

Hyvinvointialan yrittäjäksi Etelä-Kymenlaaksossa

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	6
4 Hinnoittelu ja kannattavuus	7
5 Hinta muodostuu markkinoilla.....	7
5.1 Kohderyhmän laajuus	7
5.2 Yrityksen koko	8
6 Yhteistyö on tuottavaa	8
6.1 Oletko oikeissa verkostoissa?	9
7 Rahoituslähteitä ja -neuvontaa	9
8 Omat voimavarat	10
9 Markkinointi.....	10
9.1 Asiakaskohderyhmän tavoittaminen	11
9.2 Markkinointimateriaali.....	11
9.3 Palvelujen tuotteistaminen.....	12
Osa 2: SOSIAALI- JA TERVEYSALAN YRITTÄJYYDEN ERITYISPIIRTEISTÄ.....	13
10 Toimialan tulevaisuuden haasteet yrittäjälle	13
10.1 Palveluseteli	13

11	Yksityisten sosiaalipalvelujen valvonta.....	14
12	Yksityisen terveydenhuollon valvonta.....	14
13	Hyvinvointipalvelujen kilpailuttaminen kunnassa.....	14
14	Palveluiden arvonlisäverokohtelusta	15
14.1	Kotitalousvähennyskelpoisuus.....	15
15	Lähteitä.....	Virhe. Kirjanmerkkiä ei ole määritetty.

Kaakon SOTE-INTO 2 -Etelä-Kymenlaakson osahankkeessa on tehty sähköinen palveluhakemisto ja yrittäjä-opas. Sähköinen palveluhakemisto löytyy nettiosoitteesta <http://www.kaakonpalvelukartta.fi> Hakemiston yritykset ovat rekisteröityneet Etelä- Kymenlaakson sosiaali- ja terveystalvelujen tai tukipalvelujen tuottajiksi.

Tämän sähköisen hyvinvointialan yrittäjyyttä tukevan oppaan kokoamisesta on vastannut Kaakkois-Suomen sosiaalialan osaamiskeskus Oy [Socomin](#) projektikoordinaattori, YTM Tiina Strandén. Opas toimii parhaiten nettiversiona, sisältään se kymmenittäin hyödyllisiä linkityksiä erilaisten yrittäjän yhteistyökumppaneiden ja [asiantuntijatahojen nettisivustoille](#).

Alkusanat

Yrittäjyys vaatii aina sinnikästä tiedonhankintaa, huolellista suunnittelua, hyviä kontakteja ja riskinottoa.

Yleisenä yrittäjyyden tiedonhaun apuvälineenä ja yritystoiminnan suunnittelussa sinua auttavat Cursor, joka on Kotkan-Haminan seudun kehittämissyhtiö, sekä [Yritystulkki-ohjelma](#). Cursorin nettisivut löytyvät osoitteesta <http://www.cursor.fi>

Tässä hyvinvointialan yrittäjäksi aikoville suunnatussa Internet-pohjaisessa oppaassa esitellään hyvinvointialan toimintaympäristöön ja lainsäädäntöön liittyviä erityispiirteitä sekä tarjotaan hyödyllisiä yhteystietoja Etelä- Kymenlaaksoon sijoittuvaa yritystoimintaa varten. Oppaan työstämisessä on hyödynnetty erityisesti Keski-Pohjanmaan ammattikorkeakoulun ”Minäkö hyvinvointialan yrittäjäksi?” -opasta. Kyseistä julkaisua voi tilata netistä [tästä osoitteesta](#).

YRITTÄJÄN MUISTILISTA

- selvitä markkinatilanne: asiakkaiden tarpeet ja kilpailijat
- kypsyttelä kannattava liikeidea ja laadi liiketoimintasuunnitelma
- valitse Sinulle sopivin yritysmuoto
- tee realistiset laskelmat – lisätietoja saa mm. Cursorin yrityspalveluista, Yritystulkin [laskelmapohjia](#) voi hyödyntää liiketoiminnan kannattavuuden laskemiseen
- puntaroi henkilökohtaiset voimavarasi
- mieti ja järjestä rahoitusta – mahdollisesti usealta taholta
- mieti, miten hoidat yrityksesi kirjanpidon
- huolehdi vakuutusturvasta

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 (www.yrittajatesti.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 myötäsyttyistä 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. Mieti, täyttääkö liikeideasi seuraavat kannattavuuden kriteerit?

- 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 yritysten, 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. Toimialan tunteminen on yksi yrityksen menestyksen kulmakivistä. [Cursorin yrityspalveluista](#) – saat asiantuntevia neuvoja yrittäjäytesi alkutaipaleelle.

Tarkempaa alueellista aineistoa voit saada esimerkiksi alueen kunnista, maakunnallisesta Kymenlaakson [hyvinvointistrategiasta](#) vuosille 2007–2015 tai Kaakkois-Suomen sosiaalialan osaamiskeskus Oy Socomin [julkaisuista](#) ja [hyvinvointiyrittäjyysivustosta](#) . Tietoa löytyy myös Elias-hankkeen sivustoilta: www.elias.fi .

Markkinatilanteen kartoituksessa kannattaa keskittyä pääasiakaskohderyhmiin. Hyvinvointialan markkinoilta on löydettävissä monia erityyppisiä asiakasryhmiä, joiden ääripäissä ovat kulunsa kokonaan itse maksavat asiakkaat ja ne, joille palvelut hankkii kunta tai kaupunki. Näiden väli-maastoon kuuluvat lisäksi muun muassa vakuutusyhtiöt ja KELA sekä palveluseteliä käyttävät asiakkaat. Asiakasryhmien hyvinvointipalvelujen tarpeet ovat varsin erilaiset. Seuraavissa kappaleissa on vihjeitä siihen, miten kohdeasiakasryhmän tarpeita voidaan kartoittaa.

3.1 Kunta asiakkaana

Mikäli uskot, että yksittäinen kunta tai kaupunki tai useampi kunta yhdessä on merkittävä asiakas, selvitä vastauksia seuraaviin kysymyksiin jo suunnitelmavaiheen alussa:

- 1) Onko kunnalla *tarvetta* liikeideasi mukaiselle suppealle erityispalvelulle, jota sen ei kannata itse tuottaa? (esim. erityisryhmien asumispalvelut)
- 2) Pystytkö tuottamaan palvelun *yksityisesti edullisemmin*? (esim. ateriapalvelukuljetukset)
- 3) Tarvitseeko kunta 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 kunta 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 kunta on ensisijainen asiakaskohderyhmäsi, sinun on otettava jo suunnitelmavaiheen alussa yhteys kyseisen kunnan palvelualan johtajiin ja otettava selkoa heidän toiveistaan. Tutustu myös kuntien strategioihin: mm. [Kotkan](#) vanhustenhuollon strategia ja [Haminan](#) vanhuspoliittinen strategia. Ota myös huomioon kaupungin tarpeet tasata yksityisillä ostopalveluilla esim. ruuhkahuippujaan. Miten takaat yrityksesi valmiudet ja kannattavuuden tilanteessa, jossa julkisen toimijan ostot ovat ajoittaisia?

Lisää tietoja ja kokemuksia voit lukea pienyrittäjille tarkoitettusta [kuntapalvelujen tuottamisen op-paasta](#) Internetistä. Sosiaali- ja terveysministeriö on pohtinut kilpailuttamisen pelisääntöjä myös vuoden 2012 helmikuussa julkaistussa [raportissaan](#).

3.2 Itse maksavat asiakkaat

Kuntien maksukyky on rajallinen, joten ne keskittyvät palveluntuotannossaan ja ostopalveluissaan lähinnä niihin peruspalveluihin, joista ne ovat järjestämistä vastuussa. Itse maksaviin asiakkaisiin suunnattaessa palveluiden kirjo voi olla laajempi, sillä yksityisten asiakkaiden kulutustottumukset ja -tarpeet ovat yksilöllisiä. Liiketoimintamahdollisuuksia voi lisätä kulttuurinen muutos: ihmiset ovat aiempaa kriittisempiä palveluiden laadun suhteen ja suhtautuvat yksityisten hyvinvointipalveluiden ostamiseen aiempaa luontevammin. Itse maksavien asiakkaiden maksuhalukkuuden ja -kyvykkyyden selvittäminen on erityisen tärkeää.

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 konkreettisesta palvelutarpeesta ja -tarjonnasta osaa kertoa mm. Kotkan kaupungin vanhustenhuollon [palveluohjaus](#) ja Haminan kaupungin senioripalvelujen [palveluohjaajat](#) sekä Pyhtään [sosiaali- ja terveystoimisto](#) ja Miehikkälän ja Virolahden sosiaali- ja terveystoimi [Kaakon kaksikko](#). Ikääntyneiden palvelutarpeista ja valtakunnallisista tutkimushankkeista saa tietoa [Ikäins-tituutin](#) sivuilta.

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

Sosiaali- ja terveysturvan keskusliitto: www.stkl.fi

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

Terveyden edistämisen keskus: www.tekry.fi

Sosiaali- ja terveysalan yrittäjyydestä www.tesory.com tai suoraan alan paikallisilta yrityksiltä.

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 yritystoimintaasi 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 paremmat mahdollisuuden yritystoimintasi saa. Markkinakartoitus jalostaa liikeidea markkinat huomioonottavammaksi. Suunnitelmien edetessä liikeidea alkaa konkretisoitua liiketoimintasuunnitelmaksi.

4 Hinnoittelu ja kannattavuus

Oman osaamisen, ammattitaidon tai asiakkaalle tuotetun hyödyn hinnoitleminen voi olla vaikeaa. Paras mittari onkin yrittäjän oma tavoitteenasettelu.

Tyypillinen kannattavuusongelma liittyy hallintotyön unohtamiseen laskelmista. 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 hallintoihin.

Yrittämiseen liittyy myös ennakointi ja joustaminen. Asiakkaita voi poistua palvelujen piiristä tai muuttaa pois suuri määrä. Riskit on syytä huomioida, ja yrityksellä pitää olla varaa toiminnan ylläpitämiseen ja markkinointiin myös kysynnän heiketessä.

5 Hinta muodostuu markkinoilla

Palvelun hinta muodostuu liiketoiminnan kustannuksista ja ynnäämällä kustannuksiin haluttu kate. Todennäköistä on, että suunnittelemissa palveluissa ja tuotteissa on jo markkinoilla ja asiakaskohderyhmälläsi on muitakin vastaavia tai muuten saman tarpeen tyydyttäviä vaihtoehtoja valittavanaan. Palveluja hinnoiteltaessa on selvitettävä, mitä muut yrittäjät vastaavasta palvelusta veloittavat. Tietoja Etelä-Kymenlaakson hintatasosta löytyy esimerkiksi <http://www.kaakonpalvelukartta.fi>

5.1 Kohderyhmän laajuus

Aiemmin todettiin, että yritystoiminnan kannattavuus edellyttää riittävää määrää maksukykyisiä ja -haluisia asiakkaita ja neuvottiin selvittämään asiakaspohjan suuruutta ja maksuhalukkuutta. Yleisnäköisiä 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 profiloitu 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 tehok-

kaampaa kohdistaa markkinointipanostukset kunnolla yhteen, rajattuun asiakasryhmään kuin koettaa olla vähäisesti esillä siellä täällä.

5.2 Yrityksen koko

Iso osa Etelä-Kymenlaakson hyvinvointialan yrityksistä on yhden hengen yrityksiä. Pieni koko on haaste. 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 on niihin varautunut, on helpompaa tunnistaa kasvun oikea paikka ja aika sekä tehdä tarvittavat toimenpiteet kasvun aikaansaamiseksi. Kasvusuunnitelman ei tarvitse eikä pidä olla kiveen hakattu, mutta pelkästään kirjoittamalla sen paperille, 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.

6.1 Oletko oikeissa verkostoissa?

Mieti, missä verkostoissa mukana oleminen on hyödyllistä. Älä yrittäjänä kuitenkaan rajaudu verkoston hyötyjä pohdittaessa vain nykyhetkeen, vaan ajattele pitkällä aikavälillä, mitä voit verkostossa läsnäolon kautta saavuttaa. Tällaisia asioita voivat olla esimerkiksi

- muilta oppiminen
- palveluiden tuotanto verkoston kautta tai avulla
- näkyvyys
- henkinen (vertais)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.

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. Eteläkymenlaaksolaisia palvelee seudun kehittämissyhtiö Cursor ja sen [aloittavan yrittäjän yrityspalvelut](#).

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](#).

Terveyden ja hyvinvoinnin laitoksen [rahoitussivuilta](#) voi käydä katsomassa millaisia rahoituslähteitä sosiaali- ja terveysalalla on ollut käytössä valtakunnallisesti.

Kaakkois-Suomen ELY-keskuksen rahoituslinjaukset löytyvät [täältä](#). Myös maaseudun rahoitusinstrumentteja kannattaa hyödyntää. Etelä-Kymenlaakson maaseututoimijoista löydät lisätietoa [Kehittämisyhdistys Sepra ry:n](#) sivuilta.

8 Omat voimavarat

Yrittäjyys on tilaisuus toimia itse suunnitellulla tavalla, toteuttaa haaveita ja menestyä. Yrittäminen vaatii sitoutumista yrityksen toimintaan ja tavoitteisiin. Yrittämisen alkutaipaleella jaksaminen tuottaa harvoin pulmia: yrittäjä on sitoutunut yritykseensä, tekee työtä tauotta ja tulee vähällä rahalla toimeen. Alkuinnostuksen jälkeen toiminta voi vaihtua arkiseksi aherrukseksi, jonka aikana toiminnan jatkuminen on turvattava. Jaksamisenkin kannalta realistinen suunnittelu on tarpeen.

Hyvinvointialalla työstä voi tulla raskasta, ellei pidä lomia tai vietä vapaa-aikaa. Työstä irrottautuminen 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 antavat eväitä yrityksen kehittämiseen ja auttavat vertaistukiverkostojen synnyttämisessä.

Voit etsiä sopivia koulutuksia, info-tilaisuuksia ja kursseja Etelä-Kymenlaaksossa esimerkiksi [Cursorin](#) ja Kaakkois-Suomen [ELY-keskuksen](#) koulutustarjonnasta. Myös Kymenlaakson ammattikorkeakoulu, Etelä-Kymenlaakson ammattiopisto, Kymenlaakson [kesäyliopisto](#) sekä [Socom](#) .

9 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.

9.1 Asiakaskohderyhmän tavoittaminen

Oleellista on panostaa kohderyhmien tavoittamiseen ja mahdollisiin henkilökohtaisiin kontakteihin. Tämä on aikaa vievää, mutta tehokas tapa markkinoida. Kohderyhmiin kohdennettua markkinointia 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. Suuntaa siis tiedotustoimintaa yrityksesi palvelutyön kannalta oikeisiin ihmisiin, joita voivat olla esimerkiksi kotipalveluohjaajat, sosiaalityöntekijät, päiväkotien johtajat tai päivähoiton ohjaajat. Mieti myös muita tahoja, jotka työskentelevät asiakaskohderyhmäsi kanssa: seurakuntia, järjestöjä, asukasyhdistyksiä, kylätoimikuntia jne.

9.2 Markkinointimateriaali

Sekä henkilökohtaisissa kontakteissa että konkreettisesti 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 Yritystulkkin [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, mm. vanhusten omaisille, 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.

Etelä-Kymenlaakson kuntien ja kaupunkien valvomat sosiaali- ja terveyspalvelujen tuottajat löytyvät luotettavasta Internet-hakemistosta, osoitteesta <http://www.kaakonpalvelukartta.fi/>

9.3 Palvelujen tuotteistaminen

Markkinointiin kuuluu tiiviisti tuotteistaminen: yrityksesi tarjoaa palveluja, 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 välttyä väärinkäsityksiltä ja pettyneiltä asiakailta.

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

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 palveluja. Tietoja löytyy Työtehoseuran [nettisivulta](#).

Osa 2: SOSIAALI- JA TERVEYSALAN YRITTÄJYYDEN ERITYISPIIRTEISTÄ

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

10 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
- Muiden yritysten toiminta
- Alalla muodostuvat verkostot: tiivistyneessä kilpailussa pienten yritysten on kyettävä erikoistumaan ja tekemään moniammatillista yhteistyötä
- Tuotteistamisen kasvava merkitys: kunnat ja loppuasiakkaat haluavat tietää palvelun sisällön ja mitä vastinetta he saavat rahoilleen
- Henkilökunnan osaamisen varmistaminen ja kehittäminen: alan keskeinen kilpailutekijä on henkilökunnan ammattitaito, pätevyys, asiantuntijuus ja toiminnan asiakaslähtöisyys

10.1 Palveluseteli

Palveluseteli on kunnalle yksi tapa järjestää sosiaali- ja terveydenhuollon palveluja. Palveluseteli on kunnan sitoumus maksaa yksityisen palveluntuottajan antamasta palvelusta tietty kunnan päättämä osuus kustannuksista. Kunta määrittää, missä palveluissa voidaan käyttää palveluseteliä. Kunta hyväksyy palvelusetelituottajan, joka täyttää tuottajakriteerit. Kunta myöntää palvelusetelin asiakkaalle palveluntarpeen arvioinnin perusteella ja asiakas voi valita palveluntuottajan kunnan hyväksymistä palveluntuottajista.

Palvelusetelituottajaksi hakeutuminen:

- [Kotka](#)
- [Hamina](#)

Palvelusetelilainsäädäntöön voit tutustua tarkemmin [sosiaali- ja terveysministeriön sivuilla](#).

11 Yksityisten sosiaalipalvelujen valvonta

Yksityisistä sosiaalipalveluista annetun lain mukaan yksityisen palvelujen tuottajan, joka jatkuvasti liike- tai ammattitoimintaa harjoittamalla antaa ympärivuorokautisia sosiaalipalveluja, on saatava aluehallintoviraston lupa ennen toiminnan aloittamista ja olennaista muuttamista. Lupahakemus tehdään sille aluehallintovirastolle, jonka alueella palveluja annetaan. Lupahakemukseen on liitettävä yksityisistä sosiaalipalveluista annetussa asetuksessa mainitut liitteet, mm. sijaintikunnan lausunto. Toiminnan lopettamisesta on ilmoitettava aluehallintovirastolle. Palvelujen tuottaja, joka antaa palveluja useamman kuin yhden aluehallintoviraston alueella, tekee lupahakemuksen suoraan Sosiaali- ja terveystieteiden valvontavirasto Valviraan.

Lisätietoja [AVI:n sivuilta](#) .

Yksityisen sosiaalipalvelujen tuottajan on laadittava toiminnan asianmukaisuuden varmistamiseksi omavalvontasuunnitelma. Uusi, toimintansa aloittava palvelujen tuottaja laatii omavalvontasuunnitelman 6 kuukauden kuluessa toiminnan käynnistämisestä. Toiminnassa olevan palvelun tuottaja laatii omavalvontasuunnitelman 1.9.2012 mennessä. Suunnitelma on julkisesti esillä pidettävä asiakirja ja palvelujen tuottajan on seurattava sen toteutumista. Lisätietoja ja lomakkeet löytyvät [Valviran sivustolta](#).

12 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

Aluehallintovirasto myöntää yksityisen terveydenhuollon luvat, lisätietoja [AVI:n sivuilta](#)

13 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.

Terveydenhoito- ja sosiaalipalvelujen kansallinen kynnyksarvo on 100 000 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](#).

14 Palveluiden arvonlisäverokohtelusta

Tietoa arvonlisäverollisuudesta löydät [verohallinnon ohjeista](#), jotka käsittelevät mm. terveyden- ja sairaanhoidon arvonlisäverotusta

Verohallinto saa kaikki tarvitsemansa tiedot, kun täytät yrityksen perustamisilmoituksen (ns. Y-lomake). Lomake löytyy netistä osoitteesta www.ytj.fi. Verohallinnon toimipisteet auttavat perustamisilmoituksen täyttämässä. Kausiveroilmoituksen täyttämiseen saa apua valtakunnallisesta verotilin neuvontanumerosta 020 697 056. Verohallinnon toimipisteiden yhteystiedot löytyvät omasta [nettiosoitteestaan](#).

14.1 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.

15 Lähteitä

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>

Muut tämän oppaan lähteet:

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

Opas kuntapalveluja tuottavalle yrittäjälle:

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

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

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