

MOTIVAATIOOTEKIJÄT KIERTOTALOUDEN HARJOITTA-
MISEN TAUSTALLA – LAPPILAISTEN PALVELUYRITYS-
TEN NÄKEMYKSIÄ

Pitkäniemi Miia
Pohjanen Susanna

Opinnäytetyö

Liiketalouden koulutus
Tradenomi (AMK)

2021

Liiketalouden koulutus
Tradenomi (AMK)

Tekijät	Miia Pitkäniemi Susanna Pohjanen	Vuosi	2021
Ohjaaja	Mika Saloheimo		
Toimeksiantaja	Lapin teollinen kiertotalous 2.0.		
Työn nimi	Motivaatiotekijät kiertotalouden harjoittamisen taustalla – Lappilaisten palveluyritysten näkemyksiä		
sivu- ja liitesivumäärä	59 + 11		

Tämän opinnäytetyön tarkoituksena oli tunnistaa kiertotalouden harjoittamisen taustalla olevia motivaatiotekijöitä. Tutkimuksen kohderyhmänä olivat Lapin alueella toimivat palvelualan pk- ja mikroyritykset. Toimeksiantajan odotukset opinnäytetyöltä olivat tunnistaa konkreettisia motivaatiotekijöitä kiertotalouden harjoittamisen taustalla sekä kartoittaa tietotasoa ja tiedontarvetta kiertotaloudesta hyödynnettäväksi hankkeen omissa tavoitteissa. Tavoitteena oli lisäksi hahmottaa yritysten arvomaailmaa sekä selvittää mahdollisia tulevaisuuden strategisia suunnitelmia.

Opinnäytetyön teoriaosuudessa tutustuimme liiketoiminnan harjoittamisen kannalta keskeisiin kiertotalouden peruskäsitteisiin sekä käsitelimme mahdollisia motivaatiotekijöitä kiertotalouden harjoittamisen taustalla. Tässä opinnäytetyössä on käytetty kvalitatiivista eli laadullista tutkimusmenetelmää. Tutkimusaineisto kerättiin video- ja puhelinhaastatteluina toteutettujen teemahaastatteluiden avulla. Teoreettinen viitekehys linkittyy tutkimuskysymyksen kautta tutkimusongelmaan.

Kokonaisvaltaiseen kiertotalouden hyödyntämiseen vaaditaan syvällistä kiertotalousymmärrystä ja asiantuntemusta. Kiertotalous nähtiin positiivisena asiana ja sen uskottiin lisääntyvän tulevaisuudessa. Tutkimuksessa kävi ilmi, että yrityksissä kaivataan lisää osaamista-, sekä selkeyttä ja hyviä esimerkkejä kiertotalouden harjoittamiseen. Tutkimuksen mukaan selkein toimintaa ohjaava motivaatiotekijä oli yrittäjän omat arvot-, sekä liiketoimintamallin tuomat kustannussäästöt.

Suurin motivaatiota haittaava tekijä oli selvästi sekä yritysten että yksityisten henkilöiden kiertotaloustietämys. Ilman ymmärrystä yritykset eivät pysty toimimaan kiertotalouden arvojen mukaisesti eikä kiertotalouden tarjoamia hyötyjä osata tunnistaa. Toisaalta mikäli asiakas ei osaa arvostaa kiertotaloutta, ei kiertotaloudelle ole kysyntää. Toimeksiantaja voi hyödyntää tutkimustuloksia omassa kehitystyössään sekä oikeanlaisen tiedon tarjonnassa. Lisäksi tutkimustuloksia voidaan hyödyntää oppilaitoksien ja muiden koulutuksien koulutustarjontaa suunniteltaessa.

Avainsanat

Kiertotalous, kiertotalouden liiketoimintamallit, motivaatio, arvot

Degree Programme in Business
Administration
Bachelor of Business Administration

Author	Miia Pitkäniemi Susanna Pohjanen	Year	2021
Supervisor	Mika Saloheimo		
Commissioned by	Industrial Circular Economy in Lapland 2.0		
Subject of thesis	Motivational factors behind the practice of the circular economy – The views of Lapland's service companies		
Number of pages	59 + 11		

The purpose of this thesis was to identify the motivational factors behind the practice of circular economy. The target group of the study was SME and micro-companies in the service sector in the Lapland region. The commissioner's expectation for the thesis was to identify concrete motivational factors behind the practice of the circular economy and determine the level of knowledge and the needs for information to be utilized in their own goals. The aim was also to outline the values of the companies and their possible strategic plans.

In the theoretical section of the thesis, we discussed the basic concepts of circular economy, which are mandatory to carry on trade as well as possible motivational factors behind the practice of circular economy. The thesis was conducted as a qualitative action research. The research material was collected through video and telephone interviews with thematic interviews. The theoretical framework is linked to the research problem through research questions.

In-depth understanding of the circular economy and expertise is required for the comprehensive utilization of the circular economy. The circular economy was seen as a positive thing and was expected to increase in the future. The study showed that the companies need more know-how, as well as clarity and good examples for operating in circular economy. According to the study, the clearest motivating factor guiding the operations were the entrepreneur's own values and the cost savings brought about by the business model.

The biggest impediment to motivation was clearly the knowledge of the circular economy of both companies and individuals. Without understanding, companies would not be able to operate in accordance with the values of, and would not be able to identify the benefits offered by, the circular economy. If the customer does not know how to appreciate circular economy, there is no demand for it. The commissioner can utilize the research results in their own development work and in providing suitable information. Furthermore, the research results could be used in planning the educational provision of educational institutions and other education.

Key words Circular economy, circular economy business models, motivation, values

SISÄLLYS

1	JOHDANTO	6
2	TAUSTA JA AIHEEN RAJAUS	8
2.1	Toimeksiantajan esittely.....	8
2.2	Aiheen rajaus.....	8
2.3	Tarkoitus ja tavoite.....	9
3	KIERTOTALOUS JA KIERTOTALOUDEN LIIKETOIMINTAMALLIT	10
3.1	Kiertotalous.....	10
3.2	Kiertotalous liiketoiminnassa.....	12
3.3	Kiertotalouden liiketoiminta mallit ja strategiat	13
3.3.1	Tuote palveluna.....	14
3.3.2	Uusiutuvuus	15
3.3.3	Jakamislustat.....	16
3.3.4	Tuote-elinkaaren pidentäminen.....	17
3.3.5	Resurssitehokkuus ja kierrätys.....	17
4	KIERTOTALOUDEN MOTIVAATIOTEKIJÄT JA HAASTEET	19
4.1	Motivaatio	19
4.2	Kiertotalouden motivaatiotekijät	20
4.3	Haasteet kiertotalouden rajoittamisessa	22
5	YRITYKSEN ARVOMAAILMA	24
5.1	Yrityksen arvot.....	24
5.2	Hiilikädenjälki	24
5.3	Ympäristömerkit.....	25
6	KIERTOTALOUS ASIAKKAAN NÄKÖKULMASTA	26
6.1	Kuluttajan rooli.....	26
6.2	Tuotantolähtöisestä kohti asiakaslähtöistä markkinointia.....	26
6.3	Kiertotalouden hyödyt asiakkaan näkökulmasta	27
7	SUUNNITTELU JA LIIKETOIMINNAN KEHITTÄMINEN	29
7.1	Circular Design	29
7.2	Business Design	29

7.3	Business Model Canvas	31
8	KIERTOTALOUDEN TOIMINTAYMPÄRISTÖ JA TULEVAISUUS.....	32
8.1	Kiertotalouden sosiaalinen toimintaympäristö.....	32
8.2	Kiertotalouden tulevaisuuden näkymät Suomessa	32
9	TAVOITTEIDEN, TEORIAN JA TUTKIMUSONGELMAN YHTEYS.....	34
9.1	Tavoitteiden liittäminen teoriaan	34
9.2	Tutkimusongelman liittäminen tutkimusteemoihin.....	35
10	TUTKIMUSMENETELMÄ JA TUTKIMUKSEN TOTEUTUS	37
10.1	Laadullisen tutkimuksen menetelmät ja tiedon lähteet	37
10.2	Laadullisen tutkimuksen haastattelu ja kysymykset.....	37
10.3	Tutkimuksen toteutus	38
10.4	Aineiston keruu.....	39
10.5	Aineiston analysointi.....	39
10.6	Tutkimuksen eettisyys	40
11	TUTKIMUSTULOKSET MOTIVAATIOOTEKIJÖISTÄ TEEMOITTAIN	43
11.1	Kiertotaloustietämys	43
11.2	Kiertotalouden liiketoimintamallit	43
11.3	Yrityksen strategia	44
11.4	Yrityksen arvomaailma	45
11.5	Kiertotalous asiakkaan näkökulmasta	45
11.6	Suunnittelu ja liiketoiminnan kehittäminen	46
11.7	Kiertotalouden tarjoamat hyödyt ja haasteet liiketoiminnassa	47
11.8	Kiertotalouden toimintaympäristö	48
11.9	Tulevaisuuden näkymät.....	48
11.10	Kehitysehdotukset	49
12	JOHTOPÄÄTÖKSET	50
13	POHDINTA	53
	LIITTEET	60

1 JOHDANTO

Maailman ylikulutuspäivänä tulee laskennallisesti täyteen se aika, kun vuoden aikana uusiutuvien luonnonvarojen kulutus ylittää niiden tuotannon ja maapallon kyky käsitellä fossiilisten polttoaineiden aiheuttamia hiilidioksidipäästöjä on ylitetty. Vuodelle 2021 Suomen ylikulutuspäiväksi on laskettu 10.4.2021, ja listan kärjessä oleva Qatar saavuttaa tämän ei toivotun tilanteen 9.2.2021. Suurimmat syyt nopeaan ylikulutukseen löytyvät rakennusten, liikenteen ja teollisuuden energiankäytöstä. Myös eri tavoin toteutetut maankäytön muutokset kuten rehun tuotantoon raivatut metsät ovat merkittäviä ylikulutuksen nopeuttajia. Onkin todettu, että niissä maissa, missä kulutetaan nopeinten yli luonnonvarojen, asuu yli 80 % maailman väestöstä. (Tammilehto 2020.)

Maailma alkoi elämään velaksi vuonna 2020 yli kolme viikkoa myöhemmin kuin edellisenä vuonna. Tämä positiivinen muutos ylityskulutuspäivän siirtymisessä oli COVID-19-pandemian aikaansaama. Valitettavasti meillä ei ole mahdollisuutta tuodittautua ajatukseen, että kyseisen pandemian aiheuttamat pienentyneet ilmastopäästöt olisivat mitenkään merkittäviä asia pidemmällä aikavälillä. Tällainen kriisi osoittaa, että muutoksia voidaan tehdä nopeasti, mutta kestäviin tuloksiin tulee pyrkiä johdonmukaisilla päätöksillä. (MTV Uutiset 2020.)

Vauraissa maissa kulutuksen hiilijalanjälki on suurinta. Kotitalouksissa tapahtuvat kasvihuonepäästöt ovat 72 % kaikista maailman kasvihuonepäästöistä. Suurimman osan päästöistä aiheuttavat asuminen, ruuankulutus sekä liikkuminen. Päästöjen pienentäminen vaatii niin kulutuksen muutosta kuin myös tuotannon päästöjen pienentymistä. (Ilmasto-opas 2021.)

Tiedostava kuluttaja -tutkimuksen mukaan vuonna 2019 vastuullisuus on yksittäisenä teemana ottanut mittavia askelia eteenpäin verrattuna vuoden 2016 tutkimuksen tuloksiin. Tutkimuksen mukaan kuluttaminen on keskeinen osa elämäämme ja kuluttaminen nähdään taitona edistää omaa identiteettiä henkilökohtaisten tarpeiden tyydyttämisen lisäksi. Vastuullisuus puhuttelee merkittävästi laajempaa yleisöä. (Kuudes 2019.) Kuluttajatottumuksen muutos luo yrityksiin painetta oman liiketoiminnan vastuullisuuden tarkasteluun.

Kuluttajatutkimuskeskuksen professori Eva Heiskasen mukaan kuluttajat eivät pysty yksinään ratkaisemaan ympäristöongelmia, vaikka kuluttajien käyttäytymisellä on vahva rooli. Talousjärjestelmän lyhytnäköisyys ja oletus rajattomasta kasvusta ovat syynä luonnonvarojen ylikulutukseen. Muutosten aikaansaamiseksi tarvitaan muutoksia koko yhteiskunnan rakenteeseen. Ihminen toimii opittujen tapojensa mukaisesti ja tarvitsee ohjausta kohti ympäristöystävällisempiä valintoja. Ympäristöystävällisten valintojen tekemisestä tulisi tehdä helppoa, mutta myös lainsäädännöllä voidaan ohjata kulutusta. (WWF Suomi 2018.)

Tässä opinnäytetyössä tutkimme motivaatioita kiertotalouden harjoittamisen taustalla liiketoiminnassa. Opinnäytetyön teoriaosuudessa avaamme kiertotalouden peruskäsitteitä ja liiketoimintamalleja sekä tarkastelemme mahdollisia motivaatiotekijöitä yrityksen arvojen, strategian sekä yhteiskunnallisten veloitteiden vaikutuksesta kiertotalouden harjoittamiseen. Opinnäytetyön toimeksiantaja on hanke LTKT 2.0 - Lapin teollinen kiertotalous 2.0. - Lapin kiertotaloustoiminnan vahvistaminen. Hankkeen odotuksena opinnäytetyölle on, että yritysrajoista nousee konkreettisia havaintoja yritysten kiertotalouteen liittyvistä motivaatiotekijöistä käytäntöön asti hyödynnettäväksi.

Opinnäytetyön kannalta keskeisimmät aiheet ovat kiertotalouden ja kiertotaloutta hyödyntävien liiketoimintamallien ymmärtäminen sekä kiertotalouden suurempi merkitys yhteiskunnalle. Kiertotalous on alati kehittyvä ja trendikäs aihe, jonka kehitys menee vauhdikkaasti eteenpäin, ja tietoperustassa käytetään artikkeleiden ja tutkimusten osalta mahdollisimman tuoreita materiaaleja. Lähdetieto kerätään ajankohtaisesta kirjallisuudesta, sähköisistä artikkeleista sekä alan ammatikirjallisuudesta.

Kiertotaloutta pidetään yhtenä tärkeänä keinona Valtioneuvoksen asettamassa tavoitteessa tehdä Suomesta hiilineutraali maa vuoteen 2035 mennessä (Valtioneuvosto 2021a). Kiertotalous tarkoittaa tuotanto- ja kulutusmallia, jossa olemassa olevat materiaalit sekä tuotteet hyödynnetään mahdollisimman pitkälle uudelleen käyttämällä, vuokraamalla, korjaamalla, lainaamalla kierrättämällä ja kunnostamalla (Euroopan parlamentti 2020). Sitran määrittelemät viisi kiertotalouden liiketoimintamallia ohjaavat kulutusta ja tuotantoa kohti vastuullisempaan käyttäytymistä (Sitra 2021).

2 TAUSTA JA AIHEEN RAJAUS

2.1 Toimeksiantajan esittely

Opinnäytetyön toimeksiantaja on hanke LTKT 2.0 - Lapin teollinen kiertotalous 2.0. - Lapin kiertotaloustoiminnan vahvistaminen. Lapin teollinen kiertotalous 2.0 -hankkeen päätoteuttajina ovat Digipolis, Lapin ammattikorkeakoulu sekä Ammattiopisto Lappia. Hankkeessa hyödynnetään vuonna 2017 perustetun Kiertotalouskeskuksen osaamista, kontakteja ja verkostoja. (Digipolis 2020.) Yhteishenkilömme hankkeeseen on hankeasiantuntija Nelly Korteniemi.

Lapin teollinen kiertotalous 2.0 (LTKT 2.0) -hankkeen tavoitteena on lisätä yritysten kiertotalousymmärrystä sekä luoda edellytyksiä verkostoitumiseen ja kiertotalouden harjoittamiseen yritystoiminnassa. Hankkeen toiminnan avulla luodaan edellytyksiä tuleville kiertotalousinvestoinneille, uusia liiketoimintamalleja sekä parannetaan alueellista kilpailukykyä. Hankkeen kansainvälisiä tavoitteita ovat muun muassa rajanaapureiden kanssa tehtävä kiertotalousosaamisen vaihto sekä koulutusyhteistyön vahvistaminen. Maantieteellisenä kohdealueena on Lapin maakunta ja seuraavat seutukunnat: Itä-Lappi, Rovaniemi, Torniolaakso ja Kemi-Tornio. Tarkemmin Lapin kunnista kohdealueina ovat Kemi, Tornio, Kemimaa, Rovaniemi, Simo, Ylitornio, Tervola, Pello ja Kemijärvi. (Heikka 2019, 2.)

Konkreettisenä toimena Lapin teollinen kiertotalous 2.0 -hanke järjestää yhteistyössä Lapin ammattikorkeakoulun kanssa pk- ja mikroyrittäjille ja muille kiertotaloudesta kiinnostuneille webinaarisarjan, missä toimeksiantajan webinaariesitteen mukaan tarjotaan kuluttajien toivomuksia tukevia ratkaisumalleja vastuulliseen toimintaan ja uusiin kestäviin tuote- ja palveluratkaisuihin kiertotalouden liiketoimintamallien avulla (Digipolis 2021).

2.2 Aiheen rajaus

Tutkimuksen kohteena ovat pienet- ja keskisuuret yritykset sekä mikroyritykset palvelualalla, jotka harjoittavat jossain määrin kiertotaloutta. Hankkeen mukaan teollisessa toiminnassa kiertotaloutta hyödynnetään käytännössä ja osaaminen

on vahvaa (Saarenpää 2020). Suuryritysten organisaatioista löytyy usein riittävästi resursseja kiertotalouden hyödyntämiseen liiketoiminnassa, joten keskitymme pk- ja mikroyrityksiin. Kiertotalouden liiketoimintamallit ovat helpommin sovellettavissa teollisuuteen ja tuotantoon, ja tästä syystä koemme, että palvelualan tutkiminen tuo opinnäytetyöllemme uutuusarvoa. Opinnäytetyön maantieteellinen raja-alue määräytyy Lapin teollinen kiertotalous 2.0 -hankkeen aluemäärittelyn mukaisesti.

2.3 Tarkoitus ja tavoite

Opinnäytetyön tarkoituksena on tunnistaa ilmiöitä ja niitä motivaatiotekijöitä, jotka ohjaavat pk- ja mikroyrityksiä harjoittamaan kiertotaloutta, ja hahmottaa yritysten arvomaailmaa ja ymmärrystä kiertotaloudesta sekä selvittää tulevaisuuden strategisia suunnitelmia. Tavoitteena on kerätä hankkeelle konkreettista tietoa pk- ja mikroyrityksiltä tämän tutkimuksen avulla.

Päätutkimuskysymyksemme on:

- Mitkä ovat ne tekijät, jotka motivoivat palvelualan yritystä harjoittamaan kiertotaloutta?

Alatutkimuskysymykseksemme ovat:

- Ohjaavatko yhteiskunnalliset paineet ja pakotteet harjoittamaan kiertotaloutta?
- Tukeeko yrityksen arvomaailma kiertotalouden harjoittamista?
- Tavoitellaanko kiertotalouden harjoittamisella strategista hyötyä?

3 KIERTOTALOUS JA KIERTOTALOUDEN LIKETOIMINTAMALLIT

3.1 Kiertotalous

Kiertotalous on noussut julkiseen keskusteluun 2010-luvun alkupuolella. Kymmenen vuoden aikana 20 Euroopan valtiota ovat julkaisseet kiertotalousstrategian tai tiekartan ja Euroopan unioni laatinut kaksi kiertotalouden toimintasuunnitelmaa (Sitra 2020). Vuonna 2019 päivitetty uusi tiekartta näyttää Suomen reitin kohti kiertotaloutta vuoteen 2025 mennessä (Sitra 2019). Sitran määritelmän mukaan kiertotalous on talousmalli, jossa materiaalin arvo pyritään säilyttämään mahdollisimman pitkään eikä materiaaleja elinkaaren lopussa tuhota. Omistamisen sijaan suositaan kierrättämistä, jakamista ja vuokraamista. Sitran mukaan kiertotaloudesta saadaan työkaluja luonnonvarojen ylikulutuksen ja luonnon monimuotoisuuden katoamisen hillitsemiseen. Materiaaliresursseja käytetään tehokkaammin, ja resursseja palautuu enemmän takaisin kiertoon. Sitran mukaan vuonna 2018 Suomen sadasta suurimmasta yrityksestä 25 %:lla oli kiertotalous jo mukana epäsuorasti tai suoraan yrityksen strategiassa. (Sitra 2020.)

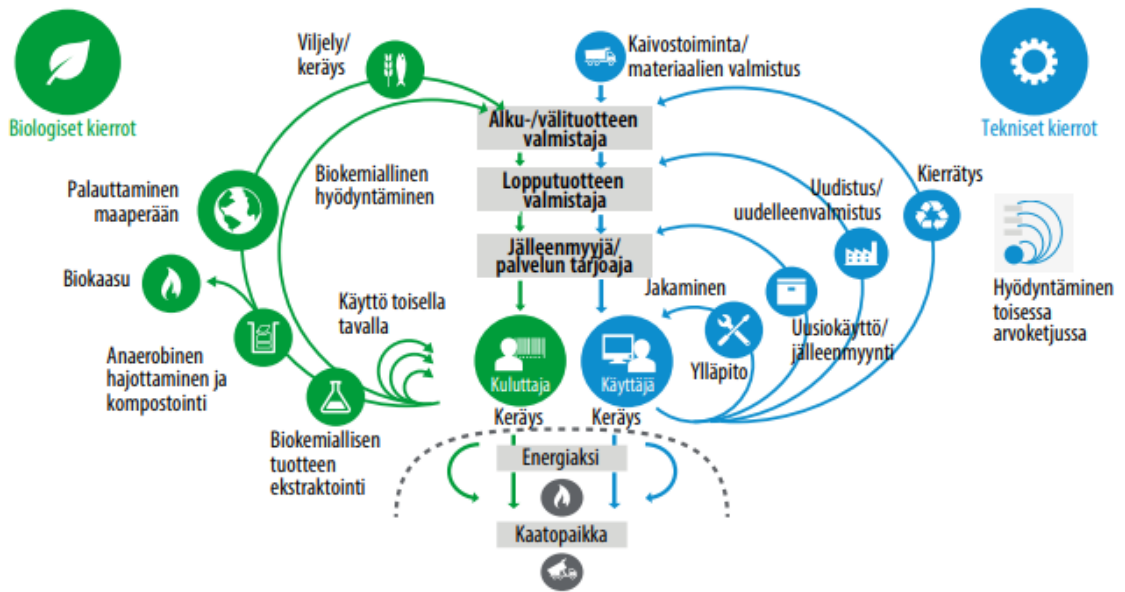
Ympäristöministeriön mukaan kiertotalous tarjoaa ratkaisuja luonnon monimuotoisuuden vähenemisen pysäyttämiseen ja ilmastonmuutoksen hillitsemiseksi luonnonvarojen kestävästä käytöstä. Kiertotaloudesta tavoitellaan uutta talouden perustaa avuksi maapallon kantokyvyn tasapainottamiseksi. (Ympäristöministeriö 2020a.) Ympäristöministeriössä ollaan samoilla linjoilla kuin Sitrassakin; kertakäyttökulttuurista pyritään pääsemään eroon asennemuutoksen, yhteistyön ja innovaation avulla (Ympäristöministeriö 2020b)

Kuviossa 1 on esitetty Euroopan parlamentin näkemys kuudesta keskeisestä keinosta tuotteiden elinkaaren pidentämiseksi. Euroopan parlamentin määritelmän mukaan kiertotalous on tuotanto- ja kulutusmalli, jossa raaka-aineita käytetään mahdollisimman tehokkaasti ja jäännösjätteen määrää pyritään vähentämään. (Euroopan parlamentti 2020.)



Kuvio 1. Kiertotalous (Euroopan parlamentti 2020)

Valtioneuvoston uuden määritelmän mukaan materiaaleja hyödynnetään kierto-
taloudessa kestävästi ja pysyvästi sekä materiaalit pysyvät kierrossa turvallisesti
ja pitkään. Tuotteita myöskin vuokrataan, jaetaan, kierrätetään sekä korjataan, ja
palvelullistuminen on osa kiertotaloutta. Kiertotalous, uusi talouden toimitapa,
tuottaa maapallon kantokyvyn rajoissa taloudellista hyvinvointia yhteiskunnan toi-
mintamalleja uudistaen ja digitalisaatiota hyödyntäen. (Valtioneuvosto 2021a.)
Kuviossa 2 on kuvattu Valtioneuvoston näkemys kiertotalouden järjestelmäkaa-
viosta. Mallissa arvoketjun päässä olevat tuotteet pyritään hyödyntämään toi-
sessa arvoketjussa ja kierrätyksessä, ja vain pieni osa tuotteesta päättyy kaato-
paikalle jätteeksi. (Valtioneuvosto 2021b, 27.)

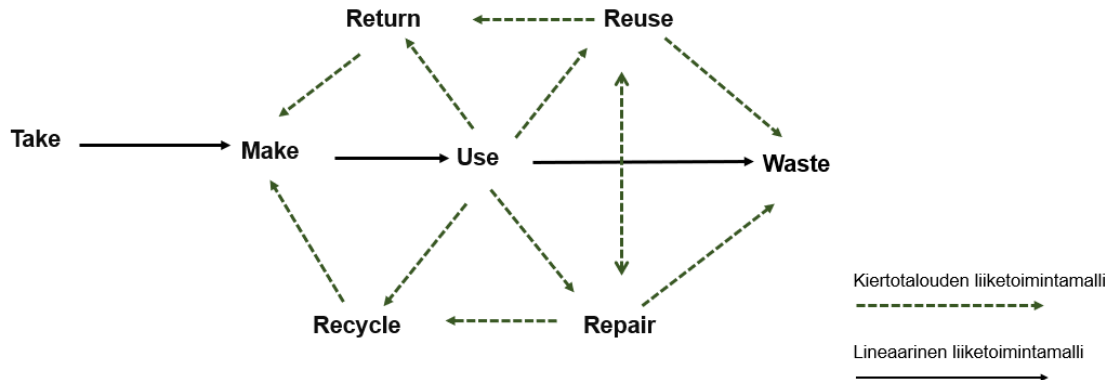


Kuvio 2. Kiertotalouden järjestelmäkaavio (Valtioneuvosto 2021b, 27)

3.2 Kiertotalous liiketoiminnassa

Kiertotalous tuo mukanaan uusia työpaikkoja (Sitra 2020). Työvoimaa tarvitaan niin kunnostukseen ja uudelleenvalmistamiseen kuin kehittämiseen ja jalostukseen, ja tästä syystä kiertotaloudella on työllistävä vaikutus eri työtehtävistä riippuen eri koulutusasteiden työllisyyteen. Uusien työpaikkojen lisäksi nykyisten työtehtävien toimenkuvat voivat muuttua. (Sitra 2016.)

Kiertotaloutta voidaan hyödyntää liiketoiminnassa sen monipuolisuuden ja dynaamisuuden ansiosta (Shahbazi 2020a). Kiertotalouden liiketoimintamallien toiminta-ajatus on se, miten organisaatio luo, tuottaa ja kerää arvoa sidosryhmilleen minimoimalla samalla sosiaaliset ja ekologiset kustannukset. Kiertotalouden toimintaperiaatteet ovat jätteiden ja saasteen suunnittelu, tuotteen ja materiaalin pitäminen käytössä sekä luonnon järjestelmän uudistaminen. Kuviossa 3 on kuvattu kiertotalouden liiketoimintamalli verrattuna lineaariseen take-make-use-waste-malliin. (Shahbazi 2020b.)



Kuvio 3. Kiertotalouden arvomatka (mukaillen Shahbazi 2020a)

Kevin Shahbazi (2020c) luonnehtii lineaarista liiketoimintamallia blogissaan kaupalliseksi liiketoimintamalliksi, koska se keskittyy vain kahteen sidosryhmään: toimittajiin ja asiakkaisiin. Lineaarisen liiketoimintamallin ei ole tarkoitus luoda arvoa sidosryhmille tai arvoketjun loppupäässä oleville toimijoille, eikä se myöskään huomio vaikutuksia luontoon. Kiertotalouden liiketoimintamalli puolestaan huomio tuotteen arvon koko sen elinkaaren ajan. Shahbazi on määrittänyt kolme kiertotalouden periaatetta, joiden noudattamatta jättäminen tekee toiminnasta lineaarista.

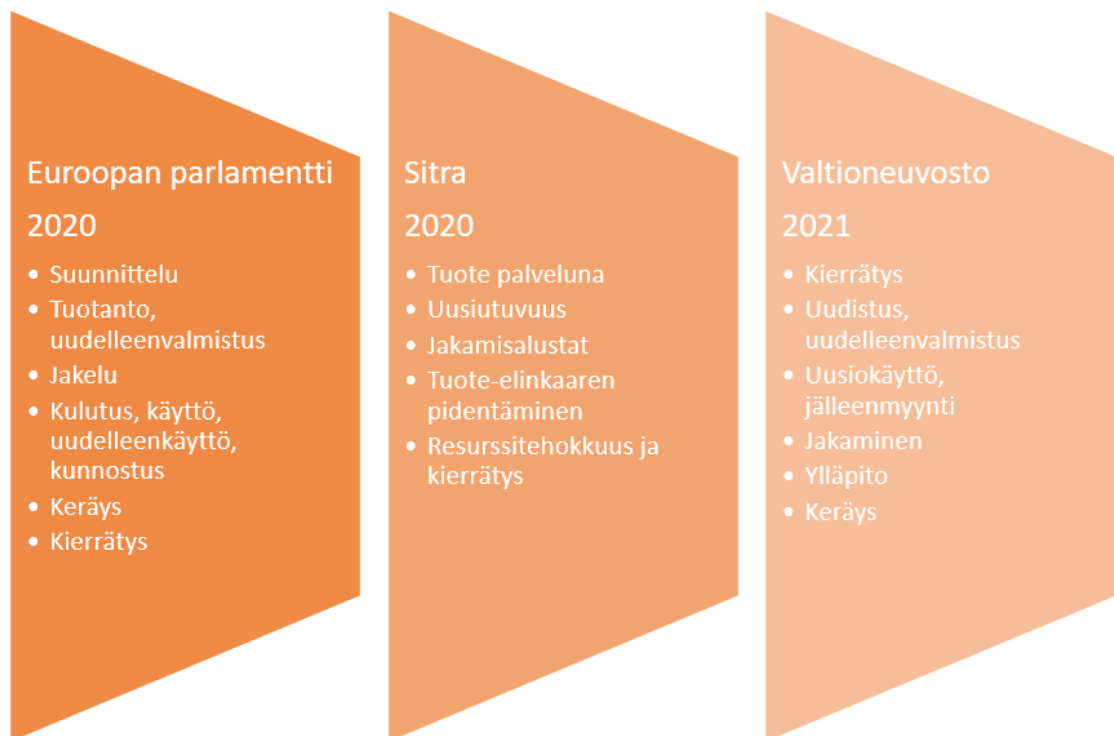
Kevin Shahbazin (2020c) määrittämät kolme kiertotalouden periaatetta:

- Suosi ekologisia tuotteita ja materiaaleja valitsemalla toimittajat, jotka toimivat kiertotalouden arvojen mukaisesti.
- Lisää arvoa olemassa oleville tuotteille ja materiaaleille esimerkiksi korjattavuudella, päivityksillä tai palvelun yhdistämisellä tuotteelle.
- Luo arvoa asiakkaille ja asiakkaiden jälkeisille sidosryhmille pidentämällä tuotteen elinkaarta.

3.3 Kiertotalouden liiketoiminta mallit ja strategiat

Kiertotalousliiketoimintamalli tarjoaa uudenlaisen ajattelun perinteiselle lineaariselle liiketoimintamallille, joka aiheuttaa luonnonvarojen ylikulutusta sekä maapal-

lon ekologisen kantokyvyn koettelu. Kiertotalousliiketoimintamalli tarkoittaa vastuullisten raaka-aineiden ja uusiutuvan energian käyttämistä, pitkäikäisten tuotteiden suunnittelua, palveluiden käyttämistä ostamisen sijaan, resurssien jakamista sekä ansaintamallin muutosta. (Sitra 2020.) Sitran määrittelemät viisi kiertotalouden liiketoimintamallia ovat tuote palveluna, uusiutuvuus, jakamislustat, tuote-elinkaaren pidentäminen ja resurssitehokkuus sekä kierrätys (Sitra 2021). Kuviossa 4 on esitetty kolme näkemystä kiertotalouden liiketoimintamalleista.



Kuvio 4. Kolme näkemystä kiertotalouden liiketoimintamalleista (mukaillen Euroopan parlamentti 2020; Sitra 2020; Valtioneuvosto 2021b, 27)

3.3.1 Tuote palveluna

Tuote palveluna tarkoittaa, että tuotteen sijaan tarjotaan palveluita. Tuote palveluna -liiketoimintamallissa asiakas maksaa tuotteen sijaan tietystä suorituskyvystä tai toiminnosta. Tuotteen omistussuhteessa ei tapahdu muutoksia, joten tuotteiden kokonaiskustannuksista vastaa palvelun tarjoaja tai jälleenmyyjä. Asiakkaalle tuotteen ostaminen palveluna on pienempi riski kuin itse tuotteen hankkiminen. Tuotteen myyminen palveluna motivoi huolehtimaan tuotteesta ja piden-

tää näin tuotteen elinkaarta. Esimerkkejä tuotteen myymisestä palveluna ovat kaluston liisaus tai vuokraus. Asiakas maksaa palvelusta esimerkiksi käytettyjen tuntien tai ajettujen kilometrien perusteella, tai asiakas suorittaa maksun etukäteen määritellystä lopputuloksesta. Tässä liiketoimintamallissa vuorovaikutus asiakkaiden kanssa on tiivistä ja tulovirta tuotteen myymiseen verrattuna pidempi-jaksoista. (Sitra 2021.)

Tuote palveluna liiketoimintamalli on linjassa Valtioneuvoston kiertotalous-määritelmään, jossa palvelullistaminen on osa kiertotaloutta (Valtioneuvosto 2021a). Kiertotalouden harjoittamisen tavoitteena on muun muassa tarjota palveluita fyysisten tuotteiden sijaan sekä tuottaa sidosryhmilleen arvoa. Kiertotalouden strategiamallissa Provide and Perform tarjotaan kapasiteetteja tai palveluita asiakkaiden tarpeiden tyydyttämiseksi fyysisten tavaroiden myymisen sijaan. (Hofmann, Jokinen & Marwede 2017.)

Resurssin myyntiä palveluna ammattitaitoisesti voidaan kutsua optimoinniksi. Asiakkaan saama arvo on toimintavarmuus ja kustannussäästöt. Toiminnan harjoittaminen vaatii läheisiä asiakassuhteita ja asiakkaan ymmärrystä. (CICAT2025 -webinaari 2021a.)

3.3.2 Uusiutuvuus

Uusiutuvuus tarkoittaa kierrätettävien, uusiutuvien tai biohajoavien materiaalien sekä uusiutuvan energian käyttöä tuotteiden valmistuksessa ja suunnittelussa. Kiertotaloudessa uusiutuvilla raaka-aineilla korvataan osia tai kokonaisuuksia, muun muassa myrkyllisiä, neitseellisiä ja saastuttavia raaka-aineita. Kiertotalouden kautta hyödynnetty materiaali tuo liiketaloudellista etua kuten kilpailuetua. Toiminnasta saadaan vastuullisempaa sekä raaka-aineiden hintaheilahteluita saadaan hillittyä. (Sitra 2021.) Valtioneuvoston mukaan kiertotalouden toimintatapa tuottaa taloudellista hyvinvointia maapallon kantokyvyn rajoissa. Materiaalien halutaan pysyvän kierrossa pitkään ja turvallisesti. (Valtioneuvosto 2021a.)

Uusiutuvuus -liiketoimintamallilla voidaan tuottaa arvoa esimerkiksi korvaavuudella. Korvaaminen liiketoimintamallina tarkoittaa esimerkiksi neitseellisten tuotteiden tai materiaalin korvaamista kestävämmillä ja ympäristöystävällisillä tuotteilla. Toiminta vaatii syvää asiakkaan ja kontekstin ymmärtämistä, jotta voidaan tarjota

sopivia tuotteita ja ratkaisuja. Arvonlupauksista saadaan pohjaa myyntiin, ja arvonlupaus toimii parhaassa tapauksessa kilpailuvalttina sekä antaa suunnan tavoitteille. (CICAT2025 -webinaari 2021a.)

3.3.3 Jakamisolustat

Jakamisolustoilla tarkoitetaan resurssien ja tavaroiden käyttöasteen kasvattamista sekä elinkaaren pidentämistä digitaalisten alustojen avulla. Digitaalisia jakamisolustoja voidaan hyödyntää esimerkiksi vuokrauksessa, myymisessä, uudelleenkäytössä ja jakamisessa. Tavoitteena on, että alustat yhdistävät kysynnän tarpeeseen, jossa yksilöt ja yritykset voivat hyödyntää toisten resursseja ja tuotteita. Tämän myötä tarve uusien tuotteiden valmistukselle vähenee. Jakamisolustojen tulovirta voi koostua esimerkiksi palvelumaksuista ja lisäpalvelumyyneistä. (Sitra 2021.) Myös Valtioneuvosto (2021a) kannustaa digitalisaation hyödyntämiseen kiertotalousliiketoiminnassa

Jakamisolustojen avulla voidaan matalan käyttöasteen resurssi nostaa yhteiseksi resurssiksi. Asiakkaan saama arvo on alhaisempi hinta ja helppokäyttöisyys. Toiminnan on pystyttävä yhdistämään kysyntä tarjontaan ja taattava helppo saatavuus. (CICAT2025 -webinaari 2021a.)

Digitalisaation kehittyminen ja lisääntyminen nähdään välttämättömyytenä kiertotaloustavoitteiden toteutumiseksi. Digitalisaatiota luonnehditaan uudenaikaisena yhteistyönä eri toimijoiden välillä. Julkisen sektorin tehtävä on säädellä, ohjata ja valvoa digitalisaation kehittymistä ja markkinoiden ja digitaalisten ekosysteemien tehtävä on kerätä tietoja markkinavirroista ja markkinoilta, sekä tehdä kehitystä, tutkimusta ja innovaatiota kerätyn tiedon pohjalta. Digitaaliset ekosysteemit ja markkinat on jaettu palveluekosysteemeihin ja dataekosysteemeihin. Palveluekosysteemit ovat kunnalliset sekä yksityiset palvelut ja materiaalien hyödyntäjät ja dataekosysteemejä ovat datapalvelut sekä alustat ja markkinapaikat. Digitalisaatiosta voidaan saada hyötyjä kiertotalouden harjoittamiseen muun muassa tuotetiedon keräämiseen, tuotteiden yhteiskäytön mahdollistamiseen, tuotannon sivuvirtojen hyödyntämiseen toisen yrityksen toiminnassa tai esimerkiksi toiminnan läpinäkyvyyden todentamiseen. (Valtioneuvosto 2021b, 51–52, 55.)

3.3.4 Tuote-elinkaaren pidentäminen

Tuote-elinkaaren pidentäminen tarkoittaa, että tuotetta pidetään käytössä mahdollisimman pitkään tai useita käyttökertoja. Kiertotaloudessa tuotteet pyritään suunnittelemaan lähtökohtaisesti sellaisiksi, että ne kestävät pitkään ja ovat helposti huollettavissa ja korjattavissa. Suunnitteluvaiheessa mietitään valmiiksi valmistettavan tuotteen kierrätettävyys ja pyritään pois kertakäyttökulutuksesta. Tuotteiden elinkaaren pidentymisestä hyötyvät yrityksiensä lisäksi myös loppukäyttäjät. Uusien tuotteiden valmistuksen ja hankinnan vähentyessä säästyy energiaa ja materiaaleja. Valmistajien riippuvuus vähenevistä tai kokonaan loppuvista raaka-aineista ja resursseista vähenee ja todennäköisesti loppukäyttäjille tulee tarjolle edullisempia tuotteita. (Sitra 2021.)

Kiertotalouden strategiat Longlife ja Encourage sufficiency pyrkivät myös pidentämään tuotteen elinkaarta. Longlife -mallin tavoitteena on hyödykkeen mahdollisimman pitkä elinkaari muun muassa kestävyuden ja korjattavuuden avulla ja Encourage sufficiency tarkoittaa ratkaisuja, jotka aktiivisesti pyrkivät vähentämään loppukäyttäjien kulutusta kestävyys-, korjattavuus- ja päivitettävyyssperiaatteita noudattaen. (Hofmann ym. 2017.)

3.3.5 Resurssitehokkuus ja kierrätys

Kiertotalouden tukijalkoja ovat resurssitehokkuus ja kierrätys. Kierrättämisen ja raaka-aineen palautumisen avulla materiaaleja voidaan muun muassa siirtää alempiarvoiseen käyttöön esimerkiksi muuttamalla jätteet polttamalla energiaksi tai materiaali voidaan kierrättää takaisin raaka-aineeksi alkuperäisen prosessin tarpeisiin. Kierrätys ja resurssitehokkuus vähentävät ympäristövaikutuksia sekä pienentävät yrityksen jäte-, materiaali- ja energiakustannuksia. Teolliset yritykset voivat hyödyntää toisten harjoittajien jättemateriaaleja, eli sivuvirtoja omassa tuotannossaan. (Sitra 2021.)

Sustainability Guiden määrittelemistä kolmessa kiertotalouden strategiassa Extend Product Value, Extend Resource Value ja Industrial Symbiosis löytyy resurssitehokkuus ja kierrätys liiketoimintamalleille tyypillisiä piirteitä. Industrial Symbiosis -mallissa sivuvirtojen hyödyntäminen toisen prosessin raaka-aineena, Extend Resource Value -mallissa pyritään hyödyntämään jätteet luomalla niille uutta

arvoa, ja Extend Product Value -mallissa tavoitteena on tuotteiden jäännösarvon hyödyntäminen sekä tuotteen palautuminen takaisin tuotantoon elinkaaren lopussa. (Hofmann ym. 2017.)

Yksi resurssitehokkuuden ja kierrätyksen arvonluontilogiikka on arvon palauttaminen. Arvon palauttaminen tarkoittaa käytännössä kuluneen tuotteen arvon palauttamista kierrättämällä tai uudelleen valmistuksella. Arvonlupaus on palauttaa edullisempia ja ympäristöystävällisiä tuotteita. Toiminnassa on hallittava kustannustehokas prosessointi sekä takaisin palautus. (CICAT2025 -webinaari 2021a.)

4 KIERTOTALOUDEN MOTIVAATIOOTEKIJÄT JA HAASTEET

4.1 Motivaatio

Terveysverkko.fi:n mukaan motivaation perustana ovat motiivit. Motivaatio on erilaisten motiivien kuten tarpeiden, halujen, viettien, palkkioiden tai rangaistusten aikaansaama tila. Motivoitunut henkilö toimii vireästi ja suuntaa mielenkiintonsa sitä asiaa kohti mikä häntä motivoi ja kiinnostaa. Motiivit liittyvät monesti päämääriin ja ne voivat olla joko tiedostettuja tai tiedostamattomia. (Terveysverkko.fi 2021.)

Henkilön kokiessa sisäistä motivaatiota hän toimii omasta tahdostaan, tämä on syy tietynlaiseen käyttäytymiseen, mikä syntyy sisäisesti. Sisäistä motivaatiota pidetään pitkäkestoisempänä kuin ulkoista motivaatiota, koska sen syntyyn eivät vaikuta ulkopuolelta tulevat motivaatiotekijät. Ulkoisessa motivaatiossa motivaatio syntyy erilaisten ulkopuolisten asioiden vaikutuksesta, tällainen vaikutin voi olla esimerkiksi ympäristö tai palkkio. Koska toiminta ei ole henkilöstä itsestään lähtöinen hän ei koe toiminnasta iloa eikä esimerkiksi palkkioiden saavuttamisesta syntynyt ilo ole pitkäkestoinen tila. (Terveysverkko.fi 2021.) Kiertotalouden harjoittamisen sisäisiä motivaatioita ovat esimerkiksi edelläkävijyys, kannattavuus ja ideologia. Ulkoisia motivaatioita ovat puolestaan esimerkiksi asiakkaan tarve, pakko sekä kulttuuri. (CICAT2025 -webinaari 2021a.)

Motivaatiota voidaan kuvata myös tilanteeseen sitoutuvaksi tilannemotivaatioksi tai yleismotivaatioksi. Ulkoisten ja sisäisten motivaatioiden aikaansaama tila vie henkilöä kohti tavoitetta. Näin motivaatio liittyy tilanteeseen ja päätökset voidaan tehdä heti tilanteen aikana sen mukaan mitä mahdollisuuksia ja millaista kiinnostusta itsellä on. Yleismotivaatio on selkeästi pysyvämpi tila; ollaan kiinnostuneita toiminnasta ja tavoitteellisuudesta. Yleismotivaation ollessa hyvä eivät pienet esteet ja hidasteet estä toimimasta myös sellaisissa tilanteissa missä tilannemotivaatio on heikompi. (Terveysverkko.fi 2021.)

4.2 Kiertotalouden motivaatiotekijät

Jo vuonna 2015 järjestetyssä Kiertotalous Suomessa -tapahtumassa ympäristöministeri Sanni Grahn-Laaksonen totesi, että siirtyminen kiertotalouteen on välttämättömyys ei vaihtoehto (Sitra 2015). Kiertotalouden katsotaan olevan yrityksille suuri taloudellinen mahdollisuus sekä kasvupotentiaalin mahdollistaja Suomen valtiolle. Yrityksiä pyritään motivoimaan monin tavoin kiertotalouden hyödyntämiseen. (Elinkeinoelämän keskusliitto 2015.)

Elinkeinoelämän keskusliiton vuonna 2016 tehdyn julkaisun mukaan merkittävin kiertotalouden liikkeellepaneva voima yrityksille on eri toimijoiden yhteistyö. Kiertotalouden hyödyntäminen tarjoaa yritykselle mahdollisuuden uuteen business ajatteluun, kyetään ennakoimaan tulevia muutoksia ja valmistaudutaan tulevaan. Yrityksessä ollaan valmiimpia tulevaan raaka-aineiden niukkuuteen muuttamalla tuotantoa omavaraisemmaksi ja etsimällä vaihtoehtoisia toimintatapoja. Yritysten välisessä yhteistyössä tehdään yli toimialojen avoimesti kehitystyötä ja kokeiluja. Kiertotaloutta harjoittavassa yrityksessä nähdään todennäköisesti avarakatseisemmin millaisia mahdollisuuksia omat tai muiden ylijäämämateriaalit, sivuvirrat tai jätteet mahdollistavat. (Elinkeinoelämän keskusliitto 2016, 6–7.)

Kiertotaloutta hyödyntävä yritys luo tuotteelleen lisäarvoa elinkaariajattelulla ja samalla lisää brändiin houkuttelevuutta vastuullisesta toiminnasta kiinnostuneissa asiakkaissa. Kiertotalous kannustaa yrityksiä laajentamaan toimintaa palvelubisneksen puolelle; pyritään huolehtimaan tuotteesta ja asiakkaasta pidempään eri palvelujen muodossa kuten tarjoamalla esimerkiksi huoltoa, liisausta tai hyödyntämällä. Elinkeinoelämän keskusliiton julkaisun mukaan yhden kiinnostavimmasta mahdollisuudesta voisi tarjota digitaalisten palvelualustojen mahdollistamat kehityspolut resurssien tehokkaampaan hyödyntämiseen ja uusien asiakkaiden houkuttelemiseen. (Elinkeinoelämän keskusliitto 2016, 6–7.)

Parhaat lähtökohdat kiertotalouden toteuttamiselle saadaan lakien ja säädösten tukiessa kiertotaloustoimintaa, näin mahdollistaen innovatiivisen suunnittelun ja kehittämisen. Myös EU:n tulee ohjaustavassaan huomioida, ettei tuotteiden ja materiaalien monivaiheista hyödyntämistä estetä liiallisilla säädöksillä. (Elinkei-

noelämän keskusliitto 2015.) Euroopassa pyritään kiertotalousajatuksen mukaisesti vähentämään taloudellista riippuvuutta luonnonvaroista ja kohottamaan luonnonvarojen tuottavuutta. Suomi on huomattavasti riippuvaisempi luonnosta kuin muut maat EU:ssa keskimäärin. Materiaalin tuottavuus oli vuonna 2015 EU:ssa yli kaksinkertainen Suomeen verrattuna. Kyseisenä vuonna Suomen luonnosta ja maaperästä tuotetusta raaka-aineesta jäi runsas kolmannes käyttämättä. (Tilastokeskus 2016.)

Kiertotalouden muuttaessa talouden ja liiketoimintamallien logiikkaa ja hyvinvointitaloutemme perustuessa vahvasti datataloudelle voi riippuvuus materiaalin ja luonnonvarojen kulutukseen vähentyä. Innovatiivisten ratkaisujen avulla voidaan luoda lisäarvoa tuotteille ja digitaaliset ratkaisut mahdollistavat esimerkiksi tuote palveluna –liiketoimintamallien kehittymisen. Näin asiakkaat saavat tuotteen hyödyn palveluna, ilman että itse tarvitsee ylläpitää tai omistaa tuotetta. Tällä tavoin tuotteelle saadaan haluttu korkeampi käyttöaste ja valmistajan tuotto syntyy hyödyn tarjoamisesta palveluna. (Valtioneuvosto 2021b, 19.)

Lähtökohtaisesti yrityksen tulee pyrkiä tuotannossaan tilanteeseen, missä hyödyntämätöntä materiaalia syntyy mahdollisimman vähän. Lisäksi ylijäämätuotetta ja jätemateriaalia hyödynnetään vain, jos se on ympäristölle hyödyllistä ja taloudellisesti kannattavaa. (Elinkeinoelämän keskusliitto 2015.) Kiertotalouden kautta yritys saa mahdollisuuden parantaa tuottavuuttaan myös raaka-aine prosesseissa. Raaka-aineen käsittelystä tuottamiseen ja toimittamiseen asiakkaalle aiheutuu merkittävä osa ympäristövaikutuksista. Raaka-aineita pyritään käyttämään mahdollisimman järkevästi myös taloudellisesti ajatellen. (Valtioneuvosto 2021b, 19.)

Sijoittajat ovat kiinnostuneet kiertotalouden tuomista mahdollisuuksista. Valtioneuvoston julkaisun mukaan kiertotalouteen sijoittavien rahastojen määrä on kymmenkertaistunut vuodesta 2016. (Valtioneuvosto 2021b, 20.) Yritykset näkevät kiertotaloudessa mahdollisuuden, mutta vielä ei tunnisteta, että kiertotalous on muutakin kuin raaka-aineiden kierrätystä. Yrityksillä ei välttämättä ole taloudellisia perusteita muuttaa toimintatapojaan, koska nykyisellään raaka-aineiden käytöstä ja hiilidioksidipäästöistä ei tule kaikille riittävästi liiketaloudellisia haittaa

tai lisäkuluja. Yritystä voi motivoida kiertotalouden hyödyntämiseen myös kuluttajan tai loppukäyttäjän arvot. Ilmastonmuutos ja kestävä kehitys kiinnostavat kuluttajia, he valitsevat todennäköisesti ensisijaisesti sen tuotteen tai brändin mikä on lähinnä omia arvoja. (Valtioneuvosto 2021b, 23.) Business Finland on puolestaan avannut helmikuussa 2021 rahoituksen kiertotaloutta ja vihreää kasvua edistäville investoinneille Suomessa rekisteröityneille yrityksille. Investointiavustusta on jaossa yhteensä 17 miljoonaa euroa. (Business Finland 2021.)

4.3 Haasteet kiertotalouden rajoittamisessa

Yritykset voivat kohdata sekä sisäisiä että ulkoisia esteitä siirtyessään harjoittamaan kiertotalousliiketoimintaa. Sisäisiä haasteita ovat muun muassa kulttuurin muutos, muutosjohtamisen haasteet sekä ettei liiketoiminta ole riittävän kehittynyt siirtyäkseen kiertotalouden harjoittamiseen. Ulkoisina haasteina pk- ja mikroyritystason yrityksissä voivat olla, ettei yrityksillä ole edellytyksiä toimia itsenäisesti kiertotalouden puitteissa, haasteet verkostoitumisessa sekä tarvittavan tietotaidon että valmiuksien arvioinnissa. Hyvin toimivilla liiketoimintamalleilla voi olla hankalaa nähdä tarvetta muuttaa toimintaa. Esimerkiksi tuotteen myyminen palveluna muuttaa rahavirtaa ja koko liiketoiminnan logiikkaa. Investoinnit kiertotalouteen muovaavat tuotot, riskit ja rahoitusvaatimukset erilaisiksi. Rahoittajien vähäisen kiertotalouskokemuksen vuoksi rahoituslähteitä on vähän. (Sitra, Teknologiateollisuus & Accentur 2018, 93.)

CICAT2025 -webinaarissa (2021a) kiertotalouden haasteet on jaoteltu neljään osa-alueeseen: valtioon, organisaatioon, markkinoihin ja asiakkaisiin. Valtion asettamat haasteet ovat lainsäädännön, verotuksen sekä rahoituksen asettamia haasteita. Lainsäädäntö voi olla osittain vanhentunutta ja pahimmillaan estää innovaation. Organisaation haasteet mukailevat asenteita ja liiketoiminnan kannattavuutta. Markkinoiden tuomat haasteet ovat kilpailu, sijoittajat ja hyödyntäjien puuttuminen. Haasteet asiakkaiden suunnalta ovat asenteet, kulttuurinmuutos sekä ratkaisujen korkea hinta. Haasteena nähdään myös kommunikaatio näiden neljän osa-alueen välillä.

Shahbazin Board of innovation -blogiin on kerätty viisi suurinta Board of innovationin asiakkaiden kokemaa kestävyysaastetta. Haasteet on koottu suuryritysten kanssa käytyjen keskustelujen pohjalta. Yhteiskunnan tavoite aiheuttaa painetta vähentää oman liiketoiminnan ympäristövaikutuksia. Kestävän kehityksen toimien kohdentaminen ja aloittaminen koetaan hankalaksi, myös resurssit ja aika koetaan rajallisiksi. Uusien innovaatioiden ja ratkaisuiden löytäminen vaatii kahdensuuntaista työskentelyä asiakkaiden kanssa. (Shahbazi 2020d.)

Asiakkaiden saaminen mukaan kestävään kehitykseen ja vuorovaikutuksen luominen asiakkaaseen koetaan hankalaksi. Blogin mukaan pakkauksien uudet vaatimukset aiheuttavat tarvetta suunnittelutyölle, joka vaikuttaa koko tuotantoprosessiin. Reagointi ja ennakointi uusiin tarpeisiin, joita tulee esimerkiksi verkko-kaupan yleistymisen vaikutuksesta tekevät pienempien ja kevyempien pakkauksien energiatehokkaasta kehittämisestä arkipäivää. Kiertotaloutta mittaavien tunnuslukujen asettaminen ja tulkitseminen koetaan hankalaksi. Kiertotalouden harjoittamisessa on edetty hyvää vauhtia, mutta koska valmiita malleja ja hyviä tapoja ei ole valmiiksi on uuden aloittaminen koettu hankalaksi. (Shahbazi 2020d.)

5 YRITYKSEN ARVOMAAILMA

5.1 Yrityksen arvot

Arvot ovat yrityksessä tekijä, mikä yhdistää henkilöstöä ja viitoittavat yrityksen tapaa toimia. Arvot kasvattavat sosiaalista pääomaa kuten yrityskulttuuria, sitoutumista ja yhteisiin tavoitteisiin ponnistelemista. Henkilökunta voi olla todella osaavaa, mutta sitä ei voida muuttaa tuottavaksi ilman sitoutumista, yhteisiä tavoitteita ja vuorovaikutusta. Arvojen avulla yritys voi ohjata yhteistyökumppanien valintaa ja niiden kautta voidaan viestiä sidosryhmille, millaisen yrityksen kanssa he ovat tekemisissä. Voi olla yrityksiä, missä arvoja ei ole kirjoitettu, vaikka näin suositellaankin tehtäväksi. Yhdessä luodut jalkautetut arvot on koettava omiksi ja niitä pitää pystyä myös elämään. Valittujen arvojen on tultava esiin yrityksen toiminnassa aina tuotannosta myyntiin ja johtoon asti. Jos tämä ei toteudu, arvot ovat hyödyttömiä. (Pitkänen 2001, 93–96.)

Mielikuva yrityksestä koostuu erilaisista uskomuksista ja kokemuksista sekä tiedoista ja asenteista. Asiakkaalle täytyy pystyä luomaan lisäarvoa uusista asioista, koska elämme mielikuvayhteiskunnassa. Yritys voi puolestaan saada lisäarvoa esimerkiksi omasta vastuullisuudestaan suhteessa sidosryhmiin ja ympäristöön. Yritysten yhteiskuntavastuun kannattamista voidaan perustella maineriskin pienentämisellä ja yrityskuvan kohentamisella. Yrityksen toimiessa vastuullisesti se todennäköisesti kasvattaa mainettaan ja kilpailuetua huomioimalla ympäristöasiat. (Pitkänen 2001, 15, 38, 51.) Asiakkaat etsivät nykypäivänä brändejä, jotka tukevat heidän omaa vastuullisuuttansa. Asiakkaat etsivät yrityksiä, jotka tuotteidensa ja brändinsä kautta tarjoavat mahdollisuuden olla mukana yhteisöllisessä tarinassa ja kehittää omaa vastuullisuutta. (Vahtola 2020.)

5.2 Hiilikädenjälki

Hiilikädenjälki on kehitetty yrityksille mahdollisuudeksi tuoda esiin saavutettuja positiivisia ympäristövaikutuksia, päinvastoin mitä hiilijalanjälki ilmaisee. Hiilijalanjälki on ilmastokuorma, joka on pyritty saamaan mahdollisimman pieneksi, nyt

hiilikädenjälkeä pyritään kasvattamaan. Hiilikädenjälkeä voidaan hyödyntää positiivista mielikuvaa luovassa brändi markkinoinnissa ja viestinnässä ja tietysti ilmastoystävällisemmässä tuotekehityksessä. (VTT, 2018.)

Hiilikädenjälki kuvaa tuotteen tai palvelun aikaansaamia päästösäästöjä. Kun yritys tuottaa hiilikädenjälkeä asiakkaalleen, asiakkaan oma hiilijalanjälki pienenee. Hiilikädenjälkeen voidaan vaikuttaa esimerkiksi parantamalla energiatehokkuutta, pienentämällä materiaalin käyttöä, tekemällä ilmastomyönteisiä raaka-ainevalintoja, kehittämällä tuotteiden kierrätettävyyttä, vähentämällä hukkamateriaalin määrää, pidentämällä tuotteiden käyttöikää ja parantamalla niiden käytettävyyttä. Suomessa on kehitetty mittausjärjestelmä, jonka avulla yritys voi todentaa tuotteiden ja palveluidensa hiilikädenjäljen. (Business Finland 2020.)

5.3 Ympäristömerkit

Kuluttajien ympäristömyönteisempi arvomaailma vaikuttaa kysyntään markkinoilla. Ympäristömerkkien avulla yritykset voivat osoittaa kuluttajille toimintatapojensa ympäristön huomioimisen. (Bergström & Leppänen 2011, 46–47.) Ympäristömerkki voidaan myöntää tunnustuksena tuotteelle tai palvelulle. Käyttöoikeutta ympäristömerkkiin tietyille palvelulle tai tuotteelle voivat hakea tuotteen myyjä, valmistaja tai maahantuoja, yrityksen koosta riippumatta. Ympäristömerkkien kriteerit on laadittu tuoteryhmittäin ja ympäristömerkin avulla kuluttajat ja yritykset voivat valita markkinoilta vähiten ympäristöä kuormittavia vaihtoehtoja. Ympäristömerkki voi myös kertoa tuotteen laadusta, sillä myöntämiskriteereihin voi kuulua myös vaatimuksia liittyen kestäväyyteen ja tehokkuuteen. Yksi ympäristömerkkien tavoite on tuotekehityksen ohjaaminen ympäristöystävällisempään suuntaan. Yrityksen kannalta ympäristömerkki voi lisätä kilpailukykyä kasvattamalla tuotteen kysyntää ja kertomalla yrityksen ympäristöystävällisyydestä. Suomessa virallisia ympäristömerkkejä ovat EU-ympäristömerkki ja Pohjoismainen Joutsenmerkki. (Yrittäjät 2014.)

6 KIERTOTALOUS ASIAKKAAN NÄKÖKULMASTA

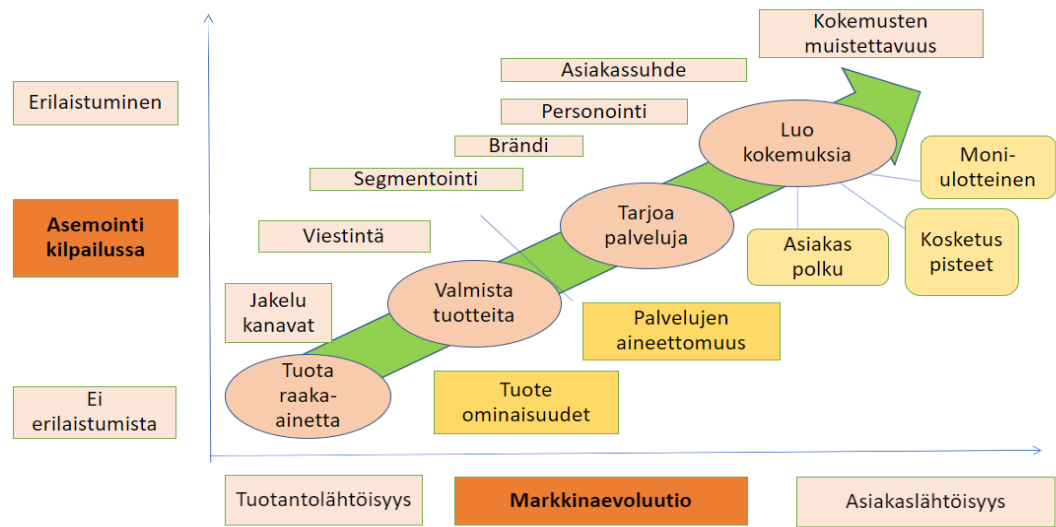
6.1 Kuluttajan rooli

Nykypäivänä kilpailu on enemmissä määrin kietoutumassa asiakaskokemuksen ympärille. Kilpaillaan, kuka kykenee tuottamaan parhaiten arvoa asiakkaalle. Tarjotaan edelleen peruspalvelua, mutta sen ympärille rakennetaan lisäpalveluista kokonaisuus, minkä kautta toteutetulla asiakaskokemuksella voidaan erottautua kilpailijoista. Tällä tavoin rakennetusta asiakaskokemuksesta saatua kilpailuetua on vaikeampi kopioida. Yritysten tulisi siis pelkän tuotteen valmistuksen ja palvelun tarjoamisen sijasta luoda kokemuksia asiakkaille. (Saarijärvi & Puustinen 2020, 24–25.)

Kuluttajana olemme jokainen kiertotaloustoimijoita erilaisissa rooleissa. Asukkaana, harrastajana, yrittäjänä ja kansalaisena vaikutamme yksityisissä ja ammatillisissa rooleissa kiertotalousmuutokseen. Roolien tekemät ratkaisut vaikuttavat kiertotalousmuutokseen yhteiskuntatasolla ja yhteiskunnan tekemät muutokset vaikuttavat yksilöön. Yrityksen muutos kiertotaloutta hyödyntäväksi organisaatioksi kytkeytyy siis tiiviisti samanaikaiseen muutokseen sekä yksilö- että organisaatiotasolla. (CICAT2025 -webinaari 2021b.)

6.2 Tuotantolähtöisestä kohti asiakaslähtöistä markkinointia

Kuviossa 5 esitetään, miten markkinaevoluutio on vienyt kulutusta kohti asiakaskokemuksia. Raaka-aineen tuottamisesta on edetty tuotteiden valmistamiseen ja edelleen tuotteen ympärille kehitettyjen palvelujen tarjoamiseen. Nykypäivänä ei enää pelkkä hyvä palvelukaan ole asiakkaalle merkityksellinen vaan etsitään tuotteen yhteyteen erilaisia kokemuksia. Kuvion mukaan yrityksen panostaessa asiakaskokemukseen voidaan varmistaa, että erinomainen tuote ja palvelu eivät kärsi huonosta organisaation toiminnasta, ja näin strategiassa määritelty asiakaskokemus tavoite toteutuu. Strategiana asiakaskokemus yhdistää strategisen suunnittelun ja operatiivisen toiminnan. (Saarijärvi & Puustinen 2020, 37.)



Kuvio 5. Kohti asiakaskokemuksen aikakautta (mukaillen Saarijärvi & Puustinen 2020, 24)

Tuote- ja tuotantolähtöinen organisaatio näkee usein asiakkaat passiivisena kohteena, jolloin asiakkaat mukautuvat sen mukaan, mitä palveluja ja tuotteita organisaatio tarjoaa. Tässä organisaatiomallissa pyritään löytämään asiakkaita nykyisille tuotteille ja palveluille. Asiakaslähtöinen organisaatio keskittyy puolestaan ennakoimaan asiakkaan tarpeita oppimalla niistä ja kehittämällä erilaisia arvoa tuottavia palveluita ja tuotteita. Pyritään tarjoamaan liiketaloudellisesti ja kilpailulliset asiat huomioiden asiakkaalle paras vaihtoehto. (Saarijärvi & Puustinen 2020, 21–22.)

Omistajaohjauksella annetaan raamit asiakaskokemuksen strategian suunnittelulle. Strategiavalinnat sisältävät ne määrittävät, millaista asiakaskokemusta yritys tavoittelee. Asiakkaan kokema arvo, kilpailukeinot ja arvolupaus ovat niitä, mihin strategiset valinnat kohdistuvat. Organisaatio tekee strategiaansa valinnat niistä arvoista, mitä se aikoo tarjota asiakkailleen. (Saarijärvi & Puustinen 2020, 45–46.)

6.3 Kiertotalouden hyödyt asiakkaan näkökulmasta

Asiakas päättää mihin rahansa laittaa, häntä ei saa unohtaa – miten ratkaisu sopii asiakkaan prosessiin kiertotaloudessa, näihin tuloksiin päädyttiin CICAT2025-

webinaarissa esitellyn tutkimuksen mukaan. Tehdyn case-tutkimuksen mukaan kysyttiin kuluttaja ja yrittäjä asiakkailta mitä mieltä he ovat asiakashyödyistä. Tutkimuksen mukaan nousi esiin neljä hyötytyyppiä. Hyötytyypit, asiakkaan kokemat arvot kiertotaloudesta jakautuvat toiminnalliseen-, ja symboliseen hyötyyn, tunnepohjaiseen hyötyyn sekä taloudelliseen hyötyyn. Toiminnallinen hyöty koettiin voimakkaasti, se tuo helppouden asiakkaalle esimerkiksi palvelun tavoitettavuudella, vaikka Mobiili Apin avulla. (CICAT-webinaari 2025b.)

7 SUUNNITTELU JA LIIKETOIMINNAN KEHITTÄMINEN

7.1 Circular Design

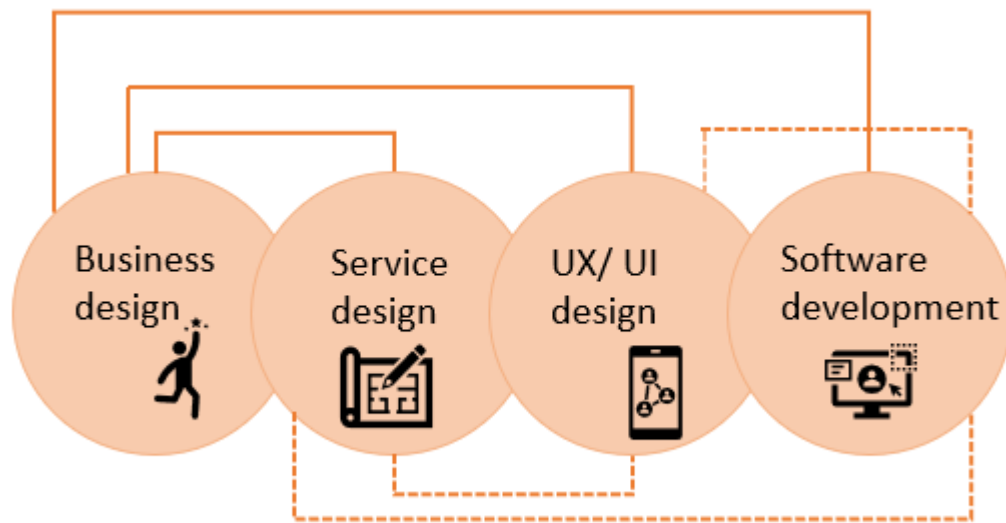
Kaikki palvelut ja tuotteet ovat suunnittelun tulosta. Monia tärkeitä valintoja tehdään jo suunnitteluvaiheessa. Käytettävien materiaalien, ominaisuuksien lisäksi määritellään muun muassa tuotteen kierrätettävyys, korjattavuus sekä uudelleen käytettävyys. Suunnitteluvaiheen päätöksillä on suora kytkeä tuotteen elinkaareen ja siihen, onko tuote käytön jälkeen jätettä vai osa kiertotaloutta. Suunnitteluvaiheessa tehtyjä valintoihin ei aina voi jälkikäteen vaikuttaa ja tästä syystä tuotteisiin käytetty energia, työ ja luovuus menetetään. Jotta tuotteille ja palveluille voidaan luoda mahdollisimman pitkä elinkaari, on suunnittelu ymmärrettävä kokonaisuutena ja osana suurempaa kuvaa ja etsittävä pitkänaikavälin ratkaisuja. Wildmer viittaa Radjouun ja Prabhuun (2015), joiden mukaan tuotteen elinkaarikustannuksista ja ympäristöjalanjäljestä yli 70 % määritellään sen suunnitteluvaiheessa. (Widmer 2020.)

Uudenlaiseen suunnitteluun voitaisiin ottaa mallia luonnosta, jossa kaikki materia virtaa elämänmuodosta toiseen. Kiertotalouden hyödyntäminen suunnittelussa mahdollistaa paremmat ratkaisut asiakkaille, yrityksille, yhteiskunnalle ja ympäristölle. Circular Design- termi tarkoittaa kiertotalousperiaatteiden soveltamista suunnitteluvaiheessa. Nykyinen lyhytnäköinen suunnittelumalli on johtanut meitä ilmastonmuutokseen ja luonnon monimuotoisuuden häviämiseen ja tästä syystä tarvitsemme uusia liiketoimintatapoja. Nykyteknologian avulla voidaan suunnitella aivan uusia ratkaisuja. (Widmer 2020.)

7.2 Business Design

Business Design on asiakaslähtöistä liiketoiminnan kehittämistä, jossa yhdistellään suunnittelu, tutkimus ja liiketoiminnan mallintaminen. Asiakaskeskeisessä liiketoiminnan kehittämisessä strategiseen päätöksentekoon tuodaan asiakkaan näkemys tunnistamalla uusia liiketoimintamahdollisuuksia, jotka vastaavat sekä yrityksen strategisiin tavoitteisiin että asiakkaan tarpeisiin. (Sundberg 2017, 7.)

Business Design yhdistää liiketoiminnan ja suunnittelun lähestymistavat toisiinsa. Liiketoiminnan lähestymistapa on rationaalisen ja analyyttisen, ja suunnittelun pehmeiden arvojen ja uutuuksien tavoittelua. Lähestymistavat yhdistämällä voidaan luoda asiakkaiden tarpeita vastaavia palveluita, jotka ovat liiketoiminnan näkökulmasta toteutettavissa. Suunnittelutyö voidaan jakaa prosesseihin, jossa vuorovaikutus luo yhteyden prosessien välille. Kuviossa 6 on kuvattu suunnittelutyö prosesseina ja prosessien välinen yhteys. (Sundberg 2017, 8,14.)



Kuvio 6. Suunnittelutyö prosessina (mukaillen Sundberg 2017, 14)

Kaikissa suunnitteluvaiheissa tulisi hyödyntää tutkimustietoa, joko sisäisiltä tai ulkoisilta sidosryhmiltä. Business Design vaiheessa tarvitaan yrityksen sisäistä tutkimustietoa havainnollistamaan muun muassa, missä nähdään kasvupotentiaalia ja mitkä ovat todelliset liiketoiminnan ajurit, sekä ulkoisia siitä kuinka asiakkaat kokevat yrityksen palvelut ja tarjoukset ja mitä kehitettävää liiketoiminnalla on. Palvelumuotoilu tarvitsee tutkimustietoja asiakkaiden tarpeista, suunniteltavien palvelukonseptien määrittämiseen. Ohjelmasuunnittelu tarvitsee tietoa asiakkaan käyttökokemuksista. (Sundberg 2017, 23.)

Business Designia voidaan käyttää muun muassa uusien liiketoimintamahdollisuuksien tunnistamiseen tai nykyisen liiketoiminnan kehittämisalueiden tunnistamiseen, sisäisten prosessien kehittämiseen ja mallintamiseen. Tärkeintä on ymmärtää tarpeet sekä liiketoiminnan että asiakkaan näkökulmasta. Ilman tutkimustietoa ei ole tarvittavaa ymmärrystä, jota asiakaslähtöiseen liiketoimintamallin kehittämiseen tarvitaan. (Sundberg 2017, 25.)

7.3 Business Model Canvas

Liiketoimintasuunnitelma on yrityksen tekemä kuvaus toimintamallista. Business Model Canvas (BMC) on visuaalinen liiketoimintasuunnitelma, joka ottaa huomioon liiketoiminnan eri osa-alueet. Business Model Canvasia voidaan käyttää työkaluna, niin toiminnan aloitus kuin kehitysvaiheessa strategisena työkaluna. (Duunitori 2020.)



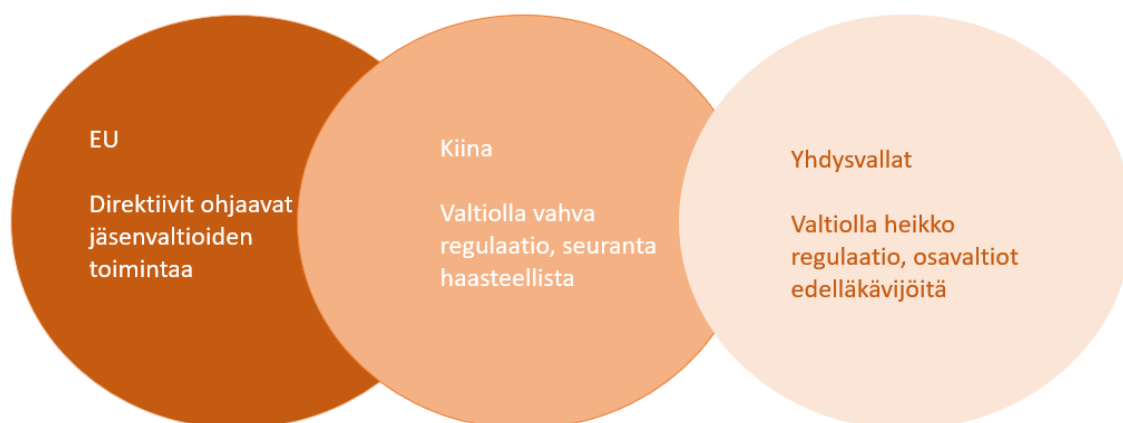
Kuvio 7. Liiketoimintakanvaasi (mukaillen Strategyzer AG 2020)

Business Model Canvas rakentuu yhdeksästä eri liiketoiminnan kannalta olennaisesta rakennuspalikasta, joita ovat avainkumppanit, kriittiset resurssit ja tehtävät, arvolupaus, asiakassuhteet, asiakkaiden tavoittaminen, asiakassegmentit, kasvavirta sekä kulurakenne (Osterwalder & Pigneur 2010). Kuvio 7 havainnollistaa Business Model Canvasin mallia, jonka avulla voidaan suunnitella tai kehittää toimintaa kohti kiertotaloutta, tunnistamalla liiketoiminnan kannalta olennaiset kiertotalous periaatteet.

8 KIERTOTALOUDEN TOIMINTAYMPÄRISTÖ JA TULEVAISUUS

8.1 Kiertotalouden sosiaalinen toimintaympäristö

Kiertotalouden sosiaalinen toimintaympäristö voidaan jakaa kolmeen instituutioon: regulatiiviseen, normatiiviseen ja kulttuurilliskognitiiviseen. Regulatiivisella toimintaympäristöllä tarkoitetaan kirjattuja sääntöjä, joita ovat esimerkiksi erilaiset sopimukset ja lainsäädäntö. Maantieteellinen sijainti on tarpeellista huomioida markkinoiden regulatiivista ohjausta tarkastellessa (Kuvio 8). Normatiivinen toimintaympäristö käsittää ne asiat, jotka koetaan arvokkaiksi ja tavoiteltaviksi esimerkiksi ympäristöarvot. Kulttuurilliskognitiivinen toimintaympäristö puolestaan tarkoittaa itsestään selvyiksi ja mielikuvia. Kiertotalouden sosiaalista toimintaympäristöä tarkastellessa tulee ottaa huomioon kaikki kolme mainittua instituutiota, sillä markkinat muotoutuvat kaikista pilarin osista ja pilareiden välillä on paljon eroja. (CICAT2025 -webinaari 2021a, 18.)



Kuvio 8. Markkinoiden regulatiivinen ohjaus (mukaillen CICAT2025 -webinaari 2021a)

8.2 Kiertotalouden tulevaisuuden näkymät Suomessa

Kiertotalous nähdään keinona vahvistaa Suomen vientivetoista taloutta ja työllisyyttä, sekä vähentää luonnonvarojen kulutusta ja muita ympäristövaikutuksia. Tavoitteena on siirtyä hiilineutraaliin kiertotalouteen, jossa muutos toimintatapoihin koskee sekä yhteiskunnan päätöksentekoa ja suunnittelua että kotitalouksien,

kuluttajien ja yritysten käyttäytymistä ja asennetta. Kiertotalouden edistämisohjelman valmistelussa ovat olleet mukana keskeinen ministeriö, tutkimuslaitos sekä Business Finland ja Sitra. Suomi tavoittelee kiertotaloudesta uutta talouden perustaa ja sen toteutumiseksi on laadittu strateginen kiertotalouden edistämisohjelma vuoteen 2035. Hallitus haluaa ohjelman avulla vahvistaa Suomen roolia kiertotalouden edelläkävijänä. (Valtioneuvosto 2021b.)

Kiertotalousohjelma -ehdotuksen tiivistelmässä on nostettu 41:stä keskeisestä toimenpiteestä ja suosituksesta kymmenen keskeisimmän toiminnan joukkoon muun muassa: koulujärjestelmän ja työelämän kiertotalousosaamisen uudistaminen, julkisen rahoituksen suuntaaminen kiertotalouteen, luonnonvarojen hinnoittelu huomioidaan verotuksen tiekartassa, kansalliset sopimukset yritysten ja kuntien luonnonvarojen käytöstä, kestävän kiertotalouslainsäädännön luominen sekä kiertotalouden nostaminen yhdeksi ulkopoliittikan painopisteeksi (Valtioneuvosto 2021c).

Valtioneuvoston julkaisun 2021:1 Uusi suunta –Ehdotus kiertotalouden strategiseksi ohjelmaksi mukaan kiertotaloudesta tehdään koko elinkeino- ja yhteiskuntapolitiikkaa ohjaava strateginen painopiste. Oheiskeinoina tullaan käyttämään esimerkiksi verotusta ja muita kannustimia sekä julkisia investointeja ja lainsäädäntöä. Lainsäädäntöä pyritään uudistamaan ohjaamalla kulutusta ja tuotantoa sekä uusien markkinoiden synnyttämiseen kiertotalouden tuotteille. (Valtioneuvosto 2021b.) EU:ssa kesällä 2018 hyväksytyt jätesäädöspaketti on käynnistänyt jätelainsäädännön uudistuksen. Tavoitteena on jätteen määrän vähentäminen, kierrätyksen ja uudelleen käytön lisääminen. Uudistuksen myötä tulee yhteiskuntajätteestä vuonna 2025 kierrättää 55 %, vuonna 2030 60 % ja vuonna 2035 peräti 65 %. Myös pakkausjätteen kierrätykselle on laadittu omat tavoitteet. (Ympäristöministeriö 2020c.)

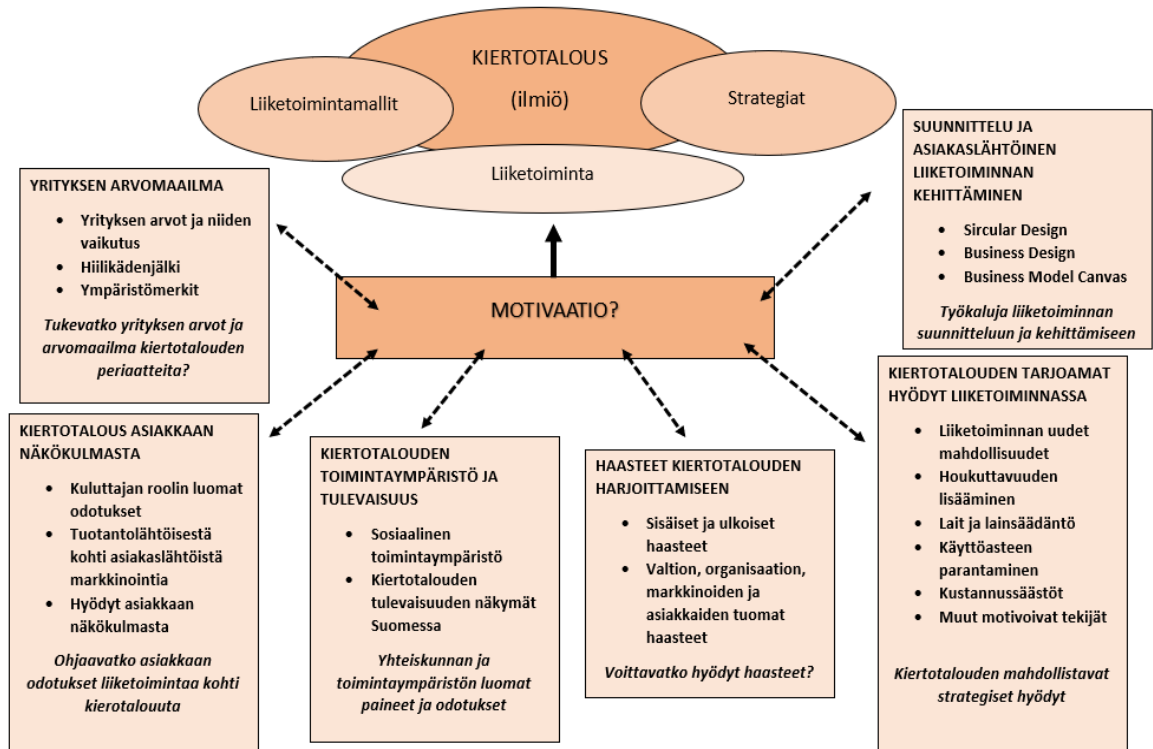
9 TAVOITTEIDEN, TEORIAN JA TUTKIMUSONGELMAN YHTEYS

9.1 Tavoitteiden liittäminen teoriaan

Tämän opinnäytetyön tutkimuksen tavoitteena on selvittää ne tekijät, jotka motivoivat palvelualan yritystä harjoittamaan kiertotaloutta. Alatutkimuskysymykset ovat: ohjaako yhteiskunnalliset paineet ja pakotteet harjoittamaan kiertotaloutta, tukeeko yrityksen arvomaailma kiertotalouden harjoittamista tai/ja tavoitellaanko kiertotalouden harjoittamisella strategisia hyötyjä.

Teoriaosuudessa käsiteltiin lukijalle kiertotalouden määritelmä ja kiertotalouden periaatteet, sekä käsitellään kiertotalouden kannalta keskeisimpiä tekijöitä kuten muun muassa kiertotalouden liiketoimintamallit ja strategiat ja arvonluontilogiikoita. Kiertotalouden periaatteiden ymmärtäminen auttaa syventymään aiheeseen.

Teoriaosuudessa on avattu motivaation merkitys ja sen vaikutuksia, sekä käsitelty mahdollisia motivaatiotekijöitä ja haasteita kiertotalouden harjoittamisen taustalla. Motivaatiotekijöitä on käsitelty yrityksen saamien hyötyjen ja haasteiden, toimintaympäristön sekä yhteiskunnan tulevaisuuden näkymien, yrityksen arvomaailman ja asiakkaan saaman hyödyn näkökulmasta. Teoriaosuudessa on myös esitelty mahdollisia työkaluja liiketoiminnan kehittämiseen ja suunnitteluun. Kuviossa 9 on havainnollistettu opinnäytetyön tavoitteet esitettyyn teoriaan.



Kuvio 9. Opinnäytetyön tavoitteiden liittäminen teoriaan

9.2 Tutkimusongelman liittäminen tutkimusteemoihin

Opinnäytetyön teoriaosuus on jaoteltu samoihin teemoihin kuin haastatteluteemat ja asetetut tutkimuskysymykset. Teoriaosuus toimii teoreettisena pohjana toteutettavalle tutkimushaastattelulle. Teoriaosuus ja tutkimuskysymykset pohjautuvat sekä tutkimusongelmaan, että toimeksiantajalta saatuun tietoon ja asetettuihin odotuksiin. Kuviossa 10 on havainnollistettu haastatteluteemojen tarkoitus ja perustelut.



Kuvio 10 Haastatteluteemojen tarkoitus ja perustelut

10 TUTKIMUSMENETELMÄ JA TUTKIMUKSEN TOTEUTUS

10.1 Laadullisen tutkimuksen menetelmät ja tiedon lähteet

Laadullista tutkimusta tehdessä tutkittavaa ilmiötä tutkitaan tutkittavien henkilöiden näkökulmasta. Tutkija on kiinnostunut tutkittavan kokemuksista, ajatuksista sekä tunteista tutkittavaa ilmiötä kohtaan. Tarkoituksena on saada tutkittava puhumaan aiheesta mahdollisimman avoimesti ja avaamaan ilmiön merkitystä. Laadullisessa tutkimuksessa tarkastellaan empirian ja käytännön yhteyttä. Vuoropuhelua käydään teorian ja aineiston välillä koko tutkimuksen ajan suunnitteluvaiheessa, aineiston suunnittelussa ja analysoinnissa ja tulkinnessa. Hankittua teoriaa pidetään apuvälineenä tulkinnoille. Laadullisessa tutkimuksessa käytettävät menetelmät ovat keinoja, joilla lähestytään aihetta ja tavoitteena on saada vastauksia tutkimuksessa asetettuihin kysymyksiin. Päämääränä on tuottaa mahdollisimman monipuolista ja tarkkaa tietoa tutkittavasta aiheesta, etsitään haastateltavilta mahdollisimman erilaisia ilmiöön liittyviä näkökulmia. (Puusa & Juuti 2020.)

Laadulliseen tutkimukseen valitaan haastateltavaksi sellaisia henkilöitä jotka jo entuudestaan tietävät aiheesta eli tarkoituksenmukaisuusperiaatteen mukaisesti. He tietävät tutkittavasta asiasta mahdollisimman paljon, muun muassa hankitun kokemuksen kautta ja edustavat samalla kattavaa joukkoa. Haastattelussa pyritään saamaan mahdollisuuksien mukaan paljon tietoa tutkittavasta asiasta ja tutkimuksen kannalta monipuolinen kuva tutkittavasta asiasta. Parhaassa tapauksessa haastattelu toimii vastavuoroisesti; tutkija pääsee tutustumaan haastateltavan kautta hänen toimintaympäristöönsä ja tutkittava voi hyötyä myöhemmin tutkimuksen tuloksista. (Puusa & Juuti 2020.)

10.2 Laadullisen tutkimuksen haastattelu ja kysymykset

Laadullisen tutkimuksen haastattelutilanteessa on tärkeää, että haastattelija kykenee luomaan luottamuksellisen tilanteen ja kykenee motivoimaan haastateltavaa. Ongelma laadullisen tutkimuksen haastattelutilanteessa voi olla reaktiivisuudessa. Paljonko haastattelija vaikuttaa vastauksiin esimerkiksi johdattelemalla tai tekemällä kysymyksen asettelulla? Kysymys voi olla epäselvä tai haastattelussa ei käytetä ymmärrettävää kieltä. Kysymykset voivat olla myös hankalia ja

haastateltava ei ymmärrä niitä, koska haastattelija käyttää liian abstrakteja kysymyksiä. (Puusa & Juuti 2020.)

Tutkimukseen valittujen haastateltavien määrä ei ole oleellinen, tärkeämpänä pidetään saadun aineiston laatua ja että tarvittava aineisto saadaan kerättyä. Tieteellisyyden kriteerinä pidetään tutkimuksen laatua ja mahdollisuutta tulkita tuloksia sekä mahdollisuutta tehdä yleistyksiä. Laadullista tutkimusta ja siinä tehtyä haastattelua pidetään joustavana menetelmänä, koska esimerkiksi haastateltavaa voidaan pyytää selittämään tarkemmin antamaansa vastausta. Haastattelun aikana voidaan tarkkailla myös ei-kielellisiä asioita kuten ilmeitä, liikkumista katsekontaktia ja taukoja puheessa. (Puusa & Juuti 2020.)

Laadullisen tutkimuksen haastattelussa ennakkoon määritellyt sekä avoimet kysymykset esitetään valitulle joukolle tai yksilölle (Metsämuuronen 2011, 220). Kvalitatiivisen tutkimuksen menetelmän suunnitteleminen toteutettavan puolistrukturoitua teemahaastattelumenetelmää hyödyntäen. Tuomi ja Sarajärvi (2018, 65–66) toteavat, että teemahaastattelun etuna on se, että haastattelussa voidaan tarkentaa ja syventää kysymyksiä haastateltavien vastauksiin perustuen.

10.3 Tutkimuksen toteutus

Tutkimuksen tarkoituksena oli tunnistaa ilmiöitä ja motivaatiotekijöitä kiertotalouden harjoittamisen taustalla pk- ja mikroyrityksissä, sekä selvittää yritysten arvomaailmaa, kiertotalousymmärrystä ja tulevaisuuden strategisia suunnitelmia. Tutkimuksen avulla pyrittiin löytämään vastauksia päätutkimuskysymykseen: Mitkä ovat ne tekijät, jotka motivoivat palvelualan yritystä harjoittamaan kiertotaloutta?

Tutkimuksen toteutuksessa hyödynnettiin osittain toimeksiantajan Lapin teollinen kiertotalous 2.0 -hankkeen kontaktin suosittelemia haastateltavia sekä osittain omien kontaktien kautta hankittuja haastateltavia. Tutkimuksessa haastateltiin viittä Lapin alueen pk- tai mikroyrityksen edustajaa, jotka oletettavasti harjoittivat jo entuudestaan jossain määrin kiertotaloutta. Haasteltaviin oltiin yhteydessä puhelimitse, jolloin kerrottiin tutkimuksesta, sovittiin haastattelu-aika, sekä varmistettiin että haastateltavalla on tarvittavat ennakkotiedot osallistua teemahaastatteluun.

Otanta koostuu eri toimialoilla ja hyvin erilaisissa elinkaarenvaiheessa olevista yrityksistä, jotka toimivat palvelualla Lapin eri kunnissa. Haastateltavat toimivat akselilla Kemi, Rovaniemi, Sodankylä ja Ivalo. Lyhimpään toiminnassa ollut yritys oli aloittanut toimintansa kesällä 2020 ja pisimpään toiminut yritys aloittanut toimintansa vuonna 1981.

10.4 Aineiston keruu

Tutkimukseen kutsutuille viidelle lappilaisen pk - ja mikroyrityksen edustajille lähetimme haastattelukutsun (Liite 1) sekä haastatteluteemat (Liite 2) sähköpostitse ennakkoon tutustuvaksi. Haastatteluista neljä toteutettiin Teams- haastatteluna ja yksi haastateltavan toiveesta puhelinhaastatteluna. Teams- haastattelut taltioitiin videotallenteiksi ja puhelinhaastattelu äänitallenteeksi. Teams- haastatteluissa haastateltava pystyi seuraamaan esitystä visuaalisesti PowerPoint esityksestä (Liite 3) ja puhelinhaastattelussa kävimme asiaa läpi suullisesti. Kunkin haastattelun kesto oli noin tunti. Yksi alkuperäinen haastattelu peruuntui yrittäjän henkilökohtaisista syistä ja hänen tilalleen saatiin sovittua uusi haastateltava. Haastattelut suoritettiin ajalla 15.3 - 20.3.2021.

Haastattelujen tiedonkeruun jälkeen aineisto litteroitiin ja käynnistettiin analysointi opinnäytetyön pohjaksi hankittua tietoperustaa hyödyntäen. Analysoinnin alkuvaiheessa tutkimusaineistosta poistettiin tutkimuksen kannalta merkityksetön materiaali harkintaa käyttäen, jotta asiayhteyksiä tai merkitystä ei tulkittaisi virheellisesti. Tutkimuksen kannalta merkityksellistä tutkimusainestoa analysoitiin teemoittain tunnistuen esiin tulleita ilmiöitä ja aiheita. Tutkimukseen kutsuttujen vastausprosentti oli 100 %.

10.5 Aineiston analysointi

Aineiston keruu ja analysointi kulkevat rinnakkain. Laadullisen tutkimuksen analysointiin ei ole yksiselitteistä ohjeistusta, mikä voi hankaloittaa analysointia. Aineiston analysointi tekniikan valinnassa tulisi ottaa huomioon tutkimuksen tavoitteet. Tutkimustulosten analysointia voidaan tehdä koko tutkimusprosessin ajan. Aineiston analysointi vaatii tietoperustan tuntemusta. (Puusa & Juuti, 2020.)

Tutkijan tavoitteena on tulkita ja pyrkiä hahmottamaan kokonaisuuksia, kokoamalla johtolankoja sekä yksittäisiä ajatuksia. Aineiston analyysin tavoitteena kvalitatiivisessa tutkimuksessa on saavuttaa onnistuneita tulkintoja, joita pystytään tarkastelemaan yleisellä tasolla, eikä niinkään yksittäistapauksina. Tutkimusaineistoa voidaan analysoida sisällönanalysoinnin avulla. Sisällönanalysoinnin avulla aineisto järjestetään selkeään ja tiiviiseen muotoon, kiinnittämällä huomioita keskeisiin tietoihin. Pelkistämällä saadaan aikaan informatiivinen, yhtenäinen kokonaisuus. Pelkistämisen jälkeen aineisto voidaan jakaa teemoihin sekä aloittaa tulkinta. (Puusa & Juuti, 2020.)

Tämän opinnäytetyön analysoinnissa käytetään manuaalista menetelmää hyödyntäen Excel -taulukointia. Haastattelukysymykset järjestettiin siten, että niiden järjestyksestä on hyötyä myös analysointivaiheessa. Analysointia ja tiedonjärjestelyä tehtiin jo haastatteluvaiheessa, jotta myöhemmät työvaiheet helpottuisivat. Järjestimme vastauksia negatiivisiin ja positiivisiin vertailun helpottamiseksi, hyödynsimme taulukon analysoinnissa myös määrällistä tutkimustapaa joiltakin osin. Poistimme analysointivaiheessa vastauksista epäolennaisen tiedon.

Tarkoituksenamme oli tunnistaa tutkimuksessa yleisellä tasolla niitä kokonaisuuksia mitkä vaikuttavat pk- ja mikroyrittäjän motivaatioon toteuttaa kiertotaloutta omassa liiketoiminnassaan, sekä onko kiertotalouden tuntemus ja saatavilla oleva tieto yrittäjien mukaan riittävää. Tutkimusaineiston analysoinnissa korostuneet kommentit kerättiin yhteen ja niitä hyödynnetään motivaatiotekijä ja kiertotalouden tuntemuksen tason analysoinnissa.

10.6 Tutkimuksen eettisyys

Tutkimuseettinen neuvottelukunta on laatinut yhdessä suomalaisten tiedekuntien kanssa kansallisen ohjeistuksen hyvästä tieteellisestä käytännöstä (HTK). Ohjeistuksen tarkoituksena on neuvoa tutkijaa toimimaan tutkimuksessa rehellisesti ja huolellisesti sekä noudattaa riittävää tarkkuutta. Ohjeistus koskee koko tutkimustyötä. (Tutkimuseettinen neuvottelukunta 2020.)

Tutkimuseettisen neuvottelukunnan eettisissä ohjeissa mainitut periaatteet ovat: tutkijan tulee kunnioittaa tutkittavan henkilön ihmisarvoa ja itsemääräämiso-

keutta, kunnioittaa aineellista ja aineetonta kulttuuriperintöä sekä luonnon monimuotoisuutta. Tutkimuksen toteuttamistavasta ei saa aiheutua tutkittavalle ihmiselle, yhteisölle tai muille tutkimuksessa olevalle kohteille riskejä, vahinkoja tai haittoja. Ohjeistuksen mukaan tutkittavalla on oikeus osallistua tutkimukseen vapaaehtoisesti tai kieltäytyä siitä. Hänellä on myös mahdollisuus myös keskeyttää tai peruuttaa osallistuminen. Lisäksi tutkittavalla on oikeus saada tutkimuksesta lisätietoa esimerkiksi sisällöstä, henkilötietojen käsittelystä sekä käytännön toteutustavasta. Tutkittavalla on oltava mahdollisuus saada ymmärrettävä kuva tutkimuksen tarkoituksesta ja osallistumisensa haitoista. (Tutkimuseettinen neuvottelukunta 2019, 7–8.)

Tieteellisen tutkimuksen on todettu olevan eettisesti luotettavasti suoritettu vain siinä tapauksessa, kun tutkinnassa on huomioitu hyvän tieteellisen tutkimuksen tavat. Suomessa on käytössä järjestelmä, jonka ensimmäinen julkaisuvuosi oli 1994. Suomen mallissa on tavoitteena parantaa luottamusta tutkijoiden ja tutkimusorganisaatioiden välillä tehdä tiede avoimeksi ja läpinäkyväksi tiedeyhteisöjen sisäisellä säätelyllä. Ohjeistuksen noudattamiseen on saatu vapaaehtoisesti sitoutumaan kaikki Suomen yliopistot, ammattikorkeakoulut ja tutkimusorganisaatiot, joilla on käytössä julkista rahoitusta. (Tutkimuseettinen neuvottelukunta 2021.)

Tutkimuksessamme haastattelukysymykset valmistellaan huolella, jotta tutkimus on luotettava sekä laadukas ja väärinymmärrykset pystytään välttämään. Varaudumme keskustelemaan kysymyksistä tarkemmin, jos kysymykset vaativat tarkennusta. Haastateltaviksi valikoidaan henkilöt, joilla on riittävät tiedot yrityksestä eikä tutkimusaihe ole täysin vieras. Haastateltaville kerrotaan rehellisesti ja selvästi, mitä haastattelu koskee ja mihin aineistoa tullaan käyttämään. Haastattelu tullaan tallentamaan, jotta tutkimusaineisto voidaan tarvittaessa kuunnella useaan otteeseen oikean päätelmän varmistamiseksi. Haastattelun tallentamiseen tullaan kysymään lupa haastateltavilta ja tallenteita säilytetään vain opinnäytetyön tekemisen ajan ja sen jälkeen ne hävitetään.

Tutkimustulosten käsittelyssä käytetään eettisiä periaatteita. Arkaluonteisia asioita, liikesalaisuuksia tai muita salassa pidettäviä asioita ei tuoda julki, eikä yri-

tysten tai henkilöiden nimiä julkaista opinnäytetyössä. Saatuja tuloksia käsitellään objektiivisesti. Opinnäytetyö toimitetaan haastateltaville tutustuttavaksi sen valmistuttua.

11 TUTKIMUSTULOKSET MOTIVAATIOTEKIJÖISTÄ TEEMOITTAIN

11.1 Kiertotaloustietämys

Oman arvionsa mukaan 80 % vastaajista kertoi tunnistavansa ilmiön kiertotalous. Vain 20 % vastaajista ei kaivannut aiheesta itselleen lisää tietoa, mutta oli sitä mieltä, että ei olisi haitaksi, vaikka tietoa olisi enemmän ja helpommin saatavilla. 60 % vastaajista puolestaan oli sitä mieltä, että tietoa on riittävästi. Tietoa aiheesta oli saatu useilta eri tahoilta kuten aiheeseen liittyvästä webinaarista, tiedotusvälineistä ja useista erikseen mainitsemattomista lähteistä.

Esiin nousseita havaintoja olivat muun muassa ajatus siitä, että kiertotalouden tuntemuksesta voisi olla hyötyä markkinoinnissa. Vaikka kiertotalous ei ilmiönä ollut kaikille tuttu, pystyivät vastaajat yleisesti tunnistamaan yhtymäkohtia kiertotalouteen omassa liiketoiminnassaan. Kiertotalousymmärryksen parantamiseksi ehdotettiin yrityshaastatteluja kiertotaloutta harjoittavilta yrityksiltä sekä terminologian tarkempaa avaamista. Kiertotalous koettiin kuuluvan nykypäivän yleisivistykseen ja se tunnistettiin muun muassa uutisoinnista. Osa vastaajista koki, että vaikka kiertotalous sanana on vielä hieman tuntematon, oli sen ideologia jo "vanha". Kiertotalous tietämyksen analysointi perustui haastateltavien omaan käsitykseen omasta osaamisesta, tietotasosta sekä tiedon tarpeista.

Kiertotalouden mukaisten toimintatapojen tunnistaminen omasta liiketoiminnasta oli haasteellista, mikäli kiertotalous ymmärrys oli vähäistä. Syvällisen tiedon ja osaamisen puuttumisen vuoksi kokonaiskuvan hahmottaminen on hankalaa ja kiertotalous toiminnot ovat yksittäisiä asioita liiketoiminnassa. Perinteinen lineaarinen liiketoimintamalli ei kumminkaan noussut esiin keskusteluissa, vaan haastateltavat olivat löytäneet oman tapansa toimia.

11.2 Kiertotalouden liiketoimintamallit

Kiertotalouden liiketoimintamallit olivat tuttuja vain 40 %:lle vastaajista. 60 % vastaajista pystyi löytämään yhtäläisyyksiä oman liiketoiminnan sekä haastattelussa esitettyjen Sitran kiertotalouden liiketoimintamallien välillä. Haastattelussa ei tullut ilmi tuntemusta muista määritellyistä kiertotalouden liiketoimintamalleista.

80 % vastaajista kokee pystyvänsä hyödyntämään yhtä tai useampaa esitettyä Sitran liiketoimintamallia jossain määrin omassa liiketoiminnassaan. Vastaajista eniten liiketoimintamallia hyödyntävät yritykset kaipasivat lisää selkeyttä malleihin, joko omaan tai muiden käyttöön.

Haastatteluissa kävi ilmi, että kiertotalouden liiketoimintamallien esittely lisäsi kiertotalouden liiketoiminta malleihin kohdistuvaa kiinnostusta ja osa halusi tutustua malleihin lisää, sekä miettiä omaa toimintaa tarkemmin kiertotalouden pohjalta. 20 % koki, että kiertotalouden toimintamallit oikeastaan kuuluvat jo oman alan toimintaan, johtuen alalla käytettävien materiaalien kalleudesta. Vaikka kiertotalous oli suurimmalle osalle haastateltavista ilmiönä tuttu, koettiin liiketoimintamallit vieraammiksi.

Kaikki Sitran määrittelemät viisi kiertotalouden liiketoimintamallia eli tuote palveluna, uusiutuvuus, jakamislustat, resurssitehokkuus ja kierrätys sekä tuote-elinkaaren pidentäminen olivat edustettuina tarkastellessa yritysten liiketoimintaa. Arvonluontilogiikoiksi tunnistettiin esimerkiksi vuokraamisen helppous ja hinnoittelun tuoma arvo asiakkaalle, sekä resurssien parempi käyttöaste. Kiertotalouden harjoittaminen tutkittavissa yrityksissä oli pääosin yksittäisiä toimintoja ei kokonaisvaltaista liiketoimintaa.

11.3 Yrityksen strategia

Tutkimukseen osallistuneista yrityksistä 60 % on luonut yritykselleen strategian. Vaikka strategian luonti vaiheessa kiertotalous ei ollut heille tuttu, jälkikäteen tarkastellessa he tunnistavat strategian mukailevan kiertotaloutta. 20 %:n mielestä kiertotalouden hyödyntäminen tulee näkymään yrityksen strategiassa vasta tulevaisuudessa. Toisaalta haastattelussa tuli ilmi, ettei strategiasta haluttu kertoa enempää tai se ei ollut päivittäisessä toiminnassa mielessä. Osa koki, ettei strategiaa ole tarpeellista kirjoittaa näkyväksi, vaan on riittävää, kun se on mielessä.

Haastatteluissa merkityksellisimpinä yksittäisinä asioina nousi esiin oikeanlainen hinnoittelu, tuotteiden monipuolisuus, osaaminen, toiminnan luotettavuus, uniikki tuote, tarina, tapa toimia esimerkiksi eettisyys ja ekologisuus sekä kyky todistaa toimivansa tiettyjen periaatteiden mukaisesti, eli luottamuksen ansaitseminen.

11.4 Yrityksen arvomaailma

60 % vastaajista on kirjannut yrityksen arvot ja heistä vain 20 % koki niiden olevan kiertotalouden mukaisia. Hiilikädenjälki tunnistettiin, mutta todennäköisesti vain kaksi yrityksistä erotti termit hiilijalanjälki ja hiilikädenjälki toisistaan.

Haastateltavat kokivat omien arvojensa vaikuttavan myös yrityksen arvoihin. Oma kiinnostus ympäristöä ja luontoa kohtaan kannustaa toimimaan vastuullisesti. Ympäristömerkit olivat kaikkia kiinnostava aihe. Toisaalta vastauksissa tuli ilmi myös skeptisyys esimerkiksi ympäristömerkkien todenmukaisuuteen ja luotettavuuteen. Joiltain toimialoilta koettiin puuttuvan ympäristömerkkeihin rinnastettavat luotettavat sertifikaatit.

Arvojen kirjoittaminen oli vähäistä yrityksissä, joissa pääsääntöisesti toimi vain yksi työntekijä. Niissä yrityksissä, joissa oli useampia työntekijöitä, arvot kirjoitettiin useammin. Arvot koettiin tärkeiksi ja ne haluttiin myös sitouttaa koko henkilökunnalle. Asiakkaiden uskottiin suurimmassa osassa haastatteluista olevan kiinnostuneita yrityksen arvoista, mutta niiden kertominen asiakkaalle oli osittain vähäistä. Osalta haastateltavilta löytyi kumminkin omilta nettisivuiltaan laadukas kuvaus omasta sekä tuotteiden ideologiasta.

11.5 Kiertotalous asiakkaan näkökulmasta

Haastattelussa kolme viidestä uskoi asiakkaiden odotusten muovanneen heidän liiketoimintaansa ja kaksi viidestä kertoi liiketoiminnan muuttuneen historian aikana. Kaksi yrityksistä oli vielä niin alkutaipaleella yritystoiminnassa, että he kokivat, etteivät asiakkaiden toiveet ole ehtineet muovata heidän liiketoimintaansa. Asiakkaiden saamiksi eduiksi mainittiin useita asioita kuten saatavuus, hinta, logistiikka, helppous, monipuolisuus, uniikkisuus, pienempi hiilijalanjälki, eettisyys ja luonnonmukaisuus. Yrityksistä 60 % koki tunnistavansa näitä asiakkaiden saamia hyötyjä ja kilpailuetuja mutta vain 40 %:n mielestä ne liittyvät jollain tavalla kiertotalouteen.

Osa vastaajista toivoi, että asiakkailla olisi parempi tietotaso kiertotaloudesta, jotta asiakkaat osaisivat arvostaa heidän tuotteitaan tai palveluitaan enemmän.

Kun puhuttiin asiakkaan saamista arvoista, osa tunnisti, että heidän asiakaskunnallaan on ennalta hankittua tietoa luonnonmukaisesta, ekologisesta tai eettisesti valmistetusta tuotteesta tai palvelusta. Osa vastaajista taas oli tunnistanut, että asiakas ei ole vielä valmis maksamaan kiertotalouden tuomista hyödyistä ja toimiminen kiertotalouden mukaisesti koettiin kalliimpana vaihtoehtona. Asiakkaan nykytarpeesta huolimatta, yhden yrityksen tavoite oli olla valmiudessa, kun asiakas kiinnostuu kiertotaloudesta.

Kuluttajan rooli ja odotukset sekä kuluttajan saamaa arvio on vahva kilpailuetu ja toimintaa rakennetaan kuluttajan odotuksien mukaan. Haastatteluissa kävi kumminkin ilmi, että kuluttajan rooli ei ollut niin merkittävä, kuin olimme ennakkoon arvioineet.

11.6 Suunnittelu ja liiketoiminnan kehittäminen

Liiketoiminnan kehittämistä ei ollut tehty viime aikoina 60 %:ssa yrityksistä ja ne, jotka olivat sitä tehneet eivät olleet tehneet sitä lainkaan asiakaslähtöisesti. Vain yhdellä yrityksellä kehittämisen kerrottiin olevan järjestelmällistä, meneillään olevan brändityön puitteissa. Kehittämistyökalut kuten BMC, Circular Design ja Business Design olivat käytännössä tuntemattomia kaikille vastaajille, ne tunnettiin vain nimeltä.

Suurin osa haastateltavista osoitti kuitenkin kiinnostusta mainittuja suunnittelu- ja kehittämistyökaluja kohtaan ja aikoivat ehkä tutustua niihin enemmän ja harkitsivat niiden hyödyntämistä. Usein kehittäminen ja suunnittelu tunnistettiin tunnepohjaiseksi, intuitiiviseksi, omien lähtökohtien johdattelemaksi. Kehittäminen lähti enemmän omasta tunteesta kuin asiakkaan tarpeesta. Asiakaspalautetta saatiin vaihtelevasti ja vain osa kertoi tekevänsä asiakastutkimuksia. Haasteeksi koettiin esimerkiksi ajan rajallisuus sekä osaaminen.

Suunnittelua ja liiketoiminnan kehittämistä oli tehty lähes poikkeuksetta omista lähtökohdista. Vain yksi haastateltava tunnisti käyttäneensä asiakaspalautetta tai -kokemuksia hyväksi tuotteen tai palvelun kehittämisessä. Toisaalta yksi haastateltavista kertoi haluavansa toteuttaa asiakkaan toiveet, lähes poikkeuksetta.

11.7 Kiertotalouden tarjoamat hyödyt ja haasteet liiketoiminnassa

Yli puolet vastanneista yrityksistä katsoivat saavansa hyötyä kiertotaloustoiminnasta liiketoiminnassaan. Heidän mielestään yritys sai houkuttavuutta, korostettiin brändiä ja käyttöastetta. Saatiin myös mahdollisuus toteuttaa itseään ja hyödyntää luovuutta. Jopa 80 % vastaajista koki, että kiertotalous tuo heille kustannussäästöjä. Kiertotalouden harjoittamisen pystyttiin myös esimerkiksi parantamaan tuote-elinkaaren pituutta sekä lisäämään resurssitehokkuutta.

Yrityksistä 80 % tunnisti kiertotalouden harjoittamisen tuovan selkeitä haasteita. Kiertotalouden harjoittamisen koettiin rajoittavan toimintaa – kaikki ei ole mahdollista. Palveluita tai tuotteita oli tästä syystä jätetty pois valikoimasta. Materiaalin hinnan nousu ja epäeettisten kilpailijoiden toiminta alalla sekä yleisesti materiaalin ja raaka-aineen saatavuus tai riittävyys olivat myös haasteita muutenkin kuin kiertotalouden harjoittamisessa. Rehellisyys ja toiminnan läpinäkyvyys, sekä tiedottaminen tunnistettiin tärkeiksi seikoiksi epäselvyyksien välttämiseksi. Paikallisten päättäjien asenteiden koettiin vaikuttavan valintoihin, koska kilpailutuksissa suurin ratkaiseva tekijä oli hinta, eikä vihreyttä tai kiertotalouden harjoittamisen tuomia kestäviä ratkaisuja osata vielä arvostaa. Se etteivät asiakkaat ymmärrä kiertotaloutta ja sen tuomia hyötyjä koettiin vähentävän omaa motivaatiota kiertotalouden harjoittamiselle. Haastattelussa kävi ilmi, että esimerkiksi Ruotsissa keskustelu vihreästä ajattelusta on jo paljon pidemmällä kuin Suomessa. Enemmistö vastanneista oli sitä mieltä, että kiertotalouden harjoittamisen tarjoamat hyödyt voittivat kuitenkin haasteet.

Oma liiketoiminta oli osittain myös hankalaa mieltää kiertotalouden harjoittamiseksi. Verkostojen luominen ja ylläpitäminen koettiin osin työläänä ja haastavana, mutta jo olemassa olevia verkostoja hyödynnettiin tarpeen mukaan. Osa vastanneista oli sitä mieltä, että hyvä idea riittää verkostojen luomiseen ja halukkaita idean ympärille kyllä löytyy. Yhdeksi yksittäiseksi seikaksi nousi myös yrityksen alkutaipaleen haasteet uskottavuudesta ja siitä, että toiminta koettaisiin yritystoimintana, eikä harrastuksena tai askarteluna. Yksi vastaajista kertoi, että hän ei koe haasteita haasteina, vaan ne ovat osa liiketoimintaa. Hän kertoi, että asiat voisi tehdä halutessaan helpomminkin ja niin sanotut haasteet ovat osa itse valittua polkua.

11.8 Kiertotalouden toimintaympäristö

Politiikkaan ei haluttu sekaantua, vaan haluttiin toimia omalla tyylillä. Poliittisilla päätöksillä ja lainsäädännöllä ei koettu olevan niinkään vaikutusta oman liiketoiminnan harjoittamiseen kiertotalouden näkökulmasta, tai sitten näitä seikkoja ei tunnistettu tai ne eivät käyneet ilmi keskustelussa. Konkreettiseksi vaikutukseksi koettiin kumminkin esimerkiksi tapaus, jossa oli lopetettu tietyllä toimialalla tietyn raaka-aineen tuotanto ympäristösyihin vedoten. Lainsäädännöllä koettiin myös osissa tapauksissa olevan vaikutusta tuotteiden turvallisuuden sekä raaka-ainepitoisuuksien valvontaan. Eri maiden poikkeavat lainsäädännöt saattoivat myös haitata rajoittavasti rajan ylittävää liiketoimintaa, mutta kolme viidestä vastaajasta oli sitä mieltä, että Suomessa on helppoa toimia.

Lähes kaikki, mikä on vihreää yritystoimintaa, koettiin kalliiksi ja hinta vähensi kiinnostavuutta varsinkin kuntapäätäjien taholta. COVID-19 pandemia on vaikuttanut toisille pudottaen yrityksen liikevaihdon alle puoleen edellisestä vuodesta ja toiselle yritykselle se on luonut todennäköisesti paremmat liiketoimintamahdollisuudet; matkustusrajoitusten johdosta asiakkaat ovat keskittyneet kotimaan matkailuun ja harrastustoimintaan. Vastajat eivät tunnistanee omassa toiminnassaan seikkoja, joissa lainsäädäntö kannustaisi kiertotalouden harjoittamista.

Teknologisen toimintaympäristön ajateltiin tuovan etuja tulevaisuuden toiminnassa. Tuotanto nopeutuu ja hyötykäyttö paranee. Ympäristöllisissä tekijöissä haluttiin hyödyntää ikivihreitä brändejä ja raaka-aineiden puhtautta sekä laatua. Omia verkostoja hyödynnettiin kaikissa yrityksissä. Arvoilla ja asenteilla koettiin olevan vaikutusta oman liiketoiminnan kiinnostukseen yli puolella vastanneista.

Vastanneista 40 % oli saanut jonkin asteen tukea liiketoimintaansa ELY:lta, EU:lta tai valtiolta ja 60 % olisi valmis ottamaan tukea vastaan, mikäli siihen löytyisi perusteet. Tukea käytettäisiin esimerkiksi markkinointiin tai tuotteistamiseen.

11.9 Tulevaisuuden näkymät

Kiertotalous nähtiin positiivisena asiana ja se haluttiin pitää mukana yrityksen liiketoiminnassa myös tulevaisuudessa. Kiertotalouden mukaan toimiminen nähtiin taloudellisesti järkevänä ja todettiin, että harvan kannattaa oikeasti omistaa.

Haastateltavien joukosta löytyi kiinnostusta ajatuksesta kiertotaloutta harjoittavien yritysten verkostosta. Kiertotalous nähtiin kiinnostavana ilmiönä, joka tarjoaa paljon mahdollisuuksia.

Kaikkien haastateltavien näkemys oli, että kiertotalouden harjoittaminen tulee tulevaisuudessa lisääntymään. Nykyisyys on vain alku ja asioiden on pakko muuttua. Kiertotalous on tulevaisuutta. Kaksi viidestä mainitsi, että haluaisi toimia esimerkkinä oman toimintansa kautta. Yksi vastaajista uskoi, että ne yritykset, jotka eivät tulevaisuudessa pysty tai halua toimimaan kiertotalouden arvojen mukaisesti tulevat katomaan. Todettiin myös, että vaikka yritystoiminnan kasvaessa kiertotaloudella olisi oma vastuuhenkilö, on kaikkien yrityksen henkilöiden toimitava samojen arvojen mukaisesti.

11.10 Kehitysehdotukset

Saatujen tutkimustulosten pohjalta kehitysehdotukseksi nousi kaksi teemaa: tietotason lisääminen sekä kiertotalous verkostojen luominen. Tutkimuksessa havaittiin, että tietotaidon parantamista tarvitaan niin yritys- kuin yksityistasolla. Konkreettisiksi asioiksi nousivat terminologian avaaminen, yrityshaastattelut esimerkkinä muille yrityksille, sekä kiertotalous koulutukset ja -työpajat.

Kiertotalous verkostoiden puuttumisen koettiin vaikeuttavan toimimista kiertotalouden mukaisesti. Kiertotalousverkostojen ja jakamisalustojen avulla yritykset saisivat työkaluja toimintaansa mahdollisesti muun muassa vertaistuen, tiedon keruun, kokemusten, sekä sivuvirran hyödyntämisen ja jakamisen mahdollisuutena. Sekä tietotason lisäämisessä, että verkostojen luomiseen voitaisiin hyödyntää oppilaitoksien panosta ja osaamista.

12 JOHTOPÄÄTÖKSET

Tietotason kartoittamisen ja analysoinnin kautta selvisi, että on olemassa todellinen tarve kiertotalousosaamisen kehittämiseen ja lisäämiseen sekä yritysten että yksityisten henkilöiden osalta. Kiertotalous saatettiin joissain tapauksissa ymmärtää ennemminkin kierrättämisenä, kuin kiertotalouden harjoittamisena. Jos yrityksiltä tai asiakkailta puuttuu kiertotalousymmärrys, ei toimintaa osata arvostaa ja kokonaiskuvan ymmärtäminen jää saavuttamatta. Ymmärryksen puute vähentää myös motivaatiota toimia kiertotalouden arvojen mukaisesti, puhuttiin sitten yritysten tai yksityisten henkilöiden tietotasosta. Myös puuttuvat kiertotalousverkot sekä jakamisalustat vaikeuttavat kiertotalouden harjoittamista.

Motivaatiota kiertotalouden harjoittamisen taustalla tarkasteltiin eri näkökulmista. Asiakkaan odotuksilla ei ollut juurikaan merkitystä kiertotalouden harjoittamiseen. Yritykset toimivat enemmän omien arvojen mukaisesti ja halusivat omien arvojen näkyvän läpinäkyvästi yrityksen toiminnassa. Yrityksen arvoja ei ollut pääsääntöisesti kirjoitettu tai ajateltu kiertotalouden pohjalta, mutta usein ne jossain määrin olivat kiertotalouden mukaisia. Kiertotalous nähtiin tulevaisuuden liiketoimintamallina ja usko sen lisääntymiseen oli vahva. Tutkimuksessa ei kumminkaan voitu todeta konkreettisia asioita yhteiskunnan tai toimintaympäristön aiheuttamiin paineisiin tai odotuksiin toimia kiertotalouden mukaisesti. Yleisesti ajateltiin, ettei vanhalla tavalla voida toimia vaan asioiden täytyy muuttua.

Kiertotalouden harjoittamisesta koetut hyödyt voittivat haasteet. Kiertotalousverkostoilla voitaisiin helpottaa näitä esiin tulleita haasteita. Hyödyiksi nostettiin esiin useimmiten brändi, kustannussäästö sekä uudet mahdollisuudet. Haasteeksi koettiin toiminnan uskottavuus ja arvostus asiakkaan silmissä, rajoitteet korvaavien raaka-aineiden puuttumisen vuoksi, sekä asiakkaiden vähäinen kiinnostus kiertotaloudesta verrattuna esimerkiksi Ruotsiin. Tutkimuksessa kävi ilmi, että kiertotalouden tuomia strategisia hyötyjä ei ollut tunnistettu.

Lähes jokaisen yrityksen liiketoiminnan kehittäminen oli ollut kehittämistä oman intuition lähtökohdista. Liiketoimintaa ei ollut kehitetty järjestelmällisesti eikä kehittämiseen ollut käytetty suunnittelu- tai kehitystyökaluja. Osittain toiminnan pie-

nestä mittakaavasta johtuen asiakaspalautteen kerääminen, palautteeseen vastaaminen sekä tyytyväisyyskyselyiden toteuttaminen koettiin haastavana. Valtaosa vastaajista tunnisti liiketoiminnan kehittämisen lähtevän omista tuntemuksista tai halusta eikä asiakkaan tarpeita tai odotuksia ollut tunnistettu. Tutkimuksessa havaittiin kiinnostusta järjestelmällisempään kehittämiseen ja kehittämiseen tarkoitettujen työkalujen hyödyntämiseen

Haastateltavat eivät suoraan puhuneet yrityksen strategiasta ja tavasta saavuttaa kilpailuetua, mutta haastatteluiden aikana asia nousi esiin muissa yhteyksissä. Karkeasti jaoteltuna haastateltavat jakautuivat kolmeen ryhmään:

- 1. ryhmä: hinnoittelu, saatavuus, tuotevalikoiman laajuus ja laadukkuus, pyrkimys isoon asiakassegmentti, jotain kaikille.
- 2. ryhmä: toiminnan eettisyys, oman toiminnan tarkkailu ja kehittäminen, tuotteen tarina, rajattu asiakasryhmä, ei pyrkimystä miellyttää kaikkia.
- 3. ryhmä: määrätietoinen, kokonaisvaltainen toiminnan kehittäminen, varautuvat tulevaan, pyrkimys pystyä todentamaan oma tekeminen, asioita halutaan tehdä isossa mittakaavassa, räätälöintiä asiakkaan tarpeisiin ennakoidulla otteella.

Toimintaympäristöä tarkastellessa hajontaa oman liiketoiminnan merkityksellisimmistä vaikutteista syntyi toimialoista riippuen. Osalle poliittiset ja taloudelliset seikat olivat hyvin merkityksellisiä, kun taas toisilla aloilla korostuivat enemmän sosiaaliset tekijät, teknologian kehittyminen ja ympäristö. Oman liiketoiminnan toimintaympäristön tunnistamisessa oli selvästi osittain haasteellista ja aiheen syvällisempi tulkinta olisi vaatinut haastateltavilta enemmän perehtymistä aiheeseen. Aiheen käsittely jätettiin tästä syystä vähemmälle. Yksittäisiä esiin nousseita asioita olivat kumminkin asiakkaiden arvojen ja asenteiden sekä poliittisten päätösten vaikutukset.

Lähes jokaisessa haastattelussa keskusteluun nousi vallitsevan COVID-19 pandemian vaikutukset liiketoimintaan. Haastatteluissa todettiin, että osalle pandemian tuomat rajoitukset olivat tuoneet mahdollisuuksia liiketoimintaan, lisäämällä

alueellista asiakkaiden kiinnostusta, osa oli saanut enemmän aikaa oman liiketoiminnan kehittämiseen ja ideointiin ja osa oli kärsinyt pandemian tuomista liiketoiminnan rajoituksista sekä myynnin hiljentymisestä.

13 POHDINTA

Tässä opinnäytetyössä tutkittiin motivaatiotekijöitä kiertotalouden harjoittamisen taustalla. Motivaatiotekijöitä tutkittiin muun muassa yrityksen arvojen, strategisten hyötyjen sekä yhteiskunnallisten paineiden ja pakotteiden näkökulmasta. Sisäinen ja ulkoinen motivaatio ohjaavat toimimaan motiivien mukaan. Motivaatiotekijöitä tutkittiin kiertotalouden harjoittamisen yleistymisen lisäämiseksi.

Tutkimushaastattelu toteutettiin teemahaastatteluna. Asetettujen haastatteluteemojen avulla saatiin tutkimustavoitteita tukevia havaintoja ja analyyskejä. Opinnäytetyön teoria tukee hyvin sekä tutkimustavoitteita että tutkimushaastattelua. Tutkimuksen kohderyhmä rajattiin opinnäytetyön toimeksiantajan toiveen mukaisesti koskemaan pk- ja mikroyrityksiä. Haastateltavien tavoiteltu määrä, sekä alueellinen rajaus toteutui. Kohderyhmän edustajien oman liiketoiminnan syvällisen tuntemuksen avulla he pystyivät vastaamaan haastattelukysymyksiin ja kertoivat avoimesti omasta liiketoiminnastaan. Haastateltavien määrän, tietojen ja syvällisten vastauksien perusteella voidaan todeta, että tutkimus on luotettava.

Haastateltavien taustayritykset, henkilöllisyys ja muut yksilölliset tiedot tai liikesalaisuudet eivät tule ilmi opinnäytetyössä. Opinnäytetyö on toteutettu eettisten periaatteiden mukaisesti ja valmistelu pysyi annetussa aikataulussa, joustavan sekä säännöllisen työskentelyn ansiosta.

Tutkimustulokset osoittavat, että motivaatiotekijöitä kiertotalouden taustalla pystyttiin tunnistamaan. Tutkimuksessa selvisi, että haastateltavat eivät kaikki varsinaisesti ajatelleet harjoittavansa kiertotaloutta, vaikka he toimivat ainakin osittain kiertotalouden liiketoimintamallien mukaisesti. Vaikka kiertotalous liiketoimintana tai määritelmänä ei pääsääntöisesti ollut syvällisemmin tuttu, koettiin sen periaatteet järkeväksi ja haluttaviksi noudattaa. Merkittävämmäksi motivoivaksi tekijäksi osoittautuivat yrittäjän omat arvot ja suurimmaksi motivaatiota haittaavaksi tekijäksi tiedon puute.

Tutkimustuloksia pystytään hyödyntämään toimeksiantajan oman kehitystyön lisäksi oppilaitoksien- ja muiden koulutuksien suunnittelussa. Tutkimuksen avulla pystytään tunnistamaan selviä tiedontarpeita, sekä syy seuraussuhteita tiedon

puuttumisen ja käyttäytymisen välillä. Ilman kiertotalousymmärrystä yritys ei pystynyt hyödyntämään kiertotaloutta kokonaisvaltaisesti liiketoiminnassaan. Tietämättömän kuluttaja ei osaa arvostaa kiertotaloutta ja tästä syystä liiketoiminta ei voi olla asiakaslähtöistä. Vaikka yrityksissä ei koettu asiakkaan odotusten vaikuttavan heidän kiertotaloustoimintaansa, oltiin kuitenkin kiinnostuneita siitä, miten asiakkaille saataisiin lisää tietoa aiheesta ja lisää arvostusta siihen, että yrittäjä on panostanut jo näihin toimintoihin.

Tutkimuksen kautta esiin nousseita jatkotutkimusaiheita ovat kiertotalousverkotot ja jakelualustat, sekä oppaat ja koulutukset yrittäjälle kiertotaloudesta sekä mahdollisista kiertotalouden tukimahdollisuuksista. Kiertotalousverkostojen rakentamisen ja mahdollisten jakelukanavien avulla kiertotalouden harjoittaminen voisi olla helpompaa ja vertaistukea olisi saatavilla. Oppaiden ja koulutuksien avulla kiertotalouden harjoittajat voisivat saada varmuutta omaan toimintaansa sekä toiminnastaan kokonaisvaltaisempaa.

LÄHTEET

Bergström, S. & Leppänen, A. 2011. Yrityksen asiakasmarkkinointi. 13.-14 painos. Helsinki: Edita.

Business Finland 2020. Hiilikädenjälki auttaa suomalaisia ilmastoratkaisuja erottumaan. Tiedote 4.9.2020. Viitattu 19.2.2021 <https://www.businessfinland.fi/ajankohtaista/uutiset/tiedotteet/2020/hiilikadenjalki-auttaa-suomalaisia-ilmastoratkaisuja-erottumaan>.

– 2021. 17 miljoonaa euroa kiertotalouden investointiavustusta – haku aukeaa 15.2.2021. Tiedote 10.2.2021. Viitattu 24.4.2021 <https://www.businessfinland.fi/ajankohtaista/uutiset/tiedotteet/2021/17-miljoonaa-euroa-kiertotalouden-investointiavustusta--haku-aukeaa-15.2.2021>.

CICAT2025-webinaari 2021a. Kiertotalous – viisasta liiketoimintaa yrityksille. Turun ammattikorkeakoulu. Viitattu 17.2.2021 https://www.youtube.com/watch?v=o05rqBONJgY&list=PLR08xy43_DXLERq2WKGuluYjbHKH5BUw_.

– 2021b. Kiertotalousmuutoksessa johtaminen. Turun ammattikorkeakoulu. Viitattu 15.2.2021 https://www.youtube.com/watch?v=PKQAY2uFBZ8&list=PLR08xy43_DXLERq2WKGuluYjbHKH5BUw_&index=2.

Digipolis 2020. Hankkeet. Viitattu 9.1.2021 <https://www.digipolis.fi/hankkeet>.

– 2021. Viisi tapaa tienata kiertotaloudella. Viitattu 27.1.2021 <https://www.digipolis.fi/teollinenkiertotalous/blogi/viisi-tapaa-tienata-kiertotaloudella>.

Duunitori 2020. Yrittäjän opas. Liiketoimintasuunnitelma. Viitattu 16.2.2021 <https://duunitori.fi/tyoelama/yrittajanopas/ideasta-liiketoiminnaksi/liiketoimintasuunnitelma-bmc>.

Elinkeinoelämän keskusliitto 2015. Business edellä kiertotalouteen. Viitattu 24.1.2021 <https://ek.fi/ajankohtaista/blogit/blogi-bisnes-edella-kiertotalouteen/#spf-kiertotalous>.

– 2016. Syty kiertotaloudesta: yhdessä kiinni kasvuun. Viitattu 7.2.2021 https://ek.fi/wp-content/uploads/Syty_kierto.taloudesta.pdf.

Euroopan parlamentti 2020. Mitä kiertotalous on ja miksi sillä on merkitystä? Ajankohtaista. Päivitetty 22.12.2020. Viitattu 9.1.2020 <https://www.europarl.europa.eu/news/fi/headlines/economy/20151201STO05603/mita-kiertotalous-on-ja-miksi-silla-on-merkitysta>.

Heikka, K. 2019. Hankehakemus Kestävää kasvua ja työtä 2012 – 2020. Suomen rakennerahasto-ohjelma 11.10.2019. Viitattu 13.12.2020 www.ouluunikaari.org/simo/kokous/20201093-21-3.PDF.

Hofmann, F., Jokinen, T. & Marwede, M. 2017. Circular Business Models. Sustainability guide. Viitattu 6.4.2021 <https://sustainabilityguide.eu/methods/circular-business-models/>.

Ilmasto-opas 2021. Kotitalouksien kulutuksella on merkittävä ilmastovaikutus. Päivitetty 17.2.2021. Viitattu 27.3.2021 <https://ilmasto-opas.fi/fi/ilmastonmuutos/hillinta/-/artikkeli/28259fe8-7b5e-4806-8ab6-7c06739ef5cc/kotitalouksien-kulutuksella-on-merkittava-ilmastovaikutus.html>.

Kuudes 2019. Tiedostava kuluttaja ryhmä. Viitattu 23.1.2021 https://s3-eu-west-1.amazonaws.com/evermade-kuudes-kerros/wp-content/uploads/2019/10/08141727/Kuudes_Tiedostava_Kuluttaja_2.pdf.

Metsämuuronen, J. 2011. Tutkimuksen tekemisen perusteet ihmistesteissä. Helsinki: International Metehelp Oy. E-kirja. Viitattu 13.12.2020 www.lucfinna.fi/lapinamlk, Booky.fi.

MTV uutiset 2020. Maailma elää loppuvuoden velaksi – uusiutuvat luonnonvarat käytetty loppuun tältä vuodelta 22.8.2020. Viitattu 24.2.2021 <https://www.mtvuutiset.fi/artikkeli/maailma-elaa-loppuvuoden-velaksi-uusiutuvat-luonnonvarat-on-kaytetty-loppuun-talta-vuodelta/7903990>.

Osterwalder, A. & Pigneur, Y. 2010. Business Model Generation. A Handbook for Visionaries, Game Changers, and Challengers. E-kirja. Viitattu 19.2.2021 www.luc.finna.fi/lapinamk, Ellibs verkkokirjasto.

Pitkänen, K. 2001. yrityskuva ja maine menestystekijöinä. Helsinki: Edita Oyj.

Puusa, A & Juuti, P. 2020. Laadullisen tutkimuksen näkökulmat ja menetelmät. Helsinki. Gaudeamus Oy. E-kirja. Viitattu 28.3.2021 BookBeat, tietokirjat.

Saarenpää, E. 2020. Kemin Digipolis Oy. Yritysneuvoja. Aloituspalaveri 9.12.2020.

Saarijärvi, H. & Puustinen, P. 2020. Strategiana asiakaskokemus miksi, mitä miten? Jyväskylä: Docendo Oy.

Shahbazi, K. 2020a. 10 circular business model examples. Board of Innovation 2020. Viitattu 16.2.2021 <https://www.boardofinnovation.com/blog/circular-business-model-examples/>.

– 2020b. Circular Economy business models explained. Board of Innovation 2020. Viitattu 16.2.2021 <https://www.boardofinnovation.com/circular-economy-business-models-explained/>.

– 2020c. How do I make a circular economy business model? Board of Innovation 2020. Viitattu 16.2.2021 <https://www.boardofinnovation.com/blog/how-do-i-make-a-circular-economy-business-model/>.

– 2020d. 5 biggest sustainability challenges. Board of Innovation 2020. Viitattu 16.2.2021 <https://www.boardofinnovation.com/blog/the-5-biggest-sustainability-challenges-our-clients-currently-face/>.

Sitra 2015. Kiertotalous Suomessa: Sanni Grahn-Laasonen. Kiertotalous Suomessa: Sanni Grahn-Laasonen. Viitattu 27.1.2021 <https://youtu.be/UyzQ-M2ghhM>.

– 2016. Kiertotalous on ratkaisu, joka luo myös työpaikkoja. Viitattu 16.2.2021 <https://www.sitra.fi/blogit/kiertotalous-ratkaisu-joka-luo-myos-tyopaikkoja/>.

– 2019. Kriittinen siirto – kiertotalouden tiekartta 2.0. Julkaistu 13.3.2019. Viitattu 27.1.2021 <https://www.sitra.fi/hankkeet/kriittinen-siirto-kiertotalouden-tiekartta-2/#tavoitteet>.

– 2020. Kuusi faktaa kiertotaloudesta. Julkaistu 13.11.2020. Viitattu 27.1.2021 <https://www.sitra.fi/artikkelit/kuusi-faktaa-kiertotaloudesta/>.

– 2021. Kiertotalouden liiketoimintamallit. Viitattu 9.1.2021 <https://www.sitra.fi/hankkeet/kiertotalouden-kiinnostavimmat/#mista-on-kyse>.

Sitra, Teknologiateollisuus & Accentur 2018. Circular economy business models for the manufacturing industry. Julkaistu 19.9.2018. Viitattu 15.2.2021 https://teknologiateollisuus.fi/sites/default/files/inline-files/20180919_Circular%20Economy%20Playbook%20for%20Manufacturing_v1%200.pdf.

Strategyzer AG 2020. The Business Model Canvas. Viitattu 17.2.2021 <https://www.strategyzer.com/canvas>.

Sundberg, H-R. 2017. Business Design. Gofore Oy. Viitattu 27.1.2021 https://mk0goforeuikd6kg32iq.kinstacdn.com/wp-content/uploads/business_design_web.pdf.

Tammilehto, P. 2020. Suomi seisoo – Silti tänään vietetään ylikulutuspäivää. Kauppalehti 5.4.2020. Viitattu 24.2.2021 <https://www.kauppalehti.fi/uutiset/suomi-seisoo-silti-tanaan-vietetaan-ylikulutuspäivää/d7e72f5d-bf18-4059-8315-d7280c5e2948>.

Tilastokeskus 2016. Kansantalouden materiavirrat. Julkaistu 17.11.2016. Viitattu 27.1.2021 http://www.stat.fi/til/kanma/2015/kanma_2015_2016-11-17_tie_001_fi.html.

Terveysverkko, 2021. Tietopankki. Terveysliikunta. Viitattu 23.2.2021 <https://www.terveysverkko.fi/tietopankki/terveysliikunta/motivaatio/>.

Tuomi, J. & Sarajärvi, A. 2018. Laadullinen tutkimus ja sisältöanalyysi. Helsinki: Tammi. E-kirja. Viitattu 13.12.2020 www.lucfinna.fi/lapinamk, Ellibs verkkokirjasto.

Tutkimuseettinen neuvottelukunta 2019. Ihmiseen kohdistuvan tutkimuksen eettiset periaatteet ja ihmistieteellinen ennakoarviointi Suomessa. Tutkimuseettisen neuvottelukunnan ohje 2019. Viitattu 6.2.2021 https://tenk.fi/sites/default/files/2021-01/Ihmistieteiden_eettisen_ennakoarvioinnin_ohje_2020.pdf.

– 2020. HTK- ohjeeseen sitoutuneet organisaatiot 17.12.2020. Viitattu 6.2.2021 <https://tenk.fi/fi/tiedevilppi/sitoutuneet-htk>.

– 2021. Suomen malli. Viitattu 6.2.2021 <https://tenk.fi/fi/tiedevilppi/suomen-malli>.

Vahtola, M. 2020. Intohimona brändit. Kolme vuosikymmentä brändien parissa. Docendo Oy. E-kirja. Viitattu 2.2.2021 <https://www.bookbeat.fi/>.

Valtioneuvosto 2021a. 3.1 Hiilineutraali ja luonnon monimuotoisuuden turvaava Suomi. Viitattu 27.1.2021 <https://valtioneuvosto.fi/marinin-hallitus/hallitusohjelma/hiilineutraali-ja-luonnon-monimuotoisuuden-turvaava-suomi>.

– 2021b. Uusi suunta. Ehdotus kiertotalouden strategiseksi ohjelmaksi. Julkaistu 13.1.2021. Viitattu 27.1.2021 https://julkaisut.valtioneuvosto.fi/bitstream/handle/10024/162654/VN_2021_1.pdf?sequence=1&isAllowed=y.

– 2021c. Tehdään kiertotaloudesta Suomen talouden kestävä perusta. Viitattu 27.1.2021 <https://ym.fi/documents/1410903/42733297/Kiertotalousohjelmaehdotuksen+tiivistelm%C3%A4.pdf/6dfe5e4d-8549-772b-4deb-e4ab8e533add/Kiertotalousohjelmaehdotuksen+tiivistelm%C3%A4.pdf?t=1610462061888>.

VTT 2018. Hiilikädenjälki: Uusi ympäristömittari tuotteiden positiivisten ilmastovaikutusten arviointiin. Lehdistöiedote 11.12.2018. Viitattu 24.1.2021 <https://www.vttresearch.com/fi/uutiset-ja-tarinat/hiilikadenjalki-uusi-ymparistomittari-tuotteiden-positiivisten>.

Widmer, S. 2020. What is circular design and why is it at the heart of a regenerative future? Ellen MacArthur Foundation. Julkaistu 16.12.2020. Viitattu 27.1.2021 <https://medium.com/circulatenews/design-and-the-circular-economy-95bc4dafaec6>.

WWF Suomi 2018. Kuluttaja valintojen viidakossa. WWF-lehti 3/ 2018. Viitattu 24.2.2021 <https://wwf.fi/wwf-lehti/wwf-lehti-3-2018/kuluttaja-valintojen-viidakossa/>.

Ympäristöministeriö 2020a. Kiertotalous. Viitattu 16.2.2021 <https://ym.fi/kiertotalous>.

– 2020b. Kiertotalouden strateginen ohjelma. Viitattu 16.2.2021 <https://ym.fi/kiertotalousohjelmaa>.

– 2020c. Jätesäädöspaketti. Viitattu 27.1.2021 <https://ym.fi/jatesaadospaketti>.

Yrittäjät 2014. Ympäristömerkit. Päivitetty 23.7.2014. Viitattu 27.1.2020
<https://www.yrittajat.fi/yrittajan-abc/yritystoiminnan-abc/ymparistotietoa/ymparistomerkit-318334>.

LIITTEET

- Liite 1. Saatekirje
- Liite 2. Haastattelukysymykset ja -runko
- Liite 3. Haastatteluesitysmateriaali

Liite 1. Saatekirje 1(2)

SAATEKIRJE

Hei XXXXX!

Kiitos, että olette mukana kehittämässä Lapin alueen kiertotaloutta ja tuke-
massa opintojemme etenemistä.

Olemme Lapin ammattikorkeakoulun liiketalouden koulutusohjelman opiskeli-
joita, tutkintonimikkeemme on tradenomi. Teemme opinnäytetyötä, jonka tavoit-
teena on tunnistaa ilmiöitä ja motivaatiotekijöitä kiertotalouden harjoittamisen
taustalla palvelualan yrityksissä. Opinnäytetyömme toimeksiantajana
on hanke LTKT 2.0 - Lapin teollinen kiertotalous 2.0. - Lapin kiertotaloustoimin-
nan vahvistaminen. Hankkeen tavoitteena on muun muassa lisätä yritysten kier-
totalousymmärrystä sekä parantaa alueellista kilpailukykyä.

Opinnäytetyön tutkimus toteutetaan teemahaastatteluna livevideo menetel-
mällä. Pyydämmekin nyt Teitä osallistumaan haastatteluun ja antamaan opin-
näytetyön kautta hankkeelle arvokasta tietoa Lapin alueen yritysten kiertotalou-
den harjoittamisen kehittämiseen. Pyydämme Teitä lupaa live- haastattelun tal-
lentamiseen tulosten analysointia varten. Haastattelun nauhoitteet säilytetään
vain opinnäytetyön valmistelun ajan ja tullaan sen jälkeen hävittämään. Haas-
tattelun tutkimustulokset tullaan käsittelemään anonymisti, eikä yritysten tietoja
tulla julkaisemaan ilman haastateltavan lupaa.

Liite 1. Saatekirje 2(2)

Tässä mukana linkki Teams-palaveriin sopimалlemme ajalle.

Tässä linkki

Ystävällisin terveisin,

Miia Pitkäniemi

Susanna Pohjanen

Liite 2. Haastattelu kysymykset ja -runko 1(3)

HAASTATTELU KYSYMYKSET JA RUNKO

- Yrityksen taustatiedot (voidaan mahdollisesti hankkia etukäteen)
 - Haastateltavan rooli yrityksessä
 - Toimiala
 - Perustamisvuosi
 - Työntekijöiden määrä
- Kiertotalous tietämys
 - Onko kiertotalous ilmiönä tuttu?
 - Mikä tuntuma, tarvitko lisää tietoa?
 - Mistä olette saaneet tietoa?
 - Onko tietoa riittävästi saatavilla?
- Kiertotalouden liiketoimintamallien tuntemus
 - Onko kiertotalouden liiketoimintamallit tuttuja? Kyllä->
 - Toimitteko itse, jonkin mallin mukaan? minkä?
 - Pystytkö hyödyntämään niitä liiketoiminnassasi
 - Kaipaatko niihin selkeyttä tai jotain muuta, mitä?
- Onko yrityksellänne selkeä strategia
 - Onko?
 - Hyödynnetäänkö kiertotaloutta
 - Strategia mukailee kiertotaloutta, muistuttaa, osia siitä
 - Osassa toimintaa, kokotoiminnassa
 - Mutu tuntuman tai käytännön tarpeen mukaan

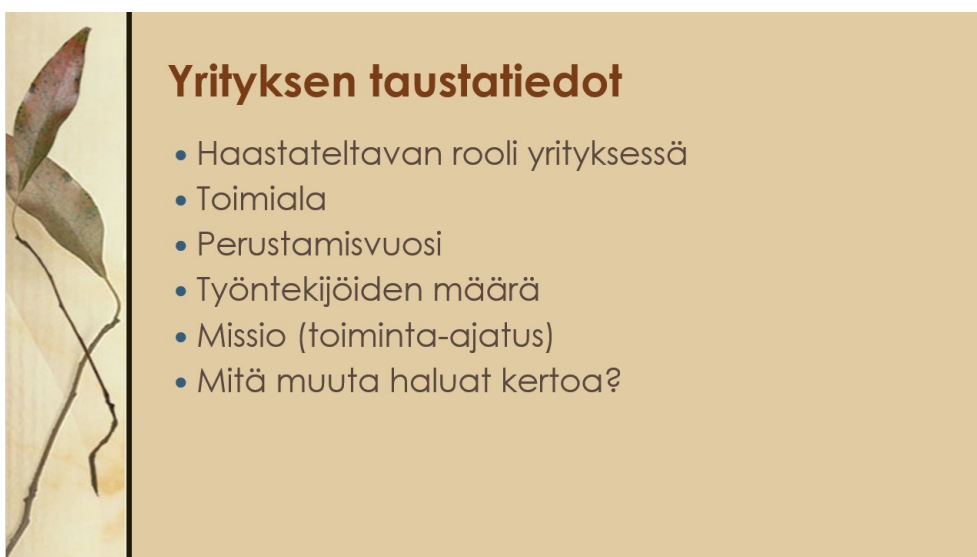
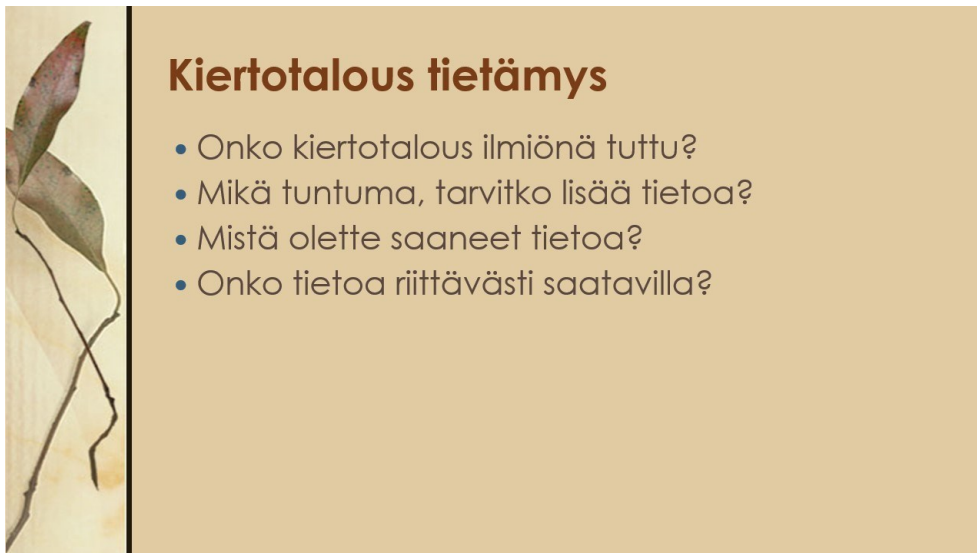
Liite 2. Haastattelu kysymykset ja runko 2(3)

- Yrityksen arvomaailma
 - Onko yrityksellä kirjatut arvot?
 - Ovatko arvot kiertotalouden mukaisia?
 - Onko hiilikädenjälki tuttu?
 - kiinnostaako?
 - Ovatko ympäristömerkit tuttuja
 - kiinnostaako?
- Kiertotalous asiakkaan näkökulmasta
 - Millaisia odotuksia asiakkaan luovat
 - ovatko asiakkaan odotukset muovanneet liiketoimintanne?
 - Onko liiketoimintanne (strategia) muuttunut yrityksen historian aikana?
 - asiakkaan odotuksista, toiveista?
 - Mitkä ovat asiakkaan saamat hyödyt?
 - onko ne tunnistettu?
 - kilpailuetuja?
 - liittyvätkö kiertotalouteen?
- Suunnittelu ja asiakaslähtöinen liiketoiminnan kehittäminen
 - Miten liiketoimintaa on kehitetty, onko?
 - Onko kehittäminen ollut asiakaslähtöistä?
 - Onko käytetty esim. BMC:tä, business design?

Liite 2. Haastattelu kysymykset ja runko 3(3)

- Kiertotalouden tarjoamat hyödyt liiketoiminnassa
 - Mitä hyötyjä tai mahdollisuuksia yritys on saanut kiertotaloudesta?
 - Mahdollisuuksia, houkuttavuutta, brändiä, käyttöaste, lainsäädäntö, kustannussäästöt, jokin muu seikka?
- Haasteet kiertotalouden harjoittamisessa
 - Onko koettu haasteita kiertotalouden harjoittamiseen?
 - Millaisia, miten haasteet on voitettu?
 - Onko niihin tarvittu apua?
 - Voittaako hyödyt haasteet? Oliko sen arvoista?
- Kiertotalouden toimintaympäristö
 - Millaisessa toimintaympäristössä yritys toimii
 - Yhteiskunnan tuki
 - Oletteko saaneet yhteiskunnalta tai muualta taloudellista tukea kiertotalouden harjoittamiseen?
 - Olisitko valmis ottamaan tukea?
 - Millaista, mihin tarkoitukseen
 - Lainsäädännön vaikutus
 - Onko lainsäädöksillä tai muilla säädöksillä mitään merkitystä kiertotalouden harjoittamiseen yrityksessänne?
 - Koetteko että lainsäädäntö ja muut säädökset kannustavat kiertotalouden harjoittamiseen?
 - Koetteko että lainsäädäntö ja muut säädökset haittaavat kiertotalouden harjoittamista?
- Millaisia suunnitelmia tulevaisuutta ajatellen?

Liite 3 Haastatteluesitys materiaali 1(6)




Liite 3 Haastatteluesitys materiaali 2(6)



Mitä on kiertotalous?

Materiaaleja hyödynnetään kiertotaloudessa kestävästi ja pysyvästi, sekä materiaalit pysyvät kierrossa turvallisesti ja pitkään.

Tuotteita myöskin vuokrataan, jaetaan, kierrätetään ja korjataan ja palvelullistuminen on osa kiertotaloutta (Valtioneuvosto 2021).



Kiertotalouden liiketoimintamallien tuntemus

- Onko kiertotalouden liiketoimintamallit tuttuja?
 - Toimitteko itse, jonkin mallin mukaan?
 - minkä?
 - Pystytkö hyödyntämään niitä liiketoiminnassasi
 - Kaipaatko niihin selkeyttä tai jotain muuta, mitä?



Sitran määrittelemät kiertotalouden liiketoimintamallit

Tuote palveluna

tuotteen sijaan tarjotaan palveluita

Uusiutuvuus

kierrätettävien, uusiutuvien tai biohajoavien materiaalien, sekä uusiutuvan energian käyttöä tuotteiden valmistuksessa ja suunnittelussa

Jakamislustat

resurssien ja tavaroiden käyttöasteen kasvattamista sekä elinkaaren pidentämistä digitaalisten alustojen avulla

Tuote-elinkaaren pidentäminen

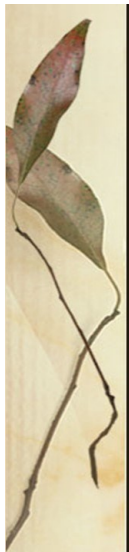
tuotetta pidetään käytössä mahdollisimman pitkään tai useita käyttökertoja

Resurssitehokkuus ja kierrätys



(Sitra 2021)


Liite 3 Haastatteluesitys materiaali 3(6)



Yrityksen strategia


- Onko yrityksellänne selkeä strategia?
- Hyödynnetäänkö kiertotaloutta
 - Strategia mukailee kiertotaloutta, muistuttaa, osia siitä
 - Osassa toimintaa, kokotoiminnassa
 - Mutu tuntuman tai käytännön tarpeen mukaan

Strategia: suunnitelma, jonka avulla luodaan kilpailuetua



Kiertotalous asiakkaan näkökulmasta

- Millaisia odotuksia asiakkaan luovat?
 - ovatko asiakkaan odotukset muovanneet
- Onko liiketoimintanne (strategia) muuttunut yrityksen historian aikana?
 - asiakkaan odotuksista, toiveista?
- Mitkä ovat asiakkaan saamat hyödyt?
 - onko ne tunnistettu?
 - kilpailuetuja?
 - liittyvätkö kiertotalouteen?



Yrityksen arvomaailma

- Onko yrityksellä kirjatut arvot?
- Ovatko arvot kiertotalouden mukaisia?
- Onko hiilikädenjälki tuttu?
 - kiinnostaako?
- Ovatko ympäristömerkit tuttuja
 - kiinnostaako?

Liite 3 Haastatteluesitys materiaali 4(6)



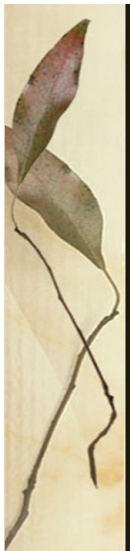
Suunnittelu ja asiakaslähtöinen liiketoiminnan kehittäminen

- Miten liiketoimintaa on kehitetty, onko?
 - onko kehittäminen ollut asiakaslähtöistä?
- Onko käytetty esim. BMC:t, Business Design, Circular Design?
 - ovatko tuttuja työkaluja?

Business model canvas (BMC)

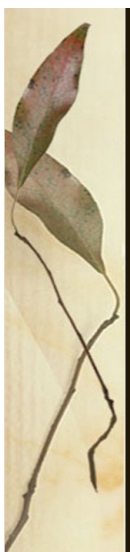
Business Design asiakaslähtöistä liiketoiminnan kehittämistä, jossa yhdistellään suunnittelu, tutkimus ja liiketoiminnan mallintaminen.

Circular Design- termi kiertotalousperiaatteiden soveltamista suunnitteluvaiheessa.



Kiertotalouden tarjoamat hyödyt liiketoiminnassa

- Mitä hyötyjä tai mahdollisuuksia yritys on saanut kiertotaloudesta?
 - mahdollisuuksia
 - houkuttavuutta
 - brändiä
 - käyttöaste
 - lainsäädäntö
 - kustannussäästöt
 - jokin muu seikka, mikä?



Haasteet kiertotalouden harjoittamisessa


- Onko koettu haasteita kiertotalouden harjoittamiseen?
 - millaisia?
 - miten haasteet on voitettu?
- Onko niihin tarvittu apua?
- Voittaako hyödyt haasteet?
 - oliko sen arvoista?

Liite 3 Haastatteluesitys materiaali 5(6)




Kiertotalouden toimintaympäristö

- Millaisessa toimintaympäristössä yritys toimii?
 - Poliittiset
 - Talous
 - Teknologia
 - Ympäristö
 - Sosiaaliset tekijät



Kiertotalouden toimintaympäristö

- Yhteiskunnan tuki
 - Oletteko saaneet yhteiskunnalta tai muualta taloudellista tukea kiertotalouden harjoittamiseen?
 - Olisitko valmis ottamaan tukea?
 - Millaista, mihin tarkoitukseen



Lainsäädännön vaikutus

- Onko lainsäädöksillä tai muilla säädöksillä mitään merkitystä kiertotalouden harjoittamiseen yrityksessänne?
- Koetteko että lainsäädäntö ja muut säädökset kannustavat kiertotalouden harjoittamiseen?
- Koetteko että lainsäädäntö ja muut säädökset haittaavat kiertotalouden harjoittamista?

Liite 3 Haastatteluesitys materiaali 6(6)

