



## **KULUTTAJILLE SUUNNATUT UUELLEENKÄYTÖN PALVELUT JA NIIDEN KEHITTÄMINEN**

Consumers' reuse services and their improvement

Lappeenrannan–Lahden teknillinen yliopisto LUT

Ympäristötekniikan kandidaatintyö

2022

Minna Kortesalmi

Tarkastaja: professori TkT Mika Horttanainen

Ohjaaja: apulaisprofessori TkT Jouni Havukainen

## TIIVISTELMÄ

Lappeenrannan–Lahden teknillinen yliopisto LUT

LUT Energiajärjestelmät

Ympäristötekniikka

Minna Kortesalmi

### **Kuluttajille suunnatut uudelleenkäytön palvelut ja niiden kehittäminen**

Ympäristötekniikan kandidaatintyö

2022

49 sivua, 8 kuvaa, 2 taulukkoa ja 3 liitettä

Tarkastaja: Professori TkT Mika Horttanainen

Ohjaaja: Apulaisprofessori TkT Jouni Havukainen

Avainsanat: uudelleenkäyttö, kuluttajat, kiertotalous

Tämän kandidaatintyön tavoitteena oli tarkastella kotitalouksille suunnattuja uudelleenkäytön palveluita Suomessa ja kansainvälisesti. Suomen palveluista esiin nostettiin erikseen Joensuun palvelut. Tarkoituksena oli selvittää, mitä uudelleenkäytön palveluita tällä hetkellä on, kuinka paljon niitä käytetään ja miten niitä voisi kehittää. Työn kokeellisessa osuudessa tehtiin joensuulaisille kysely, jossa selvitettiin joensuulaisten uudelleenkäyttöaktiivisuutta, sekä sitä, miten he kehittäisivät uudelleenkäytön palveluita. Tutkimus toteutettiin monimenetelmäisenä tutkimuksena, jossa oli sekä kvantitatiivinen että kvalitatiivinen osuus.

Tällä hetkellä suuri osa uudelleenkäytön palveluista on perinteisiä kirpputoreja ja kierrätyskeskuksia sekä verkossa toimivia palveluita. Yrityksillä on lisäksi takaisinosto- ja jälleenmyyntipalveluita, vuokrauspalveluita sekä korjattujen tuotteiden jälleenmyyntiin liittyviä palveluita. Joensuulaiset kuluttajat käyttävät palveluita melko vähän. Uudelleenkäytön palvelut kohtaavat vielä haasteita, mutta niillä on potentiaalinen mahdollisuus kehittyä. Parantunut asenneilmapiiri helpottaa käytettyjen tuotteiden myymistä. Teknologia mahdollistaa uusien sähköisten palveluiden ja sovellusten kehittämisen. Parantamalla logistiikkaa saadaan tuote helpommin sen potentiaalisen käyttäjäryhmän saataville. Kyselyyn vastanneet kehittäisivät uudelleenkäytön palveluita lisäksi muun muassa markkinoimalla palveluita enemmän, siistimällä perinteisiä liikkeitä sekä valmistamalla laadukkaampia tuotteita, jotka kestävät uudelleenkäyttöä.

## ABSTRACT

Lappeenranta–Lahti University of Technology LUT

School of Energy Systems

Environmental Technology

Minna Kortesalmi

### **Consumers' reuse services and their improvement**

Bachelor's thesis

2022

49 pages, 8 figures, 2 tables and 3 appendices

Examiner: Professori D.Sc. (Tech.) Mika Horttanainen

Supervisor: Associate professor D.Sc. (Tech.) Jouni Havukainen

Keywords: reuse, consumers, circular economy

The aim of this bachelor's thesis was to examine reuse services available to consumers and households in Finland and internationally. For Finland, Joensuu area services specifically were studied. The intention of this thesis was to figure out what reuse services are currently available, how much they are used and how they could be further developed. The experimental part of this thesis was done by surveying people living in Joensuu on their reuse activities and how they would develop reuse services. The study was a mixed methods study, containing both a quantitative and a qualitative part.

Currently a majority of the available reuse services are either traditional thrift stores, reuse centers or online services. Some businesses also have buyback and resale services, rental services, and repaired products reselling services. Consumers in Joensuu use these services relatively little. Reuse services face some challenges, but they have potential room to develop. Improvements in attitudes have helped the resale of used products. New apps and online services have become available due to advancements in technology. Improving logistics is key to guaranteeing that the product meets its potential users. The replies to questionnaire indicate that improvement can be facilitated by better advertising the services, cleaner stores and by manufacturing quality products, that can last the entire reuse lifecycle.

## Sisällysluettelo

Tiivistelmä

Abstract

1. Johdanto.....	5
2. Uudelleenkäytön palvelut.....	7
2.1. Uudelleenkäytön palvelut kansainvälisesti.....	7
2.2. Uudelleenkäytön palvelut Suomessa.....	9
2.3. Uudelleenkäytön palvelut Joensuussa.....	12
3. Uudelleenkäytön palveluiden haasteet.....	14
4. Uudelleenkäytön palveluiden mahdollisuudet.....	16
5. Aiemmat tutkimukset.....	18
6. Tutkimusmenetelmät.....	23
7. Tulokset.....	26
8. Pohdinta.....	37
9. Yhteenveto.....	42
Lähteet.....	44

Liitteet

Liite 1. Kyselytutkimuspohja

Liite 2. Studentin t-jakauman likiarvot

Liite 3. Perinteisten kirpputorien käyttö eri vastaajaryhmillä

# 1. Johdanto

Nykyisellä kulutuksella maailman luonnonvarat hupenevat ja aiheuttavat kestävyyskriisin. Raaka-aineiden hinnat nousevat ja niiden saatavuus heikkenee. Kiertotalous pyrkii vastaamaan kriisiin siten, että jätettä ei enää synny vaan kaikki raaka-aineet kiertävät aina uudelleen käyttöön. Kiertotalouden ajatuksena on, että jo tuotteen suunnitteluvaiheessa tuote suunnitellaan niin, että se on käytettävissä uudelleen tai ainakin kierrätettävissä. (Sitra 2014, 1.) Uudelleenkäyttö on tärkeä osa kiertotaloutta. Uudelleenkäytöllä tarkoitetaan tuotteen tai sen osien käyttöä uudelleen samassa tarkoituksessa, mihin se on valmistettu (Jätelaki 6 §). Uudelleenkäyttöä kehittämällä voidaan vaikuttaa jätteen syntyyn ja luoda kestävämpää maailmaa.

Uudelleenkäytön palveluissa on vielä kehitettävää. Uudelleenkäyttöä on palveluiden näkökulmasta myös tutkittu Suomessa melko vähän. Suomen ympäristökeskus julkaisi vuonna 2018 raportin uudelleenkäytöstä ja sen edistämisestä. Raportin mukaan tällä hetkellä toimijoina ovat erilaiset kirpputorit ja kierrätyskeskukset sekä verkossa toimivat uudelleenkäytön palvelut. Lisäksi uudelleenkäyttöä edistävät erilaiset tuotteiden korjauspalvelut. Yritykset ovat myös lisänneet palveluihinsa muun muassa palautus- ja jälleenmyyntitoimintaa, korjaus- ja huoltoneuvontaa sekä tuotteiden vuokraukseen liittyviä palveluita. (Eskelinen ym. 2018, 3, 28.) Suunta on siis hyvä, mutta lisätutkimukset hyödyntäisivät palveluiden kehittämistä.

Tämän kandidaatintyön tarkoituksena on tarkastella kotitalouksille tarkoitettuja uudelleenkäytön palveluita. Tavoitteena on selvittää, millaisia uudelleenkäytön palveluita sekä kansainvälisesti että Suomessa on. Suomen palvelut käydään tarkemmin läpi ja niistä nostetaan esiin Joensuun uudelleenkäytön palvelut, koska aikaisempi tutkimus on kattanut vain isompia kaupunkeja. Työssä keskitytään palveluiden osalta vaatteisiin, huonekaluihin ja elektroniikkaan. Työn keskeisinä tutkimuskysymyksinä ovat:

- Mitä uudelleenkäytön palveluita kuluttajille tällä hetkellä on?
- Kuinka paljon uudelleenkäytön palveluita käytetään?
- Kuinka uudelleenkäytön palveluita voisi kehittää?

Osana työtä tehtiin joensuulaisille kyselytutkimus, jossa selvitettiin joensuulaisten uudelleenkäyttöaktiivisuutta ja sitä, miten he kehittäisivät uudelleenkäytön palveluita. Kyselytutkimus toteutettiin monimenetelmäisenä tutkimuksena, jossa oli sekä kvantitatiivinen että kvalitatiivinen osa. Pohdintaosio kokoaa yhteen teorian tiedon, aikaisemmin aiheesta tehdyt tutkimukset ja kyselystä saadut tulokset.

## 2. Uudelleenkäytön palvelut

Uudelleenkäyttö tarkoittaa tuotteen tai jonkin sen osan käyttämistä uudelleen siinä tarkoituksessa, mihin se on alun perin valmistettu (Jätelaki 6 §). Suomen kielessä käytetään usein termiä kierrätys, vaikka tarkoitetaan uudelleenkäyttöä. Tavalliselle kuluttajalle termi uudelleenkäyttö ei välttämättä kerro mitään. (Lettenmeier 1994, 17.) Jätelain 6 §:n mukaan kierrätys on kuitenkin jätteeksi päätyneen tuotteen valmistusta uudelleen tuotteeksi, materiaaliksi tai aineeksi alkuperäiseen tai muuhun käyttöön. Uudelleenkäyttöön päätyy vaatteista ja kengistä, huonekaluista, urheiluvälineistä ja elektroniikasta Suomen ympäristökeskuksen selvityksen mukaan keskimäärin noin 56 000 tonnia vuodessa. Tämä määrä on vain noin 2 % yhdyskuntajätteen määrästä. (Eskelinen ym. 2018, 18.) Määrä on pieni, joten uudelleenkäyttöä on mahdollista ja tarpeellista vielä kehittää.

Uudelleenkäytön palvelut toimivat uudelleenkäytön edistäjinä muun muassa toimimalla myyntialustoina tai myymällä, korjaamalla ja välittämällä eteenpäin jo käytettyjä tuotteita. Tässä luvussa käydään läpi tämänhetkisiä uudelleenkäytön palveluita esimerkkiyritysten kautta kansainvälisillä markkinoilla ja Suomessa sekä otetaan lähempään tarkasteluun Joensuu. Pääpaino on vaatteisiin, huonekaluihin ja elektroniikkaan liittyvissä yrityksissä.

### 2.1. Uudelleenkäytön palvelut kansainvälisesti

Kansainvälisillä markkinoilla ja Suomessa on paljon samankaltaisia uudelleenkäytön palveluita, mutta joitakin palveluita on muissa maissa kehitetty hieman Suomea pidemmälle. Esimerkiksi pikamuodin osalta eurooppalainen muotiketju Lindex on kehittänyt toimintaansa niin, että vastaanottaa käytettyjä vaatteita ja välittää tekstiilit yhteistyökumppanilleen, Suomessa Reccille, joka myy hyväkuntoiset tuotteet uudelleen. Myyntiin kelpaamaton tekstiili kierrätetään. (Lindex 2022a.) Ruotsissa ja Norjassa Lindexillä on jo pienimuotoista omaa second hand -toimintaa (Lindex 2022b). Toinen esimerkki on verkkokauppa Zalando, joka myy käytettyjä tuotteita pre-owned-mallistonsa kautta (Zalando 2022).

Trove on kalifornialainen yritys, joka tarjoaa muille yrityksille alustan ostaa takaisin ja myydä uudelleen yrityksen käytettyjä tuotteita. Troven kautta yritys saa tarvittavan teknologian ja logistiikan helpottaakseen tuotteidensa jälleenmyyntiä. Yritys on tehnyt yhteistyötä esimerkiksi Patagonian kanssa. (Ellen MacArthur Foundation 2022.)

Yhdysvaltalainen Patagonia myy vaatteita ulkoiluun ja vapaa-aikaan. Patagonia uskoo, että tuotteet on tehty kestäväksi. Jos jokin Patagonian tuote menee rikki, asiakas saa lähettää tuotteen vain postimaksun hinnalla korjattavaksi. Jos tuotteelle ei ole enää käyttöä, Patagonialla on takaisinostopalvelu, jonka kautta sen tuotteita voi palauttaa, jolloin se laittaa ne jälleen myyntiin. Tuotteessa saa olla pieniä käytön jälkiä. Palautuksesta saa tuotteen kunnan mukaan arvoa, jolla voi ostaa tuotteita Patagonialta. (Patagonia 2022.)

Meublowski on hollantilainen kahden hengen pienyritys, joka kunnostaa ja myy käytettyjä huonekaluja. Se tarjoaa myös kunnostuspalveluja asiakkaiden huonekaluille sekä sisustussuunnittelua asiakkaalla jo olevista tuotteista. (Meublowski 2022.) Yritys on pieni, mutta liiketoimintamalli voisi toimia isommassakin mittakaavassa.

Tech-Takeback kertoo olevansa brittiläinen voittoa tavoittelematon yritys, joka haluaa edistää kiertotaloutta keräämällä kuluttajilta elektroniikkaa, huoltamalla ja päivittämällä ne sekä myymällä ne eteenpäin. Yritys kerää kaikkia vanhoja pieniä sähkölaitteita. Jos niitä ei pysty korjaamaan, yritys lähettää ne edelleen jollekin kierrätyskumppanilleen, joka voi hyödyntää laitteen materiaalin. Palveluja on myös yritysasiakkaille. (Tech-Takeback 2022.)

Backmarket on ranskalainen verkkopalveluyritys, jonka kautta yritykset voivat myydä ja kuluttaja ostaa käytettyä elektroniikkaa. Älypuhelimien ja tietokoneiden lisäksi sen kautta voi ostaa esimerkiksi käytettyjä kodinkoneita. Yrityksen tavoitteena on pidentää laitteiden käyttöikää ja vähentää laitteiden ylituotantoa ja haittavaikutuksia. BackMarket pyrkii varmistamaan, että yritykset myyvät laadukkaita, hyvin kunnostettuja tuotteita. (BackMarket 2022).

## 2.2. Uudelleenkäytön palvelut Suomessa

Suomessa isoimmat toimijat uudelleenkäytön palveluissa kotitalouksille ovat kirpputorit, kierrätyskeskukset ja verkossa toimivat sähköiset osto- ja myyntipalvelut kuten Tori.fi. Pienempiä toimijoita ovat esimerkiksi yritysten korjaus- ja uudelleenmyyntipalvelut. (Eskelinen ym. 2018, 9–10.) Kirpputoreilla kuluttaja voi myydä omia tuotteitaan maksaen toimijalle paikan vuokrauksesta. Osalle toimijoista voi lahjoittaa tuotteita, jolloin toimijat hoitavat myynnin ja saavat tuoton itselleen. Pienimuotoista kirpputoritoimintaa voivat olla esimerkiksi kirpputoritapahtumat ja pihakirppikset. Lisäksi käytettyjä tuotteita myyvät antikvariaatit ja vintage-liikkeet. Suomen ympäristökeskuksen (Eskelinen ym. 2018) tekemän tutkimuksen mukaan Suomen kuudessa suurimmassa kaupungissa on noin 208 perinteistä kirpputoria. Laskennasta on jätetty pois ilman välikäsiä tapahtuva pienimuotoinen toiminta. (Eskelinen ym. 2018, 17.) Tästä voidaan päätellä, että koko Suomen alueella kirpputoreja on jopa tuhansia.

Pääkaupunkiseudulla (Helsinki, Vantaa, Espoo, Kauniainen) on Suomessa laajin valikoima erilaisia kirpputoreja. Suuret valtakunnalliset toimijat, kuten UFF ja Fida, ovat pääkaupunkiseudulla suuremmissa osassa kuin muussa maassa. Toiminta on muutenkin aktiivisempaa. Muualla on enemmän pienempiä yksityisiä toimijoita, toki niitä löytyy myös pääkaupunkiseudulta. (Eskelinen ym. 2018, 18.)

Tilastokeskuksen (2020) mukaan vuonna 2019 suomalaisista kotitalouksista 72 % oli ostanut kirpputoreilta tai huutokaupasta jotain. 59 % oli ostanut perinteiseltä kirpputorilta tai huutokaupasta, 45 % internet-kirpputoreilta tai nettihuutokaupasta ja 32 % yhteisöpalveluiden, kuten sosiaalisen median kirpputoreilta. Myyminen kirpputoreilla on harvinaisempaa. Vuonna 2019 perinteisellä kirpputorilla myyneitä oli 31 %, netissä 33 % ja yhteisöpalveluissa 26 %. Eniten kirpputoreilla myytiin vaatteita ja kenkiä. (Tilastokeskus 2020.)

Verkossa toimivat palvelut (nettikirpputorit, sähköiset osto- ja myyntialustat sekä sosiaalisen median palvelut) ovat merkittävässä roolissa uudelleenkäytön palveluissa (Eskelinen ym. 2018, 18). Erilaisia vaihtoehtoja myymiseen ja ostamiseen löytyy internetistä valtavasti. Fiksukuluttaja.fi on vertailut seitsemää yleistä palvelua. Vähänkäytetty.fi on nettikirpputori, jossa myydään naisten, miesten ja lasten vaatteita sekä lastentarvikkeita, kirjoja ja harrastusvälineitä. Emmy on vastaava paikka vaatteiden myyntiin, mutta myydä voi vain tiettyjä vaatemerkkejä. Rekki ostaa käytetyt vaatteet kuluttajalta ja myy ne eteenpäin tai antaa hyväntekeväisyyteen. Facebook Marketplace on myyntialusta Facebookissa, jossa voi myydä mitä vain. Myynti Facebookissa tapahtuu suoraan kuluttajien välillä. Facebookissa toimii myös useita erilaisia kirpputoriryhmiä, joissa voidaan käydä kauppaa tai antaa ilmaiseksi tuotteita. Huuto.net ja Tori.fi ovat netissä toimivia kauppaa-alustoja, joilla kuluttaja voi myydä ja ostaa lähes mitä tahansa suoraan ilman välikäsiä. Zadaa on ladattava sovellus, joka keskittyy lasten ja naisten muotiin. Zadaa toimii myös Saksassa ja Tanskassa. Facebookissa, Tori.fissä ja Huuto.netissä myyjät saavat myynnistä koko myyntisumman itselleen, mutta muissa palveluissa myymisestä veloitetaan jokin hinta. Nettikirpputorit tarjoavat usein myös helpomman myymisen palveluita, jolloin myyjä joutuu tekemään myymisen eteen vähemmän, mutta saa myös vähemmän tuottoa. (Fiksukuluttaja.fi.)

Jotkut yritykset ostavat tai ottavat vastaan kuluttajilta omia käytettyjä vaatteitaan, huoltavat ne ja laittavat myyntiin omilla kanavillaan. Esimerkiksi suomalaisella yrityksellä Alpalla on oma second hand -palvelunsa (Alpa 2022). Toinen suomalainen yritys, Arela, tekee tätä samaa (Arela 2022). Nämä yritykset ovat kuitenkin suuntautuneet enemmän luksusmuotiin, eivätkä kohdistu niin suureen asiakasryhmään. Pikamuotiketjuille tämäntyyppinen toiminta voi vaikuttaa kannattamattomalta, sillä palveluiden lisäämisestä muodostuu lisäkuluja ja tuotteiden laatu ei välttämättä riitä uudelleenmyyntiin. (Eskelinen ym. 2018, 28.)

Globe Hope valmistaa tuotteensa kierrätysmateriaaleista, minkä lisäksi sillä on uudelleenkäytön palvelu, jossa Globe Hopelta ostetut hyväkuntoiset tuotteet voi lähettää takaisin ja se myy tuotteet eteenpäin. Korvauksena tuotteesta asiakas saa lahjakortin yritykselle. Tuotteesta hyvitetään asiakkaalle 50 % tai 70 % riippuen tuotteen arvioidusta jälleenmyyntihinnasta. (Globe Hope 2022.)

Vastaavaa palvelua tarjoaa Varusteleka, joka on armeijajalijäämään ja ulkoiluun keskittynyt erikoisliike Helsingissä. Varustelekan palvelut ovat saatavilla myös verkossa. Sillä on kiertotalousjärjestelmä Kierto, jonka avulla se haluaa taata tuotteilleen mahdollisimman pitkän elinkaaren. Kierto-palautuksista asiakas saa 50 % tai 20 % tuotteen hinnasta takaisin krediitteinä, joita voi hyödyntää uusien tai käytettyjen Varustelekan tuotteiden hankintaan. Tämä toiminta on mahdollista niille tuotteille, joiden Varusteleka uskoo kestävän käyttöä aina uudelleen ja uudelleen. (Varusteleka 2022.)

Vaatteisiin liittyvää uudelleenkäytön palvelua toteuttaa myös vaatelainaamo Vaatepuu. Sen toimintaperiaatteena on ”lainata” vaatteita kuluttajien käyttöön joko yksittäisenä lainauskertana tai kuukausilainana. Asiakkaat maksavat jäsenyydestä ja saavat jäsenyyspisteillä lainata vaatteita. Näin tuotetta ei tarvitse ostaa vaan sen saa itselleen tarvitsemakseen ajaksi. Lainaamossa on lainattavana erilaisten brändien mallikappaleita, kuvausvaatteita tai kakkoslaatuisia tuotteita. Lainaamossa on lainaamisen lisäksi mahdollisuus ostaa käytettyjä vaatteita. Yrityksellä on myös vaatteiden korjaus- ja myyntipalvelua. (Vaatepuu 2022.)

Elektroniikan osalta uudelleenkäyttöä edistää muun muassa Swappie, joka ostaa, huoltaa ja myy kuluttajien älypuhelimia. Puhelimen voi lähettää lähetystarran avulla tai postitse Swappielle tai viedä sen suoraan liikkeeseen. Swappie tarkistaa puhelimen, maksaa siitä kunnan mukaan myyjälle, huoltaa ja laittaa uudelleen myyntiin seuraavalle omistajalle. Swappiella asioidessa toiminta on helppoa eikä asiakkaan tarvitse pelätä huijauksia. (Swappie 2022.) Swappie ostaa ja myy vain iPhoneja. Swappien lisäksi elektroniikkapalveluihin kuuluu esimerkiksi Taitonetti.fi. Taitonetti.fi on verkkokauppa, jossa myydään käytettyjä tietokoneita, kannettavia, pöytäkoneita ja pelikoneita. Sillä on Oulussa toimipiste, jonka kautta toiminta tapahtuu. Toimipisteessä myös huolletaan asiakkaiden koneita. (Taitonetti.fi 2022.)

Käytettyjä huonekaluja myydään kirpputoreilla ja kierrätyskeskuksissa, mutta suuri osa myynnistä tapahtuu internetin kautta (Tilastokeskus 2020). Käytettyjen huonekalujen myyntiin on erilaisten sähköisten osto- ja myyntialustojen lisäksi toimijoita, jotka hoitavat myyntiprosessin kuluttajan puolesta. Esimerkiksi Mjuk toimii siten, että myyjä täyttää myyntikyselyn ja Mjuk antaa sen pohjalta tarjouksen, noutaa, puhdistaa, kuvaa ja myy huonekalun eteenpäin. Tällä hetkellä Suomessa noutomahdollisuus on pääkaupunkisudulla ja sen lähialueella, Tampereella ja Turussa. Mjukan kautta ei voi myydä sänkyjä, kodinkoneita tai hyvin suurikokoisia huonekaluja. (Mjuk 2022.)

Kuluttajien on myös mahdollista ostaa yritysten tai kuntien käytettyjä kalusteita. Helsingin kaupungissa toimiva Pakilan työkeskus kunnostaa kaupungin käytöstä poistamia kalusteita, ja niitä on mahdollista ostaa työkeskuksen yhteydessä olevasta kalustemyymälästä (Pakilan työkeskus 2022).

Pääkaupunkiseudun Kierrätyskeskus Oy:lla on Plan B -mallisto, jossa hyödynnetään materiaalien ja tuotteiden osien uudelleenkäyttöä. Mallistossa on valmistettu vaatteita ja asusteita kankaista, joita ei ole voitu tahrojen tai reikien vuoksi laittaa suoraan myyntiin. Huonekaluja on valmistettu muun muassa matkalaukuista, vanhoista liikennemerkeistä tai urheiluvälineistä. Esimerkkinä lumilauta on liitetty pirtinpenkin runkoon, jolloin muodostuu lumilautapenkki. (Kierrätyskeskus 2022.)

### 2.3. Uudelleenkäytön palvelut Joensuussa

Joensuussa on noin 20 kirpputoria. Osa kirpputoreista on hyvin pieniä toimijoita. Ne ovat auki esimerkiksi vain kesällä tai ovat osa asukasyhdistysten, pienten järjestöjen tai seurakuntien toimintaa. (kirppikset.info 2022.) Joensuussa toimii yksi kaupungin ylläpitämä kierrätyskeskus. Enossa, joka kuuluu nykyään Joensuuhun, on toinen. (Joensuun kaupunki 2022.) Suurimmat kirpputorit ovat valtakunnalliset toimijat Fida ja SPR:n Kontti, paikallisia isompia toimijoita ovat Ekokirppis, Easykirppis ja Valintakirppis.

Käytettyä elektroniikkaa ja elektroniikkaosia myyvät ja laitteita huoltavat valtakunnalliset puhelinhuoltamot Fonum ja iTapsa. Paikallisia toimijoita Joensuussa ovat muun muassa AHaa Elektroniikka, Elektroschemeikka ja Karjalan Datahuolto. AHaa Elektroniikka myy uusia valokuvaus-, tietokone- ja elektroniikkatarvikkeita, mutta sillä on myös myynnissä käytettyjä yrityskannettavia (AHaa Elektroniikka). Elektroschemeikka keskittyy tietokoneisiin. Se myy, huoltaa, korjaa ja päivittää tietokoneita, ja sieltä on mahdollista ostaa oheislaitteita. Uudelleenkäyttöä Elektroschemeikka edistää myymällä käytettyjä tietokoneita. (Elektroschemeikka 2022.) Karjalan Datahuolto kuuluu valtakunnalliseen Datagroup-ketjuun, ja sen toimintaan kuuluu erilaisten laitteiden huolto, mutta myös käytetyn elektroniikan myynti (Karjalan Datahuolto 2022).

Joensuussa muita uudelleenkäytön palveluita edustavat antikvariaatti Antikva Eetu (Antikvaarinen Kirjakauppa Ari Santala) sekä antiikkiliike Jukan antiikki ja mahdolliset muut pienet toimijat. Lisäksi verkossa toimivat nettikirpputorit ja sähköiset alustat ovat luonnollisesti koko Suomessa mahdollinen uudelleenkäytön palvelun muoto.

### 3. Uudelleenkäytön palveluiden haasteet

Uudelleenkäytön palveluiden kehittämiseen liittyy useita haasteita. Suomen ympäristökeskuksen (Eskelinen ym. 2018) tekemän tutkimuksen mukaan uudelleenkäytön haasteet voidaan jakaa seitsemään kategoriaan, joita ovat kustannukset, käsittelyyn liittyvä ammattitaito, logistiikka, laatu- ja kunto-ongelmat, asiakassegmentit ja kyky vastata asiakkaiden tarpeisiin, asenteet ja mielikuvat sekä ajanmukaisuus. Tämä selvitys on tehty kirpputoritoimijoita haastatteleamalla eikä välttämättä anna tietoa siitä, mitä asioita kuluttajat kokevat haasteena, mutta antaa hyvää viitettä myös niistä. (Eskelinen ym. 2018, 24.)

Kustannusten osalta kirpputoritoimijoilla nousee esiin tuotteen myymättä jäämisen kustannukset. Jos tuotetta ei saada myytyä, toimija ei saa siitä rahaa ja kustannukset tuotteen hävittämisestä voivat nousta hyvinkin suuriksi. Käsittelyyn liittyvä ammattitaito ja logistiikkahaasteet ovat myös melko pitkälti kustannushaaste. Käytettyjen tuotteiden kunnostus uudelleenkäyttöön vaatii osaamista, ja ammattitaidon puute estää kirpputoritoimijaa ottamasta myyntiin tuotteita, joita pitäisi huoltaa. Ammattilaisen palkkaaminen taas lisäisi kustannuksia. Toinen asia, missä ammattitaidon puute voi näkyä, on vaatteiden ja muiden tuotteiden hinnan arviointi, mikä vaikuttaa suoraan myyntiin. Logistiikkahaasteita toimijoille tuovat myytävien tuotteiden sijainti kaukana myyntipaikasta sekä tuotteiden varastointi. Isoja tuotteita on hankala kuljettaa ja ne vaativat paljon varastointitilaa. (Eskelinen ym. 2018, 24–25.)

Laatuongelmat tuovat myös haasteita myyntiin. Kuluttaja ei halua ostaa huonokuntoista tuotetta. Joistakin tuotteista, kuten elektroniikasta, laatua on hankala nähdä ennen käyttöönottoa. Elektroniikka on kirpputorille päätyessään myös usein vanhentunutta. (Eskelinen ym. 2018, 26.) Vaateteollisuudessa oleva trendi myydä halvalla huonolaatuista tavaraa lisää käytettyjen huonolaatuisten tuotteiden määrää markkinoilla (Vilhunen 2014, 19). Pääkaupunkiseudun kierrätyskeskukselle tulee paljon huonokuntoisia tekstiilejä ja huonekaluja. Osa näistä olisi mahdollista korjata, mutta kierrätyskeskuksella ei ole siihen resursseja, joten näitä ei voi luonnollisestikaan myydä. Erityisesti lastulevyhuonekalut ovat

haastava huonekaluryhmä uudelleenkäytön suhteen, sillä ne eivät ole erityisen kestäviä. (Ahokumpu 2006, 5–6.)

Kirpputorilla kysyntä ja tarjonta eivät aina kohtaa. Esimerkiksi vaatteita on usein vain naisasiakkaille, mikä johtaa siihen, että miesasiakkaita on vähemmän. (Eskelinen ym. 2018, 26.) Vaatteiden osalta tähän syynä voi olla se, että miesten vaatteet kulutetaan herkemmin loppuun asti (Dahlbo ym. 2015, 30). Lisäksi tietyn tuotteen löytäminen voi olla vaikeaa, joten täsmäostoksia on vaikea tehdä. Lisäksi kuluttajien asenteet tuovat haasteita käytetyn tavaran myyntiin. Käytetty tuote on vanhentunut, takuuta ei voi saada ja hyväkuntoista tuotetta voi olla vaikea löytää. Ajanmukaisuus vaikuttaa kuluttajien haluun ostaa tuote. Jos tuote vaikuttaa vanhalta tai ei ole trendikäs, sitä ei koeta itselle sopivana tuotteena. (Eskelinen ym. 2018, 26–27.)

Sitran tekemän kyselyn (2017) mukaan tavaroiden kiertoon laittamisen haasteet voi jakaa rakenteellisiin, psykologisiin ja tiedollisiin esteisiin. Rakenteelliset esteet koostuvat myymisen hankaluudesta. Internetissä myydessä tuote pitää kuvata, täytyy löytää sopiva paikka ilmoittamiselle ja sopiva ostaja sekä pakata ja lähettää tuote. Fyysisellä kirpputorilla kirpputoripaikan huoltaminen on vaivalloista. Psykologiseksi esteeksi nousee se, että tavaraa ei myymisen sijasta haluta myöskään lahjoittaa, koska siitä halutaan saada vastiketta. Pitää myös päättää, haluaako tavarasta todella luopua, vai kaduttaako, jos sen laittaa eteenpäin. Saamattomuus tuo myös haasteensa. Kolmantena haasteena tiedon puute johtaa myymisen hankalaluuteen. Ei tiedetä, mitä kautta myynti onnistuu, missä voi tavoittaa juuri tietyn tuotteen tarvitsijoita. Oikeanlainen hinnoittelu voi olla myös vaikeaa. (Aalto & Mänty 2017.)

## 4. Uudelleenkäytön palveluiden mahdollisuudet

Haasteista huolimatta uudelleenkäytön palveluissa on paljon potentiaalia kehittyä. Asenneilmapiiri käytettyjä tavaroita kohtaan on muuttunut positiivisemmaksi ja käytettyjen tavaroiden ostamisesta on tullut jopa trendi (Kivijärvi 2022). Kuluttajat haluavat vastustaa kerskakulutusta ja valita ekologisen vaihtoehdon, toisaalta käytetyllä tuotteella on alkuperäis- ja nostalgia-arvoa, joiden avulla kuluttaja voi ilmaista itseään eri tavoin. Kirpputorilla käyminen voi olla myös sosiaalinen tapahtuma ja hyvän tuotteen löytäminen luo positiivisen löytökokemuksen. Tietenkin myös edulliset hinnat vaikuttavat haluun ostaa käytettyä. (Guiot ja Roux 2010a, 358–359.)

Alpo Kivijärvi ehdottaa Pro gradu -tutkielmassaan (2022) käytettyjen tuotteiden myyntiin parempia puhelinsovelluksia, joista näkisi reaaliaikaisesti saatavilla olevia tuotteita kartalla. Teknologisten ratkaisujen lisäksi perinteisiä kirpputoreja voisi päivittää suuntaan, jossa yleisilme on siistimpi, valikoima parempi ja tuotteiden hinta kohtuullinen. (Kivijärvi 2022, 50.)

Tuote palveluna -malli pyrkii siihen, että tuotteita ei tarvitsisi omistaa lainkaan vaan niistä saisi tuotteen hyödyn palveluna. Esimerkiksi pesukoneen voi saada käyttöönsä kuukausimaksulla, johon sisältyy lisäksi koneen huolto ja korjaus. Tämä malli edistää laadukkaiden tuotteiden valmistusta, sillä myös valmistajalle on edullista, että tuote pysyy pitkään asiakkaan käytössä ja on mahdollisesti käyttökelpoinen vielä seuraavallekin. (Sinervo 2022.) Sitra (2014, 51) puhuu selvityksessään jakamistaloudesta, missä harvoin tarvittavat asiat voidaan vuokrata tai lainata tarpeen ajaksi. Tämä tuotteen omistamattomuus menee kuitenkin hieman uudelleenkäytön termin ulkopuolelle, jos uutta tuotetta vuokrataan tai lainataan kuluttajille. Jätteen synnyn vähentämisessä ja kiertotalouden edistämiseksi tuote palveluna -malli sekä jakamistalous ovat kuitenkin erittäin hyviä keinoja.

Käytettyjen tavaroiden markkinat ovat Suomessa melko pienet tällä hetkellä, mutta kehitystä on tapahtunut. Sitran (2014) selvityksen mukaan tehokkaalla logistiikalla ja uudella palvelumallilla markkinoita voisi kasvattaa huomattavasti. Esimerkiksi logistiikkayritys voisi tarjota kuluttajille palvelua, jossa kuluttaja pystyy helposti myymään käytetyn tavaransa internetissä. Asiakas tilaisi pahvilaatikon kotiinsa, pakkaisi tavaransa siihen, ja yritys noutaisi laatikon asiakkaalta ja hoitaisi loput asiakkaan puolesta. (Sitra 2014, 52–53.) Ruotsalaisella yrityksellä Sellpyllä on juuri tällaista toimintaa. Kuluttaja voi tilata kotiinsa Sellpy-kassin, johon hän voi pakata yli viiden euron arvoisia tuotteita 15 kilogrammaan asti. Lisäksi kassin mukaan voi pakata pienemmän kassin, johon voi laittaa tuotteita hyväntekeväisyyteen tai kierrätykseen. Pakkaamisen jälkeen kuluttaja voi tilata kassille noudon, ja Sellpy hakee kassin kuluttajan kotoa. Jos noutoa ei ole saatavilla, paketin voi lähettää PostNordin kautta. Tällä hetkellä Suomessakin nouto onnistuu useilta paikkakunnilta. (Sellpy 2022.)

Yrityksillä on tärkeä rooli kiertotalouden edistämisessä. Yritysten on hyvä pohtia, miten kiertotalouden ajatus saadaan osaksi toimivaa liiketoimintamallia. On hyvä selvittää, miten toiminta saadaan sellaiseksi, että se tukee esimerkiksi juuri uudelleenkäyttöä. Kuluttajien taas tulee antaa arvoa käytetyille, kunnostetuille tuotteille, jotta niiden myynti on kannattavaa. (Sitra 2014, 66–68.) Tuotteen käyttöiän pidentämisen malli auttaa yrityksiä pohtimaan, miten korjaamalla, päivittämällä, uudelleenvalmistuksella ja uudelleenmarkkinoinnilla voidaan saada takaisin hukkaan menevän materiaalin arvoa tai jopa parantaa sitä. Mallin avulla yritys voi varmistaa tuotteelle mahdollisimman pitkän käyttöiän ja edistää sen uudelleenkäyttöä. Esimerkiksi Google testasi mallia ja sen avulla pyrki kehittämään puhelimiin vaihdettavia moduuleja, joita vaihtamalla kuluttajat voisivat pidentää puhelimen käyttöikä. (Lacy ym. 2014, 14.) Tämä projekti kuitenkin lopetettiin (Statt 2016). Taloudellinen kannattamattomuus voi nousta kehitykselle haasteeksi, mutta kehitystyötä on tärkeä tehdä, jotta lopulta voidaan päätyä sekä yritykselle että ympäristölle kannattavaan ratkaisuun.

## 5. Aiemmat tutkimukset

Uudelleenkäytön palveluita on aiemmin tutkittu esimerkiksi uudelleenkäyttömäärien, kuluttajien motiivien sekä käytettyjen tuotteiden myyjien näkökulmasta. Suomen ympäristökeskus teki vuonna 2018 selvityksen tavaroiden uudelleenkäyttömääristä ja uudelleenkäytön mahdollisista liiketoimintamalleista kuudessa Suomen suurimmassa kaupungissa Helsingissä, Vantaalla, Espoossa, (Kauniaisessa), Turussa, Tampereella ja Oulussa kirpputoritoimijoiden näkökulmasta. Tutkimus oli kaksiosainen. Ensimmäisessä määrällisessä osassa tarkasteltiin vaatteiden ja kenkien, huonekalujen, elektroniikan ja urheiluvälineiden uudelleenkäyttömääriä toimijoiden omien luokittelujen, kuten kassakuittien kautta. Toimijoita pyydettiin arvioimaan valittujen tuoteryhmien kilomääriä vuoden 2016 ajalta. Tietoa kerättiin vertaisverkkokaupoista (esim. Tori.fi, Huuto.net, Facebook), valtakunnallisilta kirpputoritoimijoilta (esim. UFF, Fida) ja paikallisilta kirpputoritoimijoilta. Kokonaismyyntivolyymia arvioitiin näiden kilomäärien perusteella keskipainokertoimien avulla laskien. Selvitykseen mukaan otettujen tuoteryhmien laskennalliseksi kokonaismääräksi saatiin reilu 56 000 tonnia. Tämä määrä on noin 2 % yhdyskuntajätteen määrästä. (Eskelinen ym. 2018, 10,18.)

Toinen osa oli laadullinen tutkimus, jossa jokaiselta paikkakunnalta haastateltiin joitakin kirpputoritoimijoita uudelleenkäyttöön liittyvistä parantamistarpeista ja uusista liiketoimintamahdollisuuksista. Kaikilla tutkimukseen kuuluneilla alueilla lähetettiin kysely tai erikseen haastateltiin vähintään kahta toimijaa. Haastattelujen ja muun lähdeaineiston perusteella löydettiin haasteita ja mahdollisia kehittämisideoita uudelleenkäytön palveluiden laajentamiseksi. Näiden pohjalta saatiin selville, että uudelleenkäyttöä voidaan edistää tuotteiden palautusjärjestelmiin ja jälleenmyyntiin liittyvillä liiketoimintamalleilla, tuotteiden huolto- ja korjauspalveluilla, tuotteiden vuokraamisella, tuote palveluna -mallilla sekä erityyppisillä kuluttajille suunnatuilla kaupankäyntialustoilla. Toiseen osaan liittyi laskennallinen osio, jossa arvioitiin myytävien tuotteiden arvon säilymistä. Se tapahtui valitsemalla nettikirpputoreilta esimerkkituotteita, joita myyntiin useita kappaleita. Niistä laskettiin keskihinta ja verrattiin sitä tuotteen alkuperäiseen hintaan. Tuotteiden hinta laski neljäsosasta jopa 80 %:iin. Arvo säilyi parhaiten korkean brändin tuotteilla. Arvon säilymistä

tarkasteltiin lopuksi osana uudelleenkäytön liiketoimintamallien kehittämistä. (Eskelinen ym. 2018, 21–22, 28.)

Tutkimus oli osa 6Aika: Tulevaisuuden kiertotalouskeskukset -hanketta, joka pyrkii edistämään kiertotaloutta ja siihen liittyviä liiketoimintamahdollisuuksia ja innovaatioita (Eskelinen ym. 2018, 6). Selvityksessä luotiin pohjaa Suomen uudelleenkäyttömäärien yhteneväiselle kokoamiselle. Sellaista ei aikaisemmin ole ollut vaan tieto on ollut hyvin hajanaista. Hankkeen aikana tunnistettiin, että eri kaupungeissa uudelleenkäytön määrät ovat erilaiset ja eri toimijat vaikuttavat enemmän eri alueilla. Pääkaupunkiseudulla tarjonta on laajempaa ja valtakunnalliset toimijat ovat suuremmassa roolissa. Muualla toiminnassa ovat enemmän paikalliset toimijat ja toiminta on pienimuotoisempaa. Selvityksessä myös tunnistettiin uudelleenkäytön haasteita ja pohdittiin, miten toimintaa voisi kehittää. Haasteina olivat erityisesti asenteet, logistiset ongelmat ja kustannukset. Asenteiden muutokset ja uudet innovatiiviset liiketoimintamallit luovat pohjaa palveluiden kehittämiseksi. Lisää tutkimusta kuitenkin vielä tarvitaan. (Eskelinen ym. 2018, 32.)

Denis Guiot ja Dominique Roux (2010) tutkivat ranskalaisille kuluttajille tehdyssä tutkimuksessaan käytettyjen tuotteiden kuluttamiseen liittyviä tekijöitä sekä kuluttajien motiiveja. Tutkimus oli sekä laadullinen että määrällinen. Aluksi he tekivät laadullista tutkimusta ryhmähaastattelulla ja valikoimalla 15 haastateltavaa yksityishaastatteluun. Haastattelussa haastateltavilta kyseltiin, mitä he ovat ostaneet käytettynä ja mitä kautta sekä pyydettiin heitä selittämään motiiveja valinnoilleen. Haastattelujen tuloksena haastateltavien motiiveista syntyi 14 ulottuvuutta, jotka voitiin jakaa neljään pääkategoriaan. Ensimmäiseksi pääkategoriaksi muodostui kriittiset lähestymistavat, toiseksi kokemukselliset tekijät, jotka liittyvät tarjontaan, kolmanneksi kokemukselliset tekijät ostokanavien piirteisiin liittyen ja neljänneksi taloudelliset motiivit. Kriittisiin lähestymistapoihin kuuluvat perinteisten ostokanavien välttely, eettiset ja ekologiset ulottuvuudet sekä ”massamuodin” kritisoiminen. Toisen pääkategorian alla ovat alkuperäisyys, nostalgia, itseilmaisus ja itselle sopivuus. Kolmas pääkategoria eli ostokanavien piirteisiin liittyvät kokemukset pitää sisällään sosiaalisen ulottuvuuden, tietynlaisen stimulaation, jota käytettyjä tavaroita etsiessä saa sekä aarteenmetsästystunteen,

kun jotain löytää. Taloudellisiin motiiveihin sisältyvät rahaan liittyvät asiat, kuten halu maksaa vähemmän. (Guiot ja Roux 2010a, 357–359.)

Haastattelututkimuksen tulosten pohjalta Guiot ja Roux loivat 72 osiota sisältävän kyselylomakkeen, jonka vastauksia he tutkivat määrällisesti. He tekivät tuloksista klusterianalyysin, jonka pohjalta saivat neljä erilaista kuluttajatyyppeä. Nämä olivat monimuotoiset harrastajat, säästävät kriitikot, nostalgisoivat hedonistit ja tavalliset asiantuntijaostajat. (Guiot ja Roux 2010a, 360–365.) Nämä neljä eri ryhmää käyttävät uudelleenkäytön palveluita eri tavoin. Monimuotoiset harrastajat käyttävät palveluita usein, ja heillä on taipumus kierrättää sekä käydä kiertelemässä käytettyjen tavaroiden liikkeissä. Tässä ryhmässä miehiä ja naisia on suunnilleen saman verran. Iältään he ovat keski-ikäisiä ja sitä vanhempia. Säästävät kriitikot ovat nuorempia kuin monimuotoiset harrastajat (keski-ikä ryhmällä 30 vuotta), he ovat usein miehiä, ja heidän tulotasonsa on alhainen. He ovat säästäväisiä sekä uudelleenkäyttävät ja kierrättävät erityisesti elektroniikkaa. Nostalgisoivat hedonistit käyttävät uudelleenkäytön palveluita enemmän nostalgian ja viihtyvyyden kuin taloudellisten motiivien vuoksi. Ryhmässä on enemmän naisia, ja he ovat hieman vanhempia kuin säästävät kriitikot. He käyttävät käytettyjä tuotteita vähemmän kuin monimuotoiset harrastajat ja säästävät kriitikot ja ostavat kirpputoreilta mielihyvää tuottavia tuotteita. Tavalliset asiantuntijaostajat käyttävät palveluita vähiten ja ostavat kohdennetusti tiettyjä tuotteita uudelleenkäytön palveluista, esimerkiksi matkapuhelimia. Ryhmässä on nuoria, molempia sukupuolia edustavia kuluttajia. (Guiot ja Roux 2010b, 393–395.)

Carla Ferraro, Sean Sands ja Jan Brace-Govan (2016) tekivät australialaisten kuluttajien osalta vastaavaa tutkimusta kuluttajien motiiveista kuin Guiot ja Roux, mutta he ottivat muodikkuuden mukaan osaksi tutkimusta. Tutkimusaineisto kerättiin verkkokyselyinä. Kyselypaneelia mainostettiin verkossa ja perinteisen median kautta. Kuluttajat ilmoittautuivat tutkimukseen ja heistä valittiin kyselyyn vastaajat satunnaisesti. Vastaajan täytyi olla käyttänyt uudelleenkäytön palveluita puolen vuoden sisällä ja hänen täytyi olla täysi-ikäinen. Kyselyyn vastasi 340 henkilöä. 55 % vastaajista oli naisia. 18–44-vuotiaita oli 41,5 % ja yli 65-vuotiaita 25,6 %. Kyselyn tuloksia analysoitiin neljän klusterin mallilla ja tulokseksi saatiin neljä erilaista kuluttajasegmenttiä. (Ferraro ym. 2016, 264–266.)

Segmentin yksi edustajat on nimetty muotihedonisteiksi. Vastaajista 39 % kuului tähän ryhmään. Ryhmän edustajille oli tyypillistä hedonistiset motiivit, joihin vaikuttavat muodikkaus ja käytettyjen tavaroiden ostamisessa mukaan tuleva yllätyksellisyys. Jotkin segmentin yksi jäsenistä ostavat käytettyjä tavaroita usein, jopa viikoittain, jotkin noin puolivuositain. He ovat hieman hintatietoisia, mutta eivät nauti erityisen paljon shoppailusta. Toisessa ryhmässä ovat harvoin ostavat muotitietoiset. Ryhmään kuuluu 38 % vastaajista. He ostavat vaatteita harvoin, puolivuositain tai harvemmin. He eivät nauti shoppailusta eivätkä ole erityisen hintatietoisia, mutta heitä ohjaa ostoksissa muodikkaus. Kolmannessa segmentissä on kuluttajia, jotka ostavat harvoin, kerran vuodessa tai harvemmin, tuotteita uudelleenkäytön palveluiden kautta, mutta kertovat kuitenkin käyttävänsä kyseisiä palveluita (Disengaged Second-Hand Shoppers -ryhmä). Ryhmään kuuluvia oli vastaajista 17 %. Heidän ostokäyttäytymistään ei ohjaa muodikkaus, eivätkä kriittiset tai taloudelliset motiivit. Ryhmä on epämotivoitunein kaikista ryhmistä. Neljäs segmentti on pienin, vastaajista vain 6 % kuuluu ryhmään. He ovat kuitenkin motivoituneimpia ja aktiivisimpia uudelleenkäytön palveluiden käyttäjiä. Palveluista ostetaan tuotteita jopa viikoittain. Ryhmään kuuluvia kuluttajia motivoivat sekä taloudelliset ja kriittiset että muotiin ja aarteenmetsästyksen liittyvät motiivit. He haluavat irrottautua valtavirrasta. Näitä artikkelissa kutsutaan aarteenmetsästysvaikuttajiksi. (Ferraro ym. 2016, 266.)

Guiot ja Roux (2010) sekä Ferraro ym. (2016) tutkivat second hand -kulttuuria tuotteiden ostajien näkökulmasta. Vivi Kiukkanen tutki Pro Gradu -tutkielmassaan (2020) yrittäjien ja tuotteiden myyjien näkökulmasta käytettyjen vaatteiden alustayrityksiä, niiden liiketoimintamalleja ja arvolupauksia, joita yritykset antavat käytettyjen vaatteiden myyjille. Työ tehtiin laajana tapaustutkimuksena. Tutkimus tehtiin haastattelututkimuksena, jota täydennettiin dokumenttidatalla. Työssään Kiukkanen haastatteli kolmea alustayrityksen edustajaa ja kymmentä käytettyjen tavaroiden myyjää. Tuloksia analysoitiin kolmella eri tavalla. Ensiksi arvioitiin liiketoimintamallien suhdetta muihin kiertotalouden ja jakamistalouden liiketoimintamalleihin, toiseksi katsottiin myymistä tapana luopua käytetyistä tavaroista, ja kolmanneksi tehtiin arvolupauksista kanvasmalli ja tutkittiin, miten

käytettyjen tavaroiden myyjät saavat arvoa myymällä tuotteitaan alustojen kautta. (Kiukkanen 2020, 1.)

Tutkimuksessa kävi ilmi, että käytettyjen vaatteiden alustayritykset vastaavat enemmän kiertotalouden kuin jakamistalouden liiketoimintamalleja. Kuluttajat haluavat myydä tuotteitaan saadakseen rahaa sekä tukeakseen kestäväää kehitystä. He ajattelevat, että tuotteella pitää olla jälleenmyyntiarvoa, jotta se kannattaa yrittää myydä. Yritykset tarjoavat myyjille eritasoisia alustoja, joista kuluttajat voivat valita itselleen sopivan. Jotkut haluavat vaivattomuutta, toisille tuttu paikka on tärkeä, ja jotkut katsovat saamaansa voittoa. Alustayritysten kannattaa mainostaa palveluaan niille myyjille, jotka arvostavat heidän tapaansa toimia. (Kiukkanen 2020, 1.)

Kiukkasen tutkimuksen mukaan myyjät myyvät vaatteita monesta eri syystä. Jos vaatetta ei ole käytetty pitkään aikaan, se ei istu, on väärän mallinen tai liian pieni, se laitetaan myyntiin. Haastateltavat halusivat myydä vaatteita, koska siitä saa rahaa, se tuo hyvän mielen tai se koetaan kestäväksi ratkaisuksi. Vaate myytiin todennäköisemmin, jos sillä koettiin olevan jälleenmyyntiarvoa. Huonokuntoiset tai kuluneet vaatteet laitettiin pois helpommin muuta kautta. Ne menivät joko roskiin tai tekstiilikeräykseen. Joitakin kunnossa olevia, mutta vähäarvoisia vaatteita lahjoitettiin joko sukulaisille ja tutuille tai yritysten kautta. Myymisen haasteeksi tutkittavat kokivat sen, että se on aikaa vievää ja työlästä. Tuotteista saatava arvo ei välttämättä kata vaivaa, jonka myyminen vaatii. Tuotteet pitää hinnoitella, pakata ja lähettää ostajalle. Luottamuksen puute ostajan ja myyjän välillä voi olla myös haasteena. Aina ostaja ei saavu paikalle sovittuun tapaamiseen. Sopivaa ostajaa voi joutua odottamaan pitkäänkin. (Kiukkanen 2020, 42–45.)

## 6. Tutkimusmenetelmät

Tutkimusmenetelmät voidaan jakaa määrälliseen eli kvantitatiiviseen ja laadulliseen eli kvalitatiiviseen tutkimukseen. Tämä kandidaatintyö on monimenetelmäinen tutkimus, jossa hyödynnetään sekä määrällistä että laadullista tutkimusmenetelmää. Määrällinen tutkimusmenetelmä selittää asioita määrällisesti eli numeerisesti. Tutkimuksessa ilmi tulevia väitteitä pyritään perustelemaan numeroiden avulla. Tätä varten tutkimusaineisto laitetaan taulukkomuotoon, jotta sitä on helpompi käsitellä. Tieto voidaan kerätä joko kyselylomakkeella, systemaattisen havainnoinnin avulla tai käyttämällä valmiita rekistereitä tai tilastoja. Kyselylomake on yleisin tiedonkeruun muoto. Kyselylomakkeen suunnittelu on erittäin tärkeä vaihe tutkimusprosessia, jotta kysymyksillä saadaan vastaus haluttuun tai haluttuihin tutkimuskysymykseen/tutkimuskysymyksiin. Saatu aineisto järjestellään tilastolliseen muotoon, ja siitä tehdään päätelmiä tilastolliseen aineistoon ja aikaisempiin aihetta koskevaan päätelmiin perustuen. (Vilka 2015, 94–114.)

Laadullisessa tutkimuksessa pyritään ymmärtämään merkityksiä ja kokemuksia, jotka liittyvät ihmisten toimintaan. Menetelmässä tutkitaan joko ihmisten kokemuksia tai käsityksiä jostakin aiheesta. Tämä tuo haasteensa tutkimuskysymysten asetteluun. Kysymykset tulee tehdä niin, että tutkittava ymmärtää, mitä niillä haetaan, mutta ne eivät saa olla liian johdatteleva, jotta tutkittava ei vastaa vain siten, miten hän olettaa tutkijan haluavan vastattavan. Kvalitatiivisessa tutkimuksessa tieto voidaan kerätä monella eri tavalla. Tutkittavaa voidaan haastatella eri tavoin tai tietoa voidaan kerätä esimerkiksi päiväkirjamerkintöinä, kuva- tai videomateriaalina, kirjeinä ja sanomalehtiartikkeleina. Tutkimusaineisto luokitellaan aineistolähtöisesti, teorialähtöisesti tai teoriaohjaavasti, ja tulkitaan teorian avulla. (Vilka 2015, 118–156.) Aineistolähtöisessä menetelmässä tutkimuksen sisältö ohjaa analyysiä, teoriaa ei huomioida analyysissä. Teorialähtöisessä menetelmässä koko analyysin ajan tukeudutaan jo olemassa olevaan teoriaan ja aineistoa tulkitaan teorian pohjalta. Teoriaohjaavassa menetelmässä tutkijaa ohjaa sekä aineisto että teoria. Aineistosta nousee esiin asioita, joiden tulkintaa teoria ohjaa. (Leinonen 2018.) Tässä kandidaatintyössä laadullisessa osuudessa käytetään teoriaohjaavaa menettelytapaa. Aineistosta saatuja tuloksia vertaillaan alun teoriaosuuden tietoon.

Kokeellisen osan tutkimustieto kerättiin kyselylomakkeella. Tutkimuskohteeksi valikoitui Joensuu, koska aikaisempi tutkimus on koskenut suurempia kaupunkeja. Tutkimuksessa selvitettiin joensuulaisten uudelleenkäyttötapoja sekä sitä, miten joensuulaisten mielestä uudelleenkäytön palveluita pitäisi kehittää. Uudelleenkäytön palvelut jaettiin paikallisiin kirpputoreihin ja kierrätyskeskukseen, uudelleenkäytön verkkopalveluihin, elektroniikkaan liittyvään uudelleenkäyttöön ja muihin palveluihin, joita olivat antikvariaatti ja antiikkiliike. Kirpputoreista valittiin kyselyyn ne, jotka olivat Joensuun taajama-alueella ympäri vuoden toiminnassa, seurakuntien ja erilaisten yhdistysten kirpputorit jätettiin pois. Verkkopalveluista valittiin muutamilla netin vertailusivuilla useimmin esiintyneitä palveluita, elektroniikasta mahdollisimman laajasti internetistä löytyviä Joensuussa sijaitsevia palveluita. Jokaisessa kohdassa oli lisäksi mahdollista valita vaihtoehto muu, jos käytti jotakin muuta palvelua. Kyselyssä oli pakollisia monivalintakysymyksiä uudelleenkäyttötavoista ja avoimia vapaaehtoisia kysymyksiä liittyen palveluiden kehittämiseen. Kysely löytyy liitteenä (Liite 1).

Kysely toteutettiin Webropol-ohjelman kautta anonyyminä nettikyselynä. Kysely jaettiin Facebookissa Joensuun puskaradio -ryhmässä, Jönssit-nimisessä nuorten joensuulaisten WhatsApp-ryhmässä sekä Itä-Suomen yliopiston Joensuun kampuksen tiedotusryhmässä Yammerissa. Alustat olivat sellaisia, joihin kysely oli helposti välitettävissä maksutta. Nämä väylät rajaavat jonkin verran joensuulaisia kuluttajia pois, esimerkiksi henkilöt, jotka eivät käytä internettiä, mutta rajallisilla kandidaatintyön resursseilla laajempi kattavuus olisi hyvin vaikeasti saavutettavissa. Kysely oli myöskin saatavilla vain suomen kielellä. Kysely oli auki 24.05.2022-22.08.2022. Tänä aikana nettilinkki oli välillä myös suljettuna. Kysely jaettiin Joensuun Puskaradioon 24.05.2022 ja uudelleen 05.06.2022. Jönssit-ryhmään kysely jaettiin 14.07.2022 ja Yammeriin 11.08.2022.

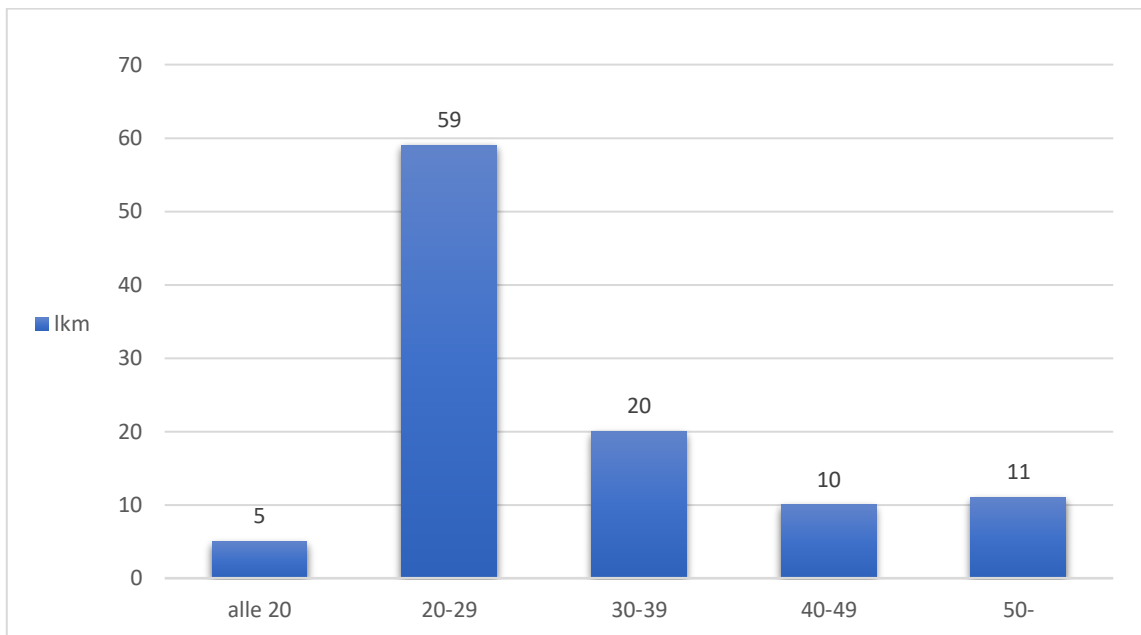
Ennen jakamista suoritettiin kyselyn esitestaus. Kysely jaettiin WhatsAppissa kahdeksalle joensuulaiselle nuorelle. He eivät löytäneet kyselystä suurempia puutteita, joihinkin kyselyn sanamuotoihin tuli kommentointia. Välinäytössä ohjaaja ja tarkastaja antoivat yksityiskohtaisempaa palautetta ja kehitysehdotuksia, joiden pohjalta kyselyyn lisättiin

kaksi kysymystä ja joitakin kysymyksiä hieman selvennettiin vastaamaan juuri uudelleenkäyttöä. Kyselyn muokkaamisen jälkeen vielä yksi testihenkilö kävi kyselyn läpi ennen kyselyn jakamista edellä mainittuihin kolmeen kanavaan.

Tuloksia analysoitiin sekä määrällisesti että laadullisesti. Uudelleenkäytön palveluiden käyttöä analysoitiin määrällisesti Studentin t-testin avulla (Yale 1997). Otos oletettiin normaalijakaantuneeksi. Testin avulla tutkittiin, eroaako jonkin palvelun käyttömäärä saman kategorian (esimerkiksi perinteiset kirpputorit) muista palveluista vertaamalla sen keskiarvoa palveluiden kokonaiskeskiarvoon. Testattiin myös eri sukupuolien ja ikäryhmien eroavaisuuksia. Nollahypoteesina oli, että eroja ei ole. Vaihtoehtoinen hypoteesi oli, että vertailtava asia poikkeaa kokonaiskeskiarvosta. Webropolin suodatustoiminnolla saatiin haluttujen ryhmien keskiarvot. Kaikki tiedot vietiin myös Exceliin, jossa muokattiin kuvaajat tuloksista. Avoimet vastaukset käytiin läpi manuaalisesti ja analysoitiin laadullisesti.

## 7. Tulokset

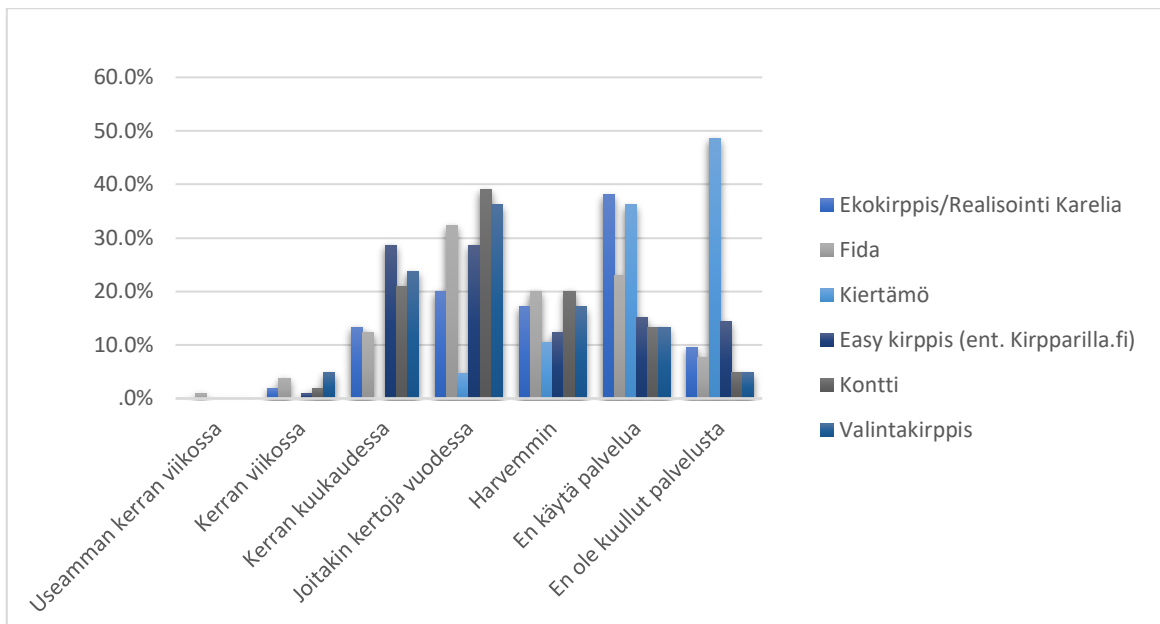
Kyselyyn vastasi 109 henkilöä, joista 81,6 % oli naisia, 15,6 % miehiä ja 2,8 % valitsi vaihtoehdon muu. Neljä vastaajista ilmoitti asuinalueekseen Kuopio, joten koska kysely oli tarkoitettu joensuulaisille, heidän vastauksensa poistettiin tuloksista ennen niiden analysointia. Tämän jälkeen naisia vastaajissa oli 81,9 %, miehiä 15,2 % ja muita 2,9 %. Nuorin vastaajista oli 17 ja vanhin 63-vuotias. Eniten vastaajia oli 20 ja 30 ikävuoden väliltä. Vastaajien ikäjakauma näkyy kuvasta 1.



**Kuva 1.** Vastaajien ikäjakauma.

Kuvissa 2–5 nähdään eri uudelleenkäytön palveluiden käyttömääriä Joensuussa. Käyttö on ilmoitettu prosenttilukuina. Vastausvaihtoehdot olivat ”useamman kerran viikossa”, ”kerran viikossa”, ”kerran kuukaudessa”, ”joitakin kertoja vuodessa”, ”harvemmin”, ”en käytä palvelua” tai ”en ole kuullut palvelusta”. Kuvista nähdään, että suurin osa käyttäjistä käytti palveluita joitakin kertoja vuodessa tai vähemmän. Oletus oli, että jos vastaaja ei ole tietoinen palvelusta, hän käyttää sitä harvemmin kuin ei koskaan. Perinteisiä kirpputoreja käytettiin hieman useammin kuin muita uudelleenkäytön palveluita. Uudelleenkäytön verkkopalveluissa, elektroniikkapalveluissa ja muissa palveluissa suuri osa vastaajista ei

käyttänyt palvelua tai ei ollut kuullut palvelusta lainkaan. Verkkopalveluissa Tori.fi poikkeaa tästä, sillä kaikki vastaajat olivat kuulleet palvelusta ja vain 8,6 % ei käyttänyt palvelua.



**Kuva 2.** Perinteisten kirpputorien ja kierrätyskeskuksen käyttömäärä vastaajien prosenttiosuutena.

Palveluiden käyttömääriä voidaan tarkastella numeerisesti. Valinta ”useamman kerran viikossa” saa arvon 1, ”kerran viikossa” arvon 2 ja loput valinnat seuraavan arvon edelleen arvoon 7 asti. Näin valinnoille voidaan laskea keskiarvo. Mitä pienempi arvo on, sitä useammin palvelua käytetään. Kirpputoreille ja kierrätyskeskus Kiertämölle kokonaiskeskiarvoksi saatiin 4,9. Ekokirppiksen keskiarvo oli 5,0, Fidan 4,7, Kiertämön 6,3, Easykirppiksen 4,6, Kontin 4,4, ja Valintakirppiksen 4,2. Keskihajonta s saadaan yhtälöllä

$$s^2 = \frac{1}{n-1} \times \sum_{i=1}^n (x_i - \bar{x})^2 \quad (1)$$

n = kirpputorien lukumäärä

$x_i$  = kunkin kirpputorin keskiarvo

$\bar{x}$  = kirpputorien kokonaiskeskiarvo

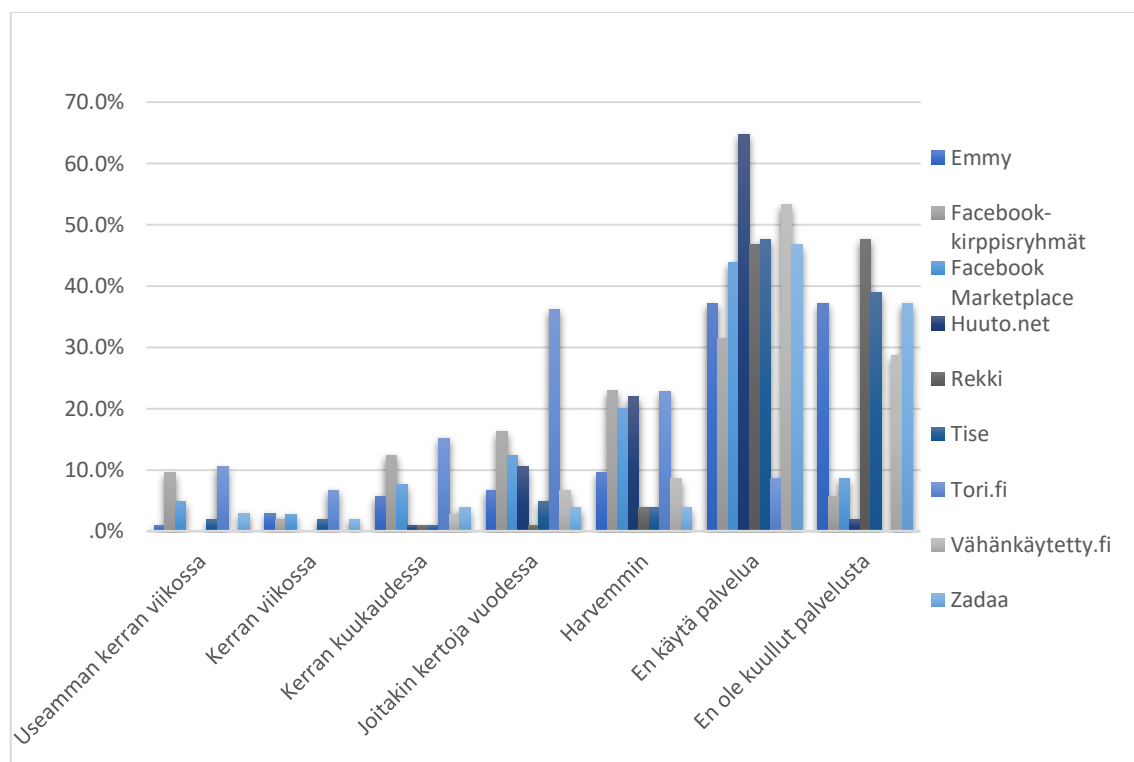
Kirpputoreja oli laskennassa mukana 6. Keskihajonnaksi saatiin  $s = 0,75$ . Huomattiin, että Kiertämö poikkeaa huomattavasti muita kirpputoreista, joten laskettiin sille Studentin t-testin arvo. Lähtöoletta eli nollahypoteesi oli, että kaikkia kirpputoreja käytetään yhtä paljon. T-testin arvo  $t$  saadaan yhtälöllä

$$t = \frac{\mu_0 - \bar{x}}{\frac{s}{\sqrt{n}}} \quad (2)$$

$\mu_0$  = tutkittavan asian keskiarvo

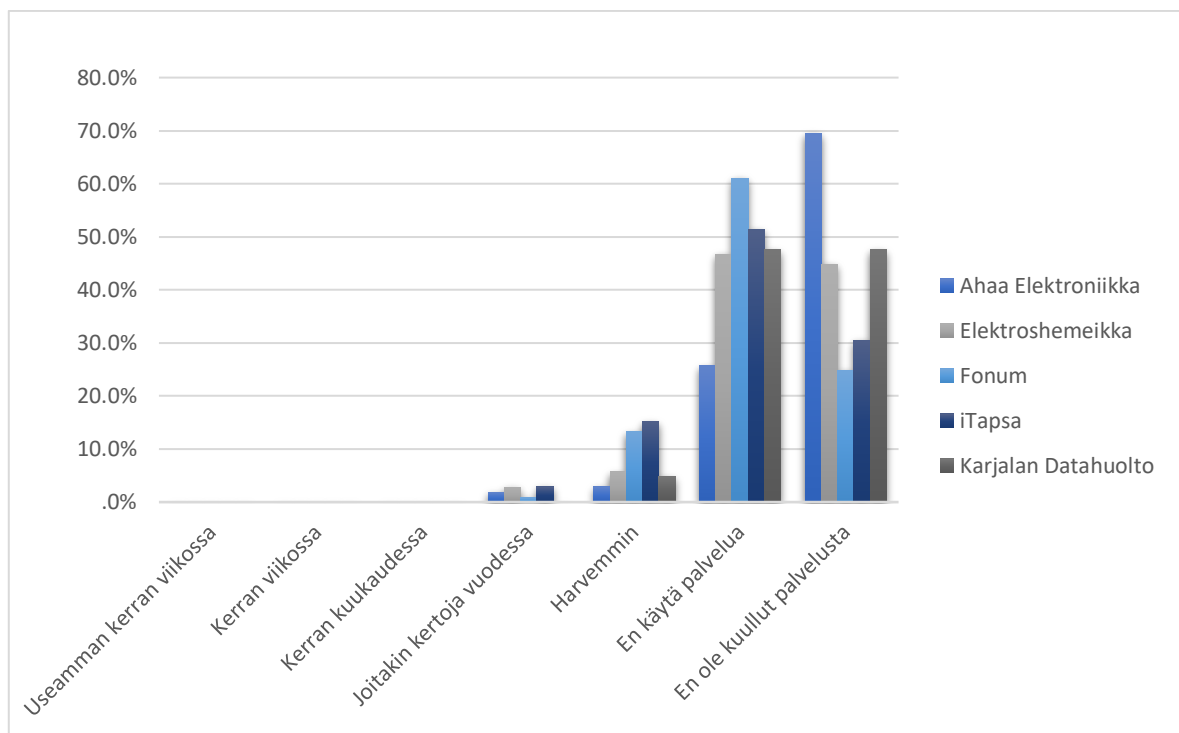
$s$  = keskihajonta

T-arvoksi saatiin  $t = 4,6$ . Studentin jakauman arvo katsottiin Studentin taulukosta (taulukko liitteessä 2) vapausasteella 5 (vapausaste  $n-1$ ). Tästä taulukosta nähtiin, että yli 99,5 %:n todennäköisyydellä Kiertämö kumoaa nollahypoteesin. Voidaan siis sanoa, että Kiertämöä käytettiin vähemmän tai se oli tuntemattomampi kuin muut palvelut.

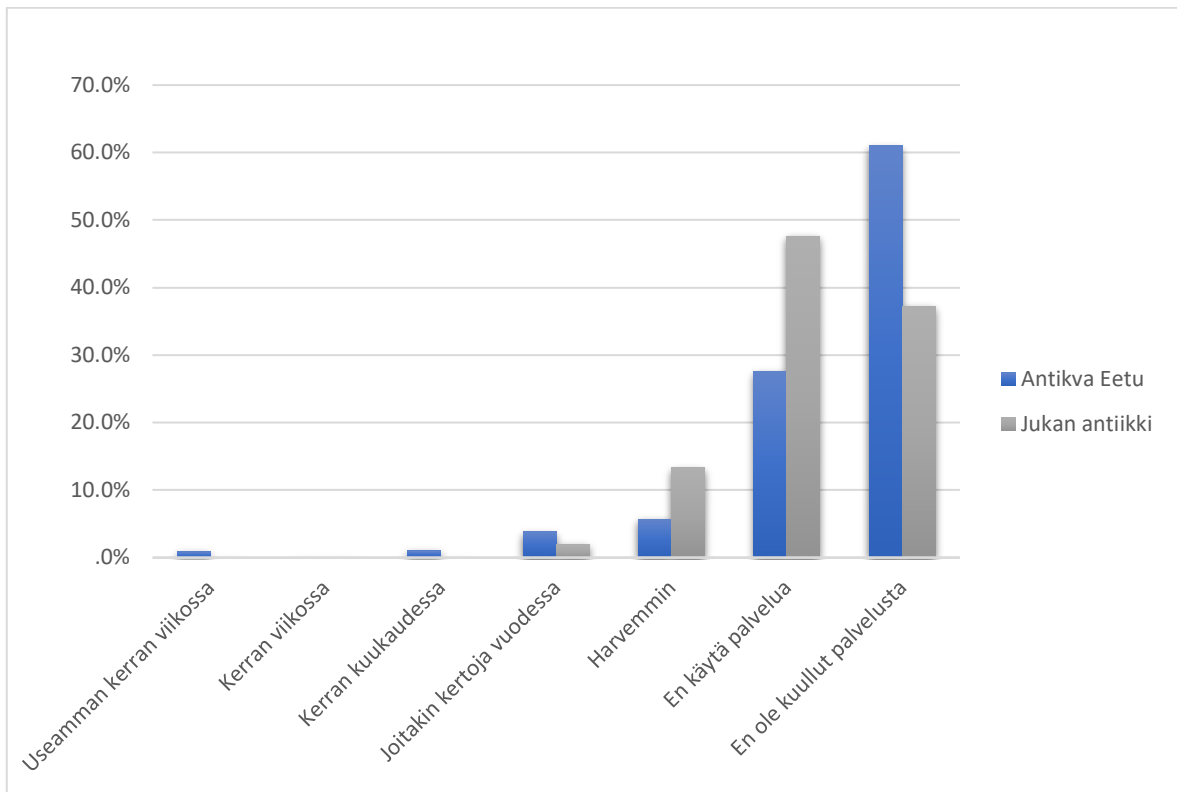


**Kuva 3.** Uudelleen käytön verkkopalveluiden käyttömäärä vastaajien prosentiosuutena.

Verkkopalveluiden käytölle voidaan tehdä samanlainen laskenta kuin perinteisille kirpputoreille. Nollahypoteesina oli taas, että palveluita käytetään saman verran. Verkkopalveluita oli kyselyssä mukana 9 ja keskiarvot olivat: Emmy 5,8, Facebook-kirppisryhmät 4,6, Facebook Marketplace 5,1, Huuto.net 5,6, Rekki 6,4, Tise 6,1, Tori.fi 3,8, Vähänkäytetty.fi, 6,0 ja Zadaa 5,9. Kokonaiskeskiarvoksi saatiin 5,5. Keskihajonta näiden palveluiden käytölle oli yhtälön 1 mukaan  $s = 0,83$ . Keskihajonta palveluille oli suurempi kuin perinteisille kirpputoreille, joten palveluiden käytössä oli hieman enemmän hajontaa. Tehtiin Studentin t-testi Tori.fi:lle, koska se poikkesi yli kahden keskihajonnan verran kokonaiskeskiarvosta. Tulokseksi saatiin yhtälöllä 2  $t = -6,1$ . Vapausaste oli kahdeksan, joten Studentin taulukon mukaan yli 99,99 %:n todennäköisyydellä Tori.fi poikkeaa nollahypoteesista. Voidaan siis todeta, että Tori.fi:tä käytettiin enemmän kuin muita uudelleenkäytön verkkopalveluita.



**Kuva 4.** Elektroniiikkaan liittyvien uudelleenkäytön palveluiden käyttömäärä vastaajien prosentiosuutena.



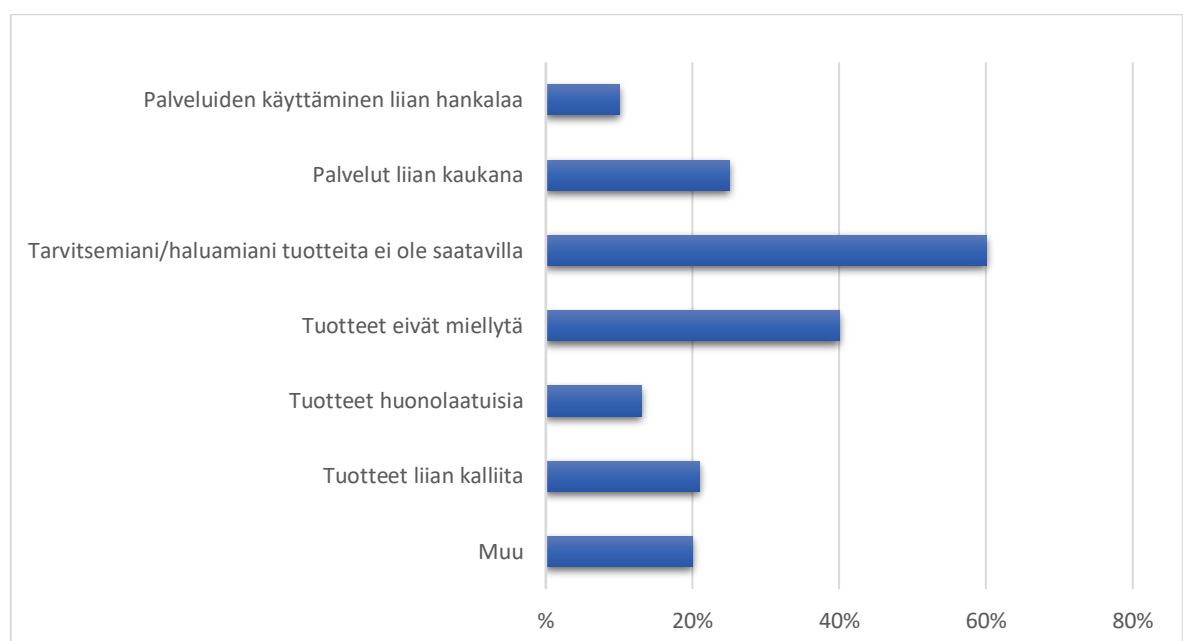
**Kuva 5.** Muiden Joensuun uudelleenkäytön palveluiden käyttömäärä vastaajien prosenttiosuutena.

Elektroniikkapalveluissa ja muissa kyselyssä olleissa uudelleenkäytön palveluissa keskihajonnat olivat pienet, elektroniikkapalveluissa  $s = 0,21$  ja muissa palveluissa  $s = 0,14$ , joten niiden kohdalla ei laskettu erikseen t-arvoja millekään palvelulle. Voidaan todeta, että niiden käyttö oli keskenään lähes yhtä vähäistä.

Vertailua tehtiin myös eri sukupuolten ja ikäryhmien välillä. Perinteisillä kirpputoreilla kaikkien kyselyssä olleiden kirpputorien kokonaiskeskiarvo oli 4,9, naisten keskiarvo 4,7, miesten keskiarvo 5,5 ja muiden 5,1. Keskihajonnaksi saatiin  $s = 0,47$ . Laskettiin kokeeksi t-arvo miesten tulokselle ja siitä saatiin  $t = 2.2$ . Vapausasteella 2 yli 90 %:n todennäköisyydellä miesten tulos poikkeaa nollahypoteesista, joka oli, että kaikki käyttävät palveluita yhtä paljon. Tämä tulos ei kuitenkaan ole tarpeeksi suuri, jotta voitaisiin sanoa sen poikkeavan sattumaa enemmän. Miehiä oli vastaajissa myös vain 16, joten tulos ei ole myöskään tämän vuoksi vertailukelpoinen. Muissa uudelleenkäytön palveluissa eri sukupuolten väliset keskiarvot olivat hyvin lähellä toisiaan, joten niistä ei laskettu keskihajontaa.

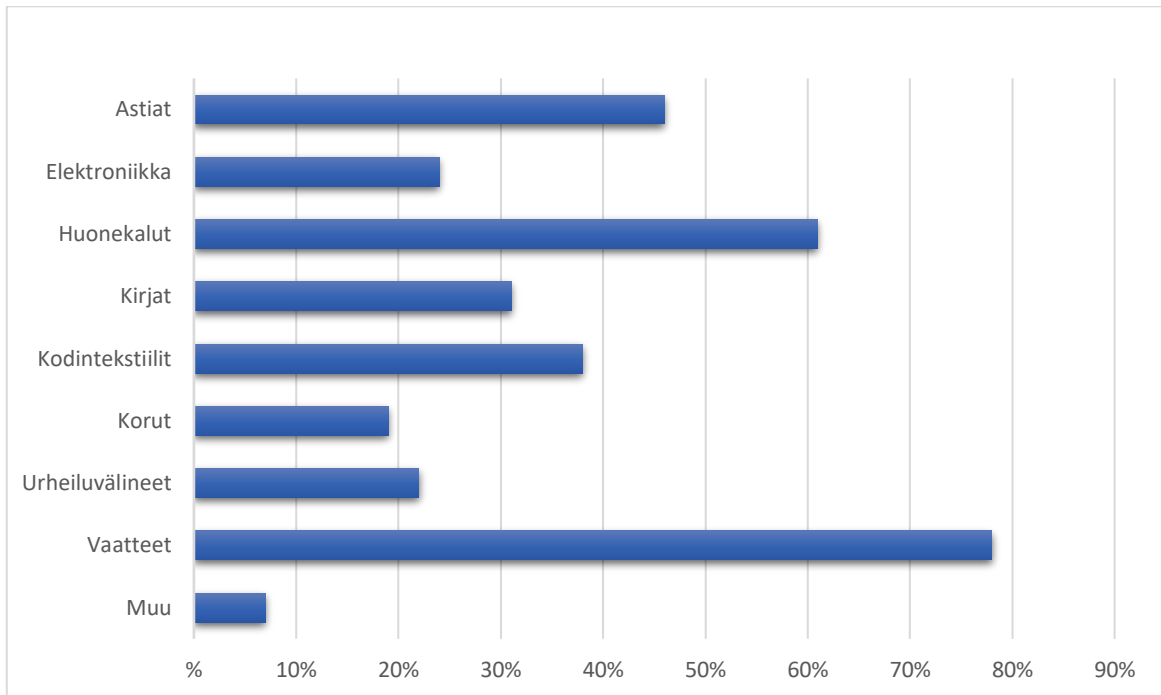
Eri ikäryhmien välillä eroa palveluiden käytössä ei juurikaan ollut. Alle 20-vuotiaat poikkesivat keskiarvoltaan hieman perinteisten kirpputorien ja verkkopalveluiden osalta siten, että käyttäisivät palveluita hieman enemmän. Alle 20-vuotiaita vastaajia oli kuitenkin vain 5, joten sillä määrällä ei laskentaa kannattanut tehdä. Liitteessä 3 löytyvät eri sukupuolten ja ikäryhmien vastausten keskiarvot.

Yhtenä kysymyksenä kyselyssä oli ”Jos käytät palveluita vain vähän tai et lainkaan, mikä on siihen syy?”. Kysymykseen vastasi 96 henkilöä 105:stä kyselyyn vastanneesta, joten tämäkin viittaa siihen, että uudelleenkäytön palveluita käytetään melko vähän. Suurimpana syynä palveluiden vähäiselle käytölle oli haluttujen tuotteiden puute, jopa 60 % vastaajista valitsi tämän vaihtoehdon. Seuraavaksi nousi tuotteiden epämiellyttävyyys (40 %) ja palveluiden kaukainen sijainti (25 %). Vaihtoehdon muu, mikä? valitsi 20 % vastaajista. Vastaajien avoimista vastauksista kohtaan muu eniten esiin nousi, että palveluille ei ole tarvetta. Muita syitä palveluiden vähäiselle käytölle oli palveluntarjoajan huono maine tai se, että palvelusta ei tykätä, ajan puute sekä tietämättömyys palveluista. Eräs vastaaja kertoi ostavansa tuotteet mieluummin uutena.



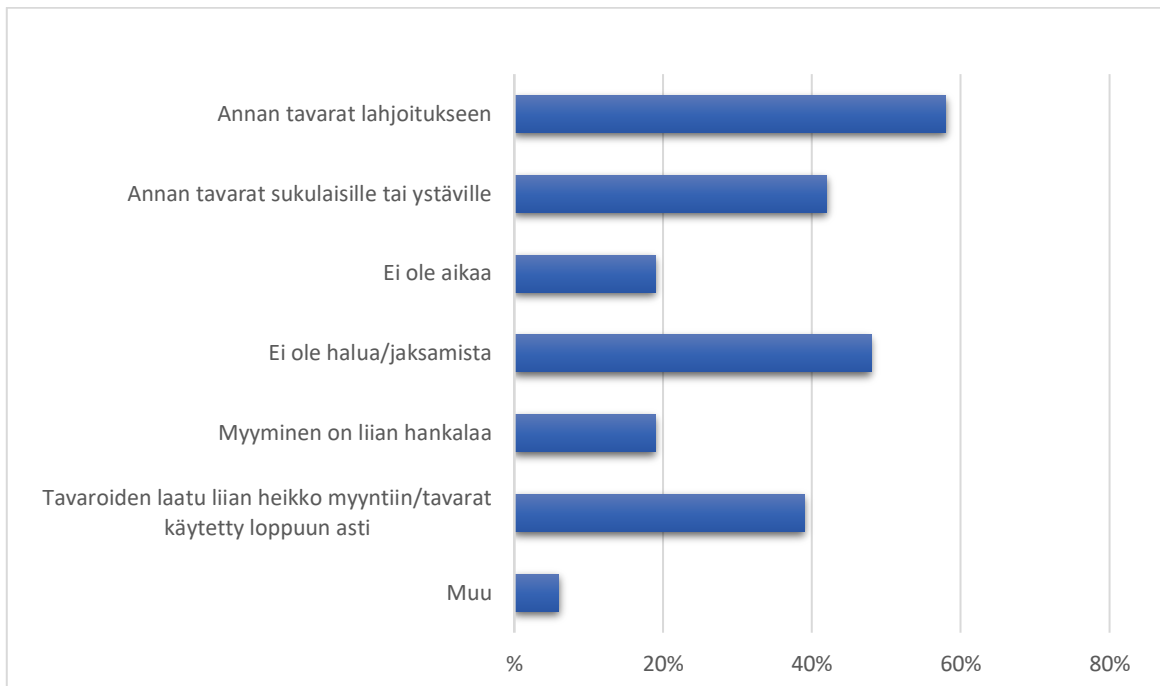
**Kuva 6.** Syy, miksi uudelleenkäytön palveluita käytetään vain vähän tai ei lainkaan kysymykseen vastanneiden prosenttiosuuksina.

70 % kaikista vastaajista myi omia tuotteitaan uudelleenkäytön palveluiden kautta. Eniten palveluissa myytiin vaatteita, huonekaluja ja astioita. 82 % myyjistä koki, että myyminen on helppoa.



**Kuva 7.** Mitä uudelleenkäytön palveluiden kautta myydään kysymykseen vastanneiden prosentiosuuksina.

30 % vastaajista ei myynyt tuotteitaan uudelleenkäytön palveluissa. Suurimpia syitä tälle olivat tavaroiden lahjoittaminen joko yrityksille ja järjestöille tai sukulaisille ja ystäville. Myös halun tai jaksamisen puute ja loppuun asti käytetyt tuotteet nousivat esille.



**Kuva 8.** Syyt, miksi kuluttajat eivät myy tuotteitaan kysymykseen vastanneiden prosenttiosuuksina.

Uudelleenkäytön kehittämiseen liittyviä avoimia kysymyksiä oli kaksi; ”Mikä tekisi myymisestä helpompaa?” ja ”Miten kehittäisit uudelleenkäytön palveluita?”. Kysymys myymisen helpottamisesta esitettiin vain niille, jotka kokivat myymisen hankalaksi. Siihen vastasi 11 henkilöä. Vastauksista esille nousi erityisesti nykyinen myyntikulttuuri. Ostajien kyselyihin vastaaminen, paikalle saapuminen tai saapumattomuus ja myynnistä sopiminen koettiin hankalaksi. Erään vastaajan mielestä tavaraa on palveluissa liikaa, jotta se erottuisi, toisen mielestä tavaraa pitäisi olla enemmän. Vastaajat kaipasivat myös helpompaa myyntipalvelua. ”*Autottomana on suuri vaiva viedä kassallinen 5 km päässä olevaan kirpputoriin.*” ”*Sovellusten kautta myytäessä postitukseen hankalaa löytää pakettia, jota käyttää postituksessa. Kierrätyksen idea vähän menee, jos sitä varten joutuu pahvilaatikoita ostamaan.*”

Kysymykseen uudelleenpalveluiden kehittämisestä vastasi 31 vastaajaa. Vastaukset voidaan jakaa kahdeksaan eri kategoriaan, joita ovat hinta, sijainti, markkinointi, laatu ja yleisilme, tiettyyn tuotteeseen perustuva palvelu, valikoima, luottamus ja helppous. Vastauksia kategorioittain on ryhmitelty taulukossa 1. Kaksi vastaajaa oli myös vaihtotalouden kannalla. ”*Aina ei tarvitsisi ostaa: lainaamista ja yhteisomistusta pitäisi kehittää*

*helpommaksi myös tavan kuluttajien välillä. Itse olen lainannut pientä korvausta vastaan turvaistuinta, vaunuja ja vauvan tarvikkeita, kun ne ovat seisseet varastossa vailla tämän hetken käyttöä.”*

**Taulukko 1.** Kyselyyn vastanneiden kehitysehdotuksia uudelleenkäytön palveluille.

Kategoria	Kommentti
Hinta	<p><i>”Hinnat tuppaa olemaan liian korkeita.”</i></p> <p><i>”Ihmisten pitäisi ymmärtää että käytetyn tuotteen hinta ei voi olla sama tai lähes sama kuin uuden. Täällä luullaan Tiimarin lasipystiä designiksi ja sillekin laitetaan ihan älytön hinta. Media on uutisoinnillaan saanut ihmiset luulemaan, että kaikki vanha törky on aarre tai löytö. Asennemuutos olisi paikallaan.”</i></p> <p><i>”Tämän hetkiset kirppikset hinnoitelleet itsensä pihalle, kovat hinnat käytetyistä tuotteista.”</i></p>
Sijainti	<p><i>”kirppareita lähemmäksi keskusta-aluetta”</i></p> <p><i>”Keskustan alueelta on poistunut kaikki kirpputorit, joten niitä voisi tuoda lisää keskustaan. Nykyään kirpputorit ovat todella kaukana ja hankalissa paikoissa päästä julkisilla, joten kehittäisin kulkuyhteyksiä kyseisille alueille.”</i></p> <p><i>”Olisi kiva, jos Joensuun keskustassa tai Niinivaaralla olisi enemmän kirpputoreja.”</i></p>
Markkinointi	<p><i>”Elektroniikan korjausliikkeiden jne. osalta mainostus on olematonta.”</i></p> <p><i>”Itse palvelut ovat varmaan ihan toimivia, mutta markkinointiin ja mainostamiseen sopivien kanavien kautta voisi tuoda palvelut paremmin esille.”</i></p> <p><i>”Tiedotusta uudelleen käytön palveluista voisi tuoda esille enemmänkin, esimerkiksi sos. median yleisillä kanavilla tai paikallislehdessä/radiossa, kauppakeskusten tai kirjastojen ilmoitustaulut.”</i></p>
Laatu ja yleisilme	<p><i>”Edullisemmat hinnat, tuotteiden laadun parantaminen - nyt valtaosalla kirpputoreja hinnat pilvissä ja varsinkin vaatteet aivan roskiskamaa.”</i></p> <p><i>”Kirpputoripöydät ovat usein todella huonossa kunnossa, myyjät eivät siisti pöytiä myyntiviikkojen aikana. Kaikki kirpputorit ovat itsepalvelukirppareita, tulisi "ison kaupungin tuntua" jos voisi itse olla paikalla myymässä.”</i></p> <p><i>”Asianmukaiseen uudelleenkäytön palveluun lukeutuu mielestäni vahvasti myytävien tuotteiden yleinen siisteys. Kirpputorien pitäjien tulisi pystyä</i></p>

	<i>jossain määrin valvomaan myytävien tuotteiden puhtautta sekä vaatia tarvittaessa alhaisen laadun omaavien tuotteiden poistoa myynnistä.”</i>
Tiettyyn tuotteeseen perustuva palvelu	<i>”Kirppareilla tavarat voisivat olla järjestyksessä omien kojujen sijaan, niin vaatteiden ostaminen olisi helpompaa.”</i>  <i>”Kierrätyspisteitä voisi vielä selkeämmin luokitella eri tuoteryhmille. Esimerkiksi, käyttötavarat-, vaatteet-, urheiluvälineet- ja huonekalukierrätyspisteet selkeästi omiin ryhmiinsä.”</i>  <i>”Pyrkisin tarjoamaan siistimpiä, kuratoituja, modernempia tiloja ja konsepteja kierrätystoimintaan (pääkaupunkiseudun second hand -liikkeiden kaltaisia, esim. Relove).”</i>
Valikoima	<i>”Vaatteet ovat usein naisille/lapsille joten miesten ei ole syytä mennä kirpparille.”</i>  <i>”Esimerkiksi kirpputoreja enemmän nuorten suosioon. En tarkoita käyttöä vaan, että nuoret myisivät omia tavaroitaan kirpputoreilla. Itse ainakin todella harvoin löydän jotakin ostettavaa. Pöytäpaikat voisivat olla halvempia.”</i>
Luottamus	<i>”Lisäämällä nettialustoilla asiakkaan ja myyjän välistä luottamusta esim varmennetulla chatilla, tämä vähentäisi huijauksia”</i>  <i>”Nettimyynnissä (esim Tori.fi) ohjeeksi käteiskauppa, eikä ennakkomaksuja. Uskon, että vähentäisi petoksia huomattavasti.”</i>
Helppous	<i>”Nouto”</i>  <i>”Iso laari keskustassa, minne saisi vain heittää kaikki kierrätettävät tavarat”</i>

Vastaajien mielestä uudelleenkäytön palveluissa myydyissä tuotteissa on liian korkeat hinnat, liian kaukainen sijainti tai niitä markkinoitiin liian vähän. Hintojen osalta joko palveluntarjoaja tai myyjä on asettanut tuotteelle niin korkean hinnan, että sitä ei haluta ostaa. Hintoja pitäisi siis saada alhaisemmiksi. Fyysisten palveluiden sijainti on liian kaukana. Vastaajat kaipasivat lisää kirpputoreja Joensuun keskustaan. Lisäksi vastaajat kokivat, että palveluita ei mainosteta tarpeeksi paljon. ” *Elektroniikan korjausliikkeiden jne. osalta mainostus on olematonta.”* ” *Tiedotusta uudelleen käytön palveluista voisi tuoda esille enemmänkin, esimerkiksi sos. median yleisillä kanavilla tai paikallislehdessä/radiossa, kauppakeskusten tai kirjastojen ilmoitustaulut.”*

Vastaajat toivoivat tuotteille parempaa laatua ja fyysisiin palveluihin siistimpää yleisilmettä. ” *Asianmukaiseen uudelleenkäytön palveluun lukeutuu mielestäni vahvasti myytävien tuotteiden yleinen siisteys. Kirpputorien pitäjiä tulisi pystyä jossain määrin valvomaan myytävien tuotteiden puhtautta sekä vaatia tarvittaessa alhaisen laadun omaavien tuotteiden poistoa myynnistä.* ” ” *Pyrkisin tarjoamaan siistimpiä, kuratoituja, modernempia tiloja ja konsepteja kierrätystoimintaan (pääkaupunkiseudun second hand -liikkeiden kaltaisia, esim. Relove).* ” Tuotteita olisi hyvä luokitella eri tuoteryhmiin ja valikoima voisi olla laajempi. Esimerkiksi miesten vaatteita ei juuri myydä kirpputoreilla. ” *Vaatteet ovat usein naisille/lapsille, joten miesten ei ole syytä mennä kirpparille.* ” Eräs vastaaja halusi myös enemmän nuoria myymään tuotteitaan, jotta nuorille olisi enemmän valikoimaa. ” *Esimerkiksi kirpputoreja enemmän nuorten suosioon. En tarkoita käyttöä vaan, että nuoret myisivät omia tavaroitaan kirpputoreilla. Itse ainakin todella harvoin löydän jotakin ostettavaa.* ”

Nettimyynnin kohdalla luottamuksen parantaminen koettiin asiaksi, jota pitäisi kehittää. Vastaajat ehdottivat ratkaisuksi käteismaksuja noudettaessa tai varmennettua chattia. ” *Nettimyynnissä (esim. Tori.fi) ohjeeksi käteiskauppa, eikä ennakkomaksuja. Uskon, että vähentäisi petoksia huomattavasti.* ” ” *Lisäämällä nettialustoilla asiakkaan ja myyjän välistä luottamusta esim. varmennetulla chatilla, tämä vähentäisi huijauksia.* ”

Uudelleenkäytön palveluiden käyttöä pitäisi myös helpottaa. Eräs vastaajista ehdotti noutopalvelua, jotta tuotteita ei tarvitsisi itse viedä minnekään. Toisen mielestä keskustassa voisi olla jokin astia, johon tuotteet vaan vietäisiin ja joku yritys hoitaisi ne eteenpäin kiertoon. Yksi vastaajista koki, että uutena ostaminen on helpompaa kuin palveluiden käyttäminen. ” *Ne on mielestäni aivan hyviä, mutta useinkin tuntuu, että pienemmällä vaivalla saa ostettua uutena juuri sitä mitä haluan.* ” Helppoutta kaivataan siis sekä myymiseen että ostamiseen.

## 8. Pohdinta

Kyselyyn vastanneiden otoskoko on melko suppea eikä vastaa Joensuun asukkaiden ikäjakaumaa. Joidenkin kysymysten osalta kysymyksen muotoilu on voinut johtaa väärinymmärryksiin, mikä voi aiheuttaa vääriä tuloksia. Taustakysymyksenä ollutta kysymystä asuinalueesta ei voinut käyttää tuloksien tulkinnassa, koska vastaajat ovat vastanneet kysymykseen joko asuinalueen, kaupungin tai jopa maakunnan. Kyselyn tulokset vastaavat kuitenkin hyvin aikaisemmin tehtyjä tutkimuksia ja teoria-aineistoa. Suoraa tutkimusta palveluiden käyttömääristä oli vaikea löytää, mutta Ferraron ym. (2016) tutkimuksesta saa viitteitä siitä, että harva käyttää palveluita usein. Sirpa Anundi (2013) on tehnyt Pro Gradu -tutkielman 20–35-vuotiaiden naisten trendienseuraamistottumuksista, ja tässä tutkimuksessa yhtenä kysymyksenä oli vaatteiden ostotiheys. Yhtenä vastausvaihtoehtona oli kirpputorien käyttö, ja vastaajista alle 5 % osti vaatteita kirpputoreilta joka viikko. Joka kuukausi vaatteita osti noin 20 % ja noin 60 % osti muutaman kuukauden välein tai harvemmin. Viidesosa vastaajista ei ostanut koskaan vaatteita kirpputoreilta. (Anundi 2013, 37.) Tämä vastaa aika hyvin perinteisiltä kirpputoreilta ja verkkopalveluista saamaani tulosta. Elektroniikkapalveluita ja muita palveluita tähän ei voi verrata.

Asenteiden vaikutus uudelleenkäytön palveluihin näkyy niin teoriassa kuin kyselyn tuloksissa. Asenteet ovat muuttuneet, mutta kehitettävää vielä on. Kyselyn vastauksissa painottuivat negatiiviset asenteet enemmän, koska kysymykset oli asetettu kehittämisen näkökulmasta, eikä kysytty, mikä on jo toimivaa. Guiot ja Roux (2010) sekä Ferraro ym. (2016) nostivat tutkimuksissaan esille arvoja, jotka saavat käyttämään palveluita, ja näissä näkyivät myönteisenä nostalgia, kestävyys, löytämisen ilo ja säästäminen. Vivi Kiukkasen (2020) tutkimuksessa myyjät kokivat myönteisenä tavaran kiertoon pääsemisen ja kestävän kulutuksen, mutta myös arvon saamisen omista tuotteistaan.

Käytettyjen tuotteiden ostamisessa ja myymisessä on haasteita. Liian korkeat hinnat varsinkin suhteessa laatuun, palveluiden huono saatavuus sekä tuotteiden huono saatavuus

ja laatu tuovat haasteita sekä myyjille että ostajille. Myyminen ja myös ostaminen koetaan työlääksi. Vastauksissa nousi esille, että miehille ei ole vaatteita kirpputoreilla. Miehiä kyselyyn vastasi vain 16. Voiko syynä vastaamisen vähäisyyteen olla se, että koetaan, että palveluilla ei ole mitään annettavaa?

Kokemus uudelleenkäytön palveluista voi mahdollisesti vaikuttaa palvelun käyttöön. Ollaanko palvelusta tietoisia, mitä muut ovat siitä kertoneet, milloin se on perustettu ja missä se sijaitsee. Kyselyssä esiin nousi esimerkiksi kierrätyskeskus Kiertämö. Lähes puolet vastaajista ei ollut kuullut palvelusta. 36 % vastaajista oli kuullut, mutta ei silti käyttänyt palvelua. Liike on melko uusi ja sijaitsee kauempana keskustasta, joten voisiko sillä olla merkitystä. Ekokirppiksestä suurin osa on kuullut, mutta yli 38 % ei käytä sitä. Voidaan pohtia, mikä tähän mahdollisesti vaikuttaa. Kirpputori sijaitsee keskustassa, joten ihmiset kulkevat siitä ohitse, mutta onko tuotteissa, yleisilmeessä tai palvelussa jotain, mikä saa kuluttajat välttelemään sitä.

Tällä hetkellä uudelleenkäyttöön liittyviä palveluita ovat perinteiset kirpputorit ja kierrätyskeskukset sekä verkossa toimivat palvelut, verkkokirpputorit, erilaiset osto- ja myyntialustat ja sosiaalisen median kanavat. Yrityksillä on lisäksi tuotteiden takaisinosto- ja jälleenmyyntipalveluita, vuokrauspalveluita sekä palveluita, joissa tuote korjataan ja myydään edelleen seuraavalle kuluttajalle. Taulukossa 2 on koottu luvussa kaksi esiteltyt palvelut. Vastaavia palveluita on myös muilla yrityksillä, nämä yritykset toimivat esimerkkinä erilaisista palvelutyypeistä. Tiedot on koottu pääasiassa yritysten omilta nettisivuilta.

Taulukko 2. Tämänhetkisiä uudelleenkäytön palveluita kategorioittain.

Kategoria	Yritys	Uudelleenkäyttöön liittyvä toimintamalli
Perinteiset kirpputorit ja kierrätyskeskukset	Kirpputorit ja kierrätyskeskukset Valtakunnalliset: - UFF - Fida - SPR:n Kontti Vain Joensuussa: - Ekokirppis	Käytettyjen tuotteiden myynti joko itse tai yrittäjän toimesta

	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Easykirppis</li> <li>- Valintakirppis</li> <li>- Kiertämö</li> <li>- Antikva Eetu</li> <li>- Jukan antiikki</li> </ul>	
Verkossa toimivat uudelleenkäytön palvelut	<p>Nettikirpputorit</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Vähänkäytetty.fi</li> <li>- Emmy</li> <li>- Rekki</li> </ul> <p>Sähköiset osto- ja myyntialustat</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Huuto.net</li> <li>- Tori.fi</li> </ul> <p>Sosiaalisen median palvelut</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Facebook Marketplace</li> <li>- Facebook kirpputoriryhmät</li> <li>- Zadaa</li> </ul> <p>Lindex</p> <p>Zalando</p> <p>Trove</p> <p>Backmarket</p>	<p>Naisten, miesten ja lastenvaatteiden sekä lastentarvikkeiden, kirjojen ja harrastusvälineiden myynti</p> <p>Vaatteiden myynti, tietyt vaatemerkit Vaatteiden ostaminen kuluttajalta ja niiden myynti sekä antaminen hyväntekeväisyyteen</p> <p>Alusta tuotteiden myyntiin ja ostamiseen</p> <p>Sosiaalisen median myyntialusta kaikille tuotteille</p> <p>Sosiaalisen median kirpputorialusta, voi olla erikoistunut tiettyihin tuotteisiin</p> <p>Puhelinsovellus lasten ja naisten vaatteiden myyntiin ja ostoon</p> <p>Eurooppalainen pikamuotiketju, joka myös vastaanottaa käytettyjä vaatteita ja välittää niitä eteenpäin, Ruotsissa ja Norjassa pienimuotoista second hand -toimintaa</p> <p>Verkkokauppa, jolla lisäksi käytettyjen vaatteiden mallisto</p> <p>Alusta muille yrityksille käytettyjen tuotteiden myyntiin</p> <p>Verkkopalvelualusta yrityksille käytetyn elektroniikan myyntiin</p>
Takaisinosto- ja jälleenmyyntipalvelut	<p>Patagonia</p> <p>Alpa</p> <p>Arela</p> <p>Globe Hope</p>	<p>Takaisinostopalvelu yrityksen käytetyille tuotteille</p>

	Varusteleva	
Vuokrauspalvelut	Vaatepuu	Palvelu, jossa asiakkaat maksavat jäsenyydestä ja voivat sitä vastaan lainata vaatteita. Käytettyjä vaatteita on mahdollisuus myös ostaa
Korjattujen tuotteiden jälleenmyyntiin liittyvät palvelut	Meublowski	Käytettyjen huonekalujen kunnostus ja myynti
	Tech-Takeback	Elektroniikan kerääminen kuluttajilta, niiden huoltaminen ja myynti edelleen
	Swappie	Kuluttajien puhelimien ostaminen, huolto ja myynti
	Taitonetti.fi	Käytetyn elektroniikan verkkokauppa, fyysisessä liikkeessä myös huoltopalvelu
	Mjuk	Käytettyjen huonekalujen nouto, puhdistus ja myynti
	Pääkaupunkiseudun Kierrätyskeskus Oy	Perinteisen kierrätyskeskustoiminnan lisäksi Plan B -mallisto, jossa vanhoista osista valmistetaan esimerkiksi huonekaluja
	Pakilan työkeskus	Yritysten huonekalujen kunnostus ja myynti kuluttajille
	Fonum	
	ITapsa	
	AHaa Elektroniikka	Käytetyn elektroniikan myynti, huoltopalvelut
	Elektroshemeikka	
	Karjalan Datahuolto	

Uudelleenkäytön palveluita kehitettäessä voidaan keskittyä sekä nykyisten palveluiden parantamiseen että täysin uudenlaisten liiketoimintamallien suunnitteluun. Palveluiden kehittämiseen liittyy haasteita, mutta myös mahdollisuuksia. Suomen ympäristökeskuksen tekemän tutkimuksen (Eskelinen ym. 2018) mukaan haasteita ovat kustannukset, käsittelyyn liittyvä ammattitaito, logistiikka, laatu- ja kunto-ongelmat, asiakassegmentit ja kyky vastata asiakkaiden tarpeisiin, asenteet ja mielikuvat sekä ajanmukaisuus. Tämä tutkimus on tehty uudelleenkäytön palveluiden yrittäjien näkökulmasta, mutta samoja haasteita kuluttajatkin ovat kohdanneet. Hinta, sijainti, markkinointi, laatu ja yleisilme, tiettyyn tuotteeseen

perustuva palvelu, valikoima, luottamus sekä helppous olivat asioita, joita kyselyyn vastaajat halusivat kehittää.

Parantuneet asenteet, tietoisuus ja kehittyvä teknologia luovat mahdollisuuksia kehittää palveluita. Alpo Kivijärvi toteaa Pro Gradu -tutkielmassaan (2022), että puhelinsovelluksia voisi kehittää esimerkiksi tiettyjen tuotteiden löytämistä varten. Sitran (2014) mukaan logistiikkaa voisi parantaa niin, että myytävä tuote noudettaisiin kuluttajalta kotoa asti. Tätä ehdotti myös eräs vastaaja kyselyssä. Ruotsalaisella yrityksellä Sellpyllä tällaista toimintaa on.

Monet palvelut ovat hiukan venyttämässä uudelleenkäytön termin rajoja. Tuote palveluna -mallissa tuotetta ei tarvitsisi omistaa, jakamis- ja vaihtotalous jakaisi omistajuutta. Suomen ympäristökeskus (Eskelinen ym. 2018) nosti tutkimuksessaan esiin huolto- ja korjauspalvelut sekä vuokraamis- ja leasing -palvelut. Vaikka palvelut eivät täysin uudelleenkäytön termin alle mene, ne ovat kuitenkin todella hyviä keinoja kiertotalouden edistämiseen ja jätteen synnyn vähentämiseen, kun uusia tuotteita ei tarvitse hankkia.

Lisätutkimusta aiheeseen liittyen voisi tehdä laajemmin kiertotalouden näkökulmasta ja ottaa mukaan esimerkiksi kierrätyksen. Tutkimusta voisi tehdä muun muassa pakkausmateriaalien osalta. Voisi miettiä, kannattaako pakkauksista tehdä niin kestäviä, että ne voidaan käyttää uudelleen vai onko pakkausmateriaalin kierrättäminen järkevämpää. Uudelleenkäyttöä voisi tutkia myös yritysten osalta, esimerkiksi rakennusjätteen määrään uudelleenkäytön edistäminen voisi vaikuttaa massallisesti enemmän, koska jäte (esimerkiksi betoni) on paljon painavampaa ja sitä syntyy suurempia määriä.

## 9. Yhteenveto

Tämän kandidaatintyön tavoitteena oli selvittää, millaisia uudelleenkäytön palveluita kuluttajille tällä hetkellä on ja miten niitä voisi kehittää. Työssä selvitettiin myös joensuulaisten kuluttajien uudelleenkäytön palveluiden käyttöaktiivisuutta joensuulaisille saatavilla olevien palveluiden osalta. Teoriaosuudessa perehdyttiin muutamaaan kansainväliseen uudelleenkäytön palveluun, käytiin tarkemmin läpi tällä hetkellä toimivia uudelleenkäytön palveluita Suomessa, ja tutustuttiin lähemmin Joensuun palveluihin. Lisäksi selvitettiin uudelleenkäytön haasteita ja mahdollisuuksia sekä tutustuttiin aikaisempiin aiheeseen liittyviin tutkimuksiin. Kokeellisessa osuudessa tehtiin joensuulaisille kysely siitä, kuinka he käyttävät uudelleenkäytön palveluita ja miten he kehittäisivät niitä.

Joensuulaiset käyttävät uudelleenkäytön palveluita melko harvoin, joitakin kertoja vuodessa tai vähemmän. Kaikista palveluista ei olla edes tietoisia. Kyselyyn vastanneet kokivat, että palveluissa ei ollut heidän tarvitsemiaan tai haluamiaan tuotteita eivätkä tuotteet miellyttäneet. 70 % vastaajista kertoi myyvänsä itse tavaroitaan palveluiden kautta. Myymisen haasteeksi koettiin nykyinen myyntikulttuuri. Myymisestä sopiminen ostajien kanssa, myydyn tavaran toimittaminen sekä ostajan saapumattomuus ostopaikalle koettiin työlääksi. Vastaajat kaipasivat myös helpompaa tapaa myydä tuotteitaan.

Tällä hetkellä suurin osa uudelleenkäytön palveluista on perinteisiä kirpputoreja ja kierrätyskeskuksia sekä verkossa toimivia palveluita, kuten verkkokirpputoreja, osto- ja myyntialustoja sekä sosiaalisen median kanavia. Lisäksi pienimuotoisempaa toimintaa ovat yritysten takaisinosto- ja jälleenmyyntipalvelut, vuokrauspalvelut sekä korjattujen tuotteiden jälleenmyyntiin liittyvät palvelut. Nykyisissä palveluissa on vielä kehitettävää. Kehitykselle haasteita tuovat erityisesti kustannukset, kuluttajien asenteet sekä logistiikkaongelmat (Eskelinen ym. 2018, 32).

Uudelleenkäytön palveluilla on potentiaalinen mahdollisuus kehittyä. Asenneilmapiiri käytettyjä tuotteita kohtaan on muuttunut positiivisempaan suuntaan. Teknologia mahdollistaa erilaisten sähköisten palveluiden ja sovellusten kehittämisen. Parantamalla logistiikkaa voidaan uudelleenkäytön markkinoita kasvattaa. Yrityksillä on tärkeä rooli palveluiden kehittämisessä. Palveluiden mainostaminen, perinteisten liikkeiden yleisilmeen kohottaminen ja laadukkaammat tuotteet, jotka kestävät uudelleenkäyttöä voivat olla osa ratkaisua.

## Lähteet

Aalto I. ja Mänty A. 2017. Millainen palvelu herättäisi käytettyjen tavaroiden kysynnän ruususen unesta? [verkkajulkaisu]. Julkaistu: 20.11.2017. Julkaisija: Sitra. [viitattu: 16.8.2022]. Saatavissa: <https://www.sitra.fi/blogit/millainen-palvelu-herattaisi-kaytettyjen-tavaroiden-kysynnan-ruususen-unesta/>

Ahaa Elektroniikka. 2022. [verkkosivu]. [viitattu: 12.8.2022]. Saatavissa: <https://www.elektroniikkaosat.com/c-134/Kannettavat.html>

Ahokumpu, A-L. 2006. Käytettyjen tekstiilien ja huonekalujen uudelleenkäyttö- ja kierrätysmahdollisuuksien kartoitus. [verkkajulkaisu]. Julkaistu: 7.11.2006. [viitattu: 16.8.2022]. Saatavissa: [https://www.kierratyskeskus.fi/files/32/UE\\_Uudelleenkayttoraportti.pdf](https://www.kierratyskeskus.fi/files/32/UE_Uudelleenkayttoraportti.pdf)

Alpa. 2022. Alpa 2nd hand. [verkkosivu]. [viitattu: 9.8.2022]. Saatavissa: <https://alpa.fi/tuote-osasto/second-hand/>

Anundi, S. 2013. #Fashion #Followme. 20–35-vuotiaiden naisten trendienseuraamistottumukset. Pro Gradu -tutkielma. Lapin yliopisto, Taiteiden tiedekunta. 93 sivua. [viitattu: 9.9.2022]. Saatavissa: <https://lauda.ulapland.fi/bitstream/handle/10024/60765/anundi%20gradu.pdf?sequence=2&isAllowed=y>

Arela. 2022. Arela second hand. [verkkosivu]. [viitattu: 9.8.2022]. Saatavissa: <https://www.arelastudio.com/fi/collections/for-good-2nd-hand>

BackMarket. 2022. [verkkosivu]. [viitattu: 9.8.2022]. Saatavissa:  
<https://www.backmarket.fi/fi-fi/about-us>

Elektroshemeikka. 2022. [verkkosivu]. [viitattu: 12.8.2022]. Saatavissa:  
<https://elektroshemeikka.com>

Ellen MacArthur Foundation. 2022. The online platform for scaling reuse. [verkkojulkaisu]. [viitattu: 7.9.2022]. Saatavissa:  
<https://ellenmacarthurfoundation.org/circular-examples/the-online-platform-for-scaling-reuse-trove>

Eskelinen H. ym. 2018. Uudelleenkäyttö ja sen edistäminen. [verkkojulkaisu]. Suomen ympäristökeskuksen raportteja 19/2018. [viitattu: 9.8.2022]. Saatavissa:  
[https://helda.helsinki.fi/bitstream/handle/10138/236338/SYKEra\\_19\\_2018.pdf?sequence=1&isAllowed=y](https://helda.helsinki.fi/bitstream/handle/10138/236338/SYKEra_19_2018.pdf?sequence=1&isAllowed=y)

Ferraro, C., Sands, S, Brace-Govan, J. 2016. The role of fashionability in second-hand shopping motivations. Journal of retailing. [verkkojulkaisu]. Julkaistu: 22.7.2016. [viitattu 8.9.2022]. Saatavissa:  
[https://mycourses.aalto.fi/pluginfile.php/887310/mod\\_resource/content/1/27.2.Turunen.pdf](https://mycourses.aalto.fi/pluginfile.php/887310/mod_resource/content/1/27.2.Turunen.pdf)

Fiksukuluttaja.fi. 2022. Hyvä nettikirppis hakusessa? Katso nettikipputorivertailu alta. [verkkojulkaisu]. [viitattu: 9.8.2022]. Saatavissa: <https://fiksukuluttaja.fi/hyva-nettikirppis/>

Globe Hope 2022. Kierrätä Globe Hope tuotteille uusi elämä. [verkkosivu]. [viitattu: 7.9.2022]. Saatavissa: <https://globehope.fi/pages/2nd-hand>

Guiot, D. ja Roux, D. 2010a. A Second-hand Shoppers' Motivation Scale: Antecedents, Consequences, and Implications for Retailers. *Journal of retailing*. [verkkojulkaisu]. 86 (4), 355–371. [viitattu: 8.9.2022]. Rajoitettu saatavuus.

Guiot, D. ja Roux, D. 2010b. A Second-hand Shoppers' Motivation Scale: Antecedents, Consequences, and Implications for Retailers. *Journal of retailing*. [verkkojulkaisu]. 86 (4), 383–399. [viitattu: 8.9.2022]. Saatavissa: [https://www.researchgate.net/profile/Dominique-Roux-3/publication/259474871\\_A\\_Second-Hand\\_Shoppers'\\_Motivation\\_Scale\\_Antecedents\\_Consequences\\_and\\_Implications\\_for\\_Retailers/links/5d3becc592851cd0468a1ece/A-Second-Hand-Shoppers-Motivation-Scale-Antecedents-Consequences-and-Implications-for-Retailers.pdf](https://www.researchgate.net/profile/Dominique-Roux-3/publication/259474871_A_Second-Hand_Shoppers'_Motivation_Scale_Antecedents_Consequences_and_Implications_for_Retailers/links/5d3becc592851cd0468a1ece/A-Second-Hand-Shoppers-Motivation-Scale-Antecedents-Consequences-and-Implications-for-Retailers.pdf)

Joensuun kaupunki. 2022. Kiertämö. [verkkosivu]. [viitattu: 12.8.2022]. Saatavissa: <https://www.joensuu.fi/kiertamo>

Karjalan Datahuolto. 2022. [verkkosivu]. [viitattu: 12.8.2022]. Saatavilla: <https://www.kdh.fi>

Kierrätyskeskus. 2022. Plan B -uusiotuotteet ja verstaas. [verkkosivu]. [viitattu: 12.8.2022]. Saatavissa: [https://www.kierratyskeskus.fi/myymalat\\_ja\\_palvelut/plan\\_b\\_-uusiotuotteet](https://www.kierratyskeskus.fi/myymalat_ja_palvelut/plan_b_-uusiotuotteet)

Kirppikset.info. 2022. [verkkosivu]. [viitattu: 12.8.2022]. Saatavissa: <https://www.kirppikset.info/paikkakunta/joensuu/>

Kiukkanen, V. 2020. The value of Finnish second-hand consignment stores for second-hand sellers. Pro Gradu -tutkielma. Aalto-yliopisto, Kauppatieteet. 74 sivua. [viitattu: 9.9.2022]. Saatavissa:

[https://aaltodoc.aalto.fi/bitstream/handle/123456789/102634/master\\_Kiukkanen\\_Vivi\\_2021.pdf?sequence=1&isAllowed=y](https://aaltodoc.aalto.fi/bitstream/handle/123456789/102634/master_Kiukkanen_Vivi_2021.pdf?sequence=1&isAllowed=y)

Kivijärvi, A. 2022. Kuluttajien näkemyksiä second hand -tavaroiden kuluttamisesta. Pro Gradu -tutkielma. Helsingin yliopisto, Kasvatustieteellinen tiedekunta, Kotitaloustiede. 56 sivua. [viitattu: 17.8.2022]. Saatavissa: [https://helda.helsinki.fi/bitstream/handle/10138/345922/Kivijarvi\\_Alpo\\_gradu\\_final\\_2022.pdf?sequence=3&isAllowed=y](https://helda.helsinki.fi/bitstream/handle/10138/345922/Kivijarvi_Alpo_gradu_final_2022.pdf?sequence=3&isAllowed=y)

L 17.6.2011/646. Jätelaki.

Lacy P. ym. 2014. Circular Advantage. [verkkojulkaisu]. [viitattu: 24.8.2022]. Saatavissa: [https://www.accenture.com/t20150523T053139\\_\\_w\\_\\_/us-en/\\_acnmedia/Accenture/Conversion-Assets/DotCom/Documents/Global/PDF/Strategy\\_6/Accenture-Circular-Advantage-Innovative-Business-Models-Technologies-Value-Growth.pdf](https://www.accenture.com/t20150523T053139__w__/us-en/_acnmedia/Accenture/Conversion-Assets/DotCom/Documents/Global/PDF/Strategy_6/Accenture-Circular-Advantage-Innovative-Business-Models-Technologies-Value-Growth.pdf)

Leinonen R. 2018. Sisällönanalyysi. [verkkojulkaisu]. Julkaistu: 12.12.2018. [viitattu: 5.9.2022]. Saatavissa: <https://spoken.fi/sisallonanalyysi/>

Lettenmeier, M. 1994. Roskapuhetta: jäteneuvonnan käsikirja. Jyväskylä, Gummerus.

Lindex. 2022a. Uudelleenkäyttö ja kierrätys. [verkkosivu]. [viitattu: 9.8.2022]. Saatavissa: <https://about.lindex.com/fi/kestava-kehitys/miten-sina-voit-vaikuttaa/uudelleenkaytto-ja-kierratys/>

Lindex. 2022b. Muodin kiertotalous. [verkkosivu]. [viitattu: 9.8.2022]. Saatavissa: <https://about.lindex.com/fi/kestava-kehitys/toimintatapamme/muodin-kiertotalous/>

Meublowski 2022. [verkkosivu]. [viitattu: 7.9.2022]. Saatavissa:  
<https://www.meublowski.nl/about>

Mjuk. 2022. [verkkosivu]. [viitattu: 12.8.2022]. <https://www.mjukhome.com/fi-fi>

Pakilan työkeskus. 2022. [verkkosivu]. [viitattu: 12.8.2022]. Saatavissa:  
<https://www.pakilantyokeskus.fi>

Patagonia. 2022. [verkkosivu]. [viitattu: 7.9.2022]. Saatavissa:  
<https://eu.patagonia.com/gb/en/home/>

Sellpy. 2022. [verkkosivu]. [viitattu: 2.11.2022]. Saatavissa: <https://www.sellpy.fi>

Sinervo R. 2022. Kaikki palveluna? [verkkojulkaisu]. Julkaistu: 10.1.2022. Julkaisija: Sitra.  
[viitattu: 17.8.2022]. Saatavissa: <https://www.sitra.fi/artikkelit/kaikki-palveluna/>

Sitra. 2014. Kiertotalouden mahdollisuudet Suomelle. [verkkojulkaisu]. Sitran selvityksiä  
84. [viitattu: 24.8.2022]. Saatavissa:  
<https://www.sitra.fi/app/uploads/2017/02/Selvityksia84-2.pdf>

Statt, N. 2016. Google confirms the end of its modular Project Ara smartphone.  
[verkkojulkaisu]. [viitattu: 9.9.2022]. Saatavissa:  
<https://www.theverge.com/2016/9/2/12775922/google-project-ara-modular-phone-suspended-confirm>

Tech-Takeback 2022. [verkkosivu]. [viitattu: 7.9.2022]. Saatavissa:  
<https://www.techtakeback.com>

Tilastokeskus. 2020. Yli 70 prosenttia kotitalouksista ostanut tavaraa kirpputoreilta. [verkkajulkaisu]. Julkaistu: 6.5.2020. [viitattu: 12.8.2022]. Saatavissa: <https://www.stat.fi/tup/kokeelliset-tilastot/vertais-ja-jakamistalous/yli-70-prosenttia-kotitalouksista/index.html>

Vaatepuu. 2022. Vaatepuu muuttaa maailmaa. [verkkosivu]. [viitattu: 9.8.2022]. Saatavissa: <https://vaatepuu.fi/tarina/>

Varusteleka. 2022. Kiertotalousjärjestelmä Kierto. [verkkosivu]. [viitattu: 17.8.2022]. Saatavissa: <https://www.varusteleka.fi/fi/page/kiertotalousjarjestelma-kierto/66083>

Vilkka, H. 2015. Tutki ja kehitä. 4. uudistettu painos. Juva, Bookwell Oy.

Yale. 1997. Test of Significance. [verkkosivu]. [viitattu: 9.9.2022]. Saatavissa: <http://www.stat.yale.edu/Courses/1997-98/101/sigtest.htm>

Zalando. 2022. Pre-owned-muoti. [verkkosivu]. [viitattu: 7.9.2022]. Saatavissa: <https://www.zalando.fi/sustainability/extending-the-life-of-fashion/>

## Liite 1. Kyselytutkimuspohja

### Uudelleenkäytön palvelut

Pakolliset kysymykset merkitty tähdellä (\*)

*Opiskelen Lappeenrannan-Lahden teknillisessä yliopistossa LUT ympäristötekniikkaa, ja tämä kysely on osa kandidaatintyötäni. Kyselyllä kerätään tietoa Joensuun uudelleenkäytön palveluista ja niiden kehittämisestä. Uudelleenkäytöllä tarkoitetaan tuotteen tai sen osien käyttöä uudelleen samassa tarkoituksessa, mihin se on valmistettu. Uudelleenkäytön palvelut toimivat uudelleenkäytön edistäjinä muun muassa myymällä, korjaamalla ja välittämällä eteenpäin jo käytössä olleita tuotteita. Vastaaminen tapahtuu anonyyminä. Jokainen vastaus edistää kandidaatintyötäni, kiitos!*

Minna Kortesalmi  
minna.kortesalmi@student.lut.fi

#### 1. Sukupuoli \*

- Nainen  
 Mies  
 Muu  
 En halua kertoa

#### 2. Ikä \*

Minkä ikäinen olet?

#### 3. Asuinalue \*

Millä alueella asut?

*Seuraavat kysymykset sisältävät sekä Joensuussa olevia että sähköisiä uudelleenkäytön palveluita. Kuinka usein palveluita käytät? Valitse parhaiten tilannettasi vastaava vaihtoehto.*

#### 4. Kirpputorit ja kierrätyskeskukset



## 6. Elektroniikka

(Kuinka usein käytät uudelleenkäytön palveluna? -käytetyn laitteen/osan osto/myynti)

	Useamman kerran viikossa	Kerran viikossa	Kerran kuukaudessa	Joitakin kertoja vuodessa	Harvemmin	En käytä palvelua	En ole kuullut palvelusta
Ahaa Elektroniikka *	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Elektroshemeikka *	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Fonum *	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
iTapsa *	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Karjalan Datahuolto *	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Muu, mikä? _____	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

## 7. Muut (Kuinka usein käytät?)

	Useamman kerran viikossa	Kerran viikossa	Kerran kuukaudessa	Joitakin kertoja vuodessa	Harvemmin	En käytä palvelua	En ole kuullut palvelusta
Antikva Eetu *	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Jukan antiikki *	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Muu, mikä? _____	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

## 8. Jos käytät palveluita vain vähän tai et lainkaan, mikä on siihen syy?

- Palveluiden käyttäminen liian hankalaa
- Palvelut liian kaukana
- Tarvitsemiani/haluamiani tuotteita ei ole saatavilla
- Tuotteet eivät miellytä
- Tuotteet huonolaatuisia
- Tuotteet liian kalliita
- Muu, mikä? \_\_\_\_\_

**9. Myytkö omia tavaroitasi (vaatteet, huonekalut ym.) palveluiden kautta? \***

- Kyllä  
 En

**10. Mitä myyt? \***

- Astioita  
 Elektroniikkaa  
 Huonekaluja  
 Kirjoja  
 Kodintekstiilejä  
 Koruja  
 Urheiluvälineitä  
 Vaatteita  
 Muu, mikä? \_\_\_\_\_

**11. Koetko myymisen helpoksi? \***

- Kyllä  
 En

**12. Miksi et myy? \***

- Annan tavarat lahjoitukseen  
 Annan tavarat sukulaisille tai ystäville  
 Ei ole aikaa  
 Ei ole halua/jaksamista  
 Myyminen on liian hankalaa  
 Tavaroiden laatu liian heikko myyntiin/tavarat käytetty loppuun asti  
 Muu, mikä? \_\_\_\_\_

**13. Mikä tekisi myymisestä helpompaa?**

---

---

---

---

**14. Miten kehittäisit uudelleenkäytön palveluita?**

---

---


---

---

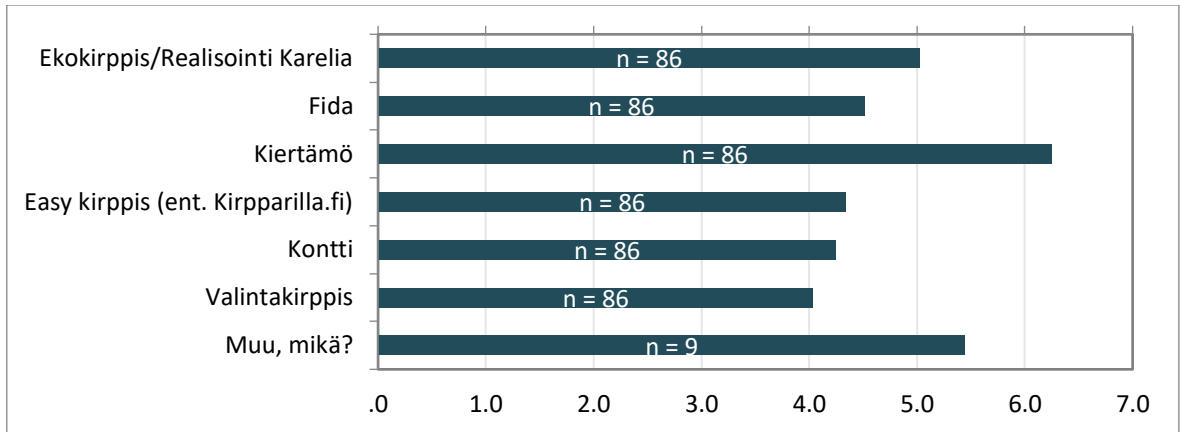
## Liite 2. Studentin t-jakauman likiarvot

**Critical values of Student's  $t$  distribution with  $\nu$  degrees of freedom**Probability less than the critical value ( $t_{1-\alpha, \nu}$ )

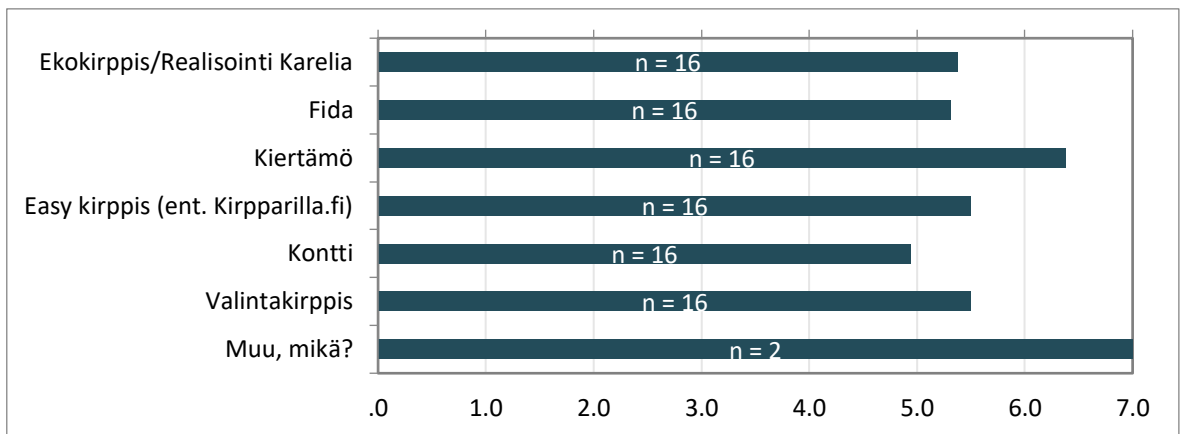
$\nu$	0.90	0.95	0.975	0.99	0.995	0.999
1.	3.078	6.314	12.706	31.821	63.657	318.313
2.	1.886	2.920	4.303	6.965	9.925	22.327
3.	1.638	2.353	3.182	4.541	5.841	10.215
4.	1.533	2.132	2.776	3.747	4.604	7.173
5.	1.476	2.015	2.571	3.365	4.032	5.893
6.	1.440	1.943	2.447	3.143	3.707	5.208
7.	1.415	1.895	2.365	2.998	3.499	4.782
8.	1.397	1.860	2.306	2.896	3.355	4.499
9.	1.383	1.833	2.262	2.821	3.250	4.296
10.	1.372	1.812	2.228	2.764	3.169	4.143
11.	1.363	1.796	2.201	2.718	3.106	4.024
12.	1.356	1.782	2.179	2.681	3.055	3.929
13.	1.350	1.771	2.160	2.650	3.012	3.852
14.	1.345	1.761	2.145	2.624	2.977	3.787
15.	1.341	1.753	2.131	2.602	2.947	3.733
16.	1.337	1.746	2.120	2.583	2.921	3.686
17.	1.333	1.740	2.110	2.567	2.898	3.646
18.	1.330	1.734	2.101	2.552	2.878	3.610
19.	1.328	1.729	2.093	2.539	2.861	3.579
20.	1.325	1.725	2.086	2.528	2.845	3.552
21.	1.323	1.721	2.080	2.518	2.831	3.527
22.	1.321	1.717	2.074	2.508	2.819	3.505
23.	1.319	1.714	2.069	2.500	2.807	3.485
24.	1.318	1.711	2.064	2.492	2.797	3.467
25.	1.316	1.708	2.060	2.485	2.787	3.450
26.	1.315	1.706	2.056	2.479	2.779	3.435
27.	1.314	1.703	2.052	2.473	2.771	3.421
28.	1.313	1.701	2.048	2.467	2.763	3.408
29.	1.311	1.699	2.045	2.462	2.756	3.396
30.	1.310	1.697	2.042	2.457	2.750	3.385
31.	1.309	1.696	2.040	2.453	2.744	3.375
32.	1.309	1.694	2.037	2.449	2.738	3.365
33.	1.308	1.692	2.035	2.445	2.733	3.356
34.	1.307	1.691	2.032	2.441	2.728	3.348
35.	1.306	1.690	2.030	2.438	2.724	3.340
36.	1.306	1.688	2.028	2.434	2.719	3.333
37.	1.305	1.687	2.026	2.431	2.715	3.326
38.	1.304	1.686	2.024	2.429	2.712	3.319
39.	1.304	1.685	2.023	2.426	2.708	3.313
40.	1.303	1.684	2.021	2.423	2.704	3.307
41.	1.303	1.683	2.020	2.421	2.701	3.301
42.	1.302	1.682	2.018	2.418	2.698	3.296
43.	1.302	1.681	2.017	2.416	2.695	3.291
44.	1.301	1.680	2.015	2.414	2.692	3.286
45.	1.301	1.679	2.014	2.412	2.690	3.281
46.	1.300	1.679	2.013	2.410	2.687	3.277
47.	1.300	1.678	2.012	2.408	2.685	3.273
48.	1.299	1.677	2.011	2.407	2.682	3.269

49.	1.299	1.677	2.010	2.405	2.680	3.265
50.	1.299	1.676	2.009	2.403	2.678	3.261
51.	1.298	1.675	2.008	2.402	2.676	3.258
52.	1.298	1.675	2.007	2.400	2.674	3.255
53.	1.298	1.674	2.006	2.399	2.672	3.251
54.	1.297	1.674	2.005	2.397	2.670	3.248
55.	1.297	1.673	2.004	2.396	2.668	3.245
56.	1.297	1.673	2.003	2.395	2.667	3.242
57.	1.297	1.672	2.002	2.394	2.665	3.239
58.	1.296	1.672	2.002	2.392	2.663	3.237
59.	1.296	1.671	2.001	2.391	2.662	3.234
60.	1.296	1.671	2.000	2.390	2.660	3.232
61.	1.296	1.670	2.000	2.389	2.659	3.229
62.	1.295	1.670	1.999	2.388	2.657	3.227
63.	1.295	1.669	1.998	2.387	2.656	3.225
64.	1.295	1.669	1.998	2.386	2.655	3.223
65.	1.295	1.669	1.997	2.385	2.654	3.220
66.	1.295	1.668	1.997	2.384	2.652	3.218
67.	1.294	1.668	1.996	2.383	2.651	3.216
68.	1.294	1.668	1.995	2.382	2.650	3.214
69.	1.294	1.667	1.995	2.382	2.649	3.213
70.	1.294	1.667	1.994	2.381	2.648	3.211
71.	1.294	1.667	1.994	2.380	2.647	3.209
72.	1.293	1.666	1.993	2.379	2.646	3.207
73.	1.293	1.666	1.993	2.379	2.645	3.206
74.	1.293	1.666	1.993	2.378	2.644	3.204
75.	1.293	1.665	1.992	2.377	2.643	3.202
76.	1.293	1.665	1.992	2.376	2.642	3.201
77.	1.293	1.665	1.991	2.376	2.641	3.199
78.	1.292	1.665	1.991	2.375	2.640	3.198
79.	1.292	1.664	1.990	2.374	2.640	3.197
80.	1.292	1.664	1.990	2.374	2.639	3.195
81.	1.292	1.664	1.990	2.373	2.638	3.194
82.	1.292	1.664	1.989	2.373	2.637	3.193
83.	1.292	1.663	1.989	2.372	2.636	3.191
84.	1.292	1.663	1.989	2.372	2.636	3.190
85.	1.292	1.663	1.988	2.371	2.635	3.189
86.	1.291	1.663	1.988	2.370	2.634	3.188
87.	1.291	1.663	1.988	2.370	2.634	3.187
88.	1.291	1.662	1.987	2.369	2.633	3.185
89.	1.291	1.662	1.987	2.369	2.632	3.184
90.	1.291	1.662	1.987	2.368	2.632	3.183
91.	1.291	1.662	1.986	2.368	2.631	3.182
92.	1.291	1.662	1.986	2.368	2.630	3.181
93.	1.291	1.661	1.986	2.367	2.630	3.180
94.	1.291	1.661	1.986	2.367	2.629	3.179
95.	1.291	1.661	1.985	2.366	2.629	3.178
96.	1.290	1.661	1.985	2.366	2.628	3.177
97.	1.290	1.661	1.985	2.365	2.627	3.176
98.	1.290	1.661	1.984	2.365	2.627	3.175
99.	1.290	1.660	1.984	2.365	2.626	3.175
100.	1.290	1.660	1.984	2.364	2.626	3.174
	1.282	1.645	1.960	2.326	2.576	3.090

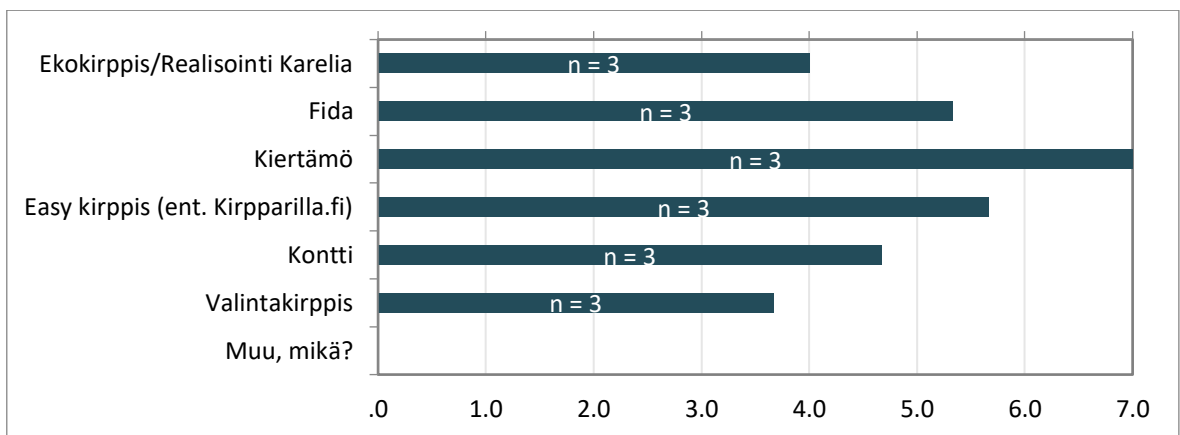
### Liite 3. Perinteisten kirpputorien käyttö eri vastaajaryhmillä



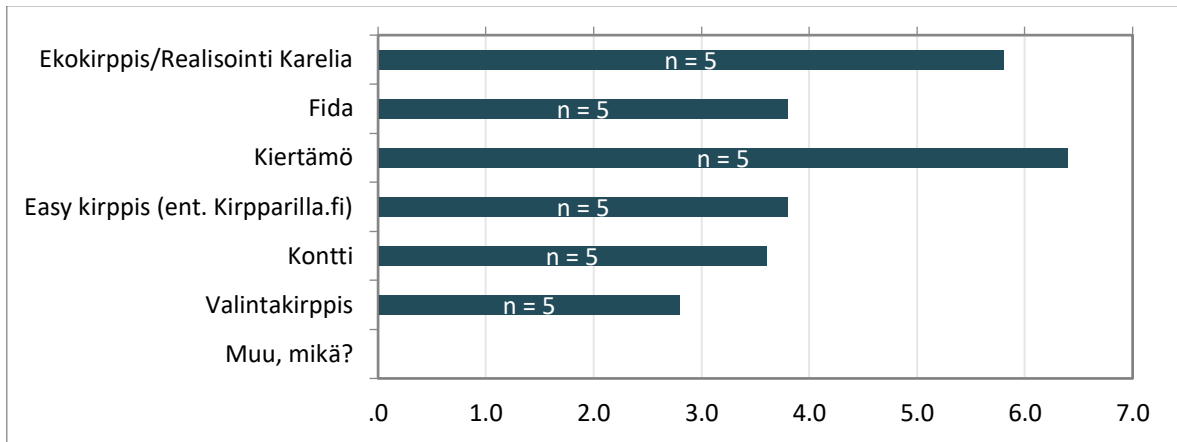
*Perinteisten kirpputorien käyttö naiset.*



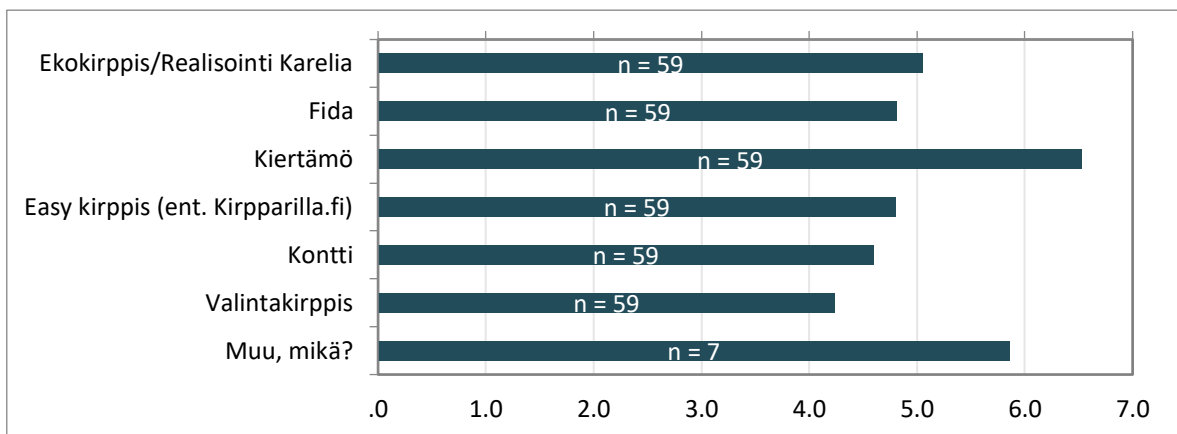
*Perinteisten kirpputorien käyttö miehet.*



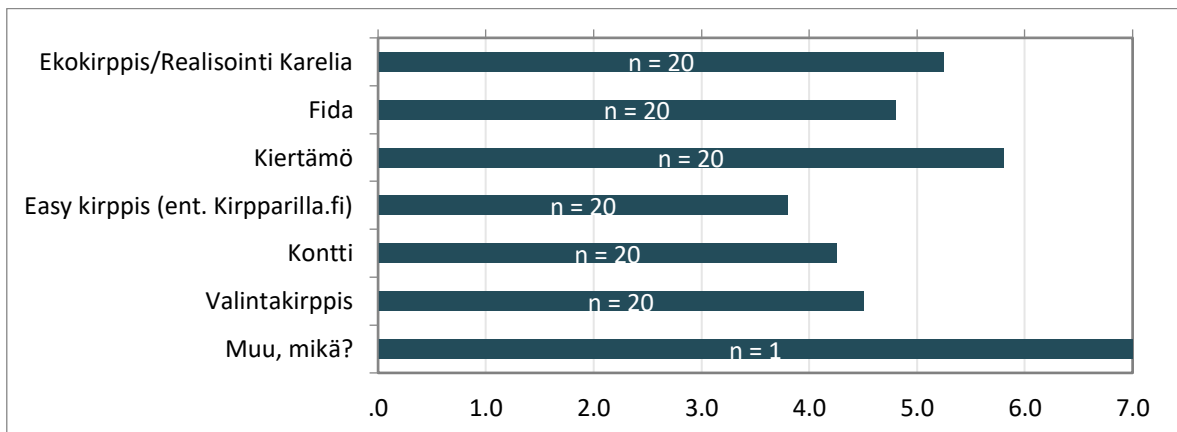
*Perinteisten kirpputorien käyttö muut.*



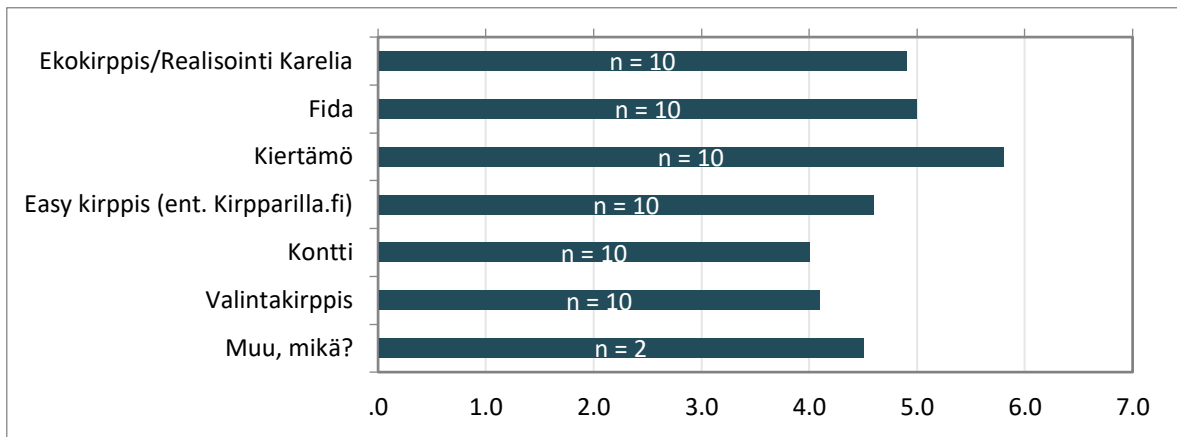
*Perinteisten kirpputorien käyttö alle 20-vuotiaat.*



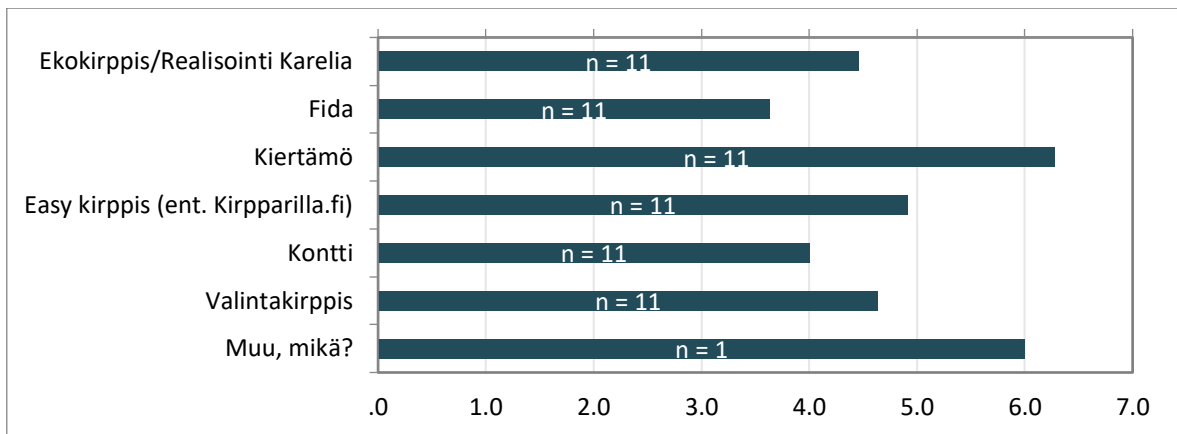
*Perinteisten kirpputorien käyttö 20–29-vuotiaat.*



*Perinteisten kirpputorien käyttö 30–39-vuotiaat.*



*Perinteisten kirpputorien käyttö 40–49-vuotiaat.*



*Perinteisten kirpputorien käyttö 50-vuotiaat ja siitä vanhemmat.*