

Sini Lehtinen

VERKKOAPTEEKIN ASIAKASTYYTYVÄISYYSKYSELY

Case: Kokkolan Keskusapteekki

**Opinnäytetyö
CENTRIA-AMMATTIKORKEAKOULU
Liiketalouden koulutus
2022**

TIIVISTELMÄ OPINNÄYTETYÖSTÄ

Centria-ammattikorkeakoulu	Aika 2022	Tekijä/tekijät Sini Lehtinen
Koulutusohjelma Liiketalouden koulutusohjelma		
Työn nimi VERKKOAPTEEKIN ASIAKASTYYTYVÄISYYSKYSELY. Case: Kokkolan Keskusapteekki		
Työn ohjaaja Katja Viiliäinen-Tyni	Sivumäärä 27 + 4	
Työelämäohjaaja Maria Toivola		
<p>Tämän opinnäytetyön tarkoituksena oli selvittää Kokkolan Keskusapteekin verkkoapteekin asiakastyytyväisyyttä. Selvityksen jälkeen yrityksen on mahdollista kehittää verkkoapteekkia asiakkaiden toiveiden mukaisesti, jotta se täyttäisi paremmin asiakkaiden odotukset. Opinnäytetyön teoriaosuus käsittelee asiakastyytyväisyyttä, apteekkeja ja verkkokauppoja yleisellä tasolla sekä apteekkien verkkokauppoja eli verkkoapteekkeja.</p> <p>Kokkolan Keskusapteekki on Kokkolan Prismakeskuksessa toimiva yksityinen apteekki. Apteekin tarkoituksena on turvata alueen lääkevarmuus.</p> <p>Tutkimusmenetelmänä käytettiin kvantitatiivista tutkimusta. Kyselytutkimus suoritettiin asiakastyytyväisyyskyselyllä, joka linkitettiin verkkoapteekkiin, jossa sen käyttäjät pääsivät vastaamaan kyselyyn.</p>		
Asiasanat Apteekki, asiakaspalvelu, asiakastyytyväisyys, verkkoapteekki		

ABSTRACT

Centria University of Applied Sciences	Date 2022	Author Sini Lehtinen
Degree programme Business Administration		
Name of thesis A CUSTOMER SATISFACTION SURVEY FOR AN ONLINE PHARMACY. Case: Kokkolan Keskusapteekki		
Instructor Katja Viiliäinen-Tyni	Pages 27 + 4	
Supervisor Maria Toivola		
<p>The aim of this thesis was to survey the customer satisfaction of the online pharmacy of Kokkola Central Pharmacy. After the survey, the company will be able to develop the online pharmacy according to the customers wishes to meet the customers' expectations better. The theoretical part of the thesis discusses customer satisfaction, pharmacies in general, online stores in general and pharmacy online stories.</p> <p>Kokkola Central Pharmacy is a private pharmacy operating in Kokkola Prisma Center. The purpose of the pharmacy is to ensure the availability of medicines for the residents of the area.</p> <p>As a research method, I used quantitative research. The survey was conducted with a customer satisfaction survey, which was linked to the online pharmacy's, where its users could reply to the survey.</p>		
Key words Customer satisfaction, customer service, online pharmacy, pharmacy		

KÄSITTEIDEN MÄÄRITTELY

Alempi erityiskorvaus

Kela korvaa 65 % lääkkeen hinnasta, kun asiakkaalle on myönnetty erityiskorvaus. Erityiskorvauksen saadakseen on oltava sellainen sairaus, joka oikeuttaa korvauksen saamiseen. Sairaus voi olla esimerkiksi krooninen sydämen vajaatoiminta. (Kela 2017a.)

Alkuomavastuu

Joka vuosi alkuomavastuun määrä on 50 euroa, joka asiakkaan täytyy maksaa korvattavasta reseptilääkkeestä ennen kuin hän voi saada siitä Kela-korvausta. Alkuomavastuu tarkoittaa sitä, että jokaisen vuoden alusta asiakkaiden lääkeostojen määrä nollataan. Alkuomavastuu ei koske alle 19-vuotiaita. (Kela 2016a.)

Fimea

Lääkealan turvallisuus- ja kehittämiskeskus. Fimean tehtävänä on parantaa ja ylläpitää kansalaisten turvallisuutta kehittämällä ja valvomalla lääkealaa. (Fimea 2020a.)

Kela-korvaus

Kela-korvaus on Kelan maksama osuus reseptilääkkeen hinnasta. Korvauksen voi saada niistä valmisteista, joilla on voimassa oleva korvattavuus. Kaikki reseptilääkkeet eivät siis ole Kela-korvattavia. Kela-korvauksen voi saada sen jälkeen, kun alkuomavastuu on maksettu. Kela korvaa kerralla enintään kolmen (3) kuukauden reseptilääkkeet. (Kela 2021b.)

Kliininen ravintovalmiste

Kliininen ravintovalmiste on sellainen ravintovalmiste, joka on välttämätön ruokavalion tai osan ruokavaliosta korvaaja tai täydentäjä, kun kyseessä on vaikea sairaus. Kliinisellä ravintovalmisteella on myös voimassa oleva korvattavuus ja sellainen tukkuhinta, jota voidaan pitää sopivana. (Kela 2021a.)

Lääkekatto/vuosiomavastuu

Reseptilääkkeiden omavastuuosuus kerryttää jokaisella henkilöllä vuosiomavastuuta eli lääkekattoa. Omavastuu kertyy niistä valmisteista, joissa on saatavilla Kela-korvaus. Omavastuuta ei kerry sellaisista reseptilääkkeistä, jotka eivät ole Kela-korvattavia. Omavastuuta ei myöskään kerry siltä osalta, joka menee viitehinnan ylitse. Kun vuosiomavastuu on täyttynyt (579,89 euroa vuonna 2021), saa korvattavat

lääkkeet apteekista hintaan 2,50 euroa/valmiste/ostokerta. Mikäli lääkkeen hinta kuitenkin ylittää sen viitehinnan, tulee asiakkaalle maksettavaksi myös ylimenevä osuus. (Kela 2021b.)

Lääkekorvausjärjestelmä

Lääkekorvausjärjestelmä takaa lääkkeen ostajille kohtuulliset hinnat apteekista. Lääkekorvausjärjestelmään kuuluu kolme eri korvaustasoa: 40 %, 65 % ja 100 %. Lisäksi järjestelmään kuuluu lääkekatto, joka turvaa asiakkaan suurilta lääkekustannuksilta. Lääkekorvausjärjestelmään kuuluu myös viitehintajärjestelmä. (Kalliokoski & Pelkonen 2016.)

Läaketaksa

Läaketaksa tarkoittaa sitä, että jokaisessa Suomen apteekissa on lääkevalmisteilla samat hinnat. Läaketaksa-asetuksella valtioneuvosto määrittää lääkkeen vähittäishinnan. Hinta määritellään tukkuhinnan perusteella. (Apteekkariliitto 2021.)

Lääkkeiden hintalautakunta

Lääkkeiden hintalautakunta on taho, joka toimii sosiaali- ja terveysministeriössä. Sen tehtävänä on sairausvakuutuslain mukaisesti vahvistaa reseptillä toimitettavien tuotteiden korvattavuudet ja tukkuhinnat. (Hintalautakunta 2020.)

Peruskorvaus

Kela korvaa 40 % lääkkeen hinnasta, kun lääkkeellä on voimassa oleva korvattavuus. Korvauksen saa sen jälkeen, kun alkuomavastuu on maksettu. (Kela 2016b.)

Proviisori

Proviisorit ovat ylemmän korkeakoulun suorittaneita farmaseutteja (farmaseutti on alemman korkeakoulututkinnon suorittanut ja lääkeneuvontaan oikeutettu apteekin työntekijä), jotka toimivat apteekissa esihenkilöasemassa. Työtehtäviin kuuluu myös esimerkiksi asiakaspalvelua, lääkeneuvontaa ja hallinnollisia tehtäviä sekä vastuu seurata henkilökunnan kouluttautumista. (Farmasialiitto 2021.)

Viitehintajärjestelmä

Viitehintajärjestelmä koostuu korvattavista reseptilääkkeistä, keskenään vaihtokelpoisista ja myyntiluvallisista valmisteista. Viitehintajärjestelmä voi muodosta vain silloin, kun lääkkeelle on olemassa rinnakkaisvalmiste, jolla on myös voimassa oleva korvattavuus. (Kela 2017b.)

Ylempi erityiskorvaus

Kela korvaa 100 % lääkkeen hinnasta (asiakas maksaa kuitenkin 4,50 euroa/lääke/ostokerta), kun asiakkaalle on myönnetty erityiskorvaus. Erityiskorvauksen saadakseen on oltava sellainen sairaus, joka oikeuttaa korvauksen saamiseen, esimerkiksi diabetes tai epilepsia. (Kela 2017a.)

**TIIVISTELMÄ
ABSTRACT
KÄSITTEIDEN MÄÄRITTELY
SISÄLLYS**

1 JOHDANTO	1
2 APTEEKKI	3
2.1 Koronapandemian vaikutus apteekkien toimintaan.....	3
2.2 Lääkkeiden markkinointi ja hinnoittelu	4
2.3 Kelan antamat lääkekorvaukset ja lääkekatto.....	5
3 ASIAKASTYYTYVÄISYYS	6
3.1 Asiakastyytyväisyyden mittaaminen	6
3.2 Asiakaskokemuksen tärkeys	7
3.3 Asiakaspalvelun laatu	8
3.4 Asiakassuhde	9
4 VERKKOKAUPPA YLEISESTI.....	10
4.1 Verkkokaupan kannattavuus.....	10
4.2 Verkkokaupan säännökset	11
4.3 Verkkokaupan asiakaspalvelu	12
4.4 Asiakkaiden johdattaminen yrityksen verkkopalveluun	13
5 APTEEKIN VERKKOPALVELU	14
5.1 Apteekin vastuu verkkopalvelussa	15
5.2 Verkkopalvelun lääkevalikoima	15
5.3 Lääkkeiden luovutus, pakkaaminen ja kuljettaminen	17
5.4 Itsehoitolääkkeet, reseptilääkkeet ja lääkeneuvonta verkkopalvelussa.....	18
5.5 Tietoturva apteekin verkkopalvelussa	19
6 KYSELYN TAUSTATIEDOT, SUUNNITTELU JA TOTEUTUS	20
6.1 Tutkimusmenetelmät	20
6.2 Kyselytutkimuksen tulokset	21
6.3 Johtopäätökset.....	24
6.4 Yhteenveto ja kehitysideat	25
LÄHTEET	25
LIITTEET	

1 JOHDANTO

Tämän opinnäytetyön tarkoituksena oli tutkia Kokkolan Keskusapteekin verkkoapteekin (=verkko-kauppa) asiakastyytyväisyyttä. Kokkolan Keskusapteekilla on aikaisemmin ollut käytössään verkkoapteekki, jonka ylläpito lopetettiin vähäisen kysynnän vuoksi. Tällä hetkellä käytössä on uusi verkkoapteekki, joten opinnäytetyön aiheeksi oli selvää, että se tulee liittymään verkkoapteekkiin. Tutkimusmenetelmänä käytettiin kvantitatiivista menetelmää ja kysely toteutettiin kyselylomakkeella. Teoriaosuudessa keskitytään yleisesti asiakastyytyväisyyteen sekä siihen, mikä on verkkokauppa, apteekki ja siihen liittyviä käsitteitä, apteekin verkkokauppa eli verkkoapteekki ja mitä asiakaspalvelussa tulee ottaa huomioon, kun se tapahtuu verkon välityksellä.

Tutkimukseni tein siis Kokkolan Keskusapteekille. Työskentelen itse kyseisessä yrityksessä ja tiedostan, kuinka tärkeä asiakastyytyväisyyskysely tulee olemaan yrityksen verkkoapteekille. Kyselyn tulosten mukaisesti on mahdollisuus kehittää verkkoapteekin toimivuutta, sisältöä ja esimerkiksi toimitustapoja.

Kokkolan Keskusapteekki on perustettu vuonna 1979. Apteekin perusti Tage Åkerlund. Apteekki sijaitsi alun perin keskussairaalan ja terveystakeskuksen lähetyvillä, mikä oli merkittävä etu apteekille. Tage Åkerlund toimi apteekkarina vuoteen 2006 asti, minkä jälkeen uudeksi apteekkariksi valikoitui Riitta Laitila. Apteekki muutti Prismakeskukseen vuonna 2009. Apteekkari Riitta Laitila jäi eläkkeelle vuonna 2015, minkä jälkeen uudeksi, nykyiseksi apteekkariksi valittiin Birgitta Måsabacka. (Kokkolan Keskusapteekki 2022a.)

Apteekissa työskentelee tällä hetkellä noin 40 työntekijää. Yli puolet henkilökunnasta on farmaseutteja ja proviisoreita. Lisäksi apteekissa työskentelee teknistä henkilökuntaa, terveydenhoitajia ja kosmetologi. Henkilökunnasta noin puolet puhuu äidinkielenään ruotsia.

Apteekin palveluihin kuuluu lääkkeiden valmistus, lääkehoidon arviointi, laiva-apteekkien tarkastus, lääkekuljetukset, annosjakelu, lääkejätteiden hävittäminen ja kosmetologin tekemät meikkaukset. Apteekki valmistaa lääkkeitä niissä tapauksissa, kun lääkäri on määrännyt potilaalle apteekissa valmistettavan lääkkeen. Lääkehoidon arvioinneissa tarkastellaan lääkkeiden yhteisvaikutuksia ja mahdollisia lääkehaittoja. Lääkehoidon arviointeja tekevät koulutuksen käyneet farmaseutit. Annosjakelupalvelut ovat sellaisille asiakkaille, joilla on käytössään useita eri lääkkeitä tai heillä on vaikeuksia ottaa lääkkeet

oikea-aikaisesti. Annosjakelupussit pakkaa robotti ja pussin päällä lukee asiakkaan nimi ja lääkkeen ottoaika. (Kokkolan Keskusapteekki 2022b.)

2 APTEEKKI

Suomessa kuka tahansa ei voi omistaa tai perustaa apteekkia. Apteekin voi omistaa vain sellainen henkilö, jolla on Lääkealan turvallisuus- ja kehittämiskeskuksen (Fimea) hyväksymä apteekkilupa. Apteekkilupaa ei voida myöntää sellaiselle henkilölle, jolla ei ole proviisorin tutkintoa. Apteekkarin apteekkilupa loppuu viimeistään silloin, kun hän täyttää 68 vuotta. Kun apteekin omistaja vaihtuu, on siitä ilmoitettava Fimealle, joka etsii apteekille uuden sopivan omistajan. Fimean valitsema henkilö on hakijoiden joukosta se, jolla on eniten osaamista ja koulutusta apteekin omistamista ajatellen. Myös uusien apteekkien perustamisesta vastaa Fimea. Apteekkeja ja sivuapteekkeja ei perusteta uusia, mikäli niille ei ole oikeasti tarvetta ja niiden perustamista harkitaan tarkasti. (Kostiainen 2021.)

Apteekin omistaja eli apteekkari voi omistaa samanaikaisesti vain yhden apteekin sekä kolme apteekille kuuluvaa sivuapteekkia. Esimerkiksi Lapissa, jossa on pitkät etäisyydet ja vähän apteekkeja, apteekkari voi hakea Fimealta lupaa perustaa apteekille palvelupiste haja-asutusalueelle tai naapurikunnassa sijaitsevaan kyläkeskukseen. Palvelupisteen perustamisen edellytyksenä on kuitenkin se, ettei alueelle ole lähtökohtaisesti tarvetta apteekille tai sivuapteekille. Myös verkkopalveluun eli verkkoapteekkiin (=verkkokauppa) tarvitaan Fimean lupa. (Kostiainen 2021.)

2.1 Koronapandemian vaikutus apteekkien toimintaan

Korona on vaikuttanut apteekkien toimintaan lisäämällä asiakkaiden asiointia etänä. Etänä asiakkaat voivat asioida joko puhelimen välityksellä tai apteekin verkkoapteekissa. Puhelimitse etäasiointi on kuitenkin vain korona-ajan poikkeusmenettely, joka on tällä hetkellä voimassa toistaiseksi, mutta ei jää pysyvästi apteekkien toimintatavaksi. Mikäli asiakas ei halua tulla apteekkiin asti hakemaan lääkkeitään, hän voi noutaa ne noutolokerikosta, mikäli apteekilla on sellainen käytössään. Myös kotiinkuljetukset ovat lisääntyneet koronan myötä. Kotiinkuljetuksen asiakas voi tilata puhelimitse tai verkkoapteekin kautta. Koronapandemia vauhditti myös Kokkolan Keskusapteekin suunnitelmia verkkoapteekin ja noutolokerikon osalta.

2.2 Lääkkeiden markkinointi ja hinnoittelu

Lääkkeitä ei saa markkinoida siten, että se houkuttelee kuluttajia sellaiseen käyttöön, joka ei ole heille tarpeellista. Lääkkeiden koostumuksesta, alkuperästä tai lääketieteellisestä merkityksestä ei saa antaa virheellistä tai liioiteltua kuvaa. Markkinointi ei myöskään saa olla millään muulla tapaa sopimatonta. Suomessa ei saa lain mukaan markkinoida sellaista valmistetta, jolla ei ole voimassa olevaa myyntilupaa tai sitä ei ole rekisteröity, vaikka näin olisikin jossain muussa maassa. (Finlex 2021b.)

Lääkkeiden markkinoinnissa on kielletty myös reseptilääkkeiden mainonta sekä huumausaineiksi luokiteltujen ja psykotrooppisten valmisteiden mainonta. Kun markkinoinnin kohderyhmänä on maan väestö, on mainoksessa kerrottava lääkkeen nimi ja yleisnimi (siinä tapauksessa, että sillä on vain yksi vaikuttava aine), valmisteen turvallista ja oikeanlaista käyttöä varten tarvittavat tiedot sekä huomautus lukea lääkkeen käytön aloittaessa mukana tuleva pakkausseloste. Markkinoinnin kohderyhmänä ei saa olla lapset eikä markkinointi saa sisältää sellaista tietoa, joka voi johtaa väestöä harhaan. Myös näytteiden jakaminen lääkkeistä on kiellettyä. (Finlex 2021b.)

Lääkkeiden markkinointi esimerkiksi lääkäreille ja muille lääkkeen määräämiseen oikeutetulle henkilölle on sallittua myös reseptilääkkeiden ja huumausaineiden osalta. Markkinointi tässä tapauksessa on sallittua vain kyseisille henkilöille tarkoitetuissa ja järjestetyissä lääke-esittelyissä sekä julkaisuissa ja sähköisissä tiedotteissa, jotka on heille tarkoitettu. Sähköisessä markkinoinnissa on huolehdittava, että sen sisältö ei päädy sivullisille. Kun lääkkeitä markkinoidaan henkilöille, joilla on lääkkeen määräämis-oikeudet tai oikeudet toimittaa lääkkeitä kuluttajille, mainonnassa on oltava kaikki tärkeä tieto lääkkeestä ja sen oikeanlaisesta käytöstä. (Finlex 2021b.)

Jokaisessa Suomen apteekissa on tällä hetkellä samat hinnat lääkkeellisillä tuotteilla. Apteekit eivät voi itse vaikuttaa lääkkeiden hintoihin eikä lääkkeistä voi saada alennuksia tukkuliikkeistä tai lääkkeen valmistajalta. Lääkkeiden ulosmyyntihinnat koostuvat lääkkeen tukkuhinnasta, apteekin katteesta sekä arvonlisäverosta. Lääketaksa kertoo apteekin katteen. Se yritys, joka maahantuo lääkkeen, voi itse asettaa tuotteelle sellaisen tukkuhinnan kuin haluaa. (Apteekkariliitto 2021.)

Apteekeissa on olemassa sekä käsikauppa- että reseptilääkkeitä. Käsikauppalääkkeet ovat ilman reseptiä myytäviä lääkkeitä, esimerkiksi päänsärkylääkkeet. Reseptilääkkeitä voi myydä ainoastaan siinä tapauksessa, että asiakkaalla on lääkärin kirjoittama resepti. Reseptilääkkeistä osa on Kela-korvattavia lääkkeitä ja osasta ei saa Kela-korvausta ollenkaan. Kun lääke on sellainen, josta Kela antaa korvauksen, on

sen hinnoittelulle asetettu rajoituksia. Tällöin korkein mahdollinen hinta voi olla Lääkkeiden hintalautakunnan vahvistama hinta. (Apteekkariliitto 2021.)

2.3 Kelan antamat lääkekorvaukset ja lääkekatto

Kela voi maksaa lääkkeistä korvauksen silloin, kun lääke kuuluu lääkekorvausjärjestelmään ja asiakkaan alkuomavastuu on maksettu. Kela-korvauksia voi saada myös muista kuin reseptilääkkeistä, kuten kliinistä ravintovalmisteista ja perusvoiteista. Kelan maksamien korvauksien summa voi olla peruskorvauksessa enintään 40 %, alemmassa erityiskorvauksessa 65 % ja ylemmässä erityiskorvauksessa 100 %. Vaikka asiakkaalla olisi ylempi erityiskorvaus, hänelle jää kuitenkin maksettavaksi 4,50 euroa/lääke jokaisesta kerrasta, kun hän ostaa kyseistä lääkettä. Kun tuote on korvattava, vähennetään tuotteen myyntihinnasta Kelan myöntämä korvaus. Korvausta ei kuitenkaan makseta siltä osalta, joka menee viitehintajärjestelmän yli, vaan silloin asiakas maksaa erotuksen itse. (Apteekkariliitto 2021.)

Asiakas voi kerralla ostaa enintään kolmen (3) kuukauden lääkkeitä Kela-korvattuina. Jos lääkkeen hinta on kuitenkin yli 1000 euroa, asiakas voi ostaa vain yhden (1) kuukauden lääkkeitä kerralla. Asiakas ei myöskään voi hakea lääkkeitään apteekista liian aikaisin, sillä Kela ei anna korvausta, mikäli edellisestä ostokerrasta on kulunut liian vähän aikaa. Uudet lääkkeet voi tulla ostamaan apteekista pääsääntöisesti silloin, kun lääkkeitä on jäljellä viikon tarpeeksi. (Apteekkariliitto 2021.)

Apteekilla on myös velvollisuus kertoa asiakkaille, jos lääkärin kirjoittamasta lääkkeestä on olemassa halvempi vaihtoehto. Kela ei korvaa lääkkeiden erotuksesta johtuvaa hintaylitystä, vaan korvaa lääkkeen hinnan halvimman mahdollisen lääkevalmisteen mukaan. Tällöin omavastuun lisäksi asiakkaalle tulee maksettavaksi valmisteiden erotus. (Apteekkariliitto 2021.)

Jokaisella henkilöllä on henkilökohtainen vuosiomavastuu, jonka määrä on kaikilla sama. Vuonna 2021 vuosiomavastuun raja on 579,78 euroa. Kun reseptilääkkeiden ostojen omavastuu ylittää tämän summan, saa asiakas jokaisen Kela-korvattavan lääkkeen hintaan 2,50 euroa/ostokerta. Eli esimerkkinä, kun lääkekatto on maksettu, asiakas maksaa kahdesta (2) eri reseptilääkkeestä yhteensä viisi (5) euroa. Lääkekaton ylitys on voimassa aina saman vuoden loppuun ja seuraavan vuoden alusta lääkkeitä nollataan. (Apteekkariliitto 2021.)

3 ASIAKASTYYTYVÄISYYS

Yrityksen menestystä ja mahdollisuuksia voidaan selvittää asiakastyytyväisyydellä. Jos asiakastyytyväisyys on huonolla tasolla, ei hyvällä taloudellisella tuloksella ole merkitystä, kun asiaa tarkastellaan pidemmällä aikavälillä. Asiakkailla on erilaisia odotuksia yrityksen tuotteista ja palveluista. Odotuksiin vaikuttavat aikaisemmat kokemukset, muiden ihmisten kokemukset sekä yrityksen markkinointi. Asiakastyytyväisyys muodostuu yksilöllisesti asiakkaan omista kokemuksista ja se on usein kytkeytyvä juuri siihen hetkeen, kun asiakas on asioimassa yrityksessä. On myös huomioitava, että asiakastyytyväisyyden säilyttämiseksi on siinä onnistuttava yhä uudelleen, jokaisella kerralla, kun asiakas asioi yrityksessä. (Pöllänen & Rope 1998, 58-58.)

Kun asiakas on käyttänyt yrityksen palveluita, hän voi sanoa, onko hän tyytyväinen vai tyytymätön saamaansa palveluun. Kun asiakas on kokenut saaneensa hyvälaatuista palvelua, on hänen helppo olla tyytyväinen saamaansa palveluun. Palvelun laatu on yksi niistä tekijöistä, jotka vaikuttavat asiakkaan kokemaan asiakastyytyväisyyteen. Kun yritys keskittyy suurelta osin asiakkaisiin, se pyrkii saavuttamaan tavoitteensa asiakastyytyväisyyden avulla. Yrityksen on kuitenkin ensin selvitettävä, mitkä asiat vaikuttavat asiakkaiden asiakastyytyväisyyteen, jotta se voi tehdä päätöksiä ja toimenpiteitä siihen liittyen. Kun yritys on keskittynyt suurelta osin asiakkaisiin, myös tieto asiakastyytyväisyydestä pyritään saamaan suoraan palveluita käyttäviltä asiakkailta. Pelkkä asiakkaiden tyytyväisyyden seuraaminen ei riitä, vaan yrityksen on tehtävä myös toimenpiteitä, jotka käyvät ilmi seurannasta. Asiakkaiden tyytyväisyyteen ei vaikuta se, että heiltä kysytään palautetta. Päinvastoin palautteen kysyminen antaa asiakkaille lisää odotuksia siitä, millaista palvelua he seuraavan kerran voivat saada. (Ylikoski 2001, 149.)

3.1 Asiakastyytyväisyyden mittaaminen

Asiakaskokemus koetaan yritykselle suureksi eduksi kilpailutilanteissa. (Ahvenainen, Gylling & Leino 2017, 17). Jotta asiakastyytyväisyys voitaisiin saada selville, on tutkimusta tehtävä toistuvasti ja suunnitelmallisesti. On siis tärkeä saada palautetta jatkuvasti. (Pöllänen & Rope 1998, 59.)

Kun asiakastyytyväisyyttä aletaan mittaamaan, on selvitettävä seuraavia asioita: kuinka usein asiakastyytyväisyyttä mitataan, keneltä asiakastyytyväisyyttä pyydetään, mitä asioita halutaan mitata ja millä tavoin niitä mitataan. Kun mietitään asiakastyytyväisyyden asiakasryhmää, on mietittävä, halutaanko

mielipide jokaiselta asiakkaalta vai satunnaisilta asiakkailta. On myös mietittävä, halutaanko mitata yleistä tyytyväisyyttä tai jotakin tiettyä toimintaa, kuten asiakaspalvelun laatua. On myös mietittävä tapa, jolla mittaus suoritetaan eli onko siinä avoimia kysymyksiä, vastaukset tietyllä asteikolla tai näiden yhdistelmällä. (Pöllänen & Rope 1998, 62-63.)

Asiakastyytyväisyyttä voidaan mitata erilaisten kyselylomakkeiden avulla. Asiakkaan tehtyä ostoksensa yritykseltä voidaan oston jälkeen lähettää hänelle nopea kyselylomake täytettäväksi, jolloin hän voi antaa oman näkemyksensä asioinnin sujumisesta.

Jotta asiakastyytyväisyyden mittaaminen toisi parhaat mahdolliset tulokset, olisi syytä kiinnittää huomiota seuraaviin asioihin. Ensimmäisenä tulisi tarkentaa asiakaskunta. On tärkeää miettiä, mitä kokemuksia mitataan ja tarkentaa mittarit jokaiselle asiakaskokemukselle. Valmiiksi tehty suunnitelma siitä, miten tiedot aiotaan kerätä ja valmiiksi asetetut tavoitteet helpottavat työskentelyä. Huomioimalla kehityskohdat ja jakamalla tietoa yrityksen sisällä on helpompi parantaa toimintaa yrityksen toimintaa. (Ahvenainen, Gylling & Leino 2017, 26-31.)

3.2 Asiakaskokemuksen tärkeys

Yritysten on nykyaikana yhä tärkeämpää erinomaisen asiakaskokemuksen tarjoaminen asiakkaalle, sillä kilpailu yritysten välillä kasvaa entisestään. Kun asiakas on saanut hyvän asiakaskokemuksen, hän tulee todennäköisesti käyttämään yrityksen palveluita uudelleen. (Filenius 2015, 15.)

Asiakaspalvelun merkitystä ei voida väheksyä missään tilanteissa. Kun asiakas ottaa yhteyttä myyjään ennen ostopäätöksen tekoa, on asiakaspalvelun laadulla suuri merkitys siihen, ostaako asiakas lopulta tuotteen tai palvelun kyseiseltä myyjältä. Kun asiakas ottaa yhteyttä ostoksen jälkeen, hänellä on todennäköisesti jokin kysymys tai ongelma liittyen ostamaansa tuotteeseen tai palveluun. Tällaisissa tilanteissa palvelun laatu ratkaisee sen, haluaako asiakas suositella yritystä eteenpäin. Tilanteen hoitaminen antaa asiakkaalle myös tietynlaisen kuvan yrityksestä. Kun asiakkaalla tulee tarve ottaa yhteyttä yrityksen asiakaspalveluun, on yrityksen yhteystiedot oltava helposti löydettävissä. Useimmiten kuitenkin on niin, että yhteystietojen etsimiseen menee aikaa ennen kuin asiakas pääsee ottamaan yhteyttä yritykseen. Jos vaihtoehtona on ottaa yhteyttä yritykseen esimerkiksi täytettävän lomakkeen avulla, ei lomakkeessa saisi olla turhia pakollisia kohtia, vaan sen olisi oltava mahdollisimman helposti ja nopeasti täytettävissä. Tällaiset tilanteet, kuten yksinkertainen lomake tai yhteystietojen nopea löydettävyys vaikuttavat asiakaskokemukseen. (Filenius 2015, 70.)

Vaikka asiakaskokemus on jokaiselle asiakkaalle erilainen tapahtuma ja sen mittaaminen on hankalaa, on yrityksen kuitenkin pystyttävä arvioimaan sen tuottaman asiakaskokemuksen taso ja missä asiakaskokemuksen vaiheissa olisi syytä parantaa toimintaa. Kun asiakaskokemusta mitataan, on yrityksen tavoitteena saada selville mikä on palvelun nykyinen tila, mitä voidaan kehittää ja mitkä ovat asiakkaiden esteet asiointiin, millä tavoin yritys on kehittänyt asiakaskokemuksia aikaisempaan verrattuna, miten erotutaan kilpailijoista ja auttaa johtajia päätöksen tekemisessä. Yrityksen olisi hyvä myös verrata sen tunnuslukuja asiakaskokemuksen mittaustuloksiin, sillä niiden avulla voidaan saada selville hyvinkin tärkeitä asioita asiakaskokemuksen laadun parantamista varten. (Filenius 2015, 122-123.)

3.3 Asiakaspalvelun laatu

On tärkeä tiedostaa, että asiakkaan odotuksia tai vaatimuksia tuotteesta määrittelee laatu. Kun tuote tai palvelu on onnistunut asiakkaan mielestä, on se saavuttanut laadun. Laatu voi olla jokaisen asiakkaan mielestä erilainen. Asiakas on se, joka kertoo yritykselle sen palvelun tai tuotteen laadun eli oliko tuote tai palvelu sellainen, jota asiakas odotti. Jotta asiakas voi saada hyvän kokemuksen yrityksen palveluista, on työntekijän ja asiakkaan välisellä vuorovaikutuksella suuri merkitys. Laatuun voi vaikuttaa myös se, millaisen kuvan asiakas on aiemmin saanut yrityksestä eli millainen imago yrityksellä on. Kun yrityksellä on hyvä imago, ei pienistä virheitä välitetä kovin paljoa. Kun yrityksen imagossa ei ole kehuttavaa, se vakuuttaa asiakkaan siitä, että hän voi saada huonoja kokemuksia yrityksestä. (Ylikoski 2001, 118.)

Kun asiakkaan odotukset täyttyvät, on hänen kokema laatu ollut hyvää. Jos odotukset taas alittuvat, on asiakkaan kokema laatu ollut huonoa. Jos asiakas on asettanut odotukset hyvin korkealle, voi hän kokea laadun olevan huonompaa kuin se todellisuudessa on, vaikka todellisuudessa se olisikin ollut hyvää. Tilanne, jossa pystytään ylittämään asiakkaan odotukset, on kaikista optimaalisin.

Asiakkaiden odotuksia ja tärkeitä asioita ovat palvelun luotettavuus ja virheettömyys. Asiakkaat odottavat myös luotettavaa toimintaa palveluntarjoajalta. Kun asiakkaat kokevat esimerkiksi virheitä, pitämättömiä lupauksia tai epäselvyyksiä, ei voida palvelun laatua pitää kovin hyvänä. Kun asiakas kokee jonkin asian hänelle erittäin tärkeäksi tai merkitykselliseksi, hän ei halua joustaa siihen liittyen. Jos asiakkaat ovat tottuneet yrityksen tuottamaan hyvään laatuun, voivat heidän odotuksensa nousta korkeallekin, joka vaikuttaa siten heidän näkemykseensä laadusta. (Ylikoski 2001, 120-123.)

3.4 Asiakassuhde

Asiakkaalla ja yrityksellä on asiakassuhde silloin, kun asiakas uskollisesti käyttää yrityksen palveluita ja yritys tukee asiakasta sen palveluiden käytössä. Asiakassuhteet eivät synny välittömästi, vaan ne syntyvät hitaasti vaiheissa. Hyvänä asiakassuhteena voidaan pitää sellaista, josta on hyötyä molemmille osallisille. Tällaisessa suhteessa molemmat haluavat myös olla varmoja, että yhteistyö jatkuu. (Ylikoski 2001, 178-179.)

Yritykset hyötyvät taloudellisesti pitkäaikaisista asiakassuhteista. Pitkäaikaiset asiakassuhteet vaikuttavat myös yrityksen kannattavuuteen. Vaikka asiakas käyttäisikin säännöllisesti yrityksen palveluita, ei se tee hänestä automaattisesti kannattavaa asiakasta. Ennen kuin asiakkaasta tulee yritykselle kannattava, voi siihen kulua useampi vuosi. (Ylikoski 2001, 180-181.)

Myös asiakkaat itse hyötyvät pitkäaikaisista asiakassuhteista tiettyyn yritykseen. Asiakas kokee turvallisuuden tunnetta siitä, että hän pystyy luottamaan hyvään palveluun ja että hänen ongelmatilanteensa ratkaistaan. Asiakkaat saavat psykologista hyötyä siitä, että he tietävät, mitä saavat, kun asioivat aina samassa paikassa. Sosiaalista hyötyä he saavat siitä, että henkilökunta tunnistaa heidät ja heidän välillään on yhteisymmärrys. Asiakkaat saavat myös taloudellisia hyötyjä, kun he saavat alennuksia tai kanta-asiakkaille tarkoitettuja tarjouksia. (Ylikoski 2001, 184-185.)

4 VERKKOKAUPPA YLEISESTI

Verkkokauppa tarkoittaa sitä, että yrityksellä on internet-sivusto, jossa yrityksessä myytävät tuotteet ja niiden tuotetiedot ovat kaikkien nähtävillä. Sivustolla tulee olla kerrottuna, miten tuotteen voi ostaa verkkokaupan kautta ilman, että asiakas joutuu asioimaan kivijalkaliikkeessä. Tehdystä tilauksesta on saatava tilausvahvistus. Mikäli asiakas joutuu tilausta tehdessään soittamaan kivijalkaliikkeeseen, ei voida sanoa, että yrityksellä on verkkokauppa. Myöskään asiakkaan ei pidä itse joutua lähettämään sähköpostiviestejä, mutta sähköposti myyjältä asiakkaalle, joka sisältää tilausvahvistuksen, on asianmukaista toimintaa. Verkkokaupan on siis oltava sellainen, että asiakas voi kotoa käsin tutustua ja tilata itsenäisesti tuotteet itsellensä. Verkkokaupassa on erilaisia tapoja ja sääntöjä kuin kivijalkaliikkeessä, ja jokaisen henkilökunnasta on oltava perillä näistä asioista, jotta oma verkkokauppa voi menestyä. (Vehmas 2008, 3-4.)

Onnistuakseen verkkokaupan toiminnassa on kiinnitettävä huomiota siihen, mitä verkkokaupan etusivulla näkyy. Uudet asiakkaat katselevat uutta palvelua noin 2-3 sekuntia ja sen jälkeen tekevät päätöksen siitä, jatkavatko sivuston tutkiskelua vai poistuvatko sivulta kokonaan. Verkkokaupan ensivaikutelmalla on siis suuri merkitys sen menestykseen. (Vehmas 2008, 32-33.)

4.1 Verkkokaupan kannattavuus

Verkkokaupan menestymistä mitataan realistisella liikevaihtotavoitteella. Jotta liikevaihdon tavoitteeseen voidaan päästä, on oltava tietty määrä asiakkaita. Asiakasmäärä edellyttää tiettyä määrää kävijöitä verkkokaupassa tai kävijämäärien kehitystä parempaan. Kun yritys pyrkii jatkuvasti kehittämään ja markkinoimaan verkkokauppaansa, voidaan odottaa sivustolla kävijöiden määrässä kasvua, joka taas useimmiten vaikuttaa ostavien asiakkaiden määrän kasvuun. Usein vain pieni osa niistä kävijöistä, jotka vierailevat verkkokaupassa, ostaa sieltä mitään. Tässä voidaan pitää syynä sitä, että verkossa ostojen tekemistä voidaan helposti siirtää seuraavaksi päiväksi tai vielä eteenpäin, sillä verkossa ostoksien tekeminen on helpompaa ja vaivattomampaa kuin kivijalkaliikkeessä vierailtaessa. (Vehmas 2008, 229.)

Verkkokaupan kannattavuus voidaan laskea kaavan mukaan. Kaavassa lasketaan saatu myyntikate tuotteista.

Myyntikate = Kävijät x Konversio x Keskiostos x Kate

Kävijät ovat niitä, jotka vierailevat verkkokaupassa. Konversio tarkoittaa sitä määrää kävijöistä, joka tekee ostoksen. Konversiosta voidaan laskea myös prosenttiosuus eli konversioprosentti. Keskiostos on kaikkien tehtyjen ostosten keskiarvo ja kate on se osuus, joka jää yritykselle kaikkien muuttuvien kulujen jälkeen. Kun verkkokaupasta on saatu myyntikate selville, voidaan laskea verkkokaupasta saatu voitto (Voitto = Myyntikate – Kiinteät kulut).

Verkkokaupalla on myös kuluja, joita kivijalkaliikkeellä ei välttämättä ole ja myös toisinpäin kivijalkaliikkeellä voi olla sellaisia kuluja, joita taas verkkokaupalla ei ole. Esimerkiksi kivijalkaliike saattaa sijaita sellaisella paikalla, jossa sen pitäminen voi aiheuttaa suuretkin kustannukset, kuten suuri vuokra. Verkkokaupan varaston sijainnilla ei taas ole välttämättä niin suurta merkitystä, ja sen voi tällöin sijoittaa sellaiseen paikkaan, jossa kulut ovat pienemmät. Joissakin tilanteissa verkkokaupan varasto saattaa myös sijaita kivijalkaliikkeen tiloissa, jolloin verkkokaupalle ei synny vuokramenoja laisinkaan. Verkkokaupasta postitettaessa syntyy kuitenkin kustannuksia, kuten esimerkiksi pakkausmateriaalit ja postitai muut toimituskulut. Tilauksen toimittamiseen ei myöskään kannata tuhjata kovin paljon aikaa, sillä tällöin yrityksen katteet jäävät pienemmiksi, kun työntekijöille on kuitenkin maksettava palkka työstään. (Lahtinen 2013, 36.)

4.2 Verkkokaupan säännökset

Verkkokaupoille on olemassa tiettyjä säädöksiä, joita sen on toiminnassaan noudatettava. Yksi verkkokaupan keskeisin laki on kuluttajansuojalaki, jossa laki on kuluttajan puolella. Verkkokauppaa pitäessä on huomioitava sekä markkinoinnin että hinnan ilmoitukseen liittyvät säännökset. Markkinointia rajoittaa laki sopimattomasta menettelystä elinkeinotoiminnassa. Henkilötietojen käsittelyssä on noudatettava henkilötietolaki ja jokaisen liikkeen- tai ammattitoimintaa harjoittavan on noudatettava kirjanpitolakia sekä maksaa veroja, jotka on määritelty verolaissa. (Lahtinen 2013, 87.)

Koska verkkokaupat joutuvat aina tallentamaan ihmisten henkilötietoja, kuten nimiä ja osoitteita, on niiden noudatettava henkilötietolaki. Henkilötietolain mukaan näiden tietojen kanssa on oltava erityisen huolellinen. Ihmisten henkilötietoja saa käsitellä vain sellaisissa tilanteissa, kun se on aiheellista ja yhteensopivaa yrityksen toiminnan kannalta. Henkilötiedot muodostavat yritykselle henkilökisterin. Kun yrityksellä on henkilökisteri, on sen lain mukaan luotava henkilökisteristä rekisteriseloste ja sen on oltava verkkokaupassa asiakkaiden luettavissa. Rekisteriselosteen tulee sisältää sen tahon nimi, joka ylläpitää rekisteriä, tietojen käsittelyn tarkoitus, kuvaus rekisteröityjen ryhmästä sekä niiden tiedoista ja

tietoryhmistä, kenelle tietoja luovutetaan tai siirretäänkö niitä mahdollisesti muualle Euroopan unionin alueella tai sen ulkopuolelle sekä kuvaus rekisterin suojauksen periaatteista. Kun verkkokaupassa käsitellään ihmisten henkilökohtaisia tietoja, esimerkiksi potilastietoja, on kiinnitettävä erityistä huomiota verkkokaupan tietosuojaan. (Lahtinen 2013, 97-98.)

4.3 Verkkokaupan asiakaspalvelu

Asiakkaat saa palaamaan verkkopalveluun yhä uudelleen, kun he ovat kanta-asiakkaita. Yritys voi saada kanta-asiakkaakseen henkilön, joka on saanut erityisen hyvää asiakaspalvelua verkkopalvelusta. Tilaus-ten jälkimarkkinoinnilla on suuri merkitys. Ennen paketin lähettämistä asiakkaalle olisi hyvä liittää mukaan ainakin kiitoskortti ja jokin esite muista tuotteista, alennuskuponki seuraavaa ostokertaa varten tai vaikka näyte jostakin tuotteesta, etenkin jos asiakas on tilannut jotakin kosmetiikkatuotetta. Asiakas tuntee itsensä tärkeäksi, kun häntä muistetaan henkilökohtaisesti. Myös lähetyspakkauksien ulkonäöllä on merkitystä, sillä siisti pakkaus antaa kuvan yrityksen ammattimaisuudesta. On huomioitava myös se, että mikäli yrityksellä on olemassa kanta-asiakasohjelma ja asiakas ostaa verkkopalvelun välityksellä, hänen on saatava samat edut kuin kivijalkaliikkeestä ostaessaan. (Lahtinen 2013, 238.)

Asiakaspalvelun on oltava helppoa verkkopalveluita käytettäessä. Useimmiten asiakas itse on yhteydessä verkkopalvelua tarjoavaan yritykseen ja asiakaspalvelun on tällöin tapahduttava nopeasti ja helposti. Asiakas voi ottaa yhteyttä yritykseen joko soittamalla, lähettämällä sähköpostia tai täyttämällä yhteydenottolomakkeen, kysymys-vastauspalstalla, sosiaalisessa mediassa tai Chat-palvelulla. Nopeimaksi ja helpoimmaksi usein koetaan sosiaalinen media tai Chat-palvelu, joihin olisi syytä panostaa. (Lahtinen 2013, 242-243.)

Reklamaatiotilanteet ovat usein sellaisia, jotka asiakas muistaa aina. Onkin syytä tarkastella tällaisia tilanteita huolella ja kiinnittää huomiota siihen, miten tällaisissa tilanteissa toimitaan. Reklamaatiotilanteet on osattava hoitaa oikein, sillä asiakkaan paluu yrityksen palveluihin voi olla niistä kiinni. Huonosti hoidettu reklamaatiotilanne ei luo asiakkaassa luottamusta vaan pikemminkin aiheuttaa epäluottamusta yritystä kohtaan. Kun tilanne on hyvin hoidettu, vaikuttaa se suoraan yrityksen myynteihin. Asiakas palaa takaisin sellaisen yrityksen palveluihin, jotka hoitavat myös reklamaatiotilanteet huolella. Huonosti hoidettu reklamaatio voi aiheuttaa yritykselle negatiivisen kuvan, kun asiakas puhuu huonosta kokemuksestaan muille. Mikään yritys ei toivo omalle kohdalleen tällaista. Asiakasta tulisi kiittää kaikista reklamaatioista, oli se sitten mitä hyvänsä ja lopuksi pahoitella tilannetta. (Lahtinen 2013, 243.)

4.4 Asiakkaiden johdattaminen yrityksen verkkopalveluun

Yritys saa parempia tuloksia asiakkaiden kiinnostuksen kohteista, kun se osallistaa asiakkaita kohti oman yrityksen verkon sisältöä. Tämän avulla yritys pystyy muokkaamaan omaa sisältöään asiakkaiden mieleiseksi. Silloin se palvelee ja sitouttaa sekä yritystä että asiakasta. Sen avulla yritys pystyy luomaan parempaa markkinointia verkossa. (Tanni & Keronen 2013, 35.)

Sitä, paljonko mahdollisia asiakkaita on tavoitettu, voidaan mitata verkossa sivujen klikkauksilla ja kävijämäärillä. Kun mahdollinen asiakas klikkaa julkaisun auki, on se todennäköisesti tehnyt asiakkaaseen vaikutuksen ja saanut hänet kiinnostumaan sisällöstä. Jos taas mahdollinen asiakas klikkaa julkaisun auki, jonka jälkeen hän vierailee sivustolla mutta poistuu saman tien, voidaan sitä pitää merkinä siitä, että sivusto ei jatku julkaisun jälkeen asiakkaalle kiinnostavana. Kun julkaisun ajankohta on oikea, sillä on suuri merkitys sivuston kävijämääriin. (Tanni & Keronen 2013, 43.)

Yrityksen sivustojen löydettävyyys eri hakukoneiden kautta on oltava mahdollisimman yksinkertaista. Hakuprosessin ollessa monimutkainen saattaa moni asiakas jättää etsimisen kesken, kun haluttua tulosta ei löydetä helposti. Yritys voi tehdä sivustonsa paremmin löydettäväksi, kun se on aktiivinen sosiaalisessa mediassa ja tuottaa paljon erilaista sisältöä. (Tanni & Keronen 2013, 76-79.)

Yrityksen osaamista arvostellaan sen mukaan, minkälaisia postauksia se tekee sosiaaliseen mediaan. Postauksissa kiinnitetään huomiota niiden sisältöön, onko ne tehty asiakasta varten ja onko tekijä todella ammattitaitoinen. Ulkoasuun ei kiinnitetä niin paljon huomiota, vaan tärkeintä on osaamisen esille tuominen. Asiakkaiden kokema hyvä asiakaskokemus saadaan siis verkossa hyvien sisältöjen avulla. (Tanni & Keronen 2013, 104-105.)

5 APTEEKIN VERKKOPALVELU

Apteekkien verkkokaupan toiminta poikkeaa muista verkkokaupoista hyvinkin paljon. Apteekkien etämyynnille eli lääkkeiden myynnille verkon kautta on myönnetty lupa vuonna 2011. Apteekkien verkkokaupasta ei puhuta verkkokauppa nimellä, vaan nimi on apteekin verkkopalvelu tai verkkoapteekki. Verkkokaupassa on kuitenkin noudatettava nimitystä apteekin verkkopalvelu. Apteekkien verkkopalvelua rajoittavat lääkelaki ja lääkeasetus sekä Fimean määräykset, ja näiden lisäksi niiden on noudatettava myös kuluttajansuojalaissa 6. luvussa olevia etämyynnin määräyksiä. Vaikka etämyynnissä on normaalisti kaupan peruuttamisoikeus, niin apteekin verkkopalvelussa tämä ei koske lääkkeitä eli lääkkeillä ei ole olemassa peruuttamis- tai palautusoikeutta. Apteekin verkkopalvelussa eri säännökset koskevat siis vain lääkkeiden myyntiä, eli vapaakaupan tuotteita eri säännökset eivät koske. (Lahtinen 2013, 101.)

Apteekin on saatava verkkoapteekin perustamista varten lupa Fimealta. Verkkoapteekista asiakas voi halutessaan tilata lääkkeitä ja apteekissa muita myytäviä tuotteita. Verkkoapteekista tilattavat tuotteet käsitellään samalla tavalla luottamuksellisesti kuin silloin, kun asiakas asioi fyysisesti apteekissa. Apteekilla on velvollisuus antaa lääkeneuvontaa myös verkossa tapahtuviin ostoihin, joten asiakkaan tulee itse valita sopivin yhteydenottotapa. Apteekki ei siis voi luovuttaa lääkkeitä eteenpäin asiakkaalle ennen kuin tarvittava lääkeneuvonta on annettu. (Apteekki 2021.)

Apteekkien verkkopalveluihin on erilaisia säädöksiä, joita on sekä kansallisessa että Euroopan unionin lainsäädännössä. Lainsäädännössä sanotaan, että säännökset koskevat sekä verkkopalveluita että erilaisia etäviestimiä. Etäviestimiä on esimerkiksi puhelin, posti ja tietoverkko sekä kaikki muut välineet, joiden avulla voidaan viestiä ilman, että molemmat tekijät ovat kasvokkain. Fimealla ei kuitenkaan ole oikeudellista valtaa hyväksyä etukäteen ja erikseen sovelluksia, koska sen tehtävänä on valvoa kaikkien apteekkien verkkopalveluita ja niiden toimintaa sekä muita välineitä, joilla apteekki tekee etämyyntiä. Tämä on yksi osa Fimean apteekkivalvontaa. (Fimea 2020b.)

Ennen verkkopalveluiden aloittamista apteekin on haettava kirjallisesti lupaa toimintaan Fimean sivuilta löytyvällä lomakkeella. Mikäli Fimea ei ole esittänyt lisäksymyksiä tai erikseen kieltänyt toiminnan aloittamista, voi toiminnan aloittaa, kun hakemuksen lähettämisestä on kulunut 60 päivää. Apteekin on kuitenkin ilmoitettava uudestaan Fimealle vielä, ennen kuin todellisuudessa aloittaa verkkopalvelunsa. (Fimea 2020b.)

Apteekin ylläpitämän verkkoapteekin internetsivuilla on oltava linkki, josta asiakas pääsee Fimean pitämään listaan Suomessa olevista verkkoapteekeista. Kun apteekilla on tämä linkki omassa verkkoapteekissaan, voi asiakas varmistua siitä, että juuri hänen valitsemansa verkkoapteekki toimii laillisesti. Linkki, josta pääsee Fimean pitämään listaan on tunnus, joka on lääkedirektiivin 85 c artiklan mukainen ja jota käytetään yhteisesti koko Euroopan Unionissa. Tässä linkissä/tunnuksessa on teksti ”Klikkaa varmistaaksesi, toimiiko verkkoapteekki laillisesti”. Tekstin vieressä on myös lisäksi Suomen lippu. Apteekin verkkopalvelutoiminnassa säädetään lääkelain lisäksi myös yleistä kuluttajansuojalakiä, joka koskee tuotteiden myyntiä etänä. (Finlex 2021a.)

5.1 Apteekin vastuu verkkopalvelussa

Apteekin verkkopalvelun toiminnasta vastaa aina apteekkari. Hän on vastuussa tiloista, laitteista ja välineistä sekä lääkevalikoimasta. Hän on myös vastuussa lääkkeiden oikeanlaisesta kuljetuksesta asiakkaille siihen asti, että asiakas on vastaanottanut toimituksen. Lääkkeiden toimittamisella apteekista tai verkkopalvelusta on samankaltaisia toimia, mutta verkosta lääkkeitä toimitettaessa on kuitenkin huomioitava siihen liittyvät edellytykset. (Pietiläinen & Suvanto 2021). On siis olemassa joitakin rajoituksia ja ehtoja, joita on noudatettava tiettyjen lääkevalmisteiden kohdalla. Apteekin verkkopalvelun toiminta on toteutettava apteekin tiloissa, kun taas muilla verkkopalveluilla ei ole tällaisia säännöksiä, ja tilojen on oltava sopivat sekä lääkkeiden myyntiin että niiden varastointiin. Jotta voidaan varmistua siitä, että lääkkeillä on oikeanlaiset säilytysolosuhteet, on apteekin valvottava tiloja sekä niistä on oltava olosuhdeseurantaraportit. Olosuhdeseurantaraportista käyvät ilmi apteekin tilojen lämpötilat sekä kosteuspitoisuudet. (Lahtinen 2013, 102.)

5.2 Verkkopalvelun lääkevalikoima

Jotta apteekki voi pitää verkkopalvelussaan jotakin tuotetta, on sen oltava varmasti tietoinen siitä, että juuri sen tuotteen kuuluminen ja myyminen verkkokaupasta on laillista kyseisessä maassa. (Finlex 2021b). Mikäli asiakas haluaa, apteekin on pystyttävä tarjoamaan hänelle tieto kaikista markkinoilla olevista lääkevalmisteista, niiden hinnoista ja toimitusajoista. Tällaisen voi toteuttaa esimerkiksi laittamalla verkkopalveluun linkin, josta asiakas pääsee itse tutustumaan Suomessa myytävien lääkkeiden tietokantaan. (Lahtinen 2013, 102.)

Reseptilääkkeiden ostaminen verkkoapteekista tapahtuu lähes samalla tavalla kuin normaalisti apteekista. Asiakas saa farmaseuttisen neuvonnan myös verkkoapteekista ostaessa. Farmaseutin on ennen lääkkeen luovuttamista olla varma siitä, että asiakas ymmärtää lääkkeen oikean ja turvallisen käytön, jotta hänelle määrätty lääkehoito onnistuisi. Farmaseuttisen henkilöstön on myös kerrottava asiakkaalle mahdollinen halvempi vaihtoehto hänelle määrätystä lääkkeestä. Halvempi vaihtoehto on samaa ainetta saman verran sisältävä ja biologisesti samanarvoinen valmiste, jolla voi olla eri valmistaja kuin lääkärin määräämällä valmisteella. Tällöin asiakkaalla itsellään on mahdollisuus vaikuttaa siihen, minkä lääkkeen hän loppujen lopuksi haluaa ostaa. Lääkevalmisteen vaihto edullisempaan vaihtoehtoon ei kuitenkaan onnistu siinä tapauksessa, että lääkkeen määrännyt lääkäri on kirjannut reseptiin vaihtokiellon. Vaihtokieltoja voidaan kirjata lääketieteellisellä tai hoidollisella perusteella. Vaihtoa ei myöskään suoriteta silloin, kun asiakas itse kieltää valmisteen vaihtamisen. (Finlex 2021b.)

Apteekeilla on myös velvollisuus tarjota asiakkaalle edullisinta vaihtoehtoa hänelle määrätystä reseptilääkkeestä, mikä tarkoittaa sitä, että apteekilla tulisi olla edullisin vaihtoehto varastossa. Mikäli tulee tilanne, jossa apteekilla ei ole varastossaan edullisinta vaihtoehtoa ja asiakas sen haluaa, on apteekin tilattava kyseinen valmiste asiakkaalle. Yleensä asiakas saa tilatun tuotteen jo seuraavaksi päiväksi, mutta esimerkiksi viikonloppuna tai pyhäpäivien aikaan toimitusaika voi olla pidempi. Apteekit eivät siis saa rajata valikoimiaan ainoastaan niihin valmisteisiin, joilla on korkeampi hinta. (Lahtinen 2013, 102–103.) Mikäli lääkäri on määrännyt asiakkaalle lääkevalmisteesta sellaisen pakkauskoon, jota ei ole markkinoilla, on apteekin jaettava pienimmästä mahdollisesta pakkauskoosta asiakkaalle kyseinen määrä lääkettä. Kun apteekki joutuu jakamaan lääkepakkauksesta asiakkaalle sopivan pakkauskoon, on siihen merkittävä kaikki sellaiset tiedot, jotka on merkitty myös siihen lääkepakkaukseen, josta jako tehdään. Näitä tietoja ovat lääkkeen oikea käyttö ja merkinnät lääkkeen säilytysolosuhteista. (Suvanto 2016.)

Apteekit eivät saa myöskään toiminnallaan verkkopalvelussa kannustaa tarpeettomaan lääkkeiden käyttöön. Apteekkarin tehtävänä on valvoa verkkopalvelusta myytävien lääkkeiden menekkiä sekä arvioida lääkevalikoiman sopivuutta ja puuttua väärinkäyttötilanteisiin, mikäli se on mahdollista. Nämä ovat kuitenkin arkipäivää jokapäiväisessä lääkemyynissä ja apteekin toiminnassa. (Lahtinen 2013, 102-103.)

5.3 Lääkkeiden luovutus, pakkaaminen ja kuljettaminen

Ennen kuin apteekki voi lähettää asiakkaalle hänen tilaamansa lääkkeen, on apteekissa lääkettä toimitettavan farmaseutin varmistettava, että asiakkaan tilaama lääkevalmiste on tilauksen mukainen ja siten oikea. Vuonna 2019 tuli voimaan asetus, jonka mukaan apteekin on varmistettava asiakkaalle luovutettava lääkevalmiste tämän QR-koodilla. Lääkepakkauksen sinettien on myös oltava virheettömät. Näillä tavoilla apteekki voi varmistua siitä, että pakkaus ei ole lääkeväärennös. Mikäli lääkepakkaus olisi väärennös, se aiheuttaisi virheilmoituksen eikä pakkausta tällöin saa luovuttaa apteekista asiakkaalle. Oikea lääkepakkaus merkitään järjestelmään apteekista luovutetuksi, kun se on varmennettu skannaamalla. (Elo 2018.)

Kun lääkepakkaus on tarkistettu ja skannattu lääkevarmennusjärjestelmään, apteekki voi luovuttaa pakkauksen asiakkaalle. Lääkkeet tulee pakata oikeanlaisesti ottaen huomioon niiden säilytysolosuhteet. Lähetyksestä ei saa myöskään ilmetä, että se sisältää lääkkeitä. Lääkkeen tilaajan ja vastaanottajan on pystyttävä varmistumaan siitä, että pakkausta ei ole avattu kuljetuksen aikana. Lähetyksen mukana on oltava myös ohjeteksti, joka kertoo vastaanottajalle, että valmistetta ei tule käyttää, mikäli pakkauksesta käy ilmi, että se on avattu kuljetuksen aikana, tuote on vahingoittunut, lämpötilapoikkeamia esiintyy tai pakkaus on muutoin virheellinen. (Lahtinen 2013, 103.)

Apteekin on luotava henkilökunnalle kirjallinen toimintaohje, jossa on kerrottu selkeästi ja ymmärrettävästi lääkkeiden pakkaaminen, kuljetus ja kuljetuksissa tapahtuvien mahdollisten poikkeamien käsittely. Mikäli tuotteella on jokin erityissäilytykseen vaikuttava ominaisuus, esimerkiksi se on jääkaapissa säilytettävä tuote, on se otettava huomioon pakkauksessa, ulkopakkaukseen liitettävissä merkinnöissä ja kuljetusjärjestelyissä. Jotta voidaan varmistua siitä, että kuljetusten lämpötilat ovat oikeat, voidaan kuljetusten mukana lähettää esimerkiksi lämpötilaseurantalaitteita, joiden avulla saadaan selville kuljetusten aikainen lämpötila. Helpointa ja taloudellisinta kuitenkin on jättää kylmäsäilytystä vaativat tuotteet pois apteekin verkkopalvelusta. Apteekin vastuu lääkkeiden oikeanlaisesta säilytyksestä raukeaa siinä vaiheessa, kun asiakas on vastaanottanut lääkkeensä. (Rajaniemi & von Bonsdorff-Nikander 2011). Apteekkari on vastuussa yhteistyökumppaneiden luotettavuudesta ja osaamisesta, joita käytetään lääkkeiden kuljetuksessa. Näiden yhteistyökumppaneiden kanssa on tehtävä kirjalliset sopimukset. (Lahtinen 2013, 103.)

5.4 Itsehoitolääkkeet, reseptilääkkeet ja lääkeneuvonta verkkopalvelussa

Kuten fyysisesti apteekissa asioivan asiakkaan, myös verkkopalvelua käyttävän asiakkaan on saatava farmaseutilta neuvontaa ja opastusta lääkkeiden oikeanlaisesta ja turvallisesta käytöstä. Farmaseutin tehtävä on myös varmistaa, ettei asiakkailla ole esteitä kyseisen lääkevalmisteen käytölle. Esteitä voivat olla jotkin tietyt sairaudet, allergiat tai lääkkeiden yhteisvaikutukset. Verkkopalvelussa asiakas voi itsehoitolääkkeitä ostaessa valita, haluaako neuvontaa vai ei. Etenemään ei kuitenkaan pääse, ennen kuin on vastannut kysymykseen kyllä tai ei. (Lahtinen 2013, 104.)

Mikäli epäillään, että lääkevalmiste tilataan väärinkäyttöä varten, on farmaseutin selvitettävä asianmukainen käyttö, ennen kuin apteekki voi lähettää tilauksen eteenpäin asiakkaalle. Asiakkaan saama lääkeneuvonta on järjestettävä puhelimitse tai sellaisella viestintätavalla, että se on tarpeeksi turvallinen eikä päädy ulkopuolisille. Sähköpostia ei voida käyttää lääkeneuvontaa varten. (Salonen & Hägg 2018.) Apteekin on myös tallennettava lääkeneuvontaa varten tehdyt yhteydenotot. (Lahtinen 2013, 105).

Reseptilääkkeitä voidaan toimittaa asiakkaille vain sähköisellä lääkemääräyksellä, joka on oltava sähköisestä lääkemääräyksestä annetun lain (61/2007) mukainen sähköinen lääkemääräys. (Rajaniemi & von Bonsdorff-Nikander). Tällöin asiakkaan on tunnistauduttava verkkopalveluun vahvaa tunnistautumista käyttäen, esimerkiksi verkkopankkitunnuksilla. Tämä vahvistaa apteekille sen, että asiakkaalla on oikeus tilata ja vastaanottaa lääkevalmiste. Kun verkkopalvelu haluaa käyttää tunnistautumismenetelmänä pankin verkkopankkitunnuksia, on siitä tehtävä sopimus jokaisen pankin kanssa erikseen. Tästä syntyy verkkopalvelun pitäjälle kustannuksia, sillä aloitusmaksu on pankista riippuen noin 100-200 euroa ja kuukausimaksu noin 15-25 euroa jokaisesta pankista. Myös tunnistautuminen maksaa noin 30–50 senttiä jokaista kertaa kohden. (Lahtinen 2013, 105.)

Kun lääkkeitä toimitetaan apteekin verkkopalvelusta, on noudatettava samoja säännöksiä kuin apteekista toimittaessa. Verkkopalvelusta ei voida toimittaa keskushermostoon vaikuttavia lääkkeitä kuin enintään pienimmän mahdollisen pakkauskoon. Säilytettäviä lääkemääräyksiä edellyttäviä lääkevalmisteita, kuten eläinlääke- tai huumausainereseptejä, ei voida toimittaa verkkopalvelusta. Apteekki ei myöskään voi toimittaa lääkettä eteenpäin asiakkaalle ennen kuin asiakkaaseen on otettu yhteyttä ja varmistettu lääkeneuvonnalla lääkkeen turvallinen käyttö. Kaikki yhteydenotot tulee tallentaa. Apteekin on oltava myös varma siitä, että reseptilääkkeen tilaaja on sama kuin lääkkeen vastaanottaja. (Lahtinen 2013, 106.)

5.5 Tietoturva apteekin verkkopalvelussa

Apteekin käyttämän verkkopalvelun tietoturvalle on tarkemmat vaatimukset kuin monelle muulle verkkopalvelulle. Apteekin on varmistuttava siitä, että ulkopuolisilla ei ole mahdollisuutta päästä käsiksi verkkopalvelua käyttävien asiakkaiden tietoihin. Kaikki apteekin verkkopalveluun liittyvä tietoliikenne on oltava suojattua, niin asiakkaan ja verkkopalvelun välillä kuin verkkopalvelun ja apteekin välillä. Kun mukana on jokin tekniseen toteutukseen osallistuva yhteistyökumppani, on heidän kanssaan tehtävä kirjallinen salassapitosopimus. Salassapitosopimus pitää sisällään kaiken asiakkaiden terveydentilasta ja lääkityksestä ja koskee jokaista yhteistyökumppania. Myös kaikki verkkopalveluun kirjautumiset on pystyttävä jäljittämään. (Lahtinen 2013, 106.)

6 KYSELYN TAUSTATIEDOT, SUUNNITTELU JA TOTEUTUS

Kokkolan Keskusapteekilla on aikaisemmin ollut käytössään verkkoapteekki, joka kuitenkin suljettiin vähäisen käytön vuoksi. Uusi verkkoapteekki avattiin koronan vuoksi pikaisella aikataululla vuonna 2020, ja asiakastyytyväisyyskyselyllä haluttiin varmistaa, että asiakkaat ovat tyytyväisiä uuteen verkkoapteekkiin. Verkkoapteekin asiakastyytyväisyyskysely toteutettiin alkuvuodesta 2022. Tutkimuksen tulokset antavat tärkeää tietoa yritykselle siitä, mitä mieltä asiakkaat ovat verkkoapteekista ja mitä siellä voitaisiin kehittää. Tutkimuksen tuloksia voidaan hyödyntää verkkoapteekin parantamiseen.

6.1 Tutkimusmenetelmät

Kvantitatiivinen tutkimus on määrällinen tutkimus, jossa selvitetään tarvittavia tietoja kysymysten avoimilla kysymyksillä tai kysymyksillä, joissa on valmiit vastausvaihtoehdot. (Kananen, 2008. 10, 25). Kvantitatiivisen tutkimuksen avulla saadaan vastaukset seuraaviin kysymyksiin: kuinka moni, kuinka paljon ja kuinka usein. Tarkoituksena on selittää, kuvata, kartoittaa, vertailla ja ennustaa asioita, kuten esimerkiksi palveluita ja niiden ominaisuuksia. (Vilka, 2007. 14-22.)

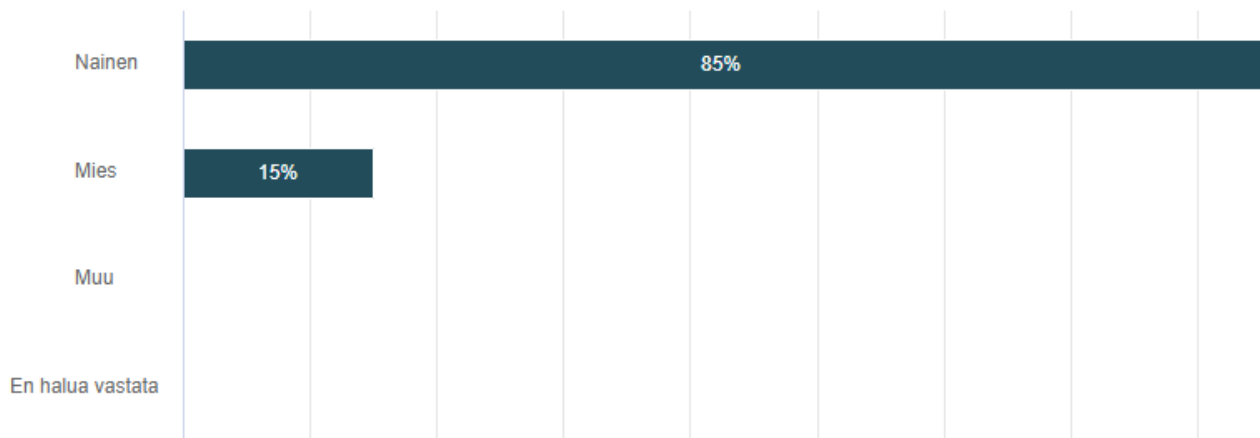
Määrällisen tutkimuksen voi toteuttaa kyselynä, jolloin kaikilta vastaajilta kysytään samat kysymykset samassa järjestyksessä. Kyselyä voidaan käyttää siinä tapauksessa, kun vastaajana on henkilö, jolta halutaan esimerkiksi saada mielipide johonkin asiaan liittyen. Kysely voidaan toteuttaa joko paikan päällä käsin tai internetin kautta. (Vilka, 2008. 28.)

Asiakastyytyväisyyskysely toteutettiin kvantitatiivisena tutkimusmenetelmänä, jossa asiakkaat arvioivat tyytyväisyyttään verkkoapteekkiin asteikolla 1-5 (1=huono, 2=tyydyttävä, 3=kohtalainen, 4=hyvä, 5=erinomainen). Aikaisemmin ei ole luotu asiakastyytyväisyyskyselyä verkkoapteekkiin, joten kysymykset räätälöitiin juuri tätä verkkoapteekkiä varten. Mahdollisuutta vertailla kyselyn tuloksia aiempiin kyselyihin ei siis ollut.

Kysely luotiin Webropol-työkalun avulla. Linkki kyselyyn oli Kokkolan Verkkoapteekin (www.kokkolanverkkoapteekki.fi) sivuilla sekä kyselyä mainostettiin apteekin omalla Facebook-kanavalla. Vastausaikaa kyselyyn oli hieman alle kaksi viikkoa.

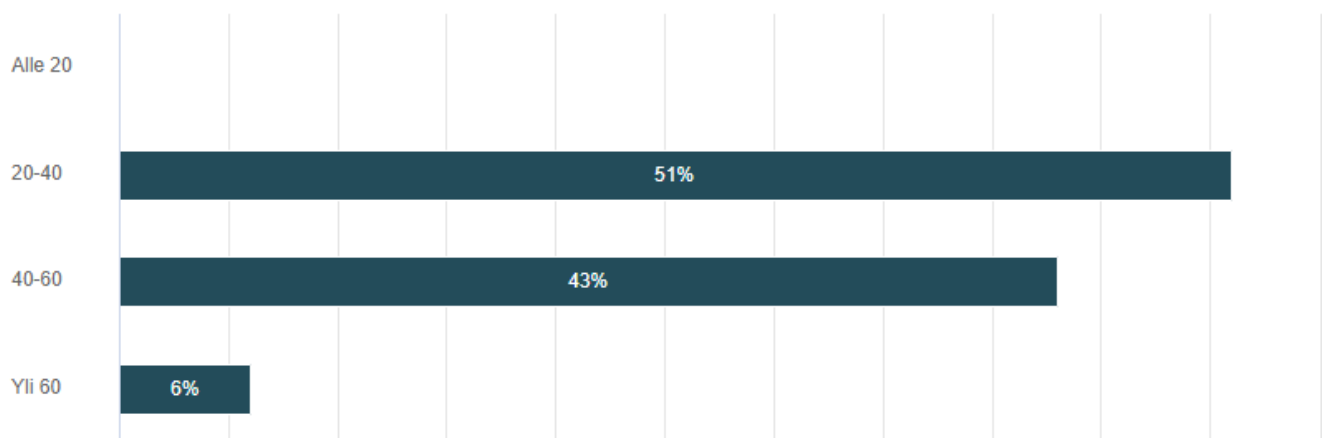
6.2 Kyselytutkimuksen tulokset

Kyselyyn vastasi yhteensä 36 henkilöä. Suurin osa vastaajista oli naisia.



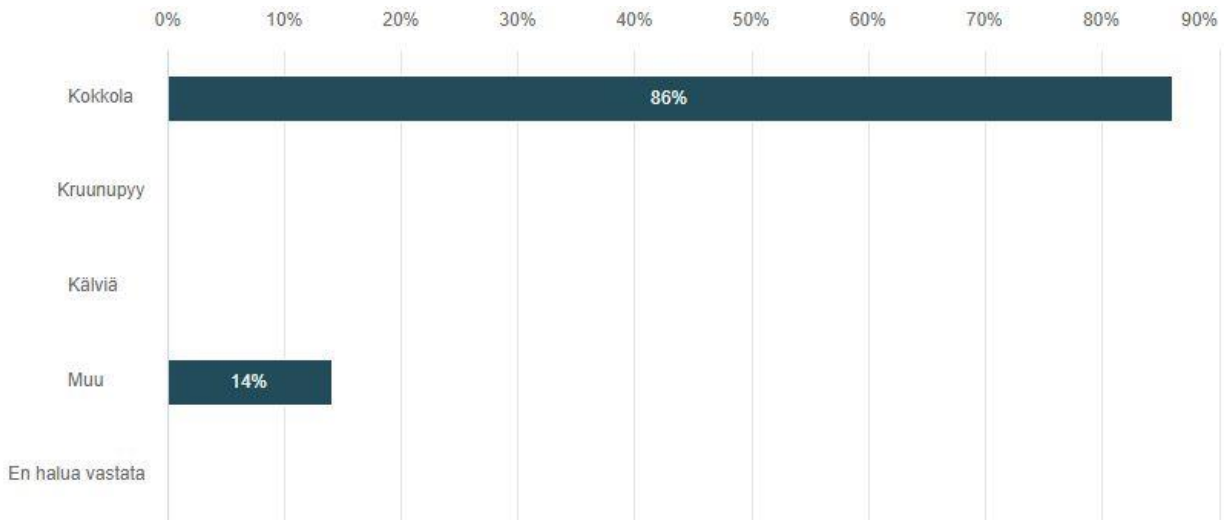
KUVIO 1. Vastaajien sukupuoli prosentteina.

Vastauksia saatiin eri ikäryhmistä, mutta yleisin ikäryhmä oli 20–40-vuotiaiden välillä (51 % vastaajista) sekä 40–60-vuotiaiden välillä (43 % vastaajista). Alle 20-vuotiaita vastaajia kyselylle ei ollut ja yli 60-vuotiaita oli vain 6 %. Kuviosta näkyy vastaajien ikäjakauma prosentteina.



KUVIO 2. Vastaajien ikäjakauma prosentteina.

Koska verkkoapteekki keskittyy pääsääntöisesti toimittamaan lääkkeitä Kokkolan alueelle, myös vastaajista suurin osa oli ilmoittanut paikkakunnakseen Kokkolan (86 %) ja muualla asuvia oli 14 %. Verkkoapteekissa ei ole toimitustapana postitusta, mikä selittää paikkakuntajakauman. Muualla asuvat eivät välttämättä ole edes tietoisia verkkoapteekista, sillä mainonta on kohdistunut Kokkolan alueen asukkaisiin.



KUVIO 3. Vastaajien paikkakunta prosentteina.

Verkkoapteekin ulkoasun selkeys oli vastaajien mukaan joko hyvä (67 %) tai erinomainen (22 %). Kohtalaisen arvosanan antoi 8 % vastaajista ja tyydyttävän 3 % vastaajista. Vastausten keskiarvo oli 4,1.

Verkkoapteekin käytettävyyden helppous sai enimmäkseen arvosanan hyvä (47 %) ja erinomainen (33 %). Kohtalaisen arvosanan antoi 24 % vastaajista ja tyydyttävän 6 % vastaajista. Vastausten keskiarvo oli 4,1.

Hintataso koettiin suurimmaksi osaksi joko hyväksi (50 %) tai kohtalaiseksi (36 %). Vain 8 % vastaajista oli sitä mieltä, että hintataso on erinomainen ja 6 % vastaajista koki hintatason tyydyttäväksi. Vastausten keskiarvo oli 3,6. Tässä kohtaa ei voida varmistua siitä, ovatko vastaajat olleet tyytymättömiä lääkkeiden hintoihin vai vapaakauppatuotteiden hintoihin. On vaikeaa tehdä päätelmiä näistä vastauksista. Lääkkeiden hinnat ovat samat jokaisessa apteekissa Suomessa.

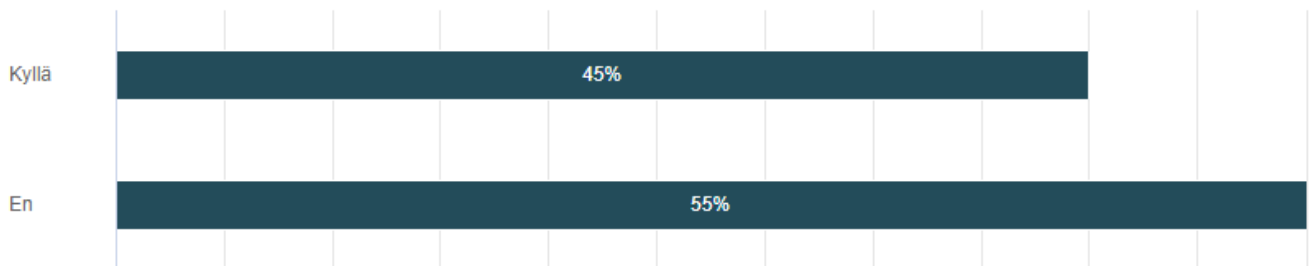
Yli puolet (53 %) vastaajista koki valikoiman monipuolisuuden olevan hyvä. Kaikkiaan 22 % vastaajista koki sen olevan erinomainen, 19 % vastaajista koki sen kohtalaiseksi ja 6 % vastaajista koki sen tyydyttäväksi. Vastausten keskiarvo oli 4. Koska vastaajilla oli mahdollisuus jättää avoin palaute, olisi ollut mukava kuulla, minkälaisia tuotteita he toivoisivat verkkoapteekin valikoimaan, jotta he voisivat olla hyvin tyytyväisiä valikoiman monipuolisuuteen.

Verkkoapteekin maksutavat koettiin erinomaiseksi 44 % vastaajan osalta, hyväksi 36 % vastaajan osalta, kohtalaiseksi 17 % vastaajan osalta ja tyydyttäväksi 3 % vastaajan osalta. Vastausten keskiarvo oli 4,2. Avoimissa palautteissa mainittiin, että maksutapana voisi olla esimerkiksi MobilePay.

Kyselyssä kysyttiin, saavatko asiakkaat tarpeeksi tietoa tuotteista ennen ostopäätöksen tekemistä. Yli puolet 58 % koki saavansa hyvin tietoa tuotteista. Vastaajista 33 % oli sitä mieltä, että tuotteista saa erinomaisesti tietoa ennen ostopäätöksen tekemistä. 8 % vastaajista oli sitä mieltä, että tietoa saa kohtalaisesti. Vastausten keskiarvo oli 4,2.

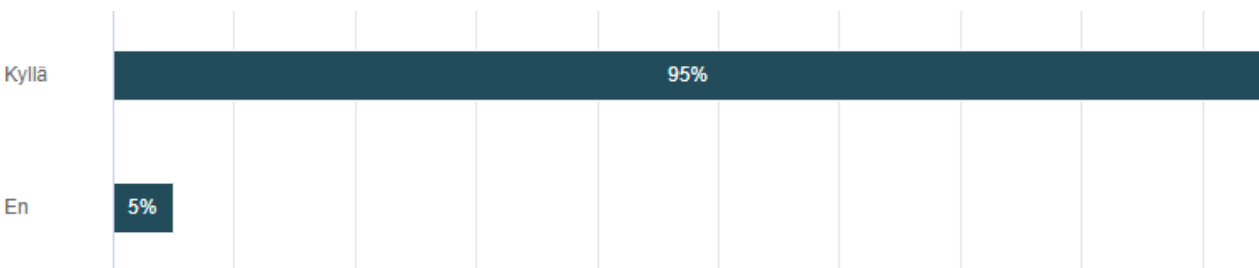
Tarkoituksena oli selvittää myös, ovatko asiakkaat tyytyväisiä verkkoapteekin toimitustapoihin. Tällä hetkellä verkkoapteekissa ei ole esimerkiksi postitusmahdollisuutta. Erinomaisen tuloksen vastasi 39 %, hyvän 47 %, kohtalaisen 11 % ja tyydyttävän 3 %. Vastausten keskiarvo oli 4. Kysymyksen vastaukset olisivat voineet olla erilaiset, mikäli kyselyyn olisi vastannut useampi Kokkolan alueen ulkopuolelta. Tällöin olisi voitu saada vastauksia esimerkiksi postitusmahdollisuuden toiveesta, jolloin voitaisiin tehdä päätöksiä sen lisäämisestä toimitustapoihin.

Alle puolet (45 %) vastaajista oli tehnyt aikaisemmin ostoksia verkkoapteekin kautta. Yli puolet (55 %) vastaajista puolestaan ei ollut tehnyt aikaisemmin ostoksia. Asiakastyytyväisyyskyselyllä oli siis positiivinen vaikutus siihen, että asiakkaat saivat tiedon verkkoapteekin olemassaolosta.



KUVIO 4. Ostoksia verkkoapteekin kautta tehneiden lukumäärä prosentteina.

Lähes jokainen vastaaja suosittelisi verkkoapteekkia ystävälleen.



KUVIO 5. Verkkoapteekkia suosittelevien lukumäärä prosentteina.

Kyselyyn saatiin myös muutama avoin palaute. Etenkin avoimia palautteita on hyvä miettiä verkkoapteekin kehittämisen kannalta.

Tarjoukset sähköpostiin ja esim. vitamiinipassi verkkoon.

MobilePay maksu.

Ulkoasu voisi olla nykyaikaisempi.

Hyvä vaihtoehto ostaa apteekkituotteita altistamatta itseään ja muita.

Reseptilääkkeiden tilaus oli hankalaa, kun reseptivapaita lääkkeitä ei voinut tilata samassa tilauksessa. Tilauksen sisällöstä en saanut tilausvahvistuksessa listaa, vaan maksu täytyi suorittaa luottaen, että tilaus meni oikein.

6.3 Johtopäätökset

Johtopäätöksenä voisi sanoa, että asiakkaat mahdollisesti toivoisivat postitusta toimitusvaihtoehdoksi. Asiakkaat voivat tilatessaan joko noutaa tilauksen suoraan apteekista tai apteekin noutoautomaatista. He voivat valita tilaukselle myös kotiinkuljetuksen lisämaksusta kantakaupungin alueella. Koska kukaan ei avoimessa palautteessa kuitenkaan toivonut postitusta, ei voida varmistua siitä, haluaisivatko Kokkolan alueella asuvat asiakkaat toimitustavaksi postitusta, kun kotiinkuljetukset suoritetaan vain kantakaupungin alueelle. Kukaan vastaajista ei myöskään antanut palautetta siitä, ovatko kotiinkuljetukset kantakaupungin alueelle sopivia vai pitäisikö kotiinkuljetuksen etäisyyttä harkita uudelleen, jotta myös kantakaupungin ulkopuolella asuvat voisivat hyötyä kotiinkuljetuksista.

Kokonaisarvosanaksi verkkoapteekista erinomaisen antoi 33 %, hyvän 53 %, kohtalaisen 11 % ja tyydyttävän 3 %. Johtopäätöksenä voidaan todeta, että asiakkaat ovat hyvin tyytyväisiä verkkoapteekin toimintaan pieniä ongelmakohtia lukuun ottamatta. Yksikään kyselyyn vastanneesta ei antanut missään kohdassa arvosanaa huono. Jotkin ongelmat ovat olleet tiedossa jo ennestään, ja kyselyn suorittamisen jälkeen toiveissa olisi, että ne saataisiin korjattua nopeasti.

6.4 Yhteenveto ja kehitysideat

Asiakastyytyväisyyskyselyn toteuttaminen onnistui suunnitellusti. Kyselyn avulla saatiin uutta tietoa asiakkaiden tyytyväisyydestä verkkoapteekkiä kohtaan sekä avoimia palautteita verkkoapteekista. Vastauksista saadaan selville, että asiakkaat ovat pääsääntöisesti hyvin tyytyväisiä verkkoapteekkiin. Vastaa-
taajien joukossa oli myös henkilöitä, jotka olivat tyytymättömiä verkkoapteekin toimintaan. Vastauksien mukaan verkkoapteekkiä pyritään kehittämään asiakkaille mieluiseksi ja sen toimintaa pyritään kehittämään niissä asioissa, missä vastauksia saatiin enemmän kohdissa kohtalainen ja tyydyttävä.

Kokonaisuutena opinnäytetyön tekeminen onnistui melko hyvin. Ajanhallinnan kanssa oli ajoittain hie-
man ongelmia, sillä olen työskennellyt kokoaikaisesti opinnäytetyötä tehdessäni. Ajanhallinnassa apua olisi ollut hyvin tehty suunnitelma siitä, milloin opinnäytetyötä on tarkoitus tehdä ja mikä on sen päivän tavoite.

Tiedossa on jo olemassa olevia ongelmia verkkoapteekin toiminnassa. Jatkossa voisin tutkia verkkoap-
teekin asiakastyytyväisyyttä uudelleen, kun ongelmakohtia on saatu paranneltua. Tällöin asiakastyyty-
väisyyskyselyn vastauksia voisi vertailla jo aikaisemmin luodun asiakastyytyväisyyskyselyn tuloksiin.

LÄHTEET

- Ahvenainen, P., Gylling, J. & Leino, S. 2017. *Viiden tähden asiakaskokemus*. Helsinki: Kauppamari.
- Apteekkariliitto. 2021. *Lääkkeiden hinnat ja korvaukset*. Saatavissa: <https://www.apteekkariliitto.fi/apteekkitieto/laakkeiden-hinnat-ja-korvaukset.html>. Viitattu 5.10.2021.
- Apteekki. 2021. *Verkkoapteekki*. Saatavissa: <https://www.apteekki.fi/apteekki-palvelut/apteen-verkkokauppa.html>. Viitattu 2.9.2021.
- Elo, E. 2018. *Apteekit valmiina varmennejärjestelmään – skanneri paljastaa lääkeväärennökset*. Saatavissa: <https://www.apteekkari.fi/uutiset/apteekit-valmiina-varmennejarjestelmaan-skanneri-paljastaa-laakevaarennokset.html?p1853=4>. Viitattu 12.10.2021.
- Farmasialiitto. 2021. *Proviisorit ja farmaseutit*. Saatavissa: <https://www.farmasialiitto.fi/tietoa-farmasian-alasta/proviisorit-ja-farmaseutit.html>. Viitattu 28.11.2021.
- Filenius, M. 2015. *Digitaalinen asiakaskokemus*. Jyväskylä: Docendo, 30, 2018.
- Fimea. 2020a. *Tietoa Fimeasta*. Saatavissa: https://www.fimea.fi/tietoa_fimeasta. Viitattu 1.11.2021.
- Fimea. 2020b. *Verkkopalvelutoiminta*. Saatavissa: <https://www.fimea.fi/apteekit/verkkopalvelutoiminta>. Viitattu 20.11.2021.
- Finlex. 2021a. *Kuluttajansuojalaki*. Saatavissa: <https://www.finlex.fi/fi/laki/ajantasa/1978/19780038#L6>. Viitattu 1.11.2021.
- Finlex. 2021b. *Lääkelaki*. Saatavissa: <https://www.finlex.fi/fi/laki/ajantasa/1987/19870395#V42>. Viitattu 4.10.2021.
- Hintalautakunta. 2020. *Toiminta ja organisaatio*. Saatavissa: <https://www.hila.fi/toiminta-ja-organisaatio/>. Viitattu 17.5.2022.
- Kalliokoski, A. & Pelkonen, L. 2016. *Lääkekorvausjärjestelmä ohjaa lääkkeiden määräämistä ja korvausmenoja*. Saatavissa: https://sic.fimea.fi/arkisto/2016/1_2016/jarkeva-laakehoito/laakekorvausjarjestelma-ohjaa-laakkeiden-maaraamista-ja-korvausmenoja. Viitattu 28.11.2021.
- Kananen, J. 2008. *Kvantti: Kvantitatiivinen tutkimus alusta loppuun*. Jyväskylän ammattikorkeakoulu.
- Kela. 2016a. *Alkuomavastuu*. Saatavissa: <https://www.kela.fi/alkuomavastuu>. Viitattu 1.11.2021.
- Kela. 2016b. *Lääkekorvauksen määrä*. Saatavissa: https://www.kela.fi/laakkeet_maara. Viitattu 3.11.2021.
- Kela. 2017a. *Erityiskorvaus*. Saatavissa: https://www.kela.fi/laakkeet-ja-laakekorvaukset_erityiskorvaus. Viitattu 3.11.2021.

- Kela. 2017b. *Viitehintajärjestelmään kuuluvat valmisteet*. Saatavissa: https://www.kela.fi/korvattavat-valmisteet_viitehintajarjestelma. Viitattu 1.11.2021.
- Kela. 2021a. *Kliiniset ravintovalmisteet*. Saatavissa: https://www.kela.fi/korvattavat-valmisteet_kliiniset-ravintovalmisteet. Viitattu 3.11.2021.
- Kela. 2021b. *Lääkekorvaukset*. Saatavissa: <https://www.kela.fi/laakkeet>. Viitattu 1.11.2021.
- Kokkolan Keskusapteekki. 2022a. *Kokkolan Keskusapteekki*. Saatavissa: <https://www.kokkolankeskusapteekki.fi/apteekkimme/>. Viitattu 17.5.2022.
- Kokkolan Keskusapteekki. 2022b. *Palvelut*. Saatavissa: <https://www.kokkolankeskusapteekki.fi/palvelut/>. Viitattu 17.5.2022.
- Kostiainen, E. 2021. *Apteekkilupa*. Saatavissa: <https://www.apteekkariliitto.fi/apteekkitieto/apteekkilupa.html>. Viitattu 28.10.2021.
- Lahtinen, T. 2013. *Verkkokaupan käsikirja*. Helsinki: Suomen Yrityskirjat Oy.
- Pietiläinen, J. & Suvanto, S. 2021. *Apteekin verkkopalvelun käynnistäminen vaatii paneutumista*. Saatavissa: https://sic.fimea.fi/arkisto/2021/3_2021/kehittyva-apteekkitoiminta/apteekin-verkkopalvelun-kaynnistaminen-vaatii-paneutumista. Viitattu 10.1.2022.
- Pöllänen, J. & Rope, T. 1998. *Asiakastytyväisyysjohtaminen*. Juva: WSOY.
- Rajaniemi, S. & von Bonsdorff-Nikander, A. 2011. *Apteekin verkkopalvelu*. Saatavissa: https://www.fimea.fi/documents/160140/743657/18533_Apteekin_verkkopalvelu_-maarays_2011-05-10.pdf. Viitattu 10.1.2022.
- Salonen, I. & Hägg, P. 2018. *Apteekkien verkkopalvelut – lääkkeiden toimittaminen ja lääkeneuvonta uudella aikakaudella*. Saatavissa: https://sic.fimea.fi/verkkolehdet/2018/3_2018/vain-verkossa/apteekkien-verkkopalvelut-laakkeiden-toimittaminen-ja-laakeneuvonta-uudella-aikakaudella. Viitattu 10.1.2022.
- Suvanto, S. 2016. *Lääkepakkaus on tarvittaessa jaettava apteekissa*. Saatavissa: <https://www.fimea.fi/-/laakepakkaus-on-tarvittaessa-jaettava-apteekissa>. Viitattu 10.1.2022.
- Tanni, K. & Keronen, K. 2013. *Johdata asiakkaasi verkkoon. Opas koukuttavan sisältöstrategian luomiseen*. Helsinki: Talentum.
- Vehmas, S. 2008. *Perusta menestyvä verkkokauppa*. Porvoo: WS Bookwell.
- Vilka, H. 2007. *Tutki ja mittaa: Määrällisen tutkimuksen perusteet*.
- Ylikoski, T. 2001. *Unohtuiko asiakas?*. toinen painos. Keuruu: Ky-Palvelu.

Kokkolan Keskusapteekin verkkoapteekin asiakastyytyväisyyskysely

1. Sukupuoli

- Nainen
- Mies
- Muu
- En halua vastata

2. Ikä

- Alle 20
- 20-40
- 40-60
- Yli 60

3. Asuinpaikkakunta

- Kokkola
- Kruunupyö
- Kälvä
- Muu
- En halua vastata

4. Kuinka selkeä verkkoapteekin ulkoasu on?



5. Kuinka helppoa verkkoapteekin käyttäminen on?



6. Onko verkkoapteekin hintataso sopiva?



7. Onko verkkoapteekin tuotevalikoima tarpeeksi monipuolinen?



8. Onko verkkoapteekklasa tarpeeksi vaihtoehtoja maksutavolle?



9. Saatto tarpeeksi tietoa tuotteista ennen ostopäätöstä?



10. Onko verkkoapteekissa tarpeeksi vaihtoehtoja toimitustavojille?



11. Oletko tehnyt ostoksia verkkoapteekissamme?

- Kyllä
 En

12. Suositteisitko verkkoapteekkiämme ystävilleesi?

- Kyllä
 En

13. Kokonaisarvosana verkkoapteekista, sen ulkoasusta ja toimivuudesta?



14. Miten kehittäisit verkkoapteekkiämme?

15. Jättämällä yhteystietosi osallistut 50€ lahjakortin arvontaan. Huomioithan, että lahjakortilla ei voi ostaa lääkkeitä. Yhteystietoja ei voi yhdistää vastaukseen ja niitä käytetään vain lahjakortin arvontaan.

Etunimi	<input type="text"/>
Sukunimi	<input type="text"/>
Matkapuhelin	<input type="text"/>