



Kiertotalous liiketoiminnassa

Kiertotalouden liiketoimintamalli käytännössä

Tradenomin tutkinnon opinnäytetyö

Liiketalouden koulutus

Kevät 2024

Roosa Laitinen

Opinnäytetyön tavoitteena oli selvittää mitä kiertotalous tarkoittaa liiketoiminnassa. Tarkoituksena oli selvittää mitä kiertotalous pitää sisällään, mitä kiertotalous tarkoittaa ja miten se näkyy yritysten liiketoiminnassa ja kuinka sitä voisi kehittää entisestään. Työllä ei ollut erillistä toimeksiantajaa.

Opinnäytetyö toteutettiin laadullisena tutkimuksena. Tutkimus tehtiin tapaustutkimuksena, jossa kohteina oli kolme suomalaista yritystä, joissa hyödynnettiin kiertotaloutta. Kohdeyritykset valittiin oman kiinnostuksen mukaisesti. Kohdeyritysten sosiaalisen median ja verkkosivujen avulla saatiin selville yritysten liiketoimintamalleista ja toiminnasta. Yritysten esittelyjen lisäksi, yrityksiä vertailtiin matriisiin ja graafisen kiertotalousliiketoimintamallin avulla.

Työn teoriaosuudessa esiteltiin mitä kiertotalous tarkoittaa, mitkä ovat sen mahdollisuudet ja haasteet, minkälaisia kiertotalouden liiketoimintamalleja on olemassa, sekä miten kiertotalousliiketoimintaa voi suunnitella ja miten se eroaa perinteisestä ja kestävästä liiketoimintamallista.

Tutkimuksen tuloksissa selvisi, että kohdeyritykset tukivat omalla toiminnallaan käyttöiän pidentämistä valmistamalla tekstiilien korjaukseen tarkoitettuja tuotteita, käyttämällä laadukkaita materiaaleja, sekä kannustamalla tuotteiden hyvänä pitoon ja pikamuodin välttämiseen. Omistajan vaihtamista ja uudelleenmyyntiä yritykset edistivät myyntialustalla, käytettyjen vaatteiden vastaanottamisella, sekä tuotteiden monikäyttöisyydellä. Kierrätystä edistettiin hyödyntämällä kierrätettyjä materiaaleja valmistuksessa, sekä olemalla mukana edistämässä vaikeasti kierrätettävien tuotteiden ongelmanratkaisua. Parempia kulutustottumuksia yritykset edistivät informoimalla vastuullisten ostosten tekemisestä, edistämällä tuotteiden korjaamista, sekä pyrkimällä välttämään ihmisten impulsiivisen ostosten tekemisen.

Opinnäytetyön johtopäätöksiä katsottiin kuluttajan, liiketoiminnan ja kiertotalouden näkökulmista. Johtopäätöksissä selvisi muun muassa, että kaikilla kohdeyrityksillä oli suuri halu kiertotalouden mukaiseen liiketoimintaan ja heidän toimintansa kannustivat vastuullisempaan kuluttamiseen. Kuitenkin kehitysmahdollisuuksia löytyi vielä niin kiertotalouden, kuin liiketoiminnan edistämisenkin kannalta. Pohdinnassa käytiin läpi, miten opinnäytetyöprosessi oli onnistunut kokonaisuudessaan.

Yhteenvetona opinnäytetyö avaa lukijalleen käsityksen kiertotaloudesta, liiketoiminnasta kiertotalouden parissa ja sen kehittämisestä.

The aim of the thesis was to find out what the circular economy means in business. The purpose was to find out what the circular economy includes and means, how it is reflected in in business of companies and how it could be further developed. There was no separate contractor.

The thesis was carried out as qualitative research. The research was conducted as case research, which was made about three Finnish companies that utilized the circular economy. The target companies were chosen according to my own interest. With the help of the social media and websites of the target companies, it was possible to find out about the companies' business models and how they operated. The thesis described the target companies and companies were compared by using a matrix and graphic circular economy business models.

The theoretical part of the work presented what circular economy means, what are its opportunities and challenges, what kind of circular economy business models exist, as well as how circular economy business can be planned and how it is different from a traditional and sustainable business model.

The results of the thesis revealed that the target companies supported the product life extension with their business by manufacturing products intended for textile repair, using high-quality materials, and by encouraging product maintenance and to avoid fast fashion. Companies boosted products resale and change of the owner by accepting used clothes, and by selling multi-purpose use products. Recycling was promoted by utilizing recycled materials in manufacturing, and by being involved in solving the problem of products that are difficult to recycle. The companies promoted better consumption habits by informing about responsible shopping, promoting product repair, and trying to avoid people to make impulsive purchases.

The conclusions of the thesis were viewed from the perspectives of the consumer, business, and the circular economy. The conclusions revealed, for example, that all target companies had a great desire for business in accordance with the circular economy and their actions encouraged for more responsible consumption. However, there were also found some development opportunities for companies better circular economy actions and to business promotion. In the reflection, it was written how the work had progressed.

In summary, the thesis clarifies the reader's understanding of the circular economy, business in the circular economy and the development of the circular economy.

Keywords Circular economy, business model, recycling, clothing industry, life cycle extension
Pages 34 pages

Sisällys

| | | |
|-------|--|----|
| 1 | Johdanto | 1 |
| 2 | Käsitteet ja tietoperusta..... | 2 |
| 2.1 | Kiertotalous..... | 2 |
| 2.2 | Kiertotalouden mahdollisuudet | 3 |
| 2.3 | Kiertotalouden haasteet | 5 |
| 2.4 | Kiertotalouden liiketoimintamallit | 5 |
| 2.4.1 | Jakamisolustat..... | 6 |
| 2.4.2 | Tuote palveluna | 7 |
| 2.4.3 | Uusiutuvat materiaalit | 7 |
| 2.4.4 | Resurssien talteenotto..... | 8 |
| 2.4.5 | Tuotteen elinkaaren pidentäminen..... | 8 |
| 2.5 | Liiketoiminnan suunnittelu ja liiketoimintamallien eroavaisuudet | 9 |
| 3 | Tutkimusmenetelmät..... | 12 |
| 3.1 | Kvalitatiivinen tutkimus..... | 12 |
| 3.2 | Tapaustutkimus | 12 |
| 3.3 | Sisältöanalyysi | 12 |
| 4 | Tutkimuksen kohdeyritykset..... | 13 |
| 4.1 | Emmy | 13 |
| 4.2 | Lilja the Label..... | 15 |
| 4.3 | FabPatch vaatelaastari | 17 |
| 4.4 | Kohdeyritysten kiertotalousliiketoimintamallit | 19 |
| 4.4.1 | Kohdeyritysten analyysimatriisi..... | 21 |
| 5 | Tutkimuksen tulokset | 23 |
| 5.1 | Käyttöiän pidentäminen..... | 23 |
| 5.2 | Omistajan vaihtaminen ja uudelleenmyynti | 23 |
| 5.3 | Uudelleenvalmistus ja kierrätys..... | 24 |
| 5.4 | Parempien kulutustottumusten edistäminen..... | 25 |
| 6 | Johtopäätökset..... | 25 |
| 6.1 | Kuluttajan näkökulma..... | 25 |
| 6.2 | Liiketoimintanäkökulma..... | 26 |
| 6.3 | Kiertotalousnäkökulma..... | 26 |
| 7 | Pohdinta..... | 27 |
| | Lähteet | 30 |

Kuvat, taulukot ja kaavat

| | |
|--|----|
| Kuva 1 Kiertotalouden teknisen kierron osa-alueet (mukailtu, Nokelainen, 2023) | 3 |
| Kuva 2 Kiertotalousmalli (Euroopan parlamentti 2023)..... | 6 |
| Kuva 3 Kiertotalousliiketoiminnan suunnittelutyökalu (Danish Design Center, n.d.) | 10 |
| Kuva 4 Liiketoimintamallien eroavaisuudet (Geissdoerfer ym., 2018) | 11 |
| Kuva 5 Syitä myydä Emmyssä (Emmy, n.d.-a) | 14 |
| Kuva 6 Emmyn tuotekuvaus (Emmy, n.d.-b) | 15 |
| Kuva 7 Lilja the Label Instagram julkaisu (Lilja the Label, 2023) | 16 |
| Kuva 8 Lilja the Label kiertotalous kartta (Lilja the Label, n.d.-d)..... | 17 |
| Kuva 9 Vaatelaastari Instagram julkaisu (Vaatelaastari, 2023)..... | 18 |
| Kuva 10 Vaatelaastarien tuoteryhmät (FabPatch, n.d.-a)..... | 18 |
| Kuva 11 Emmy kiertotalousliiketoimintamalli..... | 19 |
| Kuva 12 Lilja the Label kiertotalousliiketoimintamalli | 20 |
| Kuva 13 FabPatch kiertotalousliiketoimintamalli..... | 21 |
| Kuva 14 Kohdeyritysmatriisi..... | 22 |

1 Johdanto

Tässä opinnäytetyössä tutkitaan kiertotaloutta ja sen hyödyntämistä liiketoiminnassa. Opinnäytetyön tarkoituksena on selvittää mitä kiertotalous pitää sisällään ja miten sitä voi hyödyntää liiketoiminnassa. Tutkimus selvittää miten valikoidut kohdeyritykset hyödyntävät kiertotalouden liiketoimintamalleja, miten se näkyy heidän toiminnassaan, nettisivuilla ja sosiaalisessa mediassa ja miten heidän toimintaansa voisi vielä kehittää. Opinnäytetyön aihe lähti aluille omasta kiinnostuksesta kiertotaloutta kohtaan ja muokkautui nykyiseen muotoonsa liiketalouden kouluspäällikön Sari Hangan ja opinnäytetyön ohjaajani Vesa Tuomelan avustuksella.

Maailmanlaajuinen luontokato ja sen pysäyttäminen kiertotalouden voimilla ovat maailmanlaajuinen ja ajankohtainen aihe. Kiertotalouteen siirtyminen lisää talouden kriisinsietokykyä ja tuo uusia liiketoimintamahdollisuuksia eri toiminta-aloille. Kiertotalousratkaisujen kysyntä kasvaa maailmalla ja niitä ratkaisemalla on mahdollista lisätä työpaikkoja ja vientituloja ulkomailta. (Lehtinen, 2022)

Kiertotalouden mallien mukaisesti toimivat yritykset ovat merkittävässä roolissa kiertotalousyhteiskunnan puskureina. Kiertotalous tuo yrityksille mahdollisuuksia uudistumiseen, kasvamiseen ja kilpailukykyisyyteen, riskien minimoimiseen sekä verkostoitumiseen. Raaka-aineiden heikko saatavuus ja uudet lainsäädännöt tulevat ohjaamaan yrityksiä siirtymään kiertotalouden liiketoimintamalleihin. (Kiertotaloudesta kasvua, n.d.)

Opinnäytetyön teoriaosuudessa käsitellään kiertotaloutta, sen mahdollisuuksia ja haasteita, sekä sen hyödyntämistä liiketoiminnassa. Opinnäytetyössä on käytetty laadullista eli kvalitatiivista tutkimusta ja tutkimusmenetelmänä on tapaustutkimus, jossa tutkitaan kolmen eri kohdeyrityksen verkkosivuja ja sosiaalista mediaa. Kohdeyrityksinä ovat käytettyjen merkkituotteiden jakamisalusta Emmy, kierrätetyistä materiaaleista uima-asuja valmistava Lilja the Label, sekä vaatelaastareita valmistava FabPatch. Kohdeyrityksiä analysoidaan sisältöanalyysillä.

Opinnäytetyön tutkimuskysymyksiä ovat: Miten kiertotalous näkyy yritysten liiketoiminnassa, verkkosivuilla ja sosiaalisessa mediassa? Miten yritykset pystyvät kehittymään kiertotalouden osalta?

2 Käsitteet ja tietoperusta

Opinnäytetyön teoriaosuudessa kerrotaan kiertotalouden keskeisempiä käsitteitä ja teoriaa. Teoriassa kerrotaan mitä kiertotalous on, miksi sitä tulisi hyödyntää, mitkä sen heikkoudet ja mahdollisuudet on, millaisia kiertotalouden liiketoimintamallit ovat ja miten kiertotalouden liiketoimintamalli eroaa muista liiketoimintamalleista.

2.1 Kiertotalous

”The circular economy is a model of production and consumption, which involves sharing, leasing, reusing, repairing, refurbishing and recycling existing materials and products as long as possible” (European parliament, 2023). Kiertotalous on tapa tuottaa ja kuluttaa tuotteita ja materiaaleja lainaamalla, vuokraamalla, uudelleen käyttämällä, korjaamalla ja kierrättämällä, niin, että niistä olisi hyötyä mahdollisimman pitkän ajanjakson ajan.

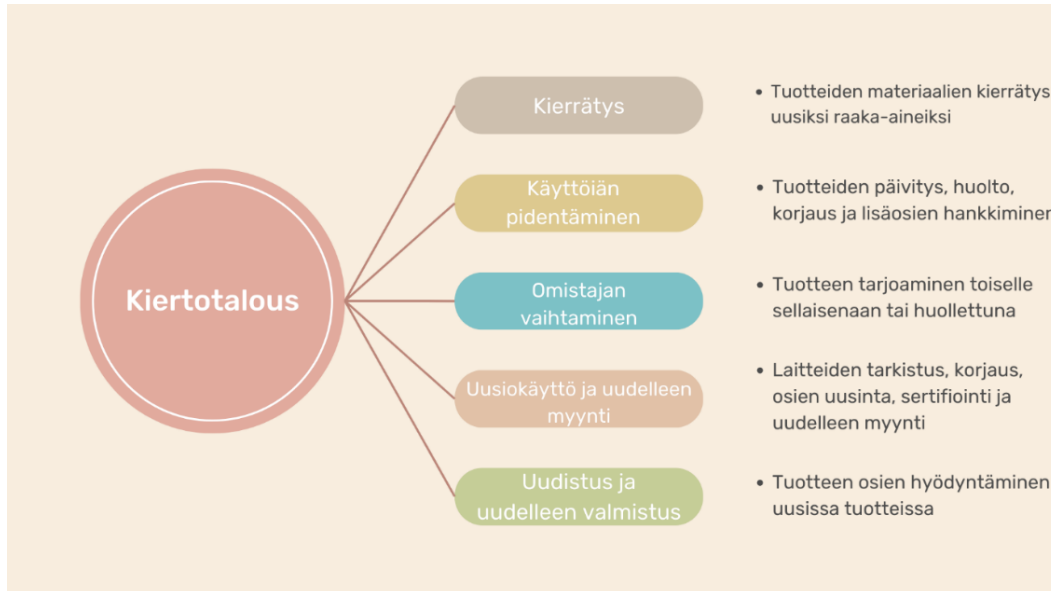
Kiertotaloudessa on kyse toimintatavasta, jossa uusien tuotteiden tuottamisen ja materiaalien tuhlaamisen sijaan hyödynnetään jo ennestään olemassa olevia materiaaleja ja tuotteita. Kun tuotteita jaetaan, vuokrataan ja kierrätetään, saadaan tuotteiden ja materiaalien eliniästä kaikista suurin hyöty irti. Kiertotalouden on tarkoituksena on poistaa talouskasvun riippuvuus luonnonvarojen kulutuksesta ja hillitä ilmastonmuutosta. (Sjöstedt, 2018)

Ilmastonmuutos ja ilmaston lämpeneminen on tällä hetkellä yksi suurimmista koko maailmaa koskevista kriiseistä. Elinolosuhteiden muuttuminen ja ilmaston lämpeneminen tulisivat vaikuttamaan niin sään ääri-ilmiöihin, luontoon, kuin eläimiinkin. Jotta ilmastonmuutosta pystyttäisiin hillitsemään, olisi kasvihuonepäästöjä vähennettävä suuresti. (WWF, n.d.) Kiertotalous onkin todettu tehokkaaksi työkaluksi ilmastonmuutoksen torjunnassa. Sitran ja Material Economicsin vuonna 2018 laatiman selvityksen mukaan kiertotalouden mukainen materiaalien käyttö voisi vähentää teollisuuden ilmastopäästöjä jopa 56 prosenttia. (Forslund, 2021)

Kiertotalouden malli voidaan jakaa biologiseen ja tekniseen kiertoon. Eli Fyysisen tuotteen voi kierrättää joko biologisessa tai teknisessä kierrossa. Biologisella kierrolla tarkoitetaan biopohjaisten raaka-aineiden ja materiaalien kuten elintarvikejätteiden ja kasvijätteiden keräämistä ja palauttamista takaisin luonnon alkuaineeksi. Tekniseen kiertoon kuuluvat materiaalit, jotka ihminen on valmistanut sellaiseen muotoon, että niitä ei voi enää palauttaa luonnon kiertoon, kuten metallit. Jotta nämä aineet hyödynnettäisiin mahdollisimman tehokkaasti, käytetään keinoja muun muassa tuotteiden korjaamista, tuotteen myymistä uudelle omistajalle oman tarpeen loputtua, tuotteiden osien hyödyntämistä uusissa

käyttötarkoituksissa ja perinteistä kierrättämistä. (Nokelainen, 2023, ss. 23-26) Seuraava kuva 1 kuvastaa teknisen kierron mahdollisuuksia tuotteille.

Kuva 1 Kiertotalouden teknisen kierron osa-alueet (mukailtu, Nokelainen, 2023)



2.2 Kiertotalouden mahdollisuudet

Maailman luonnonvara instituutti on julkaisussaan esitellyt viisi eri mahdollisuutta, jotka liittyvät kiertotalouteen siirtymiseen. Mahdollisuuksiksi nousi rajallisten resurssien parempi käyttö, päästöjen vähennys, ihmisten terveyden ja biodiversiteetin suojelu, talouden tehostaminen, sekä uusien työpaikkojen muodostaminen. (McGinty, 2021)

Kiertotalouden konseptissa pääasiana on luonnonvarojen parempi hyödyntäminen. Tavaroiden tuotantoon kuluu muun muassa suuria määriä luonnonvaroja, kuten vettä ja kiertotalouden ratkaisuilla näitä on mahdollista säästää. Esimerkiksi perinteisessä tekstiiliteollisuudessa käytetään melkein 100 miljardia neliökuutiota vettä vuodessa. Samanaikaisesti kun luonnonvaroja kulutetaan uusiin tuotteisiin, heitetään täysin käyttökelpoisia vaatteita pois käytöstä. Kiertotalouden ratkaisuilla vaateteollisuudessa säästettäisiin uusien vaatteiden valmistukseen käytettävän maan, veden ja fossiilisen polttoaineen määrää. Tämä onnistuisi muun muassa kehittämällä käytettyjen ja vuokrattavien tuotteiden markkinoita ja muuttamalla pikamuodin kulttuuria. (McGinty, 2021)

Kiertotalouden ratkaisuilla on myös mahdollista vähentää tuotteiden tuotannoista syntyviä päästöjä. Kierrätysmateriaaleihin siirtyminen vähentäisi neitseellisten muovien ja synteettisten kuitujen tuotantotarvetta, joka vähentäisi merkittävästi fossiilisten polttoaineiden

käyttöä ja sitä myötä vaikuttaisi niistä syntyviin päästöihin. Myös vaatteiden käyttöiän pidentäminen kulutustottumuksia muuttamalla vähentäisi kasvihuonepäästöjen syntymistä. (McGinty, 2021)

Ihmisten terveyttä ja maailman biologista monimuotoisuutta suojellaksemme on myös tehtävä kiertotalouden ratkaisuja. Ilman, veden ja maaperän saastuminen lisää kuolleisuutta sekä tuhoaa luonnon lajistoa. Kun suunnitellaan tuotteet pitkäikäisiksi ja kestäviksi, vähennetään syntyvän jätteen määrää. Myös edesauttamalla tuotteiden keräystä ja kierrätystä, voidaan vähentää muovijätteen päätymistä mereen ja luontoon. (McGinty, 2021)

Kiertotalous tarjoaa taloudellista kasvua vähentämällä jätettä, edistämällä innovaatioita sekä lisäämällä työpaikkoja. Uudet uudelleenkäyttöön, korjaukseen, uudelleentalonvalmistukseen ja jakamiseen suuntautuvat liiketoimintamallit tarjoavat merkittäviä innovaatiomahdollisuuksia. Työpaikkoja syntyisi muun muassa kierrätystoimintaan, korjaus- ja vuokrauspalveluihin, tai uusiin yrityksiin, jotka kehittävät tuotteita kierrätetyistä materiaaleista. (McGinty, 2021)

Koska pikamuodin kulutus on tähän mennessä ollut todella suurta, on myös alettu kehittää ratkaisuja sen väistymiseen kestävästi muodin tieltä. Ranska on ensimmäisenä maana ottamassa pikamuodille ympäristömaksut. Joka tarkoittaa sitä, että aluksi tuotteesta otettaisiin viiden euron suuruinen maksu ja sitä korotettaisiin vuoteen 2030 jopa kymmeneen euroon. Nämä valtion kerryttämät sanktiomaksut käytettäisiin kestävästi toimivien ranskalaisten vaateyritysten tukemiseen. Mainontakieltoakin pikamuodin yrityksille on jo kaavailtu. Myös Suomessa on jo Ranskan toimien seurauksena otettu esiin toimenpideohjelma pikamuodin ympäristöhaittoja rajoittamiseen. (Gädda, 2024)

Kokonaisuudessaan kiertotaloudella on monia mahdollisuuksia edesauttaa luonnonvarojen säilyvyyttä ja maapallon puhtaana pitämistä. Tällä hetkellä tavaroiden tuottaminen, ihmisten kulutus ja halu uusien tuotteiden omistukseen on liian suurta. Kiertotalouden toimilla on kuitenkin mahdollista tyydyttää ihmisten ostotarpeet, kuitenkin samalla tulevaisuuden tilannetta mieltien. Kiertotalous voi tuoda valtioille taloudellista kasvua, samalla vähentäen jätteen syntymistä ja kunnioittaen materiaaleja, puhdasta vesistöä, maata, sekä ilmastoa. Jotta kiertotaloudelle annetaan mahdollisuus nousta epäeettisen valmistuksen edelle, on valtion herättävä ja tehtävä toimenpiteitä kiertotalouden edistämiseksi ja epäeettisyyden kitkemiseksi.

2.3 Kiertotalouden haasteet

Kiertotalous tuo myös mukanaan haasteita, jotka voivat vaikuttaa yritysten kiertotalouden mukaisiin liiketoimintamalleihin siirtymisiin. Työ- ja elinkeinoministeriön selvityksessä pinnalle nousseita ongelmia olivat muun muassa rahoituksen puute ja kilpailu. Kiertotalouden kehittämis- ja investointihankkeita suunnittelevien yritysten on vaikeuksia saada rahoitus markkinapuutteen vuoksi tai ne ovat vielä niin aikaisessa kehitysvaiheessa, että eivät sovellu perinteisten rahoittajien valintoihin. Toinen ongelma kiertotalouden edistämisestä johtuu vaikeudesta kilpailla nykyisten tuotantomenetelmien kanssa. Kiertotalouden menetelmät ovat vasta kehitysvaiheessa, eikä niiden taloudellisesta kannattavuudesta ole vielä varmuutta. (Tiesmäki ym., 2022, s. 45)

Sitra luetteli kiertotalouden liiketoimintamalleihin siirtymisen yleisimmiksi haasteiksi sisäiset haasteet, asiakkaat ja ekosysteemin. Sisäisillä haasteilla tarkoitetaan muun muassa organisaatiossa vaadittavalla uudella osaamisella valmistuksessa, hankinnoissa, jälleenmyynnissä ja lakiosastolla. Jotta kiertotalouden liiketoimintaratkaisut olisivat kannattavia tarvittaisiin myös asiakkailta uutta ajattelua omaan kulutukseen. Esimerkiksi tuotteiden omistamisen sijaan, asiakkaiden tulisi nähdä mahdollisuutena myös vain tuotteen käyttöoikeiden omistaminen. Yrityksen arvoketjun muuttaminen kiertotalouden mukaiseksi ja suljettuja kiertoja hyödyntäväksi, ovat toimia, jotka eivät myöskään onnistu yksin. (Sitra & Deloitte, 2022)

Jotta kiertotalouden liiketoimintamallien mukaisia yrityksiä alkaisi syntyä enemmän, tulisi heille saada helpommin rahoitusta ja tukia toiminnan kehittämiseen. Nykyisillä tuotantomenetelmillä saadaan helpommin ja halvemmalla valmistettua uusia tuotteita. Tällöin tuotteita on helpompi kaupata kohtuuhinnoilla ja kiertotalouden mukaisten tuotteiden on vaikea kilpailla halpatuotannon kanssa. Näissä asioissa tarvitaankin muun muassa asiakkailta uutta ajattelumallia oman kulutuksen ja arvojen suhteen.

2.4 Kiertotalouden liiketoimintamallit

Kiertotalouden hyödyntäminen liiketoiminnassa voi antaa yrityksille uusia mahdollisuuksia menestyä, löytää uusia kasvumahdollisuuksia, sekä parantaa riskien hallintaa. Kiertotalous on liiketoimintakeino tulevan toimintaympäristön muutokseen sopeutumiseen. Keskeisimpinä muutoksina ovat muun muassa: ilmastokriisi ja luontokato, johon kiertotalous pyrkii vaikuttamaan esimerkiksi ilmastopäästöjä vähentämällä ja luonnon kantokykyä huomioiden. Sääntelyssä ja politiikassa kiertotalouden toteuttaminen tulee olemaan yhä aikaisempaa enemmän esillä. Myös asiakkaat alkavat hakemaan itsekin jo kestävämpiä vaihtoehtoja

kulutusvalinnoissa. Uusi teknologia, sekä data kehittyä ja ne mahdollistavat kiertotalouden liiketoimintamallien hyödyntämisen. Myös talous on siirtymässä siihen suuntaan, että kiertotalouden investoinnit ja rahoitus tulevat lisääntymään. (Sitra & Deloitte, 2022)

Kiertotalouden liiketoimintamallit keskittyvät tarjoamaan asiakkaille parempia vaihtoehtoja, samalla hidastaen luonnonvarojen kulutusta. Tämä onnistuu tarjoamalla tuotteita, jotka kestävät pidempään, kierrättämällä jo käytettyjä materiaaleja, sekä käyttämällä vähemmän materiaaleja tuotteiden valmistuksessa. (Bocken & Ritala, 2022)

Seuraava kuva 2 kuvastaa kiertotalousmallin vaiheita, tuotteen elinkaarta ja sitä, että tuotteesta voi syntyä keräyksen ja jätehuollon kautta kokonaan uusi tuote.

Kuva 2 Kiertotalousmalli (Euroopan parlamentti, 2023)



Seuraavaksi on avattu tarkemmin viisi eri kiertotalouden liiketoimintamallia.

2.4.1 Jakamisolustat

Jakamisolustoilla on mahdollista vähentää luonnonvarojen käyttöä eri tavoilla.

Jakamisolustat voivat pienentää hävikkiä, pidentää elinkaarta, edistää uudelleenkäyttöä sekä nostaa tuotteiden käyttöastetta. Jakamisolustoilla voi esimerkiksi myydä eteenpäin itselleen tarpeetonta tavaraa, jota tunnetulla Tori.fi sivustolla toteutetaan. Tavaroiden helpolla eteenpäin myymisellä voi kuitenkin olla riski siinä, että ihmiset ostavat tuotteita yhä

enemmän heräteostoina, koska niistä eroon pääseminen on niin vaivatonta. Toisena kiertotalouden jakamislusta esimerkkinä on hävikkiruokaa myyvä ResQ Club. Kyseisen alustan kautta on kuluttajien mahdollista ostaa alennettuun hintaan ravitsemispalveluiden ylijäämä tuotteita. Näin säästytään ylimääräiseltä ruokajätteeltä ja hukkaan heitetyiltä materiaaleilta. (Nokelainen, 2023, s. 33) Hyvä ja suosittu tapa hyödyntää jakamislustaa on myös tuotteiden vertaisvuokrauspalvelu. Jakamislustoilla voi vuokrata muun muassa autoja, veneitä ja asuntoja. Näin tuotteiden käyttöaste maksimoituu ja vuokrausmahdollisuudella vähennetään tarvetta ostaa omia uusia hyödykkeitä. (Sitra & Deloitte, 2022)

Jakamislustoja pystytään hyödyntämään monilla eri toimialoilla. Niiden avulla pystytään helposti internetin välityksellä saamaan tuotteille uusia käyttäjiä tai omistajia. Näin tuotteita menee vähemmän hukkaan ja tuotteiden elinkaari ja käyttöaste paranee.

2.4.2 Tuote palveluna

Kun tuotetta myydään palveluna, ei asiakas omista tuotetta vaan palveluna käytettävä tuote jää yrityksen omaisuudeksi. Tällöin asiakas ostaa tuotteen vain rajoitetuksi ajaksi, jolloin voi tuotetta hyödyntää. Tällaisessa käytössä luonnonvaroja säästyy, sillä kerralla kierrossa olevien tuotteiden määrä vähenee ja tuotteiden käyttöä tehostetaan kierrättämällä tuotetta usealla eri henkilöllä. Näin myös yritykset ovat motivoituneempia tekemään kestävämpiä ja helposti huollettavia tuotteita, jotta niiden arvo säilyisi ja niitä voisi rahallisesti hyödyntää mahdollisimman pitkään. (Nokelainen, 2023, s. 32) Hyvä esimerkki yrityksestä, joka myy tuotetta palveluna on Lindström. He tuottavat palvelua monille eri työyhteisöihin kuten sairaaloille, hotelleille ja ruokakaupoille. Tuotteet toimitetaan työpaikoille, josta otetaan samalla mukaan käytetyt tuotteet pesuun ja tarvittaessa korjattavaksi. Vaatteissa on myös käytetty älyteknologiaa, jolla pystytään seuraamaan muun muassa tuotteiden käytön määrää ja hyödyntämään varastonhallinnassa. (Lindström Group, n.d.)

Kun tuotteen omaksi ostamisen sijasta hankitaan tuote palveluna, säästytään ylimääräiseltä tavarantuotannolta. Kun tuote ostetaan omaksi, se ei välttämättä tule kaiken aikaiseen käyttöön, eikä tavarasta tällöin saa täyttä hyötyä irti. Kun tavaroita vuokrataan, yhdestä tuotteesta voi hyötyä moni ja tuotteiden korjattavuutta hyödynnetään paremmin.

2.4.3 Uusiutuvat materiaalit

Yksi kiertotalouden toteuttamistapa on uudistaa tuotteita niin, että fossiilisten raaka-aineiden sijasta käytettäisiin uusiutuvia, kierrätettäviä ja biohajoavia raaka-aineita tuotteissa. Tällä hetkellä Suomessa yritys Sulapac on kehittänyt esimerkiksi perinteisen muovin sijaiseksi

biohajoavaa kovamuovia muun muassa kosmetiikka- ja elintarviketeollisuuteen. Vaatteita on myös maailmalla kokeiltu valmistaa muun muassa hedelmien kuorista, sienistä ja levästä. Uusiutuvien materiaalien käyttö ei kuitenkaan ole aina varmasti ekologista tai kiertotalouden periaatteita kunnioittavaa. Sillä Wienin luonnon- ja elämäntieteiden yliopisto Bokun tutkijat ovat tutkineet, että jopa 80 prosenttia kaikesta biomassan käytöstä voi kiihdyttää ilmastonmuutosta ja vähentää luonnon monimuotoisuutta. (Nokelainen, 2023, ss. 34–35)

Uusiutuvien materiaalien hyödyntäminen tuotannossa on keino keksiä ympäristölle ystävällisimpiä valmistusratkaisuja. Korvaavia materiaaleja ja keinoja on monia. Kestävien ja toimivien ratkaisujen keksiminen vaatii uusia teknologioita, investointeja ja materiaalien tutkimista.

2.4.4 Resurssien talteenotto

Resurssitehokkuutta ja kierrätystä hyödyntävässä liiketoimintamallissa pyritään keräämään ja kierrättämään materiaali mahdollisimman tehokkaasti. Kierrätetyistä tuotteista valmistetaan uusiotuotteita ja materiaaleja energiatehokkaasti. Kerätyt poistotekstiilit ovat esimerkiksi mahdollisuus kokonaan uuden tuotteen luomiseen vanhoja käytettyjä materiaaleja hyödyntäen. (Kiertotaloudesta kasvua, n.d.) Myös yritysten toiminnasta jääneet tuotteiden sivuvirrat voivat olla toisen yrityksen toiminnassa hyödyllistä materiaalia. Esimerkiksi tehtaiden hukkalämpöä voidaan siirtää kaukolämpöön lämmittämään useita asukkaita tai elintarvikkeiden valmistuksesta jääneet marjojen siemenet hyödyntää kosmetiikan valmistuksessa. (Nokelainen, 2023, s. 36)

Resurssien talteenotto liiketoimintamallissa on ideana, että toisen roska voi olla toiselle yrityksen tarvittavat raaka-aineet. Tällä tavoin materiaaleja ei mene hukkaan, vaan niistä voi valmistaa jotain uutta ja hyödyllistä.

2.4.5 Tuotteen elinkaaren pidentäminen

Tuotteiden elinkaarta pidentävässä liiketoimintamallissa hyödynnetään eri keinoja säilyttää tuotteen alkuperäinen muoto mahdollisimman pitkään sellaisena kuin se on. Tällaisia keinoja ovat muun muassa huolto-, korjaus- ja kunnostuspalvelut. Myös käytettyjen tavaroiden kunnostaminen ja sen jälkeen uudelleen myynti on yksi liiketoimintaratkaisuu. Yksi tunnettu suomalainen alan yritys on Swappie. Yritys ostaa käytettyjä Applen puhelimia ja myy ne korjaamisen ja kunnostamisen jälkeen uudelle asiakkaalle internetin välityksellä. (Sitra & Deloitte, 2022)

Liiketoimintamallit, jotka huoltavat, korjaavat ja kunnostavat tuotteita auttavat siinä, että kuluttajien ei tarvitsisi aina ostaa uusia tuotteita ja tuhjata maapallon rajoitettuja luonnonvaroja. Tuotteet voivat olla vielä pitkään käyttökelpoisia pienen huollon jälkeen, jolloin uuden ostolle ei ole tarvetta.

2.5 Liiketoiminnan suunnittelu ja liiketoimintamallien eroavaisuudet

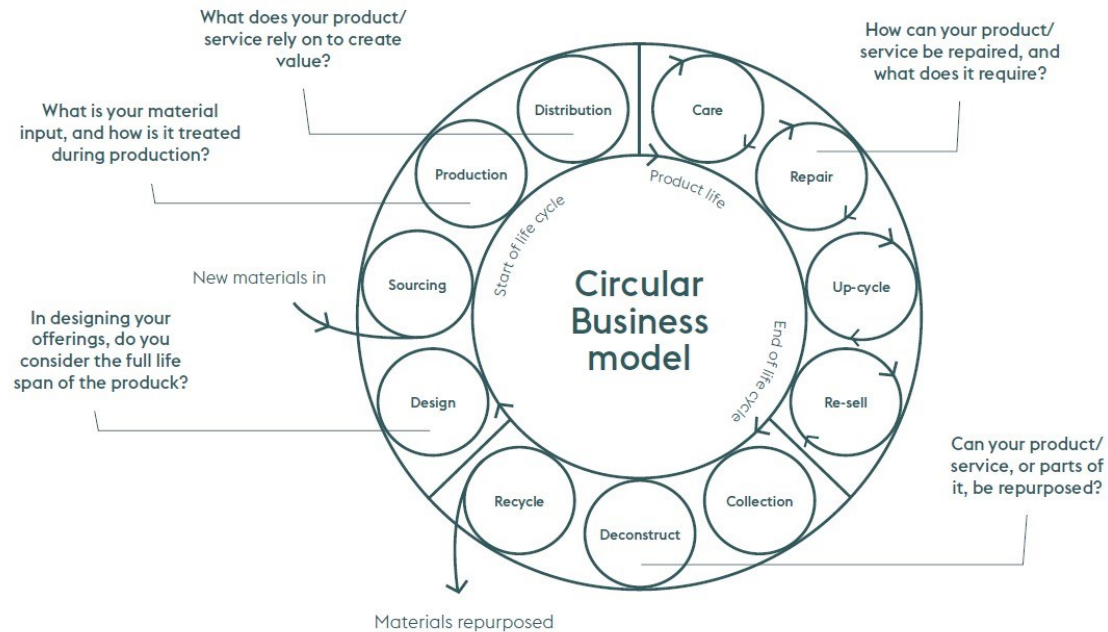
Perinteisesti liiketoimintamallit kuvaavat miten yritykset harjoittavat liiketoimintaansa. Ne kertovat miten yrityksen tarjoama arvo luodaan ja miten asiakkaille tuotetaan arvoa. Hyvä liiketoimintamalli ei vain keskity tuotteisiin tai palveluihin, vaan myös siihen, miten työ tehdään. (Bocken, 2021)

Kiertotalouden liiketoimintamallissa on keskitytty mietitään tarkemmin tuotteen koko elinikää. Kiertotalouden arvoja kunnioittaen on pohdittava muun muassa tuotteen materiaaleja ja alkuperää, sekä sen korjaus- ja kierrätysmahdollisuuksia. Seuraavassa kuvassa on Danish Design Centerin kehittämä kiertotalouden liiketoiminnan suunnittelumalli, joka kuvastaa suunnittelun vaiheita ja tärkeitä kysymyksiä suunnitteluun. (Danish Design Center, n.d.)

Kuva 3 Kiertotalousliiketoiminnan suunnittelutyökalu (Danish Design Center, n.d.)

Tool 01
Circular business model mapping

Team:



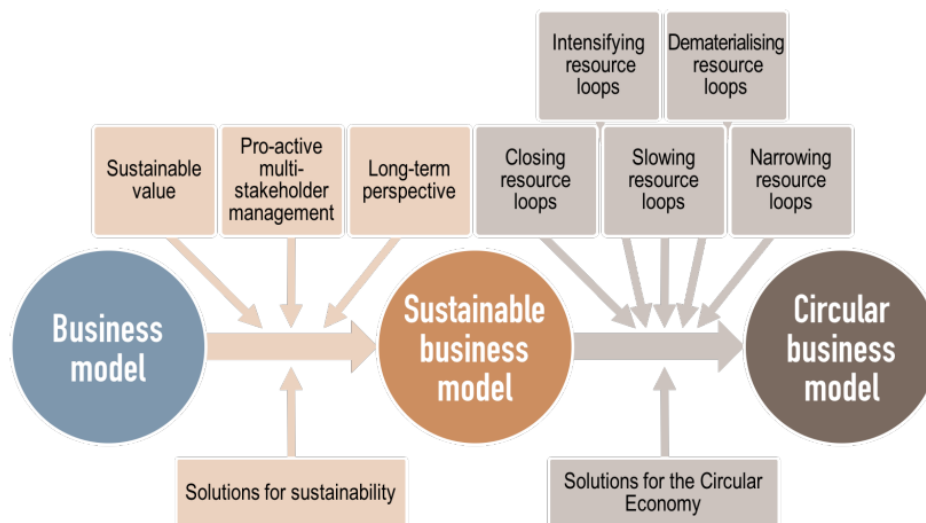
Mallissa tuotteen kierron elämä alkaa suunnittelulla, jossa huomioidaan tuotteen mahdollisimman pitkä käyttöikä. Tuotteen suunnittelussa huomioidaan materiaalin määrä ja sen alkuperä, sekä miten materiaaleja käsitellään tuotannossa ja mitä tuotantoprosessi vaatii. Tuotteiden valmistuttua on mietittävä tuotteen tai palvelun jakaminen asiakkaille ja mitä arvoa se tuo heille. Toisessa suunnittelun vaiheessa, kun tuote tai palvelu on jo käytössä on mietittävä, tarvitseeko tuote jonkinlaista huoltoa ollessaan käytössä, jotta tuotteen pitkäikäisyys säilyy. Sekä mikäli tuote rikkoutuu, on tiedettävä, onko se helposti korjattavissa, onko sitä kuluttajan itse mahdollista korjata, vai vaatiiko se erityisiä korjausvälineitä. Mikäli tuotetta ei pystytä korjaamaan, on selvítettävä onko materiaaleista mahdollista luoda uusia tuotteita, uudella käyttötarkoituksella. Suunnitellessa on huomioitava myös se mahdollisuus, kun alkuperäisellä omistajalla ei ole tuotteelle enää tarvetta. Silloin tuotteen olisi oltava sellainen, että se on helposti uudelleenmyytävissä. Jotta tuotteesta ja sen materiaaleista saadaan kaikki hyöty irti, on suunnitelman viimeisessä vaiheessa tiedettävä miten niitä voidaan hyödyntää käyttöiän loputtua. Tällöin voi miettiä kysymyksiä: onko tuote helposti kerättävissä kierrätykseen, voiko tuotteen hajottaa osiin uudelleenjalostukseen ja voiko kaikki materiaalit kierrättää? (Danish Design Center, n.d.)

Kun perinteisestä liiketoimintamallista aletaan siirtymään kiertotalous liiketoimintamallin suuntaan, on välissä myös kestävä liiketoimintamalli. Kestävän kehityksen liiketoimintamallit

huomioivat kestävän kehityksen taloudelliset, ympäristölliset ja sosiaaliset näkökulmat. Ne myös huomioivat useita eri sidosryhmiä, sisältävät kestävyysmittareita, sekä sisäistävät ympäristö- ja yhteiskunnalliset näkökulmat. Tällä tavoin kestävä liiketoimintamalli erottuu voitontavoitteluun keskittyneisiin perinteisiin liiketoimintamalleihin, jotka keskittyvät omaan toimintaansa, taloudelliseen tulokseensa ja osakkeenomistajien arvon optimointiin. (Bocken, 2021)

Seuraava kuva 4 kuvastaa sitä, minkä asioiden huomioon ottaminen muuttaisi perinteisestä liiketoimintamallista kestävän tai kiertotalouden liiketoimintamallin. Perinteisestä liiketoimintamallista kestävään liiketoimintamalliin olisi huomioitava kestävä arvo, ennakoivaa monisidosryhmien hallintaa ja pitkäjänteistä perspektiiviä. Kestävästä liiketoimintamallista kiertotalouden liiketoimintamalliin siirtymisessä resurssien kiertojen sulkemista, tehostamista, materiaalitonta toteuttamista, sekä kiertojen hidastamista ja kaventamista. (Geissdoerfer ym., 2018)

Kuva 4 Liiketoimintamallien eroavaisuudet (Geissdoerfer ym., 2018)



Yhteenvetona voidaan todeta, että perinteisessä liiketoimintamallissa keskitytään voiton luomiseen. Tällöin tärkeimpinä tekijöinä suunnitelmissa ei ole esimerkiksi tuotteen pitkän elinkaaren edistäminen tai ympäristönäkökohdat. Kestävässä liiketoimintamallissa on samoja piirteitä kiertotalouden liiketoimintamallin kanssa. Molemmille on tärkeitä muun muassa ympäristön hyvinvointi, tuotteiden käyttöiän pidentäminen ja vastuullinen liiketoiminta.

3 Tutkimusmenetelmät

Tässä kappaleessa esitellään opinnäytetyössä käytetyt tutkimus- ja analyysimenetelmät, sekä miksi niihin ollaan päädytty.

3.1 Kvalitatiivinen tutkimus

Tässä opinnäytetyössä käytettiin tutkimusmenetelmänä laadullista, eli kvalitatiivista tutkimusmenetelmää. Laadullisessa tutkimuksessa on tavoitteena ymmärtää tutkimuskohteena olevia ilmiöitä niiden omasta näkökulmasta. Laadullisia tutkimuksen kirjoittamisessa on erilaisia variaatioita, jotka vaihtelevat sen mukaan mitä analyysikeinoa tutkimukseen on käytetty. (Sarajärvi & Tuomi, 2018, s. 228) Laadullista menetelmää on hyvä käyttää sellaisen aiheen tutkimiseen, jota ei vielä ennestään tunneta hyvin ja siitä halutaan saada parempi käsitys. Laadullisessa tutkimuksessa on ideana saada suppeasta kohteesta paljon tietoa, jonka myötä ymmärtää ilmiötä paremmin ja laajemmin. (Ojasalo ym., 2015, s. 105) Opinnäytetyössä on päädytty laadulliseen tutkimukseen, koska tutkittavasta aiheesta on haluttu saada syvempää ymmärrystä.

3.2 Tapaustutkimus

Tutkimus on tehty tapaustutkimuksena, joka perustuu aineistoon valittujen yritysten verkkosivuilla ja sosiaalisessa mediassa. Tapaustutkimuksessa voidaan tutkia yhtä tai useampaa kohdetta. Tutkimuksen päämääränä on kohteiden määrittely, analysointi ja ratkaisu. Tapaustutkimuksella voi olla useita eri päämääriä. Tavoitteita tutkimuksessa voivat olla esimerkiksi tapauksen ymmärtäminen, tiheän kuvauksen tuottaminen, monimutkaisten ilmiöiden ja tapahtumien selittäminen tai uusien teoreettisten ideoiden tai hypoteesien tuottaminen. (Eriksson & Koistinen, 2014) Tutkimuksessa ei haluttu käyttää haastatteluja, joten päädyttiin yritysten jo olemassa olevan tiedon tutkimiseen. Tutkimusta suunniteltaessa uskottiin, että verkkosivuilta ja sosiaalisesta mediasta löytyisi riittävästi tutkimukseen sopivaa, mielenkiintoista ja ajankohtaista materiaalia. Nettisivut ja sosiaalinen media on myös nykypäivänä tärkeä osa yritystä ja hyvä keino välittää yrityksen toimia kiertotalouden parissa.

3.3 Sisältöanalyysi

Opinnäytetyössä kohdeyrityksiä analysoidaan sisältöanalyysillä. Sisällönanalyysi on perinteinen laadullisissa tutkimuksissa käytettävä analyysimenetelmä, jossa analysoidaan

kirjotettua, kuultua tai nähtyä materiaalia. Sisällönanalyysin tehtävä on muodostaa aineistosta tiivis ja ymmärrettävä kokonaisuus, samalla säilyttäen sen sisältämä olennainen informaatio. Laadullisen aineiston analysoinnissa tavoitteena on informaatioarvon nostaminen. Hajanaisista ja irrallisista aineistoista pyritään luomaan selkeä ja yhtenäinen kuva tutkittavasta aiheesta. Analyysia tehdään laadullisen aineiston tutkimuksen jokaisessa vaiheessa. Laadulliseen tutkimukseen löytyy monia eri analyysikuvauksia. Tutkija Timo Laine (Jyväskylän yliopiston filosofian laitos) on esimerkiksi suunnitellut rungon laadullisen tutkimuksen analyysin etenemisestä. Hieman nykypäivään muokatussa versiossa analyysin tekeminen alkaa siitä, että päätetään mikä aineistossa kiinnostaa ja tehtävä siitä vahva päätös. Aineistoa käydään läpi ja siitä erotetaan ja merkitään ne asiat, jotka sisältävät kiinnostuksen aiheet. Kaikki muu asia jätetään pois tutkimuksesta. Merkityt asiat kerätään erilleen muusta aineistosta ja ne luokitellaan teemoittain tai tyyppitelemällä. Lopuksi kirjoitetaan yhteenveto. (Sarajärvi & Tuomi, 2018, ss. 133–135, 157–158)

Analyysimenetelmäksi määräytyi sisältöanalyysi, koska se on laadulliseen tutkimukseen ja opinnäytetyön aineistoon sopiva menetelmä.

4 Tutkimuksen kohdeyritykset






















Seuraavassa kappaleessa esitellään opinnäytetyön tutkimukseen valikoituneet yritykset. Tutkimuksen kohdeyrityksiä kartoittaessa, oli ideana valita Suomalaisia yrityksiä, jotka noudattavat erilaisia kiertotalouden liiketoimintamalleja.

4.1 Emmy

Emmy on vuonna 2015 alkunsa saanut Second Hand -liiketoiminnan yritys, jonka tavoitteena on pidentää tuotteiden elinkaarta jakamisalustansa avulla. Emmy jälleenmyy nettisivuillaan kuluttajien lähettämiä kestäviä merkkivaatteitaan. Emmy on rajannut jälleenmyyntiin hyväksytyjä vaatteita, niin että ne ovat kestäviä ja niillä on hyvä jälleenmyyntiarvo, eli pikamuoti ei kuulu heidän valikoimaansa. Kuluttajan lähetettyä vaatteensa Emmylle, ne tarkastetaan, kuvataan ja lisätään nettisivujen valikoimaan. (Sitra, 2021a)

Emmy on nettisivuillaan kertonut syitä, minkä takia kuluttajan kannattaisi valita Emmyssä myynti kirpputorin tai itse verkossa myynnin sijaan. Kuva välittää Emmyssä myynnin helppoutta ja vaivattomuutta verrattuna toisiin vaihtoehtoihin. Emmyssä ei muun muassa tarvitse itse miettiä vaatteiden toimituksia ostajalle, hinnoittelua tai kuvien ottamista.

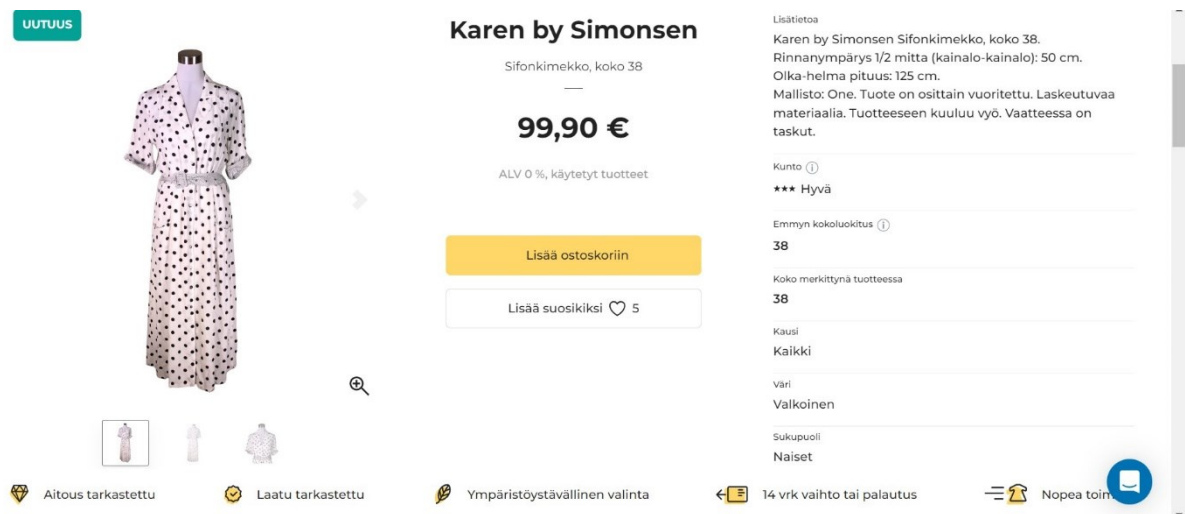
Kuva 5 Syitä myydä Emmyssä (Emmy, n.d.-a)

| Itsemyynti verkossa | Second hand -myymälä |  |
|---|--|--|
|  Hinnoittelet itse ja tuskaillet sopivan hinnan määrittelemiseksi |  Hinnoittelet itse ja tuskaillet sopivan hinnan määrittelemiseksi |  Emmyn ammattilaiset hoitavat hinnoittelun vuosien kokemuksella. |
|  Vastaa ostajien kyselyihin, varauksin yms. |  Vastaa itse vaatteiden kuljetuksista ja myymättömien kierrätyksestä. |  Helpot kuljetukset ja kierrätys myyntiajan päätyttyä |
|  Sovit noutoajan ostajan kanssa ja päivystät noutoa. |  Pidät huolta rekin / myyntipaikan siisteydestä. |  Verkkokauppa ja kivijalkamyymälämme on aina siisti. |
|  Hoidat toimituksen, jos ostaja ei asu lähialueella. |  Vaatteet voivat kulkeutua väärään pöytään tai tulla varastetuksi. |  Ei pelkoa vaatteiden häviämisestä tai varkauksista. |
|  Luot myynti-ilmoituksen (valokuvaus, tuoteteksti, hinnoittelu) ja varastoit sekä toimitat vaatteen ostajalle. |  Myyntiaika on viikko tai kaksi. |  Myyntiaika on 6 kk. Emmy vauhdittaa myyntiä, kun sille on luontaista kysyntää. |
|  Huijauksien mahdollisuus etenkin arvokkaampien tuotteiden osalta. |  Myyt vain myymälän lähialueen ihmisille. |  Myyt kaikille suomalaisille tai jopa ihmisille ympäri Euroopan. |
| | |  Emmy hoitaa koko myyntiprosessin alusta loppuun. |
| | |  Aitous ja kunto tarkastettu. Emmy ei myy väärennetyjä tai rikkinäisiä tuotteita. |

Emmyssä myydään niin naisten, miesten kuin lastenkin vaatteita, asusteita, laukkuja ja kenkiä. He myyvät vain aitoja, ehjiä, puhtaita, hyväkuntoisia ja ajanmukaisia merkkituotteita. Kuluttajan lähetettyä tuotteensa Emmylle, myyntiin kelpaavia tuotteita myydään 6kk ajan ja myyntiin kelpaamattomat joko lähetetään takaisin lähettäjälle, josta omistaja maksaa kuluja tai laitetaan hänen suostumuksellaan hyväntekeväisyyteen. Vaatteiden omistaja saa tietyn prosenttiosuuden myydystä tuotteesta, joka vaihtelee myyntihinnan mukaan, jonka Emmy on tuotteelle asettanut. Alle 8,50 € maksavista tuotteista myyjälle ei tule laisinkaan tuottoa, mutta yli 400 € maksavista tuotteista noin 75 %. (Emmy, n.d.-a)

Seuraavassa kuvassa on esimerkki Emmyn nettisivuilla olevasta tuotteesta. Tuotteen myynti-ilmoituksessa on kerrottu muun muassa tuotteen merkki, hinta, koko, mitoituksia senttimetreinä, minkälaista materiaali se on ja mitä asuun kuuluu.

Kuva 6 Emmyn tuotekuvaus (Emmy, n.d.-b)



Emmy on avannut myös ensimmäisen kivijalkamyymälänsä Tampereen Sokokselle maaliskuussa 2023. Jonka lisäksi Emmy aloitti yhteistyön Sokoksen kanssa, jonka yksi keskeisistä tavoitteista on kestävän kuluttamisen edistäminen yhdessä asiakkaiden kanssa. (Sokos, n.d.)

4.2 Lilja the Label

Lilja the Label on uima-asuja kierrätysmateriaaleista valmistava yritys, joka sai alkunsa vuonna 2016. Lilja the Labelilla on tavoitteena pyrkiä toiminnassaan täydelliseen kiertotalouteen. (Fashion Finland, 2023) Lilja the Label ajattelee, etteivät uima-asut ole vain kausiluoteinen tuote, vaan niiden tulee kestää sekä aikaa, että käyttöä kaikissa vuodenajoissa. Heidän tuotteensa on suunniteltu Helsingissä ja tuotanto kohdistuu Portugaliin. Nettikaupan lisäksi tuotteita on mahdollista ostaa myös Helsingin kivijalkaliikkeestä. (Lilja the Label, n.d.-a)

Seuraavassa kuvassa näyttökaappaus Lilja the Labelin Instagram julkaisussa, jossa he kertovat, etteivät uima-asut ole heille vain kausiluontoinen tuote. Lilja the Label tuo kuvissaan esille, että heidän uima-asunsa näyttävät hyvältä ja sopivat kaikille vartalotyypeille ja edistävät moninaista ihmiskuvaa.

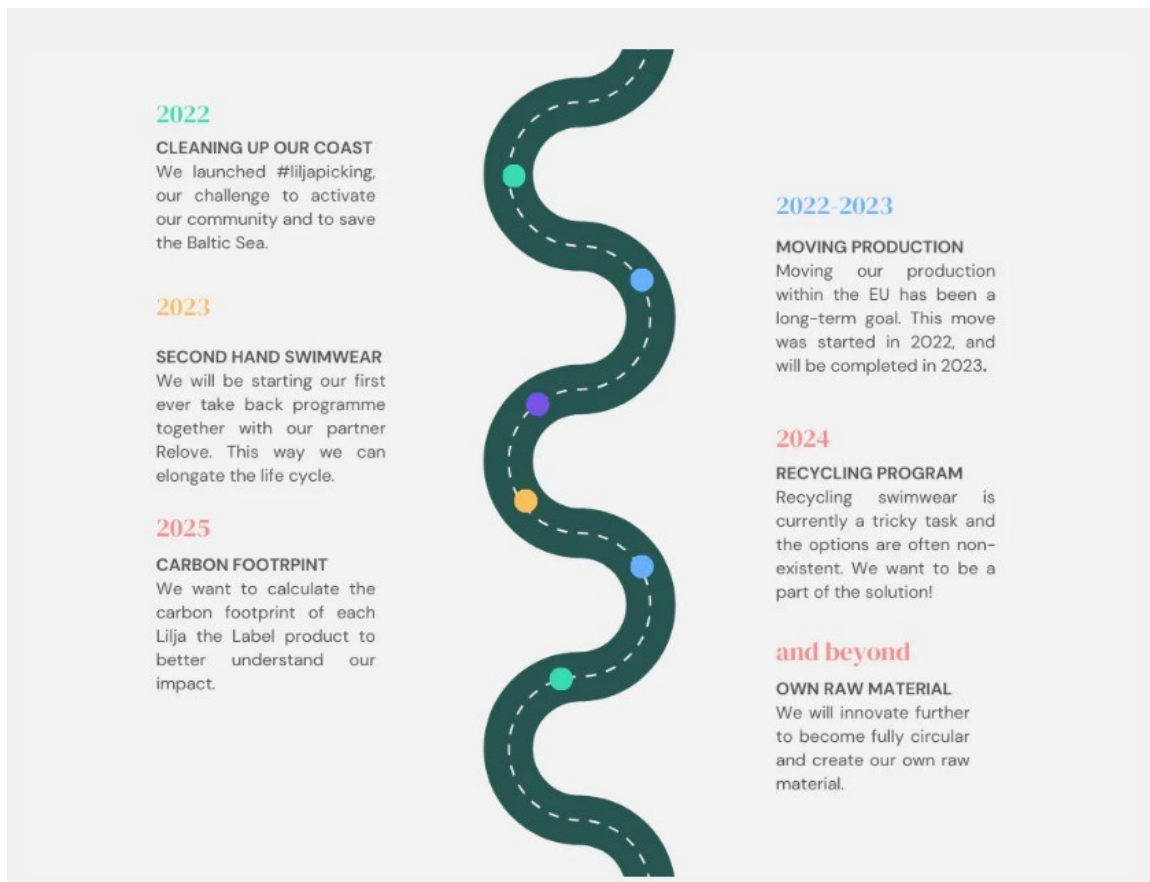
Kuva 7 Lilja the Label Instagram julkaisu (Lilja the Label, 2023)



Materiaaleina heidän uima-asuissaan on käytetty vain parhaita kierrätysmateriaaleja. Tuotannossa käytettävä lanka on ECONYL®:ista valmistettua, joka on peräisin muun muassa valtameren joutuneesta muoviroskasta. (Lilja the Label, n.d.-b) Uima-asujen lisäksi, heillä on tällä hetkellä pienimuotoisesti myynnissä myös alusvaatteita sekä sukkia. (Lilja the Label, n.d.-c)

Seuraavan kuvan tiekartta kuvastaa Lilja the Labelin suunnitelmia oman toimintansa kehittämiseen ja jo tehtyjä tekoja kiertotalouden hyväksi.

Kuva 8 Lilja the Label kiertotalous kartta (Lilja the Label, n.d.-d)



4.3 FabPatch vaatelaastari

FabPatch on perustettu vuonna 2018 ja sen tarkoituksena on pidentää tekstiilien käyttöikä. FabPatch myy kotimaisia tekstiilien tarrapaikkoja, joilla vaatteiden korjaus on sekä nopeaa, että helppoa. Tekstiilit voi ompelun sijasta paikata tarralla, jonka saa kiinnitettyä missä vain ilman silitystä. Tämä edesauttaa sitä, että pysyvästi tahriintuneita tai reikäisiä vaatteita ei tarvitse heittää pois, vaan niiden käyttöikä voidaan pidentää. Vaatelaastarit ovat valmistettu muun muassa muovipullojätteestä tehdystä kierrätyspolyesteristä, merinovillasta, sekä heijastinmateriaalista. (Sitra, 2021b)

Seuraava yrityksen julkaisu kuvastaa sitä, että vaatelaastareita voi monitoimisesti hyödyntää vaatteiden lisäksi myös esimerkiksi teltan tai kenkien korjaukseen. Tuote on helppo ottaa mukaan reissuun ja toimii nopeana paikkana ongelmatilanteissa.

Kuva 9 Vaatelaastari Instagram julkaisu (Vaatelaastari, 2023)



Nettisivuilla myydään vaatelaastareita eri kategorioissa, eri materiaaleilla, väreillä ja muodoilla. Seuraavassa kuvassa on tuoteryhmiä ja havainnollistavia kuvia, joissa vaatelaastareita on saatavia.

Kuva 10 Vaatelaastarien tuoteryhmät (FabPatch, n.d.-a)



Vaatelaastareita myydään verkkokaupan lisäksi monissa eri myymälöissä ympäri suomen, muun muassa s-ryhmän kaupoissa. (FabPatch, n.d.-b)

4.4 Kohdeyritysten kiertotalousliiketoimintamallit

Tässä kappaleessa esitellään miltä kohdeyrityksen liiketoiminnat näyttäisivät visuaalisessa kiertotalouden liiketoimintamallissa. Kohdeyrityksiä vertaillaan myös matriisin avulla, joka selkeyttää yritysten toimintaa, sekä eroavaisuuksia ja samankaltaisuuksia keskenään.

Kohdeyritysten liiketoiminnan visuaalisessa kiertotalousliiketoimintamallissa on jäljennetty Euroopan parlamentin (2023) suunnittelemaa kiertotalousliiketoimintamallia.

Emmyn kiertotalousliiketoimintamallissa on raaka-aineina käytetyt merkkivaatteet, joita ei tarvitse suunnitella, mutta niiden lisääminen jakamisolustalle vaatii tuotteiden kunnan tarkastusta ja valokuvausta. (Emmy, n.d.-a) Uutta tuotetta ei siis valmisteta, vaan tuote saapuu myyjältä Emmylle ja myynnin jälkeet postitse uudelle omistajalle. Uusi omistaja kuluttaa vaatetta ja mahdollisesti korjaa sitä tai laittaa sen vielä uudelleen kiertoon seuraavalle kuluttajalle. Tuote on mahdollista laittaa vielä hyväkuntoisena vaatekeräykseen, mikäli sitä ei eteenpäin myy muuta kautta. Kun vaate on tullut käyttöikänsä päähän sen voi kierrättää tekstiilijätteeseen tai sekajätteeseen, tuotteesta riippuen. Tämän jälkeen se voi mennä esimerkiksi uudelleenkäyttäväksi toisessa tuotteessa, eri muodossa.

Kuva 11 Emmy kiertotalousliiketoimintamalli



Lilja the Labelin tuotteet syntyvät kierrätetyistä materiaaleista. (Lilja the Label, n.d.-b) Tuotteet suunnitellaan kestävämmän pitkään ja monet uimapuvut ovat suunniteltu käännettäviksi, jotta tuotteesta saadaan vielä monikäyttöisempi ja enemmän irti. Tuotteet

ovat valmistettu perheyrytyksessä Portugalissa ja tuotteita voi ostaa niin heidän verkkosivuiltaan, kuin kivijalkamyymälästä. (Lilja the Label, n.d.-e) Oston jälkeen tuotteita käytetään, korjataan ja niitä on mahdollista myydä eteenpäin kestävyuden, monikäyttöisyyden ja laadukkuuden vuoksi. Tuotteet voi hyväkuntoisina viedä vielä vaatekeräyksiin tai käyttökelvottomina sekajätteeseen.

Kuva 12 Lilja the Label kiertotalousliiketoimintamalli



FabPatch vaatelaastarit valmistetaan suurimmaksi osaksi kierrätetystä kuidusta. Ne on suunniteltu kestäviksi ja pidentämään muun muassa vaatteiden ja asusteiden elinikää. Vaatelaastareiden valmistus tapahtuu Suomessa. (FabPatch, n.d.-c) Tuotteita on myynnissä muun muassa isommissa ruokakaupoissa, tai ne ovat tilattavissa postitse heidän nettisivujen kautta. Kun vaatelaastari ei enää täytä tehtävänsä ja kestä paikoillaan tuotteessa, lajitellaan se tekstiilijätteeseen. Tekstiilijätteen kautta siitä voi olla hyötyä uudessa tuotteessa, jossa hyödynnetään käytettyä tekstiilijätettä.

Kuva 13 FabPatch kiertotalousliiketoimintamalli



4.4.1 Kohdeyritysten analyysimatriisi

Kohdeyritysten analysointimatriisissa on vertailtu kohdeyrityksiä eri osa-alueilta selkeyttääkseen niiden yhtäläisyyksiä ja eroavaisuuksia, sekä kuvaa yrityksestä ja sen toiminnasta. Matriisin lähteinä on käytetty yritysten julkisia verkkosivuja (store.emmy.fi, www.liljathelabel.com & www.vaatelaastari.fi) ja talouden tunnusluvut ovat asiakastieto.fi palvelusta.

Kuva 14 Kohdeyritysmatriisi

| Kohdeyritykset | Tuotteen elinkaaren pidentäminen | Resurssitehokkuus ja kierrätys | Asiakkaat | Kanavat | Arvolupaus | Avainkumppanit | Taloustiedot |
|-----------------|---|--|---|--|---|--|---|
| Emmy | Käytettyjen vaatteiden uudelleen myynti | Hyödynnetään olemassa olevia käytettyjä vaatteita | Vaatteiden kierrätyksestä ja merkivaatteista kiinnostuneet, omia vaatteita myyvät. | Omat verkkosivut, Instagram, Facebook, LinkedIn, Tiktok, Youtube, Blogi, myyntilaatikat kaupoissa ja kauppakeskuksissa | Suomen suurin second-hand verkkokauppa, jossa avaimet käteen myyntipalvelu ja kestäviä muoti löytöjä. Enemmän kuin kirpputori ja verkkokauppa | Kauppakeskukset, Sokos, Stockmann, Nanso, Reima ja muut yritykset, joissa sijaitsee Emmyn myyntilaatikko. Yhteistyökumppanit, joilta Emmy saa myyntiin outlet tuotteita. Sekä hyväntekeväisyysjärjestöt, joihin myymättä jääneet vaatteet menevät, mikäli myyjä niin haluaa. | Liikevaihto: 3 812 000 € Liiketappio: -1 018 000 € Henkilöstö: 46 Omavaraisuus: -112 % Liikevoitto: -27 % |
| Lilja the Label | Uima-asut suunniteltu kestäviksi, käännettäviksi ja uudelleen myytäväiksi | Käytetään kierrätysmateriaaleja ja muovirokasta valmistettua lankaa valmistuksessa | Laatua ja Suomalaista suunnittelua arvostavat, ekologisuudesta ja muodista kiinnostuneet. | Omat verkkosivut, Instagram, Facebook, LinkedIn, Tiktok, Youtube | Kestäviä, korkealaatuisia tuotteita jokaiseen sesonkiin, joita tulet rakastamaan pitkän aikaa | Relove, jonne käytetyt Lilja the Label tuotteet menevät myyntiin. Yhteistyö Myssyfarmin kanssa. Jälleenmyyjät verkkokaupoissa, kuten Weekendbee. | Liikevaihto: 590 000 € Liiketappio: -90 000 € Henkilöstö: 3 Omavaraisuus: -44 % Liikevoitto: -14 % |
| FabPatch | Vaatteiden käyttöiän pidentäminen vaatteita korjaavilla tarrapaikoilla | Käytetään suurimmaksi osaksi kierrätettyjä materiaaleja | Ekologisuudesta kiinnostuneet ja paljon lasten rikkiniisiä vaatteita omaavat vanhemmat. | Omat verkkosivut, Instagram, Facebook, LinkedIn, Tiktok | Laadukas ja helppo tapa korjata vaatteita ja pidentää käyttöaikää | Lukuisat jälleenmyyjät, mm. S-ryhmän myymälät, K-citymarket, Suomalainen kirja kauppa yms. Sekä brändiyhteistyöt eri toimijoiden kanssa, mm. Eurokangas, Image Wear ja Ateneum. | Liikevaihto: 579 000 € Liikevoitto: 49 000 € Henkilöstö: 6 Omavaraisuus: 55 % Liikevoitto: 8 % |

Matriisista huomaa, että kaikki yritykset haluavat, että tuotteet saisivat mahdollisimman pitkän käyttöiän. Vaikka yrityksillä onkin erilaiset konseptit, voi tuotteiden käyttöikä pidentää myymällä eteenpäin käytettyjä vaatteita, valmistamalla kestäviä ja helposti uudelleen myytäviä tuotteita tai kehittämällä korjausmahdollisuuden tuotteille. Kaikissa yrityksissä on hyödynnetty joko kierrätettyjä materiaaleja tai jo olemassa olevia tuotteita. Kaikkien tuotteiden asiakaskuntiin kuuluu kiinnostus kestävydestä ja ekologisuudesta. Emmyssä ja Lilja the Labelissa kohtaa myös kiinnostus muotiin, kun FabPatch vaatelaastaria ostaessa on enemmän käytännöllisyys ja hyöty mielessä. Yritykset levittävät tietoa laajasti monissa eri sosiaalisen median suosituimmista kanavissa. Kaikki yritykset tuovat arvolupauksessaan esille kestävyden tai laadukkuuden. Emmyllä ja FabPatchillä on enemmän avainkumppaneita Lilja the Labeliin verrattuna. Emmyllä on muihin kohdeyrityksiin verrattuna moninkertainen työntekijämäärä ja tekee myös kaikista eniten liiketappiota. Ainoastaan FabPatch tekee yrityksistä tällä hetkellä liikevoittoa. Emmyn, sekä Lilja the Labelin omavaraisuusasteet ovat reilusti miinuksella, joka kertoo, että yritystä joudutaan pyörittämään vahvasti lainan avulla, joka ei pitkällä aikavälillä ole hyvä merkki yrityksen tulevaisuuden kannalta.

5 Tutkimuksen tulokset

Opinnäytetyön tutkimuksen tulokset osiossa selvitetään millä tavoin kiertotalouden ulottuvuuksina käyttöiän pidentäminen, omistajan vaihtaminen ja uudelleenmyynti, uudelleenvalmistus ja kierrätys, sekä parempien kulutustottumusten edistäminen näkyvät kohdeyrityksissä.

5.1 Käyttöiän pidentäminen

Emmyllä on myynnissä vain merkkituotteita, jotta he voisivat paremmin taata, että tuotteilla olisi pidempi käyttöikä myös jatkossa seuraavalla omistajalla, olettaen, että nämä tuotteet olisivat laadukkaampia kuin pikamuoti. (Emmy, n.d.-a) Emmyn toiminta voi edesauttaa, ihmisiä pitämään tuotteistaan parempaa huolta, jotta ne voitaisiin tulevaisuudessa myydä vielä uudelleen seuraavalle käyttäjälle. Mitään korjaus tai huolto palveluja Emmyllä ei kuitenkaan ole merkivaatteillekaan.

Lilja the Label tukee tuotteiden käyttöiän pidentämistä käyttämällä tuotteissaan kestäviä ja laadukkaita materiaaleja. (Lilja the Label, n.d.-b) Lilja the Label myös ohjeistaa tarkasti tuotteiden käytöstä, pesusta ja kuivauksesta, jotta tuotteet pysyisivät mahdollisimman hyvinä pitkään. (Lilja the Label, n.d.-f) Eli Lilja the Label pyrkii materiaaleilla ja käyttäjien hyvän hoidon informoimisella edistämään tuotteiden käyttöikää. Mitään heidän tuotteiden korjauspalvelua heillä ei esimerkiksi kuitenkaan ole tarjolla.

FabPatch jo itse myymillään vaatelaastareilla pidentää tuotteiden käyttöikää.

Vaatelaastareilla tekstiilejä voidaan korjata, tai pelkästään tuoda erinäköistä päivitystä vaatteeseen halutessaan. Itse vaatelaastarin käyttöikää on kuitenkin vaikea pidentää.

Tuotteet eivät ole uudelleenkiinnitettävissä, reunojen on ominaista rispaantua, eikä vaatelaastarin ole myöskään taattu kestävän pesussa kaikissa tekstiileissä. (FabPatch, n.d.-d)

5.2 Omistajan vaihtaminen ja uudelleenmyynti

Emmy auttaa yritystoiminnallaan tuotteiden omistajan vaihtamista. Emmyn toiminta edesauttaa tuotteen myymistä eteenpäin, tekemällä siitä mahdollisimman helppoa myyjälle. Pienemmillä paikkakunnilla vaatteiden myynti voi varsinkin olla hankalampaa, jos kirpputoreja tai Facebook kirpputoreja ei ole lähialueella. Emmy mahdollistaakin heidän myyntilaatikoiden lisäksi vaatteiden lähetyksen Emmylle myös Postin pakettina,

Matkahuollon kautta, tai jopa kotinoudolla. (Emmy, n.d.-c) Hyvä ja helppo myynti- ja ostokokemus, voi edesauttaa myyjien ja ostajien käytettyjen vaatteiden ja tuotteiden myyntiä ja ostamista jatkossakin.

Lilja the Labelin suurin osa tuotannosta on uima-asuja, jotka ovat tuoteryhmä, joiden eteenpäin myynti ja kiinnostunut ostoryhmä voi olla muita vaateryhmiä kapeampi. Kuitenkin tuotteiden korkea laatu, kotimainen yritys ja tuotteiden käännettävyys, voivat auttaa tuotteiden omistajan vaihtamisessa ja uudelleen myynnissä. Lilja the Label edistää ja kannustaa myös itse tuotteidensa uudelleen myyntiä vastaanottamalla asiakkaidensa eteenpäin myynti kelpoisia uima-asuja, joista lahjoittaja saa yrityksen lahjakortin vastapalvelukseksi. Tuotteita myydään toista vuotta putkeen eteenpäin yhteistyökumppanin Reloven liikkeessä Helsingin keskustassa, sekä Helsinki Vantaa lentoasemalla touko-kesäkuussa. (Lilja the Label, 2024)

FabPatch vaatelaastarit eivät käytettyinä ole eteenpäin myytäviä, mutta koska pakkauksissa tulee useita kappaleita vaatelaastareita, on käyttämättä jääneitä mahdollista myydä tai antaa eteenpäin. Myös hienolla vaatelaastarilla paikattu vaate voi saada käytön jälkeen uuden omistajan paremmalla mahdollisuudella kuin rikkinäinen vaate. Vaikkei sellaisesta tuotteesta välttämättä rahallisesti voi paljoo saada, on käytön jatkaminen uudella omistajalla kuitenkin mahdollista.

5.3 Uudelleenvalmistus ja kierrätys

Emmylle lähetetyt myyntiin kelpaamattomat tuotteet, jotka eivät sovellu hyväntekeväisyyteen laitetaan eteenpäin, myyjän suostumuksella tekstiilikierrätykseen. Tuotteita menee myös hyväntekeväisyysjärjestöille ja ympäristö- ja työllistämistyön tueksi, mutta ei eteenpäin millekään yritykselle uudelleenvalmistuksen tuotteeksi. (Emmy, n.d.-d)

Lilja the Labelin tuotteet on valmistettu kierrätetyistä materiaaleista, mutta itse uimapukujen kierrätys on haastavaa. Uimapukuja ei saa kierrättää tekstiilijätteeseen, vaan ne kuuluvat sekajätteeseen. Lilja the Labelin vuoden 2024 tavoitteena on olla mukana ratkaisemassa uimapukujen kierrätettävyyden ongelmaa. (Lilja the Label, n.d.-d)

FabPatchin vaatelaastareissa hyödynnetään kierrätettävää kuitua. (Sitra, 2021b) Itse tuotteet on mahdollista kierrättää tekstiilijätteeseen tai energiajätteeseen. (FabPatch, n.d.-d) FabPatch ei hyödynnä uudelleenvalmistusta tuotannossaan.

5.4 Parempien kulutustottumusten edistäminen

Emmy edistää parempia kulutustottumuksia sillä, että ihmiset ostaisivat tuotteet käytettyinä, eikä vain uutena. Myös se, että Emmy myy vain laadukkaampia merkkivaatteita pikamuodin sijaan, edesauttaa tietoisuutta pikamuodin laadun heikkoudesta ja kannustaa laadukkaampiin ja kestäviin ostoksiin. Emmy myös sosiaalisessa mediassaan ohjeistaa, kuinka tehdä vastuullisia ostopäätöksiä. (Emmysecondhand, 2024)

Lilja the Labelin voidaan ajatella edistävän kulutustottumuksia tarjoamalla hyvälaatuista tuotetta pikamuodin sijasta. He eivät myöskään tarjoa ilmaista tuotteiden palautusta, koska haluavat välttää ihmisten impulsiivista ostamista kestäväää kehitystä ajatellen. (Lilja the Label, n.d.-d)

FabPatch tuotteillaan edistää sitä, ettei rikkinäistä tuotetta heitettäisi pois, vaan sitä voitaisiin käyttää pidempään vaatelaastarin ansiosta. Ristiriidassa turhan uuden ostamisen kanssa, on kuitenkin se, että vaatelaastareita ei ole mahdollista ostaa kuin monipakkauksissa. Vaikka tarvetta olisi vain yhdelle vaatelaastarille, on silti ostettava kerralla monta, vaikka muut jäisivätkin käyttämättä, jolloin materiaaleja voi mennä hukkaan.

6 Johtopäätökset

Opinnäytetyön johtopäätökset luvussa esitellään tutkimuksen tuloksista ja opinnäytetyöstä muodostuvat johtopäätökset. Johtopäätöksissä on katsottu tutkimuksen tuloksia kuluttajan, liiketoiminnan ja kiertotalouden näkökulmasta.

6.1 Kuluttajan näkökulma

Kuluttajan näkökulmasta Emmy vaikuttaa helpolta tavalta myydä omia vaatteita. Kuitenkin tuotteiden myyntiin laittamisessa voi mietittyä se, miten vähän tuotteista saa rahaa, mikäli niiden hinta on alhainen, tai se jos tuotteet eivät menekään kaupaksi ja joudut maksamaan saadaksesi ne takaisin. Tuotteiden ostaminen vaikuttaa kuitenkin luotettavammalta yksityismyyjältä ostoon verrattuna. Tuotteista on myös varmasti hyvät kuvat ja kuvaukset, eikä tarvitse pelätä tuotteiden heikkoa laatua.

Lilja the Label luo kuluttajalle kuvan vastuullisesta yrityksestä, joka haluaa olla mukana edistämässä kiertotaloutta ensimmäisten joukossa. He ovat ajatelleet kuluttajaa uima-asujen suunnittelussa käännettäviksi ja neuvomalla oikeanlaisesta huoltamisesta ja käytöstä.

FabPatch tuotteet ovat kuluttajan näkökulmasta hyvin saatavilla, koska he tekevät yhteistyötä muun muassa S-ryhmän kanssa, joka on maan laajuinen ketju. Tuotteiden korjattavuudesta on tehty helppoa, koska tuotteita voi ostaa ruokakaupassa käynnin yhteydessä.

6.2 Liiketoimintanäkökulma

Liiketoimintanäkökulmasta Emmyn toiminnan voisi ajatella olevan hyvä idea, koska toiminnassa ei tarvitse miettiä tuotantoa, vaan myyjät itse lähettävät heille vaatteensa ja Emmy saa osan tuotosta. Kuitenkin yrityksen liikevoitto oli runsaasti miinuksella. Tähän voi vaikuttaa muun muassa se, etteivät kaikki tuotteet mene myydyiksi, eikä niille ole sen jälkeen tuottavia jatkotoimenpiteitä. Emmyllä on myös lähemmäs 50 työntekijää ja myyntilaatikoiden, laajojen varastojen ylläpitämiseen menee kuluja. Myös laajempi markkinointi television ja Tiktokin puolella voisi johtaa parempaan tunnettavuuteen.

Lilja the Label kilpailee toiminnassaan lukuisten muiden vaatetusbrändien kanssa. Vaikka brändi on ollut esillä sosiaalisessa mediassa, tuotteet ovat suomalaiselta yritykseltä, trendikkäitä ja hyvälaatuisia, ei menekki ole silti riittävä. Yritys ei tee vielä voittoa, johon syynä tällä kertaa voi olla kalliit hinnat ja tämänhetkinen taloustilanne, jossa ihmisillä ei ole varaa laittaa niin paljon uima-asuihin. Kaikki ihmiset eivät halua ostaa tuotteitaan vain netistä ja uima-asujen sopivuutta voi olla vaikea arvioida netin välityksellä. Tässä tapauksessa on hyvä, että yrityksellä on oma myymälä Helsingissä. Tämä tuottaa kuitenkin Helsingin hintaluokkaisia vuokratuloja ja myymälän ylläpitokuluja.

FabPatch on kohdeyrityksistä ainut, joka tekee tällä hetkellä voittoa. Koska yrityksellä on tuotteita myynnissä laajalti ympäri Suomea on asiakkaiden saavutettavuus hyvä, eikä täysin vastaavanlaista tuotetta ole tarjolla. FabPatch on keksinyt tuotteen, jolla ihmiset voivat säästää korjaamalla tuotteen ja samalla toimia vastuullisesti, joka on tässä maailmantilanteessa kysyttyä.

6.3 Kiertotalousnäkökulma

Kiertotalousnäkökulmasta katsottuna kaikilla kohdeyrityksillä on vahva halu toimia kiertotaloustoimien mukaisesti ja edistää parempia kulutustottumuksia omalla tavallaan, erityyppisillä liikeideoilla. Emmy pyrkii toiminnallaan tekemään vaatteiden myynnistä mahdollisimman helppoa, samalla kannustaen käytettyjen vaatteiden ostamista uusien sijaan ja ilmaisemalla mielipiteensä pikamuotiin. Koska tuotteet lähetetään ensin Emmylle ja sen kautta uudelle omistajalle, tuottaa toiminta enemmän kuljetuspäästöjä verrattuna second

hand toimintaan, jossa tuotteet laitetaan itse myyntiin. Koska tekstiilien määrä ja uuden hankinta on ongelma koko maailmassa ja uuden valmistaminen tuottaa paljon päästöjä, on hyvä olla myös Emmyn kaltaisia yrityksiä, jotta kaikki keinot vaatteiden käyttöiän pidentämisessä on otettu käyttöön. Jotta myymättä jääneet tai myyntiin kelpaamattomat tuotteet hyödynnettäisiin mahdollisimman kiertotaloudellisesti, olisi hyvä idea harkita myös yhteistyötä jonkin yrityksen kanssa, joka hyödyntäisi tekstiilit uudelleenvalmistuksessa. Emmy lähettää tällä hetkellä vaatteitansa hyväntekeväisyyteen, jotka saavat ennestään jo jätettäviä määriä vaatteita kuluttajilta. Myös pientä huoltoa vailla olevat vaatteet voitaisiin korjata ja myydä halvemmalla, jotta jätettä syntyisi mahdollisimman vähän.

Koska alusvaatteet ja uima-asut ovat asia, mitä ihmiset eivät aina mielellään osta käytettynä, on hyvä, että niitä valmistetaan vastuullisesti, kierrätetyistä materiaaleista. Lilja the Labelin tavoite edistää uima-asujen kierrätettävyyttä olisi mahtava edistys kiertotalouden eteenpäin viemisessä. Mikäli ratkaisu tähän saataisiin, voisi yritys jatkossa hyödyntää käytettyjä uimapukuja tuotteidensa valmistuksessa. Heidän käytettyjen uima-asujen uudelleenmyynti Reloven kanssa voi nostaa kiinnostusta myös käytettyihin uima-asuihin.

FabPatch on kiertotalousnäkökulmasta merkittävän asian äärellä. Vaatteiden käyttöiän lyhytaikaisuus on ongelma, jota kiertotaloudessa pyritään korjaamaan. Varsinkin pikamuodin vaatteet tehdään heikoista materiaaleista, jotka hajoavat jo lyhyellä käyttöiällä. FabPatch on edistänyt tämän ongelman korjausta, tekemällä vaatteiden korjauksesta mahdollisimman helppoa. Kaikista vaatelaastareista pitäisi kuitenkin valmistaa hyvin pesun kestäviä, etteivät ne ole vain kertakäyttötavaraa. Myös tuotteiden uudelleen kiinnittämisen mahdollisuus tukisi kiertotalouden ajatusta. Tuotteen pitäisi olla korjattavissa ja mahdollisimman pitkään käytössä kestävä. Tuotteita tulisi myös olla mahdollista ostaa vain yksittäin pakattuina, jottei syntyisi pakko-ostamista ja ettei tuotteita menisi hukkaan.

7 Pohdinta

Opinnäytetyöni aiheen pohdinta alkoi 2023 vuoden lokakuussa, jolloin varasin ajan koulutuspäälliköllemme saadakseni selkeyttä ja apua opinnäytetyöni aiheeni ideointiin. Saatua selkeyttä aiheeseen, laitoin aihe-ehdotuksen Wihi-palveluun marraskuussa, jolloin sain myös opinnäytetyön ohjaajani. Varsinaisen työnteon aloitin vasta tammikuun puolella. Opinnäytetyön aihe valikoitui oman mielenkiinnon ja ajankohtaisuuden perusteella. Koska opinnäytetyölleni ei ollut toimeksiantajaa ja halusin saada tuloksia muulla tavoin kuin haastatteluilla ja kyselyillä, valikoitui tutkimusmenetelmäksi lopulta valikoitujen yritysten sisältöanalyysi. Opinnäytetyön haluttu tulos ja tutkimusmenetelmä eivät olleet vielä työn

alussa selvillä, vaan työ muotoutui lopulliseen muotoonsa pikkuhiljaa opinnäytetyön ohjaajan kanssa käytyjen tapaamisten myötä.

Opinnäytetyön tekeminen alkoi aluksi teoriaan perehtymisellä. Vaikka olin jo ennestään käynyt opintokurssin kiertotalouteen liittyen, oli minun perehdyttävä aiheeseen ja sanastoon paremmin sitä ymmärtääkseni. Kiertotalouteen liittyviä kirjoja ei löytynyt monia, mutta sain hyvän käsityksen aiheesta Pasi Nokelaisen – Maailmanloppu peruttu: Seitsemän väitettä kiertotaloudesta kirjasta, sekä eri nettisivuja lukemalla. Teorian kirjoittaminen oli mieluisin osuuteni opinnäytetyön tekemisessäni, sillä mielenkiintoinen sisältö lisäsi kiinnostustani aiheeseen.

Tutkimusmenetelmistä kirjoittaminen tuotti minulle hiukan haasteita, sillä vaikka aiheista löytyi hyvin kirjallisuutta, oli teksti minusta vaikeasti ymmärrettävää. Kirjoja tarkemmin selatessani sain kuitenkin riittävän käsityksen valitsemistani tutkimusmenetelmistä ja niiden soveltuvuudesta tähän työhön.

Tutkimusmenetelmien jälkeen oli pohdittavana kohdeyritykset, joka tuntui merkittävältä ja vaikealta osuudelta. Tarkoituksena oli valita mielenkiintoisia, erilaisia ja sellaisia yrityksiä, joiden nettisivuilta ja sosiaalisesta mediasta olisi mahdollista saada riittävästi tietoa opinnäytetyötä varten. Vaikka aluksi halusin valikoida yritykset kokonaan erilaisilta toimialoilta, liittyivät kaikki kuitenkin loppuksi jollakin tavalla vaateteollisuuteen. Mielenkiintoisia yrityksiä oli monia, mutta vähäinen informaatio nettisivuilla ja mediassa, karsi listaa lyhyemmäksi. Kohdeyritykset valittuani perehdyin niiden nettisivuihin, sosiaalisiin medioihin ja tuotteisiin ja kirjoitin niistä työhöni. Työni tässä vaiheessa, kävin opinnäytetyön väliseminaarissa, josta saatu positiivinen palaute antoi kuvan, että työ on oikealla mallillaan ja auttoi jaksamaan työn loppuun tekemisessä. Kohdeyritysten liiketoimintojen visuaalinen mallintaminen ja vertailumatriisi avasivat minulle yritysten toimintaa paremmin ja yritysten kannattavuuksien ilmeneminen toivat mukanaan myös yllättävyyttä. Liiketoimintojen visualistaminen samanlaiseen ennalta suunniteltuun visuaaliseen pohjaan tuotti haasteita. Yritysten liiketoimintamallit olivat erilaisia ja jälkeempään ajateltuna visuaalinen pohja olisi voinut olla vielä selkeämpi, mutta mielestäni niihin viittaavat tekstit avasivat kuvien ymmärrystä hyvin.

Opinnäytetyön ohjaajani avusti minua, mistä eri kiertotalouden ulottuvuuksista voisi tuloksia etsiä ja mistä eri näkökulmista johtopäätöksiä oli mahdollista muodostaa. Tuloksien saaminen vaati kiertotalouden ymmärtämistä ja yritysten toimintaan ja mediaan perehtymistä. Tuloksien löytäminen tuntui joiltakin osa-alueilta vaikealta ja se sai myös pohtimaan mitkä ovat niitä aiheita ja tuloksia, joita työstä olisi hyvä saada selville. Myös työn

johtopäätöksien muodostaminen vaati paljon ajattelua ja tuntui aluksi vaativalta saada aloitettua. Kuitenkin johtopäätöksiä syntyi ja tutkimuskysymyksiin saatiin vastattua opinnäytetyössä.

Kokonaisuudessaan opinnäytetyön kirjoittaminen ja aiheen tutkiminen oli avaava ja opettava kokemus. Teorian opiskelu ja kohdeyrityksiin perehtyminen oli mielestäni mielenkiintoisimmat kokonaisuudet. Opinnäytetyön itsenäinen tekeminen, ilman varsinaista aikarajaa, vaatii todella oman motivaation etsimistä. Vaikka aika-ajoin omissa suunnitelluissa väliaikatauluissa tulikin hieman myöhästymisiä, opinnäytetyön valmistuminen myöhästyi alkuperäisestä suunnitelmasta vain pari viikkoa, johon olen tyytyväinen.

Opinnäytetyön avulla lukija saa selkeän käsityksen kiertotaloudesta, sen osa-alueista ja merkityksestä koko yhteiskuntaan ja tulevaisuuden näkymään. Opinnäytetyö avaa eri mahdollisuuksia kiertotalouden mukaiseen yrittäjyyteen ja sen avulla saa käsityksen nykyisten valikoitujen yritysten liiketoiminnasta. Toivon, että opinnäytetyö voi avartaa lukijan näkemystä kuluttamiseen ja kiertotalousyritysten suosimiseen, sekä auttaa liiketoimintamallin suunnittelemisessa kiertotalouden mukaisesti.

Lähteet

- Bocken, N. & Ritala, P. (2022). *Six ways to build circular business models*. Journal of Business Strategy.
https://www.researchgate.net/publication/349109335_Six_ways_to_build_circular_business_models
- Bocken, N. (2021). *Sustainable Business Models*.
https://www.researchgate.net/publication/367023438_Business_models_for_Sustainability
- Danish Design Center. (n.d.). *How to Go Full Circle: The Circular Business Model*. Haettu 29.2.2024 osoitteesta <https://ddc.dk/tools/how-to-go-full-circle-the-circular-business-model/#>
- Emmy. (n.d.-a). *Miksi myydä Emmyssä?* Haettu 11.3.2024 osoitteesta <https://store.emmy.fi/seller/guide>
- Emmy. (n.d.-b). *Karen by Simonsen*. Haettu 21.3.2024 osoitteesta <https://store.emmy.fi/products/id17807530>
- Emmy. (n.d.-c). *Toimitustavat myytävälle vaatteille*. Haettu 9.5.2024 osoitteesta <https://store.emmy.fi/pages/myyjainfo-toimitustavat>
- Emmy. (n.d.-d). *Myyjäehdot*. Haettu 16.5.2024 osoitteesta <https://store.emmy.fi/pages/myyjainfo-myyjaehdot>
- Emmysecondhand. [@Emmysecondhand]. (13.04.2024). *Vastuullisen pukeutumisen ystävinä meidän on todella tärkeää pestä vaatteet oikein, jotta ne kestävät käytössä mahdollisimman pitkään.* https://www.instagram.com/p/C5s1Q_ONLGq/
- Eriksson, P. & Koistinen, K. (2014). *Monenlainen tapaustutkimus*. Kuluttajatutkimuskeskus.
- European parliament. (2023). *Circular economy: definition, importance and benefits*. Haettu 25.1.2024 osoitteesta <https://www.europarl.europa.eu/news/en/headlines/economy/20151201STO05603/circular-economy-definition-importance-and-benefits>

FabPatch. (n.d.-a). *Kaikki tuotteet*. Haettu 21.3.2024 osoitteesta

<https://vaatelaastari.fi/collections/kaikki>

FabPatch. (n.d.-b). *Jälleenmyyjät*. Haettu 21.3.2024 osoitteesta

<https://vaatelaastari.fi/pages/jalleenmyyjat>

FabPatch. (n.d.-c). *Vastuullisuusraportti*. [Canva-esitys].

https://www.canva.com/design/DAFxx9boWG8/RFSortYQG57s2QH9UHol3g/view?utm_content=DAFxx9boWG8&utm_campaign=designshare&utm_medium=link&utm_source=editor#1

FabPatch. (n.d.-d). *Vaatelaastari® FabPatch™ -paikkojen käyttöohjeet*. Haettu 8.5.2024

osoitteesta <https://vaatelaastari.fi/pages/kaytto-ohjeet>

Fashion Finland. (2023). *Lilja the Label valmistaa uimapukuja muoviroskasta ja shokeeraa maailmalla avantokuvilla – ”Uikkari ei ole pelkästään kesää tai tropiikkia varten”*.

<https://fafi.fi/yrietykset-ja-ihmiset/lilja-the-label-valmistaa-uimapukuja-muoviroskasta-ja-shokeeraa-maailmalla-avantokuvilla-uikkari-ei-ole-pelkastaan-kesaa-tai-tropiikkia-varten/>

Forslund, T. (2021). *Kiertotalous on avain luontokadon pysäyttämiseen*. Sitra.

<https://www.sitra.fi/artikkelit/kiertotalous-on-avain-luontokadon-pysayttamiseen/>

Geissdoerfer, M., Morioka, S. N., de Carvalho, M. M., & Evans, S. (2018). *Business models and supply chains for the circular economy*. Journal of cleaner production.

https://www.researchgate.net/publication/324617908_Business_models_and_supply_chains_for_the_circular_economy

Gädda, E. (2024). *Väistyykö pikamuoti kiertotalouden tieltä?* Suomen tekstiili & muoti.

<https://www.stjm.fi/uutiset/vaistyyko-pikamuoti-kiertotalouden-tieltä/>

Kiertotaloudesta kasvua. (n.d.). *Kiertotalouden liiketoimintamallit*. Haettu 30.1.2024

osoitteesta <https://kiertotaloudestakasvua.fi/2-kiertotalouden-liiketoimintamallit/>

Lehtinen, A. (2022). *Luontokato voidaan pysäyttää kiertotalousratkaisulla – ruoka ja*

maatalous avainasemassa. Sitra. <https://www.sitra.fi/uutiset/luontokato-voidaan-pysayttaa-kiertotalousratkaisulla-ruoka-ja-maatalous-avainasemassa/>

Lilja the Label. (n.d.-a). *Sustainable swimwear brand*. Haettu 11.3.2024 osoitteesta

https://liljathelabel.com/pages/about-us?_gl=1*5v2hob*_up*MQ..*_ga*MTg4MTkzMTA3MC4xNzA5NzI3NTg3*_ga_SQJD61LWZ9*MTcwOTcyNzU4Ni4xLjEuMTcwOTcyNzU5OS4wLjAuMA..&gclid=CjwKCAiAxaCvBhBaEiwAvsLmWLCs_0T_RaY4hwllnXlclWfLTZqi3spuDGuAZHR27Qnk3fo0kh9FMxoCU78QAvD_BwE

Lilja the Label. (n.d.-b). *Fabrics*. Haettu 11.3.2024 osoitteesta

https://liljathelabel.com/pages/fabrics?_gl=1*1ky5sf*_up*MQ..*_ga*MTg4MTkzMTA3MC4xNzA5NzI3NTg3*_ga_SQJD61LWZ9*MTcwOTczMzQzOC4zLjAuMTcwOTczMzQzOC4wLjAuMA..&gclid=CjwKCAiAxaCvBhBaEiwAvsLmWLCs_0T_RaY4hwllnXlclWfLTZqi3spuDGuAZHR27Qnk3fo0kh9FMxoCU78QAvD_BwE

Lilja the Label. (n.d.-c). *Underwear*. Haettu 21.3.2024 osoitteesta

https://liljathelabel.com/collections/underwear?_gl=1*10oehba*_up*MQ..*_ga*MTE4NjgwMjE0NC4xNzExMDE4MTk3*_ga_SQJD61LWZ9*MTcxMTAyMjk3MC4yLjEuMTcxMTAyMjk5NC4wLjAuMA..&gclid=CjwKCAiAxaCvBhBaEiwAvsLmWLCs_0T_RaY4hwllnXlclWfLTZqi3spuDGuAZHR27Qnk3fo0kh9FMxoCU78QAvD_BwE

Lilja the Label. (n.d.-d). *Sustainability*. Haettu 21.3.2024 osoitteesta

https://liljathelabel.com/pages/sustainability?_gl=1*j0rnab*_up*MQ..*_ga*NDc2MTQ3MzAwLjE3MTEwMjc0NTU..*_ga_SQJD61LWZ9*MTcxMTAyNzQ1NS4xLjEuMTcxMTAyNzQ2NC4wLjAuMA..

Lilja the Label. (n.d.-e). *Swimwear*. Haettu 8.5.2024 osoitteesta

https://liljathelabel.com/collections/swimwear?page=2&_gl=1*p7zj86*_up*MQ..&gclid=Cj0KcQjw3tCyBhDBARIsAEY0XNmNQJyF-aeSfobPkC9213HJXZBEPn16ODYfgeqwYLyoFPYT33Y10KEaAI8qEALw_wcb

Lilja the Label. (n.d.-f). *Care guide*. Haettu 8.5.2024 osoitteesta

<https://liljathelabel.com/pages/care-guide>

Lilja the Label. [@liljathelabel]. (12.11.2023). *We make our swimwear for all seasons.*

[päivitys]. Instagram. <https://www.instagram.com/p/Czje-1NsvkS/>

Lilja the Label. [@liljathelabel.] (14.03.2024). *We're all about a challenge! We have teamed up with @relovelifestyle for the second year in a row.* [päivitys]. Instagram.

https://www.instagram.com/p/C4fZSJQRSzD/?img_index=1

Lindström Group. (n.d.). *Työvaatteet*. Haettu 29.1.2024 osoitteesta

<https://lindstromgroup.com/fi/tyovaatteet/>

McGinty, D. (2021). *5 Opportunities of a Circular Economy*. World Resources Institute.

<https://www.wri.org/insights/5-opportunities-circular-economy>

Nokelainen, P. (2023). *Maailmanloppu peruttu 7 väitettä kiertotaloudesta*. Gummerus Kustannus Oy.

Ojasalo, K., Moilanen, T. & Ritalahti, J. (2015). *Kehittämistyön menetelmät Uudenlaista osaamista liiketoimintaan*. Sanoma Pro Oy.

Sarajärvi, A. & Tuomi, J. (2018). *Laadullinen tutkimus ja sisällönanalyysi*. Tammi.

Sitra. (2021a). *Emmy tekee vaatteiden kierrosta helppoa: "On tärkeää, että laadukas tuote säilyy käytössä mahdollisimman pitkään"*. <https://www.sitra.fi/caset/emmy-tekee-vaatteiden-kierrosta-helppoa-on-tarkeaa-etta-laadukas-tuote-sailyy-kaytossa-mahdollisimman-pitkaan/>

Sitra. (2021b). *Vaatelaastari paikkaa housunpolvet hujauksessa: "Tahra tai reikä ei tee vaatteesta roskaa"*. <https://www.sitra.fi/caset/vaatelaastari-paikkaa-housunpolvet-hujauksessa-tahra-tai-reika-ei-tee-vaatteesta-roskaa/>

Sitra & Deloitte. (2022). *Kestävää kasvua kiertotalouden liiketoimintamalleista*. [PowerPointesitys]. <https://www.sitra.fi/julkaisut/kestavaa-kasvua-kiertotalouden-liiketoimintamalleista/>

Sjöstedt, T. (2018). Sitra. *Mitä nämä käsitteet tarkoittavat*. Haettu 25.1.2024 osoitteesta <https://www.sitra.fi/artikkelit/mita-nama-kasitteet-tarchoittavat/>

Sokos. (n.d.). *Ansaitse rahaa kierrättämällä – Emmyn myyntilaatikat Sokos-tavarataloissa*. <https://sokospalvelut.fi/emmy/>

Tiesmäki, S., Palander, U. & Tasa, S. (2022). *Yritysten haasteita ja onnistumisia kiertotalouden siirtymässä* *Selvitys kiertotaloushankkeiden valtionavustuksen tuloksellisuudesta*. Työ- ja elinkeinoministeriön julkaisu.

https://julkaisut.valtioneuvosto.fi/bitstream/handle/10024/164494/TEM_2022_64.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Vaatelaastari. [@vaatelaastari]. (18.7.2023). *Kesän reissuilla ja retkillä saattaa tulla vastaan odottamattomia paikkaustilanteita.* [päivitys]. Instagram.

<https://www.instagram.com/p/Cu1aamPoklq/>

WWF. (n.d.). *Ilmastonmuutos.* Haettu 26.1.2024 osoitteesta

<https://wwf.fi/uhat/ilmastonmuutos/>