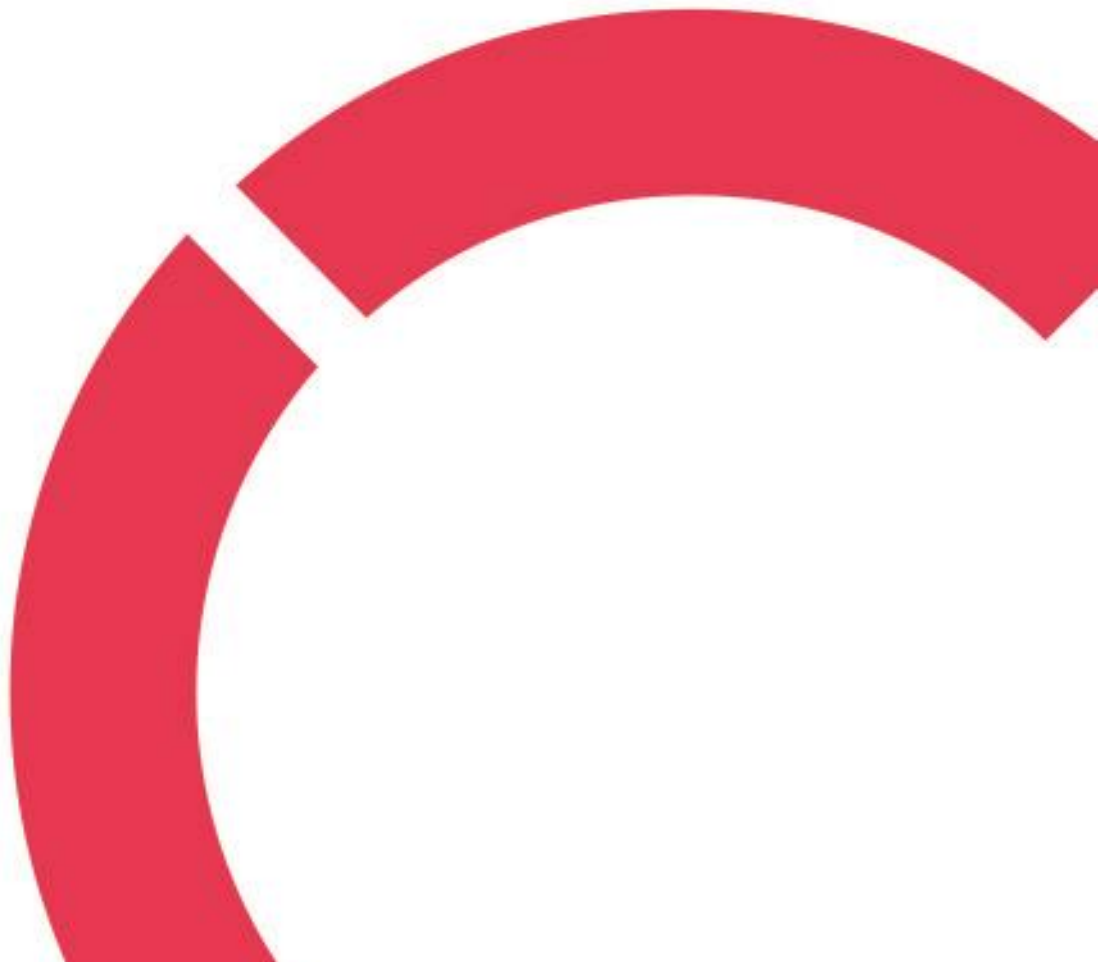


Saija Sallinen

**MARKKINASELVITYS TUOTEKEHITYKSEN AIHEIDEN TARVE-
KARTOITUKSESTA TERVEYTEKNOLOGIA YRITYKSELLE**

**Opinnäytetyö
CENTRIA-AMMATTIKORKEAKOULU
Tuotantotalous
Marraskuu 2023**



TIIVISTELMÄ OPINNÄYTETYÖSTÄ

Centria-ammattikorkeakoulu	Aika Marraskuu 2023	Tekijä/tekijät Saija Sallinen
Koulutus Tuotantotalous	<input checked="" type="checkbox"/> AMK <input type="checkbox"/> YAMK	
Työn nimi Markkinaselvitys tuotekehityksen aiheiden tarvekartoituksesta terveysteknologia yritykselle		
Työn ohjaaja Marja-Liisa Kaakko	Sivumäärä 20	
Työelämäohjaaja Mikko Savola		
<p>Opinnäytetyö on kooste Monidor Oy:n tuotekehityksaiheiden tarvekartoituksesta ja Suomesta tehdystä markkinaselvityksestä. Opinnäytetyön tarkoituksena oli selvittää IV-hoidon etävalvonnan tuotekehityksaiheiden tuoma lisäarvo ja tarpeellisuus Suomen terveydenhuollossa. Opinnäytetyön tavoitteena oli saada palveluille suurempi lisäarvo asiakkaille säästettynä aikana ja potilasturvallisuuden lisääntymisellä.</p> <p>Markkinaselvityksessä tehtiin tuotekehityksaiheisiin liittyviä syvähaastatteluja ja verkkokyselytutkimus, hyödyntäen kvalitatiivista ja kvantitatiivista lähestymistapaa. Syvähaastattelun ja verkkokyselytutkimuksen tavoitteena oli arvioida, miten uudet tuotekehityksaiheet palvelevat tulevaisuuden käyttäjiä. Markkinaselvityksen tulokset eivät sisälly opinnäytetyön raporttiin.</p> <p>Markkinaselvityksessä tarkasteltiin kolmea erillistä tuotekehityksaihetta. Tuotekehityksaiheet ovat salassa pidettäviä tietoja, joten tämä opinnäytetyö markkinaselvityksestä antaa yleiskuvan tutkittavista aiheista ilman tarkempia yksityiskohtia.</p>		
Asiasanat Markkinaselvitys, Syvähaastattelu, Terveysteknologia, Tuotekehitys, Verkkokysely		

ABSTRACT

Centria University of Applied Sciences	Date November 2020	Author Saija Sallinen
Degree programme Bachelor of Engineering in Industrial Management		
Name of thesis Market research on the needs assessment of product development topics for a health technology company		
Centria supervisor Marja-Liisa Kaakko		Pages 20
Instructor representing commissioning institution or company Mikko Savola		
<p>The thesis is a compilation of a need's assessment for product development topics at Monidor Oy and a market study conducted in Finland. The purpose of the thesis was to investigate the added value and relevance of remote monitoring product development topics in IV care within the Finnish healthcare system. The goal of thesis was to enhance the value of services to customers through time savings and increased patient safety.</p> <p>In the market research, in-depth interviews related to product development topics were conducted, along with an online survey, utilizing both qualitative and quantitative approaches. The objective of the in-depth interviews and online survey was to assess how the new product development topics serve the future users. The results of the market research are not included in the thesis report.</p> <p>In the market research, three separate product development topics were examined. The product development topics are confidential information, so this thesis on the market research provides an overview of the research topics without specific details.</p>		
Key words Health technology, In-depth interview, Market research, Online survey, Product development		

**TIIVISTELMÄ
ABSTRACT
SISÄLLYS**

1 JOHDANTO.....	1
2 ASIAKASLÄHTÖINEN TUOTEKEHITYSTYÖ.....	3
3 MARKKINASELVITYS	5
4 MARKKINASELVITYS-TUTKIMUKSEN TOTEUTUS	7
4.1 Kvalitatiivinen tutkimus ja syvähaastattelut.....	7
4.2 Kvantitatiivinen tutkimus ja kysely terveydenhuollon ammattilaisille	10
5 TULOSTEN LUOTETTAVUUS & EETTISYYS	13
6 AINEISTON ANALYYSI.....	16
6.1 Syvähaastattelun aineiston analyysi.....	16
6.2 Verkkokyselyn aineiston analyysi.....	17
7 TULKINTA & JOHTOPÄÄTÖKSET.....	18
8 POHDINTA.....	19
LÄHTEET	20

1 JOHDANTO

Tämä opinnäytetyö on kooste Monidorin Oy tuotekehitysaiheiden tarvekartoituksesta ja Suomessa tehdystä markkinaselvityksestä. Markkinaselvityksessä tarkasteltiin kolmea erillistä tuotekehitysaihetta. Tuotekehitysaiheet ovat salassa pidettäviä tietoja, joten tämä opinnäytetyö markkinaselvityksestä antaa yleiskuvan tutkittavista aiheista ilman tarkempia yksityiskohtia. Markkinaselvityksen työstäminen alkoi kesäkuussa 2022 ja loppui joulukuussa 2022. Kirjallinen osuus työstettiin loppuun lukukaudella 2023.

Opinnäytetyön tarkoituksena oli selvittää Monidor Oy:n IV-hoidon etävalvonnan tuotekehitysaiheiden tuoma lisäarvo ja tarpeellisuus Suomen terveydenhuollossa. Työn tavoitteena on saada palveluilla suurempi lisäarvo asiakkaille säästettynä aikana ja potilasturvallisuuden lisääntymisellä. Tuotekehitysaiheita oli kolme, jotka ovat salassa pidettäviä tietoa, joten tämä opinnäytetyö markkinaselvityksestä antaa yleiskuvan tutkittavista aiheista ilman tarkempia yksityiskohtia.

Monidor Oy on oululainen terveysteknologia yritys, joka valmistaa IV-hoidon etävalvontaa sairaaloiden vuodeosastoille sekä kotisairaaloihin. IV-hoidolla tarkoitetaan menetelmää, jossa lääkeaineet tai nesteet annostellaan potilaan verenkiertoon laskimonsisäisesti. IV-hoidon etävalvonta koostuu Monidrop-infuusiomittarista ja etävalvontaohjelmistosta. Monidor Oy:n tavoitteena on helpottaa hoitajien työtä ja parantaa potilasturvallisuutta helppokäyttöisillä innovatiivisilla ratkaisuilla. Tarkoituksena on tuottaa parempia palveluita ja luoda laadukkaampi palvelukokemus. Yrityksen arvoihin kuuluvat tehokkuus, helppous, läpinäkyvyys ja rohkeus. (Monidor 2023.)

Työn ensimmäisessä vaiheessa tutustuin aiheeseen liittyvään teoreettiseen tietoon. Tämän jälkeen siirryin syvähaastatteluihin, joissa haastattelin kahta terveydenhuollon ammattilaista. Syvähaastattelujen perustana käytin omaa kokemustani ja asiantuntemustani sairaanhoitajana. Syvähaastattelun tulosten analysoinnin jälkeen jatkoin markkinaselvitystä toteuttamalla kyselyn terveydenhuollon ammattilaisille. Kyselyn tavoitteena oli arvioida, miten uudet tuotekehitysaiheet palvelevat tulevaisuuden käyttäjiä. Kyselyn tulokset analysoitiin. Työn luotettavuutta ja eettisiä näkökohtia tarkasteltiin, ja opinnäytetyön lopussa pohdittiin aiheeseen liittyviä näkökulmia. Markkinaselvitys ei sisälly opinnäytetyön raporttiin.

2 ASIAKASLÄHTÖINEN TUOTEKEHITYSTYÖ

Tuotekehitystyö on osa yrityksen strategiaa, ja sen tavoitteena on tehokkaasti sekä kustannustehokkaasti luoda innovatiivisia asiakkaiden vaatimukset täyttäviä ja kilpailukykyisiä tuotteita. Parhaimmillaan tuotekehitystyöllä voidaan löytää ratkaisu havaittuun tarpeeseen. Tämän avulla saadaan kilpailuetua ja mahdollistaa yrityksen erilaistumisen. Tuotekehitystyö voi koskea täysin uuden tuotteen suunnittelua, tai se voi myös tarkoittaa olemassa olevan tuotteen parantamista asiakkaiden tarpeiden pohjalta. (Bergström & Leppänen, luku ”Tuotekehitys”; Raatikainen, 59–60.)

Kun asiakas otetaan mukaan tuotekehitykseen varhaisessa vaiheessa, ja asiakasymmärrystä hyödynnetään tuotekehityksessä, lopputuloksena syntyvät tuotteet ja palvelut vastaavat todellisiin tarpeisiin sekä ovat helppokäyttöisiä. Asiakkaat voivat antaa palautetta ja esittää toiveitaan, selvitystyön avulla voidaan löytää markkinat, markkinoinnin asiantuntijat voivat havaita puutteita tarjonnassa, ja tuotekehitystiimi voi luoda innovatiivisesti uuden tuotteen. (Holma, Laasio, Ruusuvuori, Seppä & Tanner 2021, 130; Raatikainen, 60–61.)

Kun sopiva tuotekehitysidea on löydetty, on välttämätöntä arvioida sen sopivuus tuleville markkinoille. Selvitystyössä on selvitettävä palvelun tai tuotteen ominaisuuksia ja harkittava, mitä lisäarvoa ne tuovat verrattuna jo markkinoilla oleviin vaihtoehtoihin. On myös tärkeä ymmärtää, kuinka sujuvasti uusi tuote tai palvelu voidaan tuottaa. Kriittisin tekijä on kuitenkin uuden tuotteen kannattavuuden selvittäminen. Tämä edellyttää tarkkaa kustannustietoisuutta ja laaja-alaista markkinointiosuamista. (Raatikainen, 61–62.)

Tuotekehitystyötä voidaan työstää eri menetelmillä, joista yksi on haastattelu. Haastatteluiden avulla voidaan eritellä konkreettiset asiakastarpeet ja tarvelauseet, joita hyödynnetään ohjaamaan tulevaa tuotekehitysprosessia. Tarvelause on tiivis lause, joka ilmaisee konkreettisesti asiakkaan tarpeen tai vaatimuksen tuotekehitysprosessin ohjaamiseksi. (Hietikko 2021, 61; Raatikainen, 60)

Asiakkaat ovat olennainen osa tuotekehitystyötä. Ajantasaisen näkemyksen mukaan on tärkeää integroida asiakkaat osaksi kehitysprosessia keräämällä heiltä oikeanlaista informaatiota. Luonnollisesti asiakkaat eivät pysty yksityiskohtaisesti määrittelemään, millaisia tuotteita yrityksen tulisi kehittää. Heillä ei ole kykyä antaa yksityiskohtaisia piirteitä tuotteelle tai antaa luotettavaa tietoa tuotteesta, jota he eivät ole itse kokeneet. Sen sijaan asiakkaat pystyvät tarjoamaan tarkempaa tietoa asioista, joista heillä on omakohtaista kokemusta tai tietoa. He kykenevät kuvailemaan ongelmia ja tarpeita, joihin he ovat törmänneet käyttäessään tuotetta. (Hietikko 2021, 63–64.)

Asiakkaiden tarpeiden tunnistamisen kuusi vaihetta:

1. Määritellään selvityksen laajuus ja asetetaan tavoitteet
2. Tiedonkeruu, keinoina: haastattelu ja havainnointi
3. Tieto käsitellään muuntamalla tulokset tarvelauseiksi, jotka kuvaavat asiakkaiden tarpeita
4. Tarpeet järjestetään primäärisiin, sekundäärisiin ja tarvittaessa muihin ryhmiin
5. Arvioidaan tarpeiden suhteellista merkitystä
6. Lopuksi pohditaan tuloksia ja prosessin onnistumista, sekä mahdollisesti tarpeita prosessin parantamiseksi

(Hietikko 2021, 65.)

3 MARKKINASELVITYS

Markkinaselvitys on keskeinen toimenpide yrityksen laajentaessa toimintaansa, kuten uuden tuotteen tai palvelun elinkelpoisuuden arvioimisessa. Sen tarkoituksena on kerätä tietoa markkinoista ja niihin vaikuttavista tekijöistä, jotta organisaatio voi muodostaa kokonaiskuvan niistä markkinoista, joihin se aikoo astua. Tavoitteena on syventää tietoa mahdollisuuksista ja samalla vähentää liiketoimintariskejä. Markkinaselvityksen myötä yritys voi saada arvokasta tietoa uusien markkinasegmenttien potentiaalin arvioimiseksi. (Martikainen 2013; Suomi 2023; Twin 2023.)

Markkinaselvitys antaa kattavan käsityksen niistä markkinoista, johon organisaatio pyrkii laajentamaan toimintaansa. Siinä tarkastellaan markkinoiden laajuutta, rakennetta ja kilpailutilannetta sekä kerätään tietoa asiakkaiden tarpeista sekä tulevaisuuden kehitysnäkymistä markkinoilla ja toimialalla. Tietoa voidaan kerätä eri menetelmillä, kuten kyselyiden, tuotetestauksen, haastatteluiden ja keskusteluryhmien avulla. Markkinaselvitys luo dataa markkinoista ja niihin vaikuttavista arvoketjun toiminnoista. Laadukkaasti toteutettu selvitys edistää myynnin kasvua ja lisää ymmärrystä uusien markkinoiden tarjoamista vaihtoehtoista, samalla vähentäen väärin valintojen riskiä. (Martikainen 2013; Suomi 2023; Twin 2023.)

Markkinaselvityksen alussa määritellään tutkimuksen tavoitteet. Sen jälkeen määritellään, keitä tutkimukseen otetaan mukaan. Tutkimuksen alussa täytyy päättää, ketkä otetaan mukaan tutkimukseen, joilta kysytään tutkimusongelman kannalta oleellista tietoa ja miten tiedot kerätään. Seuraava vaihe on datan kerääminen ja tulosten analysointi. Viimeinen vaihe on hyödyntää markkinaselvitystä liiketoimintapäätösten tekemiseen. Tutkimustulosten perusteella yritys voi esimerkiksi muuttaa tuotteen ominaisuuksia. Tehtyjen muutosten tulokset voidaan mitata lisätutkimuksilla, ja prosessi alkaa alusta. (Twin 2023; Kananen 2014, 17.)

Opinnäytetyön tarkoituksena oli selvittää tuotekehitysaiheiden tuoma lisäarvo ja tarpeellisuus. Tavoitteena on saada suurempi lisäarvo asiakkaille säästettynä aikana ja potilasturvallisuuden lisääntymisellä. Tuotekehitysaiheita oli kolme, jotka ovat salassa pidettäviä tietoja, joten tämä opinnäytetyö markkinaselvityksestä antaa yleiskuvan tutkittavista aiheista ilman tarkempia yksityiskohtia. Markkinaselvityksen työstäminen alkoi kesäkuussa 2022 ja loppui joulukuussa 2022. Kirjallinen osuus työstettiin loppuun syyslukukaudella 2023.

Työn ensimmäisessä vaiheessa tutustuin aiheeseen liittyvään teoreettiseen tietoon. Tämän jälkeen siirryin syvähaastatteluihin, joissa haastattelin kahta terveydenhuollon ammattilaista. Syvähaastattelujen perustana käytin omaa kokemustani ja asiantuntemustani sairaanhoitajana. Syvähaastattelun tulosten analysoinnin jälkeen jatkoin markkinaselvitystä toteuttamalla kyselyn terveydenhuollon ammattilaisille. Kyselyn tavoitteena oli arvioida, miten uudet tuotekehitysaiheet palvelevat tulevaisuuden käyttäjiä. Kyselyn tulokset analysoitiin. Työn luotettavuutta ja eettisiä näkökohtia tarkasteltiin, ja opinnäytetyön lopussa pohdittiin aiheeseen liittyviä näkökulmia. Markkinaselvitys ei sisälly opinnäytetyön raporttiin.

4 MARKKINASELVITYS-TUTKIMUKSEN TOTEUTUS

Markkinaselvityksessä hyödynnettiin sekä kvalitatiivista että kvantitatiivista tutkimusotetta. Kvalitatiivista tutkimusotetta hyödynnettiin syvähaastatteluissa, joiden avulla kerättiin laadullista dataa ja syvennettiin ymmärrystä markkinaselvityksen aiheista. Kvantitatiivista tutkimusotetta sovellettiin verkkoselvityksessä, joka keräsi määrällistä dataa ja mahdollisti tilastollisen analyysin suorittamisen.

Käyttämällä kahta erilaista tutkimusotetta mahdollistetaan monipuolinen näkemys markkinatilanteesta ja tuetaan tutkimustuloksia eri näkökulmista tarkastellen.

4.1 Kvalitatiivinen tutkimus ja syvähaastattelut

Kvalitatiivinen tutkimus on lähestymistapa, joka painottaa tulkintaa ja mahdollistaa syventymisen monipuolisen sosiaalisen todellisuuden ymmärtämiseen. Tällä menetelmällä voidaan kuvailla ilmiöitä ihmisten kokemusten, monitulkintaisten merkitysten ja subjektiivisen ymmärryksen avulla. Kvalitatiivinen tutkimus soveltuu tilanteisiin, joissa pyritään tarkastelemaan sosiaalista todellisuutta ihmisten näkökulmasta, paljastamaan ei-ilmeisiä merkityksiä ja ymmärtämään niitä. Kvalitatiivisessa tutkimuksessa keskitytään ymmärtämään tutkittavaa ilmiötä niin, että pääpaino on niillä, jotka ovat osallisina tutkimuksessa. (Vilka 2021a, 17–18.; Puusa & Juuti 2020, luku ”Johdanto – Mitä laadullisella tutkimuksella tarkoitetaan?”.)

Ihmisillä on kokemuksia, jotka muotoutuvat heidän elämänmaailmassaan, ja nämä kokemukset saavat subjektiivisen merkityksen. Merkitykset liittyvät tutkimustilanteessa mielenlaatuihin, joita ihmiset antavat kokemuksilleen ja käsityksilleen. Merkitykset kytkeytyvät myös kokemuksen kohteeseen ja siihen kieleen, jolla merkityssuhde ilmaistaan. Henkilökohtaiset arvot, ihanteet, käsitykset, uskomukset, mielipiteet ja tunteet liittyvät näihin merkityksiin ja ohjaavat ihmisten toimintaa. Kvalitatiivisessa tutkimuksessa keskitytään ymmärtämään ihmisten ajatuksia, kokemuksia ja tunteita sekä sitä, miten he antavat merkityksiä tutkimuskohteelle. (Vilka 2021a, 18.; Puusa & Juuti 2020, luku ”Johdanto – Mitä laadullisella tutkimuksella tarkoitetaan?”.)

Vaikka kvalitatiivinen tutkimus tunnistaa tilastolliset riippuvuudet, se korostaa, että ne eivät yksin selitä kaikkien yksilöiden toimintaa. Tutkimuksessa kiinnitetään huomiota myös poikkeavuuksiin. Tavoitteena on ymmärtää ihmisten toimintaa intentionaalisesti eli päämäärien kautta. Pyritään kuvaamaan ja selittämään niitä perusteita, joiden mukaan ihmiset toimivat. Tämä saattaa aiheuttaa tulkinta-ongelmia, ja kvalitatiivinen tutkimus ei ole yhtä objektiivista kuin kvantitatiivinen tutkimus, sillä tutkijan omat taustat, tulkinnat ja arvot vaikuttavat siihen. Kvalitatiivisen tutkimuksen tavallisimpia tiedonkeruu menetelmiä ovat kyselyt, haastattelut, havainnointi sekä tieto, joka on koottu erilaisista dokumenteista. (Vilkkä 2021b, luku ”Tutkimusprosessi käytännössä”; Tuomi & Sarajärvi 2018, 83; Kananen 2014, 49.)

Mukautuvuus on haastattelun merkittävin hyöty. Haastateltaessa tutkija pystyy toistamaan kysymyksen tarvittaessa, selventämään ilmauksia, korjaamaan väärinkäsityksiä ja käymään vuoropuhelua tiedonantajan kanssa. Tavoitteena haastattelutilanteissa on saada tiedonantajalta mahdollisimman paljon tietoa halutusta aiheesta. Jotta tavoite mahdollistuu, täytyy tiedonantajalle jo etukäteen kertoa haastattelun sisällöstä. On myös eettisesti perusteltua kertoa tiedonantajalle, mitä aihetta haastattelu käsittelee. Toinen merkittävä etu haastatteluissa on se, että tutkija voi toimia haastattelutilanteessa havainnoijana, eli voi kirjata muistiin sanottu sisältö, myös sen tavan, jolla se on ilmaistu. (Tuomi ym. 2018, 85–86.)

Haastattelumenetelmät ovat moninaisia. Samaa nimitystä voidaan käyttää erilaisista menetelmistä, ja eri termejä saattaa liittyä samankaltaisiin menetelmiin. Kun tarkastelemme näitä nimityksiä, voidaan havaita, että haastattelunlajit voidaan luokitella sen mukaan, kuinka strukturoitu haastattelu on. Toisessa ääripäässä on strukturoimaton haastattelu, jossa haastattelijalla on tietyt aiheet mielessään, ja keskustelu kulkee vapaasti näiden aiheiden ympärillä. Strukturoitu ja standardoitu kyselyhaastattelu muodostavat oman ryhmänsä, kun taas muut haastattelutyypit kuuluvat omaan kategoriaansa. Näihin kuuluvat muun muassa puolistrukturoitu haastattelu, temahaastattelu, syvähaastattelu ja kvalitatiivinen haastattelu. (Hirsjärvi ym. 2009, 208; Hirsjärvi & Hurme 2022, luku 4.2, kappale ”Tutkimushaastattelun lajit”.)

Syvähaastattelu mahdollistaa suoran vuorovaikutuksen tutkittavan kanssa. Tämä tuo mukanaan sekä etuja että haittoja, erityisesti joustavuuden osalta. Kvalitatiivisessa tutkimuksessa haastattelu on usein keskeinen menetelmä. Haastattelussa aineiston keruuta voidaan mukauttaa tilanteen ja vastaajien tarpeiden mukaan. Kysymysten järjestystä voidaan muokata, ja vastauksia voidaan tulkita monipuolisemmin kuin kyselyssä. (Hirsjärvi, Remes & Sajavaara 2009, 204–205.)

Syvähaastattelulla on monia nimityksiä, kuten informaalinen haastattelu, strukturoimaton haastattelu, avoin- ja vapaahaastattelu. Tämä haastattelumenetelmä mahdollistaa erilaisten ilmiöiden tutkimisen ja vastausten etsimisen erilaisiin tutkimuskysymyksiin. Syvähaastattelussa käytetään avoimia kysymyksiä, ja ainoa rajoitus on keskusteltava ilmiö. Tutkijan tehtävänä syvähaastattelun aikana on syventää vastauksia ja pyrkiä saamaan haastateltavalta tarkempia tietoja sekä henkilökohtaisempia mielipiteitä. Haastattelun luonne on yleensä pitkä ja systemaattinen, ja sen tavoitteena on tuottaa laajempaa sekä syvällisempää ymmärrystä tutkittavasta aiheesta tai haastateltavan henkilön ajatuksista ja kokemuksista. (Hirsjärvi ym. 2009, 209; Tuomi ym. 2018, 88; Hirsjärvi & Hurme 2022, luku 4.2.2, kappale ”Strukturoimaton haastattelu”.)

Toisaalta syvähaastattelulla on myös haittapuolensa. Se vie aikaa, koska haastattelu on pitkä ja systemaattinen prosessi. Lisäksi se voi olla haastateltavalle raskasta, koska aiheita käsitellään syvällisemmin. On tärkeää, että tutkija pystyy ohjaamaan tilannetta asianmukaisesti. Haastattelun tulokset voivat myös olla riippuvaisia haastattelijan osaamisesta ja taidoista, mikä voi vaikuttaa tulosten luotettavuuteen. Haastattelijan ammattitaito ja kyky luoda luottamuksellinen ilmapiiri voivat vaikuttaa haastattelun onnistumiseen. (Hirsjärvi ym. 2009, 209; Tuomi ym. 2018, 88.)

Ennen syvähaastatteluja otin yhteyttä kahteen terveydenhuollon ammattilaiseen ja kysyin, olisivatko he halukkaita osallistumaan haastatteluihin. Saatuaani heidän suostumuksensa sovin haastatteluiden ajankohdat. Esittelin heille ensin yrityksen ja sen toiminnan sekä syvähaastattelun teemat. Tämä vaihe oli tärkeä, koska se auttoi haastateltavia hahmottamaan, mistä aiheista keskusteltaisiin ja miksi heidän näkemyksensä olivat arvokkaita tuotekehityksen kannalta.

Syvähaastattelut toteutettiin etäyhteydellä Teams-sovelluksen välityksellä, mikä mahdollisti joustavan ja turvallisen haastatteluympäristön. Haastatteluissa pyrin luomaan avoimen keskustelun ilmapiirin, jossa haastateltavat tunsivat olonsa mukavaksi ja rohkaistuivat ilmaisemaan ajatuksiaan vapaasti. Kysyin heiltä avoimia kysymyksiä ja kannustin heitä jakamaan omia kokemuksiaan ja näkemyksiään käsiteltävistä aiheista. Pyrin syventymään heidän näkökulmiinsa ja saamaan mahdollisimman monipuolista ja syvällistä tietoa, joka olisi hyödyksi tuotekehityksessä ja tuotekehitysaiheiden kehittämisessä. Tämä aktiivinen ja vuorovaikutteinen lähestymistapa auttoi luomaan laadukasta ja hyödyllistä aineistoa markkinaselvitystä varten. Syvähaastattelun tukena hyödynsin omaa kokemusta ja asiantuntijuutta sairaanhoitajana.

4.2 Kvantitatiivinen tutkimus ja kysely terveydenhuollon ammattilaisille

Kvantitatiivinen eli määrällinen tutkimusote on menetelmä, joka keskittyy numeeriseen kuvaamiseen ja syy-seuraus-suhteiden löytämiseen. Aineisto muutetaan mitattavaan muotoon, ja poikkeavuudet karstiutuvat pois. Tavoitteena on löytää yleisiä lainalaisuuksia ja esittää ne numeerisesti, kuten keskiarvoina, keskihajontana ja jakaumina. Numeerinen analyysi suoritetaan tilasto-ohjelmilla. Tutkimus perustuu oletukseen siitä, että oikeanlaisella mittaamisella, kokeilulla ja testaamisella saavutetaan objektiivista tietoa todellisuudesta, joka ei riipu yksilöistä. Tavoitteena on selittää ja ymmärtää ihmisten kokemuksia ja käsityksiä sekä niiden jakautumista ihmisten keskuudessa. Jakaumat voidaan tulkita ja ymmärtää numerotietojen avulla, ja millaisia yhteyksiä eli syy-seuraussuhteita voidaan yleisesti havaita kokemusten ja käsitysten välillä. (Vilkkä 2021a, 23; Vilkkä 2021b, luku ”Tutkimusprosessi käytännössä”; Kananen 2014, 48.)

Kvantitatiivinen tutkimus toimii tutkimusmenetelmänä silloin, kun halutaan vastaus kysymyksiin ”kuinka paljon” tai ”miten usein” jokin asia ilmenee ja ”miksi” asiat ilmenevät tutkimuksessa havaitulla tavalla. Kvantitatiivisessa tutkimuksessa pyritään vertailemaan, selittämään tai ennustamaan ihmisiin liittyviä asioita, ominaisuuksia, kokemuksia tai ilmiöitä. Kvantitatiivinen tutkimus tarjoaa yleiskuvan suhteista ja eroista mitattavien ominaisuuksien välillä. (Vilkkä 2021a, 23.)

Kyselyssä aineiston kerääminen standardoidusti tarkoittaa sitä, että tiedot kerätään johdonmukaisesti ja vertailukelpoisesti. Aineiston, joka kerätään kyselyiden avulla, käsitellään kvantitatiivisesti. Tämä tarkoittaa, että tiedot kerätään numeerisessa muodossa, kuten prosenttiosuuksien avulla. Tämä mahdollistaa tilastollisen analyysin, joka voi paljastaa suuntauksia, malleja ja yhteyksiä tietojen välillä. (Hirsjärvi ym. 2009, 193–194.)

Kyselyn etuna on, että se mahdollistaa kattavan tietojen keräämisen ja siihen voidaan saada suuri joukko osallistua ja kysyä monipuolisesti eri asioita. Huolellisesti suunniteltu kysely voidaan nopeasti tallentaa ja analysoida, ja kustannukset ja aikataulu voidaan arvioida suhteellisen tarkasti. Kyselyn vastausten analyysiin käytetään tilastollisia analyysimenetelmiä ja raportointi käytäntöjä. (Hirsjärvi ym. 2009, 195; Kananen 2014,48.)

Kyselyn kysymysten muotoilulla on merkittävä vaikutus työn onnistumiseen, sekä samalla se on tärkeää tutkimuksen luotettavuuden ja validiteetin kannalta. Oikein muotoillut kysymykset auttavat keräämään tarkempaa ja hyödyllisempää tietoa vastaajilta. Samalla ne vähentävät väärinymmärrysten riskiä ja tekevät vastaamisesta sujuvampaa. (Hirsjärvi ym. 2009, 198.)

Syvähaastatteluiden jälkeen laadittiin verkkokysely, joka käsitteli samoja tuotekehityksiä kuin syvähaastattelut. Tarkoituksena oli laajentaa tietopohjaa terveydenhuollon nykytilanteesta ja arvioida, miten uudet tuotekehityksiä vastaisivat tulevaisuuden käyttäjien tarpeisiin.

Seuraavaksi oli tärkeää valita oikeat vastaajat. Vastaajan tuli olla terveydenhuollon ammattilainen. Mahdollisia vastaajia etsittiin yrityksen asiakaskunnasta ja kontaktien kautta, lisäksi hyödynsin omia suhteitani terveydenhuollon ammattilaisiin. Kyselyn avulla tavoiteltiin laajaa tietoa vastaajien työympäristöstä ja sen soveltuvuudesta tuotekehityksiin. Kyselyssä pyydettiin vastaajia arvioimaan tuotekehityksiä käytettävyyttä ja niiden tarpeellisuutta.

Kyselyn toteutustapa oli seuraava: kun kysely oli valmis, testattiin sen käytettävyyttä ja selkeyttä kahden vastaajan avulla. Vastaajat vastasivat kyselyyn etäyhteyden aikana, joten pystyin arvioimaan kyselyn kysymysten selkeyttä ja tarkkuutta. Etäyhteyden avulla oli myös mahdollista arvioida kyselyn keskeisintä sisältöä ja kuormittavuutta vastaajille. Tämä vaihe oli olennainen varmistaaksemme kyselyn luotettavuuden ja käytettävyyden ennen sen laajempaa jakamista. Kun kysely oli valmis ja sen käytettävyys testattu onnistuneesti, jaettiin verkkokyselyn linkki kontakteille, ja jäin odottamaan vastauksia.

Kysely oli selkeä ja logiikaltaan eheä. Kysely alkoi yleisestä osiosta, jonka jälkeen jokainen tuotekehityksaihe oli omassa osassa, ja lopuksi oli vapaa kenttäosio. Kyselyn oleellimmat kysymykset olivat seuraavat eri kehityksaiheista: edistääkö *kyseinen kehityksaihe* työn sujuvuutta ja saavutetaanko *kyseisellä kehityksaiheella* mielestäsi aikasäästöjä? Kun sama kysymysmuotoilu esitetään eri aihealueiden yhteydessä, sillä saadaan aikaan vertailua siinä mielessä, että vastauksia voidaan tarkastella ja vertailla toisiinsa. Tämä antaa paremman ymmärryksen siitä, miten eri aihealueet ovat toisiinsa liittyviä tai eroavat toisistaan, ja se voi myös auttaa havainnoimaan yhteisiä piirteitä. Vertailu voi myös auttaa ymmärtämään eroja ja samankaltaisuuksia eri aihealueiden välillä ja antaa uusia näkökulmia.

5 TULOSTEN LUOTETTAVUUS & EETTISYYS

On tärkeää vakuuttaa tutkimustulosten luotettavuus, olipa kyse sitten kvalitatiivisesta tai kvantitatiivisesta tutkimuksesta. Luotettavuuden saavuttaminen edellyttää huolellista suunnittelua ja asianmukaista valmistautumista. Uskottavuutta arvioidaan luotettavuuskäsitteiden avulla, jotka toimivat mittareina tutkimustulosten laadun määrittämisessä. Yleiset luotettavuuden mittarit tieteellisessä tutkimuksessa ovat realibiliteetti ja valideetti. (Kananen 2014, 257–259.)

Reliabiliteetti kuvastaa tulosten pysyvyyttä, kun taas valideetti liittyy siihen, että tutkimuksessa tarkastellaan oikeita ilmiöitä ja saadut tulokset ovat uskottavia sekä käytännössä relevantteja. Pysyvyyden osalta voidaan todeta, että uudelleen testattaessa tulisi saada samanlaiset tulokset, jolloin alkuperäiset havainnot vahvistuvat. Toisaalta valideetti vaatii, että tutkimus on suoritettu oikein ja että saadut tulokset vastaavat todellista tilannetta. (Kananen 2014, 259.)

Syvähaastatteluissa avoimuus ja luottamuksellisuus loivat perustan luotettavalle tiedonkeruulle. Haastatteluun osallistuneille selitettiin tutkimuksen tarkoitus ja varmistettiin, että he ymmärtävät, että heidän vastauksensa ovat luottamuksellisia. Luotettavuutta haastattelussa lisäsi erilaiset näkökulmat. Haastattelun tulosten analyysissä käytettiin systemaattisia menetelmiä, jotka auttoivat varmistamaan luotettavuuden.

Verkkokyselyn tulosten luotettavuuden arvioiminen on tärkeää, erityisesti kun otanta on pieni. Pieni otanta voi aiheuttaa tilastollista epävarmuutta ja mahdollista harhaa tuloksissa, koska yksittäinen vastaus voi vaikuttaa merkittävästi kokonaiskuvaan. Lisäksi tulosten luotettavuuteen vaikuttaa vastaajien tausta ja heidän suhteensa tutkittavaan aiheeseen. Verkkokyselyn vastaajista osa oli yrityksen asiakkaita. Tämä saattaa vaikuttaa tuloksiin niin, että ne heijastelevat enemmän asiakkaiden näkökulmaa kuin laajempaa näkökulmaa.

Tutkimuksen toteuttaminen kytkeytyy olennaisesti tutkimusetiikkaan, joka on tieteellisen hyvän käytännön kulmakivi. Tutkimusetiikka ohjaa koko tutkimusprosessia aina ideointivaiheesta tulosten julkaisuun saakka. Hyvän tieteellisen käytännön periaatteet koskevat kaikkia tutkijoita yhdenvertaisesti. (Vilka 2021b, luku ”Tutkimusetiikka”.)

Tutkimuksessa on noudatettava eettisesti kestäviä tutkimusmenetelmiä ja tiedonhankintamenetelmiä. Tiedonhankinnassa eettisesti oikea tieteellinen käytäntö vaatii perustan asianmukaisiin lähteisiin, tieteelliseen kirjallisuuteen, havaintoihin ja huolelliseen analyysiin. Myös tulosten on täytettävä tieteellisen tutkimuksen vaatimukset, mikä tarkoittaa uuden tiedon luomista tai vanhan tiedon uutta hyödyntämistä ja yhdistämistä. Tutkijan on oltava huolellinen, rehellinen ja tarkka niin tutkimistyössä sekä tulosten esittämisessä. Lähdeviitteiden käyttäminen on tarkoituksenmukainen toimintatapa ja eettinen toimintatapa. (Vilka 2021b, luku ”Tutkimusetiikka”.)

Haastattelutilanteessa on ensisijaisen tärkeää ottaa huomioon tietojen luottamuksellisuus ja haastateltavien kokema tilanne. Tietojen purkamisessa eli litteroinnissa on yhtä lailla painotettava luottamuksellisuutta ja huolellisuutta siinä, miten suulliset lausumat kirjataan ylös. Analyysivaiheessa eettiset näkökohdat kohdistuvat siihen, kuinka syvällisesti ja kriittisesti haastatteluaineistoa tarkastellaan, ja siihen, annetaanko haastateltaville mahdollisuus arvioida oman aineistonsa tulkintoja. Todentamisen osalta tutkijan eettinen vastuu on esittää mahdollisimman luotettavaa ja varmennettua tietoa. Raportoinnissa on tärkeää huomioida haastatteluiden luottamuksellisuus ja niiden potentiaaliset vaikutukset niin haastateltaviin kuin myös niihin ryhmiin, joita raportti koskee. (Hirsjärvi & Hurme 2022, luku 2.3, kappale ”Tutkimuksen eettisiä näkökohtia”.)

Kun syvähaastatteluja ja verkkokyselyä käytetään markkinaselvityksen työkaluina, on erityisen tärkeää huomioida tutkimusetiikan periaatteet. Haastattelutilanteissa on varmistettava, että haastateltavien tiedot käsitellään luottamuksellisesti ja että haastateltavat tuntevat olonsa turvalliseksi. Tiedon purkamisessa on noudatettava tarkkuutta ja huolellisuutta, jotta haastatteluiden sisältö säilyy alkuperäisenä. Analyysivaiheessa on tärkeää olla kriittinen ja perusteellinen varmistaen, että tulokset ovat luotettavia ja perusteltuja.

Tuloksia raportoitaessa on huomioitava luottamuksellisuuden säilyttäminen ja raportoinnin vaikutukset. Yksityiskohtainen ja eettinen markkinaselvitys varmistaa, että opinnäytetyön tulokset ovat laadukkaita, mutta myös eettisesti kestäviä ja luotettavia. Tämä luo vankan perustan markkinaselvityksen onnistuneella toteuttamisella ja sen vaikutusten ymmärtämiselle.

6 AINEISTON ANALYYSI

Aineiston analyysivaihe auttaa ymmärtämään, millaisia vastauksia saadaan tutkimuskysymyksiin. Aineiston käsittelyvaiheessa on tärkeä olla huolellinen ja systemaattinen riippumatta siitä, onko kyse kvalitatiivisesta tai kvantitatiivisesta tutkimuksesta. Analyysi alkaa tietojen tarkistamisella, aineistoa arvioidaan mahdollisten virheiden ja puuttuvien tietojen varalta. Seuraavana vaiheena on tietojen täydentäminen, aineistoa voidaan tarvittaessa täydentää lisähaastattelulla ja lisäkyselyillä. Viimeisenä vaiheena on aineiston järjestäminen siten, että se on valmiina tallennettavaksi ja analysoitavaksi. (Hirsjärvi ym. 2009, 221–222.)

Kvalitatiivinen aineiston analyysi eroaa merkittävästi kvantitatiivisesta lähestymistavasta. Se alkaa jo aineiston keruuvaiheessa ja jatkuu tulkinnan ja raportoinnin parissa. Pääpiirteitä kvalitatiivisessa analyysissä ovat havaintojen kerääminen haastattelutilanteissa, aineiston säilyttäminen sanallisessa muodossa, päättelyprosessi käyttö, ja monipuolisten analyysitekniikoiden soveltaminen. Kvalitatiivisessa analyysissä ei ole yhtä oikeaa tapaa, ja tutkijat voivat oppia erilaisia lähestymistapoja aiempien tutkimusten pohjalta. Kvantitatiivinen analyysi keskittyy numeerisen datan keräämiseen ja tulkintaan. Kvantitatiivisen aineiston analyysi pyrkii tuottamaan numeerisia tuloksia ja yleistettäviä havaintoja suuremmasta otannasta. (Hirsjärvi & Hurme 2022, luku 7.1, kappale ”Analyysin yleisiä piirteitä”.)

6.1 Syvähaastattelun aineiston analyysi

Syvähaastattelun aineiston analysoin tarkasti ja systemaattisesti kahden syvähaastattelun tulokset. Aluksi kirjasin ylös kaikki syvähaastattelun aikana käydyt keskustelut, vastaukset ja huomiot. Tämä toimi tärkeänä varotoimena, joka esti tärkeiden yksityiskohtien tai merkittävien näkökohtien unohtamisen. Seuraavaksi aloitin aineistolähtöisen analyysin, jossa perusteellisesti läpi kävin haastattelutiedot ja tunnistin nousevia teemoja, käsitteitä ja avainsanoja. Tarkastelin huolellisesti toistuvia aiheita, mielenkiintoisia näkökulmia ja poikkeavia kommentteja. Tämä auttoi hahmottamaan keskeiset kysymykset ja tunnistamaan yhteisiä teemoja haastateltavien vastauksista.

Tämän jälkeen ryhmittelin ja järjestelin aineiston luokkiin tai teemoihin perustuen. Tarkoituksena oli tunnistaa samankaltaisia vastauksia sekä etsiä mahdollisia yhteyksiä eri teemojen välillä. Tavoitteena oli erityisesti havaita merkittäviä havaintoja ja tuloksia, jotka voisivat vaikuttaa tuotekehityksen suuntaan tai tarjota uusia näkökulmia.

Lopuksi suoritin tulkintaa ja analyysia saamistani tuloksista. Pyrin syventämään ymmärrystä haastateltavien näkemyksistä, ajatuksista ja kokemuksista. Tässä vaiheessa vertailin vastauksia, etsin poikkeavuuksia ja pyrin hahmottamaan laajempia kuvioita sekä yleisiä suuntauksia. Tällä tavoin varmistin, että analyysi oli kattavaa ja mahdollisti syvällisen oivalluksen haastateltavien esittämistä näkökulmista ja kokemuksista.

6.2 Verkkokyselyn aineiston analyysi

Verkkokysely avattiin kuukauden ajaksi, ja kyselyn sulkeutumisen jälkeen aloitettiin vastausten systemaattinen käsittely. Ensimmäinen vaihe oli vastausten luokittelu ja järjestäminen eri kategorioihin ja teemoihin sen perusteella, mitä aiheita vastauksissa nousi esiin. Tämä auttoi hahmottamaan, mitkä aihepiirit olivat merkittäviä ja millaisia vastausten painotukset olivat. Vastauksista voitiin tunnistaa, kuinka moni vastaajista korosti tiettyjä näkökohtia tai haasteita.

Toisessa vaiheessa ryhmiteltiin samankaltaiset vastaukset yhteen, mikä mahdollisti numeerisen analyysin. Vastauksista voitiin laskea, kuinka moni vastaaja koki tietyn asian haasteelliseksi, erinomaiseksi tai ilmaisi tarpeen tietylle kehitysaiheelle. Tämän avulla saatiin konkreettisia lukuja ja prosentteja, jotka kuvasivat vastaajien mielipiteitä ja kokemuksia.

Kolmannessa vaiheessa keskityttiin yhteyksien ja korrelaatioiden etsimiseen vastausten välillä. Selvitettiin, oliko tietyn aiheen mainitseminen yhteydessä muihin vastausten piirteisiin, kuten vastaajan taustatietoihin tai kokemukseen. Tämä syvempi analyysi auttoi ymmärtämään, mitkä tekijät saattavat vaikuttaa tiettyihin näkemyksiin tai tarpeisiin.

7 TULKINTA & JOHTOPÄÄTÖKSET

Tutkimus ei pääty tulosten analysointiin, vaan tulokset on tulkittava ja selitettävä. Tulkinta merkitsee analyysin tulosten syvemmän merkityksen avaamista sekä ymmärtää niiden taustalla olevia tekijöitä ja syvällistä pohtimista. Tuloksista tulee muodostaa yhteenveto, mikä tiivistää keskeisen havainnot ja tarjoaa selkeät vastaukset asetettuihin kysymyksiin. (Hirsjärvi ym. 2009, 229–230.)

Syvähaastattelujen analyysin tuloksena onnistuin tunnistamaan keskeiset havainnot, teemat ja suositukset, jotka toimivat ohjaavina tekijöinä tuotekehitystyön jatkumiselle. Tulosten tulkinnan ja analysoinnin jälkeen esittelin syvähaastattelun tulokset tuotekehitystiimille. Kävimme yhdessä perusteellisen keskustelun tuloksista, arvioimme niiden merkitystä ja mietimme mahdollisia jatkotoimenpiteitä. Keskustelimme yhdessä tuloksista, arvioimme niiden merkitystä ja pohdimme mahdollisia jatkotoimenpiteitä tuotekehityksen kannalta. Tulokset tarjosivat arvokasta tietoa terveydenhuollon ammattilaisten tarpeista, kohtaamista haasteista ja potentiaalisista kehityskohteista. Näiden tulosten perusteella pystyimme tekemään päätelmiä ja esittämään suosituksia siitä, miten yritys voi parhaiten vastata terveydenhuollon ammattilaisten tarpeisiin ja jatkaa tuotteidensa kehittämistä edelleen. Syvähaastattelujen haasteena oli pieni otanta, mikä saattoi rajoittaa tulosten yleistettävyyttä.

Verkkokyselyn tulosten tulkinnassa pyrittiin ymmärtämään, mitä numerot ja prosentit kertoivat selviytyksen kannalta. Tulokset paljastivat merkittäviä suuntauksia ja tarpeita, ja näitä pohdin syvällisemmin. Lopuksi esittelin verkkokyselyn tulokset tuotekehitystiimille. Keskustelimme tuloksista ja niiden merkityksestä sekä keskeisistä suunnista tuotekehitystyölle. Tutkimuksen tulokset tarjoavat tärkeän pohjan yrityksen tulevalle tuotekehitykselle ja terveydenhuollon palveluiden parantamiselle.

8 POHDINTA

Opinnäytetyön tarkoitus ja tavoite olivat selkeät: selvittää Monidor Oy:n IV-hoidon etävalvonnan tuotekehitysaiheiden tuoma lisäarvo ja tarpeellisuus Suomen terveydenhuollossa. Lähtökohtana oli työn helpottaminen ja potilasturvallisuuden parantaminen. Tavoitteena oli tarjota palveluita, jotka tuovat suuremman lisäarvon asiakkaille säästetyssä ajassa ja lisääntyneellä potilasturvallisuudella. Kehittämistyön lopputuloksen on oltava niin helppo, että maallikkokin ymmärtää käytön ja perusteet.

Opinnäytetyön toteutus oli monivaiheinen ja käsitti teoreettisen tiedon hankinnan, syvähaastattelut terveydenhuollon ammattilaisten kanssa sekä kyselytutkimuksen terveydenhuollon ammattilaisille. Kyselyn tulokset analysoitiin huolellisesti, ja opinnäytetyössä tarkasteltiin myös luotettavuutta ja eettisiä näkökohtia.

Syvähaastattelun toteuttaminen antoi minulle laajempaa ja syvällisempää tietoa aiheista sekä auttoi minua ymmärtämään laajemmin terveydenhuollon markkinatilannetta sekä ammattilaisten näkemyksiä aihealueista. Syvähaastattelut kahdelle terveydenhuollon ammattilaiselle antoi minulle mahdollisuuden saada henkilökohtaisempia mielipiteitä ja kokemuksia aiheesta, ja se antoi minulle mahdollisuuden kysyä tarkempia kysymyksiä, jotka syvensivät tietoa aiheesta.

Laajempi verkkokysely puolestaan mahdollisti monipuolisen otoksen terveydenhuollon ammattilaisia. Tämä mahdollisti mielipiteiden ja kokemusten vertailun, tarjoten laajemman kuvan aiheesta. Kyselyn tulokset auttoivat hahmottamaan markkinatilannetta ja ammattilaisten odotuksia selkeämmin.

Yhteenvedona voidaan todeta, että syvähaastattelut ja laajempi verkkokysely täydensivät toisiaan antaen laajemman ja syvällisemmän käsityksen terveydenhuollon ammattilaisten mielipiteistä sekä markkinatilanteesta. Tämä monipuolinen lähestymistapa auttoi saavuttamaan opinnäytetyön tavoitteet ja ymmärtämään aiheen kattavasti.

Kun tarkastellaan opinnäytetyön lopputuloksia ja sen saavuttamia päämääriä, on selkeää, että tarkoitus ja tavoite täyttyivät. Opinnäytetyö antoi yleiskuvan Monidor Oy:n tuotekehitysaiheista, vaikka yksi-

tyiskohdat jäivät salassa pidetyiksi. Tutkimus auttoi ymmärtämään näiden aiheiden lisäarvoa terveydenhuollossa ja tarpeellisuutta. Samalla se tarjosi näkökulmia ja oivalluksia, jotka voivat hyödyttää yritystä ja terveydenhuollon ammattilaisia.

Opinnäytetyön tulokset ja prosessi ovat vahvistaneet yrityksen suuntaa tuotekehityksessä. Kuitenkin markkinaselvityksessä potilaan, lääkärin ja terveystaloustieteen näkökulmat ja niiden vaikutukset jäivät vähäiselle huomiolle. Mikäli markkinaselvitystä laajennettaisiin, olisi kiinnostavaa tutkia myös muiden tekijöiden vaikutusta markkinaselvityksen tuloksiin, erityisesti niiden, joita ei tutkimuksessa ole vielä käsitelty. Tämä työ voi toimia perustana jatkotutkimuksille ja tuotekehitykselle sekä tarjota ideoita Monidor Oy:lle. Samalla se korostaa tärkeää roolia, jonka opinnäytetyöt voivat pelata käytännön liiketoiminnan kehittämisessä.

Yrityksen kommentit opinnäytetyöstä ovat erittäin myönteiset, työ käsitteli tuotekehitysaiheiden tarpeellisuutta kohdemarkkinoilla, toi merkittävää ja hyödyllistä tietoa. Hoitotyötausta osoittautui arvokkaaksi, tuoden syvällistä näkemystä ja ymmärrystä tutkittavaan aiheeseen. Lisäksi pidit yrityksen henkilökunnan erinomaisesti informoituna tutkimuksen edistymisestä. Markkinaselvityksen myönteiset tulokset ovat vaikuttaneet positiivisesti tuotekehitykseen, ja toivomme niiden heijastuvan myös positiivisina vaikutuksina käytännön hoitotyöhön, kuten säästettynä aikana ja parantuneena potilasturvallisuutena.

Markkinaselvityksen tekeminen on jatkuvaa toimintaa. Vaikka tehty työ on arvokasta, jäi selvityksestä kattamatta yksi terveydenhuollon erikoisala. Tämä antaa mahdollisuuden tulevalle kehitystyölle, joka keskittyy kyseiseen erikoisalaan. Markkinaselvitys on prosessi, joka ei pysähdy, vaan se jatkuu. Jatkuva prosessi mahdollistaa yrityksen pysymisen ajan tasalla muuttuvassa toimintaympäristössä ja tarjoaa mahdollisuuden kehittää innovatiivisia ratkaisuja terveydenhuollon tarpeisiin. Tärkeää on ymmärtää, että markkinaselvitys ei ole yksittäinen tapahtuma, vaan se on olennainen osa yrityksen toimintaa, joka auttaa sen kehittymistä.

LÄHTEET

- Bergström, S. & Leppänen, A, 2021. *Yrityksen asiakasmarkkinointi*. Edita. Saatavissa: <https://www.ellibslibrary.com/fi/book/978-951-37-8306-8>. Viitattu 26.7.2023.
- Hietikko, E. 2021. *etoiminta, Innovaatio – Luovuus – Teknologia – Tuote.*, neljäs painos. Helsinki, Suomi: BoD - Books on Demand.
- Hirsjärvi, S. & Hurme, H. 2022. *Tutkimushaastattelu- Teemahaastattelun teoria ja käytäntö*. Gaudeamus. Saatavissa: <https://www.ellibslibrary.com/book/9789523458123>. Viitattu 5.9.2023.
- Hirsjärvi, S., Remes, P. & Sajavaara, P.2009. *Tutki ja kirjoita*. Helsinki: Tammi.
- Holma, L., Laasio, K., Ruusuvuori M., Seppä, S. & Tanner, R. 2021. *Menestys syntyy asiakaskokemuksesta. b2b-johtajan opas*. Helsinki: Alma Talent.
- Kananen, J. 2014. *Verkkotutkimus opinnäytetyönä, laadullisen ja määrällisen verkkotutkimuksen opas*. Jyväskylä: Jyväskylän ammattikorkeakoulu.
- Martikainen, V. 2013. *Hyvin tehty markkinaselvitys maksaa itsensä takaisin*. Saatavissa: <https://dmfbusiness.fi/hyvin-tehty-markkinaselvitys-maksaa-itsena-takaisin/>. Viitattu 1.6.2023.
- Monidor, 2023. Helpompaa ja turvallisempaa IV-hoitoa etävalvonnalla. Saatavissa: <https://monidor.com/fi/etusivu/>. Viitattu 21.5.2023.
- Raatikainen, L. 2008. *Asiakas, tuote ja markkinat*. Helsinki: Edita.
- Puusa, A. & Juuti, P. 2020. *Laadullisen tutkimuksen näkökulmat ja menetelmät*. Gaudeamus. Saatavissa: <https://www.ellibslibrary.com/fi/book/9789523456167>. Viitattu 25.10.2023.
- Suomi.fi, 2023. Markkinaselvitys. Saatavissa: <https://www.suomi.fi/yritykselle/yrityksen-perustaminen/yritystoiminnan-suunnittelu/opas/yritysideasta-liiketoiminnaksi/markkinaselvitys>. Viitattu 18.5.2023.
- Tuomi, J. & Sarajärvi, A. 2018. *Laadullinen tutkimus ja sisällönanalyysi*. Helsinki: Tammi.
- Twin, A. 2023. *How to Do Market Research. Types and Example*. Saatavissa: <https://www.investopedia.com/terms/m/market-research.asp>. Viitattu: 15.7.2023.
- Vilkkä, H. 2021a. *Näin onnistut opinnäytetyössä. Ratkaisut tutkimuksen umpikujiin*. Jyväskylä: PS-kustannus.
- Vilkkä, H. 2021b. *Tutki ja kehitä*. Jyväskylä: PS-kustannus. Saatavissa: <https://www.ellibslibrary.com/fi/book/9789523701731>. Viitattu 12.9.2023.