



Vipuvoimaa
EU:lta
2007-2013



KouvolaTM
KINNO | Kouvola Innovation Oy



Hyvinvointialan yrittäjäksi Kouvolassa

Ohjeita, opastusta
ja yhteystietoja
hyvinvointialan
yrittäjyyteen

Sisällysluettelo:

Alkusanat	3
Osa 1 APUA LIIKETOIMINNAN SUUNNITTELUUN.....	4
1 Mitä yrittäjyyteen tarvitaan?	4
2 Hyvinvointipalvelun liikeidea	4
3 Markkinatilanteen kartoitus.....	5
3.1 Kunta asiakkaana	5
3.2 Itse maksavat asiakkaat	6
3.3 Muut asiakasryhmät	7
4 Hinnoittelu ja kannattavuus	7
5 Hinta muodostuu markkinoilla.....	8
5.1 Kohderyhmän laajuus	9
5.2 Yrityksen koko	10
6 Yhteistyö on tuottavaa.....	11
6.1 Oletko oikeissa verkostoissa?	11
7 Rahoituslähteitä ja -neuvontaa	12
Osa 2: OMA JAKSAMINEN	13
Osa 3: MARKKINOINTI	13
8 Asiakaskohderyhmän tavoittaminen.....	14
9 Markkinointimateriaali.....	14

10	Palvelujen tuotteistaminen	15
Osa 4: SOSIAALI- JA TERVEYSALAN YRITTÄJYYDEN ERITYISPIIRTEISTÄ		16
11	Toimialan tulevaisuuden haasteet yrittäjälle.....	16
11.1	Palveluseteli	16
12	Yksityisten sosiaalipalvelujen valvonta.....	17
13	Yksityisen terveydenhuollon valvonta	17
14	Hyvinvointipalvelujen kilpailuttaminen kunnassa	17
15	Palveluiden arvonlisäverokohtelusta.....	18
15.1	Kotitalousvähennyskelpoisuus.....	18
16	Kirjallisuutta	19

Tämän sähköisen hyvinvointialan yrittäjyyttä tukevan oppaan kokoamisesta on vastannut Kaakkois-Suomen sosiaalialan osaamiskeskus Oy [Socomin](#) projektikoordinaattori, YTM Tiina Strandén. Opas on laadittu yhteistyössä Kouvolan kaupungin [sosiaalitoimen](#), [Kinnon](#) (Kouvola Innovation Oy) ja Kouvolan [TILTU-hankkeen](#) kanssa. Opas toimii parhaiten nettiversiona, sisältäähän se kymmenittäin hyödyllisiä linkityksiä erilaisten yrittäjän yhteistyökumppaneiden ja asiantuntijatahojen nettisivustoille.

Opas on osa [Kaakon SOTE-INTO 2 -osahankkeen](#) Socomilta tilaamaa sähköisen palveluhakemiston synnyttänyttä projektia, joka toteutettiin Kouvolaissa alkuvuodesta 2012. Sähköinen palveluhakemisto löytyy nettiosoitteesta www.hyvinvointiapu.fi.

Hakemiston yritykset ovat rekisteröityneet Kouvolan kaupungin sosiaalitoimen kumppaneiksi sosiaali- ja terveyspalvelujen tuottajina. Lisää tietoa kumppanuudesta, mm. [palveluseteliyrittäjäksi hakeutumisesta](#), löydät mm. Kouvolan kaupungin sivuilta.

Alkusanat

Yrittäminen on yrittämistä, oli se sitten kumisaappaiden valmistusta tai hyvinvointipalvelun tarjoamista. Loikka yrittäjyyteen vaatii aina sinnikästä tiedonhankintaa, huolellista suunnittelua, hyviä kontakteja ja riskinottoa.

Yleisenä yrittäjyyden tiedonhaun apuvälineenä ja yritystoiminnan suunnittelussa sinua auttavat Kouvola Innovation Oy, Kinno, joka on Kouvolan kaupungin omistama Kouvolan kehittämissyhtiö sekä [Yritystulkki-ohjelma](#). Kinnon yrityspalvelut palvelevat sekä kouvoolalaisia että iittiläisiä. Kinnon nettisivut löytyvät osoitteesta <http://www.kinno.fi/>

Opasvihkosemme täydentää Yritystulkkia ja muita yrittäjyyden perusteoksia. Hyvinvointialan yrittäjäksi aikoville suunnatussa Internet-pohjaisessa oppaassa käydään läpi alan toimintaympäristöön ja lainsäädäntöön liittyviä erityispiirteitä sekä tarjotaan hyödyllisiä yhteystietoja Kouvolan seudulle sijoittuvaa yritystoimintaa varten. Vihkosen työstämisessä on hyödynnetty erityisesti Keski-Pohjanmaan ammattikorkeakoulun ”Minäkö hyvinvointialan yrittäjäksi?” -opasta. Kyseistä julkaisua voi tilata netistä [tästä osoitteesta](#).

YRITTÄJÄN MUISTILISTA

- tee rehelliset laskelmat – ja käytä tämän oppaan neuvojen ohella mm. Kinnon yrityspalvelujen asiantuntemusta sekä Yritystulkin [laskelmapohjia](#) liiketoimintasi kannattavuuden laskemiseen
- puntaroi henkilökohtaiset ominaisuutesi ja ammattitaitosi: oletko kunnianhimoinen, sinnikäs ja stressinsietokykyinen?
- kypsyttele ytimekäs liikeidea ja laadi liiketoimintasuunnitelma
- selvitä markkinatilanne: kilpailijat ja asiakkaat
- mieti ja järjestä rahoitusta – mahdollisesti usealta taholta
- valitse Sinulle sopivin yritysmuoto
- valitse luotettava kirjanpitäjä yhteistyökumppaniksesi
- huolehdi vakuutusturvastasi

Osa 1 APUA LIKETOIMINNAN SUUNNITTELUUN

1 Mitä yrittäjyyteen tarvitaan?

Hyvinvointipalveluja tarjoavilla yrittäjillä on vankka alan ammattitaito ja osaaminen. Se auttaa ammatillisessa työssä menestymiseen, mutta yrittäjyyteen se ei yksin riitä. Yrityksen luotsaaminen vaatii hyvinvointialan yrittäjältä myös rohkeutta, yhteistyökykyä, ulospäin suuntautuneisuutta, sitkeyttä ja joustavuutta. Seuraavien yrittäjätestien avulla voit arvioida, olisiko sinusta yrittäjäksi: [Finnveran yrittäjätesti](http://www.yrittajatesti.fi) (www.yrittajatesti.fi)

Vantaan Uusyrityskeskuksen yrittäjätesti (www.vuyk.fi)

Muista, että testit antavat vain osiittaa yrittäjyysominaisuuksistasi. Yrittäjämäisestä persoonasta on apua, mutta yritystoiminnan onnistunut käynnistäminen vaatii sinulta ennen muuta määrätietoista paneutumista. Mieti, mahdollistaako elämäntilanteesi yrittäjyyden. Onko taloutesi kunnossa ja onko sinulla aikaa paneutua yritysasioiden hoitoon? Tukevatko läheisesi sinua tiellä yrittäjyyteen? Todennäköistä on, että yrittäjyys vie paljon enemmän aikaasi kuin arvaatkaan. Se täyttää helposti kalenterisi ja työllistää sinut aamusta iltaan.

Moni hyvinvointialan yritys suuntautuu hoivayrittäjyyteen. Hoivayrittäjyys, jos jokin, on ollut perinteisesti nais- ja pienyrittäjyyttä. Yrittäjän suurimpia haasteita on miettiä millaiseen johtajuuteen yrittäjänä olisi pyrittävä. Terveeseen arvopohjaan nojaava ammattiosaaminen on tavallisesti vankasti hyvinvointialan yrittäjän hallussa, mutta miten yhdistää arkiseen työn puskemiseen yrityksen ja ihmisten johtaminen? Pienyrittäjille johtajina usein tyypillistä myötäsytntyyistä vuorovaikutusellista johtamista sekä työyhteisön jäsenten tasavertaisuutta korostavaa johtamistyyliä ei välttämättä kannata vaihtaa uusimpiin johtamistrendeihin. Jämäkästä ja huolehtivasta johtamistavasta syntyy yrityksen vetovoima mm. haluttuna työpaikkana. Lisää aiheesta [Januksen artikkelista](#).

2 Hyvinvointipalvelun liikeidea

Sinulla on varmasti jo jonkinasteinen näkemys liiketoiminnastasi. Älä takerru ideaasi liikaa suunnitteluvaiheessa, sillä lopulta vain ja ainoastaan asiakkaat päättävät, mikä idea menestyy. Vaikka hyvinvointialan yrittäjyydessä usein korostuvat pehmeät arvot ja elämäntapamaisuus, ei se ole suojassa kilpailulta tai kaupallisuuden vaatimuksilta. Koeta asettautua ulkopuolisen tarkkailijan rooliin. Täyttääkö liikeideasi seuraavat kriteerit, jotka määrittelevät kaupallista hyödynnettävyyttä?

- Tuotteelle/palvelulle on määriteltävissä hinta, joka varmistaa toiminnan kannattavuuden
- Tuotteesta/palvelusta saatava hyöty on selkeästi viestittävässä
- Tuotteelle/palvelulle löytyy riittävästi maksukykyisiä ja -haluisia asiakkaita

Kysynnän arviointi on aina haastavaa. Varsinkin, jos ideasi on täysin uusi, ei kysyntää usein ole valmiiksi olemassa, vaan sinun on viestittävä palvelusi hyödyt kohderyhmälle ja luotava sille kysyntää. Monissa perinteisissä sosiaali- ja terveyspalveluissa todellinen kysyntä voi olla havaittuja tarpeita alhaisempi: asiakas saattaa periaatteessa tarvita tarjoamaasi palvelua, mutta ei ole kyvykäs tai halukas maksamaan siitä riittävästi hintaa. Tämän vuoksi pelkkään omaan arviointikykyyn ei kannata yksin luottaa, vaan on selvitettävä markkinatilannetta tarkemmin alalla jo toimivien yritys-

ten, yhteisöjen, julkisten toimijoiden, verkostojen ja potentiaalisten asiakkaiden kautta sekä hyödyntämällä yritysneuvonnan asiantuntemusta. Tällainen tilanne- ja tarvekartoitus antaa hyvän pohjan myös jatkossa yrityksen kehittämiseksi.

3 Markkinatilanteen kartoitus

Yritystoiminnan edellytykset täyttyvät, jos toiminta-alueella on riittävän suuri kohderyhmä, riittävä ostovoima ja tarvetta yksityisille palveluille. Hyvän yleiskäsityksen toimialasta, markkinoista ja tulevaisuuden kehityksestä saat työ- ja elinkeinoministeriön toimialaraporteista, jotka löytyvät osoitteesta www.temtoimialapalvelu.fi. Lue raportit paneutuvasti – toimialan tunteminen on yksi yrityksen menestyksen kulmakivistä. Ota yhteys Kinnon [yrityspalveluihin](#) – saat asiantuntevia neuvoja yrittäjäytesi alkutaipaleelle.

Tarkempaa alueellista aineistoa voit saada esimerkiksi maakunnallisesta, Kymenlaakson [hyvinvointistrategiasta](#) vuosille 2007–2015 tai Kaakkois-Suomen sosiaalialan osaamiskeskus Oy Socomin [julkaisuista](#). Vilkaise myös Socomin [hyvinvointiyrittäjyysivustoa](#) ja sivuston julkaisuja. Tutustu myös Kouvolan [TILTU-hankkeeseen](#), jota on toteutettu 1.1.2010 - 31.5.2012. TILTU on edistänyt kaupungin omaa palvelutuotantoa täydentävien palvelumuotojen ja yrittäjyyden syntymistä.

Kotiin tuotavien sosiaalihuollon palvelujen, hoivapalvelujen ja etenkin kotityöpalveluyrittäjien palvelujen tarjoamiseen on hyödyllistä tietoa, valmiita lomakkeita ja muuta markkinointiaineistoa koottu Elias-hankkeen sivustoille: www.elias.fi Kannattaa tutustua!

Markkinatilanteen kartoituksessa kannattaa keskittyä pääasiakaskohderyhmiin. Hyvinvointialan markkinoilta on löydettävissä monia erityyppisiä asiakasryhmiä, joiden ääripäissä on kulunsa kokonaan itse maksavat asiakkaat Kouvolan kaupungin kunta-asiakkaana. Näiden välimaastoon kuuluvat lisäksi muun muassa vakuutusyhtiöt ja KELA sekä palveluseteliä käyttävät asiakkaat. Asiakasryhmien sosiaali- ja terveystarpeiden tarpeet ovat varsin erilaiset. Seuraavissa kappaleissa on vihjeitä siihen, miten kohdeasiakasryhmän tarpeita voidaan kartoittaa.

3.1 Kunta asiakkaana

Mikäli uskot, että Kouvolan kaupunki on merkittävä asiakkaasi, selvitä vastauksia seuraaviin kysymyksiin jo suunnitelmavaiheen alussa:

- 1) Onko Kouvolan kaupungilla *tarvetta* liikeideasi mukaiselle suppealle erityispalvelulle, jota sen ei kannata itse tuottaa? (esim. erityisryhmien asumispalvelut)
- 2) Pystytkö tuottamaan palvelun *yksityisesti edullisemmin*? (esim. ateriapalvelukuljetukset)
- 3) Tarvitseeko kaupunki yksityisiltä *lisäkapasiteettia* kattamaan palveluntarpeen, johon liikeideasi liittyy? (esim. vanhusten asumispalvelut, kotipalvelut)

Oma arviosi ylläesitettyihin kysymyksiin ei yksin riitä, sillä asiakas päättää, keneltä ostaa ja mitä. Mikäli Kouvolan kaupunki on suunnitelmiesi mukaan yrityksesi tärkein asiakas, sinun on muotoiltava liikeideasi heitä kiinnostavaksi. Käytännössä tämä tarkoittaa usein liikeidean muotoilemista

hankintalain ohjeiden mukaisesti. Vaikka palvelun loppukäyttäjälle palvelusi erityislaatu olisi tärkeää, palvelun maksaja eli kunta ei painota valinnassaan erityislaatua vaan pääpaino on hankintojen kokonaistaloudellisuudessa, kuten hankintalaki edellyttää. Hankintalaista kerrotaan lisää oppaan sivulla 16.

Kun Kouvolan kaupunki on ensisijainen asiakaskohderyhmäsi, sinun on otettava jo suunnitelma- vaiheen alussa yhteys kyseisen palvelualan johtajiin ja otettava selkoa heidän toiveistaan. Tutustu myös kaupungin sosiaalipalvelujen [strategioihin](#). Ota myös huomioon kaupungin tarpeet tasata yksityisillä ostopalveluilla esim. ruuhkahuippuun. Miten takaat yrityksesi valmiudet ja kannattavuuden tilanteessa, jossa julkisen toimijan ostot ovat ajoittaisia?

Lisää tietoja ja kokemuksia voit lukea pienyrityksille tarkoitettua [kuntapalvelujen tuottamisen op- paasta](#) Internetistä. Sosiaali- ja terveysministeriö on pohtinut kilpailuttamisen pelisääntöjä myös vuoden 2012 helmikuussa julkaistussa [raportissaan](#), johon kannattaa siihenkin tutustua.

3.2 Itse maksavat asiakkaat

Kuntien ja sosiaali- ja terveystieteiden maksukyky on rajallinen, joten ne keskittyvät palveluntuotantonsa ja ostopalveluissaan lähinnä niihin peruspalveluihin, joista ne ovat järjestämisvastuussa. Itse maksaviin asiakkaisiin suunnattaessa palveluiden kirjo voi olla laajempi, sillä yksityisten asiakkaiden kulutustottumukset ja -tarpeet ovat yksilöllisiä. Lisäksi palvelusetelijärjestelmien laajetessa ja työeläkkeiden kasvaessa entistä suuremmalle joukolla kansalaisia tulee houkuttelevaksi käyttää lisää yksityisesti tuotettuja palveluja. Liiketoimintamahdollisuuksia lisää myös kulttuurinen muutos: ihmiset ovat aiempaa kriittisempiä palveluiden laadun suhteen ja suhtautuvat yksityisten hyvinvointipalveluiden ostamiseen aiempaa luontevammin.

Hoivapalvelujen osalta itse maksavien asiakkaiden maksuhalukkuuden ja -kyvykkyyden selvittäminen on erityisen tärkeää. Koska hoivapalveluissa on totuttu maksuttomuuteen tai alihinnoitteluun, törmätään palveluntarpeen arvioinnissa usein haluttomuuteen maksaa yksityisestä palvelusta sen tuottamisesta koituvaa tosiasiallista hintaa.

Asiakaspohjan suuruuden ja yksityisten asiakkaiden maksuhalukkuuden arvioimiseksi kannattaa ottaa yhteys mahdollisuuksien mukaan suoraan asiakaskohderyhmään tai sen kanssa toimiviin tahoihin. Mikäli kohderyhmä on hyvin tiukasti rajattavissa, voit myös lähettää esimerkiksi potilas-yhdistykseen kyselyn palveluiden käytöstä ja tarpeesta. Alla on joitain vinkkejä, mistä markkinatietoa voi etsiä.

Ikääntyneiden palvelutarpeesta ja -tarjonnasta osaa kertoa mm. Kouvolan kaupungin [seniori-opas](#) sekä palveluneuvontapiste Seniori-info – [Ikäsema](#), joka sijaitsee osoitteessa Torikatu 3, Hansakeskus, 2. kerros. Ikäsema on avoinna ma–pe klo 9–14.30, p. 020 615 8439. Ikääntyneiden palvelutarpeista ja valtakunnallisista tutkimushankkeista saa tietoa [Ikäinstituutin](#) sivuilta.

Järjestöjen yhteystietoja löydät sosiaali- ja terveysjärjestöjen tietopalvelusta: Järjestölinkkejä löytyy mm. sosiaali- ja terveystieteiden keskusjärjestöjen jäsenluetteloista:

Sosiaali- ja terveystieteiden keskusliitto: www.stkl.fi

Sosiaali- ja terveysjärjestöjen yhteistyöyhdistys YTY: www.sosteryty.fi

Terveyden edistämisen keskus: www.tekry.fi

Sosiaali- ja terveysalan yrittäjyydestä voi kysyä esimerkiksi alan kattojärjestön, Sosiaali- ja Terveysalan yrittäjät TESO ry:n kautta www.tesory.com tai suoraan alan paikallisilta yrityksiltä.

Usealla toimialalla kilpailijat koetaan uhkana eikä omista kokemuksista haluta kertoa aloittavalle yrittäjälle sanallakaan, mutta hyvinvointiala näyttäisi olevan poikkeus. Liiketoiminta perustuu niin paljon yrittäjän omaan näkemykseen ja persoonallisuuteen, että uusia tulokkaita ei välttämättä koeta uhkana. Kantapään kautta oppinut ja samat haasteet läpikäynyt yrittäjä kertoo yleensä mielellään kokemuksiaan ja näkemyksiään alan yrittäjyydestä. Mitä useampaan yrittäjään tutustut, sitä vahvemmaksi oma näkemyksesi muodostuu: kuinka juuri Sinun kannattaisi suunnitella yritys-toimintaasi ja toimia markkinoilla.

3.3 Muut asiakasryhmät

Myös vakuutusyhtiöt, KELA, toiset yritykset, yhdistykset, terveysjärjestöt tai säätiöt voivat muodostaa merkittävän asiakasryhmän, johon kannattaa ottaa jo yrityksen suunnitelmavaiheessa yhteyttä. Mitä paremmin asiakasryhmien tarpeet tuntee, sitä lennokkaamman lähdön yritystoiminnallesi saa. Markkinakartoitus jalostaa liikeidea markkinat huomioonottavamiksi. Suunnitelmien edetessä liikeidea alkaa konkretisoitua liiketoimintasuunnitelmaksi. Tässä vaiheessa hyvinvointialanyrittäjän kompastuskiviksi voivat nousta tietyt alan erityispiirteet.

4 Hinnoittelu ja kannattavuus

Liiketoiminnan kannattavuuden määrittäminen tuottaa ongelmia hoivapalveluyrityksille. Yrittäjien on vaikea hinnoitella omaa osaamistaan ja ammattitaitoaan tai asiakkaalle tuotettua hyötyä, sillä hyödyt ovat usein laadultaan sosiaalisia ja henkisiä. Kun tähän lisätään sosiaali- ja terveysalan arvopohja ja työn aliarvostus, on ymmärrettävää, että arvottaminen ei ole helppoa. Alan yritysten kannattavuusrajojen määrittely on ollut haparoivaa. Paras mittari onkin yrittäjän oma tavoitteenasettelu. Ammattitaitosi on vaatinut usein vuosien investoinnit. Älä myy sitä alihintaan!

Yrittäjien on myös todettu käyttävän palvelun hintaan nähden enemmän aikaa palvelun tuottamiseen, tekevän ilta-, yö- ja viikonlopputyön samalla hinnalla kuin arkena sekä venyttävän työaikaansa välttyäkseen hinnankorotuksilta. Älä kuitenkaan syyllisty myymään vapaa-aikaasi korvauksetta.

Kolmas tyypillinen kannattavuusongelma liittyy hallintotyön unohtamiseen laskelmista. Helposti unohtuu, kuinka paljon juokseviin asioihin, asiakkaiden välillä siirtymiseen, laskuttamiseen, kirjanpitoon ja markkinointiin menee aikaa. Älä perusta hinnoittelua siihen oletukseen, että voit tehdä ammattityötä 8 tuntia päivässä. Varsinkin kotipalveluita tuottavalla yrittäjällä siirtymiin ja juoksevien asioiden hoitoon kuluu helposti lähes puolet työpäivästä. Kaikki yrittäjän työn kustannukset on oltava asiakkailta perittävässä hinnoissa. Kaakkois-Suomen sosiaalialan osaamiskeskuksen hyvinvointiyrittäjyysprojektissa, vuosien 2009–2011 LEHTI-hankkeessa, toteutetun kotihoitoa tuottavien yritysten työajanseurantojen mukaan yrittäjän ajasta hieman yli 60 % menee asiakastyöhön, muu osa hallinointiin. Kuitenkin palkkaa olisi tarpeellista saada työajalta sataprosenttisesti.

Yrittämiseen liittyy myös ennakointi ja joustaminen. Asiakkaita voi yllättäen menehtyä tai muuttaa pois suuri määrä. Kaupunki voi päättää sijoittaa asiakkaat omaan yksikköön tai kilpailutuksen voit-

taneen toisen yrityksen hoteisiin. Riskit on huomioitava ja yrityksen rahavaroihin on rakennettava toiminnan aikana riittävä pahan päivän vara. Hetkellisen asiakaskadon tullessa yrityksellä pitää olla varaa toiminnan ylläpitämiseen ja markkinointiin. Erityisen hankala tilanne on yrittäjillä, jotka ovat yhden merkittävän julkisen asiakkaan varassa. Varaudu yllätyksiin ja pyri laajentamaan asiakaspohjaasi niin, ettei kaikki ole yhden kortin varassa.

5 Hinta muodostuu markkinoilla

Hyvinvointialalla hinnoittelua ei toisaalta voi tehdä vain laskelmalla ruokapöydän ääressä kaikki liiketoiminnan kustannukset ja ynnäämällä kustannuksiin haluttu kate. Todennäköistä on, että suunnittelemissa palveluista ja tuotteista on jo markkinoilla ja asiakaskohderyhmälläsi on muitakin vastaavia tai muuten saman tarpeen tyydyttäviä vaihtoehtoja valittavanaan. Tällöin sinun on selvitettävä, mitä muut yrittäjät vastaavasta palvelusta veloittavat. Oheisissa taulukoissa on osviittaa Kouvolan seutukunnan kanssa hintatasoltaan vertailukelpoisen Lappeenrannan seutukunnan hinnoista ja valtakunnallisista hinnoista. Luvut perustuvat vuosien 2010 ja 2011 hintatietoihin. Huomioi taulukkoa lukiessasi se, että hinnoittelukäytännöt ovat hyvin kirjavia. Osa yrittäjistä sisällyttää kaiken perushintaan, osa veloittaa lisäpalveluista erikseen. Nyrkkisääntö vuoden 2011 hintatasossa on, että alle 28 euron tuntihintaan (+ arvonlisävero) myytävä työ ei tuota riittävästi katetta hyvinvointiyrittäjälle.

Lappeenrannan seutukunta: kotipalvelut

Alin tuntihinta – ylin tuntihinta	Keskimääräinen tuntihinta	Mahdollisia muita kuluja, jotka eivät sisälly tuntihintaan
20 € - 32 €	27 € (valtakunnallinen keskihinta noin 30 € / tunti)	iltalisä 0 € - lauantailisä 0 € - sunnuntailisä 0 € - kilometrikorvaukset 0 € - aineet ja tarvikkeet 0 € -

Lappeenrannan seutukunta: kotisairaanhoido- ja hoivapalvelut

Alin tuntihinta – ylin tuntihinta	Keskimääräinen tuntihinta	Mahdollisia muita kuluja, jotka eivät sisälly tuntihintaan
22 € - 35 €	30 € (valtakunnallinen keskihinta noin 35 €)	iltalisä 0 € - lauantailisä 0 € - sunnuntailisä 0 € -

Tavallinen palveluasuminen

Alin kokonaisvuokra – ylin kokonaisvuokra kuukaudessa	Keskimääräinen kokonaisvuokra	Kuukausittainen perusmaksu alin hinta – ylin hinta (osalla vuokra sis. hintaan)	Mahdollisia muita kuluja, jotka eivät aina sisälly hintaan
222 € - 1554 € (Etelä-Suomen lääninhallitus 2009)	622 € (Etelä-Suomen lääninhallitus 2009) Alimpien mediaani 535 € (ka 950 €) Ylimpien mediaani 1575 € (ka 1372 €) (Yle 2009)	252 € - 2792 € (Etelä-Suomen lääninhallitus 2009) 97 € - 2311 € (Yle 2009)	Lääkkeenjako Kotipalvelut ja muu avustaminen Ateriat Asioiden hoito ja saattoapu

Tehostettu palveluasuminen

Alin kuukausimaksu – ylin kuukausimaksu	Keskimääräinen kuukausimaksu	Mahdollisia muita kuluja, jotka eivät aina sisälly hintaan
2055 € - 5065 € (Etelä-Suomen lääninhallitus 2009) 1468 € - 5370 € (Yle 2009)	3640 € (Etelä-Suomen lääninhallitus 2009) Alimpien mediaani 3000 € (ka 3007 €) (Yle 2009) Ylimpien mediaani 3531 € (ka 3444 €) (Yle 2009)	Kiinteistö Korkeampi hoitoluokka Lääkkeet ja lääkkeenjako Ateriat Asioiden hoito ja saattoapu Turvapuhelin Lääkäri- ja laboratoriokulut Sairaalamaksut ja saattoapu Hygieniatarvikkeet ja vaipat Henkilökohtainen vaatetus

5.1 Kohderyhmän laajuus

Aiemmassa kappaleessa todettiin, että yritystoiminnan kannattavuus edellyttää riittävää määrää maksukykyisiä ja -haluisia asiakkaita ja neuvottiin selvittämään asiakaspohjan suuruutta ja maksuhalukkuutta. Tässä kohtaa on helppo sortua varmistelemaan yritystoiminnan kannattavuutta

”kaikkea kaikille” -mentaliteetilla. Tämä johtaa helposti tilanteeseen, jossa kukaan ei koe tarjottua palvelua omakseen.

Yleispäteviä ohjeita kohderyhmän rajaamisen on mahdotonta antaa. Esimerkiksi maaseudulla palveluntarjontaa on kannattavuuden vuoksi usein pidettävä hyvin monipuolisena ja suunnattuna mahdollisimman monille, koska asiakaspohja on yksittäisen palvelun kohdalla suppea. Maantieteellinen etäisyys toimii tällöin luontevana rajaajana. Etenkin maaseudulla toimivan yrittäjän on tärkeää muistaa kuinka paljon siirtymiset asiakkaan luota toiselle vievät aikaa, mikä pitää ottaa huomioon paitsi työajan ja -reittien suunnittelussa myös palvelujen hinnoittelussa.

Kaupunkialueilla palveluntarvitsijoita ja -tarjoajia on usein lukuisia, joten yritys, jolla ei ole selkeää kohderyhmää, ei profiloidu mihinkään ja jää helposti väliinputoajaksi. Mieti siis tarkoin kohderyhmäsi. Tietyissä palveluissa kohderyhmä voi määräytyä asiakkaiden erityisten palveluntarpeiden mukaan. Oletko esimerkiksi siivouspalveluyrittäjä, joka tarjoaa siivouspalveluja kaikille siivouspalveluja tarvitseville vai nimenomaisesti tietyille erikoisryhmille – esimerkiksi ikääntyneille, jotka kaipaavat ammattitaitoista kotisiivousta? Kotisiivous edellyttää toisenlaisia palvelutaitoja kuin esimerkiksi toimitilasiivous. Asiakkaan kanssa on pystyttävä luomaan luottamuksellinen suhde.

Keskittyminen tiettyihin asiakasryhmiin ei tarkoita, että yrittäjän pitäisi kieltäytyä kohderyhmänsä ulkopuolisesta asiakkaasta, vaan sen tarkoitus on auttaa yrityksen imagon luomisessa ja markkinoinnin suunnittelussa. Markkinointiin on käytettävissä rajallisesti aikaa ja varoja, joten on tehokkaampaa kohdistaa markkinointipanostukset kunnolla yhteen, rajattuun asiakasryhmään kuin koettaa olla vähäisesti esillä siellä täällä.

5.2 Yrityksen koko

Iso osa kouvolaalaisistakin hyvinvointialan yrityksistä on yhden hengen yrityksiä. Pieni koko on haaste. Kaupungin kokoon ja voimavaroihin nähden pienen yrityksen neuvotteluvoima on alhainen ja uskottavuus häilyvä. Lisäksi suurehko sopimusasiakas voi pitää riskinä sitä, että palveluntuotanto on yhdestä ihmisestä kiinni. Erityisesti yksinyrittäjän täytyy laatia selkeä suunnitelma siitä, kuinka sairaustapaukset ja loma-ajat sijaistetaan.

Suunnitelmavaiheessa ei kannata myöskään hylätä ajatusta siitä, voisiko tuttavapiiristä tai yrittäjäkursseilta löytyä sopiva yrityskumppani. Jo kahden hengen yhteistyöllä saavutettavat edut voivat olla huomattavia, kun työnjako mahdollistuu, vastuu jakautuu ja kumppanit voivat joustaa tarpeen vaatiessa.

Perustettiin yritys sitten yksin tai yhdessä, on suunnitelmavaiheessa huomioitava liiketoiminnan tulevaisuus ja kasvu. Jo alkuvaiheessa voi luoda suunnitelmia tulevaisuudessa tapahtuvista uusien palvelujen tuottamisesta, yritysostoista tai verkostoista. Kun tiedostaa kasvumahdollisuudet ja niihin on varautunut, on helpompaa tunnistaa kasvun oikea paikka ja aika sekä tehdä tarvittavat toimenpiteet kasvun aikaansaamiseksi. Kasvusuunnitelman ei tarvitse eikä pidä olla kiveenhakattu, mutta pelkästään kirjoittamalla sen ylös, saa yritystoimintaan tavoitteellisuutta ja pitkäjänteisyyttä, mikä yleensä tarkoittaa myös korkeampaa kannattavuutta.

6 Yhteistyö on tuottavaa

Sosiaali- ja terveysalalla yritysten välinen yhteistyö on yksi toiminnan jatkuvuuden ja menestyksen kulmakivistä, sillä iso osa asiakkaalle tarjotuista palveluista tuotetaan yhteistyössä verkostoissa. Seuraavaan taulukkoon on koottu, mitä erilaisia yhteistyömuotoja yritys voi harjoittaa.

Yhteistyön muoto	Kuvaus
Alihankintayhteistyö	Alihankinnassa yritys hankkii jotain palvelua ulkopuoliselta palveluntuottajalta. Alihankintaa sanotaan myös ulkoistamiseksi. Perinteisesti yritys hankkii alihankintana sen oman osaamisalueen ulkopuolelle kuuluvia asioita (esim. siivous, internet-palvelut, kirjanpito jne.)
Hankintarengas	Hankintarenkaassa eri yritykset hankkivat yhteisesti jotain tuotetta tai palvelua. Hankintarengas on yleensä hyödyllinen, kun tilataan suuria määriä jotain tuotetta.
Yhteiset kehittämisprojektit	Joukko yrittäjiä voi toteuttaa yhteisiä kehittämisprojekteja uusien tuotteiden, palveluiden tai liiketoimintamallien kehittämiseksi esimerkiksi yhdistelemällä matkailua ja hyvinvointia. Projektit voivat tähdätä myös nykyisen tai tulevan yhteistoiminnan kehittämiseen.
Jälleenmyynti	Jälleenmyyntiyrityksessä yritys myy jonkin toisen yrityksen tuotteita tiettyä korvausta vastaan.
Franchising	Franchising-yrityksellä on oikeus käyttää valmista tavaramerkkiä ja valmiita menetelmiä harjoittamassaan yritystoiminnassa. Tästä oikeudesta yrittäjä suorittaa korvauksen tavaramerkin omistajalle.
Strategiset allianssit	Strategisella allianssilla tarkoitetaan ajallisesti pitkäjänteistä kumppanuussuhdetta, jossa yritykset toimivat erittäin läheisessä vuorovaikutussuhteessa. Allianssit tähtäävät esimerkiksi yhteisen tuotteen tai liiketoimintamallin kehittämiseen tai syvään osaamisen jakamiseen.

Yritysten kannattaa tehdä yhteistyötä ja olla verkostoissa, mutta kaikki yhteistyö ja verkostointi eivät kannata. Laatu korvaa määrän.

6.1 Oletko oikeissa verkostoissa?

Mieti, missä verkostoissa mukana oleminen antaa enemmän kuin ottaa. Älä yrittäjänä kuitenkaan rajaudu verkoston hyötyjä pohdittaessa vain nykyhetkeen, vaan ajattele pitkällä perspektiivillä, mitä voit verkostossa läsnäolon kautta saavuttaa. Tällaisia asioita voivat olla esimerkiksi

- muilta oppiminen

- palveluiden tuotanto verkoston kautta tai avulla
- näkyvyys
- henkinen tuki
- liiketoimintaan liittyvä tiedonsaanti
- taloudelliset hyödyt

Arvioi myös, minkä verran ajallisia, taloudellisia ja henkisiä voimavaroja verkostossa mukanaolo kuluttaa. Jo näiden kysymysten pohjalta voit hahmottaa, missä verkostoissa kannattaa olla mukana tai mihin verkostoihin kannattaa pyrkiä mukaan.

Verkosto ei ole valmiiksi katettu pöytä. Verkoston toimiminen tehokkaasti edellyttää mukanaolijoilta aktiivista otetta. Jäsenten on luotettava toisiinsa ja omattava yhteiset pelisäännöt ja tavoitteet. Roolien ja vastuiden tulee olla kaikille selvät. Tiedon on kuljettava.

Aktiivisimmat jäsenet hyötyvät verkostoista yleensä eniten. Moniammatillinen yhteistyö voi avata uusia yrittäjyyden mahdollisuuksia verkostoissa toimiville yrityksille.

7 Rahoituslähteitä ja -neuvontaa

Hyvinvointialan yrittäjän on hyvä kääntyä rahoituksen hankkimisessa oman seutunsa yrityspalvelujen puoleen. Kouvolalaisia palvelee seudun kehittämissyhtiö Kinno ja sen [yrityspalvelut](#). Yleisopas uuden yrityksen perustajalle löytyy tämän [linkin takaa](#).

Pankit luotottavat mielellään aloittelevia yrittäjiä, kunhan takaukset järjestyvät. Pitkä pankkisuhde auttaa usein lainasopimuksen solmimisessa, mutta pankkeja kannattaa myös kilpailuttaa yritysluottoa hakiessaan.

Yrittäjän starttirahoituksesta löytyy tietoa mm. [työvoimahallinnon sivulta](#). Finnvera myöntää mm. pien-, kehittämis- ja naisyrittäjälainoja. Lisätietoja näistä luototusvaihtoehdoista ja Finnveran rahoitusneuvonnasta saa mm. [Finnveran nettisivustolta](#).

[Yritys-Suomen nettisivuilla](#) kerrotaan myös aloittavan yrittäjän rahoitusvaihtoehdoista ja mm. starttirahoituksesta. Yritys-Suomella on aloitteleville yrityksille myös [puhelinneuvontaa](#).

Terveiden ja hyvinvoinnin laitoksen [rahoitussivuilta](#) voi käydä katsomassa millaisia rahoituslähteitä sosiaali- ja terveysalalla on ollut käytössä valtakunnallisesti. Sosiaali- ja terveyshankkeisiin voi tietyillä ehdoilla saada myös avustuksia, mm. Raha-automaattiyhdistykseltä.

Myös hyvinvointialalle on mahdollista saada hankerahoitusta, jossa yhdistyvät tavallisesti EU-rahoitus ja muu julkinen rahoitus (kunnat, valtio).

Suoraa yritystukea on mahdollista hakea [ELY-keskuksilta](#) lähinnä koneisiin, laitteisiin ja avainhenkilön palkkaukseen, mutta tällöin hankkeelta edellytetään mm. työllistävyyttä ja innovatiivisuutta.

Kaakkois-Suomen ELY-keskuksen rahoituslinjaukset löytyvät [täältä](#). Esim. maaseutuohjelmasta voi tietäen edellytyksin saada rahoitusta sosiaali- ja terveysalan mikroyritysten toimitilainvestointeihin harvaan asutulla maaseudulla. Myös maaseudun muita rahoitusinstrumentteja kannattaa hyödyntää. Niistä löydät lisätietoa [Pohjois-Kymen Kasvu ry:n](#) sivuilta.

Osa 2: OMA JAKSAMINEN

Yrittäjyys on tilaisuus toimia itse suunnitellulla tavalla, toteuttaa haaveita ja menestyä. Yrittäminen vaatii sitoutumista yrityksen toimintaan ja tavoitteisiin. Yrittämisen alkutaipaleella jaksaminen on yleensä hyvällä tasolla: yrittäjä on rakastunut yritykseensä, tekee työtä tauotta ja tulee vähällä rahalla toimeen. Alkuinnostuksen jälkeen toiminta vaihtuu arkiseksi aherrukseksi, jonka aikana toiminnan jatkuminen on turvattava. Tässä vaiheessa mahdolliset alun epärealistiset odotukset voivat tarkoittaa lopun alkua. Henkisen jaksamisenkin kannalta realistinen suunnittelu on tarpeen.

Myös hyvinvointialan ammattityö, jota usein vaivaa ajanpuute, omien auttamismahdollisuuksien rajallisuus, vaikeat asiakassuhteet ja raskaat työajat aiheuttavat henkisten voimavarojen kuormittamista eli stressiä.

Hyvinvointialalla yrittäjä kantaa vastuuta asiakkaiden elämäntilanteesta. Työ on raskasta, ellei voi pitää lomia tai viettää vapaa-aikaa. Hinnoittelussa ja muussa taloudellisessa suunnittelussa on varmistettava, että yrittäjälle jää riittävästi lomaa ja vapaa-aikaa palautumiseen. Työstä irrottaminen on eräs loppuun palamisen tärkeimpiä ehkäisykeinoja. Myös verkostojen kautta toteutetut sijaistamisjärjestelyt voivat auttaa omaa henkistä jaksamista.

Yrittäjän jaksamista helpottavat myös erilaiset yrittäjälle tarjotut palvelut ja koulutukset. Ne ehkäisevät loppuun palamista, antavat eväitä yrityksen kehittämiseen ja auttavat vertaistukiverkostojen synnyttämisessä.

Voit etsiä sopivia koulutuksia, info-tilaisuuksia ja kursseja Kouvolan seudulla esimerkiksi [Kinnon](#) ja Kaakkois-Suomen [ELY-keskuksen](#) koulutustarjonnasta. Myös Kymenlaakson [ammattikorkeakoulun](#) sosiaali- ja terveysalan tutkimus-, koulutus- ja kehittämishankkeet palvelevat yrittäjiä. Hyvinvointipalveluihin liittyvää koulutusta on tarjolla myös Kouvolan seudun [ammattiopistossa](#).

Pidä myös silmällä Kaakkois-Suomen sosiaalialan osaamiskeskus Socomin toimintaa (www.socom.fi). Socomilla on ajoittain käynnissä projekteja, jotka liittyvät yritystoiminnan kehittämiseen tai ammatillisen osaamisen lisäämiseen.

Osa 3: MARKKINOINTI

Markkinointia ei tule ajatella pelkkänä mainostamisena, vaan omasta toiminnasta tiedottamisena ja yhteistyösuhteiden luomisena. Markkinointi on tapa huolehtia siitä, että yrityksestä puhutaan hyvää. Sekin on markkinointia, että pyrkii luomaan yrityksestäsi myönteistä kuvaa paitsi asiakkaiden, niin myös rahoittajien ja yhteistyökumppaneiden silmissä. Yritystulkista löytyy markkinoinnin oppaita ja mm. kätevä työkirja.

Kun olet kaikessa toiminnassasi johdonmukainen ja luotettava, yrityksesi pysyy hyvämaineisena. Asiakaskeskeisellä hyvinvointialalla korostuu erityisesti luotettavuuden merkitys. Yrittäjän on tuotettava asiakkaalle luvatut hyödyt ja asiakkaalle ei saa jäädä toiminnasta epäselvää kuvaa. Älä lupaa mitään, mitä et voi luotettavasti tuottaa, niin asiakas kokee tulleensa palvelluksi. Pienelläkin panostuksella voidaan lisätä tunnettuutta ja saada uusia asiakkaita. Ole esillä paikallisesti ja jaa

riittävästi asiallista tietoa yrityksen toiminnasta ja tuotteista, jotta asiakkaat kiinnostuvat ja sitoutuvat palvelun ostoon.

8 Asiakaskohderyhmän tavoittaminen

Esilläolo kaikkialla ei ole tarpeen. Oleellisempaa on panostaa kohderyhmien tavoittamiseen ja henkilökohtaisiin kontakteihin. Tämä on aikaa vievää, mutta tehokas tapa markkinoida. Kattavampi vaihtoehto on yleismarkkinointi eri tiedotusvälineissä ja suoramarkkinointi kaikkiin kotitalouksiin, mutta tällainen kattavuus on kallista ja suurin osa markkinointipanostuksista suuntautuu tällöin ihmisille, jotka eivät ole lainkaan kiinnostuneita yrityksen palveluista.

Kun tunnet kohdeasiakasryhmäsi hyvin, tiedät, mistä ja miten heidät tavoittaa. Jos kohdeasiakasryhmällä on kontakteja kunnan henkilökunnan kanssa, on sinun tutustuttava heihin. Kunta tai sosiaali- ja terveystieteiden piiri on varovainen yritysten palvelujen suhteen eivätkä he voi suositella palvelua, joiden laadusta eivät ole varmoja. Suuntaa siis tiedotustoimintaa yrityksesi palvelutyön kannalta oikeisiin ihmisiin, joita voivat olla kotipalveluohjaajat, sosiaalityöntekijät, päiväkotien johtajat tai päivähoidon ohjaajat.

Mieti myös muita tahoja, jotka työskentelevät asiakaskohderyhmäsi kanssa: seurakuntia, järjestöjä, asukasyhdistyksiä, kylätoimikuntia jne.

9 Markkinointimateriaali

Sekä henkilökohtaisissa kontakteissa että konkreettisessa markkinointiaineistossa on huolehdittava siitä, että asiakkaalle annetut palvelusitoumukset ja lupaukset voidaan täyttää. Tämän vuoksi markkinointiaineiston tulee olla oman itsensä näköistä, jossa yrityksen palvelusta ja toiminnasta kerrotaan juuri sellaisena kuin se on. Näin vältetään ylimitoitettujen odotusten syntyminen ja pysytään vastaamaan asiakkaan odotuksiin. Markkinointisuunnitelman tekemiseen saat apua Yritystulkin [markkinoinnin ja myynnin sivuilta](#).

Nykytekniikka ja kopiokoneet mahdollistavat markkinointimateriaalin teon itse. Jos päädyt oma-toimiseen markkinointimateriaalin tekoon, käytä apunasi asiantuntijaa tai tuttua yrittäjää. He osaavat parhaiten arvioida, synnyttääkö materiaalisi halutunlaisia mielikuvia. Käytä markkinointibudjettisi varat materiaaliin, jota voit käyttää pitkän aikaa ja joka kertoo myös vaativalle asiakkaalle riittävästi yrityksen palveluista ja toiminnasta. Älä päädy ratkaisuihin, jotka eivät itseäsi miellytä. Kaiken materiaalin tulee olla sellaista, josta itse pidät.

Huomioi myös kohderyhmäsi tavat etsiä tietoa. Kasvavalle osalle asiakaskunnasta Internet on yksi tärkeimmistä tiedonlähteistä. Se on myös edullinen ja näkyvä markkinointiväylä, joten sitä kannattaa ehdottomasti hyödyntää. Internetissä on esimerkiksi helppokäyttöisiä kotisivunteko-ohjelmia, joilla saat itse luotua yrityksellesi sivut. Itse tekemällä ratkaiset myös päivitysongelmat. Hyvä vaihtoehto on myös kysyä paikallisista oppilaitoksista opiskelijoita, jotka voisivat harjoittelutyönään tehdä kotisivut tai teettää ne paikallisella ammattilaisella. Muista kuitenkin pyytää samalla opastusta sivujen päivittämiseen. Kotisivujen hyödyllisyys laskee asiakkaan näkökulmasta huomattavasti, mikäli siellä ei ole ajantasaisia palvelu-, yhteys-, tuote- ja hintatietoja.

Muista silti, että varmimmin nettimarkkinoinnissa rahasi hukkautuvat kaikenkarvaisissa, yrittäjälle maksullisissa nettihakemistoissa. Viisainta on kieltäytyä heti alkuunsa valtakunnallisista hakemistopalveluista, jottei joudu maksamaan turhasta tai päätyä pahimmillaan sinnikkäiden huijariyritysten epämääräisten perintätoimien kohteeksi. Kouvolan kaupungin valvomat sosiaali- ja terveystalvelujen tuottajat löytyvät luotettavasta Internet-hakemistosta, osoitteesta www.hyvinvointiapu.fi

10 Palvelujen tuotteistaminen

Markkinointiin kuuluu tiiviisti tuotteistaminen: yrityksesi tarjoaa palvelupaketteja, joiden sisältö ja kokonaishinta on oltava asiakkaalle helposti kerrottavissa. Asiakkaan yhteydenottokynnys on huomattavasti matalampi, jos kerrot esitteissäsi tai internet-sivuillasi esimerkkejä palvelutuotteista. Tuotteistaminen helpottaa myös hinnoittelua ja on tapa välttää väärinkäsityksiltä ja pettyneiltä asiakkailta.

Tuotteistamisella tarkoitetaan palvelun sisällön tarkempaa määrittelyä, kuvausta ja konkretisointia tekemisen tasolle. Tavoitteena on, että palvelu on toistettavissa hyvin samanlaisena. Eri-tyisesti kunnille palveluita tarjottaessa palvelun tuotteistamiseen on panostettava, sillä julkisen ostajan on tiedettävä palvelun tarkka sisältö ja palvelun eri osien kustannukset. Mikäli palvelut hankitaan kilpailutuksen kautta, tuotteistaminen on tehtävä tarjouspyynnön mukaisesti.

Tuotteistettava palvelu on yleensä yrityksen liiketoiminnan ydintä. Palvelulle laaditaan vaatimusmäärittely, jossa kuvataan, mitä vaatimuksia asiakas ja yritys palvelulle asettavat. Ydinpalvelun sisällön tulee olla asiakkaille selkeästi viestittävässä ja siihen tulee kuulua palvelun oleelliset ominaisuudet. Esimerkiksi vanhusten tehostetussa palveluasumisessa ydinpalveluun voisi kuulua hoito ja hoiva, lääkitseminen, ateriapalvelu, siivous ja vaatehuolto.

Ydinpalveluun eivät sisälly tukipalvelut, vaikka ne ovat ydinpalvelun käytettävyyden kannalta välttämättömiä. Palveluasumisen esimerkkiä jatkaen tukipalveluiksi voitaisiin luokitella esimerkiksi taloushallinto, raportointi ja muu yhteydenpito sidosryhmien välillä. Tukipalveluiden tunnistaminen on tärkeää, jotta kaikki palvelun tuottamisen resurssit ja työvaiheet selviävät ja kustannukset kyetään laskemaan ja siirtämään osaksi ydinpalveluiden hintaa. Yleensä palvelun tuotokuvaus ja perushinta muodostuu ydinpalvelun ja välttämättömien tukipalveluiden kustannusten kautta.

Tukipalveluiden lisäksi on olemassa lisäpalveluja, jotka voidaan myydä ja hinnoitella omana palveluna. Erottelemalla lisäpalvelut omiksi palveluiksi, asiakkaalle on helppo räätälöidä sopiva palvelupaketti ja laskea sille hinta. Myös asiakkaan on näin helpompi hahmottaa, mistä palvelujen kokonaisuudesta hinta muodostuu. Palveluasumisessa lisäpalveluiksi voidaan luokitella esimerkiksi asiakkaan raha-asioiden hoito, virkistyspäivät tai ylimääräiset ulkoilukerrat.

Tuotteistaminen on vahvasti kytköksissä kustannuslaskentaan. Huolella tehdyn tuotteistamisen avulla voit selvittää, mitä kunkin palvelun tuottaminen oikeasti maksaa. Näiden tietojen pohjalta voit suunnitella toimivan hinnoittelumallin ja havaita keinoja leikata kustannuksia.

Voit lukea tuotteistamisesta lisää esimerkiksi Tekesin oppaasta: Palvelujen tuotteistamisesta kilpailuetua, jonka löydät [Tekesin julkaisuarkistosta](#).

Käytä tuotteistuksen ja palvelukuvausten materiaalia sopimusten pohjana. Esimerkiksi kotityöpalveluyrittäjä voi hyödyntää Työtehoseuran tutkimuksen laatimaa yksityiskohtaista luetteloa siivouksen toimenpiteistä ja laatia niistä oman perussopimuksen ja sopimusmallin, jossa räätälöidään asiakkaalle palvelu. Listausta voi tilata (hinta 12,00) ja tietoja siitä löytyy [Työtehoseuran nettisivulta](#).

Osa 4: SOSIAALI- JA TERVEYSALAN YRITTÄJYYDEN ERITYISPIIRTEISTÄ

Seuraavissa kappaleissa käsitellään sosiaali- ja terveysalan yrittäjyyden haasteita ja säädöksiä, jotka yritystoiminnassa on huomioitava.

11 Toimialan tulevaisuuden haasteet yrittäjälle

Hyvinvointialan toimintaympäristö muuttuu jatkuvasti, joten yrittäjän tulisi olla jatkuvasti valppaana ja seurata muun muassa seuraavia ympäristön muutoksia:

- Vallitsevan ja tulevan palvelukysynnän määrä ja laatu
- Kuntien ja sosiaali- ja terveystieteiden osto- ja hankintastrategiat
- Asiakkaiden tarpeiden kehittyminen ja lisääntyminen
- Uusien teknologioiden mahdollisuudet
- Lainsäädännön muutokset
- Kilpailijoiden toimintamallit
- Alalla muodostuvat verkostot: tiivistyneessä kilpailussa pienten yritysten on kyettävä erikoistumaan ja tekemään moniammatillista yhteistyötä
- Tuotteistamisen kasvava merkitys: kunnat ja loppuasiakkaat haluavat entistä tarkemmin tietää palvelun sisällön ja mitä vastinetta he saavat rahoilleen
- Henkilökunnan osaamisen varmistaminen ja kehittäminen: alan keskeinen kilpailutekijä on henkilökunnan ammattitaito, pätevyys, asiantuntijuus ja asiakaslähtöisyys

11.1 Palveluseteli

Palveluseteli on tapa järjestää sosiaali- ja terveydenhuollon palveluja. Palveluseteli on Kouvolan kaupungin sitoumus maksaa yksityisen palveluntuottajan antamasta palvelusta tietty kaupungin päättämä osuus kustannuksista. Kaupunki myöntää palvelusetelin asiakkaalle palveluntarpeen arvioinnin perusteella ja asiakas voi valita palveluntuottajan piirin ylläpitämältä palveluseteliyrittäjälialta. Kouvolan kaupungin palvelusetelituottajaksi hakeudutaan kaupungin sosiaalitoimen kautta, ks. [infoa asiasta](#) kaupungin Internet-sivuilta. Palvelusetelilainsäädäntöön voit tutustua tarkemmin [sosiaali- ja terveysministeriön sivuilla](#).

12 Yksityisten sosiaalipalvelujen valvonta

Yksityisen palveluntuottajan, joka harjoittaa muuta kuin ympärivuorokautista sosiaalipalvelutoimintaa (esim. kotona annettava hoito ja hoiva, sosiaalipalveluiksi luettavat kotityöpalvelut, avustus ja asiointi), on tehtävä ennen toiminnan aloittamista, olennaista muuttamista ja lopettamista kirjallinen ilmoitus sille kunnalle, jossa palveluja annetaan. Kouvolassa palvelujaan tarjoavien on siis tehtävä ilmoitus Kouvolan kaupunkiin. Ilmoituksen vastaanottavat kaupungin [tilaajapäälliköt](#). Kaupungin antaman lausunnon perusteella asia menee vielä Etelä-Suomen aluehallintaviraston (AVI) käsittelyyn ja yritys päätyy valtakunnalliseen rekisteriin. Kotipalvelujen tukipalveluista (mm. siivous, kylvetys, lumenluonti, jne.) tehty ilmoitus jää kaupungin itsensä ylläpitämään rekisteriin eikä siitä mene ilmoitusta aluehallintovirastoon.

Ympärivuorokautista sosiaalipalvelutoimintaa tuottava yritys tarvitsee AVI:lta luvan ennen toiminnan aloittamista ja olennaista muuttamista. Kouvola kuuluu Etelä-Suomen aluehallintoviraston ja Kouvolan toimipisteen alueeseen. Ole hyvissä ajoin yhteydessä AVI:n tarkastajiin varmistaaksesi liiketoimintasi täyttävän kaikki vaaditut toimintaedellytykset esimerkiksi henkilöstön, tilojen ja sopimusten suhteen! Tarkempaa tietoa laatusuosituksista on STM:n sivuilla (www.stm.fi). Yhteystiedot AVI:in löydät osoitteesta www.avi.fi/yhteystiedot. Tärkeimmät säädökset ja lomakkeet löydät myös [Yritys-Suomi -palvelusta](#), Tutustu myös tiedostoon ”Luvan- ja ilmoituksenvaraiset sosiaalipalvelut” Socomin Hyvinvointiyrittäjyushankkeita esittelevän sivun [Ohjeistuksia-osiossa](#).

13 Yksityisen terveydenhuollon valvonta

Yksityisen terveydenhuollon toimijan on tunnettava terveydenhuoltoon liittyvät peruslait ja erityis-
lait, joista keskeisimmät ovat:

- laki yksityisestä terveydenhuollosta
- laki terveydenhuollon ammattihenkilöistä
- laki potilaan asemasta ja oikeuksista
- potilasvahinkolaki
- henkilötietolaki

Yksityisen terveydenhuollon valvontaa harjoittavat terveyslautakunnat tai vastaavat kunnalliset toimielimet sekä AVI, jonka yhteystiedot löytyvät osoitteesta www.avi.fi/yhteystiedot.

14 Hyvinvointipalvelujen kilpailuttaminen kunnassa

Hankintamenettelyjen sääntelyn tavoitteena on julkisten varojen tehokas käyttö, markkinoilla olevan kilpailun hyödyntäminen, ehdokkaiden ja tarjoajien tasapuolisen ja syrjimättömän kohtelun toteutuminen, julkisuus ja avoimuus sekä markkinoiden toiminnan edistäminen. Tämä tarkoittaa, että julkinen sektorin on velvollinen noudattava hankintalain säädöksiä kaikissa hankinnoissaan. Tutustu **erityisesti hankintaprosessiin** esimerkiksi Kuntaliiton www.hankinnat.fi -sivuston avulla. Myös kansalliset kynnsarvot alittavia palvelukokonaisuuksia tarjoavan yrittäjän kannattaa tutustua julkisen hankinnan periaatteisiin, mikäli tarjoaa palveluitaan julkiselle sektorille, sillä myös

pienhankintoja koskevat peruseriaatteet kilpailusta ja tasapuolisesta kohtelusta. Yksiköillä on omat hankintaohjeensa myös pienhankintoihin.

Terveystenhoito- ja sosiaalipalvelujen kansallinen kynnyksarvo on 50 000 euroa (Hankintalain 15 §). Tämän arvon ylittävät hankinnat tulee ilmoittaa HILMA-palvelussa www.hankintailmoitukset.fi. Löydät HILMA:sta myös aiemmat hankintailmoitukset joista voit tutkia aiempien tarjouspyyntöjen sisältöjä. Tiedonhankintaan Hilmasta auttavat sen [hakuohjeet](#).

Kun yrityksesi palveluita kilpailutetaan, on sinun oltava perehtynyt asiaan. Tarjouspyyntöasiakirjat liitteineen on luettava erittäin tarkkaan ja vastaamiseen on paneuduttava huolellisesti. Tutustu vähimmäisvaatimuksiin ja käytettyihin määrittelyihin. Hinnan määrittelyssä on oltava tarkkana. Yrityksen palvelutuotteen sisältö poikkeaa usein ostajan haluamasta, joten erittele palvelusi ostajan haluamalla tavalla. Tämä on melko helppoa, jos olet panostanut tuotteistamiseen.

15 Palveluiden arvonlisäverokohtelusta

Terveysten- ja sairaushoito sekä sosiaalihuolto ovat arvonlisäverottomia. Tarkempaa tietoa arvonlisäverollisuudesta löydät [verohallinnon ohjeista](#), jotka käsittelevät mm. terveyden- ja sairaushoidon arvonlisäverotusta. **Sosiaalihuoltopalvelujen** arvonlisäverotuksessa on huomattava, että palvelut voivat olla tavanomaista arkista apua, kuten siivousta, ruoanlaittoa, kylvetystä tai vaikka lumenluontia – ratkaisevaa on asiakkaan kunto (vammat, korkea ikä). Tällöin on tärkeää laatia asiakkaalle palvelusuunnitelma ja tehdä palveluista sopimus, jossa arvonlisäverottomuuden peruste todetaan. Tutustu sosiaalihuoltopalvelujen arvonlisäverottomuuteen [Eliksen](#) sivuilla.

Ota huomioon, että arvonlisäverottomuus on sidoksissa paitsi palvelujen luonteeseen, myös joissain palveluissa palvelujen tarjoajan koulutukseen. On eri asia hoitaako asiakkaan jalkoja itsenäisten ammattiharjoittajien rekisteriin merkitty jalkaterapeutti tai ammattitutkinnon suorittanut jalkojenhoitaja (joilla on laajempi terveysalan koulutus, jolloin toiminta on terveydenhoitoa) kuin jalkahoitaja (jolloin toiminta on arvonlisäverollista, koska koulutus kuuluu kauneushoidon alaan).

Verohallinto saa kaikki tarvitsemansa tiedot, kun täytät yrityksen perustamisilmoituksen (ns. Y-lomake). Lomake löytyy netistä osoitteesta www.ytj.fi. Verohallinnon toimipisteet auttavat perustamisilmoituksen täyttämässä. Tiedustele tuleeko sinut liiketoimintasi perusteella merkitä arvonlisäverovelvollisten rekisteriin, ennakkoperintärekisteriin tai työnantajarekisteriin ja mitä velvoitteita nämä rekisteröinnit sinulle tuova.

Kausiveroilmoituksen täyttämiseen saa apua valtakunnallisesta verotilin neuvontanumerosta 020 697 056. Verohallinnon toimipisteiden yhteystiedot löytyvät omasta [nettiosoitteestaan](#).

15.1 Kotitalousvähennyskelpoisuus

Mikäli palvelusi ovat kotitalousvähennyskelpoisia, muista mainita se markkinoidessasi palveluita. Voit myös tehdä asiakkaille valmiin ohjeen kotitalousvähennyksestä ja tarjoutua auttamaan ilman

lisämaksua säännöllistä asiakasta kotitalousvähennyksen hakemisessa. Tämä voi olla ratkaiseva tekijä palvelusopimuksen synnyssä.

Yksityinen henkilö voi vähentää verotuksessaan monien kotitalouteensa liittyvien palvelujen kustannuksia, (ks. verohallinnon [sivut](#)). Jos työn tekee yritys, on vähennys 60 % laskusta ilmenevästä työn osuudesta eli työkorvauksesta. Yrityksen on oltava ennakkoperintäkisterissä! Kotitalousvähennys on vuodesta 2012 alkaen ollut enintään 2000 euroa vuodessa. Vähennykseen oikeuttaa tavanomainen kotitalous-, hoiva- ja hoitotyö sekä asunnon kunnossapito- ja perusparannustyö.

16 Kirjallisuutta

Hoivayrittäjyydestä kirjoittaa Satu Ahlman kirjassaan ”Hoivayrittäjyys käytännönläheisesti”. Vuonna 2011 julkaistu kirja kertoo alan yrittäjyydestä 2010-luvun Suomessa ja siinä on neuvoja myös aloitteleville yrityksille, esittely: www.kauppakamarikauppa.fi

Sari Rissasen ja Sirkka Sinkkosen vuonna 2004 julkaistun ”Hoivayrittäjyys”-kirjan pääpaino on koti- ja päivähoidon sekä asumispalvelujen yrittäjyydessä, esittely: <https://www.ps-kustannus.fi/tuote/900018561.html>

Keski-Pohjanmaan ammattikorkeakoulun ”Minäkö hyvinvointialan yrittäjäksi?” -opas, tilauksiin [tästä](#).

Muut tämän oppaan lähteet:

Åkerblad, Leena 2009: Hoivayrittäjän arki: lämpöä, puhtautta, johtamista. Janus vol 17 (4) 2009, sivut 313-328 http://www.sosiaalipoliittinenyhdystys.fi/janus/0409/4_2009_akerblad.pdf

Opas kuntapalveluja tuottavalle yrittäjälle:

<http://hosted.kuntaliitto.fi/intra/julkaisut/pdf/p20100225100548009.pdf>

Verohallinnon Internet-sivut osoitteessa www.vero.fi

Niskanen, Hanna 2009: [Aloittavien](#) hyvinvointialan yrittäjien yrityspalveluprosessien asiakaslähtöinen kehittäminen Etelä-Karjalassa, pro gradu -tutkielma, Lappeenrannan teknillinen yliopisto, kauppatieteiden tiedekunta, johtaminen ja orgaanisaatiot -pääaine.

Laitinen, Sari 2008: [Tapaustutkimus](#) hoivayrittäjistä, yritysten toiminnan esteistä ja kehittämistarpeista Sisä-Savossa, pro gradu -tutkielma, Kuopion yliopisto, paikallistalouksien kehittämisen koulutusohjelma, yrittäjyyden pääaine.