



Maaseudun lähiapteekin asiak- kaiden sitouttaminen uusien li- sääarvoa tuottavien palvelujen avulla

Anne Lehtonen

OPINNÄYTETYÖ
Toukokuu 2019

Yrittäjyyden koulutus, ylempi AMK
Tampereen ammattikorkeakoulu

TIIVISTELMÄ

Tampereen ammattikorkeakoulu
Yrittäjyyden koulutus, ylempi AMK

LEHTONEN, ANNE:

Maaseudun lähiapteekin asiakkaiden sitouttaminen uusien lisäarvoa tuottavien palvelujen avulla

Opinnäytetyö 55 sivua, joista liitteitä 1 sivua
Toukokuu 2019

Apteekin ydintehtävä terveydenhuollon kentässä on varmistaa lääkkeiden nopea saatavuus ja lääkkeiden turvallisen ja tehokkaan käytön toteutuminen. Apteekin farmaseuttinen henkilöstö auttaa itsehoidon neuvoilla asiakkaita pienissä vaivoissa ja tarvittaessa ohjaa lääkäriin. Maaseudun lähiapteekki voisi tulevaisuudessa laajentaa palveluja yhteistyössä muun terveydenhuollon kanssa ja turvata entistä paremmin alueen väestön terveyspalvelut.

Opinnäytetyön tavoitteena oli vahvistaa apteekin liiketoimintaa ja varmistaa palvelujen säilyminen paikkakunnalla. Työn tarkoitus oli laajentaa apteekin palvelutarjoomaa rakentamalla asiakkaiden tarpeista lähteviä ja arvoa tuottavia uusia palveluja. Laajemman palvelutarjooman avulla pyritään lisäämään asiakastytyväisyyttä ja sitä kautta asiakasuskollisuutta. Opinnäytetyön avulla saadaan lisäksi tietoa apteekin lisäpalvelujen toimivuudesta ja tarpeesta sekä siitä voidaanko kyseisiä palveluja laajentaa muille paikkakunnille.

Opinnäytetyön teoreettisena viitekehyksenä käytettiin palvelujen suunnittelu-, ja kehittämisen mallia. Opinnäytetyön lähestymistapana oli konstrukttiivinen tutkimus ja työssä käytettiin useita eri menetelmiä kuten ryhmätyötä, havainnointia ja asiakaskyselyä.

Strategiatyön yhteydessä valittiin kolme kehitettävää palvelua, jotka olivat lääkkeiden annosjakelu, lääkkeiden kotiinkuljetus ja etälääkärin vastaanotto. Palveluja markkinoitiin useilla eri menetelmällä. Käytetyin palvelu ensimmäisellä vuosineljänneksellä oli lääkkeiden kotiinkuljetus, jota käytettiin 35 kertaa. Lääkkeiden annosjakelua käytti kaksi henkilöä ja lääkärin etävastaanottoa yksi henkilö. Saman aikaisesti apteekin asiakasmäärät nousivat 6%, reseptimäärät 10% ja liikevaihto 11% verrattaessa viime vuoden vastaavaan ajankohtaan. Tulosten perusteella voidaan päätellä, että palvelujen kehittämisellä on ollut positiivinen vaikutus apteekin asiakasmääriin ja liiketoimintaan.

apteekki, palvelu, asiakaskokemus, kehittäminen, etälääkäri, annosjakelu, lääkkeiden kotiinkuljetus,

ABSTRACT

Tampere University of Applied Sciences
Master's Degree Programme in Entrepreneurship
LEHTONEN ANNE

Countryside Local Pharmacy's Customer Engaging by Using New Higher Value Services

Master's thesis 55 pages, appendices 1 pages
May 2019

The main function of pharmacy in the healthcare field is to ensure availability and fast delivery of medication, as well as to implement safe and effective use of medication. The pharmaceutical personnel at the pharmacy can help customers in their minor health issues by giving self-care guidance and if necessary, advice customers to contact a doctor. A local pharmacy could co-operate with other healthcare providers to offer wider range of services to the residents in the countryside and consequently improve healthcare services.

The aim of this thesis was to strengthen the pharmacy's economic development and to ensure continuity of services they provide. The purpose was to expand services provision by producing new services that add value to customer needs. Wider range of pharmacy services will increase customer satisfaction and customer loyalty. The purpose of this thesis was also to research other services about pharmacy operations, and demand for these services, and whether these particular services can be adapted in other cities.

Service design and development model was used as a framework of this thesis. Constructive research method was the main approach in this study. Several other methods were also used including group work and customer enquiry.

Three developmental services were selected for strategic work. These were automated dose dispensing, home delivery of medication and online doctor appointment. Services were marketed in several ways. The most used service during the first quarter was medication home delivery, which was used 35 times. Medication dose dispensing was used by two person and online doctor appointment was used ones. Pharmacy customer volume increased by 6%, recipes by 10% and sales by 11% compared to the previous years. In summary, it can be said that developing services has had positive impact on the pharmacy's customer volume and business.

Key words: pharmacy, service, customer experience, development, online doctor, dose dispensing, medication home delivery

SISÄLLYS

1	JOHDANTO	5
1.1	Työn tausta	5
1.2	Työn tavoite ja tarkoitus	7
1.3	Lähestymistavat ja työn toteutus	8
1.4	Palvelujen suunnittelun ja kehittämisen malleja	11
1.5	Raportin rakenne.....	13
2	YDINPALVELUSTA ASIAKKAALLE LISÄARVOA TUOTTAVAAN LISÄPALVELUUN.....	15
2.1	Tuotteesta palvelutarjoomaan	17
2.2	Palvelupaketti.....	19
2.3	Matkalla asiakaspalvelusta asiakaskokemukseen	22
2.4	Odotukset ylittävän asiakaskokemuksen tasot.....	22
3	LÄHTÖTILANTEEN KARTOITUS.....	25
3.1	Taustaa	25
3.2	Strategiatyö.....	26
3.3	Asiakaskysely.....	32
4	PALVELUN KEHITTÄMINEN	37
4.1	Etälääkärin vastaanotto.....	38
4.2	Etälääkäripalvelun suunnittelu ja kehittämistoiminnan tehtävät ...	38
4.3	Kotiinkuljetuspalvelu.....	41
4.4	Lääkkeiden annosjakelupalvelu	42
5	PALVELUJEN LANSEERAUS JA MARKKINOINTI.....	44
6	PALVELUJEN VAIKUTUSTEN ARVIOINTI	48
7	POHDINTA	50
7.1	Tutkimuksen arviointi	51
7.2	Jatkotoimenpiteet.....	52
	LÄHDELUETTELO	53
	LIITTEET	55
	Liite 1. Tutkimuksen kysymyslomake.....	55

1 JOHDANTO

1.1 Työn tausta

Suomessa apteekkiin pääsee lähes jokaisessa kunnassa. Vuoden 2017 lopussa maassamme oli yhteensä 812 apteekkitoimipistettä eli apteekki jokaista 6700 asukasta kohti. Apteekkiverkostomme on tiheämpi kuin naapurimaissamme Ruotsissa ja Tanskassa. Näiden lisäksi apteekkien ylläpitämiä lääkekaappeja tai palvelupisteitä syrjäseuduilla oli yhteensä 148, joista myydään rajoitettua valikoimaa itsehoitolääkkeitä. Palvelupisteiden kautta voidaan välittää myös reseptilääkkeitä. (Apteekkariliitto, 2017, 18.) Vuonna 2017 tehdyssä selvityksessä vastaajat olivat melko tyytyväisiä apteekkien määrään, vain reilu kolmannes kannattaa apteekkien määrän lisäämistä ja hieman suurempi osuus on täysin tai joksikin eri mieltä asiasta (Kostiainen, 2019).

Apteekkiliike on luvanvarainen elinkeino, jonka tehtävä terveydenhuollossa on lääkelain mukaan lääkkeiden vähittäismyynti, jakelu, lääkkeiden valmistus sekä lääkkeisiin liittyvä neuvonta ja palvelutoiminta (lääkelaki 10.4.1987/395). Apteekki vastaa alueensa lääkehuollosta ja varmistaa väestölle lääkkeiden nopean saatavuuden. Tuoreen Apteekkariliiton (2019) tekemän selvityksen mukaan 98 prosenttiin resepteistä lääke löytyy heti apteekin varastosta. Ainoastaan 0,4% tapauksissa lääkettä ei voitu toimittaa lähimmän 24 tunnin aikana. Osittain syystä, että lääkettä ei ole saatavilla joko tehtaasta tai tukkuliikkeestä. (Tiainen, 2019.)

Lääkkeisiin ja hoitoon liittyvä neuvonta on nykyisin uusien lääkkeiden ja lääkehoidojen monimutkaistumisen vuoksi merkittävä tehtävä apteekin farmaseuttisella henkilöstöllä. Lääkeneuvonnan tarkoituksena on varmistaa, että asiakkaalla on riittävät tiedot lääkehoidostaan. Asiakas tietää mihin tarkoitukseen lääkettä käytetään, miten lääkettä käytetään ja tuntee lääkkeen tavallisimmat haittavaikutukset. Neuvonnan tavoitteena on tukea ja sitouttaa asiakas käyttämään lääkettään oikein. Lisäksi apteekissa tarkastetaan mahdolliset lääkkeiden yhteisvaikutukset sekä päällekkäislääkitykset. Apteekin velvollisuus on myös kertoa asiakkaalle vastaavan lääkkeen edullisimmista vaihtoehdoista, jolloin asiakas voi päättää

mahdollisesta lääkkeen vaihdosta edullisempaan vastaavaan valmisteeseen (lääkelaki, 10.4.1987/395).

Apteekkia on totuttu pitämään matalan kynnyksen terveydenhoitopisteenä. Apteekissa on aina paikalla terveydenhuollon tutkinnon suorittanut henkilö ja asiakas pääsee keskustelemaan tarpeestaan ilman ajanvarausta tai erillistä veloitusta.

Apteekin farmaseuttisen henkilöstön neuvonnalla on merkittävä yhteiskunnallinen rooli, joka edesauttaa vähentämään terveydenhuollon kustannuksia. Lääkäreille ja apteekkareille tehdyn selvityksen mukaan lähes puolet itsehoitoneuvontaa saaneista asiakkaista välttyivät yleislääkärissä käynniltä ja kolmasosa sairaalapäivystyskäynniltä, saadessaan apteekista terveysneuvontaa. Tuloksista tehdyn arvion perusteella apteekista annettavan neuvonnan avulla yhteiskunta säästää vuosittain noin 965 miljoonaa euroa terveydenhuollon kustannuksista. (Suomen Apteekkariliitto & Yliopiston Apteekki, 2015.) Apteekissa käy vuosittain noin 60 miljoonaa asiakasta ja on siten Suomen käytetyin terveyspalvelu (Kujala, 2017).

Apteekin ydintehtävien lisäksi useat apteekit tarjoavat yksittäiselle asiakkaalle sekä alueen muulle sosiaali-, ja terveydenhuollolle lääkkeiden käyttöön ja lääkehuoltoon liittyviä asiantuntijapalveluja, kuten lääkehoidon arviointia, lääkkeiden annosjakelua, lääkehuollon auditointipalveluja ja koulutuksia sekä luentoja. Palvelutarjonta on viime aikoina laajentunut muun muassa verkkoapteekkitoimintaan, noutolokeroihin ja kotiinkuljetuksiin.

Suomessa on parhaillaan suunnitteilla laaja sosiaali- ja terveydenhuollon uudistus, se ei suoraan koske apteekkeja, mutta organisaatioiden ja toimintojen tiivistämisen myötä se vaikuttaa laajasti koko terveydenhuollon alueelle. Apteekin ydintehtäviä ovat lääkehuolto ja siihen liittyvä lääkkeiden rationaalisen käytön tukeminen. Tulevaisuudessa harvaan asutuilla alueilla apteekit voivat olla ainoita paikallisia terveydenhuollon toimipisteitä, kun muita toimintoja ja palveluverkkoa tiivistetään. Apteekki voi mahdollistaa alueen palvelujen säilymisen laajentamalla palvelutarjontaa ja kehittämällä uusia alueen tarvetta vastaavia palveluja.

Apteekkitoiminta yrityksenä on säädeltyä, johtuen erityistehtävästään terveydenhuollossa. Toimintaa voi harjoittaa ainoastaan Lääkealan turvallisuus- ja kehittämiskeskuksen (Fimea) luvalla. Apteekin toiminta-alue on määritelty ja lupa koskee tiettyä kaupunkia tai aluetta kaupungin sisällä. Tämä takaa kaikille kansalaisille apteekkipalvelujen yhdenvertaisen saatavuuden (lääkelaki 10.4.1987/395). Yhdenvertaisuus toteutuu myös lääkkeiden hinnoissa, valtioneuvosto päättää kulloinkin voimassa olevasta lääketaksasta, joka tarkoittaa sitä, että kaikissa Suomen apteekeissa lääkkeet ovat samanhintaisia. Apteekit eivät voi itse hinnoitella lääkkeitä eivätkä myöskään voi ottaa vastaan tukkuhinta-alennuksia lääkkeistä. (lääkelaki 17.10.2013/713.)

Apteekkiluvan myöntää Fimea, joka arvioi hakijat. Hakijalla tulee olla vähintään proviisorin tutkinto, riittävä kokemus ja näyttöä siitä, että hakija on ylläpitänyt ja kehittänyt osaamistaan. Hänen tulee olla muutenkin nuhteeton, ei ole asetettu konkurssiin, hänelle ei ole määrätty edunvalvojaa eikä hänen toimintakelpoisuutta ole muutenkaan rajoitettu. (lääkelaki 10.4.1987/395.)

Apteekkiluvan myöntämisen ja valitusajan jälkeen uusi apteekkari lunastaa apteekkiluvan Fimealta ja ostaa liiketoiminnan edelliseltä apteekkarilta. Apteekkari on aina henkilöyrittäjä, eli apteekkitoimintaa voi harjoittaa ainoastaan yksityisenä elinkeinoharjoittajana. Apteekkilupa on henkilökohtainen ja apteekkari vastaa sekä taloudellisesti että farmaseuttisesti apteekin toiminnasta. Selvityksen mukaan suurin osa kansalaisista (85%) kannattaa apteekkiomistuksen ja vastuun säilymistä myös jatkossa farmasian alan kotimaisten ammattilaisten vastuulla ja omistuksessa (Kostiainen, 2018).

1.2 Työn tavoite ja tarkoitus

Fimea myönsi opinnäytetyöntekijälle apteekkiluvan Porin 11. Lavian apteekkiin 28.9.2017. Lupapäätöksen lakisääteisen valitusajan ja yrityskaupan järjestelyjen jälkeen 14.12.2017 apteekki siirtyi omistukseeni. Olin toiminut Lavian apteekissa apteekkarin sijaisena 1.10.2017 alkaen, joten minulle oli muodostunut jo näkemystä apteekin kehittämistarpeista. Tammikuussa 2018 henkilökuntapalaverissä käynnistimme strategiatyön. Omien havaintojeni, kokemusteni ja henkilökunnan

haastattelujen perusteella oli selvää, että toimintaa tullaan muuttamaan. Jatkossa oli otettava enemmän huomioon asiakkaat, ympäristö ja alueen terveydenhoitopalvelujen väheneminen.

Opinnäytetyö perustuu apteekissa käynnistettyyn strategiatyöhön, keskittyen uusien asiakkaille lisäarvoa tuottavien palvelujen kehittämiseen. Opinnäytetyön ensisijaisena tavoitteena on vahvistaa apteekin liiketoimintaa ja varmistaa palvelujen säilyminen harvaan asutulla maaseudulla. Työn tarkoitus on laajentaa apteekin palvelutarjoamaa rakentamalla asiakkaiden tarpeiden mukaisia ja arvoa tuottavia uusia lisäpalveluja.

Laajemman palvelutarjoaman avulla pyritään lisäämään asiakastyytyväisyyttä ja sitä kautta asiakasuskollisuutta. Asiakasuskollisuus on pienellä muuttotappiokunnalla ensisijainen keino lisätä yrityksen tuottavuutta. Opinnäytetyön avulla saadaan lisäksi tietoa apteekin lisäpalvelujen toimivuudesta ja tarpeesta sekä siitä voidaanko kyseisiä palveluja laajentaa myös muihin reuna-alueilla toimiviin apteekkeihin.

1.3 Lähestymistavat ja työn toteutus

Opinnäytetyön lähestymistavaksi valittiin konstruktivinen tutkimus, joka on yksi lähestymistapa tapaustutkimuksen suorittamiseen, ja on laajasti käytössä eri tutkimusalueilla (Lukka, 2001). Konstruktivisessa tutkimuksessa on oleellista sen käytännönläheinen ote ongelmanratkaisuun, jossa olemassa olevaa teoreettista tietoa ja uutta käytännöstä kerättävää tietoa hyödynnetään uuden suunnitelman, mittarin tai mallin luomiseen (Ojasalo, Moilanen & Ritalahti 2018, 65). Konstruktivisen tutkimusotteen tavoite on tuottaa innovatiivisia konstruktioita ja siten tuottaa lisäarvoa liiketoimintaan ja tutkimusalueelle (Lukka 2001, Ojasalo ym. 2018, 65). Konstruktio käsitteenä kattaa laajan määrän erilaisia toteutumia, kuten esimerkiksi mallit, diagrammit, suunnitelmat, organisaatorakenteet ja kaupalliset tuotteet. Kehittämällä konstruktion, joka poikkeaa kaikesta jo olemassa olevasta, luodaan jotain aivan uutta: uudenlaiset konstruktiot itsessään kehittävät uutta todellisuutta. (Lukka, 2001.)

Konstruktiiivinen tutkimusongelman lähestymistavassa on keskeistä ongelman vahva käytännönläheisyys sekä yhteys aikaisempaan teoriaan (kuvio 1). Tavoitteena on muuttaa organisaation toimintaa ja käytänteitä, peilaten niitä teorian tietoon. Tuotokseksi saadaan uusi ja parempi ratkaisu nykysysteemiin. (Ojasalo ym. 2018, 66).

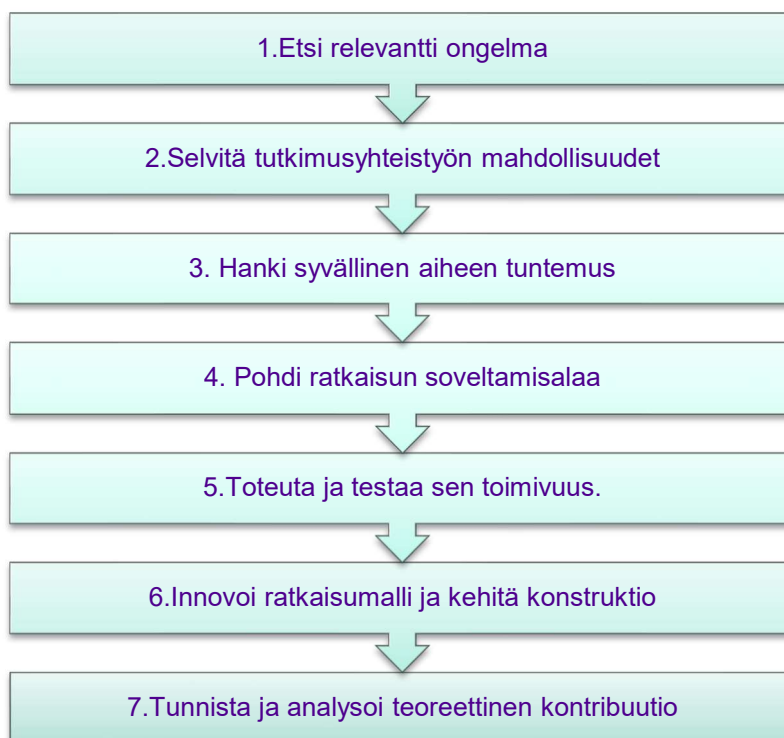


KUVIO 1. Konstruktiiivisen tutkimusotteet keskeiset osa-alueet (Lukka, 2001)

Lukan (2001) mukaan konstruktiiivisen tutkimusotteen ydinpiirteet edellyttävät, että tutkimus

- keskittyy tosielämän ongelmiin, jotka koetaan käytännössä tarpeellisiksi ratkaista
- tuottaa innovatiivisen konstruktion, joka on tarkoitettu ratkaisemaan alkuperäinen tosielämän ongelma, – sisältää kehitetyn konstruktion toteuttamisyrittä, jolla testataan sen käytäntöön soveltuvuutta
- merkitsee tutkijan ja käytännön edustajien hyvin läheistä tiimimäistä yhteistyötä, jossa odotetaan tapahtuvan kokemuksellista oppimista
- on huolellisesti kytketty olemassa olevaan teoreettiseen tietämykseen
- kiinnittää erityistä huomiota empiiristen löydösten reflektointiin takaisin teoriaan. (Lukka, 2001.)

Konstruktiiivisen tutkimusotteen ihannetulos on, että tosielämän ongelma ratkaistaan uudella käyttöön otetulla ratkaisumallilla, jonka ongelmaratkaisuprosessi tuottaa lisäarvoa sekä käytännön että teorian näkökulmasta (Lukka, 2001).



KUVIO 2. Konstruktiiivisen lähestymistavan vaiheet (Lukka 2001).

Lukan (2001) mukaan ongelmaa lähestytään sekä käytännön että teorian kautta, tavoitteena on luoda uusia käytäntöjä sekä teorian tietoa (kuvio 2). Työyhteisön sitouttamisen kannalta on tärkeää, että tutkimustyötä tehdään yhdessä työyhteisön tai työyhteisöstä kerätyn projektiorganisaation kanssa. Yhteisissä keskusteluissa tutkija pystyy myös havaitsemaan arvokkaita hiljaisia signaaleja. Organisaation toimintaan ja nykyhetkeen tulee perehtyä syvällisesti ja useilla eri menetelmillä. Perehtymisen tarkoituksena on löytää organisaation näkyvät ja piilossa olevat ongelmat ja tavoitteet. Tutkijan tulee myös olla hyvin perillä alan teoriasta. Tutkimuksen kriittinen vaihe on ratkaisumallin tai innovaation kehittämisessä, mikäli tällaista ei pystytä tuottamaan, projektia on turha jatkaa. Toisaalta myös ratkaisumallin tai innovaation puuttuminen on tutkimuksen kannalta relevantti tulos. Ratkaisun toteuttaminen ja sen toimivuus on tärkeä vaihe, siinä testataan innovaatiota sekä teknisesti että koko tutkimusprosessin toimivuutta. Testausvaihee-

seen pääsy on jo vahva merkki siitä, että tutkimusprosessi on onnistunut. Viimeisessä vaiheessa tutkijan on pystyttävä perustelemaan innovaation teoreettinen tulos peilaamalla havaintoja aiempaan teoriatietoon. (Lukka, 2001.)

Konstruktiiivisessa tutkimuksessa voidaan käyttää hyvin monenlaisia tiedonkeruumenetelmiä. Lähestymistavan tavoitteena on tuottaa yritykselle uutta innovaatiota, jolloin aineisto kannattaa kerätä useilla eri menetelmillä. Käytetyimpiä tutkimusmenetelmiä ovat havainnointi, ryhmäkeskustelut, kysely ja haastattelu. (Ojasalo ym. 2018, 68.)

1.4 Palvelujen suunnittelun ja kehittämisen malleja

Palvelujen suunnittelun ja kehittämisen mallit ovat varsin myöhään syntyneitä ja niitä löytyy niukasti. Kinnusen (2004) mukaan rahoitusmaailmassa työskennellyt Lynn Shostack oivalsi 1980-luvulla ensimmäisenä palvelujen suunnittelun eroavan fyysisen tuotteen suunnittelusta. Hän alkoi kuvaamaan palvelun osia tarkasti diagrammien ja blueprinting-mallien avulla. Hänen mukaansa palvelu tuli kuvata visuaalisesti ja lukijalle helposti avautuvaksi kokonaisuudeksi. (Kinnunen, 2004, 32.)

Palvelujen kehittämisprosessin havaittavissa olevia tunnusomaisia piirteitä on sen epämäärisyys verraten tuotteen kehitysprosessiin. Kehitystyölle harvoin asetetaan tavoitteita ja strategioita ja sitä toteutetaan oman työn ohessa, myös asiakkaiden mukanaolo suunnittelutyössä jää vähäiseksi. Innovatiivisuuden merkitys korostuu palveluyrityksessä. Uudistuksia tukeva yrityskulttuuri ja henkilökunnan ideoiden jalostaminen on yrityksen menestyksen avain. (Kinnunen, 2004, 30.)

TAULUKKO 1. Palvelujen suunnittelun ja kehittämisen malleja (Koivisto 2007, 43; Kinnunen 2004, 29-38, 146; Grönroos ym. 2007, 66 muokattu).

Gummer-son (1993)	Ideointi	Palvelukonseptin suunnittelu	Markkina-analyysi	Palvelumalli	Markkinoinnin suunnittelu	Palvelun tuotannon organisointi	Muut toimenpiteet, jotka tärkeitä käyttöönotolle
Edwards & Wilhelmson (1994)	Ideointivaihe		Projektin käynnistys		Kehittämistyön vaihe		Käyttöönotto
Edwards et al. (2000)	Ideointi		Projektiryhmän perustaminen		Palvelukonseptin suunnittelu		Palvelun käyttöönotto ja markkinointi
Scheuing & Johnson (1989)	Palvelujen kehittämisen tavoitteiden ja strategian määrittäminen	Ideointi ja ideoiden karsinta	Palvelukonsepti kehittäminen ja testaaminen		Palvelumallin kehittäminen ja testaus	Palvelun testaus ja koe-markkinointi	Palvelun lanseeraus
Kinnunen (2003)	Palvelujen ideointi	Palveluidean määrittäminen	Palvelun tuotantokonseptin laadinta		Palvelumallin laadinta	Palvelun käyttöönotto-suunnitelma	Palvelun lanseeraus
Grönroos et al. 2006	Strateginen pohdinta	Palvelukonseptin ideointi	Konseptointi	Määrittely	Suunnittelu	Testaus ja pilotointi	Palveluprosessi

Taulukkoon (taulukko 1) on kerätty kuuden eri tutkijan palvelun kehittämisen malleja. Mallit ovat perussisällöltään hyvin samanlaisia. Vaiheisiin kuuluvat strateginen pohdinta, ideointi ja ideoiden karsinta, projektin käynnistys, palvelukonseptin suunnittelu, palvelumallin laadinta, käyttöönotto ja testaus sekä lanseeraus. Gummerson (1993), Grönroos ym. (2007) ja Kinnunen (2003) ovat kuvanneet mallia yksityiskohtaisemmin. Sen sijaan ruotsalaiset tutkijat Edwardsson ja Wilhelmsson (2000, 1994) esittävät nelivaiheisen mallin, joka pohjautuu havaintoihin ruotsalaisissa yrityksissä. Grönroos ym. (2007) on ainoana tutkijana nostanut mallissaan esille palveluprosessin.

Opinnäytetyössä käytettiin elementtejä ylläolevan taulukon palvelujen suunnittelun- ja kehittämisen malleista. Kohdeorganisaatio Lavian apteekki on pieni henkilöyritys, jossa resurssit ovat niukat. Kehittämiseen käytettävissä oleva aika on rajallinen, joten päädyttiin yksinkertaiseen neljän vaiheen malliin (kuvio 3), joka sopii parhaiten pienen organisaation suoraviivaiseen kehittämistyöhön.

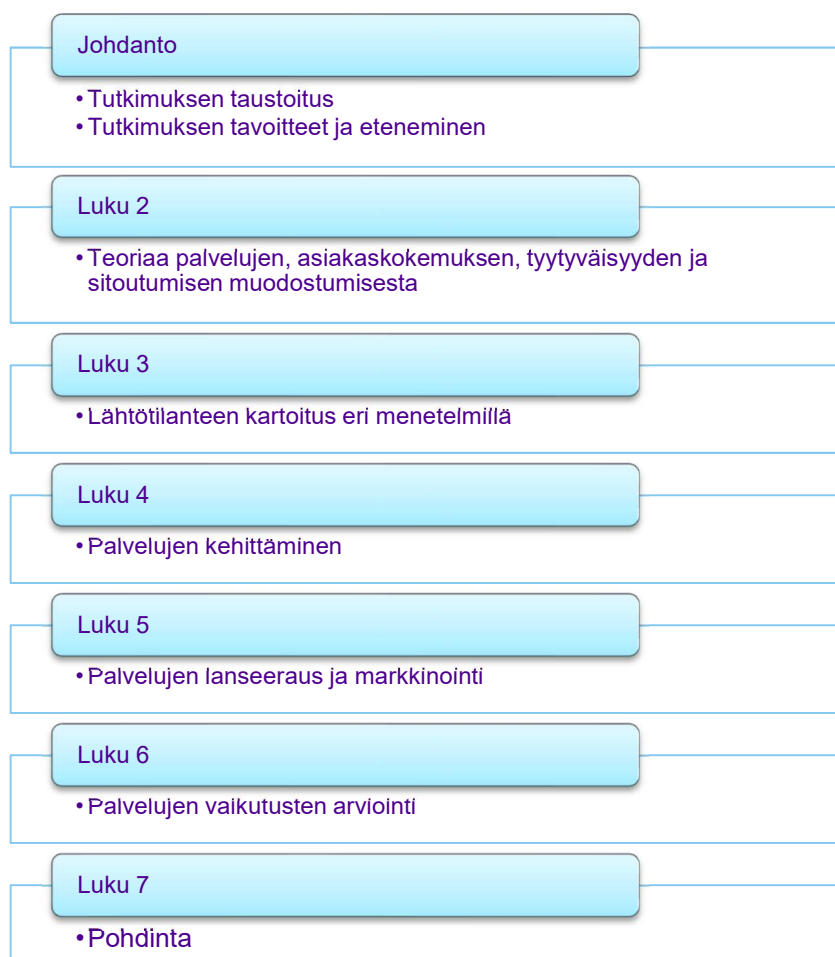


KUVIO 3. Lavian apteekin palvelujen kehittämisen malli.

Kehitystyö käynnistetään kohdeorganisaatiossa arvioimalla nykyhetken tilannetta (kuvio 3). Arvioinnissa käytetään apuna strategiatyössä laadittua visioita ja tavoitteita, SWOT-analyysiä, asiakaskyselyä sekä havainnointia. Seuraavassa vaiheessa arvioidaan palvelujen tarvetta saatujen tulosten perusteella ja valitaan kehitettävät palvelut. Kolmannessa vaiheessa kehitetään palvelut, luodaan palveluprosessit ja tehdään tarvittavat investoinnit sekä lanseerataan palvelut. Viimeisessä vaiheessa arvioidaan palvelujen toimivuutta.

1.5 Raportin rakenne

Tämä opinnäytetyö keskittyy apteekin uusien asiakkaalle lisäarvoa tuottavien palvelujen kehittämiseen. Työ käynnistyi tarpeesta muuttaa yrityksen toimintatapaa asiakaslähtöisemmäksi. Opinnäytetyön teoreettisena viitekehyksenä käytetään palvelujen suunnittelu ja kehittämisen mallia ja lähestymistapana konstruktivisen tutkimuksen menetelmää. Opinnäytetyössä käytetään useita eri menetelmiä kuten ryhmätyötä, havainnointia ja asiakaskyselyä.



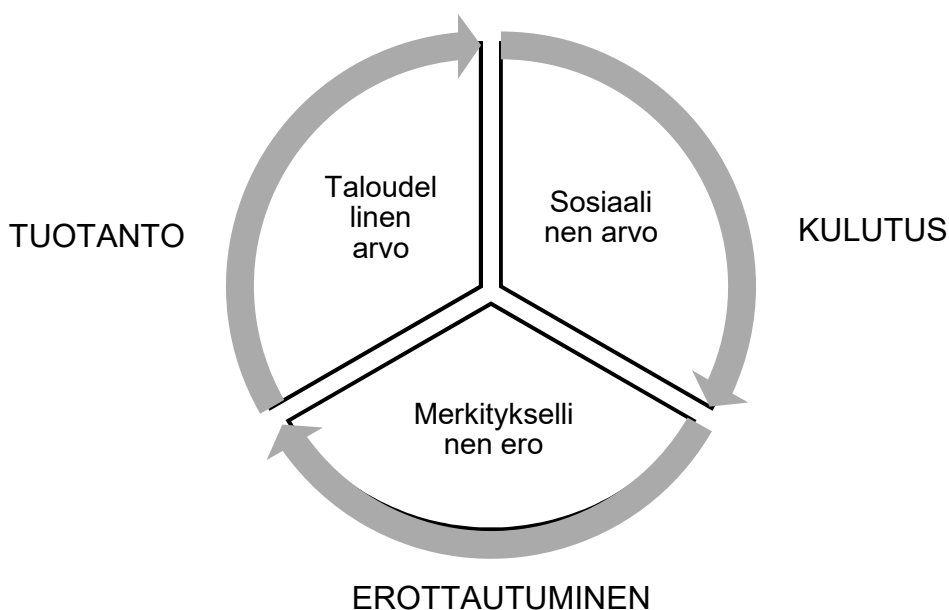
KUVIO 4. Raportin rakenne.

Raportin sisältö etenee yllä olevan kuvion 4 mukaisesti. Johdannossa taustoitetaan tutkimusongelmaa esittelemällä apteekkiyrityksen erityisluonnetta, apteekkitoimintaa osana terveydenhuoltoa ja apteekin ydinpalveluja. Johdannossa käydään läpi myös työn tavoite ja tarkoitus, lähestymistavat sekä raportin rakenne. Luvussa kaksi esitetään taustateoriaa palvelusta, palveluprosessista, palvelun laadusta sekä laajennetusta palvelutarjoomasta. Luvussa kolme syvennyttään eri menetelmin lähtötilanteen ja palvelujen tarpeiden kartoittamiseen. Luvussa neljä keskityttään palvelukonseptin rakentamiseen, testaamiseen ja käynnistämiseen. Luvussa viisi kuvataan palvelujen markkinointi ja lanseeraus. Luvussa kuusi arvioidaan palvelujen käyttöä ja vaikutusta apteekin liiketoimintaan. Viimeisenä luvussa seitsemän on pohdintaa ja peilaaminen aikaisempiin tutkimuksiin. Työn loppuun on liitetty kyselylomakkeen malli (liite 1).

2 YDINPALVELUSTA ASIAKKAALLE LISÄARVOA TUOTTAVAAN LISÄPALVELUUN

”Innovaatiossa ei ole kyse pelkästä teknologiasta, prosesseista tai tuotteista, vaan ennen kaikkea tarjonnan sovittamisesta niihin suhteisiin, joissa ihmiset arkipäivää elävät (Ruckenstein, Suikkanen & Tamminen, 2011, 144).”

Graeber (2001) mukaan arvo syntyy toiminnasta ja teoista, jolla pyritään edistämään merkityksellisten suhteiden syntymistä. Innovaation näkökulmasta tämä tarkoittaa sitä, että merkitykselliset innovaatiot kykenevät joko muokkaamaan kiinnostavalla tavalla esineiden asioiden ja ihmisten välisten suhteita tai synnyttämään täysin uudenlaisia suhteita. Tämän mukaan innovaation on tuotettava uudenlaista arvoa. (Ruckenstein ym. 2011, mukailleen Graeber 2001.)



KUVIO 5: Arvon kolme ulottuvuutta ovat erottumattomalla tavalla kytköksissä toisiinsa (Ruckenstein ym. 2011, 42).

Ruckensteinin ym. mukaan arvoa tulee tarkastella kolmesta eri näkökulmasta (kuvio 5). **Taloudellinen arvo** liittyy siihen, mistä kuluttaja on valmis luopumaan saadakseen tilalle haluamansa palvelun ja kuinka palvelu voidaan tuottaa taloudellisesti kestäväällä pohjalla (Ruckenstein ym. 2011, 41-42). Apteekin palvelujen

kehittämisessä tämä tarkoittaa sitä, mitä kuluttaja tai muut palvelujen hankkijat ovat valmiita maksamaan palvelusta. Tuotetun palvelun ja siihen panostetun resurssin, tulee tuottaa yrittäjälle kohtuullinen tulos (Ruckenstein ym. 2011, 41-42).

Sosiaalinen arvo Ruckensteinin ym. (2011) mukaan liittyy laajasti siihen, mitä asioita, toimintatapoja, tuotteita tietyt ihmisryhmät pitävät hyvinä ja tavoiteltavina. Sosiaalinen arvo edellyttää asiakkaiden ja työntekijöiden mukaan ottamista kehittämistyöhön, jotta ymmärretään tarpeet ja toiveet. Siinä voidaan tarkastella palvelujen tarvetta, saatavuutta, helppoutta ja laatua. **Merkityksellinen arvo** taas määräytyy suhteesta niihin tapoihin ja keinoihin, joilla ihmiset, yhteisöt ja yritykset pyrkivät erottautumaan muista. (Ruckenstein ym. 2011, 42.) Apteekin näkökulmasta sosiaalisen arvon kasvattaminen edellyttää tuotteiden ja palvelujen olevan juuri sellaisia, joita asiakkaat tarvitsevat, haluavat ja arvostavat. Merkityksellistä arvoa lisää apteekissamme esimerkiksi asiakastilassa oleva kaunis vanha Jugend sohva. Se on kilpailutekijä, muualla ei ole sellaista ja asiakkaat ihastelevat sitä apteekissa asioidessaan.

Arvon kolmen ulottuvuuden yhteensovittaminen vaatii samanaikaisesti ymmärrystä asiakkaiden ja työntekijöiden tarpeista ja pyrkimyksistä, yrityksen erottautumisen mahdollisuuksista ja taloudellisista päämääristä. Yrityksessä tulisikin nähdä yli oman työn ja oman toimialan, jotta arvon tuottamisen kolme ulottuvuutta voidaan yhdistää ja hallita. Näin voidaan luoda uutta innovaatiota ja kasvaa edelläkävijäksi. (Ruckenstein ym. 2011, 16.)

Sinisen meren strategia korostaa arvoinnovaatiota, tavoitteena on, että kilpailijaa ei nujerreta, vaan kilpailu tehdään merkityksettömäksi. Se tapahtuu, kun kehitetään selvästi asiakkaan ja yrityksen saamaa arvoa ja siten uudenlaista toimintaa. (Chan & Mauborgne 2007, 33.) Arvoinnovaatiossa on sekä arvo että innovaatio tasapainossa. Jos kehitetään vain toista esimerkiksi innovaatiota ilman arvoa, muuttuu se tekniikkälähtöiseksi ja on usein enemmän kuin asiakkaat haluavat siitä maksaa. (Chan & Mauborgne 2007, 34.)

Porter ja Kramer (2006) mukaan yhteiskuntavastuu ja yrityksen menestyminen kulkevat käsikkäin. Heidän mukaansa menestyvä yritys kehittää uusia liiketoimintamalleja vastaamalla yhteiskunnan ongelmiin, jolloin yhteiskuntavastuu liittyy

ydinliiketoimintaan ja osaamiseen. Näiden haasteiden ratkaiseminen ei heidän mukaansa lisää yrityksen kustannuksia vaan päinvastoin, pitkällä aikajänteellä uudet toimintatavat ja palvelut avaavat uusia markkinoita ja kannattavuus paranee. (Porter & Kramer, 2006.)

2.1 Tuotteesta palvelutarjoamaan

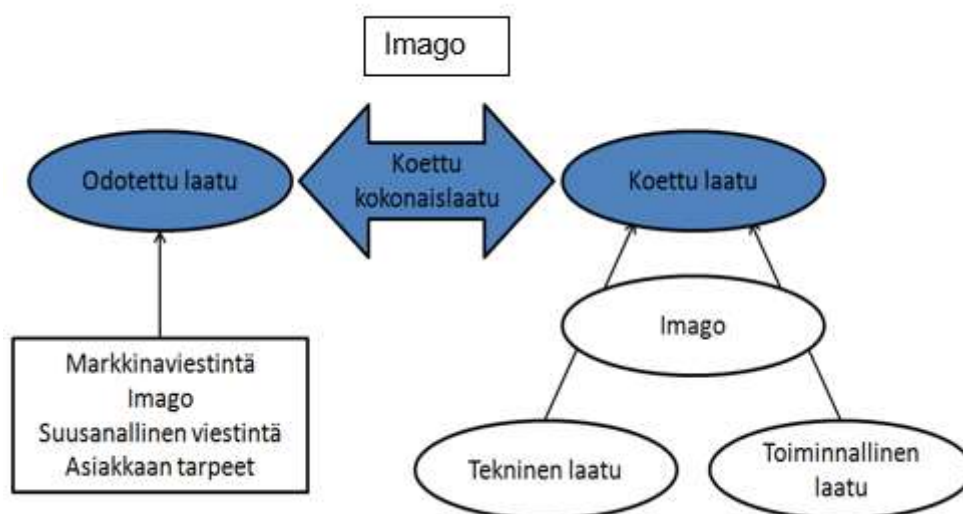
”Asiakkaat ansaitsevat enemmän kuin hyvän palvelupaketin, heille pitää tarjota myös toimiva palveluprosessi (Grönroos 2009, 221).”

Grönroosin (2009) mukaan palvelutapahtumaa tarkastellaan aina prosessina, johon asiakas osallistuu. Sille on ominaista, että tuottaminen ja kuluttaminen tapahtuu yhdessä, niitä ei voi erottaa toisistaan. Palvelumalleja kehitettäessä on tärkeää huomata, että palvelut ovat monimutkaisia ja sisältävät erilaisia osia, jotka liittyvät prosessiin ja lopputulokseen. Asiakas käynnistää prosessin, jonka seurauksena syntyy lopputulos. Merkittävin osuus palvelun laadusta syntyy asiakkaan muodostaman kokemuksen ja arvioinnin perusteella, osallistuessaan prosessiin. Palvelutarjooma sisältää palvelun prosessin ja lopputuloksen ja jossa on aina mukana asiakkaan näkökulma. (Grönroos 2009, 221.)

Alla olevassa kuviossa (kuvio 6) on esitetty ulottuvuuksia, jotka vaikuttavat asiakkaan kokemaan palvelun kokonaislaatuun. Laatu on asiakkaan subjektiivinen käsitys ja se koetaan hyväksi, silloin kun koettu laatu vastaa odotettua laatua. Mikäli asiakkaan odotukset palvelua kohtaan ovat epärealistiset, laatukokemusta on vaikea saavuttaa. (Grönroos 2009, 105.)

Grönroosin (2009) mukaan koettu laatu muodostuu tuotteen toiminnallisesta- ja teknisestä laadusta, unohtamatta yrityksen imagon vaikutusta, jonka tehtävä on suodattaa asiakkaan kokemuksen. Toiminnallinen laatu vastaa kysymykseen, MITEN ja se syntyy palveluprosessissa, joka tuotetaan yhdessä asiakkaan kanssa. Toiminnallinen laatu on kilpailutekijä ja sillä voidaan erottautua muista saman palvelun yrityksistä, se myös tuottaa asiakkaalle arvoa esimerkiksi ystävällinen hymy voi tuottaa iloa. Tekninen laatu vastaa kysymykseen MITÄ, eli se

on tuote tai palvelu, joka toimitetaan palveluprosessin lopputuloksena. Tekninen laatu on hyvän laadun edellytys. (Grönroos 2009,105.)



KUVIO 6. Koettu palvelun kokonaislaatu (Grönroos 2009, 105)

Odotettuun laatuun vaikuttavat yrityksessä tehtävät erilaiset markkinatoimet esimerkiksi asiakaslehti, www-sivut, someviestintä ja esittelytilaisuudet. Sen sijaan imagoon ja suusanalliseen viestintää voidaan vaikuttaa ja sitä voi seurata vain osittain. Niihin vaikuttavat muun muassa yrityksen aikaisempi menestys ja se mitä yrityksestä puhutaan. Asiakkaan tarpeet voivat huomattavasti vaikuttaa asiakkaan kokonaislaadun kokemukseen esimerkiksi asiakas saa helpotusta kiputilaan, jolloin hänen akuutti tarve täytettiin. (Grönroos 2009, 105-106.)

Palvelun laatua on tutkittu paljon. Vankkoihin empiirisiin ja teoreettisiin tutkimuksiin sekä käytännön kokemuksiin perustuvaa laadukkaaksi koetun palvelun seitsemän kriteeriä, voidaan pitää hyvänä ohjenuorana laadukkaan palvelun kehittämisessä, palvelun laadun seitsemän kriteeriä ovat:

1. ammattimaisuus ja taidot,
2. asenne ja käyttäytyminen,
3. lähestyttävyyys,
4. luotettavuus,
5. palvelun normalisointi,
6. palvelumaisema,

7. maine ja uskottavuus. (Grönroos 2009, 106.)

Ensimmäinen kriteeri ammattimaisuus ja taidot liittyvät lopputulokseen ja on teknisen laadun ulottuvuus, vastaten kysymykseen MITÄ. Maine ja uskottavuus liittyvät imagoon ja se toimii asiakkaan laatukokemuksen suodattimena. Toiminnallisen laadun ulottavuutta edustavat asenteet ja käyttäytyminen, saavutettavuus ja joustavuus, luotettavuus ja palvelun normalisointi, nämä liittyvät prosessiin ja vastaavat kysymykseen, MITEN. Palvelumaisema kriteeri on lisätty luetteloon myöhemmin, se on prosessikriteeri ja kuvaa toiminnallista laatua. (Grönroos 2009, 121 – 122.)

2.2 Palvelupaketti

Uusien palveluiden kehittämisellä pyritään laajentamaan tarjoomaa, tuottamaan asiakkaille lisäarvoa ja menestymään kiristyvässä kilpailussa. Uudet palvelut vaativat yleensä investointeja, jotka on otettava huomioon palvelun tuottavuuden näkökulmasta.

Asiakkaan tarpeisiin räätälöidyillä tuotepaketeilla voidaan lisätä palveluvaikutusta. Tällainen tuotepaketti kannattaa rakentaa joustavasti asiakkaan toivomusten ja tarpeiden mukaan. Esimerkiksi lääkkeiden tilaaminen apteekista, suoralakutus ja kotiinkuljetus haluttuna aikana.

Peruspalvelupaketti sisältää yksittäiset osa-alueet, joita palvelutuotteessa täytyy olla, jotta asiakkaan tarpeet tulevat tyydytetyksi (taulukko 2). Ydinpalvelu ovat ne tuotteet tai palvelut, joka on yrityksen markkinoilla olon syy. (Grönroos 2009, 224.) Apteekissa ydinpalvelu on lääkelain mukaan lääkkeiden vähittäismyynti, jakelu, lääkkeiden valmistus sekä lääkkeisiin liittyvä neuvonta ja palvelutoiminta.

Mahdollistavat palvelut auttavat asiakasta käyttämään palvelua, jos mahdollistavia palveluja ei ole, ydinpalvelua ei voi käyttää (Grönroos 2009, 224). Apteekissa tämä tarkoittaa esimerkiksi kassatoimintoja, laskutustoimintoja ja IT-järjestelmiä.

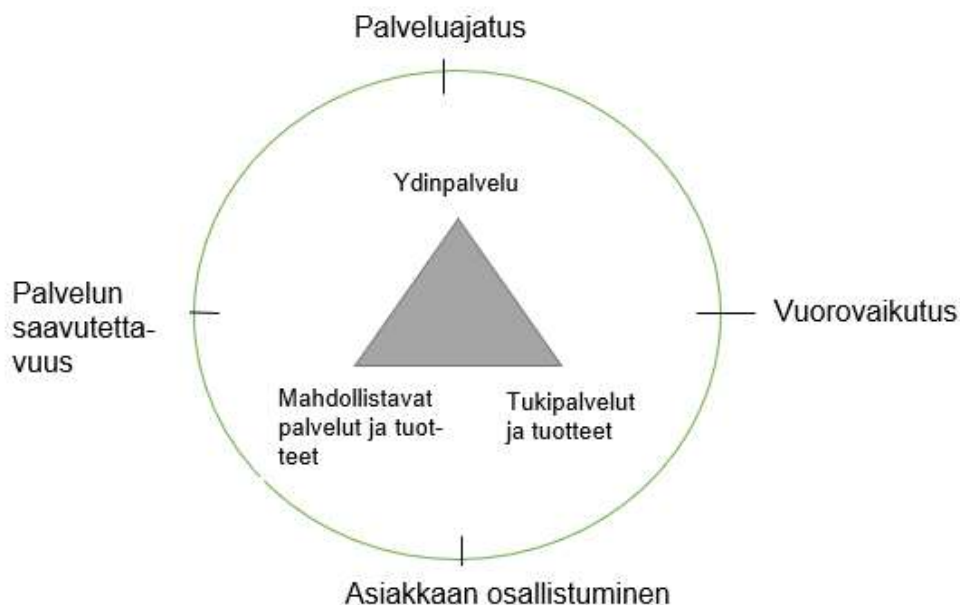
Tukipalvelut eivät ole välttämättömiä palvelun käytölle, mutta ne toimivat kilpailu- ja erottautumiskeinona ja niiden avulla voidaan tarjoamaa laajentaa asiakkaalle lisäarvoa tuottavilla palveluilla eli tehdä muun muassa palvelun käyttö helpommaksi (Grönroos 2009, 225). Esimerkiksi apteekin kotiinkuljetuspalvelu toimii tukipalveluna ja edistää lääkkeiden saatavuutta.

TAULUKKO 2. Peruspalvelupaketin osa-alueet (mukailtu Grönroos 2009, 224-225).

PERUSPALVELUPAKETTI	
YDINPALVELU Markkinoilla olon syy	MAHDOLLISTAVA PALVELUT Täydentää ydinpalvelua, jotta sitä voidaan käyttää.
	TUKIPALVELUT Eivät välttämättömiä, lisäävät arvoa ja on kilpailutekijä.

Peruspalvelupaketti on teoreettinen ja kuvaa ainoastaan MITÄ asiakkaat saavat, siinä ei ole palveluprosessia kuvattuna. Tämän vuoksi asiakkaan kokemus palvelusta jää puutteelliseksi ja siten tärkeää laatukokemusta vaille. Peruspalvelupaketti täydennettynä palveluprosessilla saadaan yhdistettyä kattavampi palvelupaketti, jota kutsutaan laajennetuksi palvelutarjoomaksi. (Grönroos 2009, 225).

Laajennettuun palvelutarjoomaan (kuviokuva 7) sisältyvät palvelun tuotanto ja toimitusprosessi. Palveluprosessi eli ostajan ja myyjän välinen vuorovaikutus voi vaihdella tilanteen mukaan. Johtamisen näkökulmasta siinä on kuitenkin kolme keskeistä huomioitavaa asiaa; asiakkaan ja yrityksen edustajan välinen vuorovaikutus, palvelun saavutettavuus sekä asiakkaan osallistuminen palveluprosessiin. Nämä ovat toiminnallisia laadun osa-alueita ja vastaavat kysymykseen, MITEN. Näistä kolmesta toiminnallisen laadun elementistä palvelun saavutettavuus, vuorovaikutus organisaation kanssa ja asiakkaan osallistuminen tulee mukauttaa asiakasrakenteen kokeman hyödyn mukaan. (Grönroos 2009, 226.)



KUVIO 7. Laajennettu palvelutarjooma (Grönroos 2009, 227).

Palvelun saavutettavuuteen vaikuttavat muun muassa aukioloajat, henkilöstön määrä ja riittävyys, yrityksen sijainti, yrityksen ulkonäkö, siisteys ja koneet sekä asiakirjat. Palvelun saavutettavuus vaikuttaa siihen miten helppoa tai vaikeaa palvelun hankkiminen ja käyttäminen on. (Grönroos 2009, 226-227.) Toiminnallisen laadun kokemus voi erota asiakasrakenteen vaikutuksesta esimerkiksi siten, että osa asiakasryhmistä asioivat mielellään verkossa, kun taas osa asiakkaista valitsevat mieluummin kivijalkamyymälän.

Vuorovaikutus on monitahoinen ja jakautuu useampaan luokkaan. Vuorovaikutusviestintä henkilökunnan ja asiakkaiden välillä riippuu henkilökunnan käyttäytymisestä, asenteesta ja sanomisista sekä tekemisistä. Vuorovaikutus erilaisten fyysisten ja teknisten asioiden kanssa esimerkiksi erilaiset automaatit, asiakirjat, koneiden ja työkalujen käyttö. Asiakkaan osallistuminen tarkoittaa, että hän osallistuu palvelun tuottamiseen ja hänellä on vaikutusta saamaansa palveluun. (Grönroos 2009, 229–230.)

Asiakkaan kokemukset palvelutilanteesta muuttuvat sen mukaan, miten peruspalvelupaketin ydinpalvelu, mahdollistavat palvelut ja tukipalvelut saavutetaan, miten helpoksi ja miellyttäväksi vuorovaikutustilanne koetaan ja miten asiakkaat

ymmärtävät osuutensa ja tehtävänsä palveluprosessissa (Grönroos 2009, 230). Todellisuudessa yrityksen kilpailukyky on tunteen, tiedon ja tekojen funktio (Storbacka & Lehtinen 2006, 38).

2.3 Matkalla asiakaspalvelusta asiakaskokemukseen

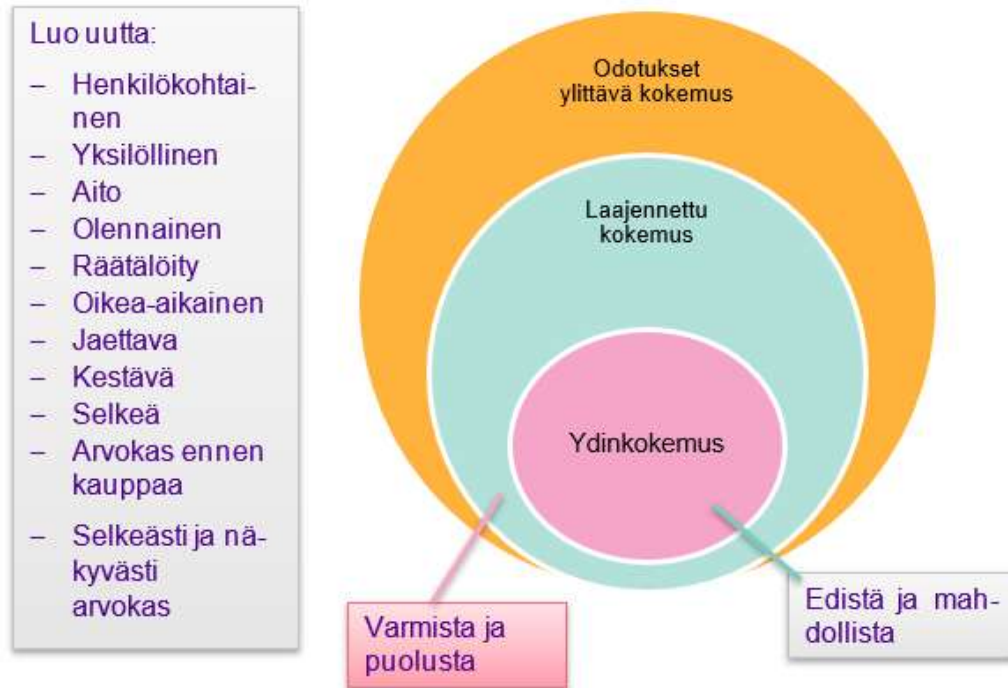
”Asiakaskokemus on niiden kohtaamisten, mielikuvien ja tunteiden summa, jonka asiakas yrityksen toiminnasta muodostaa (Löytänä & Kortesus 2011, 45).”

Asiakaskokemus rakentuu yksittäisten kokemusten summasta, se on asiakkaan subjektiivinen tunne, joka muodostuu kokemuksista ja alitajunnassa tehdyistä tulkinnoista (Löytänä & Kortesus 2011, 22). Asiakaskokemus syntyy vuorovaikutuksen seurauksena ja on lopputulos arvoketjusta, jonka läpi asiakas yrityksen kanssa kulkee (Gert & Korhikoski 2016, 46). Hyvä asiakaskokemus tuottaa asiakkaalleen mielihyvää, kun asiakas yllättyy ja ilahtuu saamastaan palvelusta, hän palaa uudelleen (Löytänä & Kortesus 2011,45). Syvä molemminpuolinen tunneside asiakkaan ja yrityksen välillä lisää asiakasuskollisuutta. Mikäli asiakassuhde on rakentunut asiakkaan mielessä mielekkääksi ja merkitykselliseksi, on se silloin aika vakaalla pohjalla. Asiakaskokemuksen muodostumisen ymmärtäminen ja tavoitteellinen johtaminen tuo kilpailuetua yritykselle. (Löytänä & Kortesus 2011, 22.)

2.4 Odotukset ylittävän asiakaskokemuksen tasot

Asiakkaan ydinkokemus kuvaa sitä kokemusta, joka muodostuu yrityksen ydintuotteen tai palvelun hankinnasta (Löytänä & Kortesus 2011, 61). Esimerkiksi apteekissa tämä ydinkokemus liittyy lääkkeen hankintatilanteeseen, siinä käytävään neuvontatapahtumaan, lääkkeen ominaisuuksiin ja mm. apteekin aukioloaikoihin eli saavutettavuuteen. Asiakaskokemuksen johtamisen tulee varmistaa ydinkokemuksen toteutuminen kaikissa tilanteissa. Ydinkokemuksen täytyy olla kunnossa ennen kuin yritys pystyy tuottamaan odotukset ylittävää kokemusta (Löytänä & Kortesus 2011, 62).

Halutessamme luoda odotukset ylittäviä asiakaskokemuksia, Löytänä ja Korteesuon mukaan (2011) tulee ydinkokemuksen jälkeen siirtyä laajennettuun kokemukseen (kuvio 8). Siinä tuodaan lisää ydinkokemukseen jotain sellaista, joka lisää tuotteen tai palvelun arvoa asiakkaalle. (Löytänä & Korteesuo 2011, 62).



KUVIO 8. Asiakaskokemuksen tasot (Löytänä & Korteesuo mukailien Arussy 2010, 67).

Laajennetussa kokemuksessa on kaksi tasoa, Edistäminen ja Mahdollistaminen. Edistäminen tarkoittaa sitä, että ydinkokemukseen tuodaan lisäelementtejä, jotka suoraan edistävät asiakaskokemusta. Näitä voi olla uudet tuotteet tai palvelut, joita asiakkaat käyttävät ydintuotteiden- ja palvelujen lisäksi. (Löytänä & Korteesuo 2011, 62) Apteekissa se voi olla esim. lääkkeiden annosjakelu tai laajempi valikoima hyvinvointituotteita. Mahdollistaminen tarkoittaa sitä, että palveluun tuodaan tuotteita tai palveluja, jotka vaikuttavat välillisesti asiakaskokemuksen muodostumiseen (Löytänä & Korteesuo 2011, 62). Näitä voi olla esim. Terveyspalveluste tai kosmetologin palvelut.

Odotukset ylittävä kokemus voidaan saavuttaa lisäämällä laajennettuun ydinkokemukseen odotuksia ylittäviä ominaisuuksia (kuvio 8) (Löytänä & Korteesuo 2011, 62).

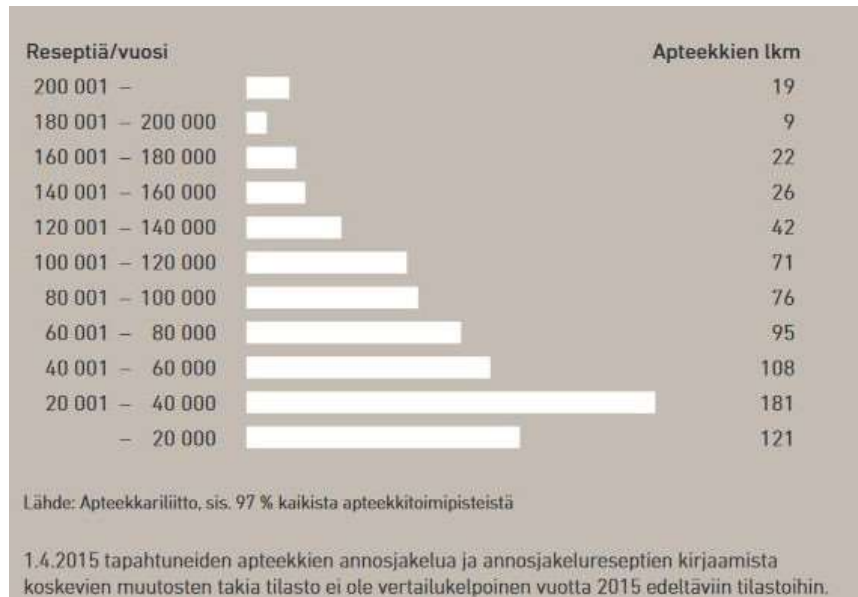
Asiakkaan kokemus rakentuu aikaisempia kokemuksia vertaamalla nykyisiin odotuksiin, haluihin ja toiveisiin (Gert ym. 2016, 93). Ahvenainen, Gylling ja Leinon (2017) mukaan kokonaisvaltaiseen asiakaskoemukseen ja pitkäaikaiseen tunnekokemuksen syntyyn vaikuttavat kolme osa-aluetta. Ensimmäinen ja tunnetuin on henkilökohtainen asiakaskohtaaminen. Toinen osa-alue on digitaalisessa tai sosiaalisessa ympäristössä tapahtuva kohtaaminen. Kolmas osa-alue on brändikokemus, johon vaikuttavat kaikki aikaisemmat olettamukset, näkemykset ja mielikuvat. Nämä kolme ulottuvuutta muodostavat kokonaisvaltaisen asiakaskokemuksen, painotukset sen sijaan ovat riippuvaisia alasta ja tuotteesta. (Ahvenainen, Gylling & Leino 2017, 34.)

3 LÄHTÖTILANTEEN KARTOITUS

3.1 Taustaa

Lavian apteekki sijaitsee Porin kaupungissa entisen Lavian kunnan taajamassa. Lavian alueella on 2173 asukasta. Entinen Lavian kunta liitettiin vuonna 2015 Porin kaupunkiin (Pori.fi, Lavia) Kesäasukkaita Laviassa on runsaasti, paikkakunnalla on kymmeniä järviä ja noin 850 vapaa-ajan asuntoa.

Lavian apteekilla on sivuapteekki Kiikoisten taajamassa, noin 15 kilometrin päässä pääapteekista. Apteekeista toimitettiin vuonna 2018 yhteensä 29 100 reseptiä. Henkilökuntaan kuuluu kaksi farmaseuttia, joista toinen hoitaa sivuapteekia sekä yksi tekninen apulainen. Suomen apteekeista lähes puolet toimittaa alle 40 000 reseptiä vuodessa (kuva 1). Lavian apteekki kuuluu pienten apteekkien ryhmään, keskiporto apteekki toimittaa noin 86 500 reseptiä vuodessa. (Apteekkariliitto 2018).



KUVA 1. Yksityiset apteekkitoimipisteet kokoluokittain vuonna 2017 (SAL 2018).

Molemmat apteekit sijaitsevat maaseudulla, josta terveyspalvelut ovat heikentyneet viime vuosina. Laviassa käy lääkäri kerran viikossa muutaman tunnin ja Kiikoisissa ainoastaan satunnaisesti. Lavialaiset käyvät pääsääntöisesti lääkärissä Itä-Porin terveysasemalla, jonne on matkaa noin 60 km tai yksityislääkärillä joko

Porissa tai Kankaanpäässä. Kiikoisista lääkärikäynnit suuntautuvat joko Sastamalan keskustassa tai Mouhijärven terveysasemalla, joihin molempiin on matkaa noin 30 km.

Päivittäistavarakaupat ovat myös vähentyneet paikkakunnilta. Laviassa on ainoastaan yksi ja Kiikoisissa kaksi päivittäistavarakauppaa. Asioimiskäynnit suuntautuvat lähikaupunkeihin ja usein myös apteekkiasiat hoidetaan laajan valikoiman marketapteekissa. Apteekissa asioivien asiakkaiden lisäksi apteekit toimittavat lääkkeitä ja apteekkituotteita hoivayksiköiden ja kotihoidon asiakkaille.

Lavian apteekin lähimmät kilpailijat sijaitsevat Kankaanpäässä, jossa on kaksi apteekkia, matkaa sinne on noin 30 km sekä Suodenniemen sivuapteekki, jonne on matkaa noin 12 km. Livialaiset asioivat myös Porin apteekeissa lääkärissä ja asioilla käydessään. Kiikoisten apteekin lähimmät kilpailijat sijaitsevat Sastamalassa ja Mouhijärvellä, joihin kumpaankin on matkaa noin 30 km.

Apteekin toimintaa ja asiakkaiden viestejä sekä käyttäytymistä havainnoidessa nousi toistuvasti muutamia asioita esille. Yleinen puheenaihe oli lääkärin puuttuminen paikkakunnalta sekä hankaluus päästä lääkäriin ja lääkäriin hakatumista vältettiin. Lääkäriin oli vaikea saada aikaa ja vastaanotot olivat kaukana kaupungin keskustan terveysasemilla.

Toinen esille tullut ongelma oli joidenkin iäkkäämpien asiakkaiden pääsy apteekkiin. Esimerkiksi ei ollut enää ajokorttia ja autoa, lapset asuivat kaukana ja taksi- kyytejä ei aina ollut saatavilla. Lääkkeitä tuotettiin naapureilla, muiden tuttavien avustuksella tai oltiin ilman.

3.2 Strategiatyö

Lavian apteekin suunnittelu ja strategian kehittäminen käynnistyi tammikuussa 2018 henkilökuntapalaverilla. Henkilökuntapalaveri otettiin heti alussa säännölliseksi yhteisten asioiden käsittely- ja kehittämisfoorumiksi. Kokoontumisia järjestettiin 1-2 kuukauden välein noin kaksi tuntia kerrallaan.

Strategiatyön alussa käytiin läpi apteekin tilanne talous- ja asiakasmittareiden näkökulmasta. Seuraavaksi keskustelimme nykyhetken tilanteesta muun muassa apteekin toiminnasta, asiakastyytyväisyydestä ja mahdollisista asiakastarpeista sekä ympäristön muutoksista. Halu kehittää ja katsoa eteenpäin oli kaikkien mielestä tarpeellinen, hyvä ja innostava suunta. Ennen seuraavaa palaveriä jokaisella oli tehtävänäan miettiä ja laatia apteekille SWOT analyysi.

SWOT analyysi on suosittu työkalu, jonka tarkoitus on arvioida yrityksen tilaa suhteessa ympäristöön ja selkeyttää löytämään oikea suunta kehittämistoimille. Sen avulla voidaan tunnistaa yrityksen sisäiset tekijät, kuten vahvuudet ja heikkoudet sekä yrityksen ulkoiset tekijät kuten mahdollisuudet ja uhat. (Juuti & Luoma 2009, 294.) Sisäisiin tekijöihin yritys voi itse vaikuttaa toiminnallaan. Vahvuudet auttavat yritystä menestymään ja heikkoudet sen sijaan estävät menestymisen. Mahdollisuudet ja uhat ovat toimintaympäristön vaikutuksia yrityksen toimintaan ja toimivat nimensä mukaan. Mahdollisuuksia pyritään hyödyntämään ja uhkia välttämään. SWOT analyysi on käyttökelpoinen ja yksinkertainen työkalu, jonka avulla voidaan syventää nykytila-analyysiä. (PK-yrittämisen johtamis- ja työkalupakki, SWOT). Juutin ja Luoman (2009) mukaan SWOT analyysin perusteella tehdyt johtopäätökset toimenpiteistä mahdollistavat resurssien organisoimisen ainutlaatuisella ja kilpailukykyisellä tavalla, joka lisää kilpailukykyä (Juuti & Luoma 2009, 294). Seuraavassa palaverissä käytiin laaditut SWOT-analyysit läpi ja tiivistettiin niistä yksi yhteinen apteekin SWOT-analyysi (taulukko 3).

TAULUKKO 3. Lavian apteekin SWOT analyysi.

<p>Vahvuudet</p> <p>Monipuolisesti osaava henkilökunta Tutut asiakkaat Maaseutuapteekin kiireetön tunnelma Hyvä yhteistyö paikkakunnan muun terveydenhuollon henkilöstön kanssa Pienet kustannukset Laviassa paljon mökkiläisiä kesällä, Kiikoinen vilkas liikepaikka (ABC) Sijainti paikkakunnalla</p>	<p>Heikkoudet</p> <p>Asiakkaiden heikko sitoutuminen oman paikkakunnan apteekkiin Tyytymättömyys Sisäänpäin kääntyneitä, apteekki ei näkynyt tai kuulunut paikkakunnalla Pieni ja puutteellinen varasto Nukkavieru liikehuoneisto ja vanhat epätarkoituksenmukaiset kalusteet Ei mainontaa/ passiivisuus/ huono apteekin näkyvyys</p>
<p>Mahdollisuudet</p> <p>Lisäarvoa tuottavien palvelujen kehittäminen ja tuottaminen Teemapäivät Kanta-asiakasjärjestelmä (S-bonus?) Aukiolojen laajentaminen Asiakastilaisuudet Markkinointi (oma lehti kotiin) Verkkoapteekki ja noutolokerot Verkostoituminen mahdollisimman laajasti Satakunnan Sote, yritys, koulutus ja kollegoiden kesken.</p>	<p>Uhat</p> <p>Lääkäripalveluiden heikko saatavuus. Lääkäripalvelujen loppuminen Asiakkaat asuivat kauempana taajamasta, lääkkeiden saatavuus Tehostetun palveluasumisen yksiköiden muutto Porin keskustaan Kilpailutukset (esim. annosjakelu) Apteekkitoiminnan vapauttaminen Itsehoitolääkkeiden vapauttaminen Muiden toimijoiden verkkoapteekit, Ulkomaiset verkkoapteekit (vrt. Amazon) Henkilöstön terveys/ jaksaminen Apteekkarin terveys/ jaksaminen Korkojen nousu</p>

Apteekin selkeä vahvuus on monipuolisesti osaava henkilökunta, joka tuntee asiakkaat. Asiakkaan kanssa voi myös melko kiireettömästi toimia ja toteuttaa henkilökohtaista palvelua, joka erityisesti maaseudulla koetaan tärkeänä. Kustannusrakenne on terve ja esimerkiksi vuokramenot kohtuulliset. Lisäksi molemmat apteekit sijaitsevat keskeisellä paikalla. Kesäaikaan asiakasmäärät lisääntyvät kesäasukkaiden ja ohikulkijoiden toimesta.

Apteekin heikkouksia on vaihteleva asiakkaiden tyytyväisyys apteekin toimintaan. Huomiomme oli myös kiinnittynyt asiakkaiden heikkoon sitoutumiseen. Tämän epäiltiin johtuvan lääkevaraston ja tuotevalikoiman puutteista. Asiakas ei aina saanut kerralla kaikkia tarvitsemiaan lääkkeitä, vaan joutui asioimaan apteekissa uudelleen saman asian merkeissä. Ympäristö apteekissa oli synkkä ja pimeä, kalusteet olivat osin vanhanaikaisia. Apteekissa mainonta ja markkinointi oli ollut vähäistä.

Ulkoisia mahdollisuuksia löydettiin useita ja niistä nousi vahvasti esiin uusien asiakkaille arvoa tuottavien palvelujen kehittäminen. Näitä olivat apteekkituotteiden

kotiinkuljetus, asiakaslehden ja kanta-asiakasjärjestelmän käyttöönotto sekä verkkoapteekin ja noutolokeroiden hankinta.

Selkeänä uhkana koettiin lääkäripalvelujen vähäisyys ja mahdollinen loppuminen kokonaan. Molemmilla paikkakunnilla sekä Laviassa että Kiikoisissa on paljon vanhuksia, joilla ei ole sairauden tai muun syyn vuoksi enää ajokorttia. Silloin esimerkiksi omaiset hankkivat lääkkeitä muualta tai asiakas hankkii lääkkeet lääkärikäyntien yhteydessä kaupungista. Palveluasumisessa ja kotihoidossa mahdollisesti tapahtuvat muutokset vaikuttaisivat suoraan apteekin toimintaedellytyksiin, ikäihmiset käyttävät paljon lääkkeitä. Lainsäädännön muutokset voivat myös merkittävästi vaikeuttaa yritystoimintaa.

SWOT analyysin jälkeen pohdimme arvoja. Yrityksen arvot liittyvät vahvasti yrityskulttuuriin, eli toimintaan, ihmisten kohtaamiseen ja ajatteluun. Matti Alahuhdan mukaan yrityksen arvot ovat keskeisessä asemassa yrityskulttuurin johtamisessa. Arvot antavat koko organisaatiolle suunnan ja tiedon siitä millaisiksi haluamme muuttua. Kulttuurin kannalta merkittävintä on miten arvot lähtevät elämään. Yrityksen kulttuurilla on merkitystä myös strategian toteutumiseen, se ei sitä korvaa, mutta tukee sitä. (Alahuhta 2015, 135-137.)

Alla olevassa taulukossa 4 on yhdessä henkilöstön kanssa määritelty apteekin arvot. Alahuhdan mukaan arvot toimivat toimintaa ohjaavina ainoastaan silloin, kun ne lähtevät elämään (Alahuhta 2015,137). Olemme keskustelleet arvoista useissa palaverissa ja ne ovat hyvin samanlaisia, kuin meidän omat arvot ja sen vuoksi niitä on helppo toteuttaa.

TAULUKKO 4. Lavian apteekin arvot.

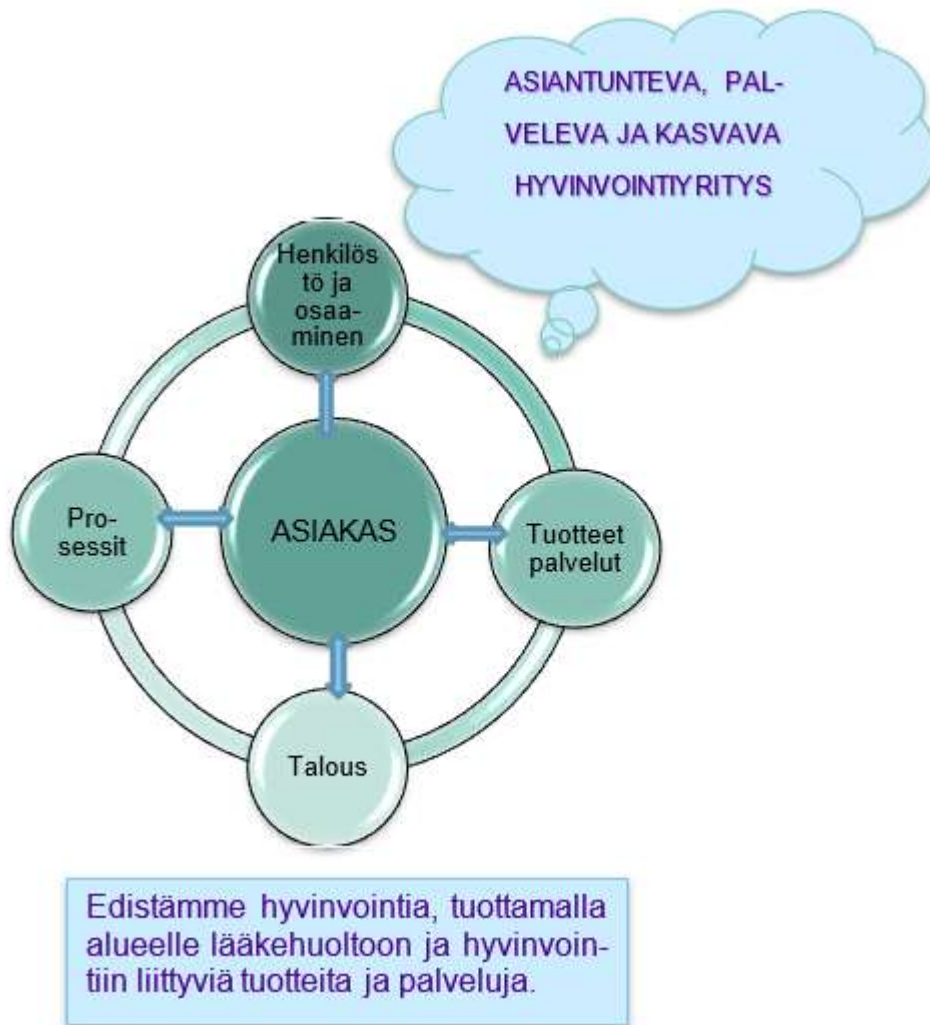
Ystävällisyys ja hymy	<ul style="list-style-type: none"> • Huomioimme kaikki asiakkaat apteekkiin saapuessa, asiakaspalvelutilanteessa ja asiakkaan poistuessa • Pyydämme anteeksi ja korjaamme tilanteen asian niin vaatiessa • Puhutellemme työkavereita ystävällisesti, tervehditään ja vastataan kysymyksiin
Tasapuolisuus, arvostus	<ul style="list-style-type: none"> • Kunnioitamme ja kohtelemme asiakkaitamme tasapuolisesti ja ystävällisesti, samoin työkavereita
Huolehtiminen	<ul style="list-style-type: none"> • Huolehdimme asiakkaan tarpeista kokonaisvaltaisesti loppuun saakka, emme jätä asiakasta pulaan • Huolehdimme myös toisistamme, olemme joustavia
Osaaminen ja ammattitaito	<ul style="list-style-type: none"> • Kouluttaudumme ja opimme jatkuvasti uutta, Olemme farmasian asiantuntijoita
Kehittäminen	<ul style="list-style-type: none"> • Seuraamme aikaa ja kehitämme jatkuvasti toimintaamme Luomme uusia palveluja asiakkaan tarpeista lähtien

Seuraavaksi laadimme apteekille liikeidean viitoittamaan meidän uutta asiakaslähtöisempää suuntaa (taulukko 5). Liikeidea kuvaa yrityksen asiakasryhmät, tuotteet ja palvelut, joita halutaan tarjota (Juuti & Luoma 2009, 292). Liikeideassa myös kuvataan, millaisen imagon yritys haluaa luoda itsestään ja miten tämä saadaan aikaan. Liikeideasta tulisi myös tulla esille, miten yritys toimii ja mitkä ovat kilpailutekijät. Liikeidea kannattaa suunnitella vasta kun toimintaympäristö on kuvattu ja mietitty niiden vaikutus yritystoimintaan. (Osaava yrittäjä. Liikeidea.)

TAULUKKO 5. Lavian apteekin tiivistetty liikeidea.

<i>Mitä</i> Lääkkeitä, ravintovalmisteita, hyvinvointituotteita, koulutusta ja apteekki-toimintaan sopivia palveluja	<i>Kenelle</i> Alueen asukkaille, kotihoidon ja palvelutalojen asukkaille, kesäasukkaille, terveydenhuollolle
<i>Miten</i> Yhdenvertaisesti ja yksilöllisesti asiakkaan tarpeet huomioiden, tulevaisuuteen ja digiaikaan suuntautuen.	<i>Imago</i> Apteekin toiminta on laadukasta ja ammattitaitoista. Palvelu on reipasta, ystävällistä ja henkilökohtaista. Ympäristö on miellyttävä. Asiakas on ykkönen.

Liikeidea pohdittaessa oli selvää, että jatkossa otamme asiakkaat paremmin huomioon. Kaikessa toiminnassamme nostamme asiakkaan keskiöön. Kuuntelemme toiveita ja tarpeita herkemällä korvalla. Elämme myös aikaa, jolloin monet asiat muuttuvat nopeassa tahdissa. Haluamme olla ajan tasalla kehityksen kulusta ja hyödyntää digitalisaatiota mahdollisuuksien mukaan. Haluamme rakentaa apteekin imagon laadun, ammatillisuuden, ripeän ja ystävällisen sekä henkilökohtaisen palvelun elementtien varaan.



KUVIO 9: Lavian ja Kiikoisten apteekkien strategia.

Strategisiksi osa-alueiksi määriteltiin henkilöstö ja osaaminen, tuotteet ja palvelut, prosessit ja talous. Asiakas on keskiössä, eli toiminta, prosessit ja kehittäminen lähtevät asiakkaiden tarpeista ja asiakkaita kuunnellen.

Strategiatyön aikana luotiin tavoitteet ja selkeä kehittämisohjelma, jossa oli useita toimenpiteitä. Toimenpiteet suunniteltiin kolmelle seuraavalle vuodelle ja samalla laadittiin mittarit, jolla strategian toteutumista seurataan.

Tuotteet ja palvelut osa-alueen yhdeksi strategiseksi toiminnaksi määriteltiin uusien asiakkaalle lisäarvoa tuottavien palvelujen kehittäminen, johon tämä opinnäytetyö keskittyy.

3.3 Asiakaskysely

Apteekissa toteutettiin asiakaskysely 16.7.-3.8.2018 välisenä aikana. Valitsimme kyselytutkimuksen, koska sen avulla saatiin kerättyä melko nopeasti laaja aineisto (Hirsjärvi, Remes & Sajavaara 2000, 182). Tavoitteena oli kartoittaa asiakkaiden näkemyksiä siitä, millaisia apteekkipalveluja asiakkaat toivovat, lisäksi vastaajilla oli mahdollisuus kirjoittaa avoin kommentti tai toive apteekille. Kysely toteutettiin saman aikaisesti, kuin Apteekkariliiton valtakunnallinen kysely ”Millaisen apteekin sinä haluat”. Käytimme kyselylomakkeen laatimisessa Apteekkariliiton pilotoimaa lomaketta, muokkasimme sen paremmin vastaamaan oman alueen tarpeiden näkökulmasta.

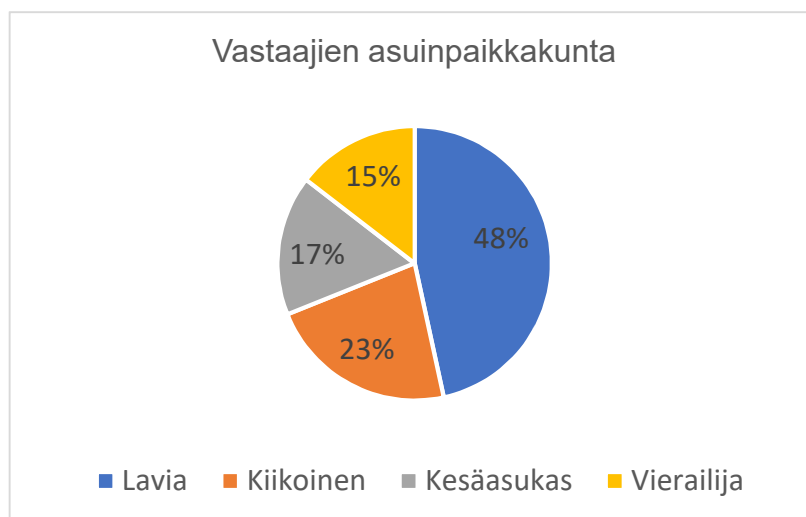
Apteekkariliiton lomakkeesta poistettiin kysymykset: *Miten apteekin aukioloaikoja tulisi mielestäsi kehittää? Palvelutoive kysymyksestä poistettiin rokotuspalvelu, pienimuotoiset toimenpiteet, terveellisiä neuvoja digitaalisten laitteiden keräämään dataan perustuen sekä reaaliaikaista terveydentilan seuraamista ja havaittuihin ongelmiin reagointia*. Sen sijaan lisäsimme lomakkeeseen (Liite 1) kysymykset etälääkäripalvelusta, kotiinkuljetuspalvelusta, annosjakelusta, kansansairauksiin liittyvistä teemapäivistä sekä terveystmittauksista. Aukioloaikakysymyksen poistimme, koska meillä ei ole realistista mahdollisuutta laajentaa aukioloaikoja, muut kysymysmuutokset teimme, koska halusimme relevanttia tietoa konkreettisista toteuttamiskelpoisista palveluista. Lisäksi oli tarkentava kysymys kotiinkuljetuksesta sekä kysymys halukkuudesta hoitaa apteekkiasioita verkossa.

Avoimia kysymyksiä oli lomakkeessa kaksi: *Mitä muuta toivot apteekiltasi? ja Palautetta Kiikoisten ja Lavian apteekeille*. Näillä kysymyksillä haluttiin saada vastaaja kertomaan lomakkeeseen omin sanoin toiveista ja tarpeista tai antaa muuta palautetta apteekille.

Lomakkeita tarjottiin tutkimusaikana Lavian apteekissa ja Kiikoisten sivuapteekissa kaikille apteekissa käyneille asiakkaille. Vastaaminen oli vapaaehtoista, vastaajat saivat halutessaan antaa yhteystiedot ja osallistua tuotepaketin arvontaan. Pääsääntöisesti vastaajat täyttivät lomakkeet apteekissa. Vastauksia tutkimusaikana saatiin yhteensä 107 kpl, tavoitteena oli saada yli 100 vastausta.

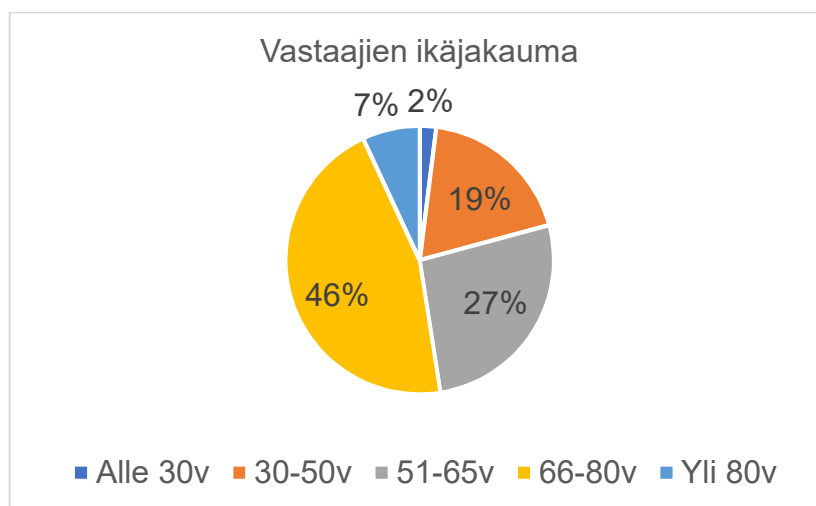
Vastaukset luokiteltiin ja niistä tehtiin prosenttijakaumat. Avoimet vastaukset koottiin teemoittain yhteen ja analysoitiin.

Lähes puolet vastaajista oli lavialaisia ja noin viidesosa Kiikoisista (Kuvio 10). Kesäasukkaiden ja vierailijoiden määrä oli lähes kolmannes, mikä johtui tutkimuksen ajankohdasta. Alueella on yli 800 kesäasuntoa ja kesäasukkaat ovat merkittävä lisä paikkakunnan elinkeinoelämälle.



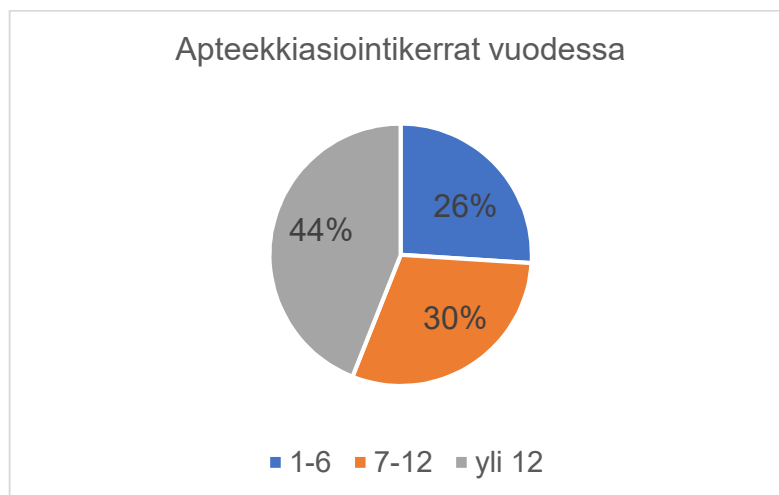
KUVIO 10. Vastaajien jakautuminen asuinpaikkakunnan mukaan (n=107).

Vastaajista 76% oli naisia ja 24% miehiä (kuvio 11). Vastaajien ikä- ja sukupuoli-jakauma vastaa yleistä apteekkiasiakkaan ikäjakaumaa. Vastaajista oli yli 66 vuotiaita 53% ja yli 51 vuotiaita tai vanhempia peräti 80%.



KUVIO 11. Vastaajien ikäjakauma (n=107).

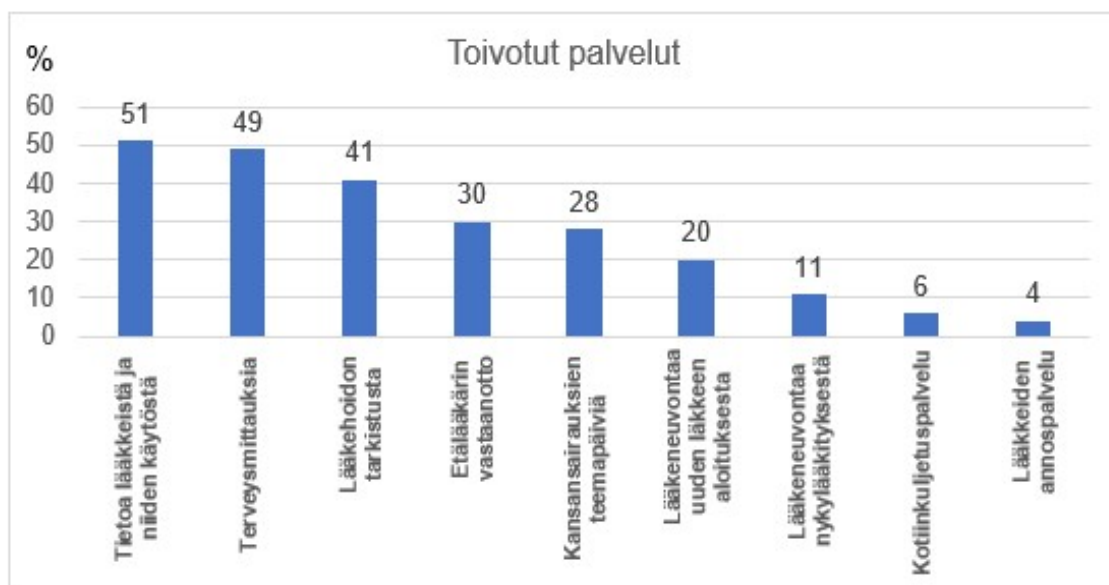
Vastaajista noin neljäsosa arvioi asioivansa apteekissa vähemmän kuin 7 kertaa vuodessa (kuvio 12). Loput 74 % asioi enemmän, kuin joka toinen kuukausi ja 44% enemmän, kuin joka kuukausi. Vastaajat olivat varsin kokeneita apteekkipalvelujen käyttäjiä.



KUVIO 12. Vastaajien arvio asiointikerroista apteekissa viimeisen vuoden aikana (n=107).

Yleistä tietoa lääkkeistä ja niiden käytöstä sekä lääkehoidon tarkastuspalvelua toivoi noin puolet vastaajista (kuvio 13). Henkilökohtaisista neuvontaa uuden lääkkeen aloituksesta toivoi ainoastaan joka viides ja nykylläkityksestä joka kymmenes vastaaja. Asiakkaat ovat kiinnostuneita rationaalisesta lääkehoidosta, sen sijaan he eivät koe tarvitsevansa lisäneuvontaa jo käytössä olevista lääkkeistä. Terveysmittauksia toivoi lähes puolet vastaajista ja kansansairauksien teemapäiviä noin kolmannes. Vastaukset kuvastavat asiakkaiden kiinnostusta omasta terveydestään ja haluavat tietää arvonsa.

Sydänviikkoa vietetään apteekissa aina toukokuussa, jolloin asiakkaat saavat informaatiota sydänsairauksien ehkäisystä ja voivat mittauttaa verenpaineen ja verenokeriarvot veloitusetta. Etälääkärin vastaanottoa toivoi kolmannes, kotiinkuljetuspalvelua 6% ja lääkkeiden annosjakelupalvelua ainoastaan 4% vastaajista. Kotiinkuljetus- ja annosjakelupalvelun vähäinen kiinnostus johtui vastaajien ikärakenteesta. Yli 80 vuotiaita vastaajista oli ainoastaan 7 %, eli alle 8 vastaajaa.



KUVIO 13. Asiakkaiden toiveita apteekin palveluista (n=107).

Kotiinkuljetuspalvelun tarvetta tarkennettiin lisäkysymyksellä ja siinä 35% vastaajista oli kiinnostunut käyttämään palvelua tulevaisuudessa. Verkkoapteekista lääkkeiden tilaamisesta oli kiinnostunut peräti 32 % vastaajista. Luku on kiinnostava, koska 80% vastaajista oli yli 51 vuotiaita tai vanhempia.

Avoimella kysymyksellä kartoitettiin laajemmin vastaajien toiveita ja tarpeita. Kolme vastaajaa toi esille huolen apteekin säilymisestä paikkakunnalla. Tämä on luonnollista, koska monet paikkakunnan palvelut ovat heikentyneet viime vuosien aikana. Lauantai aukioloaikoja toivoi myös kolme vastaajaa. Apteekki on auki maanantaista perjantaihin klo 9-17, lauantai aukiolo parantaisi lääkkeiden saataavuutta, mutta resurssit estävät sen toteuttamisen. Laajempaa valikoimaa muun muassa ihonhoitotuotteisiin ja eläintenhoitotuotteisiin toivottiin, myös käsien ja jalkojen tukituotteita toivottiin. Valikoiman laajentamisen nosti esille niin ikään kolme vastaajaa.

Toisella avoimella kysymyksellä sai antaa apteekille palautetta. Kysymykseen vastasi 41 (38%) vastaajaa. Vastaajat olivat sitä mieltä, että palvelu on hyvää, ystävällistä, asiantuntevaa ja he ovat siihen tyytyväisiä.

”Palvelu on aina pirteää ja teillä on mukava asioida”

”Hyvää palvelua, kiitos, ystävällinen henkilökunta”

"Palvelu on tosi hyvää ja asiallista"

"Jatkakaa samaan malliin"

"Hyvää palvelua ja asiantuntemusta"

Vastausten perusteella kehitystyön suunta on ollut oikea, yli kolmannes vastaajista kertoi olevansa tyytyväisiä palveluumme.

4 PALVELUN KEHITTÄMINEN

Eri analyysimenetelmien tulosten perusteella valittiin kolme kehitettävää ja tulevaisuudessa asiakkaille tarjottavaa palvelua. Palvelut olivat etälääkärin vastaanotto, lääkkeiden kotiinkuljetuspalvelu ja annosjakelupalvelu yksityisille asiakkaille. Palvelut täydentävät alueen väheneviä terveystalveluja, edistävät turvallisen lääkehoidon toteutumista ja auttavat ikääntyviä pärjäämään pidempään omissa kodeissaan.



KUVIO 14. Valittu palvelujen kehittämisen malli

Palvelujen kehittäminen käynnistyi toteutettavien palvelujen valinnalla. Alla olevaan taulukkoon on koottu yhteenveto palvelujen valinnan perusteluista (taulukko 6).

TAULUKKO 6. Yhteenveto tuotettavien palvelujen perusteista.

Etälääkäri	Kotiinkuljetus	Lääkkeiden annosjakelu
<ul style="list-style-type: none"> -Paikkakunnan lääkäritilanne huono, ei näkyvissä paranemista -Asiakkaiden toistuva huoli lääkäripalvelujen saatavuudesta -Laviafoorumien kannustus ja tuki -Kyselytutkimuksessa kolmasosa vastaajista toivoi etälääkäripalveluja -Muuallalta hyvät kokemukset -Apteekissa käyttöön sopiva ylimääräinen tila 	<ul style="list-style-type: none"> -Palvelun tarve tuli ilmi havaintojen ja hiljaisen signaalien kautta -Toimitettiin jo julkisiin toimipisteisiin lääkkeitä -Auton hankkiminen apteekille oli myös logistisista syistä ajankohtainen asia -Apteekin työn uudelleen järjestelyt vapauttivat resursseja 	<ul style="list-style-type: none"> -Palvelu oli jo käytössä julkisella puolella -Kotona asuvat ja omaishoidon piirissä hyötyisivät palvelusta (useita tutkimuksia) -Monia hyviä etuja; hygieeninen, helppo käyttää, edullinen ja edistää lääkitysturvallisuutta -Tulee asiakkaalle edullisemmaksi kuin kotihoidon lääkkeenjakoikäynnit -Tulevaisuuden palvelu

4.1 Etälääkärin vastaanotto

Etälääkärin vastaanotto apteekin tiloissa ei ole uusi innovaatio. Suomessa on noin kymmenen apteekkia, jotka tarjoavat vastaanottopalveluja asiakkailleen. Apteekeista edelläkävijä on Vähänkyrön apteekki, joka käynnisti toiminnan vuonna 2016 (Kytölä & Halonen, 2016). Toimintamalliin perehdyttiin tutustumiskäynnillä Vähänkyrön apteekkiin. Käynnillä käytiin läpi tilojen ja laitteiden vaatimuksia sekä lainsäädäntöä ja viranomaisten vaatimuksia palvelusta. Keskustelimme yhteistyökumppaneista ja markkinoinnista. Toiminta heillä ei ollut vielä kovin vilkasta, mutta apteekkarin mukaan etävastaanotosta on ollut hyviä kokemuksia ja asiakkaiden kiinnostus on kasvanut paikkakunnan lääkärivajeen vuoksi (Ojala S, haastattelu 2018).

4.2 Etälääkäripalvelun suunnittelu ja kehittämistoiminnan tehtävät

Suunnittelutyö käynnistettiin kartoittamalla asiat, jotka tulee ottaa huomioon etälääkärin vastaanotto toiminnan käynnistämisessä (taulukko 7).

TAULUKKO 7. Etälääkäritoiminnan käynnistysvaiheen tehtävät ja toteuttajat.

Asia	Toteutus	Toteuttaja
Viranomaisvaatimukset	Ilmoitus ja kuvaus toiminnasta Fimealle	Apteekkari
Tilat	Entisen laboratoriotilan tyhjennys ja remontti	Apteekkarin puoliso
Tietokone ja IT-yhteydet	Apteekkijärjestelmätoimittaja toimittaa ja asentaa	Receptum
Kamera ja mikrofonit	Noudetaan Verkkokaupasta	Apteekkari hankkii Receptumin ohjeiden mukaiset laitteet
Yhteistyökumppaneiden valinta ja sopimukset	Doctagon Pihlajalinna	Apteekkari

Fimean (2016) julkaiseman tiedotteen mukaan apteekin etälääkärikoikeilu suositellaan tehdä yhteistyössä paikallisen terveydenhuollon kanssa. Apteekki voi tarjota tilan ja laitteet, sekä auttaa asiakasta etäyhteyden muodostamisessa. Lääkelain vaatimusten mukaan lääkkeen määrääminen ja toimittaminen tulee pitää

erillisenä toimintana ja toiminnan tarkoitus ei saa olla lääkkeen käytön tarpeeton lisääminen. Toiminta ei myöskään saa haitata apteekin perustehtävää eli lääkkeiden toimittamista ja lääkeneuvonnan toteutumista. (Fimea 2016.)

Apteekissa tulee olla etälääkäripalvelua varten oma erillinen tila, joka soveltuu luottamukselliseen toimintaan ja tarjoaa asiakkaalle riittävän intymiteettisuojan. Mikäli lääkäri määrää asiakkaalle lääkettä, pitää asiakkaalla olla mahdollisuus noutaa lääke haluamastaan apteekista. (Fimea 2016.)

Suunnitteluvaiheessa olimme yhteydessä Fimeaan ja sieltä neuvottiin laatimaan kuvaus palvelun toteuttamisesta ja lähettämään sen heille tiedoksi. Tämän lisäksi puolivuositain tulee laatia ja lähettää raportti etälääkärikokeilusta, raporttia käytetään toiminnan kehittämiseen. Raportista tulee käydä ilmi alla olevan luettelon asiat. (Hirvonen, A., yliproviisori, ”sähköpostiviesti” 24.1.2018)

- palvelua käyttäneiden asiakkaiden määrä
- apteekin toteutunut rooli palvelun käytössä
- minkälaisessa tilassa palvelua on tarjottu
- onko palvelutila osoittautunut käyttötarkoitukseensa sopivaksi
- minkälaisissa tilanteissa palvelua on hyödynnetty
- onko palvelun käyttäminen johtanut lääkkeen määräämiseen
- onko palvelun käytössä ilmennyt ongelmia
- minkälaista palautetta asiakkailta on tullut
- minkälaista palautetta terveydenhuolloilta on tullut
- perustelut palvelun jatkamiselle terveystieteiden saatavuuden näkökulmasta
- onko palvelu koettu apteekissa hyödylliseksi
- olisiko palvelua hyödyllistä kehittää kaikkiin apteekkeihin vai rajoittaa tietyntylaisiin toimintaympäristöihin
- mitä kehittämistarpeita lainsäädännön valmistelussa olisi otettava huomioon. (Hirvonen, A. 2018.)

Apteekin remontin yhteydessä muutamme käytöstä poistetun laboratoriotilan etälääkärin vastaanottotilaksi. Tila on apteekin takaosassa, lähellä takaovea. Asiakkaalla on halutessaan mahdollisuus tulla huoneeseen apteekin takaoven kautta.

Tilan äänieristys varmistettiin ja hankittiin laitteet. Tilassa oleva tietokone ei ole apteekin verkossa, vaan sillä on oma nettiyhteys.

Ennen palvelun käynnistymistä laadittiin palvelu- ja prosessikuvaus toiminnasta (taulukko 8). Henkilökunnan perehdytys palvelun tekniseen toteutukseen sekä asiakkaan oireen kartoittamiseen toteutui palvelun tuottajan toimesta videokoulutuksen ja itseopiskelun avulla.

TAULUKKO 8. Etälääkäripalvelun rakentaminen.

Asia	Toteutus
Prosessi ja palvelukuvaus	Laadittu
Henkilökunnan koulutus	Videokoulutus ja itseopiskelu
Hinta	Lääkäripalkkio läpilaskutuksena, laitevuokra apteekille

Käytännössä farmaseutti keskustelelee asiakkaan kanssa ja arvioi asiakkaan oireen soveltuvuuden etävastaanotolla hoidettavaksi ja tämän jälkeen hän tarvittaessa auttaa asiakasta etäyhteyden muodostamisessa. Vastaanottoilanteessa on läsnä ainoastaan potilas ja lääkäri. Etälääkäripalvelussa apteekki toimii mahdollistajana, eli antaa tilan ja laitteet asiakkaan käyttöön. Apteekilla ei ole oikeutta harjoittaa lääkärin vastaanottoa omana palveluna (Fimea 2016). Lääkäri on tavattavissa maanantaista perjantaihin klo 9 – 16 välisenä aikana.



KUVA 2: Etälääkäri videovastaanotto

Ensimmäisen kerran palveluja esiteltiin Laviafoorumin tilaisuudessa 21.3.2018, jossa kerrottiin apteekin toiminnasta ja mahdollisista tulevista palveluista. Laviafoorumi koostuu lavialaisista eri järjestöjen edustajista, siellä on kattavasti kyläyhdistykset, eläkeläisjärjestöt, nuorisojärjestöt ym. Foorumin tarkoituksena on koota Laviassa meneillä olevia hankkeita ja tapahtumia yhteen ja suunnitella muuta yhteistä toimintaa. Palvelumallit kiinnostivat kuulijoita ja siitä heräsi keskustelua ja positiivista kannustusta, sen jälkeen palveluista kerrottiin useissa muissa tilaisuuksissa.

4.3 Kotiinkuljetuspalvelu

Lääkkeiden kotiinkuljetuspalvelu oli toinen asiakkaille rakennettu palvelu (taulukko 9). Palvelu muodostui sivutuotteena apteekin auton hankintatarpeesta. Autoa tarvittiin, koska apteekki toimitti säännöllisesti lääkkeitä hoivayksiköihin ja kotihoiton toimistolle. Autoa tarvittiin myös logistiikkatoiminnon muuttumisen vuoksi. Lääkkeiden tukku tilauksia rationalisoitiin siten, että sivuapteekki tilasi tuotteet pääapteekilta, eikä enää suoraan tukkuliikkeistä. Lääketilaukset kuljetaan päivittäin sivuapteekille.

TAULUKKO 9. Kotiinkuljetuspalvelujen rakentaminen.

Asia	Toteutus
Auton hankinta	Hankittiin auto
Palvelu- ja prosessikuvaus	Laadittu
Hinnoittelumalli	Laadittu

Kotiinkuljetuspalvelu käynnistyi 1.9.2018. Säännölliset kuljetuspäivät sovittiin olevan maanantai ja torstai, jolloin kuljetuksia pääsääntöisesti tehdään (kuva 3). Tarvittaessa kuljetuspalvelu toimii myös muina päivinä ja apteekin aukioloaikoina.

Käytännössä asiakas tekee tilauksen apteekkiin puhelimitse. Farmaseutti ottaa tilauksen vastaan, ja kirjaa sen. Reseptit voidaan käsitellä asiakkaan ollessa puhelimesta, samalla voidaan kysyä tarkentavia kysymyksiä ja neuvoa lääkkeen käytössä. Voidaan myös tarvittaessa esimerkiksi kiireen vuoksi soittaa takaisin asiakkaalle ja tarkentaa tai jatkaa asiointitapahtumaa.

Kotiinkuljetuspalvelussa on tärkeää että, farmaseutin antama lääkeneuvonta on samantasoinen, kuin jos asiakas olisi apteekissa. Asiakas voi maksaa lääkkeet toimitettaessa tai hän voi olla apteekin tiliasiakas, jolloin laskutus tapahtuu kerran kuukaudessa.



KUVA 3. Apteekin työntekijä Tuula Ojamäki lähdössä kuljettamaan lääkkeitä asiakkaalle.

4.4 Lääkkeiden annosjakelupalvelu

Kolmantena palveluna otettiin käyttöön yksityisen asiakkaan lääkkeiden annosjakelupalvelu. Annosjakelupalvelu on apteekille tuttu, koska apteekista on toimitettu annospusseja tehostetun palveluasumisen- ja vammaispalveluyksiköihin. Uutena palvelumallina palvelun piiriin pääsivät nyt myös yksityiset kotona asuvat henkilöt. Annosjakelupalvelun rakentamisen vaiheita on kuvattu alla olevassa taulukossa (taulukko 10).

Apteekki hankkii asiakkaan lääkkeet annosjaeltuna sopimusvalmistajalta, joka Lavian apteekilla on Itäkeskuksen apteekin annosjakeluyksikkö Pharmac Finland Oy (Fimea, Lääkkeenvalmistus 6/2011, 14).

TAULUKKO 10. Yksityisen asiakkaan annosjakelupalvelun rakentaminen

Asia	Toteutus
Palvelu- ja prosessikuvaus	Laadittu
Asiakassopimukset	Lomakkeet olemassa
Asiakasesitteet	Tilataan
Hinnoittelu	Laadittu

Palvelussa asiakas saa valmiiksi jaetut lääkkeet ottoajankohdan mukaisesti kerta-annospusseihin pakattuna, kahden viikon lääkkeet kerrallaan. Annospussirullan mukana tulee lisäksi lääkkeiden yhteenveto eli annostuskortti. Annosjakelupalveluun sisältyy aina myös lääkehoidon tarkastus ja reseptien uusinta. Palvelu toteutetaan yhdessä asiakkaan, hoitavan lääkärin ja farmaseutin kanssa. Lääkkeet laskutetaan kerran kuukaudessa ja asiakas maksaa vain niistä lääkkeistä, jotka on hänelle toimitettu. Annosjakelupalkkio on viikkokohtainen ja tiettyin edellytyksin yli 75-vuotias voi saada Kelan korvausta apteekin perimästä palkkiosta 1,26 euroa viikossa (Kela, annosjakelupalkkion korvattavuus).

Annosjakelupalvelu on turvallinen ja helppo. Asiakas säästää myös lääkekustannuksissaan, kun hän maksaa vain toimitetuista lääkkeistä, jolloin lääkehävikki jää pieneksi.

Palvelut käynnistettiin porrastetusti, ensimmäisenä käynnistyi lääkkeiden koneellinen annosjakelu yksityisille asiakkaille vuoden 2018 alussa. Syyskuussa 2018 apteekille hankittiin oma auto ja silloin lanseerattiin kotiinkuljetukset. Etälääkäripalvelu käynnistyi viimeisenä, joitakin kokeiluja oli jo marras-, joulukuussa 2018, sen jälkeen palveluntuottaja kehitti uutta järjestelmää ja varsinaisesti palvelu käynnistyi maaliskuun alussa 2019.

5 PALVELUJEN LANSEERAUS JA MARKKINOINTI

Palvelut lanseerattiin porrastetusti, ensimmäisenä vuoden 2018 alussa käynnistyi lääkkeiden koneellinen annosjakelu yksityisille asiakkaille. Syyskuussa 2018 apteekille hankittiin oma auto ja silloin käynnistettiin kotiinkuljetukset. Etälääkäripalvelua testattiin ensimmäisen kerran marraskuussa 2018, aloittamaan päästiin kuitenkin vasta maaliskuun alussa 2019 palveluntuottajasta johtuvista syistä.

Palvelujen koemarkkinointi käynnistettiin 21.3.2018, jolloin tulevista palveluista kerrottiin ensimmäisen kerran Laviafoorumin tilaisuudessa. Laviafoorumi on paikallisten järjestöjen keskustelufoorumi, jossa käsitellään alueen toimintojen kehittämistä ja erilaisten tilaisuuksien järjestämistä. Järjestöjen edustajia oli tilaisuudessa runsaasti paikalla. Läsnä olivat VPK:n nuorisojärjestön, SPR:n paikallisosaston, seniorien, nuorisoseuran, Lions Clubin, Marttojen, Riuttala-Mustajoen ja Haunia-Kallialan kyläyhdistysten sekä eläkeliiton edustajat. Esiityksen tavoitteena oli herättää keskustelua palvelujen tarpeesta ja saada kommentteja uudentyyppisten palvelujen mahdollisuudesta ja käytöstä. Kuulijat olivat hyvin kiinnostuneita ja esittivät useita kysymyksiä. Palautteena saimme laajan hyväksynnän palvelujen kehittämiseksi.

Palvelujen esittelytilaisuuksia on vuoden aikana ollut useita (taulukko 11). Apteekissa on ollut avoimia yleisötilaisuuksia ja eri tahoja tutustumassa toimintaan. Alueen asukkaiden keskustelua ja tietoisuutta on koko projektin aikana pyritty edistämään, samalla keräämällä kokemuksia siitä, millaisia palveluja asiakkaat haluavat ja ovat valmiita käyttämään.

TAULUKKO 11. Apteekin palveluja on esitelty apteekissa ja useissa eri foorumeissa vuosien 2018-2019 aikana.

Foorumi	Ajankohta
Laviafoorumi	3/2018
Lavian omaishoitajien tilaisuus	4/2018
Eläkeläisten tilaisuus	6/2018
Apteekissa avoin esittelytilaisuus ja kahvitus, kävijöitä noin 130	11/2018
Lavian omaishoitajien tilaisuus	11/2018
Lavian apteekin palvelujen esittely Porin apteekkarien tilaisuudessa, paikalla myös Satasoten muutosjohtaja Terttu Nordman	11/2018
Lavian kotihoidon sairaanhoitajat tutustumassa apteekilla	11/2018
Laviafoorumi tutustumiskäynnillä apteekissa	11/2018
Lavian terveyskeskuksen vastaanoton terveydenhoitajat tutustumassa apteekilla	11/2018
Avoin palvelujen esittely apteekilla	12/2018
Satasoten muutosagentti Rehula ja Lavian vanhustyön esimies tutustumassa apteekilla	12/2018
Kiikoisten eläkeläiset tilaisuus	12/2018
Lavian yrittäjien hallitus tutustumassa apteekilla	1/2019
Lavian kansalliset eläkeläiset tilaisuus	1/2019
Kiikoisten ikäfoorumi tilaisuus	1/2019
Lavian Martat, naistenilta apteekilla	4/2019
Lavian ikäihmisten päivätoiminta, apteekin palvelujen esittely	4/2019
Sydänviikon tapahtuma, kahvit ja terveystutkimuksia, esiteltiin palveluja	5/2019

Apteekin palvelut ovat olleet hyvin esillä paikallisessa, alueellisessa ja valtakunnallisessa mediassa (taulukko 12). Apteekin palveluista kirjoitettiin Lavian omassa uutislehdessä kahdesti, alueellisesti julkaistuissa Satakunnan ja Pirkanmaan lehdissä sekä valtakunnallisessa omaishoitajille suunnatussa Lähellä lehdessä sekä alan sisäisessä Receptumin uutiskirjeessä (kuva 4).

TAULUKKO 12. Lavian apteekin palveluista on kirjoitettu paikallisesti, alueellisesti ja valtakunnallisesti vuosien 2018-2019 aikana.

Lehti ja ajankohta	Aihe
Lavian tiedotuslehti 1/2018, jaetaan jokaiseen talouteen	Lavian uusi apteekkari: Etusijalla apteekin palvelujen kehittäminen
Lähellä – lehti. 3/2018 Omaishoitajaliitto ry	Lääkehoito tuo turvaa ja vaatii tarkkuutta, esillä apteekin tukipalvelut
Luoteisväylä, 13.9.2018, Satakunnan luoteisosien paikallislehti	Apteekkiauto tuo pillerit pihaan. Lääkärin videovastaanotolle tilat apteekkiin
Lavian tiedotuslehti 4/2018	Lavian apteekin palvelut kehittyvät – nyt tarjolla yleislääkärin digipalvelut
Alueviesti, 17.10.2018, laajalle jaettava paikallislehti	Palvelut on taattava myös reuna-alueille, apteekkari Anne Lehtonen on tuonut Kiikoisiin ja Laviaan etälääkärin ja kotiinkuljetuksen
Receptum Oy, 25.3.2019, Uutiskirje	Etälääkäri ja postipalvelut hoituvat MAXXilla Lavian apteekissa

Apteekki hankki palveluesitteet sekä kotiinkuljetuspalvelusta että koko palvelupaketista. Esitteitä on jaettu eri tilaisuuksissa, niitä on esillä eri terveydenhuoltoyksiköissä, vanhustentaloilla ja apteekissa. Apteekilla on omat kotisivut ja Facebook sivut, jossa tykkääjiä on noin 250. Apteekilla on myös oma lehti, joka jaetaan kahden kuukauden välein jokaiseen talouteen. Yrityspostin palvelut siirtyivät apteekin hoidettavaksi tammikuussa 2019 ja se on tuonut apteekkiin uusia kävijöitä, joille pyrimme kertomaan apteekin laajennetuista palveluista.



KUVA 4. Lehtileikkeitä Lavian apteekista tehdyistä lehtijutuista vuoden 2018-19 aikana

6 PALVELUJEN VAIKUTUSTEN ARVIOINTI

Palvelun kehittämisen tavoitteena oli parantaa apteekin liiketoimintamahdollisuuksia ja tukea palvelujen säilyvyyttä paikkakunnalla. Tarkoituksena oli kehittää asiakkaille lisäarvoa tuottavia palveluja ja sitouttaa asiakkaat käyttämään oman paikkakunnan apteekkia. Palvelut suunniteltiin asiakkaiden tarpeisiin, apteekin resurssien ja paikallisten olosuhteisiin sopiviksi.

Palvelut käynnistyivät porrastetusti siten, että lääkkeiden annosjakelupalvelu oli käytännössä saatavilla jo keväällä 2018. Kotiinkuljetuspalvelu käynnistettiin syyskuussa 2018 ja etälääkäripalvelua testattiin marraskuussa 2018. Se ei kuitenkaan käynnistynyt vielä silloin, vaan konkreettinen aloitus oli vasta vuoden 2019 maaliskuun alussa. Toimittajalla oli yrityskaupoista johtuvia organisaatiomuutoksia ja uuden järjestelmän päivittäminen oli menossa. Nykyisin etälääkäriin vastaanotto on saatavilla apteekissa maanantaista perjantaihin klo 9 – 16 välisenä aikana.

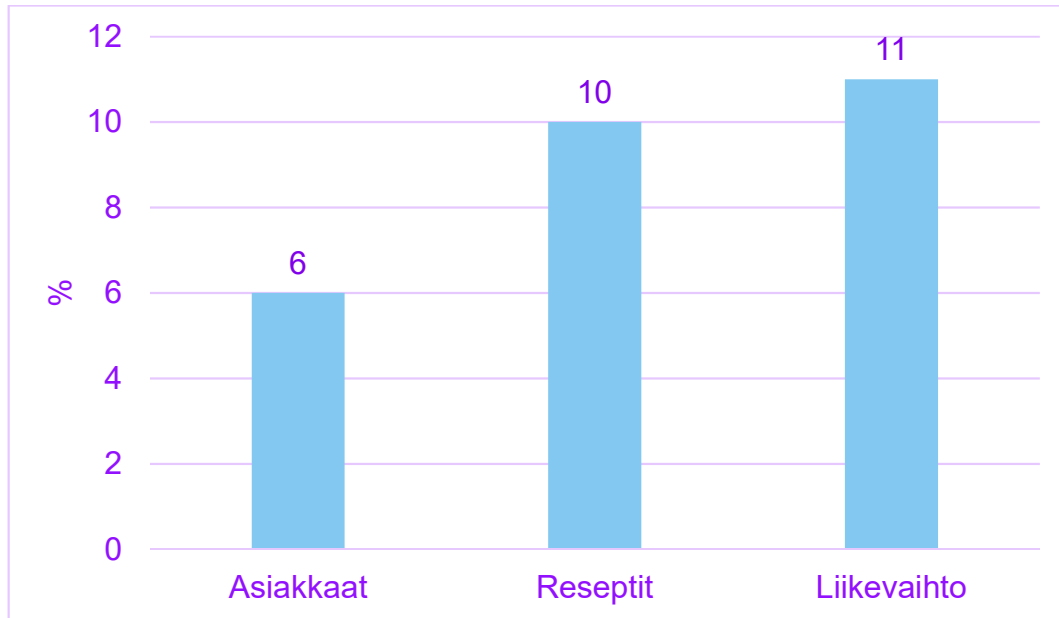
Alla olevassa taulukossa on esitetty palvelujen käyttökerrat vuoden 2019 ensimmäiseltä neljännekseltä (taulukko 13). Kaikkia palveluja on käytetty, kotiinkuljetus on ollut eniten käytössä, annosjakelussa on asiakkaita Kiikoisissa ja etälääkäriin vastaanotostakin on kokemusta.

TAULUKKO 13. Apteekin palvelujen käyttö 1.1.-31.3.2019 välisenä aikana

Apteekki	Kotiinkuljetus	Annosjakelu	Etälääkäri
Lavia	12	0	1
Kiikoinen	23	2	0

Palvelujen käyttöaste on ollut vielä vähäistä, kuitenkin käyttö on selkeästi kasvusuunnassa, esimerkiksi kotiinkuljetuspalvelua käytetään jo yli 11 kertaa kuukaudessa. Välillinen vaikutus palveluilla on ollut merkittävä. Apteekki on saanut paljon positiivista huomiota ja asiakkaat ilmaisevat tyytyväisyytensä lähes päivittäin. Muutos näkyy myös yrityksen liiketoiminnan kasvuna. Alla olevassa kuviossa on verrattu apteekin vuoden 2018 ja 2019 ensimmäisen neljänneksen asiakasmääriä, reseptimääriä ja liikevaihdon muutoksia prosentteina (kuvio 15).

Asiakasmäärät nousivat tarkastelujaksolla 6%, toimitettujen reseptien lukumäärä 10% ja liikevaihto 11% (kuvio 15). Esimerkiksi yleinen apteekkien keskimääräinen liikevaihdon kehitys vuosina 2005-2017 on ollut 2,2 % (Apteekkariliitto, taloustiedot, julkaisematon).



KUVIO 15. Apteekin asiakasmäärän, reseptien lukumäärän ja liikevaihdon kasvu prosentteina vuoden ensimmäisellä neljänneksellä (2019) verrattuna edelliseen vuoteen.

Seurantamittauksen tulosten mukaan palvelujen kehittäminen ja käyttöönotto on vaikuttanut positiivisesti apteekin liiketoimintaan. Lavian apteekin strategiassa palvelujen kehittäminen on ollut keskeinen kehittämisalue. Tämän lisäksi olemme kehittäneet toimintaa myös muilla strategian osa-alueilla, joka osaltaan vaikuttaa vertailutulokseen. Apteekki on ollut monipuolisesti ja näkyvästi esillä koko vuoden ajan. Apteekki on vahvasti viestittänyt paikkakuntalaisille oman lähiapteekin olemassaoloa ja ollut luomassa positiivista mielikuvaa oman lähiapteekin toiminnasta.

7 POHDINTA

Suomessa apteekkiin pääsee lähes jokaisella paikkakunnalla. Haja-asutusalueella apteekkitoiminnan ongelmat liittyvät väestön ikääntymiseen, vähäiseen kysyntään, pitkiin etäisyyksiin ja rahoituksen niukkuuteen (Kuoppamäki 2018, 106). Lähiapteekissa tunnetaan asiakkaat, palvelu on lähellä ja usein lääkehoito on keskittynyt omaan apteekkiin, jolloin lääkehoidon kokonaisuus on paremmin hallinnassa. Lähiapteekin palvelujen kehittäminen on yksinkertaisempaa, tunnetaan asiakkaat ja toimintaympäristö sekä yhteistyökumppanit. Kehittämistarpeet ja toiveet on helpompi nähdä.

Professori Petri Kuoppamäki nostaa lääkehuoltoa koskevassa raportissaan esille digitalisaation vaikutuksia apteekin toimintaan. Hänen mukaansa digitalisaatio on yleistymässä ja sitä kannattaa kehittää. Kuitenkin hän lähtökohtaisesti korostaa, että kehittämistyön tulee tähdätä lähipalvelujen saatavuuteen myös tulevaisuudessa. Hänen mukaansa digitaaliset palvelut eivät korvaa henkilön antamaa suoraan ja vuorovaikutukseen perustuvaa palvelua. (Kuoppamäki 2018.)

Maaseutuapteekki voi olla kaukana muista palveluista, mutta digiaikana kaikki on lähellä. Apteekissa oleva etälääkäripalvelu turvaa maaseudun lääkäripalvelujen puutteet. Kokemuksen mukaan se on helppo ja nopea tapa päästä keskustelemaan lääkärin kanssa oireistaan. Etälääkärin avulla voi hoitaa rajoitetusti sairauksia, kuitenkin yleisimmät akuutit asiat ja monet pitkäaikaisemmatkin ongelmat hoituvat lääkärin kanssa keskustelemalla.

Maalaisapteekin palvelujen tarjoamaan sopii hyvin etälääkäripalvelut, koska usein lääkärin vastaanotot ovat kaukana ja kaikilla ei ole saatavilla verkkoyhteyksiä, jolla voisi hoitaa yhteydenpitoa kotoa käsin. Kotiinkuljetuspalvelu harvaan asutulla maaseudulla on tärkeä. Palvelujen käyttäjät ovat usein iäkkäämpiä henkilöitä, joilla ei ole oman auton käytön mahdollisuutta. Annosjakelupalvelu lisää lääkitysturvallisuutta ja vähentää lääkejätettä, lisäksi apteekki huolehtii reseptien uusinoista, joka helpottaa hoidon onnistumista. Näiden palvelujen avulla ikääntyvä väestö voi asua pidempään omassa kodissaan.

Lavian apteekin kehitettyjen palvelujen käyttöaste ei ole vielä kovin suuri. Esimerkiksi etälääkärin käyttö tulee varmaan kasvamaan, kun saadaan lisää hyviä kokemuksia käyttäjiltä. Lisäksi Lavian asukasmäärä lähes tuplaantuu kesäaikaan, kun lomalaiset saapuvat kesäasunnoilleen. Heille palvelu on erityisen tärkeä, usein oma terveysasema voi olla satojen kilometrien päässä.

Mittareiden mukaan asiakaskäynnit ja toimitettujen reseptien määrät apteekissa ovat lisääntyneet verraten edellisen vuoden vastaavaan ajankohtaan. Samoin liikevaihto on kasvanut enemmän, kuin keskimäärin apteekkien liikevaihto. Näiden lukujen perusteella voidaan päätellä asiakasuskollisuuden lisääntyneen. Mieli-kuva huolehtivasta lähiapteekista on lähtenyt elämään.

7.1 Tutkimuksen arviointi

Tutkimus on ollut mielenkiintoinen matka, jonka tuloksia voi vain hämmästellä. On ollut hienoa huomata, miten helppoa on ollut kehittää ja tuottaa uusia palveluja asiakkaille. Sydän on riemuinnut mahdollisuudesta laajentaa toimintaa ja kehittää sitä yhdessä henkilökuntani kanssa. Henkilökunta kommentoi välillä vauhtia näin ”Nyt pitää kyllä ottaa hiuksista kiinni, ettei ne lähde lentoon.” Kommentti kuvastaa sen miten huima vauhti meillä on ollut. Kaikki on ollut täysillä mukana, olemme tehneet tämän yhdessä.

Tutkimus lähti etenemään strategiatyön seurauksena, jossa todettiin, että haluamme muuttaa toimintatapoja. Kehitettävät palvelut päätimme jo alkuvaiheessa, mutta toteutus viivästyi muiden muutostöiden vuoksi. Apteekkiin tehtiin pieni remontti ja syyskuussa saatiin uusi apteekkijärjestelmä, joka mahdollisti digipalvelujen kehittämisen. Sen myötä muutettiin logistiikkaprosessia ja ostettiin auto.

Heinä-, elokuussa tehtiin asiakaskysely, se ajoittui hyvin Lavian juhlatiimin aikoihin ja toisaalta myös Apteekkariliitto oli samaan aikaan tekemässä valtakunnallista kyselyä kansalaisille ”Millaisen apteekin sinä haluat”. Saimme käyttöömmä pilotoidun kyselylomakkeen, jota sitten muokkasimme omiin tarpeisiin. Kyselyyn päädyttiin, koska resurssipula kesällä lomien vuoksi oli olemassa ja halusimme

saada nopeasti laajemman vastaajajoukon mielipiteet tutkimukseemme. Kyselyyn vastattiin pääsääntöisesti apteekissa. Ongelmana on ympäristön mahdollinen vaikutus vastauksiin, myös se, että emme tiedä miten vakavissaan vastaajat olivat, pohtivatko vastaustaan, vaan laittoivatko ruksin sattumanvaraisesti (Hirsjärvi & Remes 2000). Avoimet kysymykset olisi voinut muotoilla toisin, koska lähes ainut palaute, jota saimme, oli kiittelevää.

Pienellä paikkakunnalla asiakkaat tulevat tutuiksi ja keskustelujen lomassa on helppo kartoittaa asiakkaan tarpeita ja toiveita. Toisaalta toimintaympäristö on tuttua, joten mielestäni olemme saaneet tähän tutkimusprojektiin riittävästi tietoa ja kehitetyt palvelut ovat tarpeellisia ja tulevat käyttöön.

7.2 Jatkotoimenpiteet

Jatkossa tehostamme markkinointia nykyisten palvelujen osalta. Lähdemme myös tulevaisuudessa kehittämään uusia digipalveluja. Apteekkariliitolla on lähidigiapteekki konsepti ja sen mahdollinen käyttöönotto olisi seuraava vaihe. Ennen sitä kuitenkin nautitaan tulevasta kesästä ja huokaistaan välillä kiireisen ajan jälkeen.

LÄHDELUETTELO

Ahvenainen, P. Gylling, J. & Leino, S. 2017. Viiden tähden asiakaskokemus Tee asiakkaistasi faneja. Kauppakamari 2017, Viro.

Apteekkariliitto, 2017. Apteekkijärjestelmä lyhyesti. Vuosikatsaus 2017.

Apteekkariliitto, 2018. Vuosikatsaus 2018. Apteekit numeroina. Luettu 27.3.2019. <https://www.apteekkariliitto.fi/apteekkitieto/apteekit-numeroina.html>

Chan Kim, W. & Mauborgne, R. 2009. Sinisen meren strategia. Talentum, Helsinki.

Fimea, 2016. Apteekit avuksi etälääkärikokeiluun. luettu 5.5.2019, <https://www.fimea.fi/-/apteekit-avuksi-etalaakarikokeiluihin>

Fimea, määräykset: Apteekkien lääkkeenvalmistus 6/2011, luettu 13.4.2019. https://www.fimea.fi/valvonta/lait_ja_ohjeet/maaraykset.

Gerdt, B. & Korkiakoski, K. 2016. Ylivoimainen asiakaskokemus työkalupakki. Talentum pro, Helsinki.

Grönroos, C. 2009. Palvelujen johtaminen ja markkinointi. 4. painos. WS Bookwell Oy, Juva.

Grönroos, C., Hyötyläinen, R., Apilo T., Korhonen, H., Malinen, P., Piispa, T., Ryyänen, T., Salkari, I., Tinnilä, M. & Helle, P. 2007. Teollisuuden palveluksista palveluliiketoimintaan. Teknologiateollisuus ry., Tampere.

Hirvonen, A., yliproviisori, ”sähköpostiviesti”, anne.hirvonen@fimea.fi, luettu 24.1.2018.

Kansaneläkelaitos (KELA). Lääkevaihto. Luettu 27.3.2019. <https://www.kela.fi/laakkeet-laakevaihto-ja-viitehinta>

Kansaneläkelaitos (KELA). Lääkkeet ja lääkekorvaukset, annosjakelu. Luettu 5.5.2019. https://www.kela.fi/laakkeet-ja-laakekorvaukset_annosjakelu

Kinnunen, R. 2004. Palvelujen suunnittelu. WSOY, Vantaa.

Koivisto, M. 2007. Mitä on palvelumuotoilu? -Muotoilun hyödyntäminen palvelujen suunnittelussa. Taiteen maisterin lopputyö. Taideteollinen korkeakoulu, Helsinki.

Kostiainen, E. 2019. Apteekki on lähin terveysterveyspalvelu. Luettu 25.4.2019. <https://www.apteekkari.fi/uutiset/apteekki-on-lahin-terveysterveyspalvelu.html>

Kostiainen, E. 2018. Suomalaiset kannattavat apteekkisääntelyä. Luettu 4.5.2019. <https://www.apteekkari.fi/uutiset/tuore-selvitys-suomalaiset-kannattavat-apteekkisaantelya.html>

Kujala, V. 2017. Apteekin perustehtävä sotessa. Luettu 25.4.2019.

<https://www.apteekkari.fi/uutiset/tag/apteekin-perustehtava-sotessa.html>

Kuoppamäki, P. 2018. Lääkejakelua koskevan säätelyn ja sen mahdollisten muutosten vaikutus kilpailuun ja lääkehuollon toimivuuteen. Kilpailuoikeudellinen arviointi. Helsinki.

Kytölä, A. & Halonen, I. 2016. Etälääkäripalvelu tulossa Vaasan Vähänkyrön apteekkiin. Luettu 12.5.2019. <https://www.apteekkari.fi/uutiset/etalaakaripalvelu-tulossa-vaasan-vahankyron-apteekkiin.html>

Lukka, K. 2001. Konstruktiivinen tutkimusote. Luettu 21.10.2018. www.meto-dix.com

Löytänä, J. & Korteso, K. 2011. Asiakaskokemus: palvelubisneksestä kokemusbisnekseen. Talentum, Helsinki.

Läkelaki 17.10.2013/713, Finlex. Luettu 13.4.2019. <https://www.finlex.fi/fi/laki/ajantasa/2013/20130713>

Läkelaki 10.4.1987/395, Finlex. Luettu 12.5.2019. <https://www.finlex.fi/fi/laki/ajantasa/1987/19870395>

Ojala, S. Apteekkari. Haastattelu 2/2018. Anne Lehtonen, ei litteroitu.

Ojasalo, K., Moilanen, T. & Ritalahti, J. 2018. Kehittämistyön menetelmät Uudenlaista osaamista liiketoimintaan. Sanoma Pro Oy 3.-5. painos, Helsinki.

Osaava yrittäjä. Liikeidea. Luettu 5.5.2019. <http://www.tieto.osaavayrittaja.fi/yri-tysajatuksesta-liikeidea>

PK-yrittämisen johtamis- ja työkalupakki, SWOT. Luettu 4.5.2019. <http://www.oamk.fi/hankkeet/pkk/pakki/nykytila2.htm>

Porin kaupunki, Lavia. Luettu 9.5.2019. www.Pori.fi

Porter, M.E. & Kramer, M. 2006. Strategy & Society. The Link

Suomen Apteekkariliitto & Yliopiston Apteekki. 2015. Apteekkien neuvonnan tuottamat säästöt yhteyskunnalle ja terveydenhuollolle. Asiantuntija arvio. Suomen PriceWaterhouseCoopers Oy, 03.2015.

Ruckenstein, M., Suikkanen, J. & Tamminen, S. 2011. Unohda innovointi Keskeytynyt arvontuontiin. Sitran julkaisusarja (291). Edita Prima Oy, Helsinki.

Storbacka, K. & Lehtinen, J. 2006. Asiakkuuden ehdoilla vai asiakkaiden armoilla. WSOY 7. painos.

Tiainen, O-P. 2019. Apteekkien toimitusvarmuus – Suomi voittaa Ruotsin. Luettu 9.5.2019. <https://www.apteekkari.fi/uutiset/apteekkien-toimitusvarmuus-e2-94-80-suomi-voittaa-ruotsin.htm>

LIITTEET

Liite 1. Tutkimuksen kysymyslomake

Millaisia oman apteekin tuottamia uusia palveluja toivot?

Sukupuoli: mies nainen

Ikä: _____

Asuinpaikkakuntani _____

Kuinka monta kertaa vuodessa asioit apteekissa _____

1. Mitä näistä palveluista toivoisit saavasi apteekistasi?

(Ympyröi itsellesi sopivimmat vaihtoehdot)

1. Tietoa lääkkeistä ja niiden käytöstä
2. Perusteellisempaa lääkeneuvontaa nykylääkityksestäsi
3. Perusteellisempaa lääkeneuvontaa esim. uuden lääkkeen aloituksessa
4. Lääkehoidon sopivuuden, haittojen ja yhteisvaikutusten tarkistusta
5. Lääkkeiden kotiinkuljetuspalvelua
6. Teemapäiviä esim. diabetespäivä, Sydänviikko jne.
7. Lääkkeiden annosjakelupalvelua
8. Terveystmittauksia (verenpaine-, sokeri- ja kolesterolimittauksia)
9. Lääkärin etävastaanotto toimintaa
10. Jalkahoitajan palveluja

2. Tarvitsetko nyt tai tulevaisuudessa lääkkeiden kotiinkuljetuspalvelua?

(Ympyröi sopiva vaihtoehto)

1. Kyllä 2. Ei 3. Ehkä 4. En koskaan

3. Mitä apteekkiasioita tahtoisit hoitaa tietokoneella verkossa?

1. Itsehoitotuotteiden ja – lääkkeiden tilaaminen (verkkoapteekkipalvelut)
2. Reseptilääkkeiden tilaaminen ja lääkeneuvonta (verkkoapteekkipalvelut)
3. Mitä muuta

4. Mitä muuta toivot apteekiltasi?

5. Palautetta Lavian ja Kiikoisten apteekille

Lisäämällä nimesi ja yhteystietosi osallistut tuotepakettien arvontaan

Nimi ja puhelin
