

Hei hyvinvointialueet, puuttuuko teiltä mittayksikkö?

25.8.2023

Taloustieteen isänäkin tunnettu Adam Smith (1723–1790) kirjoitti oivaltavasti siitä, miten ihmisen itsekkyys ohjaa itse kutakin tekemään sellaista mistä palkitaan. Markkinoiden näkymätön käsi ohjaa yrittäjän tarjoamaan sellaista, mitä asiakkaat haluavat ostaa, ja jättämään tarjonnasta sellaisen, josta ei asiakkaat eivät ole kiinnostuneita.

Tätä perustavanlaatuista oivallusta ei liene tänäkään päivänä korvattu paremmalla. Joukkoon mahtuu tietysti paljon yritystä ja erehdystä, mutta pohjimmiltaan näin se menee. Jos tuot tarjolle sellaista mitä halutaan, se käy kaupan.

Jospa oletetaan että tarjoajia on kaksi. Aapeli tarjoaa jalkahierontaa ja Peeveli samaten. Jos Aapelia ei tahdo tavoittaa, hieronta ei tunnu hyvältä, vaivat eivät helpota ja lisäksi vielä aikataulut jatkuvasti pettävät, Aapelin asiakkaat kääntyvät seuraavalla kerralla Peevelin puoleen. Peevelin kalenteri täyttyy ja taskut samaten.

Sama toimii suuremmassakin mittakaavassa. Ajatellaanpa vaikka Terveystaloa ja Mehiläistä. Kumpikin tarjoaa hyvinvointiin liittyviä palveluita. Jos Terveystalon yksityisasiakas ei ole kokemukseensa tyytyväinen, hän voi äänestää jaloillaan ja viedä rahansa seuraavalla kerralla Mehiläiseen. Ja päinvastoin.

Julkisen palvelun ja etenkin julkisen terveydenhuollon puolella näin ei tietenkään käy. Julkinen palvelu ei toimi markkinoilla. Sen eurot tulevat osin asiakkailta mutta vasta pitkän ja mutkikkaan välikäsien ketjun kautta.

Siksi julkiselta terveydenhuollolta puuttuu mittayksikkö asiakkaan kokemukselle.

Yksityisellä sektorilla eurot kertovat, onko asiakas tyytyväinen. Siksi yksityisen toimijan on pakko olla kiinnostunut asiakkaan kokemuksesta. Asiakkaan kokemus ratkaisee sen, tuleeko kassaan rahaa, jolla palkat

maksetaan. Niinpä jokainen työntekijä, esihenkilö ja johtaja on todella kiinnostunut siitä, lähteekö asiakas tyytyväisenä vai ei.

Kun terveydestä on puhe, hoitotulokset ovat luonnollisesti ykkösasia. Mutta niiden ohella on myös paljon muuta. Kuinka sujuvaa kaikki on? Huomioidaanko sinut? Onko yhteydenotto helppoa? Löytyykö tietoa, vastataanko kysymyksiin, kertooko joku mitä tehdä seuraavaksi?

Käytän ja kunnioitan julkisia terveyspalveluita. Siitä huolimatta – tai oikeastaan siksi – toivoisin, että niiden kehittämisessä otettaisiin käyttöön yhteismitallinen mittayksikkö asiakkaan kokemukselle: mittayksikkö, jolla olisi myös vaikutusta hyvinvointialueen kassavirtaan.

Voisiko euroja markkeeraamaan rakentaa vaikkapa ASiakkaan KIitoksen, ASKIn? Jokaisen asiakaskontaktin yhteydessä kysyttäisiin: Asteikolla yhdestä viiteen, olitko tyytyväinen saamaasi palveluun?

Jos tällaisen ASKI-laskennan tulos olisi jatkuvassa seurannassa palveluyksikön ja hyvinvointialueen tasolla, ja etenkin jos sillä koettaisiin olevan merkitystä tulevan rahoituksen kannalta, alkaisivat kannustimet sisäiseen kehittämiseen olla kohdillaan. Jokainen työntekijä, esihenkilö ja johtaja miettisi, miten asiat tehdään niin, että asiakas on tyytyväinen.

Silloin asiakkaankin aika ja vaiva olisi arvokasta.

Anmari Viljamaa
SeAMK*Tutkijayliopettaja. Ei tiedä terveydenhoidosta mitään mutta on puuhannut asiakaslähtöisen kehittämisen parissa erinäisiä vuosia. Tekstin inspiroi Ilkka-Pohjalaisessa 25.8.2023 ilmestynyt mielipidekirjoitus, joka kertoi varatun ajan perumiseen liittyneestä labyrintista.*