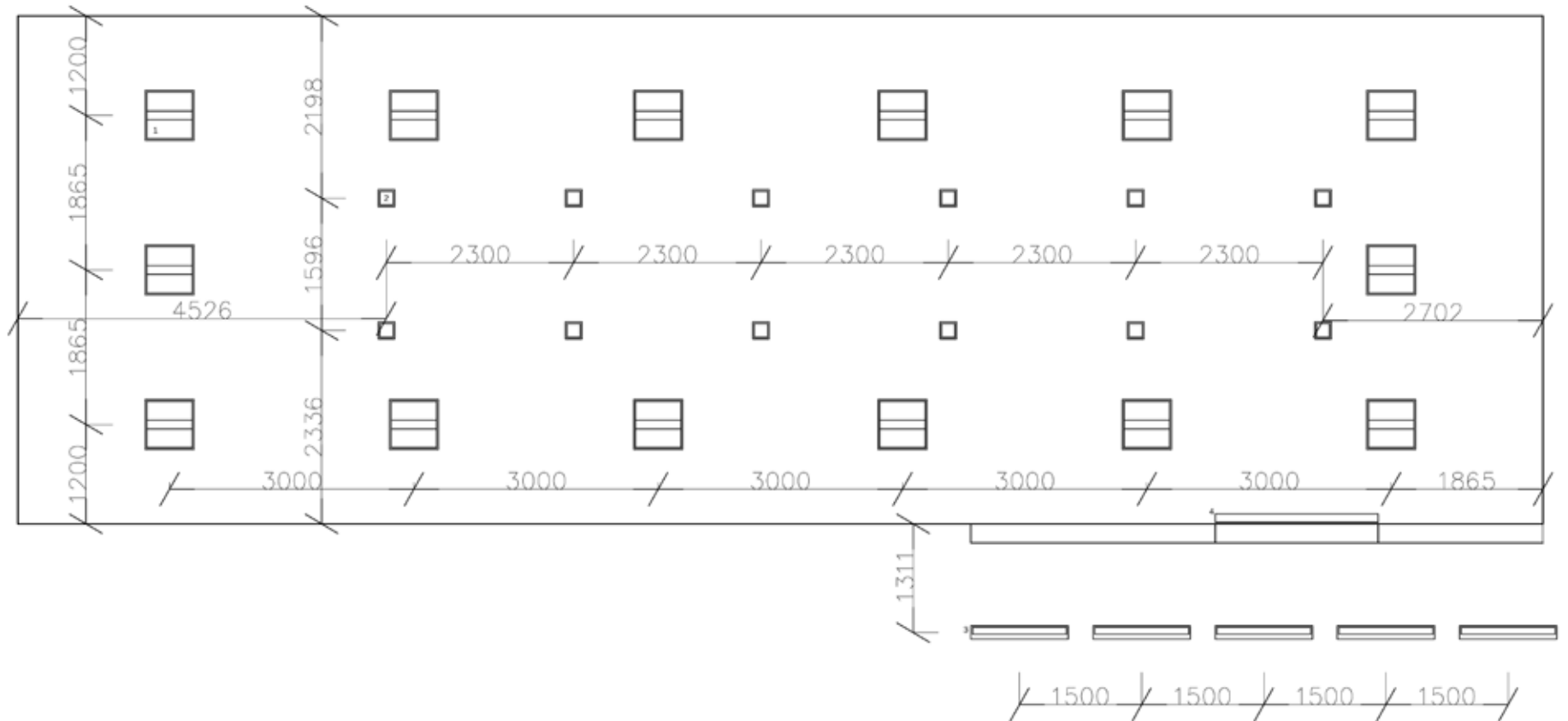
VALAISTUS

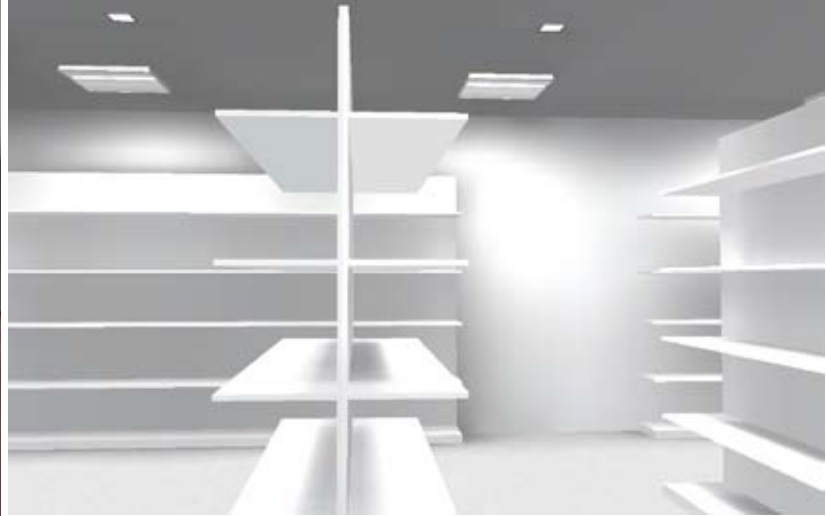
Aluksi suunnittelin myymälän valaistuksen muodostuvan yleisvalosta ja kalusteisiin sijoitettavista valoista. Kalusteisiin sijoitettavissa valoissa on kuitenkin se vaara, että ne voivat lämmitää niissä olevia tuotteita ja pilata ne, ja siksi halusin ottaa selvää, voiko koko valaistuksen hoitaa katosta käsin.

Menin tapaamaan Oy Hedengrenin valaistusosastolle Tapani Lehikoista, jonka kanssa suunnittelimme myymälään kattovalaisuksen, jonka valaistusteho riittää valaisemaan myös tuotehyllyt. Päädyimme valitsemaan myymälän reunoille kiertämään yleisvalot ja keskelle kohdevalot, jotka suuntautuvat kalusteisiin päin. Myymälän ulkopuolelle sisäänkäynnin yläpuolelle valitsimme valaisimet, jotka valaisevat koko seinäpinnan ja tekevät sisäänkäynnistä helpommin havaittavan ja se erottuu paremmin muusta seinäpinnasta. Aluksi suunnittelin sisäänkäyntiseinän valoseinäksi, mutta se olisi ollut kustannuksiltaan suhteettoman

kallis ratkaisu ja huollettavuudeltaan epäkäytännöllinen. Valopesun ansiosta lopputulos on kuitenkin samanlainen kuin alun perin suunnittelinkin.

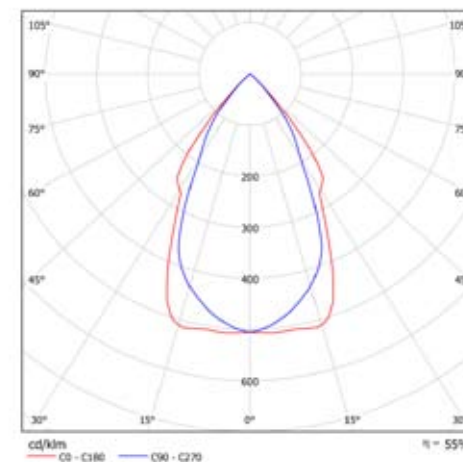
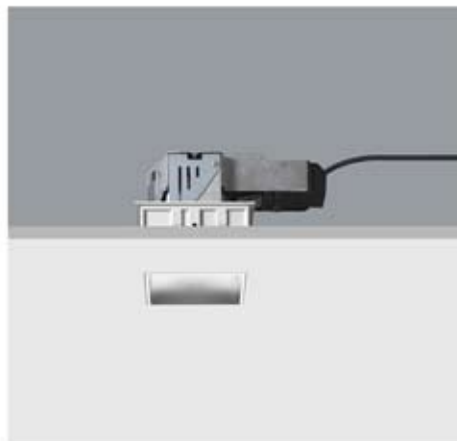
Lehikoinen teki myös valolaskelmat tähän tilaan, josta selviää miten valo levittäytyy tilassa ja miten valo ylettyy myös kalusteiden hyllyille. Lehikoinen teki myös kolmiulotteisen mallinnuksen valon laskentaohjelmalla ja esittelen siitä saamani kuvat tässä kirjassa, mutta tarkemmat laskelmat ja tuotetiedot löytyvät liitteistä.





Kuvat Tapani Iehikoinen,
Oy Hedengren

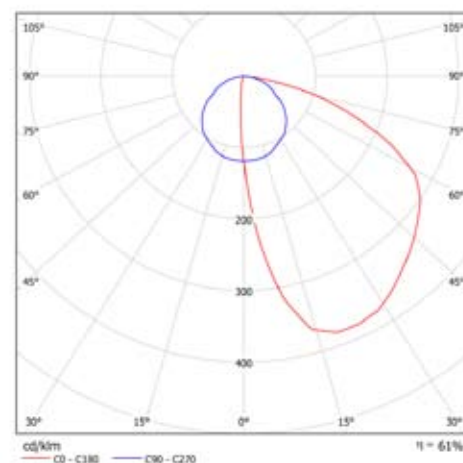
Erco 2305600 Quadra Downlight 1xHIT-CE 35 W 14 Kappale
 Tavarnumero: 23056000
 Valaisimien valovirta: 3300 lm
 Valaisimien teho 35.0 W
 Valaisinten luokittelu CIE: 100
 Elektroniikkakomponenttien valovirtakoodi:93 100 100 100 55
 Varustus: 1 x HIT-CE 35 W (korjaustekijä 1.000)



Erco 65041000 TFL Wallwasher 1 xT16054 W 4 kpl
 Tavarnumero: 65041000
 Valaisimien valovirta: 4450 lm
 Valaisimien teho: 58 W
 Valaisinten luokittelu: CIE: 100
 Elektroniikkakomponenttien valovirtakoode: 41 75 96 100 61
 Varustus: 1 x T16 54 W (korjaustekijä 1.000)



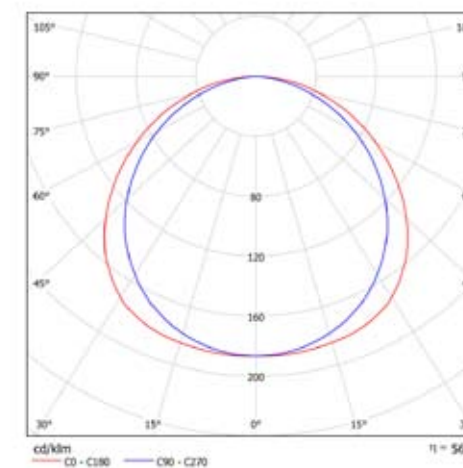
Valaistu alue 1:



Zumtobel 42 174 174 ML4 B EB 1/55W TC-L
 M600 WT3 F830 (STD) 14 kpl
 Tavarnumero: 42 174 174
 Valaisimien valovirta: 4800lm
 Valaisimien teho: 58 W
 Valaisinten luokittelu: CIE: 100
 Elektroniikkakomponenttien valovirtakoode: 41 75 96 100 61
 Varustus: 1 x T16 54 W (korjaustekijä 1.000)



Valaistu alue 1:



KONSEPTIN ELEMENTIT

Näkyvin konseptin elementti on ison vihreän ristin käyttö julkisivussa. Se on tämän konseptin pohjalta tehdyn apteekin tunnusmerkki ja keino miten apteekki erottuu muista apteekeista. Toinen tärkeää visuaalinen elementti on isojen sisustuskuvien käyttö, jotka toistavat vihreän ristin väriä. Nämä kaksi elementtiä vahvistavat toisiaan ja tekevät apteekin ilmeen helposti tunnistettavaksi. Tämän konseptin mukaan käytettävät sisustuskuvat tulevat viitata terveyteen ja hyvinvointiin.

Vihreän värin käytön lisäksi toinen tärkeä väri on valkea, joka toimii taustavärinä lattia ja seinäpinnoissa. Konseptin tärkeät materiaalit ovat lasi ja vaalea puu. Kaikki hyllyt tulisi olla lasista, jotta sen mieltää yhdeksi tärkeäksi elementiksi. Vaaleaa puun väriä käytetään isoina pintoina palvelupisteissä, kassan ja suoratoimitustiskin taustana. Vaaleaa puun väriä käytetään myös lääkekalusteiden alaosassa, jotta lääkkeet erottuvat muista tuotteista.

Konseptin ideaan kuuluu myös se, että eri toiminnot erottuvat omina alueinaan. Kassan ja suoratoimitustiskien tulee erottua selkeästi myymälässä, kuten myös kosmetiikkapuolen on hyvä olla oma alueensa. Tuotteiden mainonnalle on suunniteltava omat selkeät paikkansa, jotta ne sopivat tilan yleisilmeeseen.

V I S U A L I S O I N N I T

APTEEKKI



AVOINNA
9-20
9-16





eing



Louis Widmer



ACO



Avène



favor



Louis Widmer

SSA cash desk

RESEPTIT

HYVYHYV HYVINVOINTI well-being

LÄÄKKEET medicine



ell-being

HYVINVOINTI

well-being

eing g

RESEPTIT
prescriptions

2

LÄÄKKEET
medicines



RESEPTIT
prescriptions

nro. kassa
14 2

14 2

2



YVINVOINTI well-being

YVINVOINTI well-being

well-being

LÄÄKKEET medicines

LÄÄKKEET medicines

LÄÄKKEET medicines

LÄÄKKEET medicines

LÄÄKKEET medicines



Louis
Widmer



ACO

la mima
Avene



favora



vell-being



KASSAcash





ARVIOINTI

Opinnäytetyötä tehdessä opin mitä on laajan projektin läpi vieminen ja kokonaisvaltainen tilasuunnittelu. Aiheeni laajuuden ansiosta pääsin suunnittelemaan yhden tilan kaikki kalusteet, pohjaratkaisun ja materiaalivalinnat, ja tämä kehitti kokonaisuuksien hahmottamista unohtamatta yksityiskohtien tärkeyttä. Aihe oli mielenkiintoinen ja sen hastavuutta lisäsi, ettei minulla ollut aikaisempaa taustatietoa alasta. Prosessin aikana opin hallitsemaan paremmin tietokoneohjelmia ja sain varmuutta suunnittelutyöhön.

Lopputulokseen olen kokonaisuutena tyytyväinen. Tilan kaikille ratkaisuille on joku syy, joihin päädyin tekemäni taustatyön, mielikuvakarttojen ja annetun kohteen myötä. Lopputulos on mielestäni sopiva asiakasryhmän ja apteekin sijainnin suhteen, ja on toteutustavaltaan myös realistinen. Tekemälläni tilasuunnitelmalla on mielestäni uutuusarvoa apteekkisuunnittelun piirissä Suomessa, vaikkakin muihin sisustusarkkitehtuurin kohteisiin verrattuna se on aika neutraali. Opinnäytetyöni aiheen koen tärkeäksi, sillä apteekkeja ei rinnasteta sisustusarkkitehtuurin piiriin niin vahvasti kuin esimerkiksi ravintolat, kahvilat ja myymälät rinnastetaan. Apteekkitilojen suunnittelu on tärkeää, sillä paikkana se tavoittaa kaikki ihmisryhmät ikään, sukupuoleen ja varallisuuteen katsomatta.

TOIMEKSIANTAJAN ARVIOINTI

Tilasuunnitelma vastaa kyseisen kohteen odotuksia, se on helppo, moderni ja positiivinen. Se on onnistunut ratkaisu kyseiselle kohderyhmälle, sillä se vastaa sen tarpeisiin. Suunnitelmassa on kevyt ja moderni ote apteekkimaailmaan ja se on toiminnoiltaan onnistunut.

SANASTO

aseptinen tila	aseptinen tarkoittaa steriiliä, pieneliöitä sisältämätöntä aseptisessä tilassa valmistetaan aseptisiä lääketuotteita
dosetti	lääkeannostelija
e-resepti	sähköinen resepti
farmanomi	lääketeknikko; lääkealan perustutkinto
farmaseutti	farmasia-alan alempi korkeakoulututkinto
itsehoitotuote	reseptivapaa tuote
lääkerobotti	lääkejakeluautomaatti
palveluvalinta	tarkoittaa apteekin osaa missä ovat tavallisimmat itsehoitolääkkeet, vitamiinit, sidetarvikkeet, perusvoiteet, erilaiset apuvälineet, apteekkikosmetiikka sekä eläinlääkkeet
proviisori	farmasia-alan ylempi korkeakoulututkinto
suoratoimitustiski	reseptilääkkeen noutotiski
vapaakaupan tuote	tarkoittaa tuotteita, joita voidaan myydä vapaasti muuallakin kuin apteekeissa. Vapaakaupan tuote ei ole lääkelain alaisuudessa. Yleisimmät ovat kosmetiikka, perusvoiteet, sidetarpeet, ravintovalmisteet, luontaistuotteet jne.

L ä h t e e t

PAINETUT

Viitanen Anne, Visuaalisen markkinoinnin suunnittelu yrityskuvan rakentamisessa, 2003, Turun ammattikorkeakoulu

Heinimäki Heikki, Kaupan toimintoympäristö, 2006, WSOY

Laiho Satu, Yrityksen visuaalisen linjan ja tavoiteimagon luominen, 2006, Turun ammattikorkeakoulu

Juholin Elisa, Loiri Pekka, Huom! Visuaalisen viestinnän käsikirja, 1998, Gummeruksen kirjapaino oy

Perttula Elina, Liiketila yritysmaailman visuaalisena viestinä – Myymälän tilasuunnitelma Tikit-vaatemerkille, 2004, Lahden ammattikorkeakoulu

RT 94-10864 Apteekit

Tuner Janet, Designing with light – Retail Spaces

Viitanen Anne, Visuaalisen markkinoinnin suunnittelu yrityskuvan rakentamisessa, Turun ammattikorkeakoulu, 2003

PAINAMATTOMAT

Henell Ulla, proviisori, Helmi Apteekki, Lahti, haastattelu, 08.01.2008

Halleberg Sami, proviisori, Uusi Apteekki, Lahti, haastattelu, 10.01.2008

Mäenpää Timo, proviisori, Yliopiston apteekin kehitysjohtaja, haastattelu, 18.01.2008

Ivars Marja, apteekkari, Hyvän mielen apteekki, Lahti, haastattelu, 10.01.2008

Työvoimatoimisto, Apteekkiala [online], [viitattu 08.01.2008], saatavissa: <http://www.mol.fi/avo/alat/13.htm> 08.01.2008

Rakennusperintö.fi, 25.10.2006, Apteekkien vanhat sisustukset hävisivät muutoksissa [online], [viitattu 12.01.2008], saatavissa: http://www.rakennusperintö.fi/news/vanhemmat_utiset/fi_FI/apteekit/ 12.01.2008

Lääkelaitos, 3.12.2007, Apteekkimaksu [online], [viitattu 15.01.2007], saatavissa: <http://www.nam.fi/apteekit/apteekkimaksu/index.html> 15.01.2008

Lääkelaitos 1.2.2006, Apteekki ja sivuapteekkiluvat [online], [viitattu 15.01.2008], Saatavissa: <http://www.nam.fi/apteekit/luvat/index.html> 15.01.2008

Vasara Päivi, 29.08. 2007, Lääkerobotti vie ja tuo pilleripurkit pikapikaa [verkkolehti], Aamulehti [viitattu 20.01.2008], saatavissa: <http://www.aamulehti.fi/moro/uutisellista/42190.shtml>,

Tervoja Pia, 18.11.2007, Robotti tehostaa apteekkia [verkkolehti], Talous sanomat [viitattu 20.01.2008], <http://www.taloussanomat.fi/yrittajat/2007/11/18/Robotti+tehostaa+apteekkia/200729055/112>

Sosiaali ja terveysministeriö, 19.9.2007, eReseptin valtakunnallisen levittämisen valmistelu alkaa [online], [viitattu 20.01.2008], saatavissa: <http://www.stm.fi/Resource.phx/vastt/tietoh/eres.htx>

Kirjallisuusluettelo:

AIT magazine 2006-2008

New Retail, Rasshied Din 2000

KUVALÄHTEET

1. JRA Finland
2. JRA Finland
3. <http://www.laajasalonapteekki.fi/kuvat/0006543l.jpg>
4. <http://www.muhoksenapteekki.fi/images/spot2.jpg>
5. <http://pillbox.otherguysupply.com/custom/prescriptions2.jpg>
6. <http://www.aamulehti.fi/teema/terveys/4449741-big.jpg>
7. Elisa Ryhänen
8. http://www.tuusulanapteekki.fi/images/pilleri_sormissa2.jpg
9. http://www.orfer.fi/images/rowa_uutinen_2.jpg
10. http://www.partnersrx.com/_images/layerphoto_pharmacy.jpg
11. <http://www.apteekkimuseo.fi/laboratorio.jpg>
12. <http://www.apteekkimuseo.fi/i1.htm>
13. http://www.lepuski.fi/media/kuvat/sello/IMG_3385_i.JPG
14. <http://www.aputiikki.fi/logo2.jpg>
15. <http://www.liekksa.fi/dman/Document.phx?documentId=dn31607144543324>
16. http://www.usnews.com/dbimages/master/1652/FE_DA_070911health_records.jpg
17. [http://www.coastlinecarpentryltd.co.uk/images/carpentry_RSSize\(250x342\).jpg](http://www.coastlinecarpentryltd.co.uk/images/carpentry_RSSize(250x342).jpg)
18. http://a.abcnews.com/images/US/cb_couple_bed_070601_ms.jpg
19. <http://avanninen.net/wp-content/uploads/2007/10/business-people.jpg>
20. http://scubasocal.files.wordpress.com/2007/08/waterdrop_on_luau.jpg
21. http://www.aircanada.com/en/onair/images/jan06/ezone/pic_spa_1.jpg
22. <http://www.arroweng.fi/fin/SininenRatas.jpg>
- 23-24. <http://www.yllas.fi/?deptid=16778>

Liitteet

Pohjapiirustus SIS-01
Julkisivut SIS-02
Leikkaukset SIS-03
Kattokuva SIS-04
Myyntihyllyt K-01
Myyntihyllyt K-02
Myyntihyllyt K-03
Myyntihyllyt K-04
Myyntihyllyt K-05
Myyntihyllyt K-06
Myyntihyllyt K-07
Profiilit K-08
Valaistulaskelmat

K I I T O S

Jorma Rissanen, JRA Finland
Opettajat
Tapani Lehtikoinen, Oy Hedengren

ÄITI JA ISÄ
Matthew