



Vipuvoimaa
EU:lta
2014–2020



Tiedoston nimi: Mikä on yhteiskunnallinen yritys

Äänitteen kesto: 27 min

Litterointimerkinnät

Ulla Teppo:	Haastattelija 1
Anu Raulo:	Haastattelija 2
Heli Peltola:	Vastaaja
Puhuja:	Puhuja
sa-	sana jää kesken
(sana)	epävarmasti kuultu jakso puheessa tai epävarmasti tunnistettu puhuja
(-)	sana, josta ei ole saatu selvää
(--)	useampia sanoja, joista ei ole saatu selvää
, . ? :	kieliopin mukainen välimerkki tai alle 10 sekunnin tauko puheessa

Ulla Teppo: Tervetuloa seuraamaan Joku muu, mikä? -podcastia. Minä olen Ulla Teppo Jyväskylän ammattikorkeakoulusta.

Anu Raulo: Ja minä olen Anu Raulo Jyväskylän ammattikorkeakoulusta. Ja tänään kysymme, miten yhteiskunnallinen yritys eroaa muista. Vieraanamme on Heli Peltola Kaakkois-Suomen ammattikorkeakoulusta. Tervetuloa Heli.

Heli Peltola: Kiitos Ulla ja Anu.

(Musiikkia.)

Puhuja: Tämä on Joku muu mikä -podcast. Pohdintoja sote-kentän nykytilasta ja tulevaisuudesta. Tässä podcastissa äänen saavat sote-alan asiantuntijat.

Anu Raulo: Kerrotko vähän itsestäsi Heli?

Heli Peltola: No joo, eli mulla on sotea takana yli 36 vuotta erilaisissa yhteyksissä. Eli oon ollu pitkään käytännön suorittavalla tasolla. Esimerkkinä aina mainitsen sotainvalidien tukisisaren. Siitä sitten jatkanu kouluttautumista, ja sote-kehittäminen ja yrittäjyys on ollu aina se mun sydäntä lähellä oleva asia. Eli yli 12 vuotta tuosta lähes 40:stä, 36:sta vuodesta oon tehnyt tämmöstä kehittämistyötä sote-alan yrittäjyyden parissa. Ehkä isoimpana osana palvelusetelien kehittäminen ja käyttöönottoon avustaminen kunnissa ympäri Suomee. Paljon olen auttanut yrittäjiä kehittämään ja tuotteistamaan ja hakeutumaan esimerkiksi



Vipuvoimaa
EU:lta
2014–2020



Euroopan unioni
Euroopan sosiaalirahasto

palvelusetelituottajaks, mutta myös auttanu perustamaan yrityksiä. Eli tämmöstä konsulttikouluttajatyötä on tehny sitte paljon. Ja tästä ajasta on nyt ollu yrittäjänä, tulee elokuussa kuus vuotta. Eli mul on kaks yritystä taustalla. On tämmönen Suomen Palvelukoulutus, missä edelleenkin autan yrityksiä ja kuntia erilaisissa haasteissa ja kehittämisissä. Ja sitten mul on tämmönen GeriWell Oy, missä toimin toimitusjohtajana, ja se on tämmönen kotiin vietäviä palveluja tuottava yritys. Ja siellä meitä on noin 20 työntekijää töissä. Ja sit tässä Kaakkois-Suomen ammattikorkeakoulussa ja tässä KEMUSOTE-hankkeessa on nyt toiminut muutamia, puolisen vuotta, mutta ammattikorkeakoulussa on neljäs vuos menossa. Eli tän yrittämisten ohella, niin teen täällä myös töitä. Oon ollut tutkimuspäällikkönä, ja tällä hetkellä sitten TKI-asiantuntijana, johon kuuluu etenkin sitten mejän koko alueella yrittäjyyden kehittäminen ja sote-palvelujen kehittäminen. Ja siinä mielessä juuri tässä KEMUSOTE-hankkeessakin mukana nyt sitten. Vastaan etenkin näitten yhteiskunnallisten yritysten kehittämistoimenpiteistä.

Ulla Teppo: No niin, tässä tulikin mainittua, et meillä on menossa KEMUSOTE-hanke, jossa yhtenä tavoitteena on edistää yhteiskunnallisten yritysten toimintaedellytyksiä. Ja meil onkin mukana viis tällaista yhteiskunnallista yritystä, jotka tuottaa ikääntyneiden palveluja. Ja tänään tosiaan, Heli, on tarkoitus kertoa siitä, että mitä tämä yhteiskunnallinen yritys oikein tarkoittaa.

Anu Raulo: Alotetaanko vaik sillä, että miten tämmönen yhteiskunnallinen yritys eroaa muista yrityksistä?

Heli Peltola: No hyvin monellaki tavalla eroaa, mut toisaalta taas ne erot ei välttämättä ulospäin aina niin näy. Mutta ehkä tärkein asia on yhteiskunnallisen yrityksen tää liiketoiminta. Eli siellä se päämäärä pitää olla hyvin kirkkaasti avattu. Eli se päämääränä on siellä tehdä tämmöstä yhteiskunnallista hyvää. Eli ei siis tuottaa vain omistajilleen voittoa. Ja tästä voitosta, eli tuloksesta, käytetään osa, valtaosa, eli vähintään puolet jonkun sen yrityksen asettaman tavoitteen päämäärään. Esimerkiks vaikka ihan käytännössä sitä, mitä moni yritys tekee koko ajan. Eli on tietty osa rahasta ja tuloksesta käytetään henkilöstön hyvinvoinnin hyväksi, heidän kouluttamiseen tai esimerkiks asiakkaiden tai asukkaiden hyväksi eli järjestämällä heille jotakin tai hankkimalla palveluja tai vaikkapa fysioterapian palveluja tai kuntosalilaitteita. Eli se voi olla hyvinkin laaja, mihin sitä hyvää käytetään. Mut sitä voi myös sitten laittaa esimerkiks jonkun järjestön tai seuran tukemiseen kirjata. Eli se tietty osa menee vaikka siihen tai nuorisotyöhön tai mikä nyt onkaan sen yrityksen sit sydäntä lähellä. Eli tavoitteena on tuottaa semmosia hyviä positiivisia vaikutuksia ja hyvää palvelua mahdollisimman monelle. Eli vähän ajatuksena, et anna hyvän kiertää. Ja ehkä semmonen vielä. Tää on hyvin pitkäjänteistä toimintaa. Yrityksen arki on hyvin hektistä, ja yritysmaailmassa



Vipuvoimaa
EU:lta
2014–2020



vuosi, kaksikin voi joskus olla äärettömän nopeatempoisia, mut tässä on ehkä mietittävä pidemmälle, eli mietitään pitkäjänteisesti. Asiakkaitten hyvinvointia ja työntekijöitten, ja kuinka sitä sitten haluaisi osalla siitä tuloksesta sitte kehittää. Ja tosiaan sitä yritysmuotoa ei oo rajattu. Eli voi olla esimerkiksi yhdistyspohjanen tai osuuskunta. Eli pitkäjänteistä kehittämistä. Ei nopeaa pelkästään sitä voiton tavoittelua, vaan on tarkoitus on saada aikaan yhteiskunnallista hyvää ja etenkin sitä vaikuttavuutta. Ja ehkä sen verran vielä se, että mikäli yritys ei tuota voittoa, niin tokihan sitä yritystä ei voi olla olemassa, koska ainahan se raha käytetään hankintoihin ja kehittämiseen. Eli ei pidä siinä mielessä ajatella, et muut yritykset vaan hakee voittoa, vaan jokainen yrityshän joutuu sen voiton hyvin pitkälle laittamaan kiertoon, että pystyy sitä yritystä pyörittämään ja hankkimaan tarvittavia välineitä. Mutta tässä ehkä tälläset pähkinänkuoressa lyhyet erot tavalliseen yritykseen verrattuna.

Anu Raulo: Miten yleistä tää on sote-alalla, että paljonko tällä toimialalla on näit tällasii yhteiskunnallisen yrityksen merkin saaneita yrityksiä?

Heli Peltola: Tällä hetkellä nää käyttöoikeus on 258 yritystä, joilla tämä käyttöoikeus on. Ja tosiaan toimiala voi olla mikä tahansa ja yhtiömuoto, niinku mainitsin, niin voi olla mikä vaan. Ja näistä vähän alle 260:stä, niin sote-puolen toimijoita on hieman yli puolet. Eli tää on selkeesti kuitenkin, jos miettii, et tähän lukuun sisältyy kaikki toimialat. Niin sote-puolella tämä on selkeesti vahvimmin edennyt, ja sen merkin on etenkin esimerkiksi palvelutaloissa on aika useilla tää yhteiskunnallisen yrityksen merkki. Ja sit kuitenkin sanotaan, et näitä yhteiskunnallisen yrityksen kriteereillä toimivia ja näitä, jotka ei syystä tai toisesta ole merkkiä hakeneet, niin voi olla jopa 20 000 yritystä Suomessa. Tää on tämmönen EK:n tutkimuslaitoksen tutkimus vuonna 2016. Eli moni yritys toimii juuri niin, eli suuntaa ne voitot tiettyihin tahoihin, ja on merkitty, korvamerkitty, koulutusrahaa ja työhyvinvointiin ja eri asioihin, mutta se virallinen merkki jostain syystä on jäänyt sitten hakematta.

Ulla Teppo: Tässä tulikin esille tämmönen merkki. Sä puhuit jo merkistä. Onko tän yhteiskunnallisen yrityksen merkillä jotain laajempaakin hyötyä esimerkiksi yhteiskunnallisesti, ja mitä se merkki kertoo?

Heli Peltola: Merkki kertoo kaikille siitä, että tää toimija, kenen yrityksen tai palveluja tai asioita käyttää, niin se viestii läpinäkyvästi omista keinoista. Se on läpinäkyvää, elikkä sieltä pitäis pystyä sit tarkistamaan aika paljon tietoja tämmösen yrityksen esimerkiksi sivuilta tai kysymästä. Eli he viestii läpinäkyvästi omista keinoista ratkoo tämmösiä yhteiskunnallisia ongelmia ja toimii myös itse kestävän hyvinvoinnin rakentajana. Eli (-) [08:19] voitoista kerran suurin osa on kanavoitu johonkin yhteiskunnalliseen hyvään, niin siinä on luonnollisesti koko



Vipuvoimaa
EU:lta
2014–2020



Euroopan unioni
Euroopan sosiaalirahasto

yhteiskunnalle iso merkitys. Ja se tietenkin heijastuu jo ihan meidän yhteiskunnallisesti tämmösiin inhimillisiin esimerkiksi sairauslomien vähenemisiin ja muihin. Eli riippuen vähän tietenkin siihen, (mihin sitä) rahaa käytetään, mut sillä on yhteiskunnallisesti iso merkitys etenkin tämmösestä vaikuttavuusnäkökulmasta, ja sanosin ihan ehkä kustannusvaikuttavuuden näkökulmasta. Koska voitosta pitää tosiaan käyttää se puolet, vähintään puolet, sen esimerkiksi oman toiminnan kehittämiseen tai sitten että sen voi lahjottaa eteenpäin. Niin nään kyllä, että täl on yhteiskunnallisesti iso merkitys, koska niitä semmosia ehkä piiloonki jääviä vaikutuksia sieltä varmasti sitten nousee enemmän. Ja se, että se on avattu ja kerrottu, et mitkä on tavoitteet ja vaikuttavuudet, mitä siellä sillä voitolla sitten tavoitellaan ja jaetaan sitte yhteiskunnalliseen käyttöön.

Anu Raulo: Kuulostaa siltä, et täs on kyse arvovalinnoista yrityksessä. Voiko sanoa, et on yhteiskunnallisen yrityksen arvot? Mitkä ne sitte on?

Heli Peltola: Kyllä vaan voi sanoa, ja juuri tossa ehkä aika moneen kertaan oon tätä sanonut tätä avoimuutta ja läpinäkyvyyttä, niin nostan sen myös tässä esille. Eli yrityksen arvoina on avoimuus ja läpinäkyvyys. Eli se on hyvinkin semmosta avointa toimintaa ja avattu esimerkkinä toimintasuunnitelma, eli missä ihan kuvataan, mihin se voitto tullaan käyttämään. Sit on siellä arvoina eettisyys, eli ei tavoitella nopeaa mahdollisimman suurta äkkiä voitontavottelua, vaan keskitytään enemmän siihen ihmiseen ja yhteiskunnan hyvinvoinnin lisäämiseen. Ja tavoitteena tosiaan sit se vaikuttavuus sillä omalla toiminnalla. Arvoina on myös se, että se voitonjako on rajoitettua. Se on ihan luonnollista, jos siitä puolet jo käytetään, ni toki puolet voi sitten olla esimerkiksi omistajille sitä voitonjakoa. Mutta et se on rajoitettu se voitonjako. Ja heil on hyvin vahva tämmönen yritysvastuu tässä heijän arvoissaan. Pähkinänkuoressa nämä muutamat ehkä nostasin esille.

(Musiikkia.)

Puhuja: Tämä on Joku muu, mikä? -podcast, joka on kaikille sote-alan muuttumisesta kiinnostuneille.

Ulla Teppo: No meillä on KEMUSOTE-hankkeessa mukana näitä ikääntyvien palveluja tuottavia yhteiskunnallisia yrityksiä, niin jos me mietitään vaikka sentyyppisiä sote-alan yrityksiä, niin miks kannattaa hakeutua yhteiskunnalliseksi yritykseksi ja tavoitella sitä merkkiä? Kuka siitä oikein hyötyy?

Heli Peltola: Ensimmäinen hyötyjä varmasti, ite ajattelen, jos me mietitään KEMUSOTEn näitä ikääntyvien palveluja tuottavia toimijoita tässäkin, niin hyötyjä on ilman muuta se työntekijä. Mä nään sen niin, elikkä meil on, ja se itse yritys (-)



Vipuvoimaa
EU:lta
2014–2020



Euroopan unioni
Euroopan sosiaalirahasto

[11:23] on ehkä se suurin hyödynsaaja, koska meil on valtava vaje hoitajista, sote-alan osaajista. Eli tää on yritykselle semmonen mahdollisuus ilman muuta näkyä siellä työntekijämarkkinoilla. Eli tästähän hyötty työntekijä, koska hän voi tietää, luottaa siihen, että yrityksessä ei ole kärjistäen sanoen se, et maksimaalinen voiton tavoittelu, vaan siellä on jotain muuta hyvää taustalla. Eli uskon, että tällä merkillä, kun se tunnetaan paremmin, niin työntekijät myös äänestää jaloillaan. Ja varmasti, kun he voivat valita vapaasti työpaikkansa tällä hetkellä meidän hoitajat, ni tää on yks vetovoimanen tekijä, joka varmasti herättää mielenkiintoa. Ja työntekijä kun voi valita, ni varmasti tää on yks iso painopiste tai painoarvo hänelle valinnan perusteella. Asiakas ja asukas kaiken kaikkiaan hyötty tieteenki siinä mielessä, et jos miettii varsinkin sitä asiakkaan, jos puhutaan ikäihmisten vaikka asumispalveluista, se asiakkaan läheinen, niin varmasti kun hän puntaroi, että mihin tämä läheisen sitten asuntopaikka olis, kun ei enää siellä kotona pärjää. Ni kyllä tällä merkillä tulisi olla semmonen merkitys, että tämä läheinen ja tuleva asukaskin huomaisivat, et tää on turvallista olla, tää on selkeesti yhteiskunnallinen tämmönen arvomaailma kohillaan ja täällä oikeesti halutaan tuottaa hyviä palveluja ja täällä kehitetään toimintaa. Ja se jo kertoo sen, että se ei ole vaan sitä maksimaalista voiton tavoittelua vaan että siellä oikeesti panostetaan hyvinvointiin. Eli kyllä mä nään, että tää olis semmonen iso kilpailutekijä näille kaikille, niin tulevista asiakkaista, asukkaista, kuin sitten näistä meidän työntekijöistä. Eli se vaiva siitä, että hakeutuu, ni tulevaisuudessa taas sit sillä voi olla iso merkitys sit siinä kohtaa, kun kuumeisesti etitään vaikka niitä kesätyöntekijöitä tai työntekijöitä yleensä. Tai kun sitten tämä läheinen tai asiakas miettii, että mistä hän palveluja hankkii, niin siellä kentällä sit jos on monta, mistä valita, ni tämä on yksi semmonen, joka erottaa varmasti. Sen lisäksi, että usein on kyse paikallisesta toimijasta, niin myös sitten se, että tässä oikeesti on yhteiskunnallinen hyvä taustalla ja tavote tehdä yhteiskunnallisesti hyvää palveluja ja hyviä asioita.

Anu Raulo: (-) [13:46] puhuttiin tosta kuluttajan näkökulmasta tohon asiaan, niin miten sä koet, onks tää merkki miten tuttu kuluttajille tällä hetkellä?

Heli Peltola: Ei oo. Tää on todella valitettavan vähän tuttu. Et meillä on hirvittävän tuttu tämä Suomalaisen Työn Liiton merkki tämä Avainlippu, ja me kaikki sen varmasti tunnustetaan tuolla kaupasta ruokapaketeista ja kaikista. Mutta tää yhteiskunnallisen yrityksen merkki, oon erilaisille opiskelijaryhmille itse asiassa kolmessa erilaisessa käyny kertomassa ylemmän ammattikorkeakoulun erilaisia haasteita tähän liittyen heille, ja he siellä ei vielä ole kukaan tunnistanu tätä merkkiä, ku tästä on kysyny. Eli kyllä tää käytännössä on vielä jäänyt hyvin vähän tiedostetuksi merkiksi, mitä se tarkoittaa, valitettavasti. Eli et siinä on varmasti töitä ja paljon, ja tietysti me jokainen sitä asiaa voidaan osaltamme edistää ainakin tän hankkeen aikana.



Vipuvoimaa
EU:lta
2014–2020



Euroopan unioni
Euroopan sosiaalirahasto

(Musiikkia.)

Anu Raulo: No jos yhteiskunnallisen merkin hankkiminen nyt kiinnostaa esimerkiksi sote-alan yritystä, mitä pitäis tehdä?

Heli Peltola: No ensimmäisenä varmasti riippuen vähän yritysmuodosta (niin tää) [15:02] voiko asian päättää itse. Eli se on tietenkin se, että onko tämä hallitukseen vietävä, onko semmonen yritys, et siellä on muita päättäjiä mukana. Mutta sit, jos asia on selvä ja sitä voi lähteä selvittämään, niin suosittelen tietenkin ensin ottamaan selvää Suomalaisen Työn Liiton sivuilta, ottamaan heihin yhteyttä. He auttaa hyvin mielellään asiassa eteenpäin. Ja ehkä nyt ihan vielä pakitan sen verran, tutustumaan yrityksiin, joilla tämä merkki on. Et se on varmaa yks sellanen, et vähän kattoo, minkälaisia yrityksiä sieltä löytyy. Ja tosiaan nämä listat löytyy sieltä Suomalaisen Työn Liiton sivuilta. Toki Arvoliiton sivuilla on myös paljon tietoa, mut Suomalaisen Työn Liiton sivun kautta se haetaan. Ja tässä pitää toki olla paljon asioita sitte selvitetynä. Eli pitää olla tietenkin toimintasuunnitelmaa ja viimeinen tilinpäätös, ja täytyy tietenkin suunnitella, et mihin sitä merkkiä sitte käytetään. Mut sitä kautta se lähtee parhaiten liikkeelle, ja sieltä hyvin neuvotaan kädestä pitäen. Ja tää hyväksyminenhan menee, et heil on aika harvoin niitä kokouksia, eli sitten ne käsitellään siellä heidän kokouksessa, jossa sitten joko merkin käyttöoikeus myönnetään tai se hylätään, tai pyydetään lisäselvityksiä ja täydennyksiä.

Anu Raulo: Onks siin jotain semmosia tiettyjä kriteereitä, mitä ainaki pitäis täyttää jo siinä vaiheessa, kun tän merkin saa, tai sitten siinä, ku se, mitä se säilyttäminen vaatii?

Heli Peltola: Joo, on kyllä. Esimerkkinä se, että ensinnäkin täytyy hakeutua Suomalaisen Työn Liiton jäseneksi. Eli tavallaan pitää olla sen liiton jäsen jo. Ja sit voi hakea tätä merkkiä. Merkki sinällään on voimassa kolme vuotta. Toki täytyy olla Y-tunnus, ja sen päätoiminnan pitää olla Suomessa. Ihan tämmöset uudet vasta alottavat yhteisöt ja yritykset, niin täytyis olla ensimmäinen tilinpäätös tehtynä. Mutta poikkeustapauksissa voidaan tää merkki myöntää yhdeksä vuodeks, vaikkei oo ees sitä ensimmäistä tilinpäätöstä, jos on ihan uus alkava yritys ja haluaa suoraan tuotteistaa ja lähtee miettimään sitä tän yhteiskunnallisen yrityksen kautta. Jos vaan nää muut vaatimukset ja nää edellytykset täytyy. Tärkeimpiä myöntämisedellytyksiä on muun muassa tämmönen ensisijainen tarkoitus ja se tavoite, että sen on oltava se yhteiskunnallisen hyvän tuottaminen. Eli se pitää avata sinne omaan toimintasuunnitelmaan, yrityksen toimintasuunnitelmaan. Ja pitää kuvata se, et miten yhteisö harjoittaa sitä vastuullista liiketoimintaa. Eli tässä hyvin selkeästi seurataan sitä, että se on



Vipuvoimaa
EU:lta
2014–2020



oikeesti vastuullista se toiminta. Ja tää rajotettu voitonjako, elikkä se pitää kuvata siihen, mihin sitä käytetään. Eli yhteisö käyttää sen suurimman osan siitä voitosta liikeidean mukaseen yhteiskunnallisen hyvän tuottamiseen, joko tosiaan kehittämällä omaa toimintaa tai lahjoittaen sen toiminta-ajatuksensa mukasesti. Ja tää nimenomaan ehkä on, mitä mie nostasin esille, että se voiton jakaminen voi todella olla sen oman toiminnan kehittämistä, kouluttamista, tuotteita esimerkiksi palveluasumisessa vaikka säännönmukaisesti kehittää vaikka niille asukkaille palveluja tai tämmöstä, liikuntaa tai tuotteita tai ihan mitä vaan. Eli se ei tarkoita aina, et täytyy lahjottaa talosta ulospäin sitä. Ja sit sen tosiaan täytyy olla koko ajan avointa ja läpinäkyvää. Siinä ehkä tämmöset tärkeimmät kriteerit. Ja se on ihan pitkä se hakemuslomake. Se ei ihan hetkessä sieltä täyty, mutta kannattaa niitäki etukäteen jo hyvissä ajoin alkaa keräämään tietoja, niin sitten kyllä sinne kokoukseen saa tämän käsiteltäväks, jos on kiinnostunu täyttämään sen hakemuksen.

Anu Raulo: Sä sanoit noist kriteereistä, niin minkä sä koet, että on usein semmonen haastava kriteeri yritykselle noista? Jos mietit nyt vaikka sen oman yrityksen näkökulmasta.

Heli Peltola: No tietenkin se, et se on työläs se prosessi. Eli se ei ole ihan semmonen, että maksan ja haen merkin. Et esimerkiks Avainlippu-tuote, jos vertaa siihen, niin sekin täytyy toki hakea. Siel on seuraavat tarkat kysymykset. Monta sivua täytyy täyttää, ja sen merkin saa, ja toki sekin maksaa. Mutta tämä yhteiskunnallinen yrityksen merkki ja sen täyttäminen, että on oikeasti sitte sen ansainnu, niin se vaatii yrityksessä, joka on aika hektistä, ni aika paljon aikaa. Eli se vaatii sitoutumista. Ehkä semmonen, jos miettii omaaki yritystä, ni sit jos on Oy-yritys, jossa on muitakin omistajia, eli et ole ainut omistaja. Vaikka itse oon pääomistaja ja toimin toimitusjohtajana, ni se ei auta, vaan siellä pitää olla kaikilla sama tahtotila. Eli se vaatii sitoutumista hallituksilta, omistajilta ja sitä yhdessä työstämistä. Ja ehkä semmonen asia vielä sit kuitenkin mietityttävää siinä, että jos on sellanen yritys ja on tehty vaikka strategia, että yritys ehkä olisi viiden tai kymmenen vuoden päästä vaikka myyntikunnossa, niin myös ehkä ihan puhuttava auki se, että mitä se merkki tarkoittaa mahdollisen ostajan kannalta. Onko se hyvä vai onko se huono asia? Hyvä asia siinä mielessä, et se kertoo vastuulliselle ostajalle, mahdollisille kiinnostuneille, eli tässä yrityksessä on todella kaikki läpinäkyvää, ja täällä todella tuotetaan hyvää palvelua ja kehitetään toimintaa ja lahjoitetaan hyvään sitä rahaa. Mutta voiko se kenties olla sitten jopa myynnin este? Tätä en tiedä, mutta itse olen sitä pohtinu, et voiko se kenties karsia niitä mahdollisia yrityskauppaostajia kenties tässä sitten. Mutta kun tän tosiaan kertaalleen tekee, niin sitten se on se kolme vuotta. Toki toimintakertomusta täytyy kirjoittaa ja kuvata, mihin sitä käytetään. Eli se pitää kyllä sitten myös todentaa, että se raha myös käytetään siitä voitosta. On se summa sit, se



Vipuvoimaa
EU:lta
2014–2020



voittosummahan voi olla sote-yrityksille hyvin pieni. Ja joskus yksinkertaisesti sinne plussaa ei edes jää. Eli sitä ei summana voi sanoa, et ennemminkään prosenttina, mihin sitä tulosta sitten käytetään. Mutta työläs alussa, mutta siihen kannattaa vaan varata aikaa, ja tosiaan apua saa sieltä liitosta, että ei lainkaan mahdoton tehtävä.

(musiikkia)

P: Kuuntelet Joku muu, mikä? -podcastia, joka nostaa esiin ilmiöitä sote-alan työn muuttumisesta.

Ulla Teppo: No, kun me mietitään hei sote-alaa. Siellä on aika paljon juuri tällaisia pieniä yksinyrittäjiä toiminimellä ammatinharjoittajana. Kuinka potentiaalinen vaihtoehto tää onkin tämmöselle ihan pienelle, yksin-, kaksinyrittäjälle, joka on tyypillistä sote-alalle, niin mites tämmösiä, onko kokemusta ja tietoa sellasista yksinyrittäjistä, joilla olisi tämä merkki?

Heli Peltola: Kyllä vaan on kokemusta, ja itse asiassa tämmöset tietynlaiset koulutuskonsultti-asiiantuntijayritykset, niin monella on yhteiskunnallisen yrityksen merkki. Esimerkiksi tämmöset, jotka vaikuttavuusasioista vaikka kouluttavat, niin sopii yksinyrittäjälle. Eli silloin se on, käytännössä se on sen oman toiminnan kehittämistä, omaa hyvinvointia. Mut usein heillä on sitten joku pieni osa siitä, että kohdennetaan omalle jolleki tärkeälle kohderyhmälle, harrastusryhmälle tai muulle vastaavalle. Eli ei ole este. Sopii hyvin yksinyrittäjälle, kaksinyrittäjälle ja tosiaan voi olla ammatinharjoittajia ja tosiaan osuuskunnalle, eli kyllä merkki sopii sinällään kaikille. Et toki yksinyrittäjälle hakeutuminen on huomattavasti helpompaa siinä mielessä, että ei tarvitse asioita käsitellä ja hyväksyttää hallituksessa eikä osakkailla, vaan ihan itse voi asiasta päättää. Ja jos kiinnostuu, ni kannattaa tosiaan käyä kattoo näitä Suomalaisen Työn Liiton sivuilta, kellä kaikilla meillä Suomessa on se merkki. Sieltä löytyy kyllä varmasti ihan laidasta laitaan eri alan. Mut (tyypillisimmän) [23:02] tosiaan sote-ala ja tämmöset sitte koulutuskonsulttipuolen yrityksillä, joilla tää merkki on. Eli kyllä sopii yksinyrittäjille sote-alalla.

Ulla Teppo: Meillä on ollu tässä mielenkiintonen keskustelu. Heli Peltola on meille valottanut yhteiskunnallisen yrityksen merkkiä, niin haluaisitko nyt tämmösen kiteytyksen ja viestin sote-alan toimijoille tästä aiheesta vielä tuoda esiin?

Heli Peltola: Kiitos Ulla. Kyllä. Eli jos kiinnostuit ja harkitset asiaa, ni kannattaa perehtyä aiheeseen ja miettiä ehkä asiakasnäkökulmaa. Mitä se itselle merkitsee? Jos sinä hankit palveluja tai sinun läheisesi tarvitsee vaikka apua kotiin tai on vailla sitä palveluasumisyksikön paikkaa, mitä se merkki kertoo? Kuinka paljon itse sitä



Vipuvoimaa
EU:lta
2014–2020



arvostaa? Ja miettiä sitä tulevaisuutta juurikin sen, jos olet esimerkit työnantaja, että tän merkin avulla ihan varmasti se houkuttelevuus niin asiakkaitten kun tulevien työntekijöitten kohdallakin kasvaa. Ja mä nään tän todella hyvänä mahdollisuutena, jos miettii työnantajaa, ni panostaa sen henkilöstön hyvinvointiin, joka välittömästi heijastuu esimerkiks asumisyksikössä niihin asukkaisiin. Kun henkilökunta voi hyvin, ei sairasta, innokkaita kouluttautumaan, se varmasti näkyy siellä asukasrajapinnassa ja asiakkaiden hyvinvointina ja kuntoisuutena. Eli semmosena kokonaisuutena tän näkeminen. Ja mä uskon ja luotan, että tää merkki tulee olee tulevaisuudessa iso kilpailuetu. Ja tiedän jo, että näitä kilpailutuksia on ollut, joissa esimerkistä tälläsistä lisäasioista, kuten vaikka tämä Suomalaisen Työn Liiton merkki tai sitten tämä yhteiskunnallisen yrityksen merkki, että niistä saa jo ihan lisäpisteitä silloin, kun julkinen sektori ei kilpailuta vain sataprosenttisesti hinnalla. Ja mä olen aivan varma, että tää merkki tulee antamaan lisäpotkua ja etulyöntiasemaa tulevaisuudessa. Ja sen takia nyt jos koskaan, niin kannattaa miettiä vakavasti ja lähtee se näkökulma edellä myös tuotteistamaan niitä omia yrityksen palveluja. Eli miettiä sen merkin arvoa ja myös tuoda sitä näkyväks siellä. Eli kannustan lämpimästi kyllä.

Ulla Teppo: Kiitos Heli Peltola, saimme tänään mahtavan tietopaketin yhteiskunnallisista yrityksistä.

Anu Raulo: Joo, kiitos munki puolesta. Ja on KEMUSOTE-podcastit jatkuu sitten muilla aiheilla myöhemmin. Tervetuloa mukaan kuuntelemaan myös niitä. Kiitos paljon Heli.

Heli Peltola: Kiitos Anu ja Ulla.

(musiikkia)

P: Kuuntelit Joku muu, mikä? -podcastia. Se on tuotettu valtakunnallisessa KEMUSOTE-hankkeessa, jota rahoittaa sosiaali- ja terveysministeriö Euroopan sosiaalirahastosta. Tutustu hankkeeseen verkkosivulta jamk.fi/kemusote.