



VAATETEOLLISUUDEN SECOND CYCLE -LIIKETOIMINTAMALLIT SUOMESSA

Second-cycle business models in the Finnish clothing industry

Kandidaatintyö

Lappeenrannan–Lahden teknillinen yliopisto LUT

Tuotantotalouden kandidaatintyö

2022

Juuli Semi

Tarkastajat: Tutkijatohtori Nina Tura

Nuorempi tutkija Aino-Maria Hakamäki

TIIVISTELMÄ

Lappeenrannan–Lahden teknillinen yliopisto LUT

LUT School of Engineering Science

Tuotantotalous

Juuli Semi

Vaateteollisuuden second cycle -liiketoimintamallit Suomessa

Tuotantotalouden kandidaatintyö

2022

46 sivua, 8 kuvaa ja 2 taulukkoa

Tarkastajat: Tutkijatohtori Nina Tura, Nuorempi tutkija Aino-Maria Hakamäki

Avainsanat: Vaateteollisuus, Kiertotalous, Kestävät liiketoimintamallit, Second cycle -liiketoimintamallit

Tekstiilien tuotanto, kulutus ja tekstiilijätteen määrä ovat viime vuosikymmenien aikana kasvaneet jatkuvasti pikamuodin ja lineaarisen resurssien kulutuksen myötä. Vaatemallistoja tulee markkinoille entistä enemmän, nopeammalla tahdilla ja halvemmilla hinnoilla. Yksittäistä vaatetta käytetään kertamääräisesti vähemmän ja käytön jälkeen se päättyy usein kaatopaikalle tai poltettavaksi, vaikka materiaaleja voisi hyödyntää vielä useissa eri käyttökohteissa kiertotalousajattelun mukaisesti. Materiaalien laajan kierrättämisen lisäksi vaateteollisuuden kiertotalousajatteluun kuuluvat myös vaatteiden käyttöikä pidentävät liiketoimintamallit, joita kutsutaan second cycle -liiketoimintamalleiksi.

Tämän kandidaatintyön tavoitteena on tunnistaa vaateteollisuuden second cycle -liiketoimintamallit Suomessa. Aihetta tarkastellaan kiertotalouden ja kestävien liiketoimintamallien avulla. Kestävien liiketoimintamallien pohjalta määritetään, mitä second cycle -liiketoimintamalleilla tarkoitetaan. Työssä tutkitaan myös tunnistettujen liiketoimintamallien keskeisimpiä eroavaisuuksia sekä pohditaan käyttöikä pidentävien liiketoimintamallien tulevaisuutta. Työ toteutetaan kirjallisuuskatsauksena.

Työssä havaittiin, että Suomesta on mahdollista tunnistaa seitsemän erilaista second cycle -liiketoimintamallia, jotka pidentävät vaatteiden käyttöikä uudelleenkäytön, korjauksen sekä vuokrauksen keinoin. Tunnistettujen liiketoimintamallien keskeisimmät erot liittyvät yritysten arvolupauksiin, ansaintalogiikoihin, toimintaympäristöihin sekä käyttöikä pidentämiseen. Second cycle -liiketoimintamallien avulla käytetyt vaatteet saadaan suunnattua helposti uusille käyttäjille sekä vajaassa käytössä olevat resurssit tehokkaammin hyödynnettyä.

SISÄLLYSLUETTELO

TIIVISTELMÄ

1	JOHDANTO.....	3
1.1	Tutkimuksen tavoitteet ja tutkimuskysymykset	4
1.2	Tutkimusmenetelmät, rajaus ja rakenne	4
2	KIERTOTALOUS VAATETEOLLISUUDESSA	6
2.1	Kiertotalouden määritelmä	6
2.2	Kiertotalouden hyödyntäminen vaateteollisuudessa.....	9
2.3	Vaateteollisuuden kiertotalous Suomessa.....	11
3	KESTÄVÄT LIIKETOIMINTAMALLIT VAATETEOLLISUUDESSA	14
3.1	Liiketoimintamallin määritelmä	14
3.2	Kestävät liiketoimintamallit.....	16
3.3	Vaateteollisuuden second cycle -liiketoimintamallit.....	18
4	VAATETEOLLISUUDEN SECOND CYCLE -LIIKETOIMINTAMALLIT SUOMESSA	22
4.1	Second cycle -liiketoimintamallien tunnistaminen.....	22
4.2	Tunnistettujen second cycle -liiketoimintamallien eroavaisuudet.....	32
5	JOHTOPÄÄTÖKSET JA YHTEENVETO	38
6	LÄHTEET	42

1 JOHDANTO

Globaali tekstiilikuitujen tuotanto, tekstiilien kulutus ja tekstiilijätteen määrä kasvaa jatkuvasti. Tämä johtuu vaateteollisuuden lineaarisista toimintatavoista sekä pikamuodista, jossa vaatteet suunnitellaan ja tuotetaan vain ensimmäistä käyttäjää varten. Vaatteille kertyy keskimääräistä vähemmän käyttökertoja nopeasti vaihtuvien mallistojen myötä ja käytön jälkeen vaatteet päätyvät usein kaatopaikalle tai poltettavaksi. (Ellen MacArthur Foundation 2017) Tekstiili- ja vaateala elää parhaillaan murroksen aikaa ja eri puolilla maailmaa etsitään uusia kestävämpiä ratkaisuja vaateteollisuuden aiheuttamiin kestävyysshaasteisiin (Levón 2022). Yksi keino vastata kestävyysongelmiin on kiertotalouden mukaiset toimintatavat, joiden tavoitteena on kierrättää vaatteiden materiaaleja arvoketjuissa loputtomasti suljettua kehää, eikä synnyttää tekstiilijätettä lainkaan. Mitä kauemmin tuote pysyy käytössä, sitä pidempään sen tuottamiseen käytetyt raaka-aineet ja energia tuottavat lisäarvoa. (Sitra 2015)

Vaatteiden kiertotaloudessa piilee valtava kaupallinen potentiaali, koska tekstiilit sopivat erinomaisesti useisiin erilaisiin käyttökohteisiin. Materiaaleja on mahdollista hyödyntää muiden tuotteiden valmistuksessa tai tekstiilikuituja kierrättää kokonaan uusien tuotteiden raaka-aineeksi. Kiertotalouden periaatteisiin kuuluvat myös tuotteen elinkaarta pidentävät palvelut, jotka viittaavat vaateen käyttöiän pidentämiseen. (Levón 2022) Erityisesti vaateteollisuuden alalla on tärkeää pidentää tuotteiden käyttöikää sekä välttää jätteen muodostumista, sillä tekstiilijätteen kokonaisvaltainen kierrättäminen on hankalaa ja monissa tapauksissa kaupallisesti kannattamatonta (Sitra 2015). Yksittäisen vaateen käyttökertojen lisääminen on myös tehokkain tapa ehkäistä tekstiilijätteen syntyä ja kaapata arvoa, joten myös keskimääräisten käyttökertojen kasvattaminen on olennaista (Ellen MacArthur Foundation 2017). Vaateteollisuuden kestävyysshaasteisiin on löydetty ratkaisuja second cycle -liiketoimintamallien avulla, joiden tavoitteena on nimenomaan pidentää tuotteiden käyttöikää esimerkiksi uudelleenkäytön, korjauksen ja vuokrauksen periaatteiden mukaisin keinoin. Näin saadaan vajaassa käytössä olevat resurssit tehokkaammin hyödynnettyä ja ohjattua käytettyjä vaatteita uusille omistajille.

1.1 Tutkimuksen tavoitteet ja tutkimuskysymykset

Tämän kandidaatintyön tavoitteena on tunnistaa vaateteollisuuden second cycle -liiketoimintamallit Suomessa. Tarkoituksena on määrittellä myös, mitä second cycle -liiketoimintamalleilla tarkoitetaan sekä selvittää, miten tunnistetut liiketoimintamallit eroavat toisistaan. Kandidaatintyön päätutkimuskysymys on:

Millaisia vaateteollisuuden second cycle -liiketoimintamalleja Suomesta löytyy?

Päätutkimuskysymyksen lisäksi on laadittu kaksi tarkentavaa apukysymystä:

Mitä second cycle -liiketoimintamalleilla tarkoitetaan?

Miten eri second cycle -liiketoimintamallit eroavat toisistaan?

Tutkimuskysymyksiä vastausten avulla on mahdollista kertoa, mitä second cycle -liiketoimintamallit ovat ja millaisia malleja Suomen vaateteollisuudessa vallitsee. On myös mahdollista löytää malleja erottavia ja yhdistäviä tekijöitä sekä kertoa, miten eri liiketoimintamalleilla vastataan vaateteollisuuden aiheuttamiin kestävyysaasteisiin.

Työn aihe on ajankohtainen, koska vaateteollisuus toimii tällä hetkellä kestävämmällä pohjalla ja alan toimintamallien muuttamiseksi tarvitaan uusia ratkaisuja. Käyttöikä pidentäviä uusia liiketoimintamalleja sekä palveluja on alkanut viime vuosina tulla nopeasti vaateteollisuuden markkinoille, mutta niitä tarvitaan lisää. Tämä kandidaatintyö voi olla hyödyllinen henkilöille, jotka ratkovat vaateteollisuuden kestävyysaasteita kiertotaloudellisten mallien avulla ja pyrkivät löytämään uusia liiketoimintamalleja tuotteiden käyttöikä pidentämiselle sekä uudelleenkäytön suuntaamiselle. Työstä voi olla hyötyä myös tavallisille kuluttajille, jotka haluavat muuttaa kulutustottumuksiaan vastuullisempaan suuntaan ja tukea kiertotaloutta.

1.2 Tutkimusmenetelmät, rajausta ja rakenne

Kandidaatintyö toteutetaan kirjallisuuskatsauksena ja työn lähteet ovat aiheeseen liittyvää teoriakirjallisuutta, tutkimuksia ja muuta kirjallisuutta. Kirjallisuuskatsauksen avulla pystytään luomaan kokonaisuus tutkittavaan tietoon. Kirjallisuuskatsauksessa huomioidaan tietyt aiheeseen liittyvät lähteet ja yhdistetään niiden luomia näkökulmia. (Johansson 2007)

Työssä hyödynnetään myös verkkojulkaisuja ajankohtaisemman tiedon saamiseksi, koska second cycle -liiketoimintamallien tutkimusala on uusi ja aiempia tutkimuksia on vähän saatavilla. Jokaisen tunnistetun liiketoimintamallin tukena käytetään yritys esimerkkejä havainnollistamaan second cycle -liiketoimintamallia käytännössä, joten tietoa on etsitty myös yritysten verkkosivuilta sekä vuosiraporteista.

Tutkimus on rajattu koskemaan pelkästään vaateteollisuuden second cycle -liiketoimintamalleja Suomessa. Vaateteollisuudella tarkoitetaan teollisuuden alaa, joka käsittää lankojen ja kankaiden sekä niistä tehtyjen vaatteiden suunnittelun, valmistuksen ja myynnin (Steele & Major 2020). Työ keskittyy ainoastaan vaatteiden käyttöikä pidentävien liiketoimintamallien tarkasteluun second cycle -liiketoimintamallien määritelmän mukaisesti. Tarkastelun ulkopuolelle on jätetty hyväntekeväisyysyhdistykset, jotka myyvät lahjoituksena saatuja käytettyjä vaatteita, koska järjestöjen tavoitteena on ensisijaisesti tehdä avustustyötä eikä luoda kestävä arvoa. Lahjoituksia Suomessa ottavat vastaan esimerkiksi UFF ja Suomen Punainen Risti. Monet tunnistetut second cycle -liiketoimintamallit kattavat vaatteiden lisäksi myös käytettyjen tavaroiden, kuten laukkujen ja korujen, myynnin, vuokraamisen ja korjaamisen, mutta tässä työssä keskitytään ainoastaan vaatteisiin vaateteollisuuden rajauksen mukaisesti.

Työ koostuu viidestä eri pääluvusta, joista johdanto on ensimmäinen. Toinen luku käsittelee kiertotaloutta vaateteollisuuden kontekstissa. Luvussa määritellään, mitä kiertotaloudella tarkoitetaan yleisellä tasolla ja kuinka kiertotaloutta hyödynnetään vaateteollisuudessa maailmanlaajuisesti sekä Suomen tasolla. Kiertotalous antaa pohjan second cycle -ajattelulle, joten lukijalle hahmottuu, miksi siihen pyrkiminen on tärkeää. Kolmas luku käsittelee liiketoimintamalleja. Luvussa määritellään mitä liiketoimintamalleilla tarkoitetaan yleisellä tasolla ja mitä kestävät liiketoimintamallit pitävät sisällään. Luvussa määritetään myös kierto- ja jakamistalouden periaatteiden pohjalta, mitä second cycle -liiketoimintamalleilla tarkoitetaan. Neljännessä luvussa tunnistetaan Suomen second cycle -liiketoimintamallit ja havainnollistetaan malleja erilaisin yritys esimerkein. Luvussa analysoidaan myös tunnistettujen liiketoimintamallien keskeisimpiä eroavaisuuksia. Viides luku kokoaa työn keskeisimmät havainnot johtopäätöksiksi tiivistämällä vastaukset tutkimuskysymyksiin. Luvussa käsitellään myös lyhyesti sitä, mitkä ovat second cycle -liiketoimintamallien tulevaisuuden näkymät.

2 KIERTOTALOUS VAATETEOLLISUUDESSA

Nykyinen vallitseva lineaarinen vaateteollisuus ei ole kestävällä pohjalla ja aiheuttaa valtavasti kestävyysaasteita eri osa-alueille ympäri maailmaa. Vaateteollisuuden tulisi siirtyä kohti kiertotaloudellisia toimintatapoja, jossa raaka-aineiden sisältämä arvo säilyy ja tuotteille sekä materiaaleille löydetään jatkuvasti uusia käyttötarkoituksia. Ihannetapauksessa tuotteiden elinkaaren pidentäminen, tekstiilien kierrättäminen ja varsinkin uudelleenkäyttö voivat vähentää uusien tekstiilien tuotantoa neitseellisistä materiaaleista ja tätä kautta vähennetään myös esimerkiksi veden, energian ja kemikaalien käyttöä tuotantoketjuissa. (Dahlbo et al. 2017, Ellen MacArthur Foundation 2017)

2.1 Kiertotalouden määritelmä

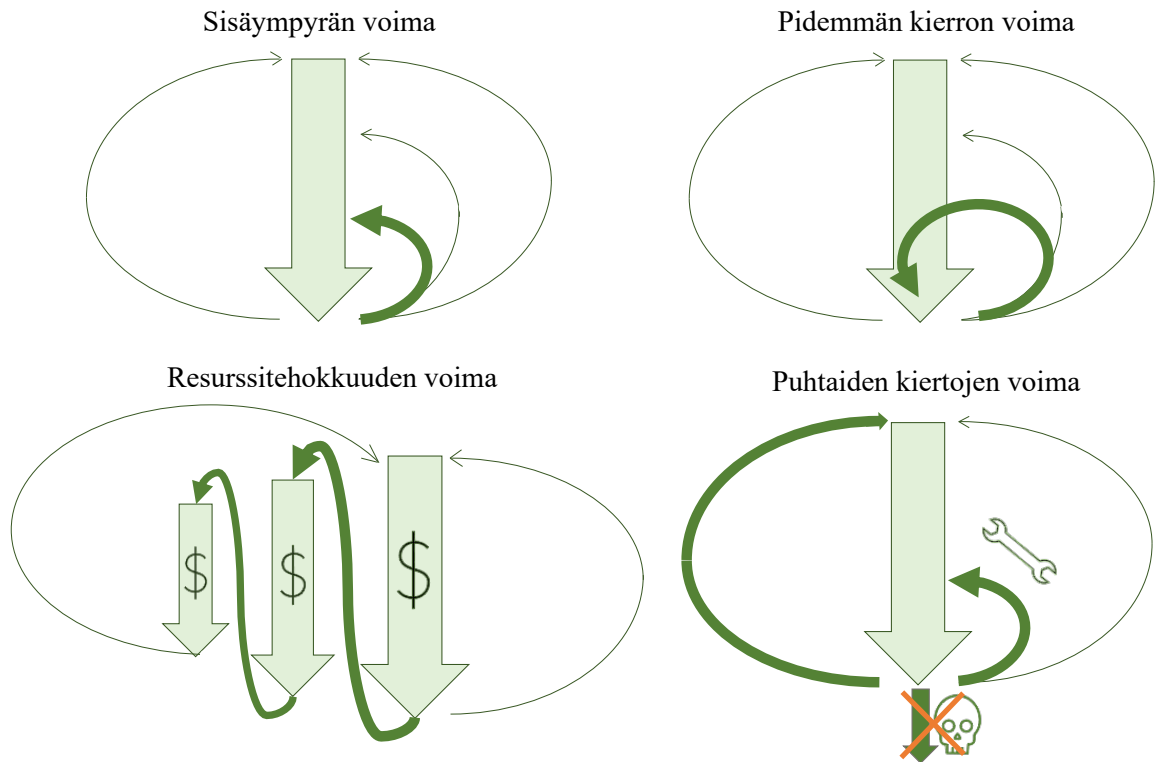
Kiertotalous (*circular economy*) on taloudellisen toiminnan tapa, jossa resurssien käyttö on suunniteltu kestäväksi (Sitra 2014). Siinä tuotteiden ja materiaalien sisältämä arvo pyritään pitämään mahdollisimman pitkään kierrossa, jolloin arvo ei häviä tai sitä häviää mahdollisimman vähän. Tavoitteena on, että materiaalit kiertävät taloudessa ja arvoketjuissa loputtomasti suljettua kehää, jolloin tuotteiden elinkaaret eivät päädy jätteeksi esimerkiksi kaatopaikalle tai poltettavaksi. (Delchet-Cochet 2020)

Kiertotalous on kestävämpi vaihtoehto vallitsevalle lineaariselle resurssien kulutukselle, jossa tuotteet ja tuotantotapa on suunniteltu vain ensimmäistä käyttäjää varten. Lineaarista mallia noudattavat yritykset valmistavat tuotteita neitseellisistä materiaaleista ja myyvät sen kuluttajalle, joka heittää tuotteen pois, kun se nähdään käyttökelvottomana eikä enää täytä tarkoitustaan. (Ellen Mac Arthur Foundation 2013, Sitra 2014). Kiertotalous ottaa huomioon koko tuotteen kierron jo suunnitteluvaiheessa, jolloin tuotteista tulee helposti kierrätettäviä, uudelleenkäytettäviä ja purettavia. (Ellen Mac Arthur Foundation 2013)

Liederin ja Rashidin (2016) mukaan kiertotaloudelle löytyy monia erilaisia määritelmiä kirjallisuudesta. Kirchherr et al. (2017) toteuttivat määritelmistä systemaattisen analyysin, jonka tuloksena löytyi 114 erilaista määritelmää kiertotaloudelle. Kaikista käytetyin määritelmä oli niin sanottu 3R-malli eli vähentäminen (*reduce*), uudelleenkäyttö (*reuse*) sekä

kierrätys (*recycle*). Osaan määritelmistä lisättiin vielä neljäs R, jolla viitataan materiaalien palautukseen (*recover*). Delchet-Cochet (2020) taas määrittelee kiertotalouden perustaksi tuotteiden korjaamisen (*repair*), muuntamisen (*repurpose*), uudelleenkäytön (*reuse*) ja kierrättämisen (*recycle*). Voidaan siis sanoa, että kiertotalous tarkoittaa monia eri asioita eri ihmisille erilaisissa konteksteissa (Kirchherr et al. 2017). Tässä työssä kiertotalouden määritelmänä käytetään Kirchherr et al. (2017) 3R-mallia, jossa tuotteiden ja materiaalien arvo pyritään säilyttämään kierrossa mahdollisimman pitkään vähentämisen, uudelleenkäytön sekä kierrätyksen avulla.

Ellen MacArthur Foundation (2013) esittää, että kiertotalous mahdollistaa arvonluonnin neljällä eri tavalla (Kuva 1). Nämä arvonluonnin lähteet tukevat toisiaan ja tarjoavat mahdollisuuden kestäväan tuotesuunnitteluun sekä materiaalien käyttöön. Ensimmäinen lähde on sisäympyrän voima (*Power of the inner circle*), joka viittaa suljettuihin materiaalikiertoihin. Materiaalikiertojen tulisi olla mahdollisimman suljettuja, koska näin saadaan aikaan säästöjä esimerkiksi energiassa, kustannuksissa sekä materiaaleissa. Toinen lähde on pidemmän kierroksen voima (*Power of circling longer*), jonka tavoitteena on pitää tuotteet ja materiaalit pidempään kierrossa. Tämä onnistuu useammalla peräkkäisellä syklillä tai pidentämällä yhtä materiaalisykliä. Kolmas lähde tarkoittaa raaka-aineiden käytön asettamista tärkeysjärjestykseen resurssitehokkuuden aikaansaamiseksi (*Power of cascaded use*). Esimerkiksi puuvillapaitaa käytetään ensin vaatteena käyttöikänsä loppuun saakka, sen jälkeen huonekalun verhoilun kuitutäytteenä ja viimeisenä kivivillaeristeessä. Näin materiaalit saadaan hyödynnettyä useissa käyttökohteissa priorisoimalla. Viimeinen lähde on puhtaiden kiertojen voima (*Power of pure circles*), joka viittaa tuotteiden kestäväan suunnitteluun. Kestävässä suunnittelussa huomioidaan koko tuotteen kierto jo suunnitteluvaiheessa, jolloin tuotteesta tulee helposti kierrätettäviä, uudelleenkäytettäviä ja purettavia elinkaaren lopussa. Kestävän suunnittelun periaatteisiin kuuluu myös tuotteiden valmistaminen puhtaista raaka-aineista, jolloin materiaaleja voidaan hyödyntää helpommin uudestaan.



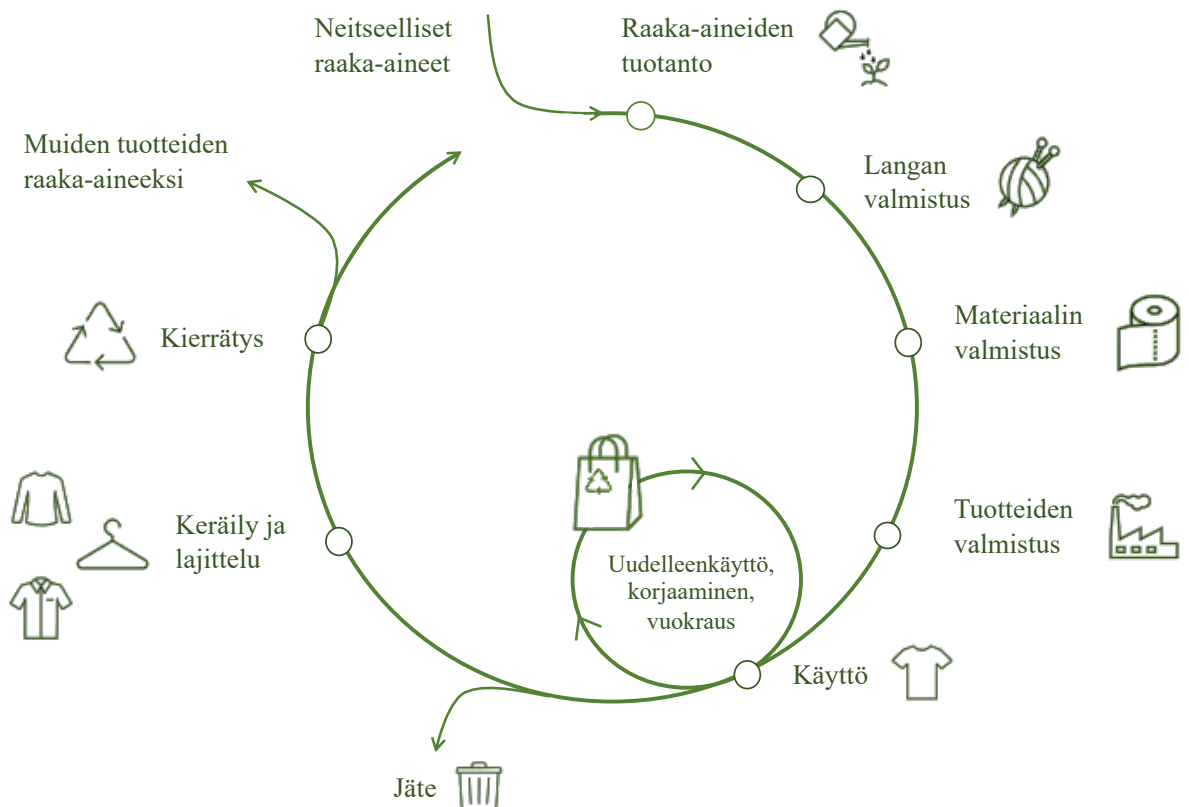
Kuva 1. Kiertotalouden arvonluonnin tavat (mukaiillen Ellen Mac Arthur Foundation 2013)

Yritysten toimintakentässä tapahtuu muutoksia tulevien vuosikymmenten aikana resurssien saatavuuden, hinnan ja käytön näkökulmasta. On odotettavissa esimerkiksi materiaalien hinnan sekä raaka-aineiden kysynnän nousua, joka ajaa organisaatioita kohti materiaalitehokkuutta tuotteiden suunnittelussa, tuotannossa sekä elinkaaren lopussa. (Sitra 2014) Kiertotalous tarjoaa organisaatioille esimerkiksi tehokkaan materiaalien käytön kautta uusia liiketoimintamahdollisuuksia sekä kustannussäästöjä ja tätä kautta syntyy myös uusia työpaikkoja sekä talouskasvua. Kiertotalouden kautta voidaan löytää ratkaisuja myös ympäristöhaasteisiin, koska sen avulla on mahdollista säästää materiaalien ja tuotantoprosessien kuluttaman veden sekä energian määrää. Kiertotalousmallin suurta suosiota selittääkin se, että sen avulla voidaan löytää taloudellisesti kannattavia ratkaisuja kestävyysaasteisiin. (Ellen MacArthur Foundation 2013, Delchet-Cochet 2020)

2.2 Kiertotalouden hyödyntäminen vaateollisuudessa

Perinteinen lineaarinen vaateollisuus kuluttaa paljon luonnonvaroja ja sillä on negatiivisia vaikutuksia ympäristöön ja ihmisiin. Suuri määrä uusiutumattomia resursseja päättyy vaatteiden valmistukseen raaka-aineiksi, jotka ovat kierrossa vain lyhyen aikaa. Tämän jälkeen materiaalit päätyvät kaatopaikalle tai poltettavaksi, kun kiertotalouden periaatteiden mukaisesti ne pitäisi saada uudelleen kiertoon. Viimeisen vuosikymmenen aikana vaatteiden tuotanto on kaksinkertaistunut, mikä selittyy keskiluokan kasvavalla osuudella ja lisääntyneellä kuluttajakohtaisella myynnillä. Kuluttajakohtainen myynti on kasvanut pikamuodin myötä, jossa uusia tyyliä tulee markkinoille entistä enemmän, nopeammalla tahdilla ja halvemmilla hinnoilla. Länsimaissa pikamuodin myötä yksittäistä vaatetta käytetään kertamääräisesti vähemmän ja joskus vain muutamia kertoja. (Ellen MacArthur Foundation 2017, Muthu 2019)

Yli kaksi kolmasosaa tekstiileistä joutuu kaatopaikalle käytön jälkeen ja vain noin 15 prosenttia kaikista materiaaleista kierrätetään vaateen elinkaaren lopussa. Vaatteiden kierrättämisellä voitaisiin kuitenkin vähentää kaatopaikalle joutuneen tekstiilijätteen määrää sekä neitseellisten raaka-aineiden tuotantoa, joka puolestaan vähentää esimerkiksi veden ja energian kulutusta. Kierrätys vähentää myös tekstiilijätteen aiheuttamaa vesien rehevöitymistä sekä mikromuovien joutumista vesistöihin. (Shirvanimoghaddam et al. 2020) Kuten kuvasta 2 nähdään, vaateollisuuden kiertotaloudella on mahdollista pidentää tuotteiden käyttöikää sekä saada raaka-aineet uudelleen kiertoon kierrätyksen avulla. Yksittäisen vaateen käyttökertojen lisääminen on tehokkain tapa ehkäistä tekstiilijätteen syntyä. Vaatteille voidaan saada useita niin sanottuja käytön kiertoja esimerkiksi uudelleenkäytön, korjaamisen ja vuokrauksen avulla. Vaatteita tulisi siis käyttää niin pitkään kuin mahdollista ja tämän jälkeen kierrättää kaikki siihen käytetyt materiaalit joko muiden tuotteiden raaka-aineiksi tai uusien vaatteiden valmistukseen. (Ellen MacArthur Foundation 2017)



Kuva 2. Kiertotalous vaateollisuudessa (mukaillen Levón 2022)

Kiertotalouden periaatteita tulisi ottaa laajemmin käyttöön vaateollisuudessa, jotta voidaan vastata tekstiilijätteen aiheuttamiin kestävyysasteisiin (Shirvanimoghaddam et al. 2020). Tekstiilien kiertotaloudessa on potentiaalia, koska ominaisuuksiensa takia tekstiilit soveltuvat useisiin eri käyttökohteisiin. Vaatteiden materiaaleja voidaan hyödyntää muiden tuotteiden valmistuksessa tai kuituja kierrättää uusien tuotteiden raaka-aineiksi kemiallisten tai mekaanisten menetelmien kautta. (Levón 2022) Ihanteellisessa tilanteessa vaatteet, kankaat ja kuidut säilyttävät arvonsa ja kiertävät ikuisesti, eivätkä koskaan päädy jätteenä. Tätä kautta olisi mahdollista saada laadukkaita, edullisia ja yksilöllisiä tuotteita samalla, kun uudistetaan luonnon pääomaa sekä käytetään uusiutuvia energianlähteitä. (Ellen MacArthur Foundation 2017)

Kiertotalouden käyttöönottoon vaateollisuudessa liittyy myös haasteita. Vaatteet ovat tehty usein sekakuiduista, jolloin niihin saadaan kuluttajien arvostamia ominaisuuksia, kuten pehmeyttä ja hengittävyttä. Materiaalien uudelleenjalostuksen näkökulmasta sekakuidut tuottavat kuitenkin ongelmia ja vielä ei ole pystytty luomaan kankaita, jotka olisivat täysin kierrätettäviä, kestäviä ja lisäksi miellyttäisivät kuluttajia. (Dahlbo et al. 2017) Esimerkiksi

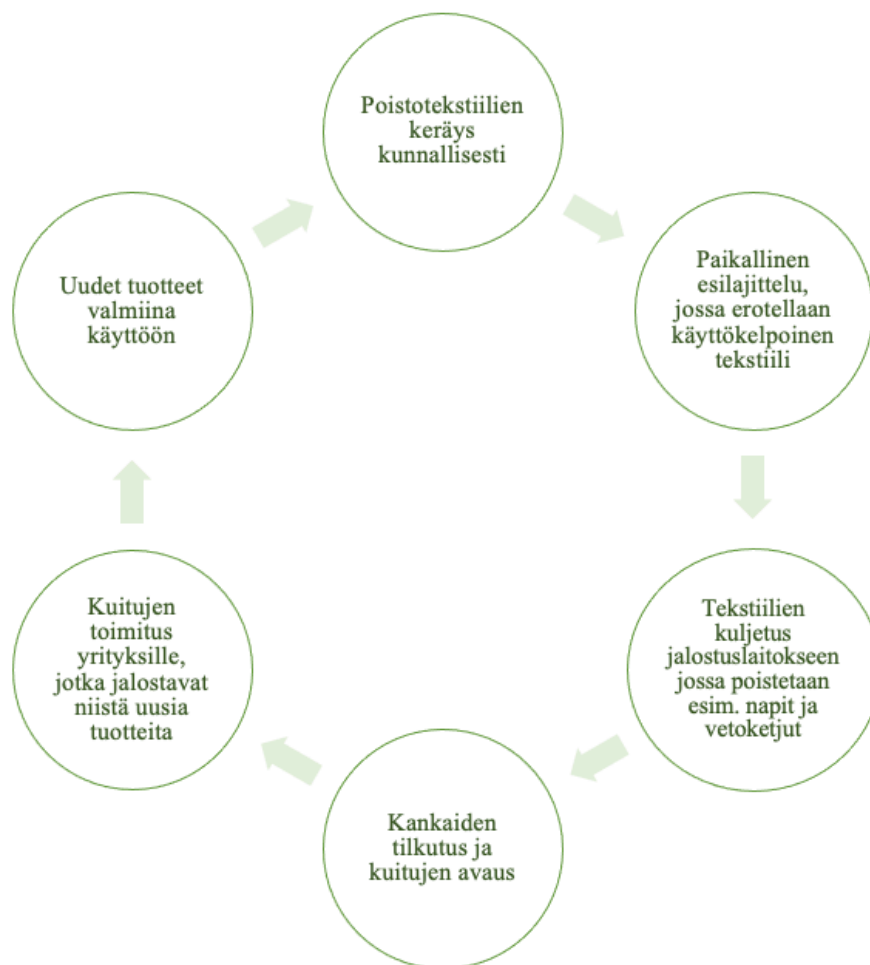
puuvillan ja polyesterin sekoituksesta tehtyjä vaatteita tuotetaan tällä hetkellä valtavasti. Puuvillan ansiosta vaate on pehmeä ja hengittävä, kun taas polyesterin ansiosta vaate kestää kulutusta sekä pesua ja sen avulla kankaiden värit pysyvät pidempään paremman näköisinä. Varjopuoli on kuitenkin se, että puuvillasta ja polyesterista tehty kangas on hyvin vaikea kierrättää. Toinen haaste liittyy poistotekstiilien ja tekstiilijätteen keräykseen sekä lajitteluun, koska vielä ei ole rakennettu tarvittavaa infrastruktuuria kierrätyksen ja uudelleenkäytön prosessien varalle. (Koszewska 2018) Kaikkea vastuuta kiertotalouteen siirtymisestä ei voi vierittää yritysten ja muiden organisaatioiden harteille, koska myös kuluttajilla on vastuu asiassa. Kuluttajat ovat tällä hetkellä liian tietämättömiä tekstiiliteollisuuden vastuullisuusongelmista. On myös kuluttajien vastuulla tehdä kestäviä ostopäätöksiä ja pitää tuotteista huolta huolellisella hoidolla sekä korjaamisella, jotta käyttöikä saadaan pidennettyä. Vaateteollisuudessa tällä hetkellä vallitsevasta lineaarisesta mallista siirtyminen kiertotalouteen vaatii siis perustavanlaatuisia muutoksia yritysten toimintamalleissa, ajattelutavoissa sekä innovaatiotoiminnassa, mutta myös muutosta kuluttajien kulutustottumuksissa. (Dahlbo et al. 2017, Koszewska 2018)

2.3 Vaateteollisuuden kiertotalous Suomessa

Suomessa poistetaan käytöstä noin 70 miljoonaa kiloa tekstiiliä vuosittain. Suurin osa tästä on kuluttajien synnyttämää poistotekstiiliä. Poistotekstiilillä tarkoitetaan kaikkea kuluttajilta kierrätykseen päätyvää tekstiiliä, esimerkiksi vaatteita ja lakanoita, kun taas tekstiilijäte on erottelussa sellaisenaan uudelleen käytettävän tekstiilin jälkeen jäävä osa (Uusitalo 2021). Vain murto-osa poistotekstiileistä päätyy kierrätykseen, koska noin 80 prosenttia Suomessa syntyvästä poistoon menevästä tekstiilistä päätyy energian lähteiksi poltettavaksi. Tällä hetkellä poistotekstiilejä kerää pääasiassa erilaiset hyväntekeväisyysjärjestöt. (Dahlbo et al. 2017) Suomessa on kuitenkin tehty jo pitkään työtä vaatteiden kierrätysmenetelmien ja uusien kierrätyskuitujen kehittämiseksi. Tekstiilien kiertotalouden edistämiseksi on käynnistetty useita hankkeita, joissa on mukana yrityksiä, tutkimuslaitoksia ja julkisen sektorin toimijoita. (Levón 2022)

Tulevaisuudessa tekstiilien kierrätystä tullaan sääntelemään Euroopan Unionin tasolla, sillä vuoteen 2025 mennessä tekstiilien erilliskeräys on pakollista järjestää koko EU-alueella (Levón 2022). Suomi kuitenkin pyrkii olemaan edelläkävijä poistotekstiilien keräämisessä

ja vuodesta 2023 alkaen kaikkien kuntien on määrä järjestää erilliskeräys poistoon meneville tekstiileille. Ennen tätä keräyksen toimivuutta testataan muutamassa Suomen kunnassa jo vuodesta 2022 lähtien. (Holopainen 2021) Pelkkä tekstiilien kerääminen ei kuitenkaan riitä, vaan suunnitelmia ja toimenpiteitä tarvitaan pidemmälle. Kuvassa 3 on esitetty Suomen tämänhetkiset suunnitelmat tekstiilien kierrätykselle. Tekstiilien kierto toimisi niin, että ensin kunnalliset jätelaitokset hoitaisivat poistotekstiilien keräämisen asukkailta. Tämän jälkeen paikallisissa esilajittelukeskuksissa tekstiileistä eroteltaisiin käyttökelpoiset vaatteet ja jatkojalostukseen kelpaamaton tekstiili, kuten likaiset ja pilaantuneet tekstiilit. Sitten käyttökelpoiset materiaalit kuljetettaisiin poistotekstiilien jalostuslaitokseen, jossa niistä poistetaan esimerkiksi napit ja muu ylimääräinen materiaali. Sen jälkeen ne tilkutettaisiin ja avattaisiin kuiduiksi. Avatut kuidut sopivat hyvin teollisuuden raaka-aineiksi, joten ne toimitettaisiin yrityksille, jotka jalostavat niistä taas uusia tuotteita. Näin alkuperäisen vaateen materiaalit on saatu uudelleen kiertoon ja uusiksi tuotteiksi. (Uusitalo 2021)



Kuva 3. Tulevaisuuden vaatteiden kierrotalous Suomessa (mukaillen Uusitalo 2021)

Vaateteollisuuden kiertotalous on kuitenkin paljon muutakin, kun vain vaatteiden kierrätystä. Vaatteiden kiertotalouteen kuuluvat myös materiaalien tehokas hyödyntäminen, tuotteen elinkaarta pidentävät palvelut sekä tuotteiden ohjaus uusille käyttäjille esimerkiksi second hand -kaupan avulla. Suomalaiset yritykset ovat aina panostaneet laatuun sekä kestäviin materiaaleihin, jotka ovat yksi merkittävimmistä tekijöistä tuotteiden elinkaaren pidentämisessä. Suomessa syntyy myös uusia, merkittäviä tekstiili-innovaatioita liittyen tekstiilikuituihin ja erilaisiin kierrätysmenetelmiin. (Levón 2022) Esimerkiksi suomalainen yritys Infinited Fiber on patentoinut teknologian, jossa kemiallisen prosessin avulla tekstiilijätteestä saadaan uutta kuitua. Siinä revitty tekstiilijäte puhdistetaan ja siitä poistetaan kemiallisessa prosessissa kaikki ei-selluloosapohjainen materiaali, kuten esimerkiksi nailon, elastaani ja polyesteri. Jäljelle jäänyt selluloosa käsitellään kemialliseksi, liuotetaan neste-mäiseksi ja siitä syntyy kokonaan uusi kuitu. (Uusitalo 2021) Suomessa syntyy jatkuvasti myös uusia vaateteollisuuden kiertotalousliiketoimintamalleja, joiden kautta vaatteita saadaan suunnattua helpommin uusille käyttäjille, joka taas pidempää yksittäisen tuotteen käyttöikä. Vaatteita voidaan tarjota kuluttajille esimerkiksi palveluna tai niiden jälleenmyymistä helpotetaan erilaisten jakamisalustojen kautta. (Kulmala & Lehtinen 2021)

3 KESTÄVÄT LIKETOIMINTAMALLIT VAATETEOLLISUUDESSA

Vaateteollisuuden kestävyysaasteisiin vastaaminen vaatii liiketoimintamallien ja toimintatapojen muuttumista vastuullisempaan suuntaan. Kestävillä liiketoimintamalleilla on mahdollista vastata vaateteollisuuden aiheuttamiin kestävyysaasteisiin, koska niiden avulla voidaan vähentää liiketoiminnasta aiheutuvia negatiivisia vaikutuksia ihmisiin ja ympäristöön. Kestävät liiketoimintamallit synnyttävät yrityksissä kestävä kehityksen mukaisia innovaatioita, jotka taas muuttavat tapaa, jolla yritys luo arvoa. (Bocken et al. 2014)

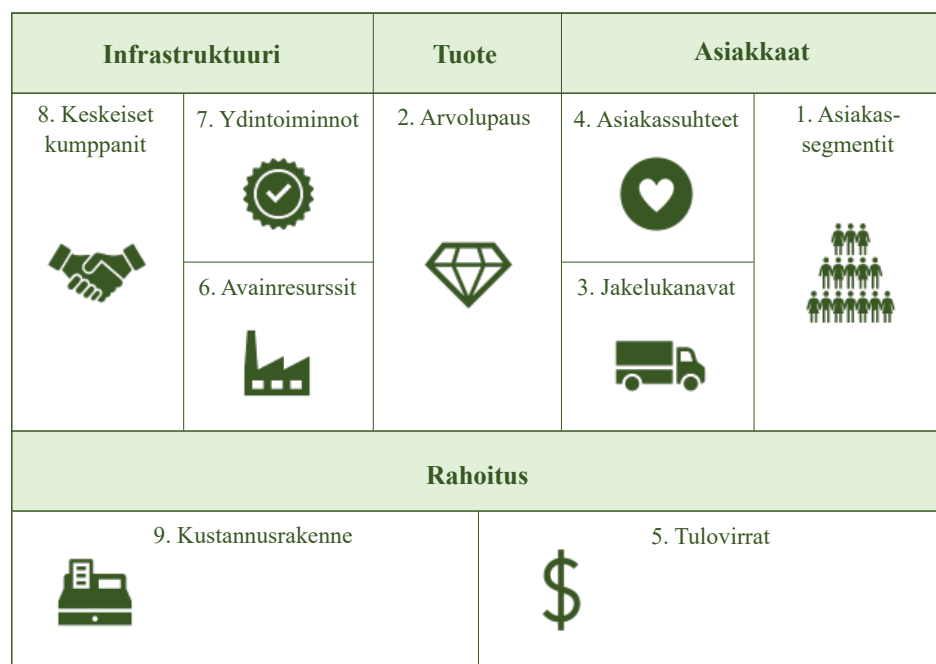
3.1 Liiketoimintamallin määritelmä

Liiketoimintamalli on käsitteenä hyvin laaja-alainen ja terminä paljon käytetty, mutta sille ei ole olemassa yhtä vakiintunutta määritelmää. Erityisesti 1990-luvun puolivälissä uusia määritelmiä alkoi syntyä yhä enemmän ja liiketoimintamallin merkitys on vaihtunut kontekstista riippuen. Vaikka määritelmiä liiketoimintamallille on useita, niin mallin käyttämisestä pidetään välttämättömänä menestyksekkäälle yritystoiminnalle. Liiketoimintamallit sekoittuvat usein yrityksen strategian kanssa, mutta ne tarkoittavat kuitenkin eri asioita. Liiketoimintamalli kuvaa, kuinka liiketoiminnan eri osa-alueet sopivat yhteen, mutta se ei huomioi kilpailua. Kilpailu otetaan huomioon vasta strategian luomisessa, jolloin pyritään löytämään keinoja erottautua markkinoilla kilpailijoista. (Magretta 2002)

Yksinkertaisuudessaan liiketoimintamalli kertoo, kuinka yritys harjoittaa liiketoimintaansa ja mistä se saa voittoja. Se kuvaa arvoa, jonka yritys luo, toimittaa ja tallettaa asiakkailleen ja tästä syytä liiketoimintamallien ytimenä onkin asiakkaiden tarpeiden tyydyttäminen sekä heidän maksukykyensä analysointi. Liiketoimintamalli määrittelee myös, kuinka asiakkaat houkutellaan maksamaan tuotteista ja palveluista sekä sen, kuinka maksut muunnetaan voitoksi oikeanlaisen arvoketjun suunnittelun avulla. Asiakkaat ovat siis usein keskiössä liiketoimintamalleja luodessa, koska erilaisten liiketoimintamallien on vastattava valittujen asiakasryhmien toiveisiin ja tarpeisiin sekä täytettävä arvolupaus. (Osterwalder et al. 2010, Teece 2010) Tässä työssä liiketoimintamallin määritelmänä käytetään Osterwalder et al.

(2010) määrittelyä, jonka mukaan liiketoimintamalli on käsitteellinen työkalu. Sen avulla on mahdollista tarkastella yrityksen toimintaa ja kuvata yrityksen tuottamaa arvoa asiakkailleen.

Liiketoimintamallien luomisen helpottamiseksi on kehitetty useita erilaisia työkaluja ja malleja, joiden avulla on helpompaa havainnollistaa ja tunnistaa liiketoiminnan eri osa-alueita sekä niiden välisiä suhteita. Yksi käytetyimmistä malleista on Osterwalder et al. (2010) kehittämä Business Model Canvas (Kuva 4), joka soveltuu jo olemassa olevien liiketoimintamallien kehittämiseen tai kokonaan uusien luomiseen. Malli huomioi liiketoiminnan kriittisimmät ydintoiminnot ja sen avulla piiryy kokonaiskuva yrityksen strategiasta sekä tulevaisuuden mahdollisuuksista. Sen avulla voidaan ohjata yrityksen omaa toimintaa ja viestiä myös ulkopuolisille tahoille, mistä tekijöistä yrityksen menestys syntyy. Business Model Canvas jakautuu yhdeksään eri liiketoiminnan osa-alueeseen, jotka ovat asiakassegmentit (*customer segments*), arvolupaus (*value proposition*), jakelukanavat (*channels*), asiakassuhteet (*customer relationship*), tulovirrat (*revenue streams*), avainresurssit (*key resources*), ydintoiminnot (*key activities*), keskeiset kumppanit (*key partners*) sekä kustannusrakenne (*cost structure*). Mallin ohjeiden mukaan yrityksen tulisi määritellä eri osa-alueiden tekijät juuri edellä mainitussa järjestyksessä, jotta päästään parhaimpaan lopputulokseen. Nämä yhdeksän tekijää muodostavat neljä liiketoiminnan pääosa-alueita, jotka ovat asiakkaat (*customers*), tuote (*offer*), infrastruktuuri (*infrastructure*) sekä rahoitus (*financial viability*).



Kuva 4. The Business Model Canvas -malli (mukaillen Osterwalder et al. 2010 s.44)

Liiketoimintamallin luomisen oikeanlaista toteutustapaa on mahdotonta esittää, koska prosessi on jokaisella yrityksellä erilainen riippuen lähtökohdista ja halutusta päämäärästä. Tärkeintä on, että yrityksessä tunnistetaan eri osa-alueiden tärkeimmät elementit ja tavoiteltu päämäärä on selvillä yrityksen sisällä. Tällöin päämäärän saavuttaminen on mahdollista ja liiketoimintamallin mukaan toimiminen hyödyttää yrityksen strategian toteutumista. (Osterwalder et al. 2010) Onnistunut liiketoimintamalli luo asiakkaille lisäarvoa ja sen avulla voi syntyä esimerkiksi uusia tuotteita tai kokonaisia yrityksiä asiakkaiden tyydyttämättömiä tarpeita varten (Magretta 2002).

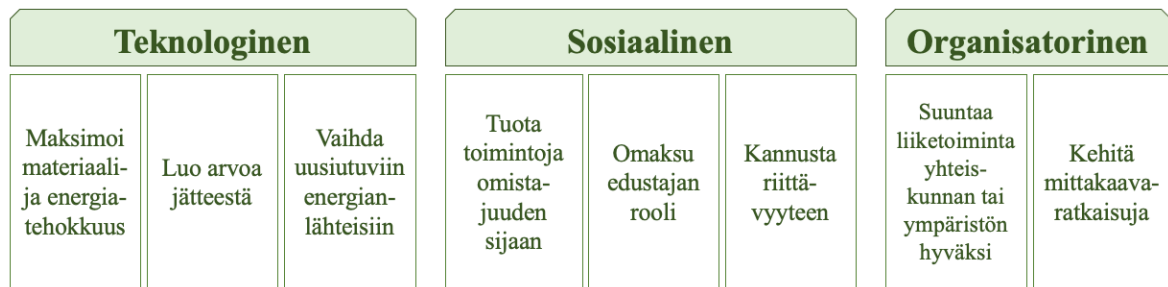
3.2 Kestävät liiketoimintamallit

Jotta lineaarisesta talousmallista on mahdollista päästä pois, on myös liiketoimintamallien muututtava kestävämpään suuntaan (Linder & Willander 2017). Yksi ratkaisu tähän on kestävät liiketoimintamallit (*sustainable business models*), joiden avulla on mahdollista vähentää liiketoiminnasta aiheutuvia negatiivisia vaikutuksia sekä samalla lisätä positiivisia vaikutuksia ympäristölle ja yhteisölle (Bocken et al. 2014).

Kuten myös liiketoimintamallien kohdalla, myös kestäväälle liiketoimintamallille ei löydy kirjallisuudesta yhtä yleisesti hyväksyttyä määritelmää (Schaltegger et al. 2012). Voidaan kuitenkin sanoa, että kestävät liiketoimintamallit synnyttävät yrityksissä uusia kestävä kehityksen mukaisia innovaatioita ja ne myös muuttavat tapaa, jolla yritys luo, tuottaa ja tallettaa arvoa. Kestävien liiketoimintamallien lähtökohtana on sama kolmikanta-ajattelu, kuin kestävässä kehityksessä. Kestävä kehityksen sekä kestävien liiketoimintamallien kolme ulottuvuutta ovat ekologinen, sosiaalinen ja taloudellinen kestävyys. (Bocken et al. 2014) Perinteisten liiketoimintamallien tapaan myös kestävien liiketoimintamallien keskiössä on arvonluonti. Kestävyyden huomioon ottaminen muuttaa kuitenkin arvon käsitystä ja juuri tämä luo tarpeen uusille liiketoimintamalleille. Kestävä arvon luominen ei perustu pelkästään asiakkaiden saamaan käyttöarvoon ja maksuvalmiuteen, vaan se ottaa huomioon myös ekosysteemien ja yhteisöjen tarpeet. (Laukkanen 2019)

Kirjallisuudessa on esitetty kestävien liiketoimintamallien osa-alueiden hahmottamiseksi erilaisia arkkityyppejä. Tässä tapauksessa arkkityypeillä tarkoitetaan erilaisia lähestymistapoja kestävä liiketoiminnan toteuttamiseksi. Arkkityypit eivät siis yksinään ole kokonaisia liiketoimintamalleja, vaan ainoastaan kestävä liiketoimintamallin osatekijöitä. (Laukkanen

et al. 2013) Bocken et al. (2014) esittelee kahdeksan erilaista arkkityyppiä, joiden avulla voidaan edistää kestävien liiketoimintamallien rakentamista. Arkkityyppien tavoitteena on esimerkiksi nopeuttaa kestävien liiketoimintamallien syntyä ja kehitystä. Arkkityypit jaotellaan teknologisiin, sosiaalisiin sekä organisatorisiin tekijöihin ja ne ovat nähtävissä kuvassa 5.



Kuva 5. Kestävien liiketoimintamallien arkkityypit (mukaiillen Bocken et al. 2014)

Arkkityypillä ”Luo arvoa jätteestä” voidaan pyrkiä esimerkiksi kiertotalouden suljettuihin materiaalikiertoihin tai yhteiskäytössä oleviin tuotteisiin. ”Kannusta riittävyteen” viittaa kuluttajien tottumuksien muuttamiseen ja ”Suuntaa liiketoiminta yhteiskunnan tai ympäristön hyväksi” taas paikallisuuteen sekä voittoa tavoittelemattomuuteen. ”Tuota toimintoja omistajuuden sijaan” voi olla liiketoimintaa, joka perustuu esimerkiksi vuokraukseen tai käyttökerroista maksamiseen eli siinä on jakamistaloudelle ominaisia piirteitä. (Bocken et al. 2014)

Kestävien liiketoimintamallien arkkityypeistä huomataan, että niissä on piirteitä esimerkiksi kierto- ja jakamistaloudesta, mutta myös sosiaalinen puoli on otettu huomioon. Kestävät liiketoimintamallit voidaan jakaa neljään eri ryhmään ominaispiirteidensä perusteella. Ryhmät ovat: tuote palveluna -liiketoimintamallit, kiertotalouden liiketoimintamallit, jakamistalouden liiketoimintamallit sekä sosiaaliset liiketoimintamallit. (Laukkanen 2019) Kaikki jakamistalouden liiketoimintamallit eivät kuitenkaan ole kestäviä tai luo automaattisesti kestävä arvoa pyrkiessään ensisijaisesti taloudellisiin voittoihin. (Laukkanen & Tura 2020) Tämän työn sekä second cycle -liiketoimintamallien määritelmän kannalta oleellisia malleja ovat erityisesti kiertotalouden sekä jakamistalouden liiketoimintamallit, joten työssä keskitytään ainoastaan niihin.

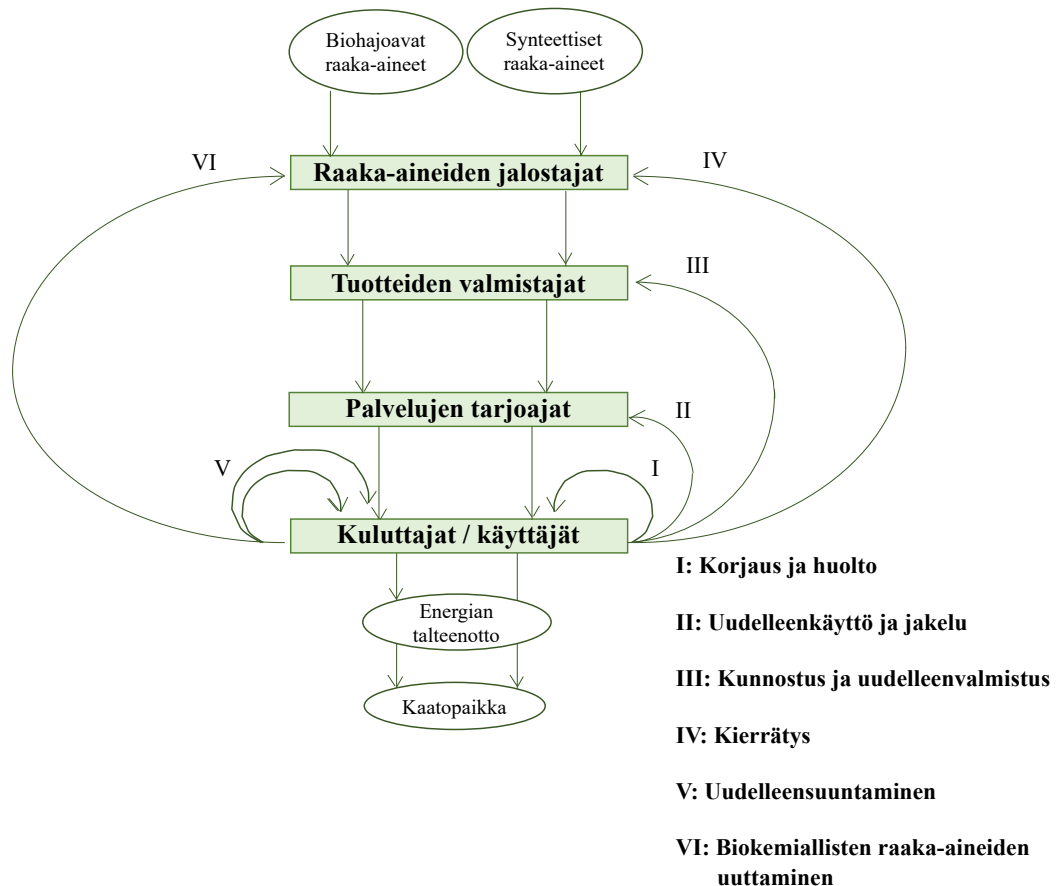
3.3 Vaateteollisuuden second cycle -liiketoimintamallit

Kiertotalouden liiketoimintamalleille (*circular economy business models*) löytyy kirjallisuudesta useita erilaisia määritelmiä. Linder ja Williander (2017) määrittelevät kiertotalouden liiketoimintamallit malliksi, jossa arvonaluonti perustuu tuotteiden käytön jälkeen jääneen taloudellisen arvon hyödyntämiseen. Mentink (2014) mukaan kiertotalouden liiketoimintamallit perustuvat sille, kuinka yritykset luovat, toimittavat ja kaappaavat arvoa suljettujen materiaalikiertojen sisällä sekä niiden avulla. Bocken et al. (2016) mukaan mallit pyrkivät tehostamaan siirtymistä pois lineaarisesta talousmallista hidastamalla, sulkemalla ja kaventamalla resurssikiertoja.

Ellen MacArthur Foundation (2013) mukaan kiertotalouden liiketoimintamalleilla on valtava potentiaali eri liiketoiminnan osa-alueilla, ja niihin kohdistuva kiinnostus on kasvanut jatkuvasti. Kiertotalouden liiketoimintamallien avulla yritys voi parantaa kilpailukykyä ja riskienhallintaa sekä mahdollistaa arvonaluonnin resurssiniukoissa olosuhteissa. Mallien avulla yritys saavuttaa myös kustannussäästöjä, sillä rahaa on mahdollista ansaita samoista resursseista useaan kertaan.

Lüdeke-Freund et al. (2019) jakavat kiertotalouden liiketoimintamallit kuuteen erilaiseen malliin. Ne ovat korjaus ja huolto (*repair & maintenance*), uudelleenkäyttö ja jakelu (*reuse & redistribution*), kunnostus ja uudelleentalmistus (*refurbishment & remanufacturing*), kierrätys (*recycling*), uudelleen suuntaaminen (*cascading & repurposing*) ja biokemiallisten raaka-aineiden uuttaminen (*biochemical feedstock extraction*) (Kuva 6). Korjauksen ja huollon ensisijaisena tavoitteena on pidentää tuotteen käyttöikää. Korjausta ja huoltoa tarjoavat erilaiset ammatinharjoittajat, kuten ompelimoit. Kuluttajat voivat myös korjata vaatteita itse kotona pidentääkseen käyttöikää. Uudelleenkäytöllä ja jakelulla tarkoitetaan tuotteen käyttämistä uudelleen siihen tarkoitukseen, jota varten se on alun perin suunniteltu. Tämä osa-alue kattaa myös omistusoikeuden siirtymisen käyttäjältä toiselle esimerkiksi vaateen myymisen kohdalla. Kunnostuksella ja uudelleentalmistuksella viitataan kokonaisvaltaisempaan tuotteen korjaamiseen, jolloin siitä saatetaan muokata joitain osia kokonaan. Kunnostetut tuotteet eivät yleensä saavuta uusien tuotteiden laatutasoa. Kierrätys astuu kuvioihin, kun tuotetta ei voi enää kunnostaa tai käyttää sellaisenaan. Kierrätyksessä tuotteen materiaalit erotellaan ja käsitellään, jonka jälkeen ne päätyvät uusien tuotteiden tuotantoprosesseihin. Uudelleen suuntaamisella viitataan biologisten materiaalien moninkertaiseen käyttöön, jossa

ensin hyödynnetään materiaalien toimintoja komponentteina ja lopulta otetaan talteen energia lisääntyneen entropian prosesseissa. Biokemiallisten raaka-aineiden uuttamisella tarkoitetaan muunnosprosesseja, jotka muuttavat biomassan kemiallisiksi tuotteiksi.



Kuva 6. Kiertotalouden liiketoimintamallien jaottelu (mukaiillen Lüdeke-Freund et al. 2019)

Kiertotalouden liiketoimintamalleilla on mahdollista vastata lineaarisen vaateteollisuuden aiheuttamiin kestävyysasteisiin, koska niiden avulla pienennetään liiketoiminnasta aiheutuvia ympäristövaikutuksia, saadaan materiaalit tehokkaasti kiertoon sekä saavutetaan samalla kustannussäästöjä (Linder & Williander 2017). Vaatteiden keskimääräisten käyttökerrojen lisääminen on suurin keino kaapata arvoa ja luoda mahdollisimman vähän jätettä ja saasteita tuottava vaateteollisuuden järjestelmä. Laadukkaampien vaatteiden suunnittelu ja tuottaminen sekä niihin pääsy uusien liiketoimintamallien kautta auttaisi muuttamaan kuluttajien käsitystä vaatteista kertakäyttötavarana kohti kestäväää ja pitkäikäistä tuotetta. Vaateteollisuuteen tarvitaan tällä hetkellä kiperästi uudenlaisia kiertotalouden liiketoimintamalleja, jotta vaatteet saadaan tehokkaasti kiertoon kuluttajalta toiselle. (Ellen MacArthur Foundation 2017)

Jakamistalouden liiketoimintamallit ovat hyvin läheisesti yhteydessä kiertotalouden liiketoimintamalleihin, ja molempien määritelmistä löytyy kirjallisuudessa risteäviä elementtejä. Jakamistalous on kiertotalouden lailla käsitteenä laaja eikä sille löydy yksinkertaisia raameja kirjallisuudesta (Laukkanen & Tura 2020). Muñoz & Cohen (2017) määrittelevät jakamistalouden sosioekonomiseksi systeemiksi yksilöiden ja organisaatioiden välillä, jonka tarkoituksena on lisätä tehokkuutta ja optimoida vajaasti käytettyjen resurssien hyödyntäminen yhteiskunnassa. Acquier et al. (2017) jakavat jakamistalouden kolmeen perusyttimeen. Ne ovat käyttöoikeustalous (*access economy*), alustatalous (*platform economy*) sekä yhteisöpohjainen talous (*community-based economy*). Käyttöoikeustaloudella viitataan vajaassa käytössä olevien resurssien tehokkaampaan hyödyntämiseen. Käyttöoikeustalous on siirtymässä yhä palvelupainotteisemmaksi ja tuotteiden käyttöoikeuksia jaetaan täyden omistajuuden sijaan kuluttajille palveluna. Alustatalous taas viittaa siihen, kuinka vertaiset pystyvät tekemään hajautettua vaihtoa erilaisten digitaalisten järjestelmien eli alustojen välillä. Jakamistaloudessa alustalla tarkoitetaan vertaisliiketoiminta-alustoja, joissa yksilöt jakavat tuotteita sekä palveluita. Alustat luovat mahdollisuuden liiketoiminnalle eivätkä yleensä itse tuota tuotteita. Yhteisöpohjaisen talouden ideana on edesauttaa yhteisön sidoksia, tukea arvoa ja saavuttaa sosiaalisia päämääriä yhteisten projektien avulla. Taloudellinen arvonluonti on harvoin päämäärä yhteisöpohjaisessa taloudessa.

Kiertotalouden sekä jakamistalouden liiketoimintamallien pääpiirteistä voidaan muodostaa määritelmä vaateteollisuuden second cycle -liiketoimintamalleille (Kuva 7).



Kuva 7. Second cycle -liiketoimintamallien määritelmän ulottuvuudet

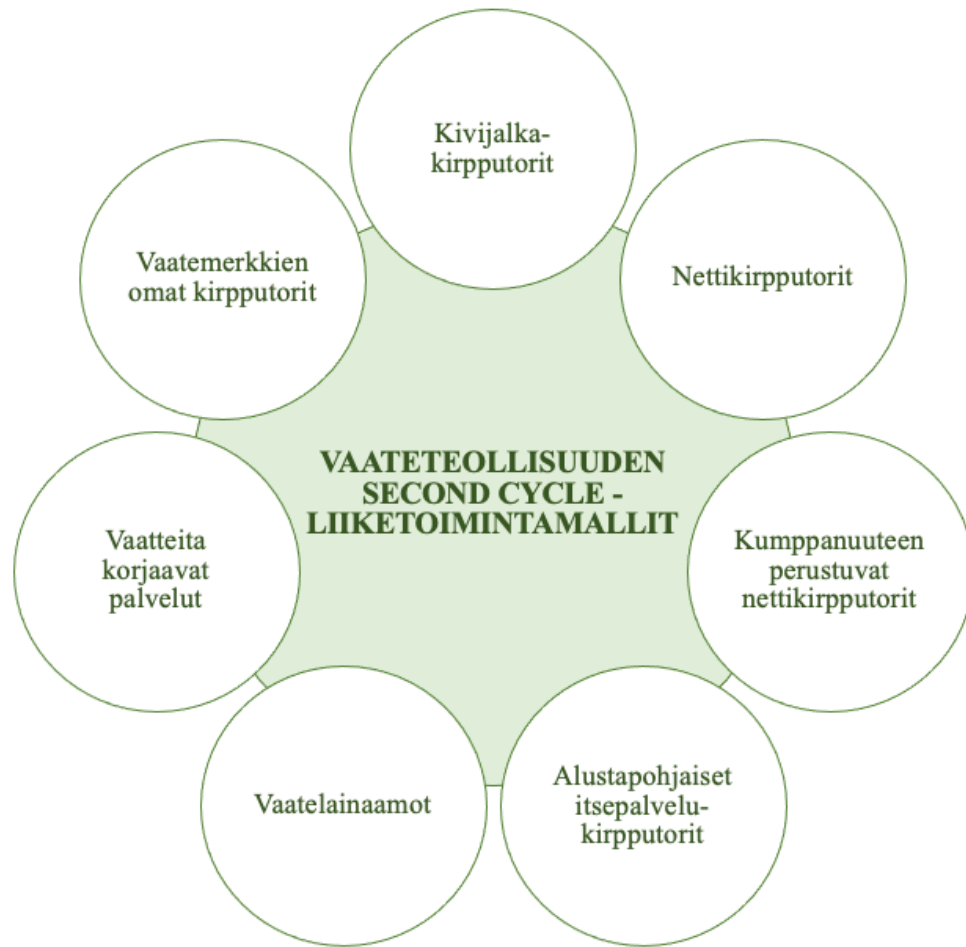
Second cycle -liiketoimintamalleilla tuotteille pyritään saamaan useita käytön kierroksia Lüdeke-Freund et al. (2019) huolto ja korjaus, uudelleenkäyttö ja jakelu sekä kunnostus ja uudelleenvalmistus kiertotalousmallien periaatteiden mukaisesti. Käytettyjä vaatteita voidaan siis esimerkiksi korjata, myydä tai kunnostaa kokonaisvaltaisemmin, jotta niiden käyttöikä saadaan pidennettyä. Jakamistalouden osalta second cycle -liiketoimintamallit taas hyödyntävät Acquier et al. (2017) periaatteita käyttöoikeustaloudesta sekä alustataloudesta. Käyttöoikeustaloudella viitataan vaatteiden vuokraamiseen käyttöikä pidentävänä keinona, sillä kuluttajien kulutustottumuksia pyritään muuttamaan omistusoikeudesta kohti käyttöoikeuksia. Alustatalous viittaa digitaalisiin alustoihin, joiden kautta vaatteita saadaan jaettua tehokkaasti kuluttajalta toiselle ja jossa vertaiset voivat käydä kauppaa käytetyillä vaatteilla. Kierto- ja jakamistalouden pääpiirteiden perusteella second cycle -liiketoimintamallit pidentävät vaatteiden käyttöikä uudelleenkäytön, vuokrauksen ja korjauksen keinoin. Avainasemassa kestävän arvon luomiselle on ajatus vajaassa käytössä olevien resurssien tehokkaammasta hyödyntämisestä sekä kuluttajien kulutustottumusten muuttamisesta.

4 VAATETEOLLISUUDEN SECOND CYCLE -LIIKETOIMINTAMALLIT SUOMESSA

Suomessa toimii useita erilaisia yrityksiä, jotka omalla toiminnallaan pyrkivät vastaamaan vaateteollisuuden kestävyysaasteisiin kiertotalouden sekä jakamistalouden periaatteiden mukaisin keinoin. Uusille kestäville liiketoimintamalleille on kuitenkin tarvetta ja niiden kehitystä onkin vauhditettu erilaisten kehitysohjelmien avulla, joiden tavoitteena on luoda vaateteollisuuden alalle uusia malleja sekä auttaa yrityksiä siirtymään lineaarisista toimintamalleista kohti kiertotaloutta. (Aistrich 2015)

4.1 Second cycle -liiketoimintamallien tunnistaminen

Suomen kentästä on mahdollista tunnistaa seitsemän erilaista second cycle -liiketoimintamallia (Kuva 8), joiden avulla vaatteiden käyttöikä saadaan pidennettyä uudelleenkäytön, korjauksen sekä vuokrauksen periaatteiden mukaisesti. Tarkastelun ulkopuolelle on jätetty hyväntekeväisyysyhdistykset, jotka myyvät lahjoituksena saatuja käytettyjä vaatteita, koska järjestöjen tavoitteena on ensisijaisesti tehdä avustustyötä eikä luoda kestäväää arvoa. Lahjoituksia Suomessa ottavat vastaan esimerkiksi UFF ja Suomen Punainen Risti, jotka myyvät lahjoituksena saatuja käytettyjä vaatteita omilla kivijalkakirpputoreillaan. Monet tunnistetut second cycle -liiketoimintamallit kattavat vaatteiden lisäksi myös käytettyjen tavaroiden, kuten laukkujen ja korujen, myynnin, vuokraamisen ja korjaamisen, mutta tässä työssä keskitytään ainoastaan vaatteisiin vaateteollisuuden rajauksen mukaisesti. Suomesta tunnistetut second cycle -liiketoimintamallit ovat kivijalkakirpputorit, nettikirpputorit, kumppanuuteen perustuvat nettikirpputorit, alustapohjaiset itsepalvelukirpputorit, vaatelainaamot, vaatteita korjaavat palvelut sekä vaatemerkkien omat kirpputorit.



Kuva 8. Vaateteollisuuden seitsemän second cycle -liiketoimintamallia Suomessa

Kivijalkakirpputorit

Ensimmäinen second cycle -liiketoimintamalli on perinteiset kivijalassa toimivat kirpputorit, joiden pohjana on Lüdeke-Freund et al. (2019) uudelleenkäytön sekä jakelun malli, jossa käytettyjen vaatteiden omistusoikeus vaihtuu myymisen ansiosta. Kivijalkakirpputorien ensisijainen tavoite on nimenomaan pidentää tuotteiden käyttöikä uudelleenkäytön avulla eli vaateen omistusoikeutta vaihtamalla. Tällä liiketoimintamallilla toimivia yrityksiä on Suomessa useita ja esimerkiksi Relove sekä Kaivarin Kanuuna lukeutuvat kivijalkakirpputorien kategoriaan.

Kivijalkakirpputoreilla kuluttajat voivat vuokrata itselleen oman myyntipaikan vaatteiden myyntiä varten. Ideana on, että kuluttaja hinnoittelee itse myytävät tuotteet ja tuo ne vuokraamalleen myyntipaikalle myyntiin ennalta sovituksi ajaksi. Myyntipaikkoja vuokrataan vähintään viikoksi kerrallaan ja omalla myyntipaikalla saa myydä minkä merkin tuotteita

tahansa. (Kaivarin Kanuuna 2022) Relove toivoo myytäväksi kuitenkin vain laadukkaita sekä sesonkiin sopivia tuotteita. Yritys tarjoaa myyjille myös palvelua, jossa yrityksen työntekijät hinnoittelevat tuotteet myyjän puolesta. Lisäksi Reloven erikoisuutena on jokaisen kivijalkakirpputorin yhteydessä oleva kahvila, jolla asiakkaille pyritään tarjoamaan uudenlainen kirpputorikokemus. (Relove 2022)

Yritysten arvolupaukset korostavat kierrättämisen trendikkyyttä sekä tasokkaan kirpputorikokemuksen luomista. Liiketoimintamallin ansaintalogiikka perustuu myyntipaikoista saattaviin tuloihin, jossa yritys saa myyjältä myyntipaikkakohtaisen vuokran sekä pidättää kokonaisymyynnistä ennalta määritetyn provision. (Kaivarin Kanuuna 2022, Relove 2022) Kivijalkakirpputorin liiketoimintamallissa yritykset omistavat siis ainoastaan kiinteistön, mutta eivät siellä myytäviä tuotteita. Kivijalkakirpputorit ovat siis fyysisiä paikkoja, joilla kuluttajat käyvät käytetyn tavaran kauppaa anonymisti.

Liiketoimintamallin huonoina puolina voidaan nähdä kaupankäynnin rajoittuneisuus verrattuna netissä toimiviin kirpputoreihin, koska kivijalkaliike on ainoa paikka, missä myyjä ja ostaja voivat kohdata. Yrityksen näkökulmasta kivijalkaliike on iso investointi, joka edellyttää myös useiden myyjien palkkaamista liikkeeseen, jotta toiminta pyörii sujuvasti. Kivijalkakirpputoreilla myytävät tuotteet on harvemmin varustettu myymälähälyttimillä, joten kirpputoreilla tapahtuu keskimääräistä enemmän varkauksia (Pentikäinen 2016). Kivijalkakirpputoreilla myymistä voidaan pitää kuluttajan näkökulmasta myös muita käytettyjen vaatteiden kauppapaikkoja työläämpänä, sillä myyjän on tuotava vaatteita myyntiin tasaisin väliajoin sekä pitää oma myyntipaikkansa siistinä. Toisaalta fyysisen kaupankäyntipaikan etuna on se, että ostaja näkee myynnissä olevat tuotteet ja voi myös sovittaa niitä, joten kuluttaja tietää täsmälleen mitä ostaa ja sopiiko vaate itselle.

Nettikirpputorit

Toinen second cycle -liiketoimintamalli on nettikirpputorit. Nettikirpputorit noudattelevat Lüdeke-Freund et al. (2019) uudelleenkäytön sekä jakelun mallia ja Acquier et al. (2017) alustataloutta, koska myös nettikirpputorien tavoitteena on pidentää käytettyjen tuotteiden käyttöikä uudelleenkäytön avulla ja kaupankäynnin mahdollistaa digitaalinen alusta. Suomalaisia nettikirpputoreja ovat esimerkiksi Rekki sekä Vähänkätetty.

Nettikirpputoreilla tavalliset kuluttajat voivat käydä käytettyjen tavaroiden kauppaa verkossa. Kuluttajat lähettävät omia käytettyjä vaatteitaan yritykselle, jonka toimesta ne

tarkistetaan, hinnoitellaan ja laitetaan anonyymisti verkkokauppaan myyntiin. Yritykset valitsevat myyntiin kelpaavat tuotteet ja säilyttävät niitä varastoissaan. Varastoon keskittäminen mahdollistaa useiden eri myyjien tuotteiden ostamisen samalla kertaa verkkokaupasta. Yritykset maksavat myyjille myydyistä tuotteista tietyn ennalta määrätyn prosentin mukaisesti. Esimerkiksi Rekki lähettää myyjälle tarjouksen lähetetyistä tuotteista, jossa on jokaisen yksilöidyn tuotteen myyntihinta sekä myyjälle maksettava hinta eriteltynä. Myyjä voi joko hyväksyä tai hylätä tarjouksen ja valita mitä myymättömille ja hylätyille tuotteille tehdään. Myymättömät ja hylätyt tuotteet voidaan lahjoittaa hyväntekeväisyyteen tai lähettää myyjälle takaisin. Tuotteiden ostajina toimivat tavalliset kuluttajat. (Rekki 2022, Vähänkäytetty 2022a) Vähänkäytetty tarjoaa myyjille myös myyntimallin, jossa myyjä voi kuvata, hinnoitella ja laittaa vaatteet itse myyntiin nettisivuille, jonka jälkeen lähettää ne yrityksen keskusvarastolle odottamaan ostajia (Vähänkäytetty 2022a).

Nettikirpputorien arvolupaukset keskittyvät helpon ja vaivattoman osto- ja myyntipalvelun tarjoamiseen kuluttajille, joka lupaa poistaa monet aiempien netti- ja kivijalkakirpputorien haasteet. Yritykset korostavat myös oston turvallisuutta, koska kaikki tuotteet ovat esitarkastettuja yrityksen toimesta ja raha ei liiku kuluttajien välillä. (Rekki 2022, Vähänkäytetty 2022b) Turvallisuuteen kuuluu myös se, että nettikirpputoreilla ei voi tapahtua varkauksia samalla tavalla, kuin esimerkiksi kivijalkakirpputoreilla, koska myytävät vaatteet eivät ole missään fyysisesti esillä. Vaivattomuudella viitataan siihen, että eri myyjien tuotteita on mahdollista ostaa samasta verkkokaupasta yhdellä postimaksulla. Vaivattomuutta on myös se, että halutessaan myyjän tarvitsee vain lähettää tuotteet yritykselle ja yritys hoitaa vaatteiden säilytyksen ja lähettämisen ostajalle. Ostajan ja myyjän ei tarvitse käydä keskenään keskustelua tuotteesta, vaan kaikki olennaiset tuotetiedot löytyvät nettisivuilta.

Vaikka nettikirpputoreilla käytettyjen vaatteiden kauppaa voi käydä paikasta riippumatta missä tahansa, on liiketoimintamallilla myös varjopuolensa. Nettikirpputoreilla on yleensä omat kuntoluokitukset vaatteille, mutta todellista kuntoa vaikea tietää pelkän nettisivuilla olevan kuvan perusteella. Myös eri ihmiset tulkitsevat kuntoluokitusta eri tavalla laittaessaan vaatteita myyntiin. Kuntoluokituksen erilainen tulkinta synnyttää tyytymättömiä asiakkaita, jos kotiin saapuva käytetty vaate ei ole hyvässä kunnossa. Vaatteiden koot vaihtelevat tuotemerkestä riippuen, joten hutioistoksia voi syntyä nettikirpputoreilla myös tavallista enemmän. Yrityksen näkökulmasta liiketoimintamallin huonoina puolina voidaan pitää

riskienhallintaa, koska yritys on hyvin riippuvainen varastosta, jossa myynnissä olevia tuotteita säilytetään. Jos jokin riski, esimerkiksi tulipalo, realisoituu, on yritys ongelmissa.

Kumppanuuteen perustuvat nettikirpputorit

Kolmas tunnistettu second cycle -liiketoimintamalli on kumppanuuteen perustuvat nettikirpputorit. Ne noudattavat Lüdeke-Freund et al. (2019) uudelleenkäytön sekä jakelun mallia sekä Acquier et al. (2017) alustataloutta. Kumppanuuteen perustuvilla nettikirpputoreilla kuluttajat käyvät tiettyjen vaatemerkkien käytettyjen vaateiden kauppaa verkossa. Käytetyt vaatteet suunnataan uusille käyttäjille eli niiden käyttöikää pyritään pidentämään uudelleenkäytön avulla, jonka mahdollistajana toimivat erilaiset alustat. Suomessa toimivia kumppanuuteen perustuvia nettikirpputoreja ovat esimerkiksi Ninyes ja Emmy.

Kumppanuuteen perustuvilla nettikirpputoreilla kuluttajat voivat myydä ja ostaa tiettyjen vaatevalmistajien eli kumppaneiden vaatteita alustan kautta. Tavalliset kuluttajat voivat toimittaa omia tarpeettomia vaatteita yritykselle, jonka jälkeen ne tarkistetaan ja lisätään nettisivuille myyntiin yrityksen toimesta. Ninyesilla sekä Emmyllä on omia kumppanuussopimuksia vaatevalmistajien kanssa, joten vain näiden merkkien vaatteita päätyy verkkokauppaan myyntiin. (Emmy 2022a, Ninyes 2022) Emmy tarjoaa myyjille myydyistä tuotteista vastineeksi rahaa tiettyjen korvausprosenttien mukaisesti tai korvauksena myydyistä tuotteista voi saada myös rahallisesti arvokkaamman lahjakortin itse valitsemaan kumppanin verkkokauppaan (Emmy 2022a). Ninyesilla kumppaniyrityksiä on Emmyä vähemmän ja myyjän ei tarvitse odottaa toimittamiensa vaatteiden myyntiä verkkokaupassa, vaan Ninyes tarjoaa myyjille heti käytettyjen vaatteiden arvon vastaisen summan lahjakorttien muodossa kumppaneiden verkkokauppoihin (Ninyes 2022).

Kumppanuuteen perustuvien nettikirpputorien arvolupaukset korostavat second hand -kaupan helppoutta sekä vastuullisuutta. Helppoudella viitataan siihen, että yritys hoitaa myynnin ja tuotteiden lähetyksen kuluttajan puolesta sekä siihen, että verkkokaupasta voi ostaa useiden eri vaatemerkkien tuotteita samalla kerralla. Vastuullisuudella taas tarkoitetaan sitä, että verkkokaupassa on myynnissä vain laadukkaiden vaatevalmistajien tuotteita. (Emmy 2022a, Ninyes 2022)

Kumppanuuteen perustuvilla nettikirpputoreilla on paljon samoja piirteitä, kuin nettikirpputoreilla, koska tavalliset kuluttajat voivat toimia molemmissa myyjinä sekä ostajina ja kaupankäynti on tehty helpoksi verkossa. Keskeinen ero on kuitenkin se, että kumppanuuteen

perustuvat nettikirpputorit tekevät tiivistä yhteistyötä vain tiettyjen laadukkaiden vaatevalmistajien kanssa ja tätä kautta vain rajallinen määrä brändejä päätyy verkkokauppaan myyntiin. Kumppanuuksien avulla valikoimiin pyritään ohjaamaan vain laadukkaita vaatteita, jotka kestävät käytössä pitkään, koska yksittäisen vaateen käyttökertojen lisääminen on helppo tapa ehkäistä tekstiilijätteen syntyä. Toinen keskeinen ero on myös siinä, että käytännössä esimerkiksi Ninyes ja Emmy toimivat valikoitujen vaatevalmistajien second hand -kaupan mahdollistajina eli vaatteita valmistavat yritykset ovat ulkoistaneet käytettyjen vaatteiden kaupan kumppanuuteen perustuville nettikirpputoreille. Esimerkiksi Emmy on luonut vaatemerkki Reimalle kokonaan oman lastenvaatteiden second hand -palvelun, Reima Rescuen, jossa käytettyjen lastenvaatteiden kauppaa käydään Emmyn mahdollistamana puhelinsovelluksessa (Emmy 2022b). Kumppanuuteen perustuvan nettikirpputorin liiketoimintamallin varjopuolet liittyvät nettikirpputorien tapaan vaihteleviin kokoihin sekä laadun vaihteluihin laatuluokituksesta huolimatta.

Alustapohjaiset itsepalvelukirpputorit

Neljäs second cycle -liiketoimintamalli on alustapohjaiset itsepalvelukirpputorit, joiden perusajatus koostuu Lüdeke-Freund et al. (2019) uudelleenkäytön sekä jakelun mallista sekä Acquier et al. (2017) alustataloudesta. Alustapohjaisilla itsepalvelukirpputoreilla kuluttajat vaihtavat käytettyjen vaatteiden omistusoikeuksia, jonka mahdollistajana toimii digitaalinen alusta, joka voi olla esimerkiksi älypuhelimeen ladattava sovellus tai verkkosivu. Tässäkin mallissa tuotteiden käyttöikä pyritään pidentämään uudelleenkäytön avulla. Suomessa toimivia alustapohjaisia itsepalvelukirpputoreja ovat esimerkiksi Zadaa sekä Tise.

Zadaa sekä Tise toimivat ainoastaan älypuhelinsovelluksessa. Alustapohjaisilla itsepalvelukirpputoreilla kauppaa käydään oman käyttäjätilin kautta. Tilin haltija kuvaa ja hinnoittelee myytävät tuotteet ja syöttää ne alustalle. Ostotapahtumat hoituvat turvallisesti ulkoisen maksuvälittäjän kautta, jolloin raha ei liiku suoraan kuluttajien välillä. Ostotapahtuman jälkeen myyjä pakkaa tuotteet ja ne toimitetaan uusille omistajille logistiikkakumppaneiden kautta. Neuvoteltujen kuljetussopimusten ansiosta postimaksut ovat hieman normaaleja halvempia. Kuljetuskustannukset ovat aina ostajan maksamia. (Tise 2022, Zadaa 2022) Alustapohjaisen itsepalvelukirpputorien ekosysteemi koostuu siis sovelluksesta, maksuvälittäjästä sekä kuriiripalveluista (Asunta 2021).

Zadaan arvolupaus korostaa käytettyjen vaatteiden kaupankäynnin helppoutta ja lupaa ostamisen ja myymisen olevan yhtä vaivatonta, kuin verkkokaupassa (Zadaa 2022). Tisen arvolupaus keskittyy second hand -kaupan kestävyyttä edistäviin puoliin ja yritys lupaa auttaa ihmisiä ohjaamaan tarpeettomia tuotteita uusille omistajille tekemällä uudelleenkäytöstä hauskaa ja inspiroivaa (Tise 2022). Alustapohjaisilla itsepalvelukirpputoreilla ansaintalogiikka perustuu provisiomalliin, jossa alustan tarjoaja ottaa tietyn suuruisen myyntiprovisio jokaisesta ostotapahtumasta (Asunta 2021). Esimerkiksi Zadaan myyntiprovisio on 0–12 prosenttia ja tähän lisäksi Zadaa perii vielä yhden euron suuruisen palvelumaksun jokaista myytyä tuotetta kohden (Rotonen 2020).

Liiketoimintamallin huonoina puolina voidaan pitää myymisen vaativuutta kuluttajan näkökulmasta. Vaikka alusta tekee itse kaupankäynnin helpoksi, täytyy myyjän silti pakata jokainen myymänsä tuote erikseen ja postittaa ostajalle. Pidemmän päälle alustapohjaisten liiketoimintamallien kautta käytävä second hand -kauppa koituu ostajalle kalliiksi, koska jokaisesta ostetusta yksittäisestä tuotteesta joutuu maksamaan postimaksun ostohinnan lisäksi. Vaikka postimaksu on vain muutaman euron, niin prosentuaalisesti se voi nousta hyvinkin korkealle vaatteen ostohintaan verrattuna. Alustapohjaisilla itsepalvelukirpputoreilla kaupaa on hankalaa käydä anonyymisti, koska jokaisen on luotava älypuhelinsovellukseen oma käyttäjätili. Käyttäjätilille joutuu syöttämään paljon henkilökohtaista tietoa, joten myös tätä voidaan pitää liiketoimintamallin ongelmakohtana sekä mahdollisesti käyttäjiä rajoittavana tekijänä.

Vaatelainaamot

Viides second cycle -liiketoimintamallien ryhmä on vaatelainaamot. Vaatelainaamoista löytyy piirteitä Lüdeke-Freund et al. (2019) korjauksen ja huollon mallista, mutta myös Acquier et al. (2017) alustataloudesta sekä käyttöoikeustaloudesta. Vaatelainaamot tarjoavat kuluttajille vaatteita palveluna joko digitaalisten alustojen kautta tai kivijalkaliikkeissä. Eri käyttäjien välissä vaatteita huolletaan ja korjataan eli tuotteen käyttöikää pyritään pidentämään korjauksen, mutta myös vuokrauksen avulla. Vaatelainaamojen ydinajatuksena on vajaassa käytössä olevien resurssien tehokkaampi hyödyntäminen ja omistusoikeudesta siirtyminen kohti käyttöoikeutta. Suomessa toimivia vaatelainaamoja ovat esimerkiksi Vaatepuu sekä Uhana Dreams.

Vaatelainaamot tarjoavat kuluttajille yksittäisiä kertalainoja tai jäsenyyksiä. Vaatteiden kertalainoja ja jäsenyyksiä on eri pituisia ja tämän ajan kuluttaja saa käyttää vaatetta kuin

omaansa. Kuluttajalle siis myönnetään käyttöoikeus vaatteelle ennalta määrätylle ajalle maksua vastaan. Vaatelainaamot suosivat ainoastaan kulutusta ja pesua kestäviä tuotteista, koska vaatteiden käyttöaste on korkea. (Uhana Dreams 2022, Vaatepuu 2022) Vaatepuu toimii verkossa sekä kivijalkaliikkeenä. Yritys tarjoaa vaatteiden vuokraamiselle määräaikaista jäsenyyksiä sekä kertavuokria. Jäsenyydet ovat vähintään puolen vuoden pituisia ja kuluttaja saa itse määrittää vaatteiden vaihtovälin, joka voi olla 1–5 viikkoa. Jäsenyyksien hinnat vaihtelevat 25–100 euron välillä kuukaudessa ja vaihtovälin sekä jäsenyyden tason mukaan kuluttajalle lähetetään tietyin väliajoin itse valitsemiaan vaatteita pakettina kotiin. Kun vaatteiden vuokra-aika on mennyt umpeen, lähettää kuluttaja ne pestyinä ja huollettuina takaisin Vaatepuulle ja saa taas uuden vaatepaketin itselleen kotiin. Vaatepuu tarjoaa jäsenyyksien rinnalla myös vaatteille kertavuokrausmahdollisuutta esimerkiksi juhliä varten. Kertavuokrilla hinnat ovat tuotekohtaisia ja vaatteita voi vuokrata kivijalkaliikkeestä tai verkosta. (Vaatepuu 2022) Uhana Dreams on verkossa toimiva vaatelainaamo, joka vuokraa ainoastaan tietyn merkin, Uhana Designin, vaatteita. Kuluttaja voi selata verkkokaupasta vuokratavia vaatteita ja tilata haluamansa vaatteen itselleen kotiin. Vuokrauspalveluun kuuluu tuotteiden huolto yrityksen puolesta, joten kuluttajan ei itse tarvitse pestä tai huoltaa vaatetta itse. (Uhana Dreams 2022)

Vaatelainaamojen arvolupaukset korostavat pukeutumisen vastuullisuutta ja perinteisten kulutustottumusten mullistamista (Uhana Dreams 2022, Vaatepuu 2022). Vaatelainaamojen ansaintalogiikka perustuu kiertotalouden periaatteiden mukaisesti siihen, että samoista resursseista on mahdollista ansaista rahaa useaan kertaan, jolloin yritykset saavat rahaa vaatteiden kertavuokrista sekä jäsenyyksien jäsenmaksuista.

Vaatelainaamojen liiketoimintamallin varjopuolet piilevät vaatteiden hinnoittelussa, valikoiman laajuudessa sekä käyttäjissä. Vaikka vaatelainaamojen jäsenyydet ja kertalainat ovat hinnoiteltu uusia vaatteita edullisemmaksi, ajattelee kuluttaja väistämättä, että panostamalla hiukan isomman rahasumman, voin saada tuotteen täysin itselleni. Pikamuodin myötä vaatteita voi ostaa uutena myös jäsenmaksuja ja kertalainoja huomattavasti edullisemmilla hinnoilla, joten myös tätä kautta vaatteen vuokraamisen kynnyksessä nousee kuluttajalle isoksi. Vaatelainaamojen valikoimiin päätyy vain rajallinen määrä vaatekappaleita, joten kuluttajan näkökulmasta valikoima voi tuntua liian suppealta, eikä omannäköisiä vaatteita välttämättä löydy valikoimasta. Yrityksen näkökulmasta vaatelainaamot kohtaavat myös saman riskienhallinnan ongelman, kuin nettikirpputorit, sillä yrityksen toiminta nojaa pitkälti varastoon,

jossa vuokrattavia vaatteita säilytetään. Vuokrattavat vaatteet on tarkoitettu käyttötavaraksi, mutta käyttäjien huoltotottumukset saattavat erota merkittävästi ja tästä syystä vaatteet voivat esimerkiksi likaantua, värjäytyä tai hajota käyttökelvottomiksi, jolloin yritykselle aiheutuu tulonmenetyksiä. Huolimattomien käyttäjien takia yritys ei pysty luomaan voittoa enää samasta vaatekappaleesta.

Vaatteita korjaavat palvelut

Kuudes tunnistettu second cycle -liiketoimintamalli on vaatteita korjaavat palvelut, jossa alkuperäisen tuotteen muutoksilla ja korjauksilla saadaan tuotteelle uutta käyttöarvoa. Vaatteita korjaavat palvelut hyödyntävät Lüdeke-Freund et al. (2019) korjauksen ja huollon sekä kunnostuksen ja uudelleenvalmistuksen periaatteita. Tuotteiden käyttöikää pyritään pidentämään siis korjauksen keinoilla. Vaatteita korjaavia palveluja tarjoavat erilaiset ompelimoit sekä vaatteita valmistavat yritykset omille tuotteilleen. Suomessa vaatteita korjaavia palveluja teettävät esimerkiksi Remake Eko-ompelimo sekä Globe Hope.

Vaatteita korjaavien palvelujen avulla kuluttajakäytöstä poistuville tuotteille saadaan uusi hyödyntämiskeino. Vaatteita korjaavat palvelut tekevät kuluttajille erilaisia vaatteiden korjaus-, muutos ja mittatilaustöitä maksua vastaan. Korjauksella tähdätään vaateen käyttöiän pidentämiseen ja muutostöillä vaatteille pyritään saamaan uusi käyttökohde alkuperäiseen käyttötarkoitukseen verrattuna, joka pidentää myös käyttöikää. (Globe Hope 2022, Remake 2022) Esimerkiksi Remake Eko-ompelimo tarjoaa kuluttajille muutospalveluja, joilla vanhoista vaatteista muokataan täysin uusia. Esimerkiksi ompelemalla mekosta paita saadaan alkuperäisessä käyttötarkoituksessa olevalle vaatteelle pienten muokkauksen avulla uusi elämä ja käyttötarkoitus. Remake on kerännyt myös tekstiilijätettä, joita hyödyntämällä on saatu luotua uusia vaatemaalistoja. (Remake 2022) Globe Hope taas tarjoaa ainoastaan korjauspalveluja oman merkkinsä tuotteille, jotta jo alun perin kierrätysmateriaaleista tehdyt vaatteet säilyisivät käyttökelpoisina mahdollisimman pitkään. Vuoden ajan ostotapahtumasta Globe Hope tarjoaa korjauksen veloituksetta ja sen jälkeen maksua vastaan. (Globe Hope 2022)

Remake Eko-ompelimon arvolupaus korostaa kestävä kehityksen tukemista ja vastuullisia toimintatapoja (Remake 2022). Globe Hopen arvolupaus keskittyy taas tuotteiden käyttöiän pidentämiseen ja siihen, että tuotteet olisivat käyttökelpoisia mahdollisimman pitkään. (Globe Hope 2022) Liiketoimintamallin ongelmakohdat liittyvät kuluttajien kulutustottumuksiin, koska monesti itselle tarpeettomat tai rikkinäiset vaatteet heitetään roskiin tai

laitetaan sellaisenaan kiertoon, eikä niitä muokata itselle uudelleen sopiviksi. Korjauspalveluiden pyytämät kertakorvaukset voivat myös tuntua kuluttajista isoilta verrattuna uuden, kokonaan ehjän vaateen ostamiseen. Ongelmakohdat liittyvät myös useisiin samanlaisiin palveluntarjoajiin, sillä mitkä tahansa ompelimot voivat muokata ja korjata vaatteita.

Vaatemerkkien omat kirpputorit

Seitsemäs second cycle -liiketoimintamalli liittyy vaatemerkkien itse organisoimaan käytettyjen vaatteiden kauppaan. Ne hyödyntävät ajatusta Lüdeke-Freund et al. (2019) uudelleenkäytöstä ja jakelusta sekä Acquier et al. (2017) alustataloudesta. Vaatemerkkien omien kirpputorien ideana on, että yritykset ostavat kuluttajilta käytetyt vaatteet takaisin itselleen ja myyvät niitä itse organisoimilla kirpputoreilla joko verkossa tai kivijalkaliikkeissä. Vaatteiden käyttöikää pyritään pidentämään siis uudelleenkäytöllä. Vaatemerkkien omia kirpputoreja ylläpitävät Suomessa esimerkiksi Polarn O. Pyret sekä villatuotteita valmistava Alpa.

Polarn O. Pyret tarjoaa lastenvaateille kaksi erilaista tapaa käytettyjen vaatteiden kaupalle. Ensimmäinen on yrityksen nettisivujen yhteydessä toimiva nettikirpputori, jossa kuluttajat voivat käyttäjätilinsä kautta ostaa ja myydä käytettyjä vaatteita. Kuluttajat laittavat itse myytävät tuotteet myyntiin ja rahaliikenne kulkee suoraan kuluttajien välillä, joten Polarn O. Pyret tarjoaa vain alustan oman vaatemerkin tuotteiden myymiselle. (Polarn O. Pyret 2022a) Toinen tapa käydä käytettyjen vaatteiden kauppaa on yrityksen kivijalkaliikkeiden yhteydessä. Kuluttajat voivat tuoda Polarn O. Pyretin käytettyjä vaatteita liikkeeseen, joista vastineeksi saavat tuotteiden kuntoa ja määrää vastaavan arvoksetelin. Myymälän työntekijät laittavat käytetyt vaatteet liikkeeseen myyntiin uusien tuotteiden rinnalle ja pitää myyntivoitot itsellään. (Polarn O. Pyret 2022b) Alpa on organisoanut käytettyjen vaatteiden kaupan oman verkkokauppansa yhteyteen netissä. Yritys ottaa vastaan käytettyjä neuleita lahjakorttihyvitystä vastaan ja myy käytetyt neuleet verkkosivujen second hand -osastolla. Ennen myyntiin laittoa neuleet tarkistetaan, pestään ja huolletaan. (Alpa 2022)

Vaatemerkkien omien kirpputorien arvolupaukset korostavat uuden elämän antamista käytetyille vaatteelle ja sitä, että vaateen kierrättäminen käyttäjältä toiselle on paras ilmastoteko (Alpa 2022, Polarn O. Pyret 2022b). Polarn O. Pyretin myymälöiden yhteydessä oleva second hand -palvelu nostaa esille myös käytettyjen vaatteiden kaupan helppouden nettikirpputoreihin verrattuna, koska kuluttajat säästyvät maksujen käsittelyiltä ja postituksilta. Kuluttajat saavat myös samaa neuvontaa ja palvelua myymälän henkilökunnalta, kun uusia

tuotteita ostaessa, vaikka kyseessä onkin käytettyjen vaatteiden kauppa. (Polarn O. Pyret 2022b). Liiketoimintamallin ongelma yrityksen näkökulmasta on se, että second hand -kaupan edistäminen voi laskea vaatemerkin uusien tuotteiden myyntiä, koska käytettyjä vaatteita voi ostaa yhtä helposti kivijalkaliikkeestä uusien vaatteiden rinnalla. Tätä ongelmaa pyritään ehkäisemään kuitenkin myyjille tarjottavilla lahjakorteilla ja arvoseleillä, jolloin synnytetään lisämyyntiä yritykselle.

4.2 Tunnistettujen second cycle -liiketoimintamallien eroavaisuudet

Tunnistetuista second cycle -liiketoimintamalleista on löydettävissä samoja piirteitä, mutta myös paljon eroavaisuuksia. Samoja yhtymäkohtia löytyy esimerkiksi asiakassegmenteistä, sillä monet liiketoiminnat on suunnattu erityisesti naisten ja lasten vaatteille. Myös miesten vaatteita myydään second hand -kaupoissa, mutta niiden osuus on naisten ja lasten vaatteita pienempi. Lasten vaatteet ovat erityisen hyviä käytettyjen vaatteiden käyttöiän pidentämistä ajatellen, sillä niitä ehditään usein käyttää vain muutamia kertoja ennen kuin ne jäävät käyttäjälleen pieneksi. Tästä syystä lasten vaatteille voidaan saada useita käyttäjiä ja käytön kierroksia, kun second hand -kaupan avulla vaatteita suunnataan uusille käyttäjille.

Liiketoimintamallien eroavaisuuksia tutkitaan Business Model Canvas -mallin osa-alueita soveltaen. Mallista on nostettu eroavaisuuksien tutkimiseen yritysten arvolupaukset sekä tulovirrat eli ne logiikat, kuinka yritys ansaitsee rahaa ja tekee rahavirroista jatkuvia. Eroavaisuuksia tutkitaan myös yritysten toimintaympäristöjen sekä käyttöiän pidentämisen keinojen kautta. Taulukkoon 1 on koottu eri osa-alueiden keskeisimmät tekijät jokaiselle second cycle -liiketoimintamallille.

Taulukko 1. Second cycle -liiketoimintamallien arvolupaukset, ansaintalogiikat, toimintaympäristöt sekä käyttöään pidentämisen keinot

	Arvolupaus	Ansaintalogiikka	Toimintaympäristö	Käyttöään pidentäminen
Kivijalka-kirpputorit	Kierrättämisen trendikkyys ja tasokkaan kirpputori-kokemuksen tarjoaminen.	Myyntipaikka-kohtaiset vuokrat ja provisio kokonaismyynnistä	Kivijalkaliikheet	Uudelleenkäyttö (Lüdeke-Freund et al. (2019) uudelleenkäyttö ja jakelu)
Nettikirpputorit	Helppo ja vaivaton myyntipalvelu, joka poistaa aiempien netti- ja kivijalka-kirpputorien haasteet.	Tuotteen myyntihinta-kohtaiset pidätykset tietyn prosentin mukaisesti	Digitaalinen alusta (Acquier et al. (2017) alustatalous)	Uudelleenkäyttö
Kumppanuuteen perustuvat nettikirpputorit	Helppo ja vastuullinen tapa ostaa ja myydä vaatteita verkossa, koska vain tiettyjen vaatemerkkien tuotteita myynnissä.	Tuotteen myyntihinta-kohtaiset pidätykset, lahjakortit ja kumppanuus-sopimukset	Digitaalinen alusta	Uudelleenkäyttö
Alustapohjaiset itsepalvelu-kirpputorit	Kaupankäynti yhtä helppoa, kuin tavallisessa verkko-kaupassa. Ohjaa tarpeettomat tuotteet uusille omistajille.	Ostotapahtuma-kohtaiset myyntiprovisiot ja palvelumaksut	Digitaalinen alusta	Uudelleenkäyttö
Vaatelainaamot	Tarjoaa vastuullista pukeutumista ja mullistaa perinteisiä kulutustottumuksia.	Tuotekohtaiset kertavuokrat ja jäsenmaksut	Kivijalkaliikheet ja digitaalinen alusta	Korjaus ja vuokraus (Lüdeke-Freund et al. (2019) korjaus ja huolto, Acquier et al. (2017) käyttöoikeustalous)
Vaatteita korjaavat palvelut	Kestävän kehityksen ja vastuullisuuden tukeminen tuotteiden käyttöään pidentämisen kautta.	Työstä saatava kertaluontoinen korvaus tilannekohtaisesti	Kivijalkaliikheet ja digitaalinen alusta	Korjaus (Lüdeke-Freund et al. (2019) korjaus ja huolto sekä kunnostus ja uudelleenvalmistus)
Vaatemerkkien omat kirpputorit	Uuden elämän antaminen käytetyille vaatteelle. Vaatteen kierrättäminen käyttäjältä toiselle on paras ilmastoteko.	Arvosetelien ja lahjakorttien kautta syntyvä lisämyynti sekä käytettyjen tuotteiden myyntivoitot	Kivijalkaliikheet ja digitaalinen alusta	Uudelleenkäyttö

Second cycle -liiketoimintamallien arvolupaukset korostavat poikkeuksetta vastuullisuutta, koska kaikki liiketoimintamallit pyrkivät pidentämään vaatteiden käyttöikää joko uudelleenkäytön, vuokrauksen tai korjauksen avulla, jonka pohjalla on ajatus Lüdeke-Freund et al.

(2019) korjauksen ja huollon, uudelleenkäytön ja jakelun tai kunnostuksen ja uudelleenvalmistuksen kiertotalousmalleista tai Acquier et al. (2017) käyttöoikeustaloudesta. Myös helppous on yritysten liiketoimintamalleissa toistuva teema, sillä nettikirpputorit, kumppanuuteen perustuvat nettikirpputorit sekä alustapohjaiset itsepalvelukirpputorit lupaavat kaupankäynnin olevan helppoa. Helppoudella viitataan esimerkiksi siihen, että raha ei liiku suoraan kuluttajien välillä, monien eri vaatemerkkien tuotteita on mahdollista ostaa samasta verkkokaupasta ja kaikki tuotteisiin liittyvät olennaiset tiedot löytyvät tuotteiden alta. Alustatalouden luomat digitaaliset alustat ovat myös avainasemassa helpon kaupankäyntipaikan luomisessa kuluttajille. Nettikirpputorien ja kumppanuuteen perustuvien nettikirpputorien kohdalla helppoutta on myös palvelu, joka vaatii kuluttajalta vain tuotteiden lähettämisen yritykselle ja yritys hoitaa niiden myyntiin laittamisen sekä lähettämisen uudelle omistajalle.

Kivijalkakirpputorien arvolupaukset keskittyvät ainoana second cycle -liiketoimintamallina kokemuksen tarjoamiseen asiakkailleen. Tasokas kirpputorikokemus pyritään tarjoamaan laadukkaan palvelun sekä esimerkiksi kahviloiden avulla, joita on viime vuosina alkanut rakentua kivijalkakirpputorien yhteyteen. Liiketoimintamalleista vaatelainaamot ainoana mallina lupaavat luoda arvoa perinteisiä kulutustottumuksia mullistamalla. Tällä viitataan siihen, että vaatelainaamojen palveluja käyttämällä kuluttajan ajatusmaailmaa muutetaan jakamistaloudessa esitetyn käyttöoikeustalouden periaatteiden mukaisesti omistamisesta kohti omistusoikeutta. Vaatelainaamojen tarjoamien jäsenyyksien kautta voidaan vähentää tarvetta uusien vaatteiden ostamiselle, koska vaatekaapin sisältö vaihtuu tasaisin väliajoin laadukkailla ja vastuullisesti tuotetuilla vaatteilla. Näin epäeettisesti tuotettujen vaatteiden ostaminen vähenee, mutta palvelun käyttäjällä on sellainen olo, että hänellä on jatkuvasti uusia vaatteita käytössään.

Ansaintalogiikoiden kohdalla huomataan, että nettikirpputorien sekä kumppanuuteen perustuvien nettikirpputorien keinot ansaita rahaa muistuttavat eniten toisiaan. Tulovirtoja muodostuu tuotteiden myymisestä, jolloin yritys pidättää tuotteen myyntihinnasta tietyn ennalta määrätyn osuuden itsellään ja maksaa loput myyjälle. Tuotteiden myyntihinta ja sitä kautta saatava summa määräytyy esimerkiksi vaatteen laadun sekä kunnan perusteella. Tämän lisäksi kumppanuuteen perustuvat nettikirpputorit ansaitsevat rahaa myös kumppanuussopimusten kautta, koska kumppanit maksavat alustasta, jonka yritys tarjoaa second hand -kaupalle. Osa kumppanuuteen perustuvista nettikirpputoreista ei tarjoa rahallista korvausta

ollenkaan myytäväksi toimitetuista tuotteista, vaan kuluttajat saavat lahjakortin kumppanin kauppaan mikä synnyttää lisämyyntiä kumppaniyritykselle.

Kivijalkakirpputorien tulovirrat muodostuvat kiinteistä myyntipaikkakohtaisista vuokrista sekä kokonaisyntiprovisioista. Provisiomallia hyödyntävät myös alustapohjaiset itsepalvelukirpputorit, sillä yritys perii myyntiprovisioita myyjiltä ostotapahtumakohtaisesti. Koska alustapohjaisella itsepalvelukirpputorin liiketoimintamallilla toimivat yritykset tarjoavat asiakkailleen kaupankäyntialustan, peritään myyntiprovisioiden lisäksi myös palvelumaksu jokaisesta ostotapahtumasta. Myyntiprovisiot sekä palvelumaksut ilmoitetaan myyjälle jo ennen ostotapahtumaa, joten myyjä voi ottaa nämä huomioon hinnoitellessaan tuotteita. Vaatelainaamojen ja vaatteita korjaavien palvelujen kohdalla tulovirrat ovat hyvin tapauskohtaisia. Vaatteita korjaavat yritykset hinnoittelevat jokaisen korjauskohteen erikseen esimerkiksi työmäärän ja tarvikkeiden mukaan. Vaatelainaamoilla taas jokaisella vuokrattavalla kohteella on oma kertavuokransa, joka perustuu vaateen alkuperäiseen hankintahintaan sekä vuokrausajan pituuteen. Kertavuokrien lisäksi vaatelainaamot saavat tulovirtoja jäsenyyksistä, sillä kuluttajat maksavat joka kuukausi jäsenyytensä tason mukaisen jäsenmaksun. Vaatemerkkien omien kirpputorien ansaintalogiikka erottuu selkeimmin muista second cycle -liiketoimintamalleista. Siinä kuluttaja saa myytäväksi toimittamistaan vaatteista vastineeksi lahjakortin tai arvoksetelin yrityksen kivijalka- tai verkkokauppaan, mikä synnyttää yritykselle lisämyyntiä. Näin ollen myydyin tuotteen myyntihinnasta ei makseta kuluttajalle osuutta, vaan yritys pitää käytetyn tuotteen myynnistä syntyvät voitot itsellään. Koska tuote on alun perinkin ostettu yritykseltä uutena, on yrityksen mahdollista ansaita samasta tuotteesta useita kertoja oman merkin second hand -kaupan avulla.

Toimintaympäristöjen kohdalla monet second cycle -mallit hyödyntävät Acquier et al. (2017) ajatusta alustataloudesta, jolloin toiminnan mahdollistaa digitaalinen alusta. Yritykset voivat toimia täysin digitaalisen alustan varassa, puhtaasti kivijalassa tai näiden yhdistelmänä. Kivijalkakirpputorit ovat ainoa second cycle -liiketoimintamalli, joka toimii puhtaasti vain kivijalassa. Nettikirpputorit, kumppanuuteen perustuvat nettikirpputorit ja alustapohjaiset itsepalvelukirpputorit ovat taas liiketoimintamalleja, jotka toimivat digitaalisella alustalla, joka mahdollistaa koko käytettyjen vaatteiden kaupankäynnin. Pelkästään alustalla toimivien liiketoimintamallien etuna on se, että käytettyjen vaatteiden kauppaa voidaan käydä missä tahansa paikasta riippumatta ja myös se, että yritykset voivat kiinnittää ison osan resursseista digitaaliseen alustan kehittämiseen. Tällöin suuria investointeja esimerkiksi

kivijalkaliikkeisiin ei tarvita. Erityisesti alustapohjaiset itsepalvelukirpputorit hyödyntävät alustoja tehokkaasti, sillä alustalle luodulle käyttäjätilille kuluttajat voivat syöttää esimerkiksi omat kokotietonsa ja valita heitä kiinnostavan tyylin, jolloin alusta tarjoaa ensisijaisesti vain näitä tietoja vastaavia tuotteita. Näin yritys kerryttää itselleen myös datapankkia parantaakseen toimintaansa.

Vaatelainaamot, vaatteita korjaavat palvelut ja vaatemerkkien omat kirpputorit toimivat sekä kivijalassa että digitaalisilla alustoilla. Vaatelainaamojen kohdalla vaatteita on mahdollista sovittaa ja vuokrata kivijalkaliikkeistä, mutta niitä voi selata myös tavallisessa nettikaupassa ja vuokrata sitä kautta. Osa vaatelainaamoista toimii vain alustalla, jolloin kivijalkaliikkeisiin liittyviä isoja investointeja ei tarvita. Jotkut vaatteita korjaavat ompelijat korjaavat vaatteita vain kivijalassa, mutta on olemassa myös liiketoimintamalleja, joissa korjauksen voi tilata verkosta, jonka jälkeen korjattavat tuotteet lähetetään kuriiripalvelujen kautta ompelijalle. Vaatemerkkien omia kirpputoreja toimii myös alustalla, mutta myös yrityksen kivijalkamyymälöissä. Yritykset ovat luoneet second hand -kaupalle omia digitaalisia alustoja esimerkiksi yrityksen nettisivuille uusien tuotteiden rinnalle. Palveluiden käyttö on monissa tapauksissa kuluttajalle ilmaista, sillä yritys saa voittonsa käytettyjen tuotteiden myynnistä. Kivijalassa second hand -kaupalle on luotu omia osastoja myös yritysten myymälöiden yhteyteen, jolloin käytettyjen vaatteiden kauppaa voi käydä myös kivijalassa.

Käyttöiän pidentämisessä hyödynnetään Lüdeke-Freund et al. (2019) korjauksen ja huollon, uudelleenkäytön ja jakelun tai kunnostuksen ja uudelleenvalmistuksen kiertotalousmalleja sekä Acquier et al. (2017) käyttöoikeustaloutta. Näiden kiertotalousmallien pohjalta second cycle -liiketoimintamallit pidentävät vaatteiden käyttöikää joko uudelleenkäytön, vuokrauksen tai korjauksen keinoin. Uudelleenkäytöllä viitataan käytettyjen vaatteiden suuntaamiseen uusille omistajille, jolloin tuotteen omistusoikeus vaihtuu. Tätä tapaa second cycle -liiketoimintamalleista hyödyntävät kivijalkakirpputorit, nettikirpputorit, kumppanuuteen perustuvat nettikirpputorit, alustapohjaiset itsepalvelukirpputorit sekä vaatemerkkien omat kirpputorit. Omistusoikeuden vaihtaminen on tehokas keino saada itselle tarpeettomaksi jääneet vaatteet uudelleen kiertoon. Second cycle -liiketoimintamallit toimivat omistusoikeuden vaihtamisessa tehokkaina alustoina tai kohtaamispaikkoina, jotka mahdollistavat vaatteiden siirtymisen käyttäjältä toiselle. Vaatelainaamot sekä vaatteita korjaavat palvelut hyödyntävät elinkaaren pidentämisessä korjauksen periaatteita. Vaatelainaamot korjaavat ja huoltavat vaatteita eri käyttäjien välissä, kun taas vaatteita korjaavien palvelujen toiminta

perustuu kokonaan tuotteiden korjaamiseen sekä kunnostamiseen. Vaikka vaateen kangas olisi mennyt rikki, siitä pystyy silti muokkaamaan ompelupalveluja käyttämällä täysin uuden käyttökelpoisen tuotteen. Korjaamisen lisäksi vaatelainaamot hyödyntävät ainoana second cycle -liiketoimintamallina vuokrauksen keinoja käyttöiän pidentämiselle. Vuokraamisen avulla kuluttajat saavat väliaikaisen käyttöoikeuden vaatteelle, jonka jälkeen sama vaate kiertää toiselle omistajalle. Parhaassa tapauksessa kaikki vaatelainaamon omistavat vaatteet ovat koko ajan käytössä, jolloin vaatteiden käyttökerrat saadaan maksimoitua ja resurssit tehokkaasti hyödynnettyä.

5 JOHTOPÄÄTÖKSET JA YHTEENVETO

Tämän kandidaatintyön tarkoituksena oli tutkia, millaisia second cycle -liiketoimintamalleja Suomen vaateteollisuudesta on ja miten nämä tunnistetut liiketoimintamallit eroavat toisistaan. Työssä määriteltiin myös, mistä tekijöistä second cycle -liiketoimintamallien käsite muodostuu. Tutkimuksen aihetta lähestyttiin ensin koostamalla tarpeellinen teoria kiertotalouteen, vaateteollisuuden kiertotalouteen, liiketoimintamalleihin sekä kestäviin liiketoimintamalleihin liittyen. Teorian tarkoituksena on luoda lukijalle riittävä ymmärrys tutkimuksen aiheesta, jolloin lukija saa käsityksen käytetyistä käsitteistä sekä aihepiirin tärkeydestä. Teoria varmistaa myös sen, että tutkimuksella on hyvä tieteellinen perusta. Koko tutkimuksen taustalla kulkenut päätutkimuskysymys on:

Millaisia vaateteollisuuden second cycle -liiketoimintamalleja Suomesta löytyy?

Varsinaisen päätutkimuskysymyksen lisäksi johdannossa esitettiin kaksi apukysymystä:

Mitä second cycle -liiketoimintamalleilla tarkoitetaan?

Miten eri second cycle -liiketoimintamallit eroavat toisistaan?

Vaateteollisuus toimii tällä hetkellä hyvin lineaarisesti, jolloin vaatteet suunnitellaan ja valmistetaan vain ensimmäistä käyttäjää varten. Myös pikamuodin yleistyminen on lisännyt tekstiilien tuotantoa ja tekstiilijätteen syntyä, kun uusia tyyliä tulee markkinoille entistä enemmän, nopeammalla tahdilla ja halvemmilla hinnoilla. Vaatteita käytetään myös kertamääräisesti vähemmän kuin ennen. Kun vaate ei enää täytä alkuperäistä tarkoitustaan, se heitetään pois, jolloin tuote päättyy usein kaatopaikalle tai poltettavaksi. Kiertotalouden periaatteiden mukaisesti tuotteiden ja materiaalien arvo tulisi kuitenkin pyrkiä säilyttämään kierrossa mahdollisimman pitkään. Kiertotalouden periaatteisiin kuuluvat esimerkiksi vaatteiden käyttöiän pidentämisen palvelut sekä vaatemateriaalien kierrätys elinkaaren lopussa, jolloin käytettyjen vaatteiden materiaalit hyödynnetään muiden tuotteiden valmistuksessa tai kangaskuidut kierrätetään uusien tuotteiden raaka-aineiksi kemiallisten tai mekaanisten menetelmien kautta. Tekstiilien kokonaisvaltainen kierrättäminen on kuitenkin vielä hankalaa olemassa olevilla tekniikoilla, joten yksittäisen vaateen käyttökertojen lisääminen on paras tapa ehkäistä tekstiilijätteen syntyä ja tätä kautta vastata myös vaateteollisuuden kestävyysaasteisiin.

Vaateteollisuuden kestävyysasteisiin vastaamisessa avainasemassa ovat erilaiset kestävät liiketoimintamallit, joiden kautta yrityksissä syntyy kestävä kehityksen mukaisia innovaatioita. Kestävät liiketoimintamallit muuttavat tapaa, jolla yritys luo, tuottaa ja tallettaa arvoa. Kestävä arvon luominen ei perustu pelkästään asiakkaiden saamaan käyttöarvoon ja maksuvalmiuteen, vaan se ottaa huomioon myös ekosysteemien ja yhteisöjen tarpeet. Vaateteollisuuden alalle on viime vuosina noussut erilaisia kestäviä liiketoimintamalleja, joiden avulla vaatet materiaaleja pystytään hyödyntämään esimerkiksi muiden tuotteiden valmistuksen raaka-aineena tai käytetyt vaatteet saadaan suunnattua uusille käyttäjille tehokkaasti esimerkiksi second hand -kaupan avulla.

Tutkimuksen mukaan vaatteiden käyttöikä pidentävät second cycle -liiketoimintamallit lukeutuvat kestävien liiketoimintamallien joukkoon, koska ne luovat kestävä arvoa. Second cycle -liiketoimintamalleilla pyritään saamaan vaatteille useita käytön kierroksia, koska se on paras tapa ehkäistä tekstiilijätteen syntyä vaateteollisuudessa. Second cycle -liiketoimintamallien määritelmä muodostuu kiertotalouden sekä jakamistalouden pääpiirteistä. Kiertotalouden puolelta mallit hyödyntävät huollon ja korjauksen, uudelleenkäytön ja jakelun sekä kunnostuksen ja uudelleenvalmistuksen periaatteita, kun taas jakamistaloudesta hyödynnetään periaatteita alustataloudesta sekä käyttöoikeustaloudesta. Second cycle -liiketoimintamallien ytimessä on tuotteen käyttöikä pidentäminen uudelleenkäytön, korjaamisen ja vuokrauksen keinoin sekä vajaan käytössä olevien resurssien tehokkaampi hyödyntäminen. Avainasemassa on myös erilaiset digitaaliset alustat, joiden avulla käytettyjä vaatteita saadaan suunnattua uusille käyttäjille.

Työssä todettiin, että Suomen vaateteollisuudesta on mahdollista tunnistaa seitsemän erilaista second cycle -liiketoimintamallia. Työssä tunnistetut second cycle -liiketoimintamallit ovat kivijalkakirpputorit, nettikirpputorit, kumppanuuteen perustuvat nettikirpputorit, alustapohjaiset itsepalvelukirpputorit, vaatelainaamot, vaatteita korjaavat palvelut sekä vaate-merkkien omat kirpputorit. Yhteenvedo eri second cycle -liiketoimintamalleista on koottu taulukkoon 2.

Taulukko 2. Yhteenveto second cycle -liiketoimintamalleista

	Toimintaperiaate	Esimerkkiyritykset Suomessa
Kivijalkakirpputorit	Tarjoaa kuluttajille käytettyjen vaatteiden kaupankäyntipaikan kivijalassa. Yritykset perivät myyntipaikkakohtaisen vuokran ja kokonaismyyntiprovision.	- Relove - Kaivarin Kanuuna
Nettikirpputorit	Tarjoaa kuluttajille käytettyjen vaatteiden kaupankäyntipaikan alustalla. Mahdollisuus palveluun, jossa yritys hoitaa tuotteiden hinnoittelun ja myynnin kuluttajan puolesta. Yritys perii tietyn summan myydystä tuotteesta myyntihintakohtaisesti.	- Rekki - Vähänkäytetty
Kumppanuuteen perustuvat nettikirpputorit	Tarjoaa vaatevalmistajille alustan second hand -kauppaa varten, jolloin verkkokaupassa myydään vain tiettyjen merkkien tuotteita. Myös kuluttajat voivat myydä omia tuotteitaan yritykselle, jolloin heille tarjotaan lahjakorttia kumppanin kauppaan tai myyntihintakohtaista pidätystä.	- Ninyes - Emmy
Alustapohjaiset itsepalvelukirpputorit	Tarjoaa digitaalisen alustan kuluttajille käytettyjen vaatteiden kauppaa varten. Kuluttajat laittavat vaatteet itse myyntiin alustalle. Yritykset perivät myyntiprovision sekä palvelumaksun ostotapahtumakohtaisesti alustan käytöstä.	- Zadaa - Tise
Vaatelainaamot	Tarjoaa kuluttajille vaatteita palveluna kivijalassa sekä alustalla. Yritys myöntää kuluttajalle käyttöoikeuden vaatteisiin maksua vastaan. Vaatelainaamot tarjoavat kertalainoja sekä pidempiaikaisia jäsenyyksiä.	- Vaatepuu - Uhana Dreams
Vaatteita korjaavat palvelut	Tarjoaa kuluttajille palvelua, joissa käyttämättömille vaatteille saadaan uusi hyödyntämiskeino erilaisten korjaus-, muutos- ja mittatilaustöiden avulla. Ompelutyöstä yritykset saavat kertaluontoisen korvauksen tilannekohtaisesti.	- Remake eko- ompelelimo - Globe Hope korjauspalvelu
Vaatemerkkien omat kirpputorit	Yritykset ostavat kuluttajilta oman vaatemerkin tuotteet takaisin ja myyvät niitä omissa second hand -kaupoissa, joko kivijalassa tai alustan kautta. Myydyistä tuotteista annetaan vastineeksi lahjakortteja ja arvoseleitä omiin liikkeisiin.	- Alpa 2nd hand - Polarn O. Pyret Second Hand

Tunnistettujen liiketoimintamallien keskeisimpiä eroavaisuuksia tutkittiin työssä arvolu-pauksien, ansaintalogiikoiden, toimintaympäristöjen sekä elinkaaren pidentämisen kautta.

Havaittiin, että arvolupauksissa kaikki liiketoimintamallit korostavat vastuullisuutta, koska kaikkien mallien päätavoitteena on pidentää tuotteiden käyttöikää. Toinen arvolupauksissa toistuva teema on helppous, sillä nettikirpputorien, kumppanuuteen perustuvien nettikirpputorien ja alustapohjaisten itsepalvelukirpputorien arvolupaukset nojautuvat siihen. Kaupankäyntiä helpottaa erityisesti alustatalouden tarjoamat digitaaliset alustat, joihin monet second cycle -liiketoimintamallit nojaavat. Ansaintalogiikat eroavat jokaisen liiketoimintamallin kohdalla, mutta eniten toisiaan muistuttava ansaintalogiikka on nettikirpputoreilla sekä kumppanuuteen perustuvilla nettikirpputoreilla. Toimintaympäristöjen kohdalla kivijalkakirpputorit ovat ainoa liiketoimintamalli, joka toimii puhtaasti kivijalassa. Nettikirpputorit, kumppanuuteen perustuvat nettikirpputorit ja alustapohjaiset itsepalvelukirpputorit toimivat vastaavasti kokonaan digitaalisella alustalla. Vaatelainaamojen, vaatteita korjaavien palveluiden ja vaatemerkkien omien kirpputorien toimintaympäristöt ovat kivijalassa sekä alustalla. Tutkimuksen perusteella kivijalkakirpputorit, nettikirpputorit, kumppanuuteen perustuvat nettikirpputorit, alustapohjaiset itsepalvelukirpputorit sekä vaatemerkkien omat kirpputorit pyrkivät pidentämään vaatteiden käyttöikää uudelleenkäytön avulla eli omistusoikeutta vaihtamalla, jolloin toiselle käyttämättä jääneet vaatteet pääsevät uuden omistajan kautta uudelleen käyttöön. Vaatelainaamot hyödyntävät vuokrausta sekä korjausta käyttiään pidentämiseen, jolloin vajaassa käytössä olevat resurssit saadaan optimoitua ja samalla kuluttajien kulutustottumuksia pyritään muuttamaan omistusoikeudesta kohti käyttöoikeuksia. Vaatteita korjataan ja huolletaan eri käyttäjien välissä, joka myös pidentää käyttöikää. Vaatteita korjaavat palvelut hyödyntävät myös korjausta pidentääkseen vaateen käyttöikää.

Second cycle -liiketoimintamalleilla on merkittävä rooli vaateteollisuuden kestävyyshaasteisiin vastaamisessa. Niiden avulla voidaan pidentää tuotteiden käyttöikää ja muuttaa kulutustottumuksia kestävämpään suuntaan. Ne myös tarjoavat kuluttajille helppoja väyliä laittaa omat käyttämättömäksi jääneet vaatteet kiertoon, jolloin tuetaan kiertotaloutta. Second cycle -liiketoimintamalleihin pyrkiminen on järkevää yritysten näkökulmasta, koska samoista resursseista voidaan ansaita useaan kertaan ja tätä kautta on mahdollista saavuttaa myös kustannussäästöjä. Koska vaateteollisuuden ala on tällä hetkellä murroksessa, tulee second cycle -liiketoimintamalleja nousemaan markkinoille tulevaisuudessa yhä enemmän. Suomessa esimerkiksi Suomen itsenäisyyden juhlarahasto Sitra tukee kehityshankkeita, joiden tavoitteena on luoda uusia kiertotalouden liiketoimintamalleja vaateteollisuuden alalle. Uusien second cycle -liiketoimintamallien kautta myös työssä esitelty liiketoimintamallien jaottelu tulee todennäköisesti muuttumaan tulevaisuudessa.

6 LÄHTEET

Acquier, A., Daudigeos, T. & Pinkse, J. 2017. Promises and paradoxes of the sharing economy: An organizing framework. *Technological forecasting & social change*. 1251–10.

Aistrich, M. 2015. Miten tekstiiliala voi kasvaa kohti kiertotaloutta? [Verkkodokumentti]. [Viitattu 24.3.2022]. Saatavilla: <https://www.sitra.fi/uutiset/miten-tekstiiliala-voi-kasvaa-kohti-kiertotaloutta/>

Alpa. 2022. Alpa 2nd Hand -ohjeet. [Verkkodokumentti]. [Viitattu 6.4.2022]. Saatavilla: <https://alpa.fi/tuote/alpa-2nd-hand-ohjeet/>

Asunta, A. 2021. Zadaa – Secondhand Mobiilissa. [Verkkodokumentti]. [Viitattu 26.3.2022]. Saatavilla: <https://esseepankki.proakatemia.fi/zadaa-seconhand-mobiilissa/>

Bocken, N.M.P., Short, S.W., Rana, P. ja Evans, S. 2014. A literature and practice review to develop sustainable business model archetypes. *Journal of cleaner production*. 6542–56.

Bocken, N. M. P., de Pauw, I., Bakker, C. & van der Grinten, B. 2016. Product design and business model strategies for a circular economy. *Journal of Industrial and Production Engineering*. Vol. 33, No. 5, 308-320.

Dahlbo, H., Aalto, K., Eskelinen, H. & Salmenperä, H. 2017. Increasing textile circulation—Consequences and requirements. *Sustainable Production and Consumption*. 944–57.

Delchet-Cochet, K. 2020. *Circular Economy: From Waste Reduction to Value Creation*. Newark: John Wiley & Sons, Incorporated.

Ellen MacArthur Foundation. 2013. *Towards the Circular Economy Vol.1*. [Verkkodokumentti]. [Viitattu 31.1.2022] Saatavilla: <https://emf.thirdlight.com/link/x8ay372a3r11-k6775n/@/preview/1?o>

Ellen MacArthur Foundation. 2017. *A New Textiles Economy: Redesigning Fashion’s Future* [Verkkodokumentti]. [Viitattu 10.2.2022] Saatavilla: <https://emf.thirdlight.com/link/2axvc7eob8zx-za4ule/@/preview/1?o>

Emmy 2022a. Myyjäehdot. [Verkkodokumentti]. [Viitattu 28.3.2022] Saatavilla: <https://store.emmy.fi/pages/myyjainfo-myyjaehdot>

Emmy 2022b. Anna lempivaatteillesi uusi elämä. [Verkkodokumentti]. [Viitattu 6.4.2022] Saatavilla: <https://store.emmy.fi/pages/reima>

Globe Hope. 2022. Annoit Globe Hope -tuotteesi materiaalille uuden mahdollisuuden, joten miksi et antaisi myös tuotteellesi? [Verkkodokumentti]. [Viitattu 5.4.2022] Saatavilla: <https://globehope.fi/pages/ilmainen-korjauspalvelu>

Holopainen, H. 2021. Yhdeksässä Pohjois-Suomen kunnassa alkaa poistotekstiilien keräyskokeilu jo ensi vuonna – kuntia Pohjois-Pohjanmaalta ja Lapista. [Verkkodokumentti]. [Viitattu 14.2.2022]. Saatavilla: <https://yle.fi/uutiset/3-12220379>

Johansson, K. 2007. Systemaattinen kirjallisuuskatsaus ja sen tekeminen. Turku: Turun yliopisto.

Kaivarin Kanuuna. 2022. Ajankohtaista. [Verkkodokumentti]. [Viitattu 24.3.2022] Saatavilla: <http://kaivarinkanuuna.fi/ajankohtaista/>

Kirchherr, J., Reike, D. & Hekkert, M. 2017. Conceptualizing the circular economy: An analysis of 114 definitions. *Resources, Conservation & Recycling*. Vol 127. s.221-232

Koszevska, M. 2018. Circular Economy — Challenges for the Textile and Clothing Industry. *AUTEX Research Journal*. 18 (4), 337–347.

Kulmala, A. & Lehtinen, A. 2021. Tässä ne ovat – 41 kiinnostavaa kiertotalousyritystä Suomesta. [Verkkodokumentti]. [Viitattu 22.3.2022]. Saatavilla: <https://www.sitra.fi/artikkelit/tassa-ne-ovat-41-kiinnostavaa-kiertotalousyritysta-suomesta/>

Laukkanen, M., Huiskonen, J. & Koivuniemi, J. 2013. Kestävät liiketoimintamallit 2030. Lappeenranta University of Technology.

Laukkanen, M. 2019. Sustainable business models for advancing system-level sustainability. Lappeenranta: Lappeenranta-Lahti University of Technology LUT.

Laukkanen, M. & Tura, N. 2020. The potential of sharing economy business models for sustainable value creation. *Journal of cleaner production*. 253120004–.

Levón, S. 2022. Kiertotalous. [Verkkodokumentti]. [Viitattu 8.2.2022]. Saatavilla: <https://www.stjm.fi/toiminta-alueemme/vastuullisuus/kiertotalous/>

- Lieder, M. & Rashid, A. 2016. Towards circular economy implementation: a comprehensive review in context of manufacturing industry. *Journal of cleaner production*. 11536–51.
- Linder, M. & Williander, M. 2017. Circular Business Model Innovation: Inherent Uncertainties. *Business strategy and the environment*. 26 (2), 182–196.
- Lüdeke-Freund, F., Gold, S. & Bocken, N. M. P. 2019. A Review and Typology of Circular Economy Business Model Patterns. *Journal of industrial ecology*. 23 (1), 36–61.
- Magretta, J. 2002. Why Business Models Matter. *Harvard Business Review*. Vol 80, nro. 5, s. 3-8.
- Mentink, B. 2014. Circular Business Model Innovation: A process framework and a tool for business model innovation in a circular economy.
- Muñoz, P. & Cohen, B. 2017. Mapping out the sharing economy: A configurational approach to sharing business modeling. *Technological forecasting & social change*. 12521–37.
- Muthu, S. S. 2019. *Fast Fashion, Fashion Brands and Sustainable Consumption*. 1st ed. 2019. Singapore: Springer Singapore.
- Ninnes. 2022. Meistä. [Verkkodokumentti]. [Viitattu 28.3.2022]. Saatavilla: <https://ninnes.fi/pages/meista>
- Osterwalder, A., Pigneur, Y., Clark, T., Smith, A. & Pilj, P. 2010. *Business model generation: a handbook for visionaries, game changers, and challengers*. Hoboken, New Jersey: Wiley.
- Pentikäinen, E. 2016. Kirppisvaatteista jää joskus vain hintalappu – Kannattaako arvotavaraa edes viedä myyntiin? [Verkkodokumentti]. [Viitattu 22.4.2022]. Saatavilla: <https://yle.fi/uutiset/3-8953941>
- Polarn O. Pyret. 2022a. Osta ja myy -sivun käyttöehdot. [Verkkodokumentti]. [Viitattu 6.4.2022]. Saatavilla: <https://www.polarnopyret.fi/osta-ja-myy-ehdot>
- Polarn O. Pyret. 2022b. PO.P Second Hand. [Verkkodokumentti]. [Viitattu 6.4.2022]. Saatavilla: <https://www.polarnopyret.fi/pop-cares/vaatteiden-kayttoika/pop-second-hand>
- Rekki. 2022. Aloita myynti. [Verkkodokumentti]. [Viitattu 27.3.2022]. Saatavilla: <https://rekki.fi/aloita-myynti/>

Relove. 2022. Varaa myyntipaikkasi. [Verkkodokumentti]. [Viitattu 24.3.2022]. Saatavilla: <https://www.relove.fi/page/4/varaa-myyntipaikkasi>

Remake. 2022. Kun tarvitset ompelua – saat sen meiltä kolmella tavalla. [Verkkodokumentti]. [Viitattu 5.4.2022]. Saatavilla: <https://www.remake.fi/ekoompelimo.html>

Rotonen, J. 2020. Second Hand -aarteita sovelluksen täydeltä. [Verkkodokumentti]. [Viitattu 28.3.2022]. Saatavilla: <https://pupulandia.fi/2020/11/24/second-hand-aarteita-sovelluksen-taydelta/>

Schaltegger, S., Lüdeke-Freund, F. & Hansen, E. G. 2012. Business cases for sustainability: The role of business model innovation for corporate sustainability. *International Journal of Innovation and Sustainable Development*, vol. 6, no. 2, pp. 95-119.

Shirvanimoghaddam, K., Motamed, B., Ramakrishna, S. & Naebe M. 2020. Death by waste: Fashion and textile circular economy case. *The Science of the total environment*. 718137317–137317.

Sitra 2014. Sitran selvityksiä 84: Kiertotalouden mahdollisuudet Suomelle. [Verkkodokumentti]. [Viitattu 31.1.2022]. Saatavilla: <https://media.sitra.fi/2017/02/23221555/Selvityksia84.pdf>

Sitra 2015. Käyttämättömät vaatteet kiertoon vaikka vieraan päällä. [Verkkodokumentti]. [Viitattu 21.3.2022]. Saatavilla: <https://www.sitra.fi/blogit/kayttamattomat-vaatteet-kiertoon-vaikka-vieraan-paalla/>

Steele, V. & Major, J. 2020. Fashion Industry. [Verkkodokumentti]. [Viitattu 21.4.2022]. Saatavilla: <https://www.britannica.com/art/fashion-industry>

Teece, D. J. 2010. Business Models, Business Strategy and Innovation. *Long range planning*. 43 (2), 172–194.

Tise. 2022. This is how it works. [Verkkodokumentti]. [Viitattu 25.3.2022]. Saatavilla: <https://tise.com>

Uhana Dreams. 2022. Näin palvelu toimii. [Verkkodokumentti]. [Viitattu 29.3.2022]. Saatavilla: <https://uhanadreams.com/pages/nain-palvelu-toimii>

Uusitalo, K. 2021. Tekstiilien kiertotalouteen pannaan nyt paljon paukkuja – suomalaisyritys tekee vanhoista farkuista uusiokuitua, joka voisi korvata puuvillaa. [Verkkodokumentti]. [Viitattu 14.2.2022]. Saatavilla: <https://yle.fi/uutiset/3-11916088>

Vaatepuu. 2022. Lainaamo. [Verkkodokumentti]. [Viitattu 29.3.2022]. Saatavilla: <https://vaatepuu.fi/tarina/lainaamo/>

Vähänkäytetty, 2022a. Aloita myyminen. [Verkkodokumentti]. [Viitattu 27.3.2022]. Saatavilla: <https://vahankaytetty.fi/aloita-myyminen#miten-voin-myyda>

Vähänkäytetty, 2022b. Tietoa meistä. [Verkkodokumentti]. [Viitattu 28.3.2022]. Saatavilla: <https://vahankaytetty.fi/tietoa-meista>

Zadaa. 2022. Meistä. [Verkkodokumentti]. [Viitattu 25.3.2022]. Saatavilla: <https://zadada.co/fi/meista/>