



LAUREA
AMMATTIKORKEAKOULU
Yhdessä enemmän

Terveyden itsetestauksen jakelukanavat Saksassa, Iso-Britanniassa ja Alankomaissa

Alanen, Olli

2018 Laurea



Laurea-ammattikorkeakoulu

**Terveyden itsetestauksen jakelukanavat
Saksassa, Iso-Britanniassa ja Alankomaissa**

Olli Alanen
Liiketalouden koulutus
Opinnäytetyö
Toukokuu, 2018

Alanen, Olli

Terveyden itsetestauksen jakelukanavat Saksassa, Iso-Britanniassa ja Alankomaissa

Vuosi 2018

Sivumäärä 46

Tämän opinnäytetyön toimeksiantaja oli Medigoo Oy. Yritys myy terveyden pikatestejä kuluttajille.

Opinnäytetyönä toteutettiin markkinatutkimus, jossa pyrittiin selvittämään apteekkituotteiden jakelukanavia Saksassa, Iso-Britanniassa ja Alankomaissa. Tutkimustarve pohjautui yrityksen haluun laajentaa toimintaansa kansainvälisille markkinoille.

Opinnäytetyön teoreettinen viitekehys muodostui markkinatutkimuksen teoriasta. Lisäksi esiteltiin tilaajayrityksen toimialaa ja toimintaympäristöä Suomessa. Tutkimusongelmana oli, ettei toimeksiantajayrityksellä mielestään ollut riittävästi tietoa kohdemaiden apteekkituotteiden jakelukanavista.

Tutkimuksella pyrittiin saamaan vastaus seuraaviin kysymyksiin: Minkälaisia myyntikanavia kohdemaassa oli terveyden pikatesteille? Mitä muita vähittäismyyntikanavia oli? Oliko kohdemaassa apteekkitukkuja? Minkälainen oli kohdemaan myyntikanavan myyntikaterakenne?

Tutkimusosa toteutettiin laadullisella tutkimusmenetelmällä ja tiedonkeruumetodi oli kirjoituspöytä tutkimus. Tiedonkeruu rajattiin vapaasti saatavilla olevaan aineistoon, kuten internetistä löytyviin yritys esittelyihin, tutkimusraportteihin ja lehtiartikkeleihin.

Tiedon analysointivaiheessa tehtiin yhteenveto maittain ja annettiin suositus kyseisen maan kohdalla sopivimmasta jakelukanavasta Medigoon tuotteille. Mahdolliset markkinatutkimuksen jälkeiset johtopäätökset ja toimenpiteet jätettiin täysin toimeksiantajayritykselle.

Asiasanat: markkinatutkimus, terveyden pikatestit, jakelukanavat

Alanen, Olli

Health self-testing channels in Germany, the UK and the Netherlands

Year	2018	Pages	46
------	------	-------	----

The commissioner company of this thesis was Medigoo Oy. The company sells health self-tests to consumers.

The form of the thesis was a market research, which investigated distribution channels of pharmaceutical products in Germany, the United Kingdom and the Netherlands. The research need was based on the company's desire to expand to international markets.

The theoretical framework consisted of theory of market research. The industry and operation environment of the company was also introduced in the thesis. The research problem was that the commissioner company thought that they did not have enough knowledge of the distribution channels of pharmaceutical products in object countries.

In market research the purpose was to find answers to following research questions: What kind of sales channels in object countries were there for health self-tests? What other retail channels there were? Were there pharmacy wholesalers in object countries? What was the construction of gross profit of the object countries?

The study was carried out with qualitative research method and the data collection method was desk research. The collection of the research data was limited to freely available sources only, like company presentations, research reports and newspaper articles.

As part of the data analysis, summaries of each object country were made and recommendations of the ideal distribution channels for Medigoo's products were given. Possible conclusions and actions taken from the market research were completely left to the commissioner company.

Keywords: market research, health self-tests, distribution channels

Sisällys

1	Johdanto	6
2	Markkinatutkimuksen tarkoitus	7
2.1	Markkinatutkimuksen sisältö	7
2.2	Markkinatutkimusprosessi	8
3	Medigoo yrityksenä ja toimiala	10
3.1	Tuotevalikoima kuluttajille	11
3.2	Medigoon tavoitteet	11
3.3	Valvonta	12
3.4	Jakelukanavat	12
3.5	Terveystestien toimiala.....	13
3.6	Kilpailijat	14
4	Tutkimussuunnitelma	15
5	Markkinatutkimus.....	16
5.1	Saksan lääke­markkinoiden rakenne.....	17
5.1.1	Lääketukut Saksassa	18
5.1.2	Jälleenmyyntikanavat Saksassa.....	23
5.2	Iso-Britannian lääke­markkinoiden rakenne.....	24
5.2.1	Lääketukut Iso-Britanniassa	25
5.2.2	Jälleenmyyntikanavat Iso-Britanniassa	30
5.3	Alankomaiden lääke­markkinoiden rakenne.....	31
5.3.1	Lääketukut Alankomaissa.....	32
5.3.2	Jälleenmyyntikanavat Alankomaissa.....	33
6	Tulosten analysointi.....	35
6.1	Saksa	36
6.2	Iso-Britannia	38
6.3	Alankomaat	39
7	Yhteenveto	41
	Lähteet	42
	Kuviot	46
	Taulukot	46

1 Johdanto

Markkinatutkimuksen toimeksiantajayritys Medigoo Oy markkinoi terveydenalan kotitestejä kulluttajille. Myyntikanavina ovat verkkokauppa, apteekit, apteekkien verkkokaupat ja Ruohonjuuri -myymälät. Tällä hetkellä tuotteiden markkina-alue on Suomi. Tulevaisuudessa yritys haluaisi laajentua kansainvälisille markkinoille ja se halusi selvittää kolmen potentiaalisimman kohdemaan apteekkituotteiden jakelukanavia.

Toimiala on uusi ja Terveystieteiden Kansainvälinen markkinatutkimus ”Home Medical Equipment Market: Global Industry Analysis and Forecast to 2020” ennustaa kovaa kasvua terveydenalan itsetesteille. (Persistence market research 2018). Terveystieteiden huoltomenot kasvavat jatkuvasti, syinä tähän ovat väestön ikääntyminen sekä sairauksien parempi diagnosointi ja hoito. Ihmiset ovat nykyisin kiinnostuneempia omasta terveydestään, mikä myös lisää terveydenkoti-testien kysyntää. Julkinen terveydenhoito etsii kustannussäästöjä ja niitä voitaisiin saavuttaa lisäämällä kotitestejä.

Medigooon tuotteilla on CE-hyväksyntä ja niitä voidaan markkinoida kaikissa EU- ja ETA-maissa. EU-maista suurimmat apteekkituotteiden markkinat ovat Saksassa, Iso-Britanniassa ja Alankomaissa ja sen vuoksi toimeksiantaja valitsi ne markkinatutkimuksen kohdemaiksi. Tutkimusongelma oli, että toimeksiantajayrityksellä ei ollut tarpeeksi tietoa kohdemaan apteekkituotteiden jakelukanavista. Markkinatutkimuksella haettiin tietoja kohdemaiden apteekkituotteiden myyntikanavista, mahdollisista apteekkituotteista sekä myyntikanavien myyntikaterakenteista.

Tutkimussuunnitelma tehtiin yhteistyössä toimeksiantajan kanssa ja siinä sovittiin tutkimuksen kohdemaista, käytettävistä tutkimusmenetelmistä, tiedonhakupäätteistä sekä aikataulusta. Tiedonhakumenetelmäksi sovittiin kirjoituspöytä tutkimus ja tietolähteiksi vapaasti saatavilla olevat tietolähteet.

Tässä markkinatutkimuksessa käytettiin kvalitatiivista eli laadullista tutkimusmetodia. Se sopii käytettäväksi silloin, kun tutkittavaa ilmiötä ei tunneta tarkoin. (Kananen, 2014, 16-17)

Opinnäytetyön teoriaosuudessa kuvataan markkinatutkimuksen teoriaa ja se muodostaa opinnäytetyön teoreettisen viitekehyksen. Ennen varsinaista tutkimusosuutta opinnäytetyössä on myös esitelty toimeksiantajayritys ja kerrottu yrityksen toimialasta sekä toimintaympäristöstä. Markkinatutkimuksen työläin vaihe oli tiedonkeruu. Markkinatutkimuksen analysointiosuudessa tuloksista esiteltiin yhteenveto kohdemaittain sekä annettiin kunkin kohdemaan kohdalla oma ehdotus suotuisimmasta jakelukanavasta. Mahdolliset johtopäätökset sekä toimenpiteet jätettiin kuitenkin kokonaan toimeksiantajayrityksen tehtäväksi.

2 Markkinatutkimuksen tarkoitus

Markkinatutkimus on tiedon systemaattista keräämistä, analysointia ja tulkintaa markkinointitoimenpiteiden tekemiseksi. Markkinatutkimusmenetelmät ovat kehittyneet vuosien saatossa ja markkinatutkimusyrietykset käyttävät mallinnusta parantaakseen tiedon luotettavuutta. Yleisimmät markkinatutkimussovellukset käsittelevät asiakastyytyväisyyttä ja uskollisuutta, mittaavat markkinointitoimenpiteiden tehokkuutta, näyttävät markkinoiden kokoa ja yritysten markkinaosuutta. Markkinatutkimusten avulla voidaan mitata tuotteiden käyttöä, päätellä optimaalista hinnoittelustrategiaa tai saada apua tehokkaaseen segmentointistrategiaan. (Hague, Hague, Morgan 2013, 14)

On monta syytä minkä takia yritykset tekevät markkinatutkimuksia. Kaikkein tärkein syy on auttaa organisaatiota ymmärtämään paremmin markkinoita niin, että se voi tehdä turvallisia päätöksiä tulevaisuuden suhteen. Tutkimus pienentää riskejä ja johtaa parempiin päätöksiin. Yrityksen on helppo tehdä oletuksia markkinoista, sen kilpailutilanteesta ja asiakkaista. Systemaattinen markkina-analyysi joko haastaa tai vahvistaa sisäisen tiedon ja koska se on puolueetonta, sen pitäisi olla luotettavampaa. Markkinatutkimusta voidaan käyttää auttamaan oikeastaan mitä tahansa liiketoimintapäätöstä. Markkinatutkimusta voi käyttää melkein missä vain tilanteessa, missä organisaatiolla on jokin kysymys mihin halutaan vastausta. (Hague ym 2013, 15)

Markkinatutkimus on nykyisin maailmanlaajuista toimintaa. Sekä yksityisen, että julkisen sektorin yritykset sekä yleishyödylliset yritykset luottavat tutkimustietoon, joka parantaa heidän suunnitteluaan ja päätöksentekoaan. Organisaatioissa resurssit ovat niukat. Jotta yritys voi pärjätä ja kasvaa, sen täytyy käyttää resurssinsa viisaasti. Yrityksen täytyykin ymmärtää sekä asiakkaiden, että muiden osapuolten tarpeet ja mielipiteet. Tässä piilee markkinatutkimuksen arvo: sillä voidaan tuottaa korkealaatuista tietoa suunnittelun ja päätöksenteon tueksi usein monimutkaisessa ympäristössä. Päätökset, jotka perustuvat luotettavaan tutkimustietoon johtavat parempilaatuiseen päätöksentekoon, resurssien parempaan käyttöön, parempiin tuotteisiin ja palveluihin sekä parempiin käytäntöihin ja asiakassuhteisiin. (McGivern 2013, 5-6)

2.1 Markkinatutkimuksen sisältö

Markkinatutkimukset voidaan jaotella joko tutkimuksen kohderyhmän mukaan kuluttajatutkimuksiin tai business to business -tutkimuksiin. Niitä voidaan jaotella myös tutkittavan asian mukaan mainostutkimuksiin tai tuotekehitystutkimuksiin. Yksi jaottelukriteeri on myös sijainnin mukaan kansainvälisiin tai kotimaisiin tutkimuksiin. (McGivern 2013, 6)

Kuluttajatutkimuksessa tutkitaan kuluttajia, yksilöitä ja kotitalouksia. Kuluttajatutkimuksen tarkoituksena on ymmärtää kuluttajien käyttäytymistä, kulutusasenteita ja mielipiteitä tuotteita ja palveluita kohtaan. Business to business -tutkimuksen tarkoitus on yleensä ymmärtää yritysten käyttäytymistä tai mielipiteitä tuotteiden markkinoinnissa ja myynnissä. Tutkimuksessa on yleensä mukana yrityksistä esim. toimitusjohtajia, talouspäälliköitä ja IT-päälliköitä. Organisaatiot käyttävät usein paljon resursseja mainontaan ja sen vuoksi ne haluavat tietää onko siihen käytetty resursseja tehokkaasti. Siksi he käyttävät markkinatutkimuksia selvittääkseen mitkä mainokset toimivat tehokkaimmin ja missä mediassa sekä kuinka tehokkaasti ne saavuttavat kohdeyleisönsä. Kansainvälinen markkinatutkimus suoritetaan useammassa kuin yhdessä maassa. Se organisoidaan tyypillisesti kahdella tavalla, joko koko projekti koordinoituna keskitetysti yhdessä maassa ja vain tiedonkeruu suoritetaan maittain tai jokaisessa maassa toteutetaan oma projekti. Kansainvälisessä tutkimuksessa täytyy ottaa myös kulttuurilliset erot huomioon. (McGivern 2013, 6-7)

Markkinatutkimus voidaan jakaa kerättävän tiedon mukaan primääri eli ensisijaiseen tutkimukseen tai sekundaari eli toissijaiseen tutkimukseen. Primääritutkimuksessa tuotetaan tai kerätään tietoa jota ei ole olemassa ennen tiedonkeruuta. Sekundaarisessa tutkimuksessa käytetään tietoa, jota on alun perin kerätty toista tarkoitusta varten. Primääritutkimuksessa tuotetaan tietoa jonkin tietyn ongelman ratkaisua varten. Esimerkiksi yritys haluaa tietää miten asiakkaat ovat reagoineet johonkin yrityksen tekemään toimenpiteeseen. Valmistusta olemassa olevaa tietoa ei ole, joten yrityksen täytyy suorittaa primääritutkimus. Primääritutkimus voi olla laadullinen tai määrällinen ja tiedonkeruutapoja voivat olla esim. haastattelut, puhelinhaastattelut, kirjekyselyt ja internetkyselyt. Sekundaaritutkimusta voidaan viitata termillä kirjoituspöytä-tutkimus. Sillä tarkoitetaan tiedonkeruuta, mitä voi tehdä nousematta kirjoituspöydän äärestä. Vastavuoroisesti primääritutkimusta kutsutaan joskus kenttätutkimukseksi. Sekundaaritutkimukseen kuuluu sopivien lähteiden tunnistaminen, tietolähteiden löytäminen ja niihin pääsy, tietolähteiden analysointi ja selvittäminen, sopivatko ne tutkimukseen ja niiden laadun arviointi. Sekundaaritutkimukseen on paljon tietolähteitä saatavilla, tietolähteitä voivat olla esim. kirjat, lehtiartikkelit ja kaikenlaiset tutkimusraportit. (McGivern 2013, 49-51)

2.2 Markkinatutkimusprosessi

Kaiken sellaisen tiedon keräämistä, millä on merkitystä yrityksen markkinointipäätöksille, voidaan pitää markkinatutkimuksena. Yleisen markkinatutkimuksen määritelmän mukaan prosessiin kuuluu seuraavat vaiheet: tiedon systemaattinen kerääminen, analysointi ja kerätyn tiedon tulkitseminen päätöksentekoa varten. Markkinatutkimus voidaan suorittaa yksittäisenä projektina tiettyä tarvetta varten. Tällaista tutkimusta kutsutaan ad hoc -tutkimukseksi. Markkinatutkimus voi myös olla jatkuvaa tai säännöllistä tiedonkeruuta. (Hague ym 2013, 9-10)

Markkinatutkimusprosessi käynnistyy tutkimusongelman määrittelystä. Tutkimusongelman hyvä määrittely auttaa tutkimustavoitteen määrittystä: mitä tällä tutkimuksella on tarkoitus saavuttaa. Mikäli näitä vaiheita ei ole tehty riittävän tarkalla tasolla, työhön uhrattu vaiva on turhaa. Tavoitteet ovat perusta sille, mihin tutkimusta aiotaan käyttää ja mitä tietoa etsitään. (Hague ym 2013, 10)

Seuraavaksi tarvitaan suunnitelma, miten näihin tavoitteisiin päästään ja kuinka tietoa kerätään. Tämä on tutkimussuunnitelma. Tutkimussuunnitelmaa käytetään sekä määrällisissä, että laadullisissa tutkimuksissa ja mikäli kyseessä on kenttätutkimus, siinä kerrotaan, ketä mahdollisesti haastatellaan, haastattelujen lukumäärä sekä haastattelutapa. Tutkimussuunnitelmassa määritetään tarvittavat resurssit sekä aikataulu. Tiedonkeruu on merkittävä osa markkinatutkimusta. Kenttätyöhön kuuluu normaalisti haastattelut sekä kysymyslomakkeiden teko. Haastateltavia voi olla kymmeniä tai jopa tuhansia. Yksilöidyillä vastauksilla on yleensä vain vähän merkitystä, niitä ryhmitellään yleensä yhdenmukaisiin ryhmiin. Tätä suurempaa vastausjoukkoa käytetään tiedon analysointiin. (Hague ym 2013, 11)

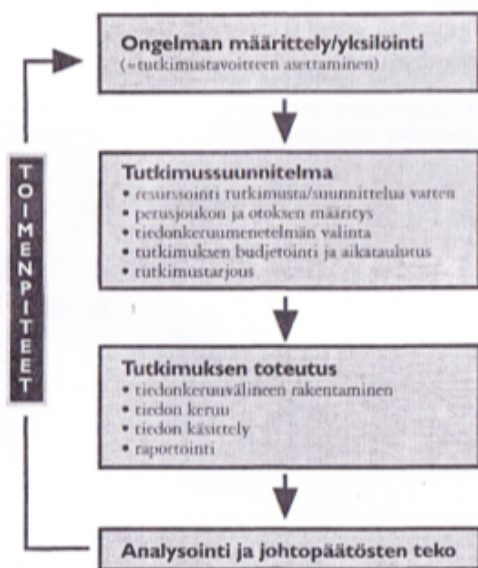
Kirjoituspöytä tutkimus on sekundaari -tietolähteiden tutkimista: tieto jota on jo saatavilla julkisissa lähteissä tai yrityksen omissa tietolähteissä. Ei ole mitään syytä, miksei kirjoituspöytä tutkimus voisi olla yhtä jännittävää kuin primääritutkimus. Ammattimainen kirjoituspöytä tutkija voi erittäin nopeasti ja kustannustehokkaasti kerätä tietoa laajasta tietolähdevalikosta. (Hague ym 2013, 41-42)

Tiedonkeruun jälkeen tehdään tiedon analysointi. Mikäli kenttätutkimuksessa kyselytutkimuksen vastauksia on 200 tai enemmän, käytetään yleensä tiedon analysointiin tietokoneohjelmia, jotka yksinkertaistavat analysointia. Ne tuottavat taulukoita, jotka kertovat vastauksien lukumääriä ja prosenttiosuuksia. (Hague ym 2013, 178)

Laadullisessa tutkimuksessa tiedon analysointi tapahtuu vastausten ryhmittelyn kautta, eli samankaltaiset vastaukset jaotellaan samoihin ryhmiin. Tätä luokitteluvaihetta kutsutaan koodaamiseksi. (Hague ym 2013, 186)

Tiedon analysointivaiheen jälkeen raportoidaan tulokset. Tutkimusraportissa esitetään yhteenveto markkinatutkimuksen tuloksista. Siinä käytetään usein taulukoita sekä graafisia esityksiä. Tutkimuksen tulokset tulee esittää sellaisessa muodossa, että yrityksen päätöksentekijät voivat hyödyntää niitä päätöksenteossa. Tutkimusraportti voi sisältää myös suosituksia toimenpiteiksi. (Hague ym 2013, 11)

Tutkimusprosessista voidaan erottaa monia eri vaiheita. Seuraavassa on eräs yleisistä tavoista jaotella tutkimuksen eteneminen.



Kuvio 1: Tutkimuksen vaiheet (Rope & Vahvaselkä, 2000, 64).

Kuviossa 1 on kuvattu markkinatutkimusprosessin eri vaiheet.

3 Medigoo yrityksenä ja toimiala

Medigoo Oy inc. Perustettiin vuonna 2007 ja sen tavoitteena on tuottaa terveydentilan testausta ja tietoa kuluttajille. Medigoon omistavat suomalaiset yksityiset henkilöt. Yrityksen vetäjänä toimii Mika Karilahti. (Medigoo 2018).

Yrityksessä on töissä yhteensä 15 henkilöä, joista 5 Suomessa ja 10 Ukrainassa. Medigoon geenitestien laboratorio sijaitsee Espoossa. Medigoon pikatestien luotettavuusaste on yli 90% ja geenitestien luotettavuusaste on 99,99%. (Karilahti 2018).

Medigoon tavoitteena on tehdä kuluttajille sairauksien selvittäminen helpommaksi ja halvemmaksi. Tämän hetkisen terveydenhuollon prosessin mukaan, jos kuluttaja haluaa selvittää, onko hänellä sairautta, on hänen ensimmäiseksi mentävä käymään lääkärin vastaanotolla. Lääkärin vastaanotolla saadaan lähete laboratoriotutkimuksiin ja käytyään laboratoriossa ja odotettuaan tutkimustulosten valmistumista potilaan tulee jälleen mennä lääkärin vastaanotolle saadakseen kuulla laboratoriotestien tulokset. Nykyinen toimintamalli vie paljon aikaa ja on kallis kuluttajalle. (Karilahti 2018).

Medigoo tarjoaa kuluttajille tähän halvemman ja helpomman ratkaisun. Kun kuluttaja epäilee hänellä olevan jokin sairaus, voi hän mennä yrityksen internetsivuille katsomaan, onko siellä kyseisen taudin toteamiseen soveltuvaa testiä ja tilata sen itselleen suoraan Medigoon verkkokaupasta. Saatuaan testin kotiin postitettuna voi kuluttaja tehdä testin itse pakkauksessa olevia ohjeita noudattaen. Testin tulokset kuluttaja saa kymmenessä minuutissa. Näin toimimalla kuluttaja säästää aikaa ja rahaa. (Karilahti 2018).

3.1 Tuotevalikoima kuluttajille

Medigoolla on Euroopan laajin pikatestien tuotevalikoima. Valikoimaan kuuluu erilaisia terveydentilan mittaamiseen luotuja testejä kuten sukupuolitauditestit (klamydiatesti, tippuriteesti, kuppateesti), infektio-testit (tulehdusarvotesti (CRP), mononukleositesti, virtsainfektio-testi, huuliherpe-testi, norovirus-testi, malariatesti, borreliositesti ja tuberkuloositesti), yliherkkyytestit (allergiatestit, laktoosi-intoleranssitesti, ja keliakiatesti) sairauden riskitesti (diabetet tyyppi2 riskitesti, eturauhastesti, ruuansulatuselimistön syöpätesti, veritulpan riskitesti, Alzheimerin riskitesti ja helikobakteeritesti), Vitamiinitestit (B-9 vitamiinin imeytymistesti ja D-vitamiinitesti), naisen ikääntymiseen liittyvä vaihdevuositesti, sekä geenitesti (mm. sport ja fitness -testi, alkoholin sietokykytesti ja unirytmii ja aktiivisuustesti) (Medigoo 2016).

Medigoo maahantuo ja myy tuotteitaan Suomessa. Sen tuotteita on saatavilla Ruohonjuuri -kaupoista, yrityksen omien verkkosivujen verkkokaupasta sekä apteekeista ja niiden verkkokaupoista. Neuvotteluita on käyty myös päivittäistavarakaupan toimijoiden kanssa. Medigoon verkkokauppasivut ovat käännetty 15 eri kielelle. Verkkokauppasivut ovat saatavilla myös kaikkien opinnäytetyön markkinatutkimuksen kohdemaiden kielillä. (Karilahti 2018).

Medigoon omasta verkkokaupasta ostaessa tuotteissa on myös 100% tyytyväisyystakuu. Jos asiakas ei ole tyytyväinen tuotteeseen, hän saa siitä täyden korvauksen. Yrityksen tuotteet ovat ammattilaisten testaamia, joten ne ovat laadukkaita ja korkeatasoisia. (Medigoo 2016).

3.2 Medigoon tavoitteet

Tulevaisuudessa yrityksellä olisi tavoitteena laajentaa toimintaa Euroopan valtioista Iso-Britanniaan, Alankomaihin, Saksaan, Ruotsiin, Tanskaan sekä Viroon ja muihin Baltian maihin. Kohdemaiksi on valittu Euroopan valtioita, koska EU ja ETA-alueella CE-merkintä riittää tuotteiden myyntiin. Isommilla markkinoilla kuten Yhdysvalloissa ja Kanadassa tarvitsee tuotteille FDA-hyväksynnän (FDA = ”Food and Drug Administration” ts. elintarvike- ja lääkevirasto). Kiinassa on käytössä myös oma FDA-hyväksyntä. (Karilahti 2018).

3.3 Valvonta

Valvira (sosiaali- ja terveysalan lupa- ja valvontavirasto) valvoo Suomessa terveydenhuollon laitteita ja tarvikkeita. Kun yritys tuo uutta tuotetta markkinoille, täytyy valmistajan todentaa tuotteen turvallisuus ja sopivuus käyttötarkoitukseen. Valviralle tulee myös aina ilmoittaa, kun ollaan tuomassa uutta terveydenhuollon tuotetta markkinoille. (Valvira 2017).

Valvirassa valmistui vuonna 2017 selvitys kuluttajille myytävien terveydenhuollon kotitestien verkkokaupasta. Selvityksen mukaan toiminta on pääosin esimerkillistä: tuotteissa on CE-merkintä ja pakkausmerkinnät ja käyttöohjeet ovat asianmukaisia. (Valvira 2017).

EU:ssa on tällä hetkellä noin 20 direktiiviä, jotka perustuvat tuotteiden CE-merkintään (Conformite Europeenne). Direktiivit määrittävät olennaiset vaatimukset ja tuotteen valmistaja ilmoittaa täyttävänsä asiaan kuuluvan direktiivin vaatimukset merkitsemällä tuotteensa CE-merkinnällä. Kotitesteissä valmistajan tulee tuotearviointissa käyttää niin sanottua ilmoitettua laitosta, joka myöntää tuotteelle CE-sertifikaatin. Tuotteet, jossa on CE-merkintä saa tuoda koko EU:n alueella markkinoille. (Salminen 2013; Valvira 2017).

3.4 Jakelukanavat

Suomessa on neljä apteekkitukkuja: Tamro, Oriola, Medifon ja Magnum. Tamro on Suomen johtava terveystuotteiden ja lääkkeiden jakelija sekä palveluntarjoaja. Tamro Oyj kuuluu PHOENIX-konserniin, joka on Euroopan johtava terveystoimialan palveluiden tuottaja. Tamron tavoitteena on pysyä markkinajohtajana lääkejakelussa. Vuonna 2016 Tamron liikevaihto oli 1,4 miljardia euroa ja yhtiön toimitusjohtaja on Kai Mauri Kaasalainen. (Tamro 2018; Kauppa-lehti 2017).

Oriola-konserni on suomalainen pörssiyhtiö, joka toimii jakelukanavana kuluttajien ja lääkevalmistajien välillä Pohjois-Euroopassa. Yhtiö harjoittaa apteekkitoimintaa Ruotsissa. Suomessa ja Ruotsissa Oriola harjoittaa lääkkeiden tukkukauppaa. Yhtiö harjoittaa myös terveys- ja hyvinvointituotteiden markkinointiliiketoimintaa Suomessa. Vuonna 2016 Oriola-konsernin jatkuvien liiketoimintojen liikevaihto oli noin 1,6 miljardia euroa ja henkilöstön määrä vuoden 2016 lopussa oli 2 800 työntekijää. Oriola Oyj on listattu myös NASDAQ Helsinki -pörssiin ja Oriolan pääkonttori sijaitsee Espoossa. Toimitusjohtaja on 1.3.2018 alkaen Robert Andersson. (Oriola 2018).

Oy Medifon Ab perustettiin vuonna 1981 ja se on apteekkien perustarvikkeiden ja yleisten kauppatavaroiden tukkukauppa ja jakelija. Medifonin omistaa Suomen Apteekkariliitto. Vuonna 2016 Medifonin liikevaihto oli n. 9 miljoonaa euroa ja henkilökunnan määrä oli 21. Medifonin toimitusjohtajana on ollut vuodesta 2012 asti Mika Flink. (Medifon; Kauppalehti 2016).

Magnum Medical Finland Oy on Suomessa toimiva lääketukkukauppa, joka on perustettu vuonna 2004. Yritys sai Suomessa lääketukkuoikeudet vuonna 2006. Sen asiakkaina ovat terveydenhuollon ammattilaiset koko Suomessa. Logistiikkapalveluiden lisäksi Magnum Medical Finland Oy markkinoi terveydenhoidon laitteita, ravintolisiä ja tarvikkeita. Magnum Medical Finland Oy on osa Magnum-konsernia. Magnum-konserni on Baltian maiden johtava lääkkeiden tukku- ja vähittäismyyntikonserni. Yhtiön toimitusjohtajana toimii Mika Huotari. (Magnum 2018). Vuonna 2016 yrityksen liikevaihto oli n. 30 miljoonaa euroa. Henkilökunnan määrä 2018 oli 18 henkilöä. (Kauppalehti 2017).

3.5 Terveystestien toimiala

Kuluttajille suunnattujen terveys- ja geenitestien kysyntä on kasvanut voimakkaasti viime vuosina. Ihmiset ovat kiinnostuneempia omasta terveydestään kuin aiemmin ja terveelliset elämäntavat ovat suosittu trendi. Sitra (Suomen itsenäisyyden juhlarahasto) julkaisi vuonna 2013 selvityksen kuluttajille markkinoitavista genomitietopalveluista. Suomalaisen tilaamien geenitestien määrästä ei ole olemassa kattavia tilastoja. Maailmanlaajuisten markkinoiden koon arviointi vaihtelee kymmenistä miljoonista dollareista lähes miljardiin dollariin. Markkinoiden enustetaan kasvavan nopeasti. Näitä palveluja tarjoavien yritysten kannattavuus on kuitenkin toistaiseksi ollut heikko. (Vanhala & Reijonsaari 2013, 11).

Vanhalan ja Reijonsaaren (2013, 30) selvityksessä haastateltiin suomalaisia ja kansainvälisiä asiantuntijoita alan tulevaisuuden näkymistä ja Suomen asemasta markkinoilla. Kaikki haastateltavat arvioivat markkinoiden olevan nuori ja hakevan vielä suuntaa. Useat tekijät vaikuttavat markkinoiden muotoutumiseen, muun muassa terveydenhuollon ammattilaisten suhtautuminen ja sääntely, joka useissa maissa on vielä keskeneräistä. Henkilökohtainen terveydenhallinta on nouseva trendi, mutta siitä kiinnostuneimmat elävät muutenkin jo terveellisesti. Haastateltavat arvioivat geenitestauksen siirtyvän osaksi terveydenhuoltoa ja moni terveystietopalveluita tarjoava yritys on siirtynyt kuluttajamarkkinoinnista kohti terveydenhuollon yrityksiä.

Vuonna 2016 Medigoo teetti markkinatutkimuksen, jonka tavoitteena oli selvittää terveydenhuollon toimijoiden näkemyksiä terveyden itsetestaamisesta. Kyselytutkimukseen vastasi kaikkiaan 1 669 henkilöä, vastaajat koostuivat lääkäreistä, kuntavaltuutetuista, virkamiehistä sekä apteekkien henkilökunnasta. Tutkimuksesta ilmeni, että kaikissa vastaajaryhmissä itsehoitotesteihin suhtauduttiin erittäin myönteisesti ja reilusti yli puolet vastaajista oli sitä mieltä, että kuntien ja valtion tulisi tukea itsetestausta. Sopivimpina itsetestaukseen nähdään päihdetestit, perhesuunnitteluun liittyvät testit sekä sydän- ja verisuonisairauksia kartoittavat testit. (Medigoo 2016).



Taulukko 1: Kysely terveystesteistä (Medigoo, 2016).

Taulukossa 1 näkyy markkinatutkimuksen eri vastaajaryhmien suhtautuminen terveyden itsehoitotesteihin.

Kansainvälinen markkinatutkimus ”Home Medical Equipment Market: Global Industry Analysis and Forecast to 2020” ennustaa kovaa kasvua terveyden alan itsetesteille. Väestön ikääntyminen, ihmisten käytettävissä olevien tulojen lisääntyminen sekä teknologian kehittyminen mahdollistavat toimialan kasvun. Terveydenhuoltomenojen jatkuvalla kasvulla haetaan kustannussäästöjä ja niitä voidaan saavuttaa lisäämällä kotitestejä. Turvallisuustekijät kuitenkin rajoittavat kotitestauksen kasvua. Pohjois-Amerikassa ja Euroopassa on isoimmat markkinat terveyden itsetesteille. Aasiasta odotetaan suurimpia kasvulukuja. (Persistence market research 2018).

3.6 Kilpailijat

Itävaltalaisen Care diagnostican tuotesarja MyCare on yksi Medigoon kilpailijoista Suomessa. Care diagnostica myy kuluttajille muun muassa veren glukoosin mittaustestejä (diabetestesti), kolesterolitestejä, paksusuolen syöpätestejä, virtsatietulehdustestejä ja vatsahaavatestejä. Care diagnostica myy myös erilaisia raskaus- ja raskauteen liittyviä testejä. Yritys on maailman johtavia syövän diagnosointiin tarkoitettujen testien valmistajista. Yrityksen tuotteita on Suomessa myynnissä apteekkien omissa verkkokaupoissa. (Care diagnostica).

Care diagnostica on ostanut ruotsalaisen Dynamic Coden joka valmistaa YesNotest -tuotesarjaa, jota myydään Suomessa eri apteekkien verkkokaupoissa. YesNotestin valikoimaan kuuluu erilaisia DNA-testejä, allergia- ja tulehdustestejä sekä hedelmällisyyteen liittyviä testejä ja ravintoon ja liikuntaan liittyviä testejä. Yritys tekee kaikki analyysit omissa laboratorioissaan. (yesnotest 2014).

Test-point on hollantilainen yritys, joka on perustettu vuonna 2006. Test-point on ollut Alankomaiden markkinajohtaja itsetesteissä 9 vuoden ajan. Tuotteita myydään useimmissa Euroopan maissa. Markkinointiyrityksenä Test-point- tuotteille on OTC-Medical. Test-pointin tuotevalikoimiin kuuluvat erilaiset raskauteen liittyvät testit, diabetes- ja vaihdevuodetestit ja myyntikanavina verkkokauppa, apteekit sekä, monet terveystuotteiden vähittäismyymälät. (OTC-Medical).

Prima Lab SA perustettiin 2014 Sveitsissä. Heidän tuotemerkkinsä on Prima home test. Prima home testin valikoimaan kuuluu laaja valikoima eri itsetestauksen tuotteita kuten kolesterolitestit, allergiatestit ja diabetekseen liittyvät testit. Prima home testin tuotteita voi tilata yrityksen omasta verkkokaupasta tai lukuisista verkkokaupoista, mm Amazon. (Prima home test a; Prima Home Test b).

4 Tutkimussuunnitelma

Tässä opinnäytetyössä tehdään Medigoo Oy:lle selvitystä kansainvälisistä markkinoista. Yritys haluaa tulevaisuutta varten saada mahdollisimman paljon tietoa Saksan, Iso-Britannian ja Alankomaiden terveyden pikatestien markkinoista. Tavoitteena on selvittää terveyden pikatestien markkinoita, jakelijoita, myyntikanavia sekä niiden mahdollista myyntikaterakennetta. Tutkimusongelmana on, että Medigoolla ei mielestään ole tarkkaa käsitystä tutkittavien kohdemaiden terveystuotteiden jakeluketjuista.

Opinnäytetyön tutkimusosuuden teoreettinen viitekehys rajautuu toimeksiantajayritys Medigoo Oy:n tarpeiden pohjalta. Tutkittavia kohteita ovat Saksa, Iso-Britannia ja Alankomaat, koska yritys on kiinnostunut EU-maiden markkinamahdollisuuksista ja nämä kolme maata ovat isoja apteekkitoimialan markkinoita. Yritys haluaa selvittää Saksan, Iso-Britannian ja Alankomaiden apteekkituotteiden jakelukanavia. Teoriaosuudessa on selvitetty markkinatutkimuksen käsitettä sekä kuvattu markkinatutkimusprosessi. Lisäksi terveystestien toimialaa ja näkymiä on tarkasteltu teoriaosuudessa.

Markkinatutkimuksen avulla pyritään löytämään vastaukset seuraaviin kysymyksiin:

- Minkälaisia myyntikanavia kohdemaassa on terveydenhuollon pikatesteille?
- Onko kohdemaassa apteekkitukkuja?
- Minkälainen on kohdemaan myyntikanavan myyntikaterakenne?
- Mitä muita vähittäismyyntikanavia on?

Tutkimusmenetelmänä on kirjoituspöytä tutkimus, missä tietoa kerätään käyttämällä valmiita lähteitä. Tiedonlähteinä voivat olla internet, erilaiset tutkimusraportit, lehdistötiedotteet, lehtiartikkelit sekä suurlähetystöjen kaupalliset osastot. Tutkimuslähteiksi rajattiin erilaiset vapaasti saatavilla olevat lähteet, joten maksulliset tietopalvelut rajattiin pois. Tässä opinnäytetyössä tutkimustiedon tiedonhankintaresurssina on opinnäytetyön tekijä.

Markkinatutkimukset voidaan jakaa määrällisiin eli kvantitatiivisiin ja laadullisiin eli kvalitatiivisiin tutkimuksiin. Tässä opinnäytetyössä käytettävä tutkimusmenetelmä on kvalitatiivinen tutkimus. Laadullista tutkimusta käytetään yleensä silloin, kun ilmiötä ei tunneta eikä teorioiden avulla kyetä selittämään tutkimuksen kohteena olevaa ilmiötä. Määrällisen tutkimuksen taustalla taas on hyvä käsitys tutkittavasta ilmiöstä. (Kananen, 2014, 16-17)

Laadullisessa tutkimuksessa tutkimuksen luotettavuuden tarkistelu tutkijalla on suuri vastuu. Oleellista on, että luotettavuustarkistelu otetaan huomioon jo suunnitteluvaiheessa. Prosessia ei voida tehdä niin, että ensin tehdään tutkimus ja vasta lopuksi katsotaan, toteutuvatko luotettavuuskriteeristön vaatimukset. Yleisinä luotettavuuskriteereinä laadullisessa tutkimuksessa käytetään mm seuraavia tekijöitä: vahvistettavuus, arvioitavuus, tulkinnan ristiriidattomuus, luotettavuus ja saturaatio. (Kananen, 2014, 151-152)

5 Markkinatutkimus

Tutkimusaineiston käsittelyyn käytetään erilaisia analyysimenetelmiä. Niiden avulla kerätystä tutkimusaineistosta pyritään etsimään vastaukset tutkimuskysymyksiin. Laadullisessa tutkimuksessa tiedonkeruu ja analyysi yleensä vuorottelevat. Kerätty aineisto analysoidaan, analyysin jälkeen kerätään uutta aineistoa, joka taas analysoidaan. Näitä tiedonkeruu -analyysisyklejä voi olla useita. (Kananen, 2014, 99)

Laadullisessa tutkimuksessa analysoinnissa kyetään erottamaan seuraavat vaiheet:

- Tutkimusongelmaan liittyvän aineiston keruu erilaisilla menetelmillä
- Kerätyn aineiston yhteismitallistaminen eli litterointi. Siinä eri aineistomuodot (äänitetyt haastattelut, sähköpostit ja kirjalliset dokumentit) saatetaan tekstimuotoon
- Tietomassaa tarkastellaan tutkimusongelman ja tutkimuskysymyksen näkökulmasta. Aineistosta etsitään ne tekstikokonaisuudet, jotka liittyvät tutkittavaan ilmiöön. Nämä kokonaisuudet tiivistetään niin, että sille annetaan sisältöä kuvaava ilmaisu eli koodi. Kyseessä on niin sanottu koodausvaihe

- Luokitteluvaiheessa katsotaan mitkä koodit muodostavat oman ryhmänsä. Ryhmälle annetaan nimi. Luokitteluvaiheessa pidetään mielessä tutkimusongelma ja tutkimuskysymykset (Kananen, 2014, 99-100)

5.1 Saksan lääkemarkkinoiden rakenne

Saksan väkiluku vuonna 2016 oli 82,67 miljoonaa. Saksan pääkaupunki on Berliini ja Saksan rahayksikkö on euro. Saksa on parlamentaarinen liittotasavalta ja sen valtionpäämies on presidentti ja hallituksen päämiehenä toimii liittokansleri. Saksa koostuu 16 osavaltiosta, joilla kaikilla on oma perustuslakinsa ja laaja itsemääräämisoikeus omassa hallinnossaan. (Europa.eu. 2018)

Vuonna 2016 Saksan talouden suurimmat toimialat olivat teollisuus (25,6%), julkinen hallinto, maanpuolustus, koulutus-, terveys- ja sosiaalipalvelut (18,4%) sekä tukku- ja vähittäiskauppa, kuljetus, majoitus- ja ravitsemistoiminta (15,7%). 59% Saksan viennistä on EU:n sisäistä ja tuonnista 66% tulee muista EU-maista. Saksa sai vuonna 2016 EU-rahoitusta 10,082 miljardia euroa ja Saksa maksoi EU:lle 23,277 miljardia euroa. (Europa.eu. 2018)

Suomella ja Saksalla on loistavat suhteet keskenään. Virallisella tasolla EU on Saksan ja Suomen pääasiallinen kontaktipinta. Saksan ja Suomen politiikka on ollut melko samanlaista Suomen EU-jäsenyyden aikana. Saksassa arvostetaan Suomen tehokasta tapaa toimia. Ulko- ja turvallisuuspolitiikassa Suomen ja Saksan mielipiteet ovat pitkälti samanlaiset. Kansainvälinen oikeus sekä monenkeskinen yhteistyö ovat molemmille osapuolille ulkopolitiikan tärkeimpiä asioita. Saksassa Suomella on hyvä maine kilpailukyvyyn, koulutuksen, innovatiivisuuden ja hyvinvointivaltion uudistamisen suhteen. (Ulkoministeriö, 2012)

Saksalla on merkittävä osa Suomen kaupankäynnistä, Saksan osuus Suomen tuonnissa on ollut noin 14-15% luokkaa ja viennissä noin 11-12% luokkaa. Kauppatilastoissa tuonnissa ja viennissä Saksa on toisella sijalla, Venäjältä Suomi tuo eniten ja Ruotsiin Suomi vie eniten. Perinteisesti Suomesta on Saksaan viety metsäteollisuuden tuotteita kuten paperia, pahvi ja sellumassaa. Myös moottoriajoneuvoja, tietoliikennelaitteita sekä terästä ja rautaa on viety Suomesta Saksaan. Moottoriajoneuvot sekä laitteet ja koneet ovat olleet merkittävimpiä tuontitavaroita Saksasta Suomeen. Saksassa toimii noin 400 suomalaisyritysten sivuliikettä ja tytäryritystä. Parhaimmillaan noin kolmasosa Saksan paperikoneista on ollut suomalaisten yritysten omaisuutta. (Ulkoministeriö, 2012)

Suomalaisille ympäristöteknologian yrityksille Saksan kasvavat markkinat ovat todella tärkeitä. Tärkeitä aloja ovat uusiutuva energia, energiatehokkuus, jätteiden kierrätys ja käsittely sekä liikkumiseen liittyvät ympäristöratkaisut. Saksan markkinoille pääsy on todella hankalaa, mutta Saksassa menestyminen on takuu osaamisesta ja laadusta. Saksalaisen yritysten partnerina tai

alihankkijana voi myös hyötyä heidän maailmanlaajuisista verkostoistaan. Noin 200 saksalaisella emoyhtiöllä on myös tytäryhtiöitä Suomessa, erityisesti logistiikan ja lääketeollisuuden alalla. Saksalais-suomalainen kauppakamari (DFHK) on suurin Suomessa toimiva bilateraalin kaupakamari, se sijaitsee Helsingissä. (Ulkoministeriö, 2012)

Suomalaisia Saksassa asuu noin 13 000, joista eniten asuu Nordrhein-Westfalenin osavaltiossa. Berliinissä asuu jonkun verran yli 1 600 suomalaista. Nordrhein-Westfalenissa toimii myös lukuisia suomalaisyrityksiä. Suomea Saksassa edustaa suuri joukko aktiivisia yhteisöjä ja järjestöjä kuten saksalais-suomalainen seura DFG, Finpro -vientikeskus sekä Suomen Saksan-instituutti. Suomalaista seurakuntatyötä on myös paljon koko Saksassa ja suomen kieltä pystyy opiskelemaan monissa saksalaisissa yliopistoissa. (Ulkoministeriö, 2012)

5.1.1 Lääketukut Saksassa

EU:ssa on erilaisia lääketukkurakenteita johtuen kansallisista säännöksistä ja historiallisista malleista.

Saksassa on sekä alueellisia lääketukkuja, että valtakunnallisia. Valtakunnalliset lääketukut ovat pääasiassa täyden valikoiman (full-line) tukkuja, kun taas alueelliset tukut voivat pitää valikoimissaan vain rajatun määrän lääkkeitä (short-line).

Table 1: Overview of key features of the pharmaceutical distribution systems in DE, ES, FR, IT, NL, UK, 2015

	DE	ES	FR	IT	NL	UK
Type of distribution system	multichannel	multichannel	multichannel	multichannel	multichannel	multichannel
Distribution through	Full-line wholesaling, short-line wholesaling, direct sales	Full-line wholesaling, direct sales	Full-line wholesaling, direct sales	Full-line wholesaling, direct sales	Full-line wholesaling, short-line wholesaling, direct sales	Full-line wholesaling*, short-line wholesaling, direct sales, DTP, RWA
National full-line wholesaler	5	1	3	5	5	3
Regional full-line wholesaler	7	39	4	36	1	6
National PSOs	Yes	Yes	Yes	Yes	No	No
DTP	No	No	No	No	n.a.	Yes

* Currently, there are no wholesalers in the UK carrying the full range of products as none of the operators receive the full range of medicinal products, due to market conditions.

Source: GIRP data 2015

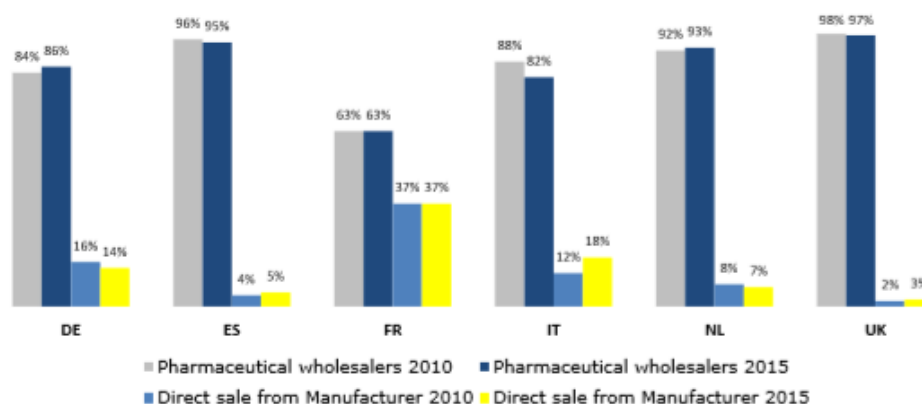
Taulukko 2: Yleiskatsaus apteekkituotteiden jakelujärjestelmistä 2015. (Walter & Lazic-Peric 2017, 7).

Saksassa, kuten useimmissa EU-maissa, on käytössä lääketukkujen monikanavajakelu. Siinä lääkevalmistaja voi jaella tuotteitaan monen eri lääketukun kautta jälleenmyyjille. (Kanavos, Schruer & Vogler 2011, 23 - 24).

Taulukossa 2 on kuvattu kuuden EU-maan apteekkituotteiden jakelukanavat vuonna 2015. Saksassa on sekä täyden valikoiman (full-line) että rajatun tuotevalikoiman (short-line) apteekkitukkuja. Maassa on viisi kansallista täyden tuotevalikoiman apteekkitukkuja ja seitsemän alueellista täyden valikoiman apteekkitukkuja.

Walter & Lazic-Pericin (2017, 5) mukaan merkittävin tekijä mikä erottaa täyden valikoiman lääketukut muista jakelijoista on se, että niillä on täydellinen valikoima apteekkituotteita. Saksassa tähän määrää myös julkisen palvelun velvoite (PSO = Public Service Obligation). Näiden velvoitteiden tarkoitus on varmistaa, että maassa on pysyvä, riittävä valikoima lääkkeitä saatavilla ja niitä voidaan toimittaa välittömästi kaikkialle maahan. Näin ei välttämättä olisi tilanne normaalien markkinaehtojen vallitessa.

A: Turnover (units) by distribution channel – retail market in DE, ES, FR, IT, NL, UK*, 2010 & 2015



* Currently, there are no wholesalers in the UK carrying the full range of products.

Source: QuintilesIMS 2010-2015, IPF research 2016

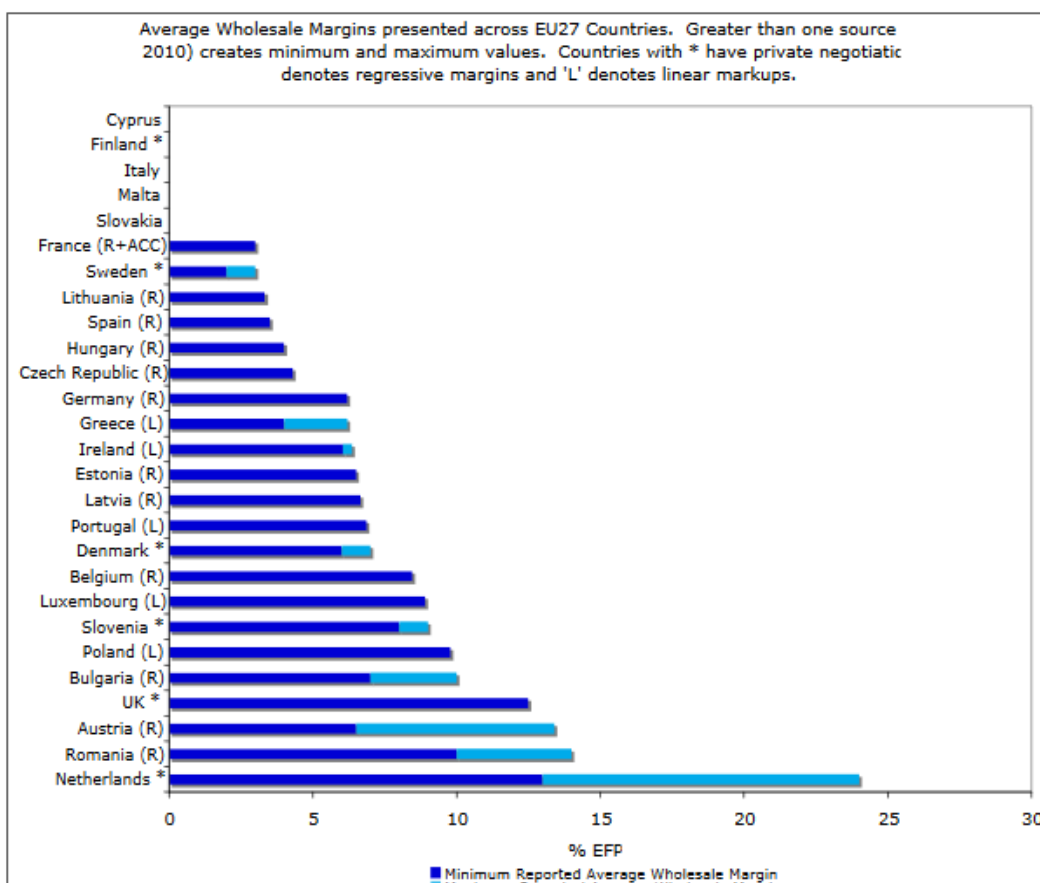
Taulukko 3: Liikevaihto jakelukanavittain - jälleenmyyntimarkkinat 2010&2015 (Walter & Lazic-Peric 2017, 16).

Taulukossa 3 näkyy, mikä osuus eri jakelukanavilla lääkemarkkinoista on Saksassa (DE), Espanjassa (ES), Ranskassa (FR), Italiassa (IT), Alankomaissa (NL) ja Iso-Britanniassa (UK) vuosina 2010 ja 2015.

Vuonna 2015 Saksassa 86% apteekkituotteista jaeltiin vähittäismyyjille apteekkitukkujen välityksellä ja 14% suoraan lääkevalmistajilta vähittäismyyjille.

Kanavos ym. (2011, 29-42) mukaan lääkkeiden jakelumarginaaleista on tehty vähän tutkimuksia. Yhdessä tutkimuksessa (Gerattini ym. 2008) vuonna 2004 20 eri nimetyn brändin lääkkeen hintoja seurattiin Belgiassa, Hollannissa, Italiassa, Saksassa, Espanjassa ja Iso-Britanniassa. Saksassa lääkkeillä oli kallein EFP (ex-factory price). Kalleimmat vähittäismyyntihinnat olivat vertailumaista Saksalla ja Belgialla. Keskimääräinen lääketukkomarginaali Saksassa vuonna 2007 oli 4-6.1%. Lääketukkomarginaalilla tarkoitetaan lääketukun omaa katetta.

Average wholesale margins/markups presented across EU27 Countries. More than one source (2007-2010) creates minimum and maximum values. Countries with * have private negotiations, 'R' denotes regressive margins and 'L' denotes linear markups.



Taulukko 4: Keskimääräiset lääketukkomarginaalit EU-maissa (Kanavos ym. 2011, 44).

Taulukossa 4 näkyy, miten Saksan keskimääräinen apteekkitukkomarginaali sijoittuu 27 muuhun EU-maahan verrattuna. Mikäli maan tietoja on kerätty useista lähteistä, näkyy kaaviossa mi-

nimi- ja maksimiarvot. Maat, joiden kohdalla on tähti, marginaalihinnoittelu tapahtuu kahdenvälisissä neuvotteluissa lääkevalmistajan ja tukun välillä. Kirjain R kertoo, että maassa on regressiivinen marginaali (marginaali pienenee volyymin kasvaessa) ja L tarkoittaa lineaarista marginaalia (marginaali sama riippumatta volyymista). (Kanavos ym. 2011, 44).

Walter & Lazic-Peric (2017, 11) toteavat, että suurimmassa osassa EU-maita, mukaan lukien Saksa, on säädellyt apteekkituotteiden tukkumarginaalit eikä täyden valikoiman lääketukuilla ole juurikaan mahdollisuutta vaikuttaa marginaaleihinsa.

Apteekkituotteiden tukkuyritysmarkkinoilla tapahtuu muutoksia. Apteekkien painostus, alentuneet lääkkeiden tuotantokustannukset ja halvimpien geneeristen lääkkeiden markkinoiden kasvu pienentää apteekkitukkujen marginaaleja. Tämä on johtanut lääketukkujen yhdistymisiin sekä tukkujen määrän pienenemiseen.

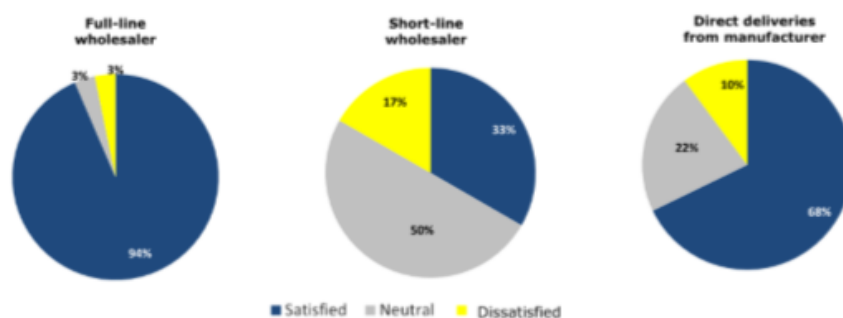
Saksassa fuusioitui vuoden 2016 lopussa alueellinen apteekkituotteiden tukkuliike Ebert+Jacobi GmbH & Co valtakunnallisen lääketukkuyritys Nowedan kanssa. Näin se vahvisti asemiaan etenkin etelä-Saksassa. Siitä tuli Saksan toiseksi suurin apteekkitukku. Saksan apteekkitukkujen markkinajohtaja on kansainvälinen Phoenix.

Valtakunnallisista apteekkitukuista Noweda on Phoenixin jälkeen maan toiseksi suurin. Muita valtakunnallisia apteekkitukkuja ovat Gehe, Sanacorp ja Alliance Healthcare. (Bundeskartellamt 2016a).

Walter & Lazic-Pericin (2017, 17) tutkimuksessa analysoitiin apteekkareiden tyytyväisyyttä jakelujärjestelmään. Jakelujärjestelmä määritellään tässä toistensa kanssa tekemisissä olevien organisaatioiden verkostoksi. Ylös- ja alaspäin menevien virtojen ja prosessien avulla tuotetaan arvoa tuotteiden ja palveluiden muodossa, joita toimitetaan potilaalle.

Tutkimus toteutettiin sähköisen online -kyselytutkimuksen avulla. Kysely toteutettiin joulukuun 2015 ja toukokuun 2016 välillä. Apteekkarien tutkimus tehtiin kuudessa Euroopan maassa: Saksassa, Ranskassa, Italiassa, Alankomaissa, Espanjassa ja Iso-Britanniassa. Nämä maat muodostavat 75% lääketukkumyynnin arvosta Euroopassa.

Figure 13: Overall satisfaction with the distribution system

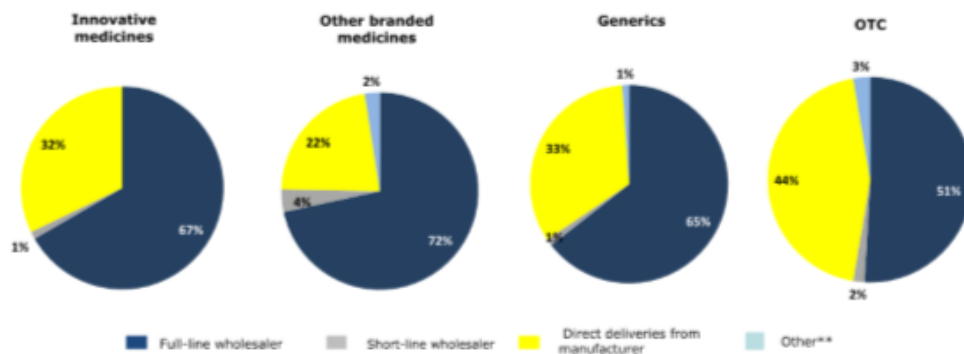


Source: IPF research 2016, Pharmacist survey

Kuvio 2: Tyytyväisyys jakelukanavaan (Walter & Lazic-Peric 2017, 25).

Kuviossa 2 Saksan apteekkarit vastasivat kysymykseen, kuinka tyytyväisiä he olivat eri jakelukanaviin. Tuloksista näkyy, että apteekkarit ovat erittäin tyytyväisiä täyden valikoiman lääketukkuihin. 94% apteekkareista oli tyytyväisiä täyden tuotevalikoiman lääketukkanavaan.

Figure 15: Distribution systems used by German pharmacists for the following product categories



Other**: Reimports

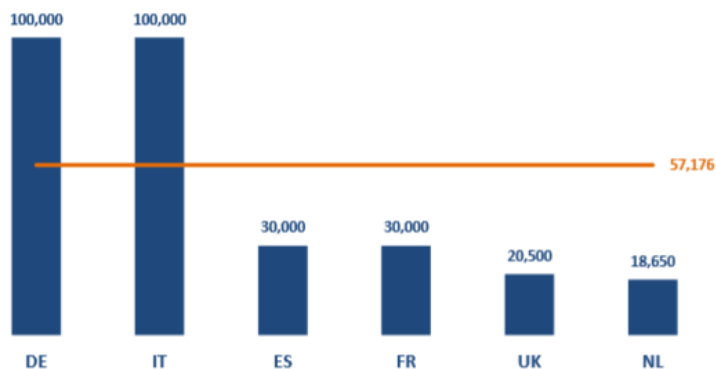
Source: IPF research 2016, Pharmacist survey

Kuvio 3: Saksan apteekkarien käyttämät jakelukanavat tuoteryhmittäin (Walter & Lazic-Peric 2017, 26).

Kuviossa 3 nähdään mitä jakelukanavia Saksan apteekkarit käyttävät eri tuotekategorioiden (Innovatiiviset lääkkeet, muut brändilääkkeet, geneeriset lääkkeet, OTC (=käsikauppatuotteet)). Kaikissa eri tuoteryhmissä käytetään eniten täyden valikoiman lääketukkuja, suurin prosenttiosuus (67%) oli innovatiivisten lääkkeiden kohdalla. Käsikauppatuotteiden (OTC= Over the counter) kohdalla täyden palvelun lääketukkujen osuus oli 51% ja suoraan valmistajalta apteekkeihin

toimitettiin 44% käsikauppatuotteista. Kaikissa neljässä tuotekategoriassa alueellisten lääkettukkujen osuus oli alle 5%.

Figure 26: Items on stock held by pharmaceutical full-line wholesalers in DE, ES, FR, IT, NL, UK, 2015



Source: GIRP data 2015, IPF research 2016

Kuvio 4: Varastossa olevien tuotteiden määrä täyden valikoiman tukkuyrityksissä 2015 (Walter & Lazic-Peric 2017, 37).

Kuviossa 4 nähdään kuinka monta apteekkituotetta täyden valikoiman apteekkitukut pitävät eri maissa varastossa. Saksassa on 100 000 eri tuotetta varastossa. Tuotteiden määrään vaikuttaa markkinoiden koko ja markkinoilla olevien tuotteiden määrä. Keskiarvo varastossa olevien tuotteiden määrässä kuudessa eri tutkitussa maassa on 57 176.

5.1.2 Jälleenmyyntikanavat Saksassa

2017 Saksan suurin apteekketju oli Rossmann, sillä oli 2 055 apteekkia. Rossmann -ketju on perheyritys Hannoverista ja se avasi ensimmäisen itsepalveluapteekin Saksassa vuonna 1972. 2015 Rossmannin liikevaihto oli 5,8 miljardia euroa. Ketjulla on laaja 15 500 tuotteen valikoima, joka sisältää mm. kosmetiikkaa, hygieniatuotteita, luomu- ja hyvinvointituotteita.

Toiseksi eniten apteekkejä Saksassa on dm -apteekketjulla, niillä on 1 892 apteekkia. Dm -ketjun liikevaihto vuonna 2015 oli yli 7 miljardia euroa. Dm-apteekketju toimii Keski- ja Itä-Euroopassa useissa maissa. Yrityksen pääkonttori on Salzburgissa. Lääkkeiden lisäksi tuotevalikoimassa on erilaisia kauneus- ja terveysalan tuotteita. (Statista).

Mueller -apteekketjulla oli 534 apteekkia. Yritys on perustettu 1953. Sen tuotevalikoimassa on yli 50 000 lääkettä ja käsikauppatuotteita 1 500 artikkelia. (Mueller 2018a; Mueller 2018b).

Vuonna 2017 apteekketju Budnikowsky yhdistyi elintarvikeketju EDEKA:n kanssa. Molemmilla on lääkemyyntiä. Budnikowsky -apteekketju toimii erityisesti Hampurin alueella. Verrattuna suurempiin kilpailijoihinsa Rossmanniin ja Muelleriin, on Budnikowskylla ollut suuremmat hankintakustannukset. Fuusiolla EDEKA:n kanssa saadaan hankinta- ja logistiikkaketjua tehostetua. Budnikowsky -apteekketjulla on 181 myymälää Hampurin alueella ja sen liikevaihto on noin 184 miljoonaa euroa. Budnikowsky -apteekketju jatkaa toimintaansa fuusion jälkeenkin, lisäksi EDEKA aikoo perustaa oman, valtakunnallisen apteekketjun. (Bundeskartellamt 2017b).

Apteekketjujen lisäksi elintarvikeketjut ovat merkittäviä apteekkituotteiden jälleenmyyjiä. Vaikka ne ovat apteekkien kilpailijoita, ne eivät pysty tarjoamaan yhtä laajoja tuotevalikoimia kuin apteekit. Molemmilla on suunnilleen yhtä suuri osuus apteekkituotteiden kokonaismarkkinoista. (Bundeskartellamt 2017b).

Internetapteekit ovat Saksassa sallittuja, mutta niihin tarvitaan erityislupa. Erityisluvan tulee täyttää erilaisia vaatimuksia, kuten lääkkeillä tulee olla alle kahden päivän toimitusajat, asiakkaita tulee ohjeistaa asianmukaisesti ja lääkkeiden saatavuus tulee varmistaa. Internetapteekkeissa saa myydä myös reseptilääkkeitä. (Kanavos ym. 2011, 26)

Noin 35 miljoonaa saksalaista oli ostanut lääkkeitä internetapteekista viimeisen puolen vuoden aikana helmikuussa 2017 tehdyn kyselyn mukaan. Nämä ostot sisälsivät sekä resepti- että käsi-kauppatuotteet. (eMarketer 2017)

Terveysten pikatestejä myydään Saksassa myös verkkokaupan kautta. Esimerkiksi hollantilainen yritys 123concept BV. 123concept BV myy muun muassa sukupuolitautitestejä ja hedelmällisyystestejä. (123selbstest.de)

Verkkokauppa Amazon aloitti apteekkituotteiden internetmyynnin Saksassa vuonna 2017. Siellä on laaja valikoima terveyden pikatestejä, muun muassa syöpätestejä ja kolesterolitestejä. (Iso-Oja 2018)

Saksan apteekkimarginaalit ovat säädellyt, kuten kaikissa EU-maissa. Kaikissa EU-maissa on myös säännelty maksimimarginaali. Keskimääräinen apteekkimarginaali vuonna 2010 oli 24%. Saksassa apteekkimarginaali on regressiivinen. Saksassa ja Belgiassa on EU-maiden korkeimmat vähittäismyyntihinnat. (Kanavos ym. 2011, 45-47)

5.2 Iso-Britannian lääkemarkkinoiden rakenne

Iso-Britannia koostuu neljästä eri alueesta: Englannista, Walesista, Skotlannista ja Pohjois-Irlandista. Iso-Britannian pääkaupunki on Lontoo ja Iso-Britannian väkiluku on 64,8 miljoonaa.

Iso-Britannian pinta-ala on 243 610 km². Iso-Britannia on perustuslaillinen monarkia, jonka merkittävin vallankäyttäjä on pääministeri. Iso-Britannia osallistui maailman rikkaimpia maita edustavan G8-ryhmän perustamiseen (nykyään ryhmän nimi on G7, koska Venäjä erotettiin Krimin miehityksen johdosta). (Globalis. 2018)

Kesäkuussa 2016 maassa äänestettiin EU-jäsenyydestä ja lopputuloksena oli, että Iso-Britannia päätti erota EU:sta. EU:sta lähdön on määrä tapahtua 29.3.2019. Iso-Britannialla on maailman viidenneksi suurin talous ja Euroopan toiseksi suurin. Euroopan Unionista eroaminen tulee vaikuttamaan maan talouteen, koska Iso-Britannialla on laajat kauppasuhteet muihin EU-maihin. (Globalis. 2018)

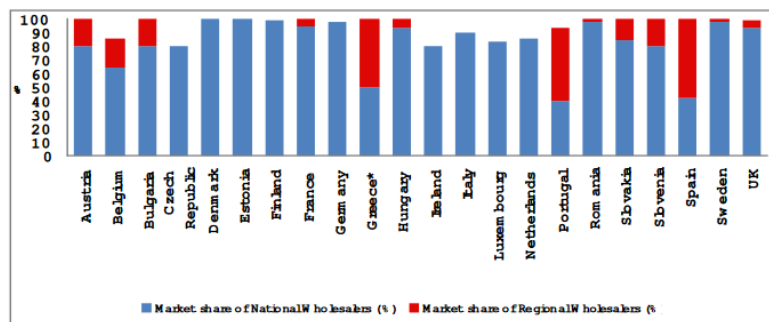
Suomella ja Iso-Britannialla on ollut perinteisesti loistavat suhteet keskenään. Britanniaa ja Suomea yhdistävät demokratian, hyvän hallinnon, oikeusvaltioperiaatteiden, toimivan markkinatalouden, kestävän kehityksen sekä ihmisoikeuksien kehittäminen. Monissa keskeisissä ja ajankohtaisissa globaaleissa kysymyksissä maittemme näkemykset ovat melko samanlaisia. Mailla on ollut myös paljon yhteistyötä kansainvälisissä kriisioperaatioissa, ja Britannia johtavana NATO-maana on tärkeä kumppani Suomen asevoimille. (Ulkoministeriö. 2015)

Suomen ja Britannian välinen kauppa on yksi maiden välisten suhteiden tärkeimmistä asioista. Metsäteollisuus hallitsi ennen kaupallisia suhteita, mutta nykyisin suhteista on tullut paljon laajemmat, koska elektroniikka ja monet teollisuustuotteet, kuin myös palvelut ja investoinnit muodostavat suuren osan maiden välisestä kaupankäynnistä. (Ulkoministeriö. 2015)

Vuonna 2013 Suomen viennistä 5,2% tapahtui Britanniaan ja Britannian osuus tuonnista oli 3,2%. Eniten viennin vähenemiseen ovat vaikuttaneet puhelinlaitteet. Britannia oli vuonna 2013 Suomen kuudenneksi tärkein vientimaa ja tuonnissa se oli kahdeksanneksi tärkein. Suomesta toimitetuilla metsäteollisuuden tuotteilla on merkittävä asema Britannian markkinoilla ja niissä Suomi oli vuonna 2008 kolmanneksi tärkein tuontimaa Saksan ja Ruotsin jälkeen. (Ulkoministeriö. 2015)

5.2.1 Lääketukut Iso-Britanniassa

Iso-Britanniassa on sekä alueellisia, että valtakunnallisia lääketukkuja. Maassa ei ole ollenkaan täyden valikoiman (full-line) valtakunnallisia lääketukkuja johtuen maan markkinaehdoista. Iso-Britanniassa ei ole julkisen palvelun velvoitteita (PSO = Public Service Obligation), jotka määräisivät esim. täyden valikoiman lääketukuista tai apteekkitoimitusten minimimäärästä vuorokaudessa. (Kanavos ym. 2011, 22).



Source: Authors' compilations from GIRP Member Database, 2010.

Note: Greece is starred (*) as its comparison is between cooperative wholesalers (each working regionally however have strong bonds nationally) and private regional wholesalers. Greece has no national wholesalers.

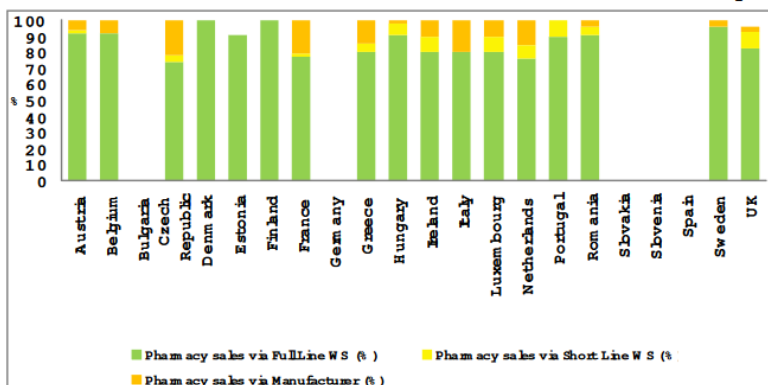
Taulukko 5: Valtakunnallisten ja alueellisten tukkuyritysten markkinaosuus EU-jäsenmaissa. (Kanavos ym. 2011, 22).

Taulukossa 5 näkyy alueellisten ja valtakunnallisten apteekkitukkujen markkinaosuudet. Iso-Britanniassa valtakunnallisilla lääketukuilla on yli 90% markkinaosuus.

Taulukossa 2 (Walter & Lazic-Peric 2017, 7) kuvattiin kuuden EU-maan apteekkituotteiden jakelukanavat vuonna 2015. Iso-Britanniassa on käytössä lääketukkujen monikanavajakelu. Maassa ei ole täyden valikoiman valtakunnallisia lääketukkuja kansallisten markkinaehtojen vuoksi. Maassa on 3 valtakunnallista apteekkitukkua ja 6 alueellista täyden valikoiman apteekkitukkua.

(Kanavos ym. 2011, 31) mukaan Iso-Britanniassa apteekkituotteiden jakeluketjussa on tapahtunut vertikaalia yhdistymistä. Sillä voidaan tarkoittaa lääketukun ja vähittäismyyntikanavan yhdistymistä tai valmistajan tukkuportaasta ja jälleenmyyjän yhdistymistä. Trendinä on tällä hetkellä tukkuliikkeen ja vähittäiskaupan yhdistyminen. Maassa on myös tapahtunut kansallisen ja muun Euroopan maan lääketukkuyrityksen yhdistymistä.

Figure 3.4: Proportion of Pharmacy market share as source of delivery, including Full Line Wholesalers, Short Line Wholesalers and direct from Manufacturer, across EU27 region, 2010



Source: Authors' compilations from GIRP Member Database, 2010.

Note: Proportion of direct pharmacy sales may be under-represented. In the UK, Pfizer, GSK, AZ and Eli Lilly all use this route. Data not available for Bulgaria, Germany, Slovakia, Spain.

Taulukko 6: Jakelukanavien markkinaosuudet sisältäen täyden palvelun tukkuyritykset, rajoitetun valikoiman tukkuyritykset sekä toimitukset suoraan valmistajalta. (Kanavos ym. 2011, 32).

Taulukossa 6 näkyy apteekkituotteiden markkinaosuus jakelukanavan mukaan. Vihreä palkki kuvaa täyden palvelun tukkuliikkeen osuutta, vaaleamman keltainen palkki kuvaa rajoitetun palvelun tukkuyrityksen markkinaosuutta ja tummempi keltainen palkki kuvaa toimitusta suoraan valmistajilta apteekkeille. Iso-Britanniassa yli 80% apteekkituotteista jaellaan täyden valikoiman lääketukkujen kautta, muita jakelukanavia ovat rajoitetun valikoiman lääketukut sekä myynti suoraan lääkevalmistajalta apteekkeille. Tekijöiden mukaan kuviossa saattaa olla ali-edustettuna lääkevalmistajien suora apteekkimyynti (DTP=Direct to Pharmacy). Iso-Britanniassa DTP -jakelukanavan kasvu on ollut suurta viime vuosina: lääketehaat Pfizer, GSK, AZ ja Eli Lilly käyttävät DTP -kanavaa. (Kanavos ym. 2011, 32).

DTP -jakelumalli voi vaihdella. Sole agency -mallissa valmistaja myy tuotteen suoraan asiakkaille ja valittu lääketukku toimii jakelijana tarjoten ainoastaan logistiikkapalvelut. Tässä mallissa lääketukku ei koskaan omista varastoa eikä myöskään voi tarjota alennuksia. Lääkevalmistaja voi myös perustaa oman jakelukanavan (esim. Novartis ja Roche). (Kanavos ym. 2011, 32).

Reduced Wholesaler -mallissa (RWM) valmistaja käyttää vain 1-3 lääketukkuu lääkejakeluun. Tässä mallissa lääketukku ostaa varaston ja voi myös tarjota alennuksia asiakkailleen. Iso-Britanniassa Sanofi Aventis, Novartis, Janssen.Cilag, Roche, Novo Nordisk ja Bayer Schering käyttävät RWM -mallia. (Kanavos ym. 2011, 34).

Kanavos ym (2011, 29-42) esittelevät (Gerattini ym. 2008) vuonna 2004 tekemän tutkimuksen, jossa 20 eri nimetyn brändin lääkkeen hintoja seurattiin Belgiassa, Alankomaissa, Italiassa, Sak-

sassa, Espanjassa ja Iso-Britanniassa. Alhaisimmat yhdistetyt tukku- ja apteekkimarginaalit olivat Alankomaissa ja Iso-Britanniassa. Näissä maissa olivat myös alhaisimmat vähittäismyyntihinnat. Tutkijat epäilivät syyksi sitä, että näissä maissa oli jakelukanavien sääntelyä vapautettu sekä apteekkitukut olivat näissä maissa sallittuja.

Iso-Britanniassa ei ole säädeltyjä apteekkitukkujen marginaaleja vaan ne neuvotellaan kahdenvälisesti lääkevalmistajan ja tukkuliikkeen kanssa. On arvioitu, ettei marginaali olisi suurempi kuin 12,5%. Myöskään apteekkien marginaalia ei ole virallisesti säädelty. Taulukossa 2 esiteltiin, miten Iso-Britannian keskimääräinen apteekkitukumarginaali sijoittuu 27 muuhun EU -maahan verrattuna. (Kanavos ym. 2011, 44).

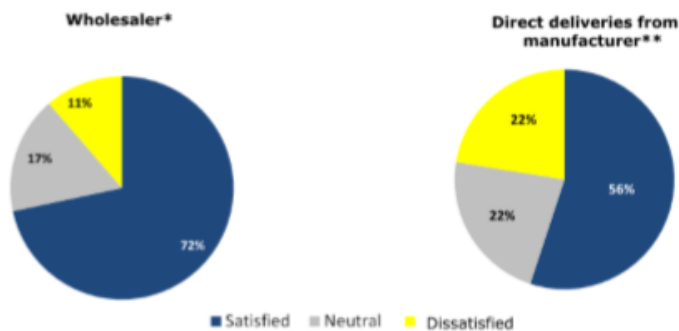
Kanavos ym (2011, 65) mukaan Iso-Britannian suurimmat lääketukut ovat Celesio, Alliance Healthcare, Phoenix ja Mawdsley-Brooks. Valtakunnalliset lääketukut jakelevat 93% apteekkituotteista ja alueelliset lääketukut vain pienen osuuden. Lääkkeistä noin 11% jaellaan rajoitetun valikoiman tukkuliikkeiden kautta. Iso-Britanniassa on 4-5 viime vuoden aikana tapahtunut merkittäviä muutoksia ja täyden valikoiman lääketukkujen määrä vähenee.

Iso-Britanniassa on EU-jäsenmaista yksi vähiten hallituksen sääntelemä toimintaympäristö apteekkeille. Apteekkitukkujen alennukset apteekkeille on sallittu, apteekkitukut ovat sallittuja eikä apteekkien sijaintia ole kontrolloitu. (Kanavos ym. 2011, 65).

Walter & Lazic-Pericin (2017, 17) tutkimuksessa analysoitiin apteekkareiden tyytyväisyyttä jakelujärjestelmään. Tutkimus toteutettiin sähköisen online -kyselytutkimuksen avulla. Kysely toteutettiin joulukuun 2015 ja toukokuun 2016 välillä. Apteekkarien tutkimus tehtiin kuudessa Euroopan maassa: Saksassa, Ranskassa, Italiassa, Alankomaissa, Espanjassa ja Iso-Britanniassa. Näiden maiden osuus Euroopan lääketukkumyynnistä on 75%.

Iso-Britanniassa apteekkarien enemmistö oli tyytyväinen apteekkituotteiden jakelukanaviin. Iso-Britannian terveydenhoidon jakelujärjestelmässä on erityispiirteitä, joiden vuoksi kyselyssä on niputettu yhteen täyden valikoiman ja rajoitetun valikoiman tukkuliikkeet. Niihin viitataan tutkimuksessa termillä "tukkuliikkeet". 72% apteekkareista oli tyytyväisiä tukkuliikemalliin. 11% vastaajista oli tyytymättömiä tähän malliin.

Figure 19: Overall satisfaction with the distribution system

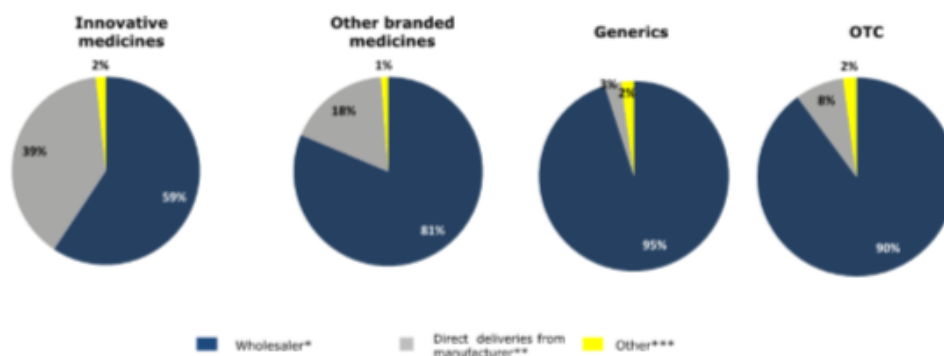


Wholesaler*: incl. RWA; Direct deliveries from Manufacturer**: incl. DTP

Source: IPF research 2016, Pharmacist survey

Kuvio 5: Tyytyväisyys jakelukanavittain. (Walter & Lazic-Peric 2017, 29).

Figure 21: Distribution systems used by UK pharmacists for the following product categories



Wholesaler*: incl. RWA; Direct deliveries from Manufacturer**: incl. DTP

Other***: quantum, special manufacturers, Wardles etc.

Source: IPF research 2016, Pharmacist survey

Kuvio 6: Iso-Britannian apteekkarien käyttämät jakelukanavat tuoteryhmittäin. (Walter & Lazic-Peric 2017, 30).

Kuviossa 6 on esitelty jakelukanavien käyttö eri tuoteryhmissä. Melkein 60% vastaajista hankki innovatiiviset lääkkeet lääketukkujen kautta. 81% apteekkareista hankki brändilääkkeet lääketeukuista, geneeristen lääkkeiden kohdalla lääketukkujen osuus oli 95%. Käsikauppatuotteista apteekkarit hankkivat 90% lääketukkujen kautta. (Walter & Lazic-Peric 2017, 29).

5.2.2 Jälleenmyyntikanavat Iso-Britanniassa

Well pharmacy on Iso-Britannian suurin yksityinen apteekketju ja kolmanneksi suurin kaikista apteekketjuista Iso-Britanniassa. Sillä on yli 760 myymälää valtakunnallisesti. Aiemmin ketju tunnettiin nimellä Co-operative pharmacy, mutta Bestway Group osti sen vuonna 2014 ja nimesi tuli Well. Bestway Group on perheyrittäjä, jonka toimiala on elintarvikkeiden tukku- ja vähittäismyynti ja yritysostolla se laajeni uudelle toimialalle. Vuonna 2013 sen liikevaihto oli 760 miljoonaa puntaa. Iso-Britanniassa apteekki tarjoaa asiakkailleen monia muitakin hyvinvointipalveluita ja Well antaa neuvontaa esimerkiksi diabetekseen ja sydänterveyteen liittyen. Apteekista voi myös uusien reseptien ja lääkkeiden voidaan jopa toimittaa potilaalle kotiin. Myös painonhallintaan ja tupakoinnin lopettamiseen voi saada neuvontaa. (Well)

Boots on Iso-Britannian suurin apteekki- ja hyvinvointiketju. Sillä on noin 2 500 myymälää ympäri Iso-Britanniaa. Myös Boots tarjoaa erilaisia palveluja: perinteisiä apteekkipalveluja, kauneus- ja terveyspalveluja sekä optikko- ja kuulopalveluja. 2012 Yhdysvaltojen suurin apteekketju Walgreens hankki 45% Alliance Bootsin osakkeista. Alliance Boots on terveydenhuollon sekä tukku- että jälleenmyyntiketju. Bootsin valikoimissa on myös terveyden pikatestejä. (Boots 2017; Sukkar 2014)

Lloyds pharmacy on Iso-Britannian toiseksi suurin apteekketju. Sillä on 1 650 apteekkia ympäri Iso-Britanniaa. Lloyds pharmacy -ketjun liikkeet ovat pääasiassa terveyskeskusten ja kunnallisten palveluiden yhteydessä. Perinteisten apteekkipalveluiden lisäksi Lloyds pharmacy tarjoaa muita palveluja, kuten reseptien uusimisia ja lääkkeiden toimituksia kotiin. Lloyds pharmacy tarjoaa myös internet -lääkäripalvelua. Lloyds pharmacyn valikoimaan kuuluu myös usean eri valmistajan terveyden kotitestejä. (Venloc; Lloyds pharmacy)

Terveyden pikatestejä voi ostaa Iso-Britanniassa apteekkeista, marketeista, verkkokaupoista ja kansallisen terveydenhuoltojärjestelmän (NHS) kautta. Näistä paikoista saa ostettua sukupuolitauteja. Jotkut apteekit tarjoavat sukupuolitauteja ja siihen kuuluu myös tarvittaessa hoito. HIV- ja syöpään liittyvät testit ovat ostettavissa vain apteekista. (How to use self-test kits safely, 2016)

Apteekkimarginaalit ovat säädeltyjä kaikissa EU-maissa. Iso-Britanniassa säädökset ovat kuitenkin kaikista väljimmät. Esimerkiksi apteekkitukkujen alennukset apteekkeille ovat sallittuja. Iso-Britanniassa merkittävä osa apteekkien tuloista tulee kiinteistä jakelumaksuista. Iso-Britanniassa on EU-maiden halvimmat apteekkituotteiden vähittäismyyntihinnat. (Kanavos ym. 2011, 40-44)

5.3 Alankomaiden lääke-markkinoiden rakenne

Alankomaat on valtio Euroopassa ja sen pääkaupunki on Amsterdam. Alankomaiden valuuttana toimii euro. Alankomaat on parlamentaarinen, perustuslaillinen monarkia ja sen hallituksen päämiehenä toimii pääministeri ja valtionpäämiehenä kuningas tai kuningatar. Toimeenpanovaltaa Alankomaissa käyttää hallitus. Maa jaetaan 12 maakuntaan ja 388 kuntaan. Alankomailla on myös 6 itsehallintoaluetta ja erityisasemassa olevaa aluetta Karibiassa, nämä alueet eivät kuitenkaan kuulu EU:hun. (Europa.eu. 2018)

Vuonna 2017 Alankomaiden väkiluku oli 17 miljoonaa. Alankomaiden pinta-ala on 41 543 km². Alankomaiden bruttokansantuote on Euroopan unionin maiden korkeimpia. Alankomaat on strategisesti merkittävä liikennekeskus ja siellä on Euroopan suurin satama, Rotterdamin satama. Alankomaat oli menneinä vuosisatoina merkittävä merenkulku- ja kauppavaltio ja sillä oli lukuisia siirtomaita mm. Intiassa ja Indonesiassa. (Globalis, 2014)

Suomella ja Alankomailla on ollut hyvät suhteet ja maat ovat olleet toisilleen merkittäviä kaupakumppaneita. Maiden kahdenvälisissä suhteissa korostuu EU-kumppanuus. Yhteisiä kiinnostuksen kohteita Suomelle ja Alankomaille EU-politiikassa ovat talous- ja rahoituskysymykset, keskittyminen olennaiseen asiaan, toimielinten tehokkuus, unionin ulkoinen rooli sekä oikeus- ja sisäasiat. Alankomaiden ja Suomen kulttuuriset suhteet ovat myös olleet aktiiviset. (Ulkoministeriö, 2017)

Suomi ja Alankomaat ovat toisilleen merkittäviä kaupp- ja investointikumppaneita. Suomen tuonti Alankomaista vuonna 2014 oli yli 3,6 miljardia euroa ja vienti oli melkein 3,4 miljardia euroa. Alankomaiden osuus Suomen tuonnista ja viennistä oli molemmista yli kuusi prosenttia, ja Alankomaat oli molemmissa Suomen viidenneksi suurin kaupakumppani. Eniten Suomesta viedään Alankomaihin teräslevyvalmisteita, nikkeliä, kivennäisöljytuotteita, alkoholia ja fenoleita sekä pahvia ja paperia. Alankomaista tuodaan eniten Suomeen rauta- ja teräsromua, eläin- ja kasviöljyjä, atk-laitteita, lääkkeitä sekä raffinoituja kivennäisöljytuotteita. (Ulkoministeriö, 2017)

Alankomaat on yksi Suomen tärkeimmistä investointikohteista. Vuonna 2013 Suomesta investoitiin Alankomaihin 16,7 miljardia euroa ja Alankomaat on myös vastavuoroisesti suurimpia investoijia Suomessa. Vuonna 2013 Alankomaat investoi Suomeen 9 960 miljoonan euron osuudella. Merkittävä osa investoinneista ei kuitenkaan ole puhtaasti alankomaalaisia vaan investoijana voi olla alankomaalainen holding-yhtiö, jonka emoyritys pyrkii kierrättämään kansainvälistä toimintaansa Alankomaiden kautta. Alankomaissa toimii useita kymmeniä suomalaisia yrityksiä. Maassa on myös suomalais-alankomaalainen kauppakilta. (Ulkoministeriö, 2017)

Ennen toista maailmansotaa Alankomailla ja Suomella oli keskenään kauppaan, merenkulkuun ja kulttuuriin liittyvää toimintaa ja tämä jatkui myös sodan jälkeen. Talvisodan aikana Alankomaat oli yksi suurimmista humanitäärisen avun antajista Suomelle ja toisen maailmansodan jälkeen valtioiden suhteet kehittyivätkin hyviksi etenkin kaupallisella tasolla. Kun Suomi liittyi EU:hun, Suomella ja Alankomailla on ollut monia yhteisiä intressejä EU-politiikan harjoittamisen suhteen. (Ulkoministeriö, 2017)

5.3.1 Lääketukut Alankomaissa

Alankomaissa on käytössä lääketukumarkkinoilla monikanavajakelu. Siinä lääkevalmistajan tuotteita jaellaan vähittäismyyntiin monen eri tukkuliikkeen avulla.

Taulukossa 6 näkyy apteekkituotteiden markkinaosuus jakelukanavan mukaan. Vihreä palkki kuvaa täyden palvelun tukkuliikkeen osuutta, vaaleamman keltainen palkki kuvaa rajoitetun palvelun tukkuyrityksen markkinaosuutta ja tummempi keltainen palkki kuvaa toimitusta suoraan valmistajilta apteekkeille. Alankomaissa noin 70% apteekkituotteista jaellaan täyden valikoiman lääketukkujen kautta, muita jakelukanavia ovat rajoitetun valikoiman lääketukut sekä myynti suoraan lääkevalmistajalta apteekkeille. (Kanavos ym. 2011, 32).

Taulukossa 3 on esitelty, mikä osuus eri jakelukanavilla lääkevalmistajista on Saksassa (DE), Espanjassa (ES), Ranskassa (FR), Italiassa (IT), Alankomaissa (NL) ja Iso-Britanniassa (UK) vuosina 2010 ja 2015. Vuonna 2015 Alankomaissa 93% apteekkituotteista jaeltiin vähittäismyyjille apteekkitukkujen välityksellä ja 7% suoraan lääkevalmistajilta vähittäismyyjille.

Maassa oli vuonna 2015 kolme valtakunnallista täyden valikoiman lääketukua ja kuusi alueellista täyden palvelun lääketukua. (Walter & Lazic-Peric 2017, 7).

Alankomaissa lääketukumarginaalit ovat EU:n suurimpia, keskimääräinen lääketukumarginaali on 13-24%. (Kanavos ym. 2011, 42). Taulukossa 4 näkyy, miten Alankomaiden keskimääräinen apteekkitukumarginaali sijoittuu 27 muuhun EU -maahan verrattuna. Alankomaiden tietoja on kerätty useista lähteistä ja sen vuoksi taulukossa on esitetty minimi- ja maksimiarvot. Tähti maan nimen perässä kertoo, että marginaalihinnoittelu tapahtuu kahdenvälisissä neuvotteluissa lääkevalmistajan ja tukun välillä. (Kanavos ym. 2011, 44).

Delphi Pharmaceuticals on johtava apteekkituotteiden tukkuliike, joka palvelee toisia tukkuliikkeitä, apteekketjuja ja itsenäisiä apteekkejä. Tuotevalikoimassa on rinnakkaisia tuotteita, joita hankitaan hyvämaineisilta tukkuyrityksiltä ja valmistajilta useista eri maista. (Delphi Pharmacies).

Brocacef on McKesson Europan ja Phoenixin yhteisyritys. Brocacef toimii apteekki-, apteekkitukku- ja terveydenhuollon logistiikan toimialalla. Yrityksessä on 2 300 työntekijää. Brocacef lääketukku toimittaa apteekkituotteita apteekkeille, lääkäriasemille ja sairaaloille. (McKesson).

Holland Pharma on käsikauppalääkkeiden, itsehoitotuotteiden ja luontaistuotteiden tukkuliike. Tuotevalikoimassa on yli 67 000 artikkelia. (Holland Pharma)

Apteekkituotteiden marginaaleista on tehty vain vähän tutkimuksia. Kanavos ym. (2011, 29-42) esittelemän (Gerattini ym. 2008) vuonna 2004 tekemän tutkimuksen, jossa 20 eri nimetyn brändin lääkkeen hintoja seurattiin Belgiassa, Alankomaissa, Italiassa, Saksassa, Espanjassa ja Iso-Britanniassa. Alhaisimmat yhdistetyt tukku- ja apteekkimarginaalit olivat Alankomaissa ja Iso-Britanniassa. Näissä maissa olivat myös alhaisimmat vähittäismyyntihinnat ja mahdollisia syitä tähän ovat kohdemaiden jakelukanavien sääntelyn vapauttaminen sekä apteekkitukkujen salliminen.

5.3.2 Jälleenmyyntikanavat Alankomaissa

Euroopan maissa terveydenhuollon kustannuksista lääkekustannukset muodostavat 12%-36% kaikista terveydenhuollon kustannuksista. Keskimäärin EU-maat käyttivät 8,8% bruttokansantuotteestaan terveydenhuoltoon. Saksa käytti eniten, 11% ja Alankomaat 10,8%. (OECD 2016). (Walter, Lazic-Peric 2017, 10).

Lääkkeiden kustannukset eroavat merkittävästi EU-maiden välillä. Alankomaissa lääkkeiden osuus terveydenhuollon kokonaiskustannuksista on EU-maiden alhaisin 7.6%. (Walter, Lazic-Peric 2017, 10).

Vuonna 2008 Alankomaiden apteekkituotteista 88% oli reseptituotteita ja 12% reseptivapaita. Apteekkituotteiden vähittäismyyntikanavat voidaan jakaa kolmeen pääkategoriaan: yleisiin apteekkeihin, sairaala-apteekkeihin ja muihin vähittäismyyntiliikkeisiin. Yleisissä apteekissa varastoidaan ja jaellaan apteekkituotteita kuluttajille ja apteekkilainsäädännöllä säädellään toimintaa. Sairaala-apteekit käsittelevät erityisiä apteekkituotteita, joihin kohdistuu tiukempia turvallisuusmääräyksiä ja potilasohjeita. Sairaala-apteekit sijaitsevat yleensä sairaaloiden tiloissa ja niissä on koulutettu henkilökunta. Alankomaissa sairaala-apteekit saavat myydä tuotteita sekä sairaalan potilaille, että ulkopuolisille kuluttajille.

Muita vähittäismyyntikanavia ovat supermarketit, hyvinvointimyymälät ja ”drug-storet”, jotka myyvät käsikauppatuotteita. Näissä säännökset eivät ole yhtä tiukkoja kuin reseptituotteita myyvillä vähittäismyyntikanavilla. Verrattuna muihin EU-maihin, nämä muut myyntikanavat ovat suuressa roolissa Alankomaiden apteekkituotteiden myyjinä. Alankomaissa on myös internetapteekkejä ja käsikauppa-apteekkejä vähittäismyyntikanavina. Internetapteekkien pitää

olla oikean apteekin yhteydessä. (The pharmaceutical product market in the Netherlands 2010; Kanavos ym. 2011, 26).

Alankomaissa voi ostaa kotitestejä käsikauppatuotteina apteekeista, reseptivapaita lääkkeitä myyvistä liikkeistä ja internetistä. Niin sanotut “whole body scan” -kokonaisvaltaiset kehon tutkimustestit ovat tällä hetkellä kiellettyjä Alankomaissa. Vakavien sairauksien, kuten HIV:n ja syöpien kotitestejä voi ostaa ainoastaan apteekista. Kaikki internetissä myytävät pikatestit eivät täytä Alankomaiden hallituksen laatu- tai turvallisuusmäärittämiä. (do-it-yourself-health-testing).

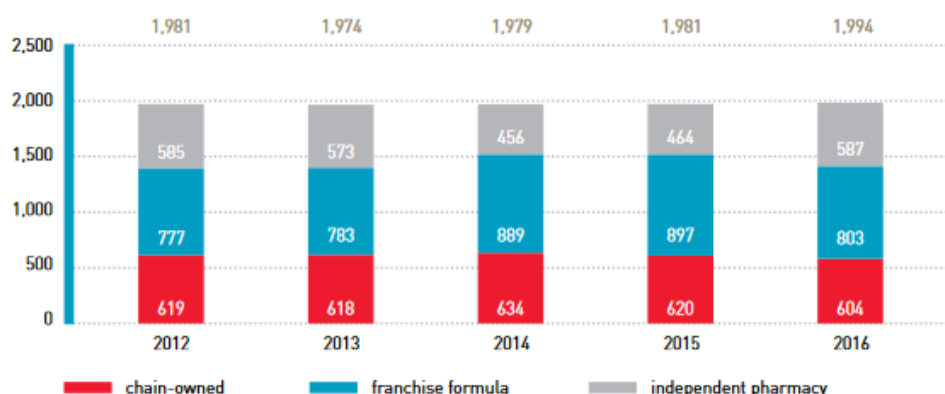
Terveyden pikatestejä Alankomaissa voi ostaa myös hyvinvointiliikkeistä, kuten Vitaminstoresta. Vitaminstoressa on myynnissä laaja valikoima eri valmistajien terveyden pikatestejä. (Vitaminstore)

Vuonna 2017 terveys- ja hyvinvointialan vähittäismyynti oli Alankomaissa kannattava toimiala. Hollantilaiset kuluttajat ovat valmiita maksamaan korkealaatuisista tuotteista. Reseptivapailla tuotteilla on Alankomaissa korkea jälleenmyyntihinta. Apteekit ovatkin lisänneet käsikauppalääkkeiden valikoimaa. AS Watson ja Alliance Healthcare Nederland olivat johtavia hyvinvointituotteiden jälleenmyyjiä Alankomaissa 2017. Molemmat yritykset myyvät useiden brändien tuotteita erilaisissa myyntikanavissa. AS Watson konserniin kuuluu reseptivapaiden apteekkituotteiden vähittäismyyntiketju Kruidvat. Toinen vastaava ketju on Etos.

Internetmyynti on Alankomaissa vähäistä terveys- ja hyvinvointituotteissa. (Euromonitor. 2018).

Alankomaissa on noin 17 miljoonaa asukasta ja 2 000 apteekkia. Alankomailla on asukasluvuun nähden vähän apteekkeja. Benu on yksi johtava apteekketju, sillä on noin 500 apteekkia. Se kuuluu Phoenix -konserniin. (Benu).

Number of community pharmacies subdivided in chain-owned, franchise formula and independent pharmacies (2012-2016)



More public pharmacies in total but fewer chain-store and formula pharmacies.

Source: Foundation for Pharmaceutical Statistics | Stichting Farmaceutische Kengetallen

Taulukko 7: Apteekkien lukumäärä jaoteltuna ketjuomistukseen, franchise -yritykseen ja itsenäisiin apteekkeihin. (2012-2016). (Facts and Figures 2017, 2017).

Taulukossa 7 on kuvattu Alankomaiden apteekkien määrä. Vuoden 2016 lopussa Alankomaissa oli 1 994 apteekkia. Sekä ketjuapteekkien että franchise -apteekkien osuus pieneni merkittävästi edelliseen vuoteen verrattuna. Ketjuapteekkien osuus apteekeista oli 71%. Tämä oli seurausta fuusiosta, missä apteekkialan tukku- ja vähittäismyyntiyritys Brocacef osti Mediq-ketjun. Jotta uusi apteekketketju ei saisi määräävää markkina-asemaa, se lopetti 89 apteekkia.

Vuonna 2016 yhden apteekin liikevaihto oli keskimäärin 2,2 miljoonaa euroa, kasvua edelliseen vuoteen oli 1,3%. (Facts and Figures 2017, 2017, 15).

Alankomaissa apteekkien marginaalit on säädelty ja niille on asetettu myös maksimiarvot. Merkittävä tuoton lähde apteekkeille on kiinteät jakelumaksut. (Kanavos ym. 2011, 40-44)

6 Tulosten analysointi

Euroopan maissa terveydenhuollon kustannuksista lääkekustannukset muodostavat 12%-36% kaikista terveydenhuollon kustannuksista. Keskimäärin EU-maat käyttivät 8,8% bruttokansantuotteestaan terveydenhuoltoon. Saksa käytti eniten, 11% ja Alankomaat käytti 10,8%. Lääkekustannukset eroavat merkittävästi EU-maiden välillä. Alankomaissa lääkkeiden osuus terveydenhuollon kokonaiskustannuksista on EU-maiden alhaisin 7,6%. (OECD 2016). (Walter, Lazic-Peric 2017, 10).

Apteekkituotteiden jakelumarkkinat ovat murroksessa EU-maissa. Apteekkien painostus hintojen alentamiseen, EU-maiden terveydenhuollon kustannusten nousu sekä väestön ikääntyminen luovat painetta alan kustannuksien alentamiseen.

Kaikissa kolmessa markkinatutkimuksen kohdemaassa on alalla tapahtunut fuusioita. Fuusioita on ollut apteekkitukkujen välillä, apteekkitukkujen ja apteekketjien välillä sekä myös apteekketjien ja elintarvikeketjien välillä.

Apteekit laajentavat palveluitansa pelkästä lääkkeiden ja käsikauppatuotteiden myynnistä terveyden neuvontapalveluihin, yksinkertaisten tutkimusten, kuten verenpaineen mittausten, tekemiseen sekä jopa e-lääkäri- ja optikko- ja kuulonhuoltopalveluihin.

EU:n jäsenmaissa on käytössä erilaisia lääketukkurakenteita johtuen kansallisista säännöksistä ja historiallisista malleista. Kaikissa markkinatutkimuksen kolmessa maassa on käytössä lääkkeiden monikanavajakelu, missä lääkevalmistaja voi jaella tuotteita vähittäismyyntiin monen eri lääketukun kautta.

Läketukku voi olla ns. ”full-line” eli täyden tuotevalikoiman tukkuliike tai ”short-line” tukku, jolla on rajatumpi tuotevalikoima. Läketukku voi olla alueellinen tukkuliike tai valtakunnallinen. Kaikissa markkinatutkimuksen kohdemaissa oli näitä kaikkia käytössä paitsi Iso-Britanniassa ei ole varsinaisia täyden valikoiman valtakunnallisia lääketukkuja johtuen maan markkinaehdoista.

6.1 Saksa

Saksassa lääkkeiden jakelukanavia säädellään julkisten PSO ”public service order” -määräysten avulla. Niiden tarkoitus on varmistaa, että maassa on pysyvä, riittävä valikoima lääkkeitä saatavilla ja niitä voidaan toimittaa välittömästi kaikkialle maahan.

Suurimmassa osassa EU-maita, mukaan lukien Saksa, on säädellyt apteekkituotteiden tukkumarginaalit eikä täyden valikoiman lääketukuilla ole juurikaan mahdollisuutta vaikuttaa marginaaleihinsa. Keskimääräinen lääketukumarginaali Saksassa vuonna 2007 oli 4-6.1%.

Saksassa valtakunnalliset lääketukut ovat pääasiassa täyden tuotevalikoiman tukkuliikkeitä, alueelliset lääketukut voivat olla rajoitetun tuotevalikoiman tukkuliikkeitä.

86% apteekkituotteista vuonna 2015 jaeltiin tukkuliikkeiden kautta ja 14% valmistajalta jälleenmyyjille.

Saksassa on tapahtunut lääketukkujen fuusioita, esimerkiksi vuoden 2016 lopussa alueellinen apteekkituotteiden tukkuliike Ebert+Jacobi GmbH & Co fuusioitui valtakunnallisen lääketukuyritys Nowedan kanssa.

Valtakunnallisista apteekkitukuista Noweda on Phoenixin jälkeen maan toiseksi suurin. Muita valtakunnallisia apteekkitukkuja ovat Gehe, Sanacorp ja Alliance Healthcare.

Saksan apteekkarit olivat erilaisista jakelukanavista ylivoimaisesti tyytyväisimpiä täyden valikoiman lääketukkuihin. 94% apteekkareista oli tyytyväisiä täyden tuotevalikoiman lääketukkanavaan, 33% rajoitetun valikoiman tukkuun ja 68% lääkevalmistajan suoraan apteekkitoimitukseen.

Kaikkia eri lääkeryhmiä hankittiin eniten täyden palvelun lääketukuista. Käsikauppatuotteiden (OTC= Over the counter) kohdalla täyden palvelun lääketukkujen osuus oli 51% ja suoraan valmistajalta apteekkeihin toimitettiin 44% käsikauppatuotteista. Kaikissa neljässä tuotekategoriassa alueellisten lääketukkujen osuus oli alle 5%.

Saksassa on EU-maiden suurimmat tuotevalikoimat täyden palvelun lääketukuissa, 100 000 tuotetta. Tuotteiden määrään vaikuttaa markkinoiden koko ja markkinoilla olevien tuotteiden määrä.

Saksan apteekkimarginaalit ovat säädellyt, kuten kaikissa EU-maissa. Kaikissa EU-maissa on myös säännelty maksimimarginaali. Keskimääräinen apteekkimarginaali vuonna 2010 oli 24%. Saksassa apteekkimarginaali on regressiivinen. Saksassa ja Belgiassa on EU-maiden korkeimmat vähittäismyyntihinnat.

Saksassa on useita apteekketjuja, joista suurin on Rossmann. Apteekketjulla on myynnissä laaja 15 500 tuotteen valikoima, joka sisältää mm. kosmetiikkaa, hygienia tuotteita, luomu- ja hyvinvointituotteita. Muita apteekketjuja ovat dm-ketju ja Mueller.

Saksan apteekkituotteiden vähittäismyyntimarkkinoilla tapahtui vuonna 2017 suuren elintarvikeketju EDEKA:n yhdistyminen apteekketju Budnikowskyn kanssa. Näin yritys sai tehostettua hankinta- ja logistiikkaketjuaan ja se pystyy paremmin kilpailemaan suurempien apteekketjujen kanssa.

Apteekketjujen lisäksi elintarvikeketjut ovat merkittäviä apteekkituotteiden jälleenmyyjiä. Ne eivät kuitenkaan pysty tarjoamaan yhtä laajoja tuotevalikoimia kuin apteekit. Molemmilla on suunnilleen yhtä suuri osuus apteekkituotteiden kokonaismarkkinoista.

Terveysten pikatestejä voi ostaa apteekeista ja internetistä Saksassa. HIV -itsetestit ovat kiellettyjä toistaiseksi.

Noin 35 miljoonaa saksalaista oli ostanut lääkkeitä internetapteekista viimeisen puolen vuoden aikana helmikuussa 2017 tehdyn kyselyn mukaan. Tämä sisälsi sekä resepti- että käsi-kauppatuotteiden oston.

Terveysten pikatestien vähittäismyyntikanavaksi Saksassa Medigoon tuotteille sopisi hyvin apteekit ja erityisesti apteekkien verkkokaupat. Koska apteekit ostavat käsikauppatuotteita yhtä paljon sekä täyden palvelun lääketukuilta että suoraan valmistajilta, jakelukanavana Medigoo voisi käyttää sekä täyden palvelun lääketukkuja tai lähestyä suoraan apteekketjuja.

6.2 Iso-Britannia

Iso-Britanniassa ei ole julkisen palvelun veloitteita (PSO = Public Service Obligation), jotka määräisivät esim. täyden valikoiman lääketukuista tai lääketukkujen apteekkitoimitusten minimimäärästä vuorokaudessa.

Iso-Britanniassa on sekä alueellisia lääketukkuja, että valtakunnallisia. Iso-Britanniassa on käytössä lääketukkujen monikanavajakelu. Maassa ei ole täyden valikoiman valtakunnallisia lääketukkuja kansallisten markkinaehtojen vuoksi. Maassa on 3 valtakunnallista apteekkitukkuja ja 6 alueellista täyden valikoiman apteekkitukkuja.

Iso-Britanniassa apteekkituotteiden jakeluketjussa on tapahtunut vertikaalia yhdistymistä. Sillä voidaan tarkoittaa lääketukun ja vähittäismyyntikanavan yhdistymistä tai valmistajan tukkuportaan ja jälleenmyyjän yhdistymistä. Trendinä on tällä hetkellä tukkuliikkeen ja vähittäiskaupan yhdistyminen. Maassa on myös tapahtunut kansallisen ja muun Euroopan maan lääketukkuyrityksen yhdistymistä. Iso-Britanniassa DTP (Direct to Pharmacies) -jakelukanavan kasvu on ollut suurta viime vuosina: lääketehaat Pfizer, GSK, AZ ja Eli Lilly käyttävät DTP -kanavaa

Alhaisimmat yhdistetyt tukku- ja apteekkimarginaalit olivat Alankomaissa ja Iso-Britanniassa. Näissä maissa olivat myös alhaisimmat vähittäismyyntihinnat. Tutkijat epäilivät syyksi sitä, että näissä maissa oli jakelukanavien sääntelyä vapautettu sekä apteekketjut olivat näissä maissa sallittuja.

Iso-Britanniassa ei ole säädeltyjä apteekkitukkujen marginaaleja vaan ne neuvotellaan kahdenvälisesti lääkevalmistajan ja tukkuliikkeen kanssa. On arvioitu, ettei marginaali olisi suurempi kuin 12,5%. Myöskään apteekkien marginaalia ei ole virallisesti säädelty.

Iso-Britanniassa on EU-jäsenmaista yksi vähiten hallituksen sääntelemä toimintaympäristö apteekkeille. Apteekkitukkujen alennukset apteekkeille on sallittu, apteekketjut ovat sallittuja

eikä apteekkien sijaintia ole kontrolloitu. Iso-Britanniassa apteekkarien enemmistö oli tyytyväinen apteekkituotteiden jakelunaviin. 72% apteekkareista oli tyytyväisiä tukkuliikemalliin. 11% vastaajista oli tyytymättömiä tähän malliin. Käsikauppatuotteista apteekkarit hankkivat 90% lääketukujen kautta. Iso-Britannian suurimmat lääketukut ovat Celesio, Alliance Healthcare, Phoenix ja Mawdsley-Brooks.

Apteekeilla on kaikissa EU-maissa säädellyt marginaalit, Iso-Britanniassa on kuitenkin väljimmät säädökset. Iso-Britanniassa iso osa apteekkien tuotoista tulee kiinteistä lääkkeiden jake-lumaksuista.

Apteekkiketjuja Iso-Britanniassa ovat Well, Boots ja Lloyds pharmacy. Niissä on myynnissä myös laaja valikoima kauneus- ja hyvinvointialan tuotteita. Apteekit ovat laajentaneet palveluitansa mm. neuvontapalveluihin, e-lääkäriin ja verenpainemittauksiin.

Pikatestit sopisivat hyvin tähän konseptiin. Bootsin ja Lloyds pharmacyn valikoimissa on pikatestejä.

Pikatestejä voi ostaa apteekeista ja internetistä. HIV-pikatestejä voi ostaa vain apteekeista. Koska Iso-Britanniassa käsikauppatuotteista apteekkarit hankkivat 90% lääketukujen kautta, Medigoon kannattaisi tarjota pikatestejään lääketukuille. Vähittäismyyntikanavana apteekit sopivat terveyden pikatesteille erinomaisesti, koska apteekit tarjoavat lääkkeiden lisäksi laajoja palveluita, kuten e-lääkäri- ja neuvontapalvelut.

Iso-Britannia valmistelee parhaillaan eroa EU:sta ja sen vaikutuksia ei vielä tiedetä. Tällä voi olla vaikutusta myös Suomen ja Iso-Britannian väliseen kauppaan.

6.3 Alankomaat

Alankomaissa on käytössä lääketukkumarkkinoilla monikanavajakelu. Siinä lääkevalmistajan tuotteita jaellaan vähittäismyyntiin monen eri tukkuliikkeen avulla.

Alankomaissa noin 70% apteekkituotteista jaellaan täyden valikoiman lääketukujen kautta, muita jakelukanavia ovat rajoitetun valikoiman lääketukut sekä myynti suoraan lääkevalmistajalta apteekeille. Vuonna 2015 Alankomaissa 93% apteekkituotteista jaeltiin vähittäismyyjille apteekkitukujen välityksellä ja 7% suoraan lääkevalmistajilta vähittäismyyjille.

Alankomaiden lääketukkumarginaalit ovat EU:n suurimpia, keskimääräinen lääketukkumarginaali on 13-24%. Marginaalihinnoittelu tapahtuu kahdenvälisissä neuvotteluissa lääkevalmistajan ja tukun välillä.

Apteekkitukkuja ovat mm. Delphi Pharmaceuticals ja Brocacef. Brocacef on McKesson Euroopan ja Phoenixin yhteisyritys. Holland Pharma on käsikauppalääkkeiden, itsehoitotuotteiden ja luontaistuotteiden tukkuliike. Tuotevalikoimassa on yli 67 000 artikkelia.

Alhaisimmat yhdistetyt tukku- ja apteekkimarginaalit olivat Alankomaissa ja Iso-Britanniassa. Näissä maissa olivat myös alhaisimmat vähittäismyyntihinnat ja mahdollisia syitä tähän ovat kohdemaiden jakelukanavien sääntelyn vapauttaminen sekä apteekketjujen salliminen. Lääkkeiden kustannukset eroavat merkittävästi EU-maiden välillä. Alankomaissa lääkkeiden osuus terveydenhuollon kokonaiskustannuksista on EU-maiden alhaisin 7.6%.

Alankomaissa apteekkien marginaalit on säädelty ja niille on asetettu myös maksimiarvot. Merkittävä tuoton lähde apteekeille on kiinteät jakelumaksut.

Alankomaissa on noin 17 miljoonaa asukasta ja 2 000 apteekkia. Alankomailla on asukasluvuun nähden vähän apteekkejä. Benu on yksi johtava apteekketju, sillä on noin 500 apteekkia. Se kuuluu Phoenix -konserniin.

Vuonna 2008 Alankomaiden apteekkituotteista 88% oli reseptituotteita ja 12% reseptivapaita. Apteekkituotteiden vähittäismyyntikanavat voidaan jakaa kolmeen pääkategoriaan: yleisiin apteekkeihin, sairaala-apteekkeihin ja muihin vähittäismyyntiliikkeisiin.

Muita vähittäismyyntikanavia ovat supermarketit, hyvinvointimyymälät ja ”drug-storet”, jotka myyvät käsikauppatuotteita. Näissä säännökset eivät ole yhtä tiukkoja kuin reseptituotteita myyvillä vähittäismyyntikanavilla. Verrattuna muihin EU-maihin, nämä muut myyntikanavat ovat suuressa roolissa Alankomaiden apteekkituotteiden myyjinä.

Alankomaissa on myös internetapteekkejä vähittäismyyntikanavina. Internetapteekkien pitää olla oikean apteekin yhteydessä. Internetmyynti on Alankomaissa vähäistä terveys- ja hyvinvointituotteissa

Alankomaissa voi ostaa kotitestejä käsikauppatuotteina apteekeista, reseptivapaita lääkkeitä myyvistä liikkeistä ja internetistä. Niin sanotut ”whole body scan” -kokonaisvaltaiset kehon tutkimustestit ovat tällä hetkellä kiellettyjä Alankomaissa. Vakavien sairauksien, kuten HIV ja syövät, kotitestejä voi ostaa ainoastaan apteekista.

Reseptivapailla tuotteilla on Alankomaissa korkea jälleenmyyntihinta. Apteekit ovatkin lisänneet käsikauppalääkkeiden valikoimaa. AS Watson ja Alliance Healthcare Nederland olivat johtavia hyvinvointituotteiden jälleenmyyjiä Alankomaissa vuonna 2017. Molemmat yritykset myyvät useiden brändien tuotteita erilaisissa myyntikanavissa. AS Watson konserniin kuuluu reseptivapaiden apteekkituotteiden vähittäismyyntiketju Kruidvat. Toinen vastaava ketju on Etos.

Alankomaissa yli 90% apteekkituotteista jaetaan vähittäismyyjille apteekkitukkujen välityksellä. Medigoon kannattaisi lähestyä Alankomaiden lääketukkuja halutessaan tuotteitansa Alankomaiden markkinoille. Verrattuna muihin EU-maihin Alankomaissa hyvinvointimyyvälä ja käsikauppalääkkeitä myyvät ”drug-storet” ovat merkittäviä toimijoita lääkkeiden vähittäismyyjinä. Niinpä vähittäismyyntikanavana voisivat olla sekä apteekit, että reseptivapaita lääkkeitä myyvät liikkeet.

7 Yhteenveto

Markkinatutkimus toteutettiin tilaajayrityksen toimeksiannosta. Tutkimusongelma ja tutkimussuunnitelman sisältö muodostui Medigoon tarpeista. Yritys halusi tulevaisuutta varten selvittää Saksan, Iso-Britannian ja Alankomaiden apteekkituotteiden jakelukanavia. Tiedonhankintavälineiksi sovittiin yleisesti saatavilla olevat tietolähteet, kuten internet, tutkimukset ja lehtiartikkelit. Ennen tutkimuksen aloittamista käytiin tutkimussuunnitelma läpi Medigoon yhteyshenkilön kanssa.

Ylivoimaisesti suurin työvaihe tässä markkinatutkimuksessa oli tiedonkeruu. Internetissä tietoa kyllä oli saatavilla, mutta sitä oli vaikea löytää. Englanninkielisiä internetsivuja pystyi hyödyntämään, mutta saksan- ja hollanninkielisillä sivuilla kielitaito rajoitti tiedon hyödyntämistä. Tiedon piti olla myös mahdollisimman tuoretta, jotta sitä pystyi käyttämään tutkimukseen.

Tutkimuksen tarkoitus oli saada vastaus seuraaviin tutkimuskysymyksiin: minkälaisia myyntikanavia kohdemaassa on terveydenhuollon pikatesteille, onko kohdemaassa apteekkitukkuja ja minkälainen on kohdemaan myyntikanavan myyntikaterakenne. Tutkimuksessa saatiin vastaukset tutkittavaan ilmiöön, joten tutkimus oli merkittävä. Tutkimuksen tavoitteet saavutettiin, koska tuloksena saatiin selvitettyä kohdemaiden apteekkituotteiden jakelukanavat.

Tutkimusanalyyssissä annettiin Medigoolle maakohtaiset ehdotukset, mitä jakelukanavia kannattaisi käyttää, jos aikoo laajentaa toimintaansa kyseiseen maahan. Muilta osin tutkimuksesta tehtävät johtopäätökset ja toimenpiteet ovat tilaajayrityksen tehtäviä.

Lähteet

Painetut lähteet

Hague, P., Hague, N., Morgan, C. 2013. Market research in practice. 2nd edition. Croydon: CPI Group (UK).

Kananen, J. 2014. Laadullinen tutkimus opinnäytetyönä, Jamk julkaisuja 176. Jyväskylä: Jamk.fi.

McGivern, Y. 2013. The practice of market research. 4th edition. St Ives: Clays Ltd.

Vanhala, A., Reijonsaari, K. 2013. Kuluttajille suunnatut genomitietopalvelut ja niiden liiketoimintamallit. Helsinki: Erweko.

Sähköiset lähteet

Benu. Viitattu 26.2.2018

<https://www.benu.eu>

Boots. 2017. Viitattu 26.2.2018

<http://www.boots-uk.com/about-boots-uk>

Bundeskartellamt a, 2016. Bundeskartellamt clears merger between Noweda and Ebert+Jacobi. Viitattu 24.2.2018.

http://www.bundeskartellamt.de/SharedDocs/Meldung/EN/Pressemitteilungen/2016/20_12_2016_Pharmagrosshandel.html

Bundeskartellamt b, 2017. Bundeskartellamt clears EDEKA/Budnikowsky cooperation. Viitattu 3.3.2018.

https://www.bundeskartellamt.de/SharedDocs/Meldung/EN/Pressemitteilungen/2017/19_05_2017_Edeka_Budni.html?nn=3591568

Care diagnostica. Viitattu 26.1.2018.

<http://www.care.co.at/en/consumer/>

CBI Market Information Database. 2010. The pharmaceutical product market in the Netherlands. Viitattu 2.3.2018.

<http://www.thekuriers.com/Netherlands.pdf>

Delphi Pharmaceuticals. Viitattu 2.3.2018.

<http://www.delphiphar.com/UK/contact.html>

Emarketer. 2017. More than 60% of internet users in Germany buy medication online. Viitattu 15.3.2018.

<https://www.emarketer.com/Article/More-than-60-of-Internet-Users-Germany-Buy-Medication-Online/1015557>

Euromonitor. 2018. Viitattu 26.2.2018

<http://www.euromonitor.com/health-and-beauty-specialist-retailers-in-the-netherlands/report>

Europa.eu. 2018. Viitattu 17.2.2018.

https://europa.eu/european-union/about-eu/countries/member-countries/germany_fi#ta-lousarviot_ja_rahoytus

Globalis. 2014. Viitattu 17.2.2018

<http://www.globalis.fi/Maat/Alankomaat>

Globalis. 2018. Viitattu 17.2.2018

<http://www.globalis.fi/Maat/Iso-Britannia>

Government of the Netherlands. Do-it-yourself health testing. Viitattu 2.3.2018.

<https://www.government.nl/topics/population-screening/do-it-yourself-health-testing>

Holland Pharma. Viitattu 2.3.2018.

https://www.hollandpharma.nl/en/content/Over_ons

Kanavos, P., Schruer, W & Vogler, S, 2011. The pharmaceutical distribution chain in the European Union: structure and impact on pharmaceutical prices. London School of Economics. Tu-
lostettu 24.2.2018.

http://eprints.lse.ac.uk/51051/1/Kanavos_pharmaceutical_distribution_chain_2007.pdf

Kauppalehti. 2017. Viitattu 8.2.2018.

<https://www.kauppalehti.fi/yritykset/yritys/oy+medifon+ab/04715986>

Lloyds pharmacy. Viitattu 26.2.2018

<http://www.lloydspharmacy.com>

Magnum Medical Finland. 2018. Viitattu 26.1.2018.

<https://magnummedical.fi>

McKesson. Viitattu 2.3.2018.

<http://www.mckesson.eu/mck-en/company/business-in-europe/netherlands>

Medigoo. 2016. Viitattu 26.1.2018.

<https://www.medigoo.com/fi/kauppa/>

Mueller a. 2018. Viitattu 3.3.2018.

<https://www.mueller.de/unternehmen/historie.html>

Mueller b. 2018. Viitattu 3.3.2018.

<https://www.mueller.de/unternehmen/fakten.html>

NHS. 2016. Viitattu 5.3.2018.

<https://www.nhs.uk/Livewell/Pharmacy/Pages/self-test-kits-safety.aspx>

Oriola. Viitattu 26.1.2018.

http://www.oriola.com/globalassets/attachments/stock-releases/oriolakd_vuosikertomus_2016.pdf

Persistence Market Research. 2018. Home Medical Equipment Market: Global Industry Analysis and Forecast to 2020. Viitattu 3.2.2018.

<https://www.persistencemarketresearch.com/market-research/home-medical-equipment-market.asp>

Sukkar, E. 2014. Bestway aims high in the UK pharmacy market. Viitattu 26.2.2018

<https://www.pharmaceutical-journal.com/news-and-analysis/news/bestway-aims-high-in-the-uk-pharmacy-market/20066074.article>

Primahometest a. Viitattu 1.2.2018

<https://primahometest.com/index.php?page=products>

Primahometest b. Viitattu 1.2.2018

<https://primahometest.com/index.php?page=about>

The Royal Dutch Pharmacists Association (Koninklijke Nederlandse Maatschappij ter bevordering der Pharmacie, KNMP). 2017. Facts and Figures 2017. Viitattu 2.3.2018.

<https://www.sfk.nl/english/facts-and-figures-2017>

Salminen, L. 2013. EU ja CE-merkki. Viitattu 28.1.2018

<https://www2.uef.fi/documents/976466/1745345/06-19Salminen+EU+CE/945a3d50-9925-4aac-977a-8546cdb44450>

Statista. Number of branches of leading drugstore chains in Germany in 2017. Viitattu 26.2.2018

<https://www.statista.com/statistics/505614/number-of-drugstore-branches-germany/>

Tamro. 2018. Viitattu 28.1.2018.

<http://www.tamro.fi/fi/Tamro/Strategia/Sivut/default.aspx>

Ulkoministeriö. 2017. Alankomaiden ja Suomen kahdenväliset suhteet. Viitattu 19.2.2018.

<http://formin.finland.fi/Public/default.aspx?nodeid=30937&contentlan=1&culture=fi-FI>

Ulkoministeriö. 2015. Iso-Britannian ja Suomen kahdenväliset suhteet. Viitattu 19.2.2018.

<http://formin.finland.fi/Public/default.aspx?nodeid=17991&contentlan=1&culture=fi-FI>

Ulkoministeriö. 2012. Saksan ja Suomen kahdenväliset suhteet. Viitattu 19.2.2018.

<http://formin.finland.fi/Public/default.aspx?nodeid=18025&contentlan=1&culture=fi-FI>

Valvira. 2009. Terveysteknologia. Viitattu 28.1.2018

<http://www.valvira.fi/terveydenhuolto/terveysteknologia>

Valvira. 2017. Valviran selvitys kuluttajille myytävien terveydenhuollon kotitestien verkkokaupasta valmistui: Suomalaisten verkkokauppojen toiminta pääosin mallikasta. Viitattu 28.1.2018.

<http://www.valvira.fi/-/valviran-selvitys-kuluttajille-myytavien-terveydenhuollon-kotitestien-verkkokaupasta-valmistui-suomalaisten-verkkokauppojen-toiminta-paaosin-mallikast>

Venloc. Viitattu 26.2.2018

<https://www.venloc.co.uk/lloyds/default.aspx>

Vitaminstore. Viitattu 5.3.2018

<https://www.vitaminstore.nl>

Walter, E., Lasic-Peric, A, 2017. Distribution profile and efficiency of the European pharmaceutical full-line wholesaling sector. Institut fur Pharmäökonomische Forschung GmbH. Tulostettu 24.2.3018.

<http://www.girp.eu/files/GIRP-IPF%20Study%202016.pdf>

Well pharmacy. Viitattu 26.2.2018

<https://beta.well.co.uk/?test=true>

Yesnotest. 2014. Viitattu 7.2.2018.

<http://www.yesnotest.fi/tietoa-meista/>

123Selbstest. Viitattu 5.3.2018

<http://123selbstest.de>

Julkaisemattomat lähteet

Iso-Oja, E. 2018. Advisorin sähköposti 5.3.2018. Business Finland, Germany.

Karilahti, M. 2018. Toimitusjohtajan haastattelu 26.1.2018. Medigoo Oy, Espoo.

Kuviot

Kuvio 1: Tutkimuksen vaiheet (Rope & Vahvaselkä, 2000, 64).	10
Kuvio 2: Tyytyväisyys jakelukanavaan (Walter & Lazic-Peric 2017, 25).....	22
Kuvio 3: Saksan apteekkarien käyttämät jakelukanavat tuoteryhmittäin (Walter & Lazic-Peric 2017, 26).	22
Kuvio 4: Varastossa olevien tuotteiden määrä täyden valikoiman tukkuyrityksissä 2015 (Walter & Lazic-Peric 2017, 37).	23
Kuvio 5: Tyytyväisyys jakelukanavittain. (Walter & Lazic-Peric 2017, 29).	29
Kuvio 6: Iso-Britannian apteekkarien käyttämät jakelukanavat tuoteryhmittäin. (Walter & Lazic-Peric 2017, 30).....	29

Taulukot

Taulukko 1: Kysely terveystesteistä (Medigoo, 2016).	14
Taulukko 2: Yleiskatsaus apteekkituotteiden jakelujärjestelmistä 2015. (Walter & Lazic-Peric 2017, 7).....	18
Taulukko 3: Liikevaihto jakelukanavittain - jälleenmyyntimarkkinat 2010 & 2015 (Walter & Lazic-Peric 2017, 16).	19
Taulukko 4: Keskimääräiset lääketukumarginaalit EU-maissa (Kanavos ym. 2011, 44).	20
Taulukko 5: Valtakunnallisten ja alueellisten tukkuyritysten markkinaosuus EU-jäsenmaissa. (Kanavos ym. 2011, 22).	26
Taulukko 6: Jakelukanavien markkinaosuudet sisältäen täyden palvelun tukkuyritykset, rajoitetun valikoiman tukkuyritykset sekä suoraan valmistajalta toimitukset. (Kanavos ym. 2011, 32).	27
Taulukko 7: Apteekkien lukumäärä jaoteltuna ketjuomistukseen, franchiseyritykseen ja itsenäisiin apteekkeihin. (2012-2016). (Facts and Figures 2017, 2017).	35