

Lääkeasioiden uudistus – viestintäsuunnitelma

Uudistuksen tavoitteena on parantaa lääkehuollon kustannustehokkuutta, varmistaa lääkitysturvallisuus ja -neuvonta sekä palveluiden sujuvuus, saatavuus ja saavutettavuus.

Lääkehuollon kokonaisuutta uudistetaan pitkäjänteisesti sosiaali- ja terveysministeriön raporttiin (2019:5) sisältyvän tiekartan mukaisesti. Uudistuksen valmistelu jakaantuu kolmeen poikkiallisen koordinaatioryhmän alla toimivaan jaokseen. Tiedotus- ja viestintätoimia kehitetään apteekkijaoksen, lääkehoidon tiedonhallinnan jaoksen sekä lääkehoidon ohjaus- ja rahoitusjaoksen työn etenemisen myötä.

Tiekartan tavoitteet toimivat pohjana viestinnän suunnittelulle.

Viestinnän tavoite on

- tukea hankkeen tavoitteita
- varmistaa sidosryhmien ja hallinnonalan oikea-aikainen tiedonkulku ja vuorovaikutus
- osallistaa ja sitouttaa sidosryhmiä uudistuksen valmisteluun
- rakentaa luottamusta viranomaisten toimintaan
- tiedon lisääminen ja luottamuksen vahvistaminen lääkehoidon sujuvuudesta, saatavuudesta ja yhdenvertaisuudesta
- varautua yhteiskunnallisesti keskustelua herättäviin aiheisiin

Viestinnän periaatteet

Viestinnän periaatteet linkittyvät viestinnän tavoitteisiin.

- Viestitään aktiivisesti, avoimesti, oikea-aikaisesti ja ymmärrettävästi.
- Avataan taustoja ja tehdään omaa työtä näkyväksi – luottamuksen lisääminen
- Mitä, milloin, kenelle, miten, missä? – sisältö, oikea-aikaisuus, kohderyhmän huomiointi, keinot ja kanavat valittu oikein

Ydinviestit

- erityisesti alan toimijat:
 - uudistuksen tavoitteiden kommunikointi: lääkkeiden järkevä käyttö, yhdenvertaisuus ja resurssien tarkoituksenmukainen kohdentaminen ja kustannusten hallinta, sekä tiedonhallinnan välineiden kehittäminen lääkehoidon toteuttamisessa tarvittavan tiedonvaihdon edistämiseksi
- erityisesti suuri yleisö:
 - lääkkeiden saatavuus ja saavutettavuus taataan (apteekkijärjestelmän uudistaminen)
 - rationaalisen lääkehoidon toteutuminen ja laajempien terveystieteiden näkökulmien merkitys kokonaisuudessa (yksilötason lääkehoidon mahdollisuudet suhteessa kansanterveydellisiin tavoitteisiin)

Viestinnän keskeisimmät kohderyhmät

- Alan ammattilaiset

- Sote-palvelunjärjestäjät
- Sote-palveluntuottajat (julkiset ja yksityiset), alan viranomaiset
- Lääkealan yritykset ja lääketeollisuus
- Suuri yleisö ja potilasjärjestöt, omaishoitajat
- Lääkealan vähittäiskaupan toimijat
- EU ja kv-yleisö ja kv-päätäjät
- Tutkijat, yliopistot
- Tietojärjestelmien toimittajat

Viestinnän keskeisimmät keinot

Keskeisimmät keinot ovat tiedote ja kolumni. Tiedote on tarkoitus julkaista jokaisen koordinaatioryhmän kokouksen jälkeen. Kolumnien avulla voidaan kertoa ajankohtaisista asioista ja avata työskentelyä laajemmin ja epävirallisemmin. Kolumnit sopivat esim. jaostojen työskentelystä kertomiseen.

Viestinnän keskeisimmät keinot ja kanavat lueteltuna

- STM:n kanavat, ulkoinen viestintä
 - verkkosivut (tiedote, uutinen, kolumni) + omat verkkosivut hankkeelle
 - somepostaus (lähinnä Twitter)
 - UKK:t eri kehittämiskokonaisuuksista
 - mahd. tiedotus-/ taustatilaisuus medialle
 - seminaarit ja työpajat sidosryhmille
- STM:n kanavat, sisäinen viestintä
 - Kampus-uutinen
- Muiden kanavat
 - sanomalehteen vastine/ mielipidekirjoitus/ vieraskynä
 - yhteistyössä sidosryhmien kanssa koordinoitusti viestityt asiat (esim. yhteistiedote, retweet jne.)