

Vaate palveluna

Muuttuvien osaamistarpeiden ennakointi muoti- ja vaatetusalla

LAB-ammattikorkeakoulu

Kulttuurialan koulutus (YAMK), Muotoilu ja media-alan uudistava osaaminen

2021

Pirjo Kalliomäki

Tiivistelmä

Tekijä(t) Kalliomäki, Pirjo	Julkaisun laji Opinnäytetyö, YAMK	Valmistumisaika Syksy 2021
	Sivumäärä 87 sivua, 2 liitettä	
Työn nimi Vaate palveluna Muuttuvien osaamistarpeiden ennakointi muoti- ja vaatetuslalla		
Tutkinto Muotoilija, YAMK		
Tiivistelmä <p>Kehittämistyön tavoitteena oli kartoittaa ja ennakoida kiertotaloutta vahvistavia, tuote palveluna -liiketoimintamallien edellyttämiä, osaamistarpeita muoti- ja vaatetuslalla Suomessa. Kartoituksessa keskityttiin ennakoimaan työelämässä jo toimivien ammattilaisten uusia osaamistarpeita vaate palveluna -liiketoiminnan näkökulmasta.</p> <p>Tietoperusta työhön muodostui lähestymällä muuttuvaa toimialaa ennakkoinnin menetelmillä. Toimintaympäristöä hahmotettiin tarkastelemalla toimialan muutospaineita suhteessa ekologisiin, taloudellisiin, yhteiskunnallisiin ja sosiaalisiin muuttujiin. Käyttäjätietoa saatiin alan asiantuntijoilta ja sidosryhmiltä sovelletun Delfoi-menetelmän ja teemahaastattelujen sekä Design Sprint työpajasta saatujen tulosten avulla. Aineistoa analysoitiin soveltaen samankaltaisuuskaavio- ja tulevaisuuspyörämenetelmiä. Muodostuneen aineiston pohjalta kartoitettiin ja ennakoitiin muoti- ja vaatetusalan uusia osaamistarpeita.</p> <p>Ennakoidut osaamistarpeet korostavat monialaista osaamista sekä jatkuvan oppimisen merkitystä. Osaamistarpeet kulmineituvat kiertotalouden mukaisen liiketoiminnan vahvistamiseen, käyttäjälähtöisyyden korostumiseen palvelukonseptien ja brändien suunnittelussa, vastuulliseen viestintään, tuotteen elinkaarta pidentävien palvelujen hallintaan ja ekosysteemien tärkeyden ymmärtämiseen. Lisäksi digitaalisten taitojen jatkuva päivittäminen sekä yhteiskunnallisen osaamisen hallinta luovat uusia, kiertotaloutta vahvistavia osaamistarpeita muoti- ja vaatetuslalle.</p>		
Asiasanat vaate palveluna, tuote palveluna, osaamistarpeet, muoti- ja vaatetusala, kiertotalous		

Abstract

Author(s) Kalliomäki, Pirjo	Type of Publication Master´s thesis	Published Autumn 2021
	Number of Pages 87 pages, 2 appendices	
Title of Publication Clothing as a service -Anticipation of competence required in transformation from linear economy to circular fashion and clothing sector Possible subtitle(s)		
Name of Degree Master of Culture and Arts		
Abstract <p>The aim of the thesis was to identify and anticipate new competence requirements of the product-as-a-service system in circular fashion and clothing sector in Finland. The survey focused on anticipating the requirements of clothing-as-a-service system for the professionals already working in fashion and clothing sector.</p> <p>The knowledge base for the thesis was reached by approaching the transform of fashion and clothing sector with foresight methods. The operational environment was outlined by examining the industry's change pressures in relation to ecological, economic, societal, and social variables. The user information was obtained using the Delphi method and theme interviews among the professionals in sector and the results of the Design Sprint workshop. The data material was analyzed by applying the affinity diagram and future wheel methods.</p> <p>New competence requirements were mapped based on the study. The anticipated competence requirements emphasize multidisciplinary skills and the importance of continuous learning. New competence is needed in circular fashion business, especially in terms of managing product lifecycle and longevity. When designing new product as-a-service concepts and brands, user centered design thinking is crucial. New skills are needed to manage societal aspects and how to communicate in sustainable and transparent way in the product chain and to the customers. Understanding the importance of the ecosystems and the continuing update of digital skills requires new competence among circular fashion and clothing sector.</p>		
Keywords clothing-as-a-service, product-as-a-service, competence requirement, fashion and clothing industry, circular economy		

Sisällys

1	Johdanto.....	1
2	Muuttuva muoti- ja vaatetusala vaatii uutta osaamista.....	3
2.1	Muutoksen taustalla	3
2.2	Muoti- ja vaatetusalan on mukauduttava kiertotalouden tavoitteisiin	5
2.3	Tuote palveluna -liiketoimintamallit edellyttävät uutta osaamista	7
3	Muuttuvan muoti- ja vaatetusalan osaamistarpeet.....	8
3.1	Tavoitteena uusien osaamistarpeiden kartoitus muoti- ja vaatetusalalla	8
3.2	Kehittämistyön viitekehys ja lähestymistapa	9
3.3	Kartoittava ennakointi.....	9
3.4	Toimintaympäristön muutosten tarkastelu.....	10
3.5	Muoti- ja vaatetusalan osaamistarpeisiin liittyviä tutkimuksia ja hankkeita	11
3.6	Toimeksiantaja	13
4	Yhteiskunnallisen ja taloudellisen paradigman muutos	14
4.1	Pestel-trendikartta muoti- ja vaatetusalan näkökulmasta	14
4.2	Kiertotalouden mukainen uudistava liiketoiminta	15
4.3	Digitalisaatio muoti- ja vaatetusalan muutoksen mahdollistajana	16
4.4	Globalisaation haasteet muoti- ja vaatetusalalla	18
4.5	Yhteistyöllä kohti kestäväää kehitystä.....	20
5	Vaatteiden kuluttaminen ja tuottaminen muutoksen aallonharjalla.....	22
5.1	Muodin tuottamisen ja kuluttamisen lineaarinen toimintamalli on kestävä.....	22
5.2	Kiertotalouden suljetun kierron periaate.....	24
5.3	Tekstiili- ja vaatetusteollisuuden elvyttävät toimet.....	25
5.4	Muutosvoimana sidosryhmien yhteistyö.....	27
5.5	Ekosysteemit toiminnan tukena.....	28
5.6	Vaatteen elinkaaren pidentäminen muotoilun lähtökohtana.....	29
5.7	Kuluttajien rooli kiertotaloudessa.....	30
6	Jakamistalous muoti- ja vaatetusalan uusi normaali	32
6.1	Jakamistalouden lyhyt oppimäärä	32
6.2	Omistamisen muutos kiertotalouden keskiössä	34
6.3	Tuotteet palveluna -konseptilla kohti hiilineutraalia vaatetusalaa.....	35
7	Omistamisen muutos muoti- ja vaatetusalalla	37
7.1	Vaate palveluna.....	37
7.2	Vaate palveluna -mallin toiminta-alustat.....	39
7.3	Esimerkkejä vaate palveluna -liiketoimintamalleista	40

7.3.1	Vaatteiden vuokraus-, lainaus- ja leasingpalvelut	41
7.3.2	Kustomointi-, korjaus- ja huoltopalvelut	42
7.3.3	Käytettyjen vaatteiden jälleenmyynti	43
7.3.4	Muita vaate palveluna -toimintamalleja	44
7.4	Kuluttaja lainavaatteissa.....	44
8	Käyttäjätiedon keräys ja analysointi muoti- ja vaatetusalan osaamistarpeiden kartoitusta varten	48
8.1	Delfoi-menetelmä	48
8.2	Puolistrukturoidut teemahaastattelut	49
8.3	Digital & Circular Fashion House -hankkeen Design Sprint -työpajat	50
8.4	Sisällönanalyysi.....	57
9	Muoti- ja vaatetusalan osaamistarpeiden ennakointi ja johtopäätökset	61
9.1	Aineistosta havaitut muoti- ja vaatetusalan osaamistarpeet	61
9.2	Osaamistarpeiden tarkastelu tulevaisuuspyörämenetelmän avulla	63
9.3	Johtopäätökset.....	64
9.3.1	Kiertotalouden mukainen tuotesuunnittelu ja vastuulliset materiaalit.....	65
9.3.2	Brändiosaaminen käyttäjälähtöisyyden näkökulmasta.....	67
9.3.3	Vastuullinen viestintä	68
9.3.4	Tuotteen elinkaarta pidentävät palvelut ja ekosysteemit.....	69
9.3.5	Digitaalisuus ja teknologia.....	70
9.3.6	Yhteiskunnalliset osaamistarpeet.....	71
9.3.7	Osaamistarpeet tuote palveluna -opintosisältöjen runkona	72
10	Yhteenveto	74
	Lähteet.....	78

Liitteet

Liite 1. Kutsu teemahaastatteluun, sähköpostiviesti

Liite 2. Teemahaastattelun visuaalinen viitekehys ja kysymysaihiot

1 Johdanto

Muoti- ja vaatetusala kamppailee suurten rakenteellisten muutosten kourissa, -kuten ylipääntään kaikki muukin talouteen, tuottamiseen ja kuluttamiseen liittyvä toiminta. Taustalla vaikuttaa 2000-luvun alun toimintaympäristön ekologinen, taloudellinen ja sosiaalinen muutosliike. Systeemitutkijat kutsuvat käynnissä olevaa murrosta postnormaalin ajan metakriisiksi, jossa vanhan ja uuden maailman toimintamallit ovat törmäyskurssilla. Tutkijat ovat yksimielisiä siitä, että ilmastonmuutos, biodiversiteetin väheneminen, sekä neitseellisten raaka-ainneiden ja resurssien ehtyminen muodostavat merkittävän muutosvoiman, megatrendin, jota elämme todeksi juuri nyt. Globaalin, kaikkia koskehtavan ilmiön ymmärtämisen tulisikin olla tärkein muutosajuri erityisesti tavaroiden tuottamisen liiketoiminnassa ja kulutuskäyttäytymisessä.

Tekstiilialan teollisuus, johon muoti- ja vaatetusala kuuluu, on yksi suurimmista kasvihuonepäästöjen tuottajista globaalissa teollisuudessa. Siksi on tärkeää, että toimiala on mukana muutoksessa, pois lineaarisesta ota-käytä-heitä pois-toimintamallista, kohti kiertotalouden mukaista suljetun kierron mallia. Siirtyminen kiertotalouteen edellyttää suunnan ja asenteiden muutosta vaatteiden tuottamisen ja kuluttamisen maailmassa. Siirtymävaihe ja uudet toimintamallit puolestaan edellyttävät uutta osaamista ja luovat uusia osaamistarpeita. Jatkuvan oppimisen omaksuminen on tärkeä taito, jota tarvitaan kiertotalouden liiketoiminnassa.

Kehittämistyön tavoitteena on kartoittaa ja ennakoida muoti- ja vaatetusalan, kiertotalouteen liittyviä, tuotteiden palveluistumisen ja tuote palveluna -liiketoimintamallien edellyttämiä osaamistarpeita Suomessa. Hahmottaakseen muutoksen edellyttämiä uusia toimintamalleja on nähtävä muutoksen kenttä kokonaisuudessaan. Osaamistarpeita ennakoitaessa on ymmärrettävä yhteiskunnallisen ja taloudellisen muutoksen vaikutus. Lisäksi tarvitaan ymmärrystä, paitsi vaatteiden ja palveluiden tuottamisesta, myös kuluttajakäyttäytymisen muutoksesta. Teknologia ja digitaalisuus mahdollistavat muutoksen ja siirtymän kohti kiertotaloutta, mutta ne edellyttävät alan toimijoilta jatkuvaa osaamisen päivittämistä.

Kehittämistyössä tarkastellaan muoti- ja vaatetusalan muuttuvaa toimintaympäristöä yleisesti, mutta muutoksen avaimia etsitään erityisesti jakamistalouden liiketoimintamallien, kuten vaate palveluna -mallin näkökulmasta. Muoti- ja vaatetusalalla kiertotalouden ydintoimintoja ovat vaatteen elinkaaren pidentäminen ja materiaalien kierto suljetun kierron systeemissä. Vaate palveluna -malli on liiketoimintaa, jossa vaatteen käyttökertoja lisätään vuokraamalla ja elinkaarta pidennetään huolto-, korjaus- ja kustomointipalveluiden avulla. Tässä työssä keskitytään erityisesti ennakoimaan ammatissa jo toimivien muoti- ja

vaatetusalan ammattilaisten uusia osaamistarpeita vaate palveluna -liiketoiminnan edellyttämän osaamiseen näkökulmasta.

Tietoperusta työhön muodostuu lähestymällä muuttuvaa toimialaa ennakoivilla menetelmillä. Toimintaympäristöä tarkastellaan hyödyntämällä Pestel-analyysia, jossa megatrendien ja hiljaisten signaalien avulla peilataan toimialan muutospaineita suhteessa ekologisiin, taloudellisiin ja yhteiskunnallisiin muuttujiin. Aineistoa kerätään soveltaen Delfoi-menetelmää, jossa asiantuntijatiimiä haastatteleamalla saadaan aineistoa osaamistarpeiden kartoitusta varten. Asiantuntijatiimi koostuu muoti- ja vaatetusalan toimijoista ja sidosryhmistä. Haastattelujen lisäksi aineistoa kerätään osallistamalla toimialan osaamistarpeita kartoittavan Digital & Circular Fashion House -hankkeen työpajoihin asiantuntijan roolissa. Teema-haastattelujen ja työpajojen tuloksia analysoidaan soveltaen samankaltaisuuskaavio- sekä tulevaisuuspyörämenetelmiä ja muodostuneen aineiston pohjalta ennakoitaan muoti- ja vaatetusalan uusia osaamistarpeita.

Kehittämistyö rajautuu osaamistarpeiden kartoitukseen ja ennakointiin. Tuloksia tullaan kuitenkin hyödyntämään myöhemmin LAB-ammattikorkeakoulun Muotoiluinstituutin, sekä täydennyskoulutuksen että tutkintoon johtavan muotoilun koulutuksen, tuote -palveluna opintojaksojen sisältöjen suunnittelussa.

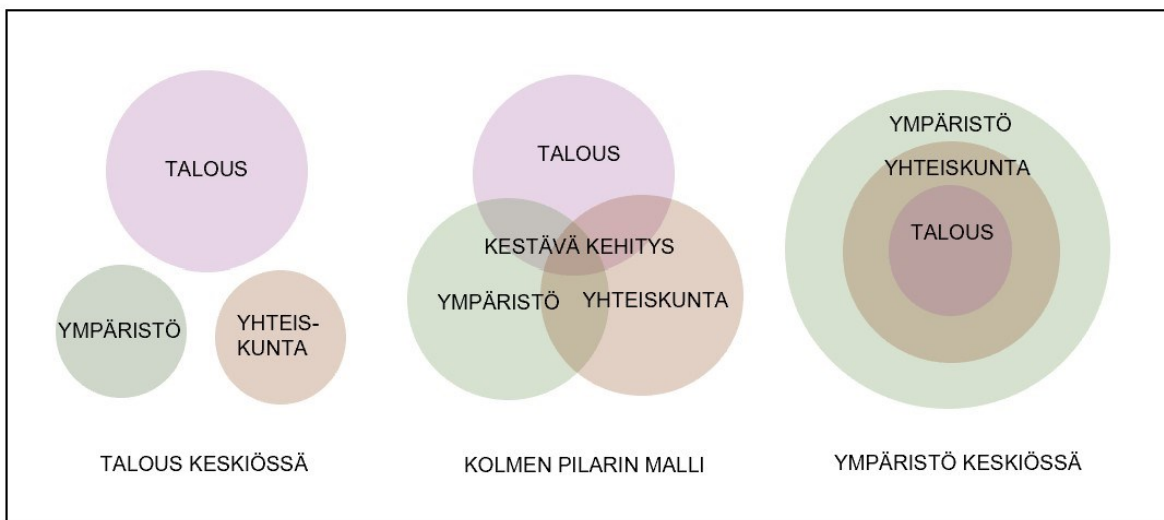
2 Muuttuva muoti- ja vaatetusala vaatii uutta osaamista

2.1 Muutoksen taustalla

Yhteiskunnallinen ja taloudellinen murros heijastuu vahvasti muoti- ja vaatetusalan toimintaan ja sidosryhmiin. 2000-luvun alun muutoksen moniulotteisuus ja kompleksisuus voidaan kiteyttää VUCA-käsitteen avulla, jonka mukaan vanhan maailman jatkuvuuden laki, teoriat ja talousparadigmat eivät enää päde (Kanerva 2020). Systeemitutkijat toteavat historiallisen murroksen syntyvän, kun useampi samanaikainen kriisi kietoutuu yhteen aiheuttaen kompleksisuuskuilun, aiempaa monimutkaisemman maailman, jossa uudet haasteet kyseenalaistavat vanhat toimintamallit. (Hämäläinen & Vataja 2020.) VUCA-kirjain yhdistelmä muodostuu sanoista: volatility, joka kuvaa muutoksen epävakautta ja arvaamattomuutta, uncertainty kertoo epävarmuudesta, complexity viittaa useisiin muuttujiin ja ambiguity asioiden monitulkintaisuuteen (Bennet & Lemoine 2014, 3).

Muutoksen taustalla, merkittävänä tekijöinä ovat eriarvoisuuden kasvu, luonnonvarojen hälyttävä ehtyminen sekä ilmastonmuutoksen kiihtyvä eteneminen. Nämä tekijät edellyttävät talouden suunnan radikaalia muutosta pois tuhlaavasta mallista, kohti uudistavaa taloutta. (Dufva ym. 2020, 50.) Muutoksen promoottorina voidaan peilata YK:n ilmastopöytäkirjaan pohjautuvia, kestävän kehityksen tavoitteita (Sustainable Development Goals, Agenda 2030), jotka perustuvat ajatukseen, että ympäristöllä on korvaamaton luontainen arvo. (Suomen YK liitto 2017.)

Tavoitteiden mukaista mallia voisi kuvata kehämäiseksi, jossa kaiken taustalla on lähtökohteisesti ympäristö, jonka varaan yhteiskunta ja talous rajoitetusti ja ympäristöä suojellen rakentuvat (kuviokuva 1 kolmas talousmalli). Siinä pääoman kerryttäminen ei ole toiminnan tavoitteena, vaan sosiaalinen, inhimillinen ja taloudellinen toiminta, joka luo aineellista ja aineetonta arvoa sidosryhmälle. Kehämällin mukainen toiminta on eettistä, demokraattista, yhteisöllistä sekä vastuullista. Vahva kestävä kehitys perustuu luonnon ja biodiversiteetin säilyttämiseen ja uudistavaan taloudelliseen toimintaan. Kehämäinen malli suosii globalisaation sijaan toiminnan hajauttamista paikalliseksi elinvoimaisten ekosysteemien toiminoiksi. (Melles 2015,174; Tischner 2015, 304.) Tavoite nähdään vielä ideaalina, sillä nykyistä tahtotilaa voisi kuvata parhaiten John Elkingtonin lanseeraaman, kestävän kehityksen kolme pilaria -mallin (trible-bottom-line) avulla, joissa talous, yhteiskunta ja ympäristö tasapainottavat toisiaan (kuviokuva 1 toinen talousmalli). (Elkington 1997.) Positiivista on, että suunta on pois totutusta mallista, jossa talous pyörittää yhteiskuntaa ja hallitsee ympäristöä (kuviokuva 1 ensimmäinen talousmalli).



Kuvio 1. Talouden, yhteiskunnan ja ympäristön voimasuhteet (Mukaiillen Elkington 1997 ja Tischner 2015, 304)

Kunnianhimoiset kestävän kehityksen tavoitteet luovat painetta suunnan muutokseen tekstiili- ja vaatetusteollisuudessa, joka on rakentunut globalisaation mahdollistamana tehokkaaksi massatuotannon koneistoksi, pitkiksi ja monimutkaisiksi arvoketjuiksi. Toiminta on pohjautunut liian kauan sekä eettisesti arveluttavaan että ekologisesti tuhlaillemaan lineaarisen ota-käytä-heitä pois-toimintamalliin, joka nyt on vedenjakajalla ilmastonmuutoksen ja biodiversiteetin katoamisen asettamien muutospainneiden kanssa. Globaalin vaatetuotannon suorat ja välilliset vaikutukset ilmastonmuutokseen ovat kiistattomat ja toimintamallien on muututtava.

Suurin osa alan toimijoista ja kuluttajista tiedostavat tilanteen ja asioiden eteen on jo tehty merkittävää muutostyötä. Asenteita ja vakiintuneita toimintatapoja on kuitenkin haastavaa ja hidasta muuttaa tulevaisuuden epävarmuuden ja toimintojen keskinäisriippuvuuden takia. Toisaalta maailmanlaajuinen, ennustamaton tai yllättävä tapahtuma, kuten vuonna 2020 levinnyt koronapandemia, on vaikuttanut positiivisesti suhtautumiseen muutoksen tarpeellisuudesta, ja samalla tuonut esiin muutoksen kompleksisuuden ja monitulkintaisuuden lamaannuttamalla vaatteiden ja tekstiilien tuotannon globaaleja toimintaketjuja. Negatiivisimmat vaikutukset toimintojen lamaantumisella on arvoketjun alkupäässä, jossa työntekijöiden toimeentulo on uhattuna. Pandemia on vauhdittanut myös lähituotannon suosimista, millä voi olla tulevaisuudessa paikallisesti työllistävä ja ympäristöä säästävä vaikutus, mutta toisaalta merkittävät negatiiviset yhteiskunnalliset vaikutukset esimerkiksi Aasiassa tai Afrikassa. (Sitra 2021, 18.)

Talouden paradigman muutos on kompleksinen, epävarmuutta herättävä murros. Muutoksen polttopisteessä lineaarinen, voittoa tavoitteleva talous kohtaa kestävän, vastuullisen toiminnan, jossa arvonluonti on tasa-arvoista liiketoiminnan arvoketjulle ja yhteiskunnan sidosryhmille. (Helkkula, 2021.) Uuden talouden toiminnan tavoitteena on hiilineutraali talouskasvu, mutta onko se mahdollista ilman päästöjen lisääntymistä? Sitra julkaisi kansainvälisen raportin Growth-positive-zero-emission pathways to 2050, jossa perustellaan, etteivät järeät ilmastotoimet ja talouskasvu sulje pois toisiaan. Tämä talouden irtikytkennän onnistuminen edellyttää tiukkojen reunaehtojen noudattamista ja globaalia yhteistyötä. (Sitra 2021.) Onnistuminen jää nähtäväksi!

Muutoksen keskellä toimiminen on haastavaa, mutta ei mahdotonta. Muutoksen voima ja vaikutukset ovat merkittäviä ja voivat aluksi olla esimerkiksi taloudellisesti haasteellisia asettaen alan toimijoiden tavoittelemat arvot ja toimintaedellytykset vastakkain. Myös kuluttajien ostokäyttäytyminen ja suhtautuminen omistamiseen ovat murroksessa, heijastuen muoti- ja vaatetusalan tuotteiden ja palveluiden kysyntään. Muutos on myös pysyvä olotila, se on tässä ja nyt, mutta myös tulevaisuudessa. Selviytyminen murroksesta edellyttää muutostykyä, joustavuutta ja rohkeutta irrottautua vanhoista toimintatavoista.

2.2 Muoti- ja vaatetusalan on mukauduttava kiertotalouden tavoitteisiin

Simmel (1986, 41) määritteli muodin luonteen olevan samanaikaisesti alkavaa ja päättyvää, menneisyyden ja tulevaisuuden rajapinnassa tapahtuvaa muutosta. Jos itse muoti on muutoksen ilmentymä, on sen tuottaminenkin ollut vuosikymmeniä muutosaltista. Alan ammatillaiset ovat lähtökohtaisesti tottuneet työskentelemään jatkuvan muutoksen maailmassa, kooten monimuotoista, jatkuvasti muuntuva palapeliä. Olen itse aloittanut vaatetussuunnittelijan uran Suomen muoti- ja vaatetusteollisuuden kultakauden lopulla, 1980-luvulla. Jo silloin yksi tärkeimmistä vaatimuksista alalla pärjätäkseen oli muutoksensietokyky. Ei kuitenkaan riitä, että sietää muutosta ja osaa ratkaista ongelmia luovasti, on myös osattava asioita monialaisesti. Sen lisäksi, että osaa oman substanssialueensa, esimerkiksi muotoin, on ymmärrettävä kuluttajakäyttäytymistä, liiketoiminnan ja markkinan dynamiikkaa sekä brändin ja konseptien rakentamista. Jotta toiminta kansainvälisten sidosryhmien ja asiakkaiden kanssa luonnistuu, on alalla vaadittu, kokemukseni mukaan, jo vuosikymmeniä hyvät tiimityöskentely-, kommunikointi- ja sosiaaliset taidot, -kuten myös Kauppi (2021, 15) väitöstitkimyksessään suomalaisten vaatetussuunnittelijoiden urapoluista toteaa.

Yhteiskunnallisen ja taloudellisen murroksen luoma paine ei siis ole mitenkään uutta muoti- ja vaatetusalan toiminnassa muutoksen näkökulmasta. Suomessa ala on kamppailut globalisaation tuomien paineiden ja kiristyvän kilpailun myötä elinvoimaisuudestaan jo usean vuosikymmenen ajan. Monen toimijan ahdinko on johtanut yhä kustannustehokkaampaan

liiketoimintaan, laadun ja kestävyuden kustannuksella. Toisaalta alalle on syntynyt pieniä designvetoisia, ydinarvoiltaan vastuullisesti toimivia brändejä, joiden haasteena ovat kotimaisen markkinan pienuus ja kustannusrakenteiden hintataso. Positiivista kehitystä kuitenkin on, sillä Suomessa tehdään tekstiilialalla kansainvälisestikin merkittävää kierrätys- ja uusiomateriaalien kehittämistyötä sekä innovoidaan tekstiilinkeräys- ja lajitteluteknologioita. Nämä rohkeat tienraivaajat ovat muutoksen edelläkävijöitä ja elintärkeitä kotimaisen tekstiili-, muoti- ja vaatetusalan elpymiselle.

Toimialan paineita lisää VUCA-ilmiön kuvaama murroksen kompleksisuus ja epävarmuus ja ennen kaikkea taloudellisen paradigman muuttumista edellyttävät vakavat, luonnonvaroja tuhlailevat syyt. Muodin sosiaalinen ja kulttuurinen olemus ei sinänsä muutu, mutta lineaarinen tuhlaileva tapa, jolla sitä tuotetaan ja kulutetaan, on tiensä päässä. Tekstiiliala on yksi suurimmista kasvihuonepäästöjen tuottajista maailman teollisuudessa. Vaatteet edustavat 60 % kaikesta käytetyistä ja tuotetuista tekstiileistä ja toiminnan lineaariset arvoketjut kuormittavat ympäristöä. (Ellen MacArthur Foundation 2017, 18.) Siksi on elintärkeää, että ala on mukana muutoksessa kohti kiertotalouden mukaista talousmallia ja alan sidosryhmät hyödyntävät kykyään mukautua muutokseen.

Siirtyminen kiertotalouteen on jo käynnissä ja sitä ohjataan vahvasti regulaatioiden avulla. EU:n vihreän kehityksen ohjelman tärkeimpiä elementtejä on kiertotalouden toimintasuunnitelma, joka asettaa tuotepolitiikan kiertotalouden toiminnan ytimeen. (European Green Deal 2019.) Kestävän tuotepolitiikan tavoitteena on valtavirtaistaa kestävien tuotteiden tuottaminen, pidentää tuotteiden elinkaarta ja vähentää elinkaarenaikaisia ympäristövaikutuksia (Sitra 2021, 8). Tavoite vaikuttaa kaikkiin EU:n alueella toimiviin muoti-, vaate- ja tekstiilialan yrityksiin ja sidosryhmän toimijoihin.

Valtioneuvosto on asettanut tavoitteen hiilineutraaliuden saavuttamiseksi Suomessa jo vuoteen 2035 mennessä. Tavoitteessa linjataan kiertotalouteen siirtymän edellyttävän kokonaisvaltaista muutosta yhteiskunnallisessa päätöksenteossa sekä liiketoiminnan ja kuluttajien asenteissa ja toiminnassa. (Valtioneuvosto 2021, 11.) Uusi Suunta -raportti tiivistää kiertotalouden määritelmän:

Kiertotaloudessa materiaaleja hyödynnetään tehokkaasti ja kestävästi ja ne pysyvät kierrossa pitkään ja turvallisesti. Tuotteita myös jaetaan, vuokrataan, korjataan ja kierrätetään. Palveluistuminen on osa kiertotaloutta.

Kiertotalous on uusi talouden toimintatapa, joka tuottaa taloudellista hyvinvointia maapallon kantokyvyn rajoissa. Se hyödyntää digitalisaatiota tehokkaasti ja uudistaa yhteiskunnan rakenteita ja toimintamalleja. Kiertotalous on keino vähentää luonnonvarojen käyttöä. (Valtioneuvosto, 2021, 26.)

2.3 Tuote palveluna -liiketoimintamallit edellyttävät uutta osaamista

Sitran (2021, 29) työn muutokseen liittyvän tutkimuksen mukaan kiertotalous muuttaa lähes kaikkea työtä ja luo uusia osaamistarpeita, mutta ei edellytä välttämättä erillisiä kiertotalouden asiantuntijoita. Tavoitteena on, että eri alojen ammattilaiset osaavat tulevaisuudessa soveltaa uusia kiertotalouden periaatteita omaan työhönsä. Kiertotalouden mukaiset työtehtävät vaativat usein monialaista osaamista ja asiantuntemusta, tulevaisuudessa jopa uudenlaisia osaamisyhdistelmiä käytännön taitojen hallinnasta akateemiseen tietoon.

Kiertotalous edellyttää muoti- ja vaatetusalan toimijoilta uudenlaista osaamista uusien kiertäysmateriaalien, uusiomateriaalien käytön ja tekstiilien kierrätyksen osalta. Erityisesti uutta osaamista tarvitaan tuotteiden kestävässä suunnittelussa, joka on merkittävässä roolissa tuotteen elinkaaren pidentämisestä ajatellen. Tuotteiden käyttökertojen lisääminen on olennaista kiertotalouden mukaisessa toiminnassa ja sitä voidaan muotoilullisten ratkaisujen ohella lisätä uudenlaisten, jakamistalouteen liittyvien liiketoimintamallien avulla.

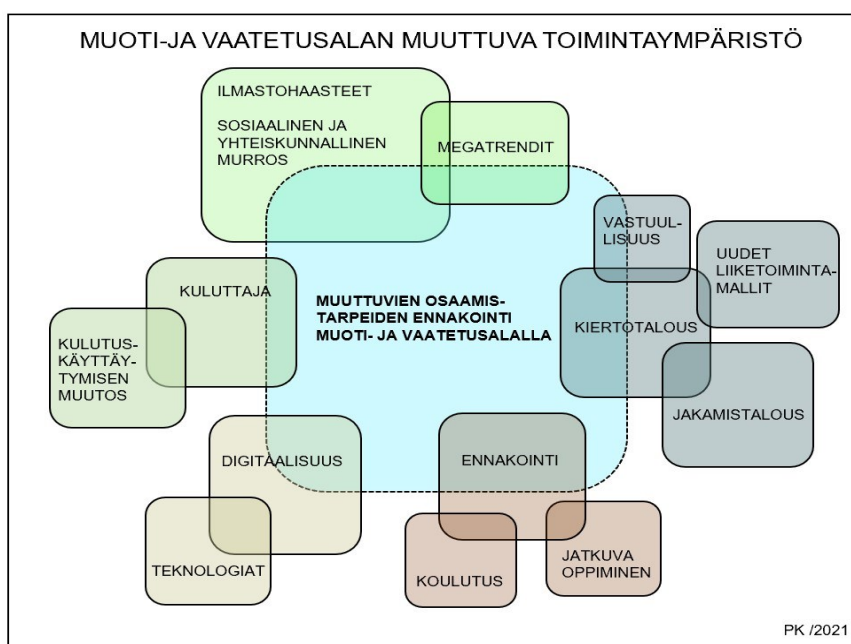
Kuten Valtioneuvoston (2021, 11–14) linjauksessa todetaan, muutoksen ratkaisun avaimina nähdään siirtyminen kiertotalouden toimintamalliin, palveluistuminen sekä jatkuvan oppimisen kulttuuri. Tuote palveluna -ratkaisujen valtavirtaistuminen myös muoti- ja vaatetusosalalla on olennainen osa uudenlaista kestävästä toimintamallista. Palveluistuminen edellyttää uutta osaamista ja ymmärrystä niin uudenlaisesta liiketoiminnasta, kuluttajakäyttäytymisestä kuin digitaalisuuden tuomista mahdollisuuksistakin. Jotta kiertotalouden mukaiset toimintamallit kuten, suljetun kierron toimintaperiaate, elvyttävä liiketoiminta ja tuote palveluna -ratkaisut osataan implementoida alan toimintaan, tarvitaan koulutuksen päivittämistä ja kiertotalouden taitojen osaamistarpeiden kartoittamista. Lisäksi tarvittavien taitojen vahvistamista ammatti- ja korkea-asteella, investointeja TKI-toimintaan sekä työuran erivaiheissa jatkuvan oppimisen ja osaamisen päivittämisen tukemista. (Valtioneuvosto, 2021, 62.)

3 Muuttuvan muoti- ja vaatetusalan osaamistarpeet

3.1 Tavoitteena uusien osaamistarpeiden kartoitus muoti- ja vaatetusalalla

Kehittämistyöni tavoitteena on kartoittaa ja ennakoida kiertotaloutta vahvistavia ja tuote palveluna -liiketoimintamallien edellyttämiä, osaamistarpeita muoti- ja vaatetusalalla Suomessa. Kartoituksessa keskitytään erityisesti ennakoimaan toimialan työelämässä jo toimivien ammattilaisten uusia osaamistarpeita vaate palveluna -liiketoiminnan edellyttämän osaamiseen näkökulmasta. Tietoperusta muodostuu muoti- ja vaatetusalan toimintaympäristön muutoksen tarkastelun sekä alan toimijoilta ja sidosryhmiltä kerätyn asiantuntijatiedon pohjalta. Kertynyttä aineistoa analysoidaan ja ennakoidaan toimialan uusia tai päivittämistä vaativia osaamistarpeita. Työni rajautuu osaamistarpeiden kartoittamiseen ja ennakointiin, mutta tuloksia tullaan hyödyntämään tuote palveluna -opintokokonaisuuksien sisältöjen suunnittelutyössä LAB-ammattikorkeakoulun täydennyskoulutuksen sekä puettavan muotoilun tutkintoon johtavien opintojen opintotarjonnassa.

Ymmärtääkseen muoti- ja vaatetusalan murroksen taustaa on tarkasteltava muutoksen kenttää kokonaisuudessaan. Kehittämistyön kontekstissa (kuvio 2) on huomioitava kompleksinen toimintaympäristö, jossa ilmastonmuutos ja biodiversiteetin katoaminen ovat uhkana tuhota maapallon luonnonvarat ja tulevaisuuden kelvolliset elinolosuhteet. Systeminen muutos tapahtuu yhtä aikaa monella tasolla, mutta tarkastelun keskiössä on siirtymä ylikuluttamisesta ja talouden lineaarisesta ota-käytä-heitä pois -toimintamallista kohti kiertotalouden mukaista vaatteiden ja tekstiilien tuottamista ja kuluttamista.

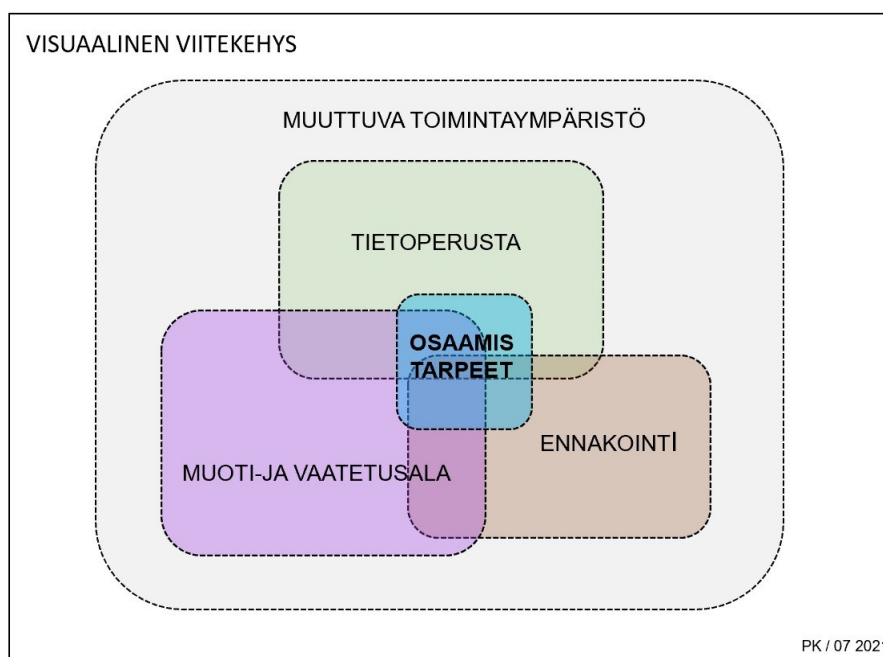


Kuvio 2. Muoti -ja vaatetusalan muuttuva toimintaympäristö (Kalliomäki 2021)

Osaamistarpeita ennakoitaessa tarvitaan ymmärrystä, paitsi hyödykkeiden ja palveluiden tuottamisesta, myös niiden kuluttamisesta ja kuluttajakäyttäytymisestä. Digitaalisuus ja teknologia tulevat olemaan avainasemassa uudenlaisten toimintamallien ja kommunikaation mahdollistajina, ja edellyttävät toimijoilta jatkuvaa osaamisen päivittämistä. Kehittämistyön tiedonhankinnassa tarkastellaan muoti- ja vaatetusalan muuttuvaa toimintaympäristöä yleisesti, mutta muutoksen avaimia etsitään erityisesti jakamistalouden uudenlaisten liiketoimintamallien, kuten tuotteiden palveluistumisen ja vaatteet palveluna -mallin näkökulmasta.

3.2 Kehittämistyön viitekehys ja lähestymistapa

Kehittämistyön viitekehys visualisoi muutosta ennakoivan kartoittamistyön prosessia (kuvio 3). Tietoperusta muodostuu muuttuvan toimintaympäristön ja toimialan murroksen tarkastelusta sekä käyttäjätiedon keräämisestä ja analysoinnista. Työn lähestymistapa on soveltava ennakointi. Aineistonkeräyksessä sovelletaan Delfoi -menetelmää, puolistrukturoituja teemahaastatteluja sekä Design Sprint -työpajan tuloksia. Aineistoa analysoidaan, samankaltaisuuskaavion (Affinity Diagram) sekä tulevaisuuspyörämenetelmän avulla. Aineiston keräys- ja analyysimenetelmiä avataan tarkemmin luvussa 8.



Kuvio 3. Kehittämistyön visuaalinen viitekehys (Kalliomäki 2021)

3.3 Kartoittava ennakointi

Kehittämistyön lähestymistapa on soveltava ennakointi ja sen menetelmät. Ennakointiin (Foresight) liittyy tulevaisuuden luotaus ja suunnittelu (Ojasalo ym. 2020, 90). Jotta tulevaisuutta pystytään suunnittelemaan, tarvitaan vaihtoehtojen kartoitusta ja tietoa

toimintaympäristöstä. Menetelmänä ennakointi pohjaa tulevaisuuden tutkimukseen, joka on luonteeltaan monitieteistä. Tieteenalana ennakointi pyrkii kuvaamaan, selittämään ja ymmärtämään laajoja yhteiskuntaa koskevia kehitysprosesseja sekä tarjoamaan useita vaihtoehtoisia ratkaisuja, joten luonteeltaan ennakoinnin lähestymistapa soveltuu tämän kehittämistehtävän monialaisen kontekstin hahmottamiseen. Ennakoinnin avulla voidaan siis varautua tulevaisuuden toimintaympäristön muutoksiin ja muuttuviin toimintamalleihin. (Ojasalo ym. 2020, 91–92.) Ennakoinnin menetelmien avulla saatava tieto ja ymmärrys liittyvät tulevaan päätöksentekoon. Tässä kehittämistyössä pyritään ennakoinnin menetelmien avulla kartoittamaan toiminnan muutoksesta johtuvia osaamistarpeita, jolloin saadaan uutta tietoa ja ymmärrystä. Lähestymistapaa voitaneen tässä tapauksessa kutsua kartoittavaksi ennakoinniksi. Ojasalon ym. (2020, 92–93) mukaan ennakoinnin prosessin vaiheessa voidaan erottaa kolme tasoa: tietäminen, ymmärtäminen ja tulevaisuuden tekeminen. Lisäksi ennakointi sisältää viisi ulottuvuutta, joita voidaan tähän kehittämistyöhön soveltaa:

- Ennakoinnin yhteys päätöksentekoprosesseihin, joihin kehittämistyön tehtävä, tavoitteet, tiedon tarve ja hyödyntäminen liittyvät.
- Ennakoitavan ilmiön ja toimintaympäristön haltuunotto ja tulosten soveltaminen.
- Tulevaisuuden haltuunotto tulevaisuudentutkimuksen tai ennakoinnin menetelmällä.
- Määrällisen ja (tässä) laadullisen aineiston hallinta.
- Toimintaympäristön ja ilmiöalueen tuntemus ja hallinta, tiedonkeräysmenetelmien tuntemus sekä sidosryhmän verkottuminen.

3.4 Toimintaympäristön muutosten tarkastelu

Toimintaympäristön muutosten monitorointi (Environmental Scanning) on tässä kehittämistyössä olennaista, jotta voidaan hahmottaa kompleksisen toimintaympäristön dynamiikka. Muutosten tarkastelu edellyttää esimerkiksi megatrendien ja heikkojen signaalien mekanismien ymmärtämistä, tunnistamista ja analysointia. (Rubin, 2004.) Megatrendi käsitteen lanseerasi alun perin John Naisbitt, jonka näkemyksen mukaan luontevin tapa hahmottaa tulevaisuutta on ymmärtää mitä tapahtuu nykyisyydessä. (Hiltunen, 2019, 15–18.) Megatrendit ovatkin vahvasti tätä päivää, kuvaten nykyhetken laaja-alaisia muutoksia. Ne muodostuvat useammasta trendistä, joita voidaan havainnoida heikkojen signaalien avulla. (Hiltunen, 2012, 76–79.) Ojasalon ym. (2020, 93) mukaan megatrendi on kehityksen merkittävä suunta tai aalto, joka on tunnistettavissa oleva ilmiö tai kokonaisuus. Heikko signaali voi olla aikaista informaatiota ja muutoksen oire nykyhetken oudoilta ja odottamattomilta tuntuvista ilmiöistä, joista voi tulevaisuudessa koostua megatrendejä. (Rubin, 2004.) Tulevaisuustutkijat puhuvat myös metatrendeistä, jotka vaikuttavat megatrendien taustalla. Ne ovat

muutosta muuttavia, trendejä poikkileikkaavia muutosvoimia. (Dufva 2020, 52.) Tässä kehittämistyössä selvitetään muutostarpeiden taustoja ja toimintaympäristöjä huomioimalla metatrendit sekä analysoimalla megatrendejä ja hiljaisia signaaleja Pestel-analyysin avulla. Menetelmä liittyy yritysfuturologiaan, ja sen avulla selvitetään ilmiöiden poliittista, ekonomista, sosiaalista, teknologista, ekologista ja laillista tilaa ja tulevaisuutta sekä näiden tekijöiden suhdetta toisiinsa. (Rubin, 2004.)

3.5 Muoti- ja vaatetusalan osaamistarpeisiin liittyviä tutkimuksia ja hankkeita

Muoti- ja vaatetusalan osaamistarpeita kartoittavaa korkeakoulutasoista tutkimusta ei ole Suomessa tekemälläni hakurajauksella raportoitu. Hakusanoina Finna- ja Google Scholar -hakupalveluissa käytin ”kiertotalouden osaamistarpeet tekstiili- ja vaatetusallalla” ja ”anticipation of skills needed in circular fashion”, lisäksi rajasin haun alkamaan vuodesta 2018 tehtyihin tutkimuksiin. Mainittakoon, että Ilona Kauppi tutkii väitöskirjassaan vaatetus suunnittelijoiden urapolkuja ja sivuaa tutkimuksessaan myös alan tulevaisuuden osaamistarpeita. (Kauppi 2021.)

Toimialan järjestöjen raportit ja artikkelit sekä blogit ja vertaisryhmien julkaisut päivittävät alan uusinta tietoa ja tuovat esiin muuttuvien toimintamallien uusia osaamistarpeita. Suomen Tekstiili & Muoti on toimittanut tekstiilialan osaamistarpeita käsittelevän raportin, jossa skannataan laajasti läpi koko toimialan osaamistarpeet sekä yritysten että koulutuksen näkökulmasta. (Suomen Tekstiili & Muoti 2020.) Tekstiilialan osaamistarpeita käsitellään erikseen myös Suomen itsenäisyyden juhlarahaston, Sitran laatimassa tutkimuksessa kiertotalouden vaikutuksesta työhön ja osaamiseen. (Sitra 2021.)

Alan muutos kohti kiertotaloutta on päivänpolttava aihe, josta uutta tutkimusta ja tietoa syntyy lukuisissa alan sidosryhmien tutkimus- ja kehityshankkeissa, webinaareissa ja yhteiskehittämisen työpajoissa. Tietoperusta tähän kehittämistyöhön on muodostunut muun muassa osallistumalla kevään 2021 aikana useaan alan webinaariin ja työpajaan.

Digital & Circular Fashion House -hanke on muoti- ja tekstiilialan kiertotalouden, jatkuvan oppimisen ja digitaalisen osaamisen koulutushanke (ESR), jota luotsaa Savonia ammattikorkeakoulu. Hanke on alkanut syksyllä 2020 ja päättyy keväällä 2023. Tavoitteena on vastata muuttuvan toimintaympäristön tarpeisiin kokoamalla yhteen opetus- ja tutkimuslaitoksia, yrityksiä sekä sidosryhmän muita toimijoita. Hankkeessa kartoitetaan uusia osaamistarpeita, tuetaan toimialan kehittymistä ja parannetaan yritysten kasvumahdollisuuksia. (Digital & Circular Fashion House -hanke 2021.) Osallistuin hankkeen Design Kick-off ja Design Sprint -työpajoihin asiantuntijan roolissa kevään 2021 aikana.

Telaketju on monialainen yhteistyöverkosto, jonka tavoitteena on edistää tekstiilien kestävää tuotantoa, käyttöä ja kiertoa. Telaketjun tutkimustyö luo pohjaa kiertotalouden mukaiselle liiketoiminnalle ja sen tavoitteena on rakentaa Suomesta tekstiilien kiertotalouden edelläkävijä. Telaketju-kokonaisuus muodostuu viidestä 2010-luvun hankkeesta, joista viimeisin, Telaketju 2BF, päättyi keväällä 2021. (Telaketju 2021.) Osallistuin kevään 2021 aikana kahteen työpajaan, joista toinen oli järjestetty yhteistyössä monitieteisen Finix-tutkimushankkeen kanssa.

Finix on vuonna 2019 käynnistynyt, kuusi vuotta kestävä hanke, jossa laaja tutkijakunta ja monialainen asiantuntijajoukko kehittävät yhdessä Suomen tekstiilituotannon- ja kulutuksen järjestelmää. Hanketta rahoittaa Suomen Akatemian Strategisen tutkimuksen neuvosto. (Finix 2020.) Hankkeiden työpajat, joihin osallistuin, käsittelivät vaate palveluna -mallien tuomaa lisäarvoa kuluttajalle ja alan sidosryhmille sekä kiertotalouden resiliентtejä liiketoimintamalleja.

Lisäksi osallistuin Telaketju-hankkeen webinaariin, jossa päivitettiin tekstiilialan kiertotalouden ajankohtaisia asioita yleisesti. Tämä webinaari oli toteutettu yhteistyössä Suomen Tekstiili & Muoti ry:n kanssa, joka on tekstiili-, vaate- ja muotialan yritysten etujärjestö. Se neuvottelee alaa sitovat työsopimukset ja auttaa jäsenyrityksiään toimialaa ja liiketoimintaa koskevilla kysymyksillä. Lisäksi organisaatio pyrkii vaikuttamaan kansalliseen ja kansainväliseen, toimialaa koskevaan lainsäädäntöön ja edistämään alan tutkimus- ja tuotekehitystoimintaa erilaisten kasvu- ja kansainvälistymishankkeiden kautta. (Suomen Tekstiili & Muoti 2021.)

Global Fashion Agenda on Kööpenhaminassa toimiva, voittoa tavoittelematon organisaatio, joka mobilisoi ja opastaa globaaleja muoti- ja vaatetusalan toimijoita vastuulliseen, kiertotalouden mukaiseen liiketoimintaan. Organisaatio on toiminut 2010-luvulta alkaen ja on taustavaikuttajana Copenhagen Fashion Summit -bisnestapahtuman takana, johon se on pyrkinyt kokoamaan monialaisen vaikuttajajoukon niin tekstiilialan asiantuntijoista ja sidosryhmistä kuin päätöksentekijöistäkin. Yhteisön toiminnassa pyritään etsimään yhteistä ratkaisua ekologisesti ja sosiaalisesti vastuulliseen toimialan liiketoimintaan. (Global Fashion Agenda 2021.) Osallistuin keväällä 2021 organisaation järjestämään webinaariin, jossa sidosryhmän asiantuntijat keskustelivat vastuullisen muoti- ja vaatetusalan akuuteista toimista suhteessa kiertotalouden haasteisiin ja vaatimuksiin. Webinaarin päätteeksi julkaistiin Global Fashion Agendan laatima CEO-Agenda 2021, jonka tavoitteena on vastata YK:n ilmastopöytäkirjan asettamiin vastuullisen toiminnan linjauksiin, erityisesti vaatetusteollisuuden ekologisten ja sosiaalisten vaikutusten näkökulmasta.

Osallistuin keväällä 2021 myös Suomen itsenäisyyden juhlarahaston, Sitran järjestämään työpajaan, jossa pohdittiin miten kiertotalous muuttaa työtä? Aiheeseen liittyen Sitra julkaisi, aiemmin mainitun tutkimusartikkelin, jonka aineisto tuo esille työhön liittyvän yhteiskunnallisen ja ekologisen murroksen sekä kiertotalouteen siirtymisen aiheuttaman muutos- ja osaamistarpeen. (Sitra 2021.)

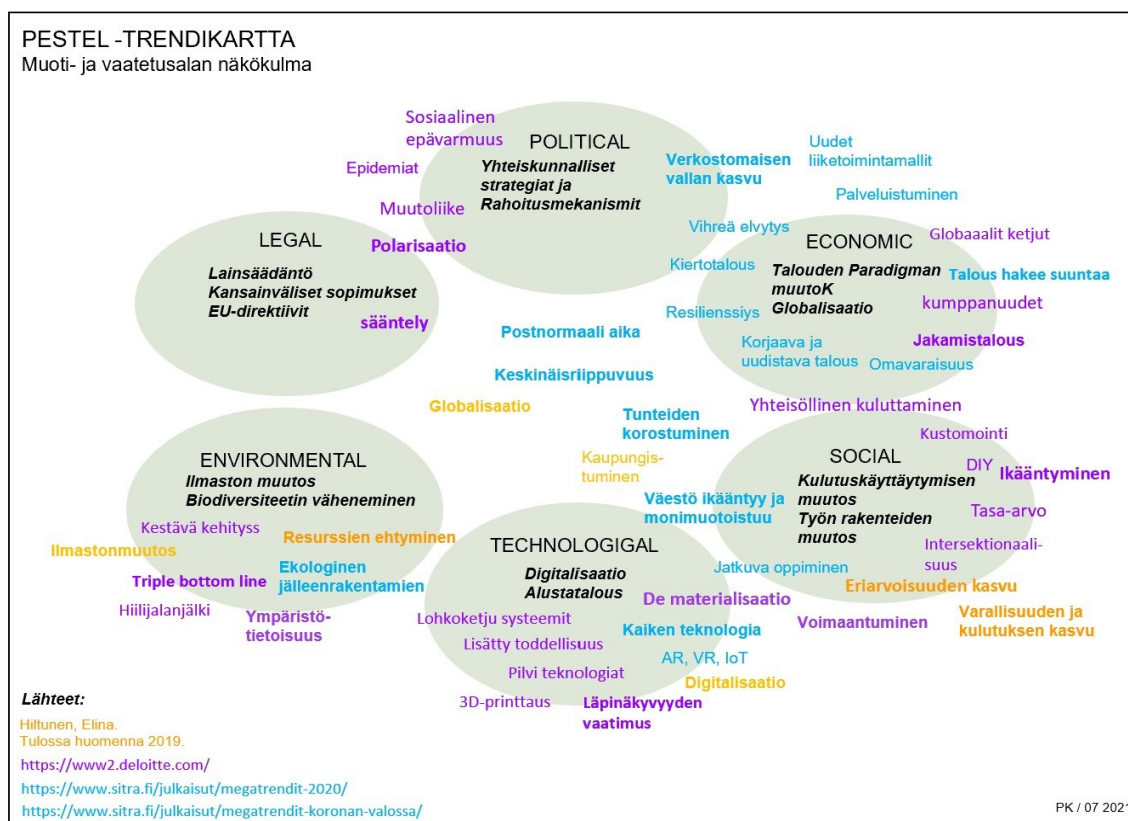
3.6 Toimeksiantaja

Kehittämistyön toimeksiantajana toimii LAB-ammattikorkeakoulu, Muotoiluinstituutti. LAB täydennyskulutustarjonnassa on suunnitteilla lukukausien 2021–2021 aikana toteutettava opintokokonaisuus, jonka tuote palveluna -opintomoduliin suunniteltava opintosisältö tulee perustumaan kehittämistyöni tuloksiin. Lisäksi Muotoiluinstituutin, puettavan muotoilun tutkintoon johtavassa opintotarjonnassa toteutetaan viiden opintopisteen tuote palveluna -opintojakso marraskuun 2021 aikana, jonka sisältö tulee pohjautumaan myös kehittämistyön aineistoon. Idea osaamistarpeiden kartoittamisesta muoti- ja vaatetusalaalla syntyi syksyn 2020 ja kevään 2021 aikana käydyissä keskusteluissa puettavan muotoilun lehtori Minna Cheungin sekä TKI-asiantuntija Marjo Luhtasen kanssa.

4 Yhteiskunnallisen ja taloudellisen paradigman muutos

4.1 Pestel-trendikartta muoti- ja vaatetusalan näkökulmasta

Visualisoin muoti- ja vaatetusalan toimintaympäristön muutosta Pestel-trendikartan avulla, johon on koottu rajatuista lähteistä vallalla olevia megatrendejä, trendejä sekä hiljaisia signaaleja, jotka vaikuttavat muutokseen ja heijastelevat sen suuntaa (kuvio 4). Pestel-analyysissä peilataan lisäksi metatrendejä, jotka ovat läpileikkaavia muutosvoimia ilmiöiden taustalla. Dufvan (2020 52–53) mukaan siirtymistä postnormaaliin aikaan voidaan kutsua metatrendiksi, sillä keskiössä on murros, -VUCA-maailma, jossa vanhat ja uudet toimintamallit ovat törmäyskurssilla. Muutoksen kaoottisuus, yhteiskunnan hyperkonnektiivisuus sekä informaation ja datan määrä herättävät ristiriitaisia tunteita etsittäessä toimivia ratkaisuja. Keskinäisriippuvuutta ja tunteiden korostumista luonnehditaan myös yhteiskunnallisia ilmiöitä muuntaviksi metatrendeiksi.



Kuvio 4. Pestel-trendikartta (Kalliomäki 2021)

Tarkasteltaessa trendikarttaa muoti- ja vaatetusalan näkökulmasta ei voi välttyä talouden suunnanmuutoksen ja ympäristöpaineiden aiheuttamalta kytkökseltä. Niihin liittyy olennaisesti globalisaatio ja kehittyvä teknologia sekä yhteiskunnalliset regulaatiot, jotka

mahdollistavat siirtymän kiertotalouteen. Seuraavissa kappaleissa pohditaan näitä osatekijöitä suhteessa muuttuvaan toimialaan.

Sosiaalisilla tekijöillä on suuri merkitys muutoksen kannalta. Esimerkiksi ikääntyminen ja väestörakenteiden muutos tuovat uudenlaisia haasteita ja mahdollisuuksia tekstiili-, muoti- ja vaatetusalojen näkökulmasta. Yhteisöllisyyden lisääntyminen ja toisaalta yksilöllisyyden korostuminen ja esimerkiksi työn murros heijastelevat talouden, teknologian ja ympäristön muutoksia. Erityisesti kuluttajakäyttäytymisellä on vaikutus kiertotalouden toteutumiseen muodin ja vaatteiden tuottamisen ja kuluttamisen osalta. Tätä osa-aluetta tarkastellaan tarkemmin luvuissa 5 ja 7.

4.2 Kiertotalouden mukainen uudistava liiketoiminta

Talouden paradigman muutos on megatrendi, joka heijastelee ilmaston muutoksesta johtuvaa ekologista epätasapainoa, sekä samanaikaisesti käynnissä olevaa yhteiskunnallista murrosta. Epävakaassa maailmassa tulisi pyrkiä etsimään ratkaisuja, joilla on pitkällä tähtäimellä säilyttävä ja uudistava vaikutus ekologiseen ja sosiaaliseen ympäristöön. Moderni talouden riskien hallinta tarkoittaa siirtymistä kohti uudenlaista liiketoimintaa, jossa nämä ominaisuudet toteutuvat. (Dufva 2020, 47.) Finix-hanke (2021) pohti workshopissaan tekstiilien kiertotalouden resilienssejä ratkaisuja, jossa vaate- ja tekstiiliteollisuuden arvoketjut ovat rakentuneet joustaviksi ja selviävät yllättävistä ongelmista, esimerkiksi pandemioista, ja palautuvat toimintakykyisiksi nopeasti. Käytännössä esimerkiksi toiminnan yksinkertaistaminen ja hajauttaminen lähituotannoksi sekä paikallisten arvoketjujen muodostuminen lisää joustavuutta myös yllättävissä tilanteissa. Toisaalta globaalit vaatetusteollisuuden arvoketjut ovat monimutkaisia, koskettaen satojen miljoonien ihmisten toimeentuloa ja infrastruktuureja esimerkiksi kehittyvissä maissa, joten tuotantojen ja ekosysteemien kääntäminen paikallisiksi ei ole ongelmaton.

Lähtökohtaisesti resilienssin tavoittelu ei tarkoita pyrkimystä tehokkuuteen tai voiton maksimointiin, vaan se edellyttää nimenomaan tehokkuusajattelusta poisoppimista. Toiminnan resilienssin käsitteeseen liittyy diversiteetin kasvattaminen erityisesti hyödyntämällä regeneratiivisesti viljeltyjä raaka-aineita. Lähtökohtaisesti materiaalien kierrätys parantaa resilienssiä, mutta vaarana voi olla rebound-efekti, jolloin esimerkiksi uusiomateriaalien käyttö lisääntyy ja sitä kautta myös energian kulutus kasvaa. Resilienssin vahvistamiseen liittyy vahvasti myös virtualisointi sekä uudenlaiset tavat jakaa tietoa monialaisten toimijoiden kesken. Tekstiili- ja vaatetuslalla resilienssi kiertotalous vahvistuu hyödyntämällä enemmän poistotekstiilejä, esimerkiksi poistotekstiilien uudelleen jalostuksen kautta ja vähentämällä neitseellisten tai uusiomateriaalien käyttöä uusien tuotteiden valmistukseen sekä kehittämällä monialaisia ekosysteemejä. (Patala 2021.)

Modernissa talousajattelussa ajatellaan kestäväen kehityksen muodostuvan vihreän elvytyksen mallista, jossa resilienssiä pyritään vahvistamaan ja taloutta pyritään uudistamaan kiertotalouden keinoin. Syntyneitä vaurioita, hiilijalanjälkeä, pyritään korjaamaan, ja samalla lisäämään hiilikädenjälkeä elvyttämällä ja uusintamalla ekologista ja sosiaalista pääomaa. Uudistavan talousmallin tulisi edistää ympäristön säilymisen lisäksi hyvinvointia, sosiaalista tasa-arvoisuutta sekä taloudellisten resurssien oikeudenmukaisuutta. (Dufva 2020, 50–52.) Resilienssiä voidaan tarkastella myös prosessina, johon sisältyy kriisien sietokyvyn ja niistä toipumisen ohella ennakoiva toimintaympäristöön sopeutuminen (Hämäläinen & Vataja 2020). Tämä edellyttää uusien asioiden oppimista ja uudenlaisten ajattelumallien omaksumista. Yhteiskunnan resilienssin vahvistaminen vaatii paitsi rakenteellisia uudistuksia, myös yhteisöllistä kehittämistä ja kokeilevaa toimintaa. Pyrkimys jatkuvaan oppimiseen tulee olemaan avaintekijä uudenlaisten vastuullisten liiketoimintamallien toteutumiselle. (Hämäläinen & Vataja 2020.)

Kun talous hakee suuntaa, on kasvava epätasa-arvoisuus varallisuuden ja kuluttamisen osalta tärkeä tekijä toimintaympäristön muutoksen kannalta. Tulevaisuustutkija Elina Hiltunen linjaa eriarvoisuuden kasvun merkittäväksi muutoksen megatrendiksi. Länsimaat kuluttavat koko maapallon resursseista 4 kertaa maapallon verran vuodessa, kun taas koko maapallon kulutus on 1,6 kertaa maapallon verran resursseja vuodessa. (Hiltunen 2021.) Kulutusjuhlan epätasainen jakautuminen aiheuttaa väestörakenteellisia muutoksia ja poliittisia jännitteitä sekä lisää sosiaalista epävarmuutta.

4.3 Digitalisaatio muoti- ja vaatetusalan muutoksen mahdollistajana

Digitalisaatio ja teknologian kehitys muodostavat merkittävän megatrendin ja ne ovat muutoksen mahdollistajia. Tekstiili ja vaatetusteollisuuden tuotantoprosessit perustuvat edelleen pitkälle ihmisen työsuoritukseen, mutta teknologiset ratkaisut ja digitalisaation kehitys tulevat muuttamaan toimintamalleja mahdollistaen kiertotaloutta tukevan tuotannon, esimerkiksi tuotantoketjujen läpinäkyvyyden, tuotteiden, materiaalien kierron ja käytön mittauksen sekä prosessien seurannan. Tuotteiden suunnittelussa ja kaavoituksessa 3D-mallinnus ja 3D-skannaus sekä tuotantoprosesseissa kehittyvä robotiikka, tekstiilien kierrätyksessä materiaalien tunnistusteknologia ja uusien materiaalien ja materiaalitekniologioiden kehitys tukevat kiertotalouden mukaisia tekstiilien tuotanto- ja kierrätysprosesseja. Vaikka teknologia auttaa siirtymässä kohti kestävämpää yhteiskuntaa, on huomioitava myös sen vaatima kasvava energian tarve, joka haastaa ilmastotavoitteiden saavuttamista. (Dufva 2020, 42.)

Kiertotalouden mukaiset uudet liiketoimintamallit, tuotteet palveluna ja palveluistuminen helpottuvat uusien teknologioiden, kuten keinoälyn ja big datan hyödyntämisen sekä

digitaalisten alustojen avulla. Pk-yritykset hyötyvät esineiden internetin, (IoT) ja big datan lisäksi RFID-tunnistusteknologian (radiofrequency identification) käytöstä. (Kiertotalous ja digitalisaatio 2018). Vaatetusalan tuote palveluna -malleissa RFID-tunnistuksen avulla voidaan kerätä vaatteiden ja tekstiilien elinkaaresta tietoa muun muassa käyttökertojen, huollon sekä materiaalin kierron osalta. Kerätty tieto helpottaa esimerkiksi tuotteiden takaisinottoa ja ennakoivien huoltopalveluiden suunnittelua. (Heino ym. 2020, 61.)

Digitaaliset alustat mahdollistavat verkko-ostamisen kuluttajille. Räjähdyksmäinen verkko-ostamisen kasvu lisää kuitenkin tuotepalautuksia ja logistiikan päästöjä. Etenkin vaatteiden ja tekstiilien osalta verkkoshoppailu lisää tuotepalautuksia. Verkko-ostamista voidaan kuitenkin tehostaa esimerkiksi yhdistämällä kivijalkamyymälä tai showroom palvelumalliksi, jossa tuotteet sovitetään mallikappaleiden avulla, mutta tilaus tehdään verkossa. Verkkoalustoille voidaan linkittää myös virheostoja vähentäviä digitaalisia toimintoja, kuten sovittaminen ja kehon mittaaminen virtuaalisissa sovituskopissa. (Heino ym. 2020, 61.)

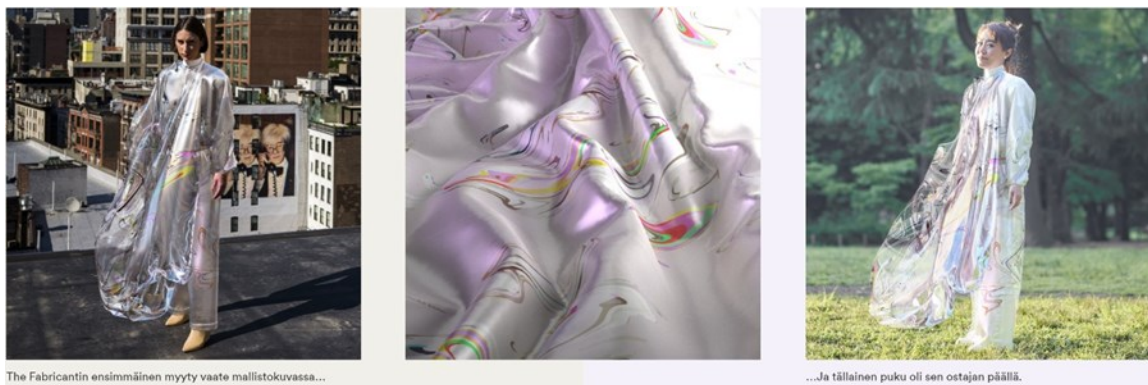
Maailman talousfoorumi julisti lohkoketjuteknologian megatrendiksi jo 2015 ja ennustaa sen muuttavan digitaalista asiointia, kaupankäyntiä ja liiketoimintaa radikaalisti 2020-luvun loppupuolella. (Yle Areena 2020)

Lohkoketjut koostuvat internetissä käytettävistä tiedonvälitysprotokollista, ohjelmointikielistä, vertaisverkkoteknologiasta ja julkiseen avaimen perustuvasta salausmenetelmästä. Näiden yhdistelmänä lohkoketjuteknologiat mahdollistavat uudella tavalla rakentuvan avoimen ja automatisoidun hajautetun luottamuksen toimintamallin. Lohkoketjujen keskeinen ominaisuus on, että niiden avulla toteutettu vaihdanta tai sopimukset dokumentoituvat useisiin toisistaan riippumattomiin paikkoihin, jolloin tietoa on käytännössä mahdotonta jälkikäteen huomaamattomasti muuttaa tai väärentää. (Rahkola 2019, 5)

Tekstiili- ja vaatetusalan globaalien toimintaketjujen läpinäkyvyys voi toteutua lohkoketjuteknologian avulla. Tuotteeseen liittyvä kaikki tieto, kuten materiaalin koostumus ja alkuperä, valmistaja, ympäristövaikutus ja eettisyys, logistiikkaketjut ja käyttäjät voidaan selvittää lohkoketjun vertaisverkoston avulla. Avoimen lähdekoodin maailmassa tekijänoikeuksia suojaava digitaalinen aitoustodistus (NFT, non-fungible token), jonka avulla tekijä tai omistaja merkitään lohkoketjuun. Näin varmistetaan alkuperäisen tuotteen arvo ja tekijä (Murphy 2021.)

Lisätty todellisuus (AR, augmented reality) lisää verkko-ostamisen monipuolisuutta ja muuttaa tulevaisuudessa vaatteiden suunnittelun, ostamisen ja pukeutumisen käsitettä osittain aineettomaan suuntaan. Edelläkävijät ovat kehittäneet jo pitkään kokonaan digitaalisia mallistoja, joiden myynti tapahtuu täysin realistisilla 3D- mallikappaleilla (kuva 1) ja tuotanto

toteutuu vasta, kun ennakkoon tilattu (on-demand), asiakkaalle räätälöity tuote, tai esittelymallistosta valittu tuote on myyty. Ilmiö ei ole vielä valtavirtaistunut, mutta sillä on suuret mahdollisuudet yleistyä lähitulevaisuudessa.



Kuva 1. Digitaalisen muotitalon virtuaalinen ja fyysinen tuote (Fab-lehti 2021)

Kasvussa on myös ilmiö, jossa fyysisiä tuotteita ei valmisteta ollenkaan (Särmäkari 2021). Digitaaliset muotitalot ja brändit, kuten The Fabricant tai Tribute Brand, tuottavat ja myyvät virtuaalisia vaatteita, jotka räätälöidään esimerkiksi somevaikuttajan valokuvan päälle.

Särmäkari (2021) painottaa, että digitaalinen kehitys ei korvaa muotoilijan substanssiosaamista, vaikka 3D-maailma on periaatteessa kaikkien käytettävissä. Digitaalisen suunnittelun ja pukeutumisen myötä olisi myös mahdollisuus tarkastella ja muuttaa perinteistä, vinoutunutta ja varsin länsikeskeistä muotikulttuuria kokostandardeineen ja sukupuolirooleineen.

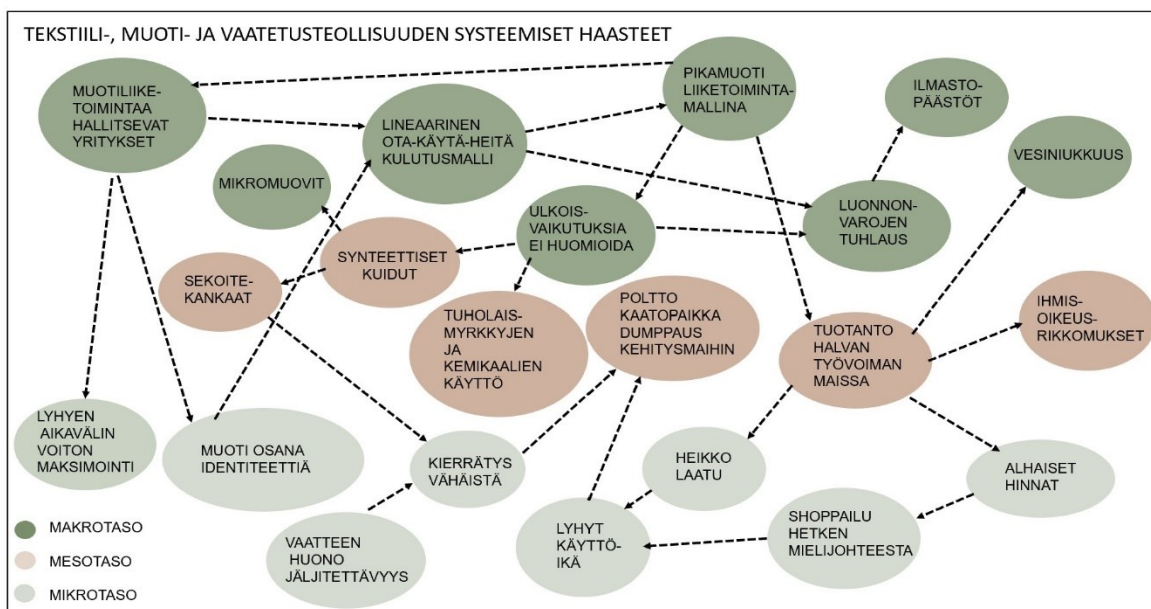
4.4 Globalisaation haasteet muoti- ja vaatetusosalalla

Hiltunen (2021) listaa, monien muiden tutkijoiden tavoin, globalisaation merkittäväksi megatrendiksi ja toteaa vaikutuksen ympäristöön olevan monitahoinen. Tekstiili- ja vaatetusteollisuus on rakentunut globalisaation mahdollistamana tehokkaaksi massatuotannon koneistoksi. Työ teetetään kustannustehokkaasti halvan tuotannon maissa, eivätkä sosiaaliset ja eettiset kriteerit täyty vastuullisella tavalla. Toisaalta toiminta on nostanut miljoonat ihmiset absoluuttisesta köyhyydestä, mutta samalla altistanut ja syventänyt tuottajamaiden ympäristöllisiä, eettisiä ja sosiaalisia ongelmia. Lisäksi toimintamalli on edesauttanut taloudellisen vaurauden kasaantumista ja eriarvoisuuden lisääntymistä. (Dufva 2020, 52.)

Kuvio 5 havainnollistaa tekstiili- ja vaatetusteollisuuden monisyistä globaalia verkostoa, systeemisiä haasteita ja keskinäisriippuvuutta. Halmeen (2021) mukaan tekstiili-, muoti- ja vaatetusteollisuus kohtaavat systeemisiä haasteita mikro-, meso-, ja makrotasoilla. Mikrotason haasteet liittyvät kuluttajakäyttämiseen, jossa esimerkiksi muoti osana identiteettiä johtaa hankkimaan yhä enemmän vaatteita, joita käytetään vain muutaman kerran.

Kustannustehokkuuden ansiosta vaatteiden halpa hintataso ja tarjonnan vaihtuvuus kannustavat shoppailemaan. Tieto pikamuodin haitallisuudesta ja mahdollisuudet vaatteiden kierrättämiseen ovat vielä globaalilla tasolla alhaiset, joten kierrätys on vähäistä.

Mesotason haasteet liittyvät toimialan käytänteisiin, kuten tuotteiden tuottamiseen halvan työvoiman maissa, haitallisten kemikaalien käyttöön tai jätteiden käsittelyn siirtämiseen kehitysmaihin. Nämä toimintamallit lisäävät ekologisia ja eettisiä ongelmia erityisesti tuotantoketjujen alkupäässä. Sekoitekankaiden ja synteettisten kuitujen käyttö hankaloittaa materiaalien kierrättämistä, jolloin kiertotalouden suljettu kierto on haasteellista. Makrotasolla käsitellään ympäristöön, yhteiskuntaan ja talouteen liittyviä systeemisiä haasteita. Perustavaa laatua oleva ongelma on lineaarinen talousmalli, jota muotiliiketoimintaa dominoivat yritykset hallitsevat tuottamalla yhä enemmän, yhä nopeammin ja yhä halvemmalla tuhlaten neitseellisiä luonnonvaroja ja lisäten päästöjä.



Kuvio 5. Tekstiili-, muoti- ja vaatetusteollisuuden systeemiset haasteet (Mukaiilen Halme & Sahimaa 2021)

Lineaarinen talouden malli on kytköksissä globaaleihin toimintaketjuihin. Keskinäisriippuvuus korostuukin herkästi huippuunsa viritetyissä ketjuissa ja ongelmien vaikutukset voivat olla merkittävän laajoja. Esimerkiksi tekstiili-, muoti- ja vaatetusteollisuudesta elantonsa ansaitseville työntekijöille 2020-luvun koronapandemian aiheuttama kuluttamisen muutos ja siitä johtuvat toimenpiteet, kuten tilausten perumiset, syventävät ahdinkoa ja epätasa-arvoa etenkin maissa, joissa suurin osa länsimaisen kulutusjuhlan tavaroista tuotetaan. Globalisaatio lisää myös nationalismia ja populismia. Näillä suuntauksilla voi olla yllättäviä seurauksia esimerkiksi teollisuuden päästöjen ja kuluttamisen ympäristöllisten vaikutusten

huomioimisessa tai suhtautumisessa kansainvälisiin ilmastopöimuksiin, joihin tekstiili-, muoti- ja vaatetusteollisuuden toiminnankin on sitouduttava.

4.5 Yhteistyöllä kohti kestävää kehitystä

Ympäristönäkökulmasta ilmastonmuutos on globaali, koko maailmaa koskeva kysymys, eikä ongelma ratkea, jos tahtotila ei ole yhteinen. (Hiltunen 2021.) Kansainvälisesti on tehty paljon positiivista yhteistyötä, yhteistä sitoutumista vaativia aloitteita ja hankkeita muutoksen torjumiseksi. Tärkein ilmastopolitiikkaan liittyvä sopimus on 1994 voimaan astunut YK:n ilmastopöimus (United Nations Framework Convention on Climate Change UNFCCC). 2016 voimaan tullut Pariisin ilmastopöimus (Paris Agreement) linjaa lämpötilan nousun 1,5 asteen rajaamiseen. Monet yksittäiset valtiot ovat asettaneet tavoitteen hiilineutraalista taloudesta, esimerkiksi Kiina vuoteen 2060 mennessä. Euroopan Unionin tavoitteena on hiilineutraalius vuoteen 2050 mennessä Green Deal -sopimuksen mukaan. (An European Green Deal 2019.) Suomi tavoittelee hiilineutraaliutta vuoteen 2035 mennessä (Suomen valtioneuvosto, 2020).

Euroopan vihreän linjan sopimukseen liittyy kiertotalouden toimintasuunnitelma (New Circular Economy Action Plan), jossa linjataan tavoitteisiin tarvittavat toimet. Erityisesti vaatteiden ja tekstiilien suunnittelua ja tuottamista koskeva sopimus, EU:n strategia kestäviä tekstiilejä varten (EU strategy for textiles) on vielä valmisteilla. Sopimuksessa edistetään siirtymistä hiilineutraaliin kiertotalouteen, sovelletaan kiertotalouden periaatteita koulutukseen, tuotesuunnitteluun, jätehuoltoon, uusioraaka-aineiden kehittämiseen sekä kanavoidaan investointeja sekä tutkimus- ja kehitystoimintaa. Esitys on lausuntokierroksella jäsenmaissa ja se julkistetaan vuoden 2021 aikana. Koko tekstiilialaan liittyvä tärkeä sopimus on myös EU:n jätedirektiivi, joka määrää tekstiilien keräyksen pakolliseksi viimeistään vuonna 2025. Suomessa laki voi tulla voimaan jo 2023, jolloin kunnissa on oltava alueelliset keräyspisteet. (Pietikäinen 2021.)

Pienilläkin teoilla ja yksilön toiminnalla on merkitystä ilmastokatastrofin estämisessä, mutta isot, kansainväliset yhtiöt voivat edistää muutosta merkittävästi ja globaalisti, -niin halutesaan. On merkittävää, että 2020 luvulla on alkanut ilmetä kannanottoja perinteisiltä liiketoiminnan kovilta pelureilta, heidän linjatessaan halukkuutta hakea arvonnisäystä kestäväen kehityksen mukaisista toimista. Esimerkiksi ikoninen sijoitusyhtiö Black Rock on linjannut suhteensa hiilineutraaliuteen ja aktivistisijoittajaryhmä Engine 1: n toimesta aiemmin Nesteellä johtajana toiminut Kaisa Hietala valittiin ExxonMobil -yhtiön hallitukseen (Yle uutiset 2021).

Muotiliiketoiminnan globaalit toimijat voivat toimia merkittävinä suunnan näyttäjinä, muun muassa Gucci ja verkkojätti Zalando ovat linjanneet kompensoivansa aiheuttamansa

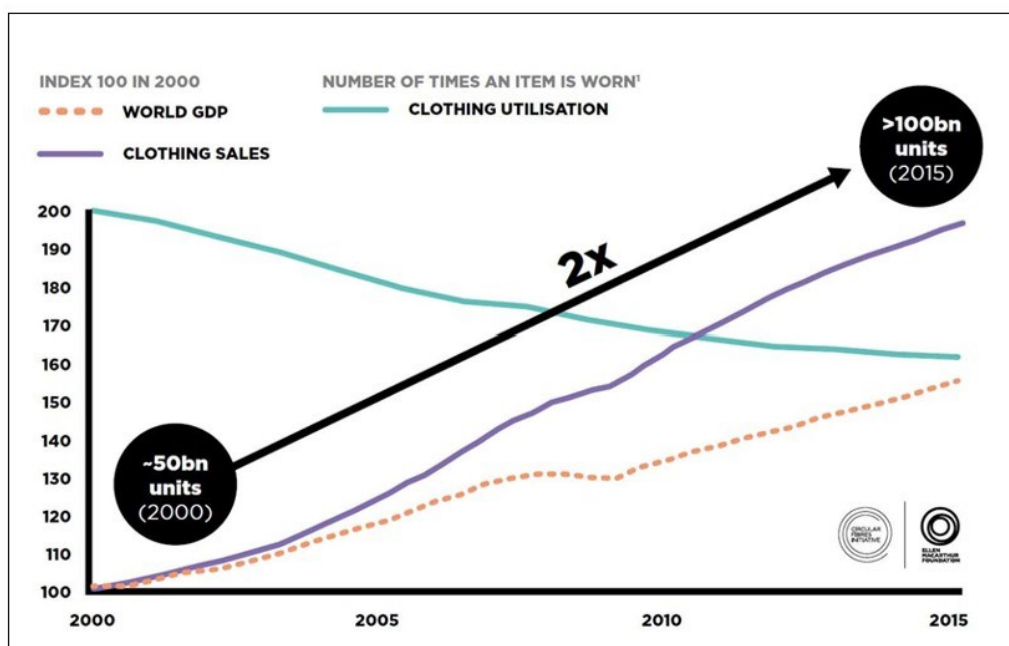
päästöt. Mainittakoon, että pelkkä päästöjen kompensointi on pikamuodin pikaratkaisu, eikä puutu ongelman varsinaiseen ytimeen. Verkkokauppa Zalando tarkentaakin tavoitettaan ja uskoo saavuttavansa 80 % hiilineutraaliuden vuoteen 2025 mennessä. Yhtiö vaatii myös kumppaneiltaan sitoutumista Sustainable Apparel Coalition -järjestön (SAC) määrittelemiін vastuullisen toiminnan kriteereihin. Tämä on merkittävä linjaus, luoden muutospaineita yhteistyökumppaneille. (Pohjola 2020.)

5 Vaatteiden kuluttaminen ja tuottaminen muutoksen aallonharjalla

5.1 Muodin tuottamisen ja kuluttamisen lineaarinen toimintamalli on kestävä

Vaatetus- ja tekstiiliteollisuus on yksi suurimmista teollisuuden aloista maailmassa, työllistäen reilut 300 miljoonaa ihmistä tekstiiliteollisuuden arvoketjussa. Alan ongelmat perustuvat pikamuodin edellyttämään nopeasykliseen ja kustannustehokkaaseen liiketoimintamalliin ja sitä hallitsevien suuryritysten hankintaketjujen kestävämmän toiminnan aiheuttamiin epäkohtiin. Voiton maksimoimiseksi tuotteiden hintataso on painettu mahdollisimman alhaiseksi, mikä johtaa pienentyneisiin katteisiin ja siten kasvaviin tuotantomääriin. Tuotannon aiheuttamien yhteiskunnallisten, sosiaalisten ja ympäristöä koskevien haittojen lisäksi haasteena on kasvava tekstiilijäte, jonka talteenottoa ja hyödyntämistä ei riittävästi vielä hallita. (Ellen MacArthur Foundation 2017, 18.)

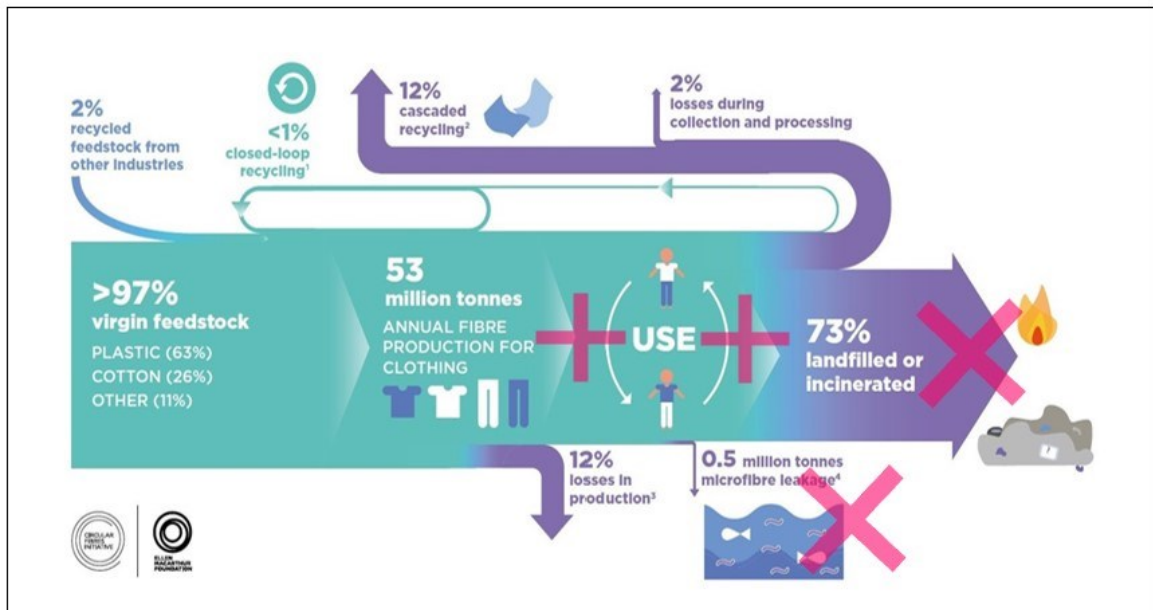
Tekstiiliala on yksi suurimmista kasvihuonepäästöjen tuottajista maailman teollisuudessa. Vaatteet edustavat 60 % kaikesta käytetyistä ja tuotetuista tekstiileistä. Kuvio 6 voi havaita miten vaatetuotanto on tuplannut kasvunsa viimeisen 15 vuoden aikana, mutta samalla yksittäisen vaatteiden käyttökerrat ovat vähentyneet. Vaatteiden käyttökertojen määrä on laskenut 36 % saman tutkimusperiodin aikana. (Ellen MacArthur Foundation 2017, 18.)



Kuvio 6. Vaatteiden käyttökerrat suhteessa tuotantoon (Ellen MC Arthur Foundation 2017, 18)

Vaatetusteollisuus toimii edelleen pitkälle lineaarisen toimintaperiaatteen mukaan tuhlaten neitseellisiä raaka-aineita. Vuonna 2015 tehdyn tutkimuksen (kuvio 7) mukaan alle yksi

prosentti vaatteisiin käytetyistä materiaaleista päättyi uudelleen hyödynnettäväksi vaatteiden valmistukseen suljetun kierron mallin mukaisesti. 12 % tekstiilijätteestä kierrätetään muun tekstiiliteollisuuden tarpeisiin, esimerkiksi täytteiksi, puhdistusliinoiksi ja niin edelleen, ja huikeat 73 % heitetään jätteiksi tai poltetaan. (Ellen MacArthur Foundation 2017, 20.) Vertailun vuoksi mainittakoon, että Pohjois-Amerikassa tekstiilijätettä kertyy vuosittain 15.1 miljoonaa tonnia, EU:ssa 3 miljoonaa tonnia, Suomessa 70–100 miljoonaa kg vuodessa ja yksilötasolla 13–18 kg vuodessa jokaista suomalaista kohti (Pietikäinen 2021).



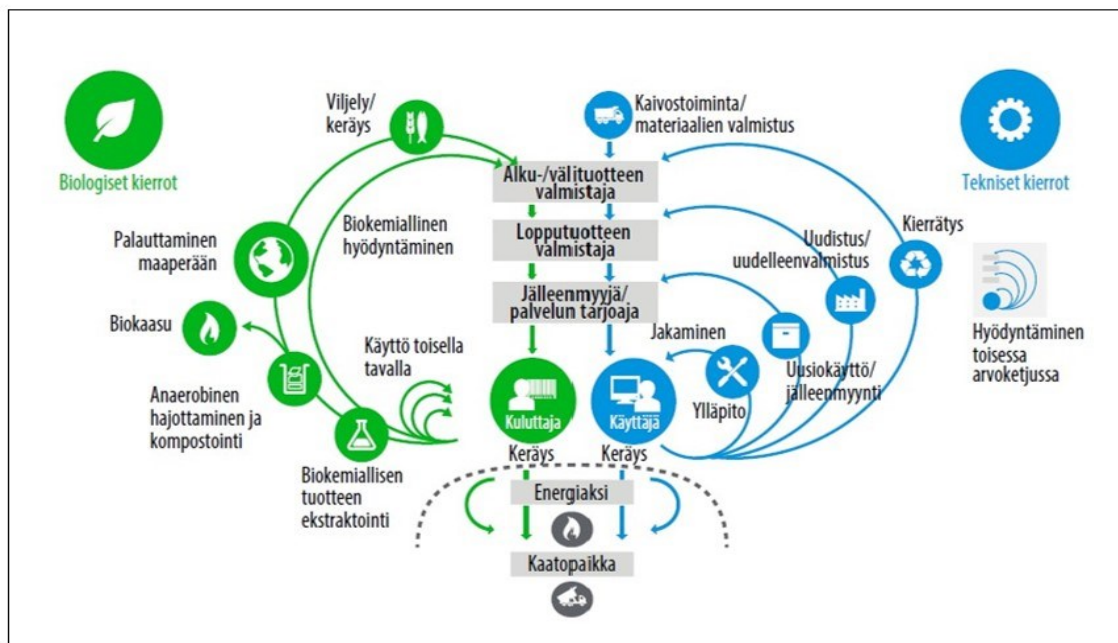
Kuvio 7. Globaalit materiaalivirrat (mukaillen Ellen MC Arthur Foundation 2017, 20)

Vaateteollisuuden lineaarinen ota-käytä-heitä pois -mallin toimintatapa, paitsi käyttää suurta uusiutumattomia luonnonvaroja, aiheuttaa mittavan määrän kasvihuonepäästöjä, tuhlaa vettä ja saastuttaa maaperää, erityisesti kolmansissa maissa teollisten prosessiensa kautta. Ympäristötuhojen lisäksi globaalit suuryritykset suhtautuvat epäeettisesti työvoimaansa aiheuttaen epätasa-arvoa ja sosiaalista kärsimystä. (Ellen MacArthur 2017, 19.)

Tekstiiliteollisuuden aiheuttamien mittavien ympäristöllisten, yhteiskunnallisten ja sosiaalisten haittavaikutusten lisäksi viimevuosina on huomioitu erityisesti mikromuovin lisääntyminen valtamerissä. Tekstiiliteollisuus tuottaa 35 % maailman mikromuoveista (Strateginen tutkimus 2019, 3). On todettu, että tekstiiliteollisuuden käyttämät muovipohjaiset materiaalit kuten, polyesteri, nylon ja akryyli, sekä niistä valmistettujen tuotteiden pesemisen aiheuttavan maapallolle yhden merkittävimmistä ympäristöä ja terveyttä koskevista uhista. (Ellen MacArthur Foundation 2017, 21.)

5.2 Kiertotalouden suljetun kierron periaate

Kiertotalouden toimintamalli pohjautuu suljetun kierron systeemiin, jossa tuottamisen, kuluttamisen ja materiaalikierron ketjut jaetaan biologiseen ja tekniseen kiertoon, mukaillen kehdestä kehtoon-mallia (Cradle-to-Cradle). Se perustuu kokonaisvaltaiseen vastuulliseen näkemykseen, jossa suunnitellaan tuotteita, systeemejä sekä sosioekonomisia, ja -kulttuurisia ympäristöjä vastuullisesti. Ideologian taustalla on ajatus luontoa imitoivista prosesseista; yhden organismin jäte on toisen organismin ravinto. (Ceschin & Gaziulusoy 2019, 68.)

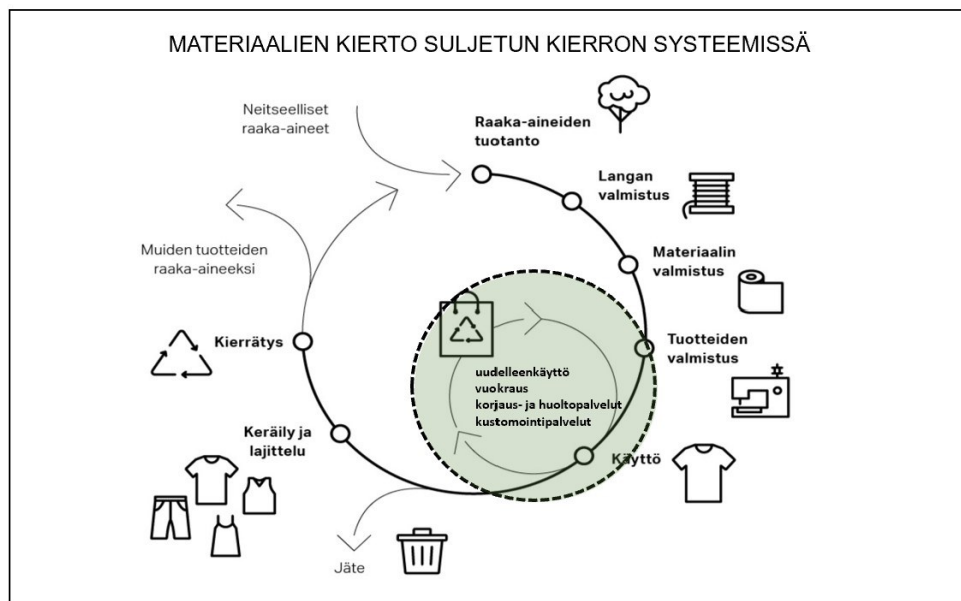


Kuvio 8. Kiertotalouden periaate (Ellen MacArthur Foundation 2019, mukailten Suomen Valtioneuvosto 2021, 27)

Nykyisen kiertotalouden periaatteet muodostuvat tuottamisen ja kuluttamisen vähentämisestä, tuotteiden jakamisesta omistamisen sijaan ja materiaalien kierrättämisestä arvoketjussa. Mallin keskiössä on luonnonvarojen rajallisuus ja niiden kytkös talouskasvuun. Konseptissa kiertotalous korostaa tuotteiden ja materiaalien kiertoa, pitkäikäisyyttä ja käyttöasetta suljetun kierron syklissä (Kuvio 8). Malli noudattaa ekologisen toimivuuden käsitettä, (eco-efficiency), jossa tuote ja materiaalivirrat luovat ekologista systeemiä tukevia ja elvyttäviä toimintoja ja rakentavat pohjaa tulevaisuuden talouden kestäväälle kasvulle, toisin kuin ekologisesti tehokkaassa mallissa (eco-effectiveness), jossa pyritään minimoimaan lineaarisen toiminnan haitat. (EllenMc Arthur Foundation 2009.)

Kiertotalouden mukaisessa materiaalikierrossa tuotteilla ja materiaaleilla on arvoa, joka si-
toutuu tuotteisiin tehdyn työn ja käytetyn energian kautta (Suomen valtioneuvosto 2021,

27). Tuotteiden ja materiaalien arvo säilyy parhaiten, kun tuotteiden elinkaarta pyritään pidentämään käyttökertojen lisäämisen, huoltamisen, korjaamisen tai kustomoinnin avulla. Kuviossa 9 on esimerkki vaatteiden valmistusprosessiin liittyvästä materiaalikierrosta.



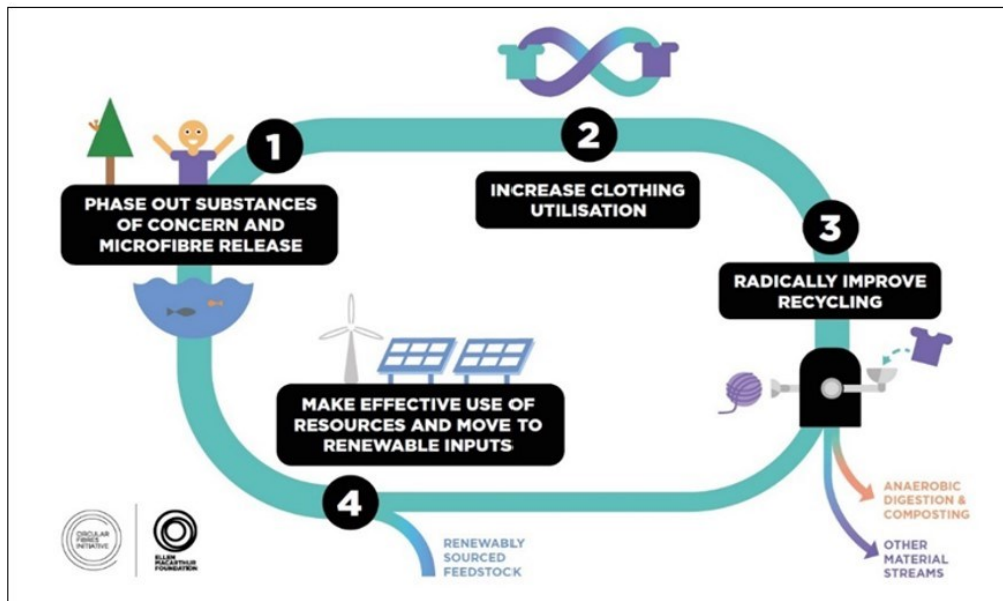
Kuvio 9. Materiaalin kierto suljetun kierron systeemissä vaatetuotannossa (mukaillen Suomen Tekstiili & Muoti Ry)

5.3 Tekstiili- ja vaatetusteollisuuden elvyttävät toimet

Viime vuosina koko tekstiili- ja vaatetusala, sekä kuluttajat ovat tulleet yhä tietoisemmiksi vastuullisen tuottamisen ja kuluttamisen merkityksestä. Monet toimialan kestävä kehityksen ratkaisut ovat olleet kuitenkin hiilijalanjälkeä kompensoivia toimia, eivätkä puutu ongelmien alkulähteisiin. Vaatteiden ja tekstiilien kuluttamista pitää yksinkertaisesti vähentää ja pyrkiä lisäämään käyttökertoja ja säilyttämään materiaalien arvo kierrossa sekä välttämään tekstiilijätettä. (Ellen MacArthur Foundation 2017, 22.) Tulevaisuuden elvyttävässä tekstiili- ja vaatetusteollisuuden kiertotalouden toimintamallissa (kuvio 10) tulisi painottaa neljää ydinkohtaa:

- Ympäristölle haitallisten aineiden ja kemikaalien käytön poistaminen. Tämä on edellytys suljetun kierron ja materiaalien kierrättämisen kannalta. Mikromuovien käytön radikaali vähentäminen kehittämällä uudenlaisia materiaaleja ja tuotantoteknologioita.
- Vaatteiden ja tekstiilien käyttökertojen lisäämisellä on merkittävä vaikutus suhteessa tuotteen arvoon ja jätteen määrän vähenemiseen. Tuotteet suunnitellaan ja tuotetaan lähtökohtaisesti siten, että ne ovat laadukkaita ja käyttöä kestäviä.

- Käyttökertoja voidaan lisätä uudenlaisten tuote -palveluna liiketoimintamallien avulla. Lisäksi tarvitaan rakenteellisia muutoksia, julkisia säädöksiä sekä tuottamisen liiketoimintamallien arvopohjaista asenne muutosta.



Kuvio 10. Tekstiiliteollisuuden uusi toimintamalli. (Ellen McArthur Foundation 2017, 23)

- Kierrätettävyys huomioidaan jo tuotteiden suunnitteluvaiheessa. Kehitetään uusia materiaaleja ja niiden jäljitettävyttä, sekä kierrätysteknologioita. Lisätään kierrätysmateriaalien käyttöä uusien tuotteiden valmistuksessa. Luodaan skaalautuva järjestelmä tekstiilien ja vaatteiden keräystä varten.
- Käytetään regeneratiivisesti viljeltyjä neitseellisiä raaka-aineita säästeliäästi, ja pyritään hyödyntämään uutta materiaali- ja kuituteknologiaa synteettisten raaka-aineiden ja uusiomateriaalien tuottamisessa. Hiotaan tuotantoprosessit mahdollisimman vähän ympäristöä kuormittaviksi sekä pyritään hyödyntämään uusiutuvaa energiaa. (Ellen Mac Arthur Foundation 2017, 23–25.)

Halme (2021) tiivistää Finix-hankkeen puheenvuorossaan, että akuutti käänne tapahtuisi, jos vaatteiden käyttökertoja lisätään, kierrätystä parannetaan suljetun kierron systeemin mukaiseksi ja mikromuovikuitujen käyttöä rajoitetaan. Boiten (2021) Fashion CEO Agendan webinaarissa mainitsee myös tekstiilien ja vaatteiden käyttökertojen lisäämisen, sekä mikromuovien ja ympäristölle haitallisten kemikaalien välttämisen ja lisää kolmanneksi jälleenkäytön, korjaamisen ja kierrättämisen huomioimisen jo tuotesuunnitteluvaiheessa

5.4 Muutosvoimana sidosryhmien yhteistyö

Monisyisen murroksen ja 2020-luvun alun pandemian vauhdittamana alan sidosryhmien tietoisuus globaalin järjestelmän haavoittuvuudesta, ilmastonmuutoksen väistämättömyydestä ja resurssien ehtymisestä on kasvanut. Kansainväliset tavoitteet ja regulaatiot kohti hiilineutraaliutta, sekä kasvava tietoisuus vastuullisesta tuottamisesta ja kuluttamisesta ohjaavat tekstiiliteollisuudenkin arvoketjuja tarkastelemaan kriittisesti toimintamallejaan ja suuntamaan liiketoimintansa kohti kiertotaloutta. Aloitteita ja hankkeita suunnan muuttamiseksi on tehty paljon ja tutkimus ja tieto lisääntyy jatkuvasti. Perusongelma ei ole aloitteiden ja toimien puute, vaan ennemminkin koordinointi, yhteisymmärrys ja käynnissä olevien toimien vaikutusten syventäminen. (Ellen MacArthur Foundation, 27.)

Global Fashion Agenda (GFA) painottaa vaatetusteollisuuden agendassaan (2021) koordinoituja toimia, jotka tukevat jo kehitettyjä kiertotaloutta edistäviä toimintamalleja. Tuottaminen vain tarpeeseen, tuotteen arvon lisääminen käyttökertoja lisäämällä, sesonkisirittäneiden mallistojen välttäminen, tuotteet palveluna -systemit ja materiaalien uusiokäyttö, skaalautuvat ja vakiintuvat toimintamalleina. Agendan mukaan yhteistyö koko arvoketjussa kaikkien sidosryhmien välillä tulee olemaan ydintoiminto, joka ohjaa muutosta ja jonka pohjalle lisäarvoa tuottava, resilientti ja kestävä, uudenlainen vaatteiden ja tekstiilien tuotanto pohjaa toimintansa.

Global Fashion Agendan laatima CEO-Agenda 2021:n tavoitteena on vastata YK:n ilmastopimuksen asettamiin vastuullisen toiminnan tavoitteisiin tarkastelemalla erityisesti vaatetusteollisuuden ympäristöllisiä ja sosiaalisia vaikutuksia. Tavoitteena ovat turvallinen ja kunnioittava työympäristö, tasa-arvoinen palkkaus ja asema tuotannon arvoketjussa, kiertotalouden mukainen suljetun kierron toimintamalli, resurssitehokkuus sekä materiaalitietoisuus ja uudet materiaalitieteologiat. GFA nostaa webinaarissaan (2021) toimintaympäristön tärkeimmät sisäiset ja ulkoiset tekijät, joiden avulla suunnataan kohti muutosta:

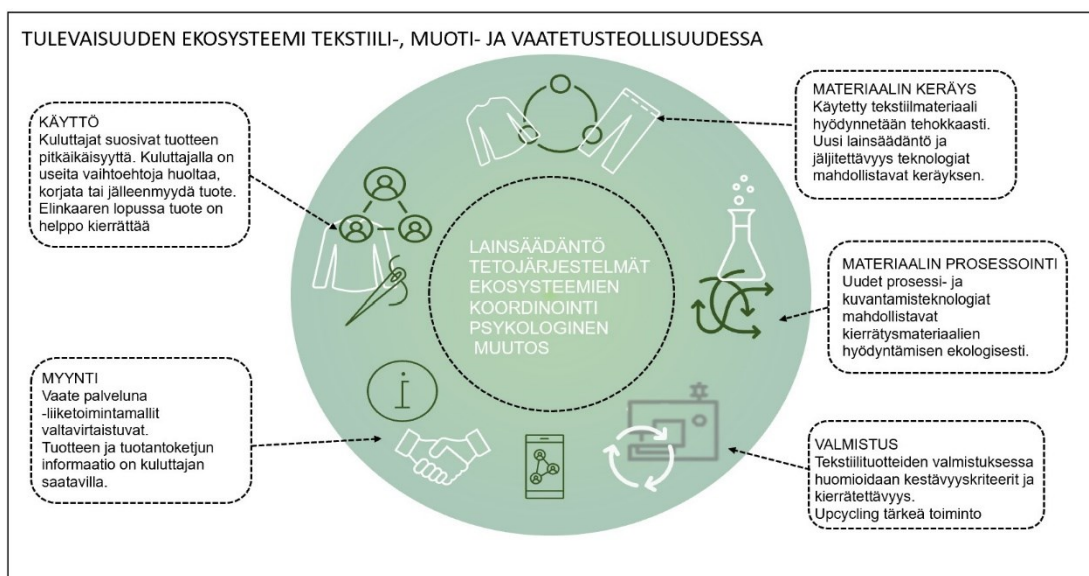
- uudet liiketoimintainnovaatiot
- digitalisaatio
- hallinnolliset toimet
- jäljitettävyys
- kuluttajien sitouttaminen ja sitoutuminen
- arvoketjun tasa-arvoiset kumppanuudet
- skaalautuvat ratkaisut ja innovaatiot
- sijoittajien luottamus ja kannustavat toimet
- kansalaisjärjestöjen (NGO) ja median toimet

- lait, säädökset ja kansainväliset sopimukset.

5.5 Ekosysteemit toiminnan tukena

Ekosysteemit ovat verkostoja, joissa toisistaan riippuvaisten toimijoiden vuorovaikutus ja yhteistyö muodostavat uusia innovatiivisia talouden toimintamalleja ja arvoketjuja. Ne edistävät kiertotaloutta yli toimialojen esimerkiksi hyödyntämällä toistensa sivuvirtoja, teknologiaa, osaamista tai palveluja (Suomen valtioneuvosto 2021, 48). Orasmaan ym. (2020, 34) mukaan ekosysteemit ovat elintärkeitä esimerkiksi liiketoiminnallisesti kannattavan materiaalien kierron kannalta.

Ekosysteemiä kuvaavassa kaaviossa esitetään millaisia tekstiilien kiertotalouden ekosysteemejä voisi muodostua koordinoimaan toimintaa (kuvio 11). Muoti- ja vaatetusalan ekosysteemin sidosryhmät voivat muodostua esimerkiksi vaatebrändistä ja vaatteiden paikallisista tuottajista. Korjaus-, huolto- ja kustomointipalveluja tarjoava yritys tai yritykset, joiden palveluita hyödyntämällä kuluttaja voi pidentää tuotteen elinkaarta ovat myös olennainen osa kiertotalouden mukaista ekosysteemiä. Vaatteiden myyntiä tai vuokrausta ekosysteemissä koordinoi digitaalinen alusta, jonka avulla myös tuotteen elinkaarta pidentävät palvelut voidaan tarjota. Ekosysteemi voi sisältää myös logistiikkapalveluja tarjoavia yrityksiä. Tekstiilijätteen keräys ja toimitus tekstiilinkäsittelylaitoksiin on osa kiertotalouden mukaista laajempaa ekosysteemiajattelua.



Kuvio 11. Tulevaisuuden kestävä ekosysteemi tekstiilien kiertotaloudessa (mukaillen Patala 2020)

Viimeistään vuonna 2025 tekstiilien kunnallisella tasolla organisoitu keräys tulee pakolliseksi. Suomessa poistotekstiilien ja kierrätysmateriaalien hyödyntämiseen liittyvä

teknologia on pitkällä ja mahdollistaa niiden tehokkaan hyödyntämisen, jolloin poistotekstiilit voidaan jalostaa (upcycling) uusiksi tuotteiksi tai materiaalien raaka-aineeksi (downcycling). Poistotekstiilien keräystoiminnot vaativat koordinoitua useamman toimijan, julkisten ja yksityisten toimijoiden sekä useiden ekosysteemien välillä.

Patalan (2020) mukaan teknologian avulla voidaan toteuttaa muun muassa vaatteiden lainausjärjestelmä yhdistettynä materiaalitietoon, tai kierrätysteknologian avulla toteutuva tekstiilijätteen tunnistus- ja lajittelumenetelmä, jotka edesauttavat suljetun kierron systeemiä. Digitaalisesti toteutettu jäljitettävyystieto sertifioidussa tuotteissa lisää toivottua läpinäkyvyyttä. Patala pohtii myös, miten näitä ekosysteemejä voidaan hallita kokonaisuutena, millaisia työkaluja ja kumppanuuksia ne vaativat ja kuka lopulta on koordinoinnista vastuussa.

5.6 Vaatteen elinkaaren pidentäminen muotoilun lähtökohtana

Suljetun kierron mallin mukaisessa tuotteiden suunnittelun ja tuottamisen mallissa kiertotalouden ydin on kiistatta tuotteen elinkaaren pidentämisessä, kuten useat asiantuntijat ja lähteet toteavat. Vaatteiden ja tekstiilien käyttökertojen lisäämisellä on merkittävä vaikutus suhteessa tuotteen arvoon ja jätteen määrän vähenemiseen (Ellen MacArthur Foundation 2017, 41). Tuotekehityksen ratkaisuilla voidaan vaikuttaa tuotteiden elinkaareen ja kierrätettävyyteen merkittävästi. Kiertotaloudessa tavoitteena on säästää ja vähentää materiaali-
virtoja ja vähentää vaatteiden tuottamista ja kuluttamista (Niinimäki 2018, 34).

Tuotteet suunnitellaan ja tuotetaan lähtökohtaisesti siten, että ne ovat laadukkaita ja käyttöä kestäviä. Vaatemuotoilun suunnitteluprosessissa voidaan generoida jopa 80 % ratkaisuja, jotka mahdollistavat tuotteen pitkäikäisyyden, muunneltavuuden ja oikeanlaisen kierrätettävyyden. (Ethica.) Tuotteiden ja materiaalien arvo säilyy myös suljetun kierron käyttöikä pidentävillä ja ylläpitävillä toimenpiteillä, joita voivat olla tuotteiden huoltaminen, korjaaminen, kustomointi ja muut tuote palveluna -liiketoimintamallit. Nämäkin tuotteiden käyttökertoja pidentävät toimenpiteet otetaan huomioon jo suunnitteluvaiheessa.

Uuden tuotteen suunnittelussa muotoilija voi vaikuttaa materiaalin valinnalla tuotteen pitkäikäisyyteen, kestävyys, huollettavuuteen, korjattavuuteen sekä kierrätettävyyteen. Esimerkiksi vaatteen monomateriaalisuus helpottaa materiaalin jatkojalostusta uudelleen käyttöä ajatellen. Myös kuosien painotekniikalla ja lisätarvikkeiden valinnalla on suuri merkitys kestävyys ja toisaalta muokattavuuden kannalta. Materiaalivalinnoissa on kuitenkin tärkeä huomioida käyttövaatimukset, joskus esimerkiksi sekoitemateriaalit voivat olla käyttökertoiltaan kestävämpiä, vaikka materiaalien jatkojalostus olisi haastavampaa. Muotoilun ratkaisuilla pyritään lisäämään tuotteiden kestävyttä, pitkäikäisyyttä ja käyttökertoja myös

rakenteiden ja konstruktioiden avulla. Tuotteet suunnitellaan siten, että kuluvat osat ovat vaihdettavissa ja rakenteet purettavissa. Modulaarisuuden lisääminen tuotteisiin tuo muunneltavuutta mahdollistaen useita käyttötarkoituksia.

Kun tuote ei ole enää käyttökelpoinen, kuluttamisvaiheen tekstiilijäte (post consumer waste), hyödynnetään uusien tuotteiden materiaaliksi, jolloin saavutetaan suljetun kierron sykli. Käsitteet upcycling ja downcycling liittyvät materiaalien kiertoon. Upcycling-menetelmä tarkoittaa käytöstä poistetun vaatteen, tekstiilin tai esimerkiksi leikkuujätteen, muokkauksta, suunnittelua ja valmistusta uudeksi tuotteeksi, jolloin materiaalin arvo säilyy, tai jopa kasvaa. Downcycling-menetelmä liittyy poistotekstiilin tai sen osien hyödyntämiseen uuden materiaalin raaka-aineeksi, esimerkiksi polyesterista valmistettu vaate kierrätetään ja prosessoidaan uudelleen polyesterilangaksi, jolloin materiaalin arvo laskee. (Circular Economy Praktitioner Guide. 2018.)

Muotoilijan ja suunnittelutiimin vastuu ja tuotekehityksen ratkaisut ovat tapauskohtaisia ja siksi kiertotalouden mukainen suunnittelu vaatii monialaista osaamista ja tietoa niin materiaaleista, rakenteista kuin standardeista ja säädöksistäkin. Vastuullinen tuotemuotoilu edellyttää olennaisesti myös esteettisyyteen ja käytettävyyteen ja käyttäjälähtöisyyteen liittyvien näkökulmien huomioimista. Kestävä tuotemuotoilu on keskiössä kiertotalouden mukaisessa suunnittelussa, lisäksi tarvitaan luovuutta suunniteltaessa strategisia ratkaisuja, joilla luodaan vahvaa markkina- ja brändiarvoa erityisesti tuotteet palveluina -malleissa, joissa yhdellä tuotteella voi olla useita käyttäjiä tai omistajia. Olisi oleellista miettiä myös, miten skaalautuvia ratkaisuja ja kannattavaa liiketoimintaa kehitetään tuotteiden elinkaarta pidentäville korjaus- ja huoltopalveluille. (Niinimäki, 2018, 33.)

5.7 Kuluttajien rooli kiertotaloudessa

Tavaroiden tuottamisen maailmassa kuluttajan rooli on ratkaiseva. Ostaminen on äärimmäisen helppoa, sillä lähes jokaisen kuluttajan käden ulottuvilla on kauppa; älypuhelin, joka takaa pääsyn loputtomaan shoppailuun vain yhdellä klikkauksella. Se miten kuluttaja valitsee tuotteet ei ole rationaalinen prosessi, vaan kompleksinen, osin tiedostamaton toimintaketju. Valintoihin vaikuttavat yksilölliset yhteenkuulumisen ja erottautumisen tarpeet, sosio-ekonominen ympäristö, arvomaailma ja asenteet, arjen konteksti sekä tiedostamattomat motivaatiotekijät. (Huomo ym. 2019, 6–10.)

Länsimaissa kuluttajat ovat tietoisia kuluttamisen ympäristövaikutuksista, kuitenkin asenteet ja ostokäyttäytyminen muuttuvat hitaasti. Vuonna 2019 tehdyn kuluttajatutkimuksen mukaan 42 % eurooppalaisista kuluttajista voisi vähentää kuluttamista vastuullisista syistä. Samassa tutkimuksessa todettiin myös, että 32 % eurooppalaisista kuluttajista usko

sosiaalisen median lisäävän tietoisuutta vastuullisesta kuluttamisesta. Toisaalta 39 % kuluttajista koki sosiaalisen median lisänneen kuluttamisen tarvetta. (Brorström, 2019.)

Kuluttajatutkimuksissa nousee yhä useimmin esiin eettiset ja ympäristöön liittyvät arvot, mutta ne eivät juuri näy ostokäyttäytymisessä. Vuoden 2019 Pulse of the Fashion Industry -raportin mukaan 75 % kuluttajista pitää vastuullisuutta muodin ja vaatteiden osalta hyvin tai erittäin tärkeänä, mutta vain 7 % ajattelee vastuullisuuden olevan ensisijainen ostokriteeri. (Global Fashion Agenda 2019). Mielenkiintoista on, miten koronapandemia vaikuttaa asenteisiin. 72 % kuluttajista pitää tärkeänä yritysten vastuullista toimintaa ja 70 % kokee oman vastuullisen toimintansa lisääntyneen. (Korkman, 2021.)

Suomalaisessa tutkimuksessa määriteltiin seitsemän erilaista kuluttajaprofiilia, jotka kuvaavat kulutustottumuksia. Vastuullisuuden ja kestävät periaatteet huomioiva fiksu kuluttaminen -kategoria ei noussut tutkimuksessa kovinkaan merkittävään asemaan. Suomalaisia kuluttajia motivoi eniten tarve ja käytännöllisyys, mitkä sinänsä voidaan määritellä kestävä ja vastuullisen tuotteen ominaisuuksiksi. Tutkimuksessa havaittiin, että kuluttajien on vielä vaikea hahmottaa uudenlaisia, esimerkiksi asumiseen tai liikkumiseen liittyviä, vastuullisia palvelumalleja. (Huumo ym. 2019, 10.)

Tutkimuksen tulosten pohjalta voisi olettaa, että suhtautuminen uudenlaisiin tuote palveluna -malleihin pukeutumisen osalta on vastaavan suuntainen, ovathan suomalaiset markettikansaa vaatehankintojen osalta. Suomalaisista jo reilu kolmannes ostaa vaatteensa pääosin isoista marketeista, Prismasta ja Citymarketista sekä Tokmannilta (Kaupanliitto 2019). Motivaattorina on helppous ja halpuus. Kuluttajat ajattelevat, ettei pikamuoti -käsite liity markettimuotiin. Totuus kuitenkin on, että hinnaltaan epäilyttävän edulliset markettien tekstiilituotteet tulevat samantyyppisistä globaaleista hankintalähteistä kuin parjattu pikamuotikin. Luvussa 7.4 perehdytään tarkemmin kuluttajien vaate palveluna -malliin liittyviin asenteisiin.

6 Jakamistalous muoti- ja vaatetusalan uusi normaali

6.1 Jakamistalouden lyhyt oppimäärä

Jakamistalous on taloudellinen ajattelutapa, jossa tavaroiden omistamisesta siirrytään hyödykkeiden ja palvelujen käyttämiseen. Tuotteiden jakamisen malli liittyy nykyään olennaisesti kiertotalouteen lisäten tuotteiden käyttökertoja ja pidentäen niiden elinkaarta. (Sjöstedt, 2018.) Yhteisöllisyys, omistamisen jakaminen ja vastikkeellinen tai vastikkeeton tavaroiden vaihto ovat toiminnan keskiössä. Englannin kielen sharing economy -termissä sharing -sana viittaa yhteiseen tai yhteisölliseen kuluttamiseen, käyttöön ja tuotantoon (Lahti & Selosmaa 2013, 13).

Jakamistalous ei ole uusi toimintamalli, vaan ikivanha yhteisöllinen tapa, josta muodostui uudenlainen kuluttamisen trendi 2010-luvun alkupuolella, jolloin internetin kehittyminen mahdollisti ja uudisti jakamistalouden toimintaa. Uusi, ihmisiä globaalisti yhdistävä teknologia, hiljaiset signaalit, yhteisöllisyyden ja uudenlaisen omistamisen trendi kulminoituivat Zipcar:n ja Airbnb:n tapaisten jakamistalouden toiminta-alustojen menestykseksi. Vuonna 2010 Rachel Botsman ja Roo Rogers nostattivat jakamistaloutta käsittelevällä teoksellaan edelläkävijöitä puhuttelevan ilmiön, joka kyseenalaisti suhteen kuluttamiseen ja omistamiseen ja korosti yhteisöllistä kuluttamisen mallia. (Lahti & Selosmaa 2013, 40.) Jakamistalouden mukaisista malleista alkoi tulla toimintaa, jonka vuorovaikutusta niin taloudellisen, sosiaalisen kuin kulttuurisenkin muutoksen suuntaan ei voida väheksyä.

Henninger ym. (2018, 66–70) vertailivat tutkimuksessaan jakamistaloutta ja yhteisöllistä kuluttamista (collaborative consumption). Tutkimuksessa todetaan yhteisöllisen kuluttamisen olevan monimuotoista toimintaa, jota on vaikea määrittää ja erottaa jakamistaloudesta, sillä molemmissa tyypillisinä toimintatapoina voidaan pitää vaihtamista, jakamista, lainaamista ja vastikkeellista vuokraamista. Molemmissa malleissa hyödykkeitä ja palveluita voidaan hankkia digitaalisen alustan mahdollistaman vertaiskaupan avulla ja niitä voidaan käyttää ja hyödyntää ilman omistamista. Kiinnostavaa on, että vertailuissa esiintyvissä kuluttamisen malleissa korostuu tutkimuksen mukaan vastuullisuus.

Todettakoon kuitenkin, että kaikki jakamistalouden liiketoimintamallit eivät lähtökohtaisesti perustu vastuullisuuteen. Motiivina jakamistalouden mukaisiin toimintamalleihin liittyvään kuluttamiseen voi olla niin rahan, ajan kuin tilan säästäminen, pyrkimys yhteisöllisyyteen tai toisaalta ne voivat olla liiketaloudellista kannattavuutta tavoittelevia. Tuotteiden palveluistumisella on kuitenkin vaikutusta tuotteiden käyttökertojen lisääntymiseen ja sitä kautta neitseellisten raaka-aineiden käytön vähenemiseen, riippumatta siitä ovatko ne kuluttajan tai palvelun tarjoajan vastuullisia arvovalintoja.

Botsman & Rogers (2011, 71) määrittivät jakamistalouden kolmeen alakategoriaan, tuote-palvelumalleihin, tavaroiden uudelleen jakamiseen sekä yhteisölliseen elämäntyyliin. Tuote- palvelumallit (product service systems, PSS) muodostuvat tuotteeseen liitetystä palveluelementeistä ja ne voidaan jakaa edelleen kahteen kategoriaan, joita määrittävät tuotteen käyttö ja toisaalta tuotteen elinkaaren pidentämiseen liittyvät palvelut. Tuotteen käyttöön liittyvässä mallissa tuotteen voi omistaa yritys tai yksityishenkilö, joka jakaa tai vuokraa sitä erilaisten palvelualueiden kautta. Tuotteen elinkaarta pidentävässä mallissa huolto- ja korjauspalveluiden avulla yksittäisen tuotteen käyttöä pyritään lisäämään sekä vähentämään jätteen syntymistä tai tarvetta uuden tuotteen hankkimiselle. (Botsman & Rogers 2011, 101) Kuluttajan kannalta mallin hyöty on kaksijakoinen. Kun tuotteen omistus säilyy palvelun tarjoajalla, myös vastuu tuotteen omistamisesta aiheutuvista toimista, kuten huoltaminen, korjaaminen, vakuuttaminen tai varastoiminen siirtyy palvelun tarjoajalle, pois palvelun ostajalta. Lisäksi siirtyminen tavaroiden omistamisesta palveluiden käyttämiseen lisää mahdollisuuksia tyydyttää tuotteiden ja palvelujen kuluttamiseen liittyviä tarpeita uusilla vastuullisimmilla tavoilla. (Botsman & Rogers 2011, 72.)

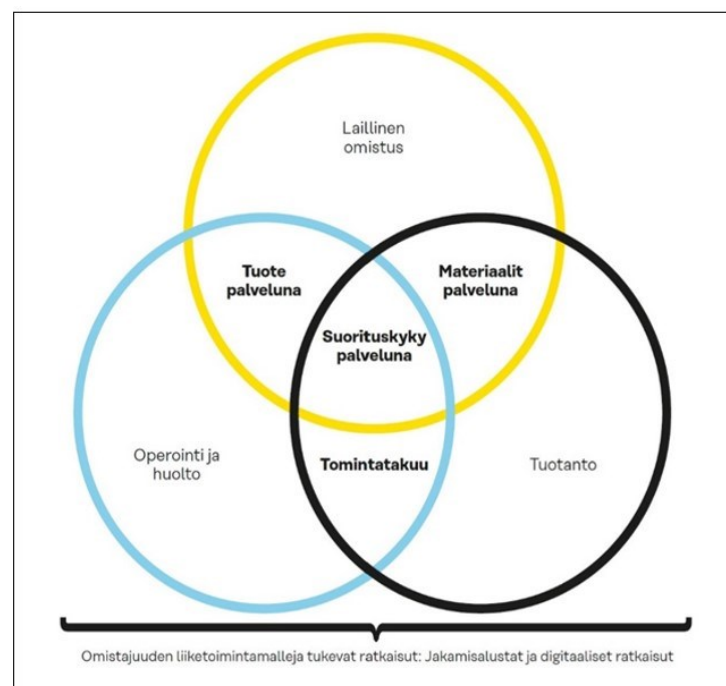
Tavaroiden kierrättäminen ja uudelleen jakaminen (redistribution) haastaa perinteisen tuottaja-jälleenmyyjä-kuluttaja kolmiyhteyden. Sanan englanninkielinen merkitys muodostuu Botsman & Rogersin (2011, 72) mukaan viidestä r-kirjaimella alkavasta määreestä; reduce, recycle, reuse, repair ja redistribution, joten merkitys laajenee jakamisesta tuotteiden huoltoon ja korjaamiseen ja toisaalta merkitys viittaa ajatukseen kuluttamisen vähentämisestä. Tässä toimintamallissa kuluttaja muuttuu aktiivisesta vastaanottajasta passiiviseksi toimijaksi. Lisäksi malli on vahvasti yhteisöllisyyteen pohjautuvaa, perinteisiä, lineaarisia liiketoimintamalleja haastava. Tuotteiden jakamista luonnehditaan vastuullisemmaksi tavaksi kuluttaa, ja se rohkaiseekin kierrättämään tarpeettomat tavarat jälleenmyymällä, vaihtamalla tai lahjoittamalla. Digitaaliset alustat ja ratkaisut mahdollistavat tavaroiden globaalien vaihtamisen ja myymisen vaivattomasti ja uusia vertaistoinnin innovaatioita syntyy jatkuvasti.

Yhteisöllinen elämäntyyli (collaborative lifestyles) ja yhteisöllisen kuluttamisen -käsite laajentaa jakamistalouden toimintamalleja aineettomien asioiden äärelle. Yhteisöllinen elämäntyyli tarkoittaa paikallisesti vaikkapa työtilojen, viljelypalstojen, parkkipaikkojen tai kuljetuspalveluiden jakamista. Myös osaamista, tietoa ja taitoja tai aikaa voidaan jakaa yhteisöllisesti. Teknologia mahdollistaa yhteisöllisen kuluttamisen ja tavaroiden tai palveluiden vaihtamisen maailman laajuisesti, esimerkiksi vertaiskaupan tai vaikkapa matkustamisen osalta. Yhteisöllisen kuluttamisen malli perustuu täysin keskinäiseen luottamukseen ja generoi verkostoitumista. (Botsman & Rogers 2011, 73.)

6.2 Omistamisen muutos kiertotalouden keskiössä

Omistamisen muutoksen liiketoimintamallit -käsite (producer ownership) tuo jakamistalouden toimintamallin 2020-luvulle. Kiertotalouden liiketoimintamalli kohti suljetun kierron systeemiä on ainoa mahdollinen tie kohti hiilineutraalia taloutta. Materiaalien kierto ei tarkoita pelkästään käytöstä poistettavien tuotteiden tai materiaalien käsittelyä kierrättämällä, vaan se koostuu olennaisesti myös tuotteiden jakamiseen liittyvästä liiketoiminnasta. Omistamisen muutoksen käsite on nykyisen kiertotalousajattelun keskiössä, jossa tuotteen käyttöikä pyritään pidentämään, käyttöastetta parantamaan ja materiaalien kiertoa tehostamaan. (Orasmaa ym. 2020, 10–11.)

Kiertotalouden liiketoimintamallit voidaan jakaa viiteen osioon: tuotteet palveluna, uusiutuvuus, jakamisalustat, tuotteen elinkaaren pidentäminen sekä resurssitehokkuus ja kierrätys. Kiertotalouden liiketoimintamallit fokuoivat enemmän materiaalien ja tuotteiden kiertoon ja omistamisen muutoksen liiketoimintamallit tarkentavat niitä. Omistamisen muutoksen liiketoimintamalleissa asiakas ostaa tuotteita, materiaaleja tai suorituskykyä palveluna (kuvio 12). Näiden palveluiden liiketoiminnan kehittyminen ja kannattavuus on elinehto tulevaisuudessa. (Orasmaa ym. 2020, 10–11.)



Kuvio 12. Omistamisen muutoksen liiketoimintamallit (Orasmaa ym. 2020, 12)

Kiertotalouden ja Omistamisen muutoksen liiketoimintamallien määritelmien pohjalta voidaan todeta, että muoti- ja vaatetusalalla merkittävämmäksi kiertotaloutta tukevaksi liiketoimintamalliksi nousee tuote palveluna -malli, joka käsittää vaatteiden ja tekstiilien vuokrausta

ja leasing toimintaa. Tuote palveluna -malliin sisältyy, vuokrauksen lisäksi, olennaisena osana tuotteen käyttökertoja lisääviä ja elinkaarta pidentäviä palveluita, kuten huolto-, korjaus- ja kustomointipalveluita.

Toimintatakuu palveluna -mallissa palvelun tarjoaja takaa vaatteelle elinikäisen huollon ja korjauspalvelun, esimerkiksi työvaatteiden osalta. Toimintatakuu on myös vaate palveluna -toimintaa. Toimintatakuuseen liittyy vaatteiden ja tekstiilien takaisinotto ja mahdolliset panttijärjestelmät, jolloin palvelun tarjoaja varmistaa vaateen tai tekstiilin toimittamisen korjattavaksi tai kierrätettäväksi, -näin kiertotalouden mallin mukainen materiaalien kierto toteutuu. Takaisinoton ja panttijärjestelmien osalta muoti- ja vaatetusosalalla on kehittämismahdollisuuksia ja opittavaa työvaatepalveluita tarjoavilta toimijoilta.

Materiaalit palveluna voivat puolestaan sisältää materiaalien joustavan hankinnan ja ylijäämän takaisinoton. Esimerkiksi kankaan valmistaja tarjoaa materiaalia tuotteen valmistajalle tarvittavan määrän, ja sitoutuu ottamaan ylijäämän takaisin. Materiaalien on oltava jäljitettäviä ja tunnistettavia esimerkiksi tekstiilien uudelleen jalostusta varten. (Orasmaa ym. 2020, 49.) Materiaalit palveluna voisivat olla myös tekstiilien keräys-, tunnistus ja lajittelu-palvelua. Digitaaliset ratkaisut, jakamislustat ja teknologia tukevat omistajuuden muutoksen liiketoimintoja.

6.3 Tuotteet palveluna -konseptilla kohti hiilineutraalia vaatetusala

Kiertotalous ja sen uudet toimintamallit, pyrkimys tuotteiden elinkaaren pidentämiseen erityisesti tuotteet palveluna -konseptien ja palveluistumisen avulla, nousevat keskeiseksi toimintamalliksi pyrkimyksessä kohti hiilineutraaliutta. Hiilineutraali talous, siirtyminen kierto-talouteen ja tuotteiden palveluistuminen vaativat toteutuakseen uutta tietoa ja ymmärrystä ja sitoutumista niin yrityksiltä, kotitalouksilta kuin kuluttajiltakin.

Tekstiilialalla tuote palveluna -toimintamalleja on ollut pitkään, esimerkiksi sairaala- tai hotellitekstiilien huollon sekä työvaatetuksen osalta. Suomen tekstiili ja Muoti ry:n laatiman Hiili-neutraali tekstiiliala -tiekartan mukaan (2020) alan toimijat uskovat palveluistumisen valtavirtaistumisen olevan iso liiketoimintamahdollisuus. Yrityksillä uskotaan olevan halukkuutta siirtyä tuote palveluna malleihin nopeastikin, mutta edellytyksenä on, että kuluttajan sitoutuvat palveluihin. Yksi merkittävimmistä haasteista on, omistamisen liittyvien arvopohjaisten asenteiden lisäksi, palveluiden hinta suhteessa uusiin tuotteisiin. Vaatteiden hintataso markkinoilla on edullinen ja kuluttajien hintamielikuva on vääristynyt massatuotannon hintoja polkevan toiminnan takia. (Heino ym. 2020, 60–65.)

Heinon, ym. (2020, 62–63) mukaan tuote palveluna -malli tarjoaa muoti-, vaatetus- ja tekstiilialalle sekä kuluttajalle mahdollisuuden lisätä hiilikädenjälkeä. Kaikkien näiden

toimijoiden yhteistyötä tarvitaan, jotta tuotteiden elinkaaren pidentämisen tavoite toteutuu. Vaatteiden tuottajat suunnittelevat ja tuottavat vaatteet ja tekstiilit niin, että ne ovat kestäviä teknisesti ja ajallisesti, ne ovat korjattavissa ja huollettavissa, sekä niihin käytetty materiaali on jalostettavissa uudeksi raaka-aineeksi. Uudenlaiset vaate palveluna liiketoimintamallit pidentävät toiminnallaan vaateen elinkaarta tarjoamalla vuokraus-, lainaus-, kustomointi-, huolto- ja korjaus- sekä takaisinottopalveluita. Jotta palveluistuminen toteutuu, yritykset ja toimijat tarvitsevat uudenlaista osaamista siirtymisessä tuote palveluna -konseptihin.

Osaamista kaivataan liiketoiminnassa ja digitalisaation tarjoamien mahdollisuuksien hyödyntämisessä. Osaamistarpeita on ilmennyt myös elinkaaren pidentämisen ja säilyttämisen osalta, muun muassa korjaus- ja kustomointitoimenpiteiden hallintaan, koska koulutusta on ajettu niiltä osin alas. (Sitra, 2021, 16.) Lisäksi kaivataan taloudellista tukea muun muassa palveluiden markkinoimiseen kuluttajille. Monelle on vielä epäselvää, miten esimerkiksi kate muodostuu uudessa toimintatavassa. Alalle tarvittaisiin kannustavia, liiketaloudellisesti kannattavia esimerkkejä ja uudenlaista yhteisöllisyyttä, kumppanuuksia ja sidosryhmistä muodostuvia ekosysteemejä.

Kuluttajan käyttäytymisellä on merkittävä rooli kiertotaloudessa. Kuluttaja voi lisätä hiilikädenjälkeään vaatteiden osalta ostamalla vaan tarpeeseen, käyttämällä omistamiaan vaatteita mahdollisimman pitkään, huoltamalla ja pesemällä niitä oikein, sekä korjauttamalla tai käyttämällä kustomointipalveluita, sekä hyödyntämällä vaatteiden vuokraus- ja jälleenvyynti -palveluja. Kuluttaja voi toimia myös jakamistalouden aktiivisena osapuolena jälleenvyyntiä vaatteitaan useiden kanavien, esimerkiksi lukuisten digitaalisten vertaiskaupan alustojen kautta tai lahjoittamalla puhtaat ja ehjät tekstiilit keräykseen tai lajitteluun.

7 Omistamisen muutos muoti- ja vaatetusala

7.1 Vaate palveluna

Vaatteet palveluna -malli on muoti- ja vaatetusalan kiertotalouden toiminnan ytimessä. Tuotteiden palveluistuminen, muuttuminen palveluiksi ja uudenlaisten, jakamistalouteen pohjautuvien omistamisen muutoksen liiketoimintamallien kehittyminen tarjoavat vaihtoehdon vaatteiden omistamiselle. Vaatteet palveluna -mallissa tuotteiden elinkaarta pyritään pidentämään käyttökertoja maksimoimalla ja tuotteella voi olla useita käyttäjiä. Tämä edellyttää vaatteiden tuottajia suunnittelemaan ja valmistamaan kestäviä ja muunneltavia tuoteratkaisuja, joiden elinkaarta voidaan käyttökertojen lisäämisen ohella pidentää huoltojen ja korjausten sekä kustomoinnin avulla.

Palvelumallissa vaate tai asuste vuokrataan tai liisataan joko kertaluontoisesti tai käyttöoikeuden mukaan. Tuotteen omistajuus ja mahdolliset huolto- ja korjausvastuut säilyvät palvelun tarjoajalla. Työvaatteiden osalta vaatteiden leasing- ja huoltopalvelut ovat jo yleisesti käytetty toimintamalli. Omistamisen muutoksen liiketoimintajaottelussa kyseinen palvelumalli, jossa asiakas saa aina toimivan ja huolletun, esimerkiksi työvaatteen, on kokonaisvaltainen vaate palveluna -malli, jossa suorituskyky tai toimintatakuu täydentävät kokonaisuutta

Vuokraamisen lisäksi vaate palveluna -malli käsittää vaatteiden huolto-, korjaus- ja kustomointipalveluita. Viimeaikoihin saakka kuluttajat ovat kokeneet kyseisten palveluiden hintatason olevan suhteellisen korkea verrattuna uuden tuotteen hankintahintaan. Asenteet ovat vähitellen muuttumassa tietoisuuden lisääntymisen myötä. Nämä palvelumallit tulevatkin olemaan yhä merkittävämmässä roolissa tuotteen elinkaaren pidentämisen kannalta. SOK:n ja Finix-hankkeen yhteistyössä laatima selvitys osoittaa, että kyseisten palvelumallien kysyntä on kasvanut kuluttajien keskuudessa (STT 2021). Myös monet paikallisesti ja lähialueilla toimivat vaatebrändit ovat huomioineet yksilöllisten palvelujen tuottaman lisäarvon ja pyrkivät tarjoamaan erilaisia kustomoituja vaate palveluna -ratkaisuja asiakkailleen.

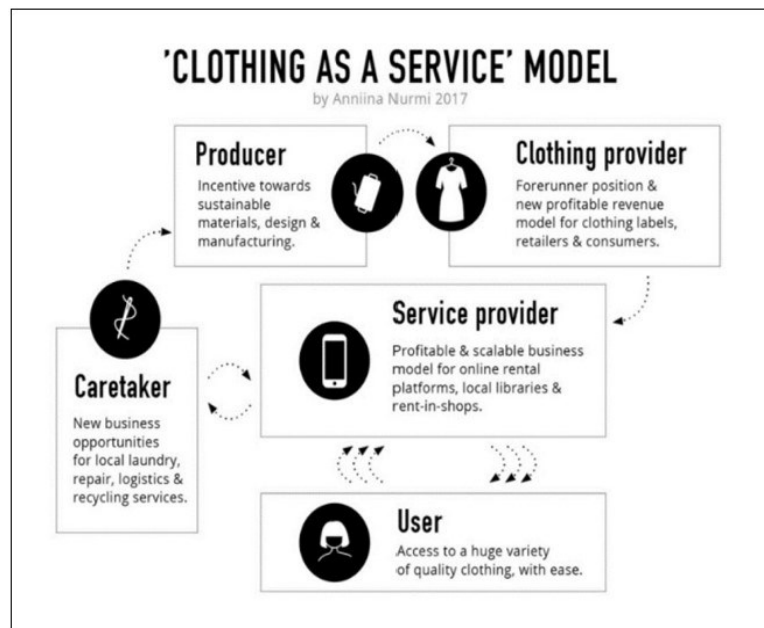
Käytettyjen vaatteiden jälleenmyynti on suosituimpia tapoja jakaa vaatteita ja se on osa vaate palveluna toimintamallia, jossa kuluttajan rooli muuttuu passiivisesta ostajasta aktiiviseksi toimijaksi. Suosiota on lisännyt räjähdysmäisesti second hand -ilmiö, jossa erilaiset toimijat, kuluttajista liiketoiminnanharjoittajiin, jälleenmyyvät käytettyjä vaatteita erilaisten alustojen, sovellusten tai kivijalkamyymälöiden kautta. Käytettyjen vaatteiden kaupan arvon on ennustettu ohittavan tuplasti pikamuodin kaupan arvon vuoteen 2030 mennessä (ThredUp 2021), joten on selvää, että kuluttajien vartaiskauppa -toiminnalla tulee olemaan negatiivinen vaikutus muoti- ja vaatetusalan liiketoimintaan. Toisaalta kiertotaloudessa

pyritään tuottamaan käyttöä ja aikaa kestäviä vaatteita, jolloin niiden jälleenmyymisen tarve saattaa vähentyä. Käytettynä ostettuja vaatteita saatetaan myös haluta muokata ja kustomoida, jolloin korjaus- ja kustomointipalveluiden tarve kasvaa. Oletettavaa on, että syntyy myös erilaisia hybridimalleja, joissa vaatebrändit tuottavat ja myyvät uusia tuotteita ja yhdistävät erilaisia vaate palveluna -toiminnan ratkaisuja toimintaansa.

Vaikka second hand -ilmiö lähtökohtaisesti pidentää tuotteen elinkaarta, lisää se myös vaatteiden kokonaiskulutusta ja saattaa johtaa käytettyjen vaatteiden pikamuoti -ilmiön syntyyn. Myös ympäristön kannalta nykyinen kasvava second hand -trendi on haastava, esimerkiksi lisääntyvien kuljetus- ja palautuspäästöjen myötä. Turusen (2021) mielestä second hand -ilmiö toisaalta nostaa käytettyjen merkkivaatteiden arvoa ja osalla kuluttajista ei ole edes tarkoitusta olla tuotteen loppukäyttäjä, jolloin tuotteen ostopäätös syntyy jälleenmyyntiarvon perusteella. Toisaalta suurin osa maailmalla pyörivästä kirpputorien vaatemassasta on huonolaatuista käytettyä pikamuotia, joiden jälleenmyyntiarvo on huono, jopa olematon.

Vaate palveluna -malli voi olla myös uusien vaatteiden tuottamisen on-demand tai made-to-measure-tyyppistä liiketoimintaa, joissa asiakas tilaa rajatusta materiaali- ja mallivalikoimasta tuotteita, jotka valmistetaan asiakkaan mittojen mukaan yksittäiskappaleina. Nämä toiminnot tuovat uusia ulottuvuuksia hyödyntää vaate palveluna -mallin mahdollisuuksia niille kuluttajille, jotka eivät löydä tuotteita vaatevuokraamoista esimerkiksi mitoitusvaatimusten tai ruumiillisen vammankorjauksen takia. Toki myös perinteinen räätälöinti voidaan ajatella kuuluvan vaate palveluna -toimintamalliin, koska tuloksena on asiakkaan mittojen ja toiveiden mukainen tuote, jonka voi olettaa olevan pitkäikäinen yksilöllisyyden ja materiaalin ja valmistuksen laadun kautta.

Vaatteiden ja tekstiilien takaisinotto (take-back-system) on osa kiertotalouden mukaista tuote palveluna -toimintaa, jossa tuotteen valmistuttaja tai omistaja ottaa käytetyt tuotteet takaisin korvausta vastaan, organisoii tuotteiden jälleenmyynnin tai toimittaa ne kierrätettäväksi jatkojalostusta varten. Vaatebrändeillä takaisinotettavien tuotteiden korvaus on usein lahjakortti tai alennus seuraavasta ostoksesta, jolloin asiakasta houkutellaan ostamaan tilalle aina uusia tuotteita.



Kuvio 13. Clothing-as-a-service -malli (Nurmi 2017)

Vaate palveluna -liiketoimintamallit voivat muodostaa asiakasta palvelevia ekosysteemejä, joissa useat palvelun tarjoajat tuottavat asiakkaalle kokonaisvaltaisen ratkaisun. Anniina Nurmi kehitti vaatteet palveluna -malliin (clothing-as-a-service) pohjautuvaa ekosysteemiä jo vuonna 2017 (kuvio 13). Ideana oli luoda vaatealan sidosryhmistä koostuva ekosysteemi, joka tarjoaa erilaisia vaate palveluna -malliin liittyviä palveluja, kuten vaatteiden vuokrausta, huoltoa ja logistiikkapalveluja. Ekosysteemin keskiössä oli digitaalinen alustapalvelu, jonka kautta muita palveluita tarjottiin. (Nurmi 2017.)

7.2 Vaate palveluna -mallin toiminta-alustat

Omistamisen muutoksen liiketoimintamallit mahdollistuvat tyypillisesti jakamistalouden mukaisen alustan ympärille, jossa tarjonta ja kysyntä kohtaavat, ja toiminnan mahdollistavat erilaiset digitaaliset ratkaisut. (Demary 2015, 5; Orasmaa, ym. 2020, 12.) Aiemmin, muun muassa Botsman & Rogers (2011,100) määrittelivät jakamistalouden erottuvan perinteisistä kirpputori- tai vuokraustoiminnoista nimenomaan teknologian ja digitaalisten alustojen hyödyntämisen kautta. Nykyisen omistamisen muutoksen liiketoiminnan mallin mukaan tuotteet palveluna -toiminnot voivat toteutua monenlaisten hybridimallien kautta. Esimerkiksi vaatteiden vuokraustoiminta voi toimia yhtä aikaa kivijalkamyymälässä ja verkkokauppasovelluksessa. Jakamiseen perustuva toiminta onkin hyvin heterogeenista ja luovaa, alkaen yksinkertaisesta vertaistoimintaan (peer-to-peer) perustuvasta lainaustoiminnasta monimutkaisiin verkostoihin ja ekosysteemeihin, jotka mahdollistavat monimuotoisen jakamisen tuotteista ja palveluista tietotaitoon. (Munoz & Cohen 2017, 4.)

Demaryn (2015, 5–7) määritteli jakamistoiminnot karkeasti kolmeen kategoriaan. Peer-to-peer -mallissa (P to P) yksityishenkilöt jakavat tuotteita digitaalisen jakamisalustan avulla, jolloin tuotteiden omistajuus säilyy alustapalvelun käyttäjällä. Business-to-crowd -mallissa (B to C) yritys tarjoaa omistamiaan tuotteita omalla (nykyisin myös kolmannen osapuolen tarjoamalla) jakamisalustalla. Malli muistuttaa perinteistä vuokraustoimintaa, mutta digitaaliset ratkaisut mahdollistavat on-line-toiminnot, joissa asiakas ja palvelun tarjoaja eivät välttämättä kohtaakaan. Business-to-business -mallissa (B to B) asiakasyritys ja palvelun tai tuotteen tarjoajayritys operoivat erillisen jakamisalustayrityksen avulla, tai vaihtoehtoisesti yritys omistaa sekä alustan että hyödykkeet, joita asiakasyritys vuokraa. (Demary 2015, 7.)

Digitaalisia alustoja voidaan verrata toreihin tai kauppakeskuksiin, jotka mahdollistavat erilaisten toimijoiden, ostajien ja myyjien, välisen hyödykkeiden, palveluiden sekä tiedon vaihdon (kuvio 14) (Kääriäinen ym. 2021, 3). Nämä digitaaliset kauppapaikat ovat parhaimmillaan dynaamisia, vuorovaikutteisia ja herkästi globaalisti skaalautuvia alustoja, jotka mahdollistavat uudenlaisia toimintamalleja ja arvonluontia. Toiminta digitaalisilla alustoilla perustuu yhteisiin toimintaperiaatteisiin sekä vuorovaikutukseen. Toimintaa määrittävät digitaalinen data ja sen jalostamiseen pyrkivät teknologiat. Digitaaliset alustaekosysteemit ovat toisiaan täydentävistä autonomisista toimijoista muodostuneita verkostoja, jotka tarjoavat kokonaisvaltaisia asiakasratkaisuja. (Viitanen ym. 2020, 16–17.)



Kuvio 14. Digitaalisen alustan ja toimijoiden vuorovaikutussuhteet (Kääriäinen ym. 2021, 3)

7.3 Esimerkkejä vaate palveluna -liiketoimintamalleista

Vaatteiden vuokraus- ja lainauspalvelua tarjoavat yritykset ja toiminnan mahdollistavat palvelualustat ovat lisääntyneet räjähdysmäisesti, vaikka vaatteen vuokraaminen tai muut vaate palveluna -mallit eivät vielä ole valtavirtaistuneet. On mahdotonta listata kaikkia toimijoita, mutta oheisista valikoiduista esimerkeistä saa käsityksen palvelujen

monimuotoisuudesta. Listauksessa keskitytään arkipukeutumiseen ja siitä on rajattu pois työvaatteisiin ja tekstiileihin liittyvät vaate palveluna -liiketoiminnan esimerkit.

7.3.1 Vaatteiden vuokraus-, lainaus- ja leasingpalvelut

Vaatteiden vuokraamisen tiennäyttäjät, 2010-luvulla toimintansa aloittaneet Rent The Runway ja Legendaarinen LeTote, ovat Yhdysvaltalaisia, toimintaperiaatteeltaan B to C-tyyppisiä vaatteiden ja asusteiden vuokrauspalveluja. Palveluista voi vuokrata kuukausijäsenyydellä esimerkiksi 3 vaatetta kerralla määräämättömäksi ajaksi. Tuotteet toimitetaan kotiin postitse ja niiden palauttaminen on ilmaista. Palautettujen tuotteiden tilalle saa uuden valikoiman tuotteita. Tuotteiden huolto ja pesut kuuluvat vuokran hintaan, joka sisältää myös vakuutuksen tuotteiden vahingoittumisen varalta. Asiakas valitsee tuotteet itse tai hyödyntää vuokraamon stylisti- ja kuratointipalveluja. (Rent the Runway 2021; Le Tote 2021.)

Rentez-Vous ja Style Lend ovat P-to-P-tyyppisiä vaatteiden lainaukseen keskittyneitä alustayrityksiä, joissa yksityishenkilöt voivat vuokrata toistensa vaatteita. Vuokran hinnasta markkina-alusta perii välityspalkkion. Style Lend -palvelun visiona on tarjota vaihtoehto pikamuodille ja se pyrkii edistämään vastuullista kuluttamista. Lainattava tuote lähetetään palvelun tarjoajalle, joka tarkistaa, että vaate on kriteerien mukainen. Se myös huolehtii tuotteiden huolloista vuokrauskertojen välissä. Style Lend perii 50 % jokaisesta vaatteen vuokrauskerrasta. Yritys toimii vaate -palveluna tyyppisen ekosysteemin osana käyttäen pesula palveluita ja maksuliikennettä hoitavan alustan palveluita. Rentez-Vous ei huolehdi tuotteiden käsittelystä tai kuljetuksesta, vaan toimii kanavana myyjän ja ostajan välillä. (Rentez-Vous 2021; Style Lend 2021.)

Mud Jeans on hollantilainen yritys, jonka kierrätysdenimistä valmistettuja farkkuja voi hankkia leasing -periaatteella (lease a Jeans) maksamalla vuoden ajan kuukausimaksua. Sen jälkeen asiakas voi pitää farkut tai vaihtaa ne uusiin, jolloin kuukausimaksu alkaa uudestaan. Yritys tarjoaa tuotteilleen myös korjauspalveluja. (Mud Jeans 2021.) Yhä useammat vaatevalmistajat ja brändit ovat myös kiinnostuneita itse vuokraamaan mallistojensa tuotteina. Esimerkiksi H&M lanseerasi vuokraustoiminnan vuonna 2019 Tukholman Sergelstorgetin kivijalkamyymälässä.

Suomessa vaatelainaamojen pioneerina voitaneen pitää 2017 perustettua Vaatepuu -vaatevuokraamoja, joka tarjoaa vuokrauspalveluja usealla paikkakunnalla. Muita kotimaisia vaatevuokraamoja ovat esimerkiksi vaatelainaamot, Mallaamo, Noppa ja Tanttu, joiden valikoima koostuu suomalaisten designermerkkien, naisten vaatemallistojen valikoimista, ja ne operoivat pääasiassa omien myymälöidensä kautta. The Atelje on sekä verkossa että kivijalkamyymälässä toimiva vuokrauspalvelu, jossa on tarjolla kansainvälisten brändien

vaatteita. Clozetta, digitaalinen vaatevuokraamo, on keskittynyt skandinaavisiin brändeihin. Se tarjoaa myös preloved-vuokraus palvelua, jossa stylisti valikoi asiakkaan profiiliin sopivan, kuukausittain toimitettavan, second hand -tuotteista koostuvan tuotepaketin.

7.3.2 Kustomointi-, korjaus- ja huoltopalvelut

Nudie Jeans on ruotsalaistaustainen yritys, jonka tavoitteena on pidentää vaateen elinkaarta takaamalla tuotteilleen ikuisen korjaustakuun sekä asiakkailleen korjauspalveluita maailmanlaajuisesti. Yrityksen repairshop -liikkeet korjaavat asiakkaiden Nudie-farkut ilmaiseksi jopa odottaessa. Yritys tarjoaa lisäksi tuotteidensa korjausta yhteistyöyritysten kautta. Heillä on myös kiertävä korjauspalvelu ja jäsenasiakkaille tarkoitettuja ilmaisia korjauspakkauksia. Asiakas voi myös palauttaa tai lahjoittaa käytetyt farkkunsaa, jolloin ne siirretään kierrätykseen jatkojalostusta varten. Tilalle asiakas saa uuden tuotteen 20 % uuden tuotteen ostohintaa halvemmalla. (Nudie Jeans 2021.)

Menddie on suomalainen startup-yritys, joka kehittää korjauspalveluita verkossa tarjoavaa kauppapaikkaa. Alusta kokoaa yhteen vaatteita, kenkiä ja asusteita korjaavien yritysten palveluja. Asiakas voi määrittellä korjaustarpeen ja valita palvelusta yrityksen, jonka kanssa haluaa toimia, tai antaa palvelun ehdottaa korjausyritystä. Korjauspalvelut ovat hinnoiteltu yksityiskohtaisesti ja muodostuva maksu lunastetaan Menddien verkkokaupan ostoskorista. Vaihtoehtoisesti asiakas voi pyytää palvelusta hintatarjouksen. Järjestelmä luo lähetystunnuksen, jonka avulla tuotteet lähetetään korjattavaksi. Tuotteet palautetaan asiakkaalle korjattuna postitse muutaman päivän sisällä. (Menddie 2021.)

Remake on monipuolinen upcycling-studio, josta voi ostaa online repair -palveluita määrittelemällä korjaustarpeen ja lunastamalla maksun yrityksen verkkokaupan ostoskorin kautta, jonka jälkeen asiakas toimittaa tuotteen korjattavaksi. Korjattu tuote palautetaan ilmaiseksi asiakkaalle. Yritykseltä voi tilata myös Remake -päivystys visiittejä, joissa asiakasyrityksen, esimerkiksi vaatebrändin, tiloissa Remaken edustaja myy korjauspalveluja kyseisen brändin asiakkaille. Brändi voi veloittaa 10 % korjausten hinnasta itselleen. Visiitti -korjauspalveluita voi tilata myös yksityisesti ostamalla palvelun etukäteen Remaken verkkokaupasta. Yksityisvisiitti tarkoittaa, että Remaken edustajan voi tilata kotiin, jolloin asiakas saa yksilöllistä palvelua haluamanaan ajankohtana. (Remake 2021.)

Tauko Design on yritys, joka suunnittelee ja valmistaa mallistonsa käytöstä poistetuista vuokrateksteileistä. Yritys pidentää edelleen tuotteidensa elinkaarta kustomoimalla ja uudistamalla asiakkaidensa palauttamia käytettyjä Tauko-malliston vaatteita. Kustomoidut, uudet tuotteet myydään Kinship-malliston nimellä yrityksen verkkokaupassa. Tauko Desing tekee

myös yksilöllisiä muokkauksia ja korjauksia ja jopa räätälöintejä asiakkaan toiveiden mukaan Tauko-mallistonsa tuotteisiin. (Tauko Design 2021.)

7.3.3 Käytettyjen vaatteiden jälleenmyynti

Yhdysvaltalainen ThredUp ja ruotsalaiset Sellpy ja Yaytrade ovat avaimet käteen -tyyppisiä vaatteiden jälleenmyynnin verkkokauppoja, joihin asiakkaat toimittavat myytävät tuotteet, joko palvelun tarjoajan noutopisteisiin, tai suoraan kyseisille yrityksille. Palvelun tarjoaja lajittelee ja kuvaa sekä asettaa tuotteet myyntiin yrityksen verkkokauppaan ja välittää myydyt tuotteet ostajalle. Myyjä saa tuotteen hintakategoriaan sidotun myyntiprovision ja maksaa lisäksi nouto- ja käsittelykuluja. ThredUp on valtava yritys, joka on lanseerannut jälleenmyynti palveluna (resale-as-a-service, RAAS) -toimintamallin, jonka avulla brändit voivat jälleenmyydä ylijäämätuotteitaan. ThredUp korostaa toimintansa vastuullisuutta ja pyrkii tukemaan vastuullisia vaatemerkkejä voittoa tavoittelemattoman rahoitusyhdistyksensä kautta. (Thredup 2021.)

Suomalainen mobiilisovellus Zadaa on P-to-P alusta, jossa kuluttajat myyvät ja ostavat tuotteita ladattujen tuotekuvien avulla. Zadaa huolehtii maksuliikenteestä ja ostotapahtumien turvallisuudesta. Toimintamalli sisältää takaisinmaksuturvan muun muassa tilanteessa, jossa tuote ei vastaa myyntikuvausta. Myyjä lähettää itse tuotteen ostajalle käyttäen Zadaan toimittamaa ilmaista lähetyškoodia. Lähetykset ovat vakuutettuja ja seurattavissa sovelluksessa. Palvelu veloittaa myydystä tuotteesta 0–12 % hinnasta. Zadaa toimii myös saksassa ja Tanskassa. (Zadaa 2021.)

Suomalaiset Rekki ja Emmy ovat käytettyjen vaatteiden verkkokauppoja, jotka ostavat asiakkaiden hyväkuntoisia vaatteita ja asusteita ja jälleenmyyvät niitä sivustoillaan. Palvelun tarjoaja huolehtii tuotteiden luokittelun, hinnoittelun, myynnin sekä postitukset. Myyjä saa tuotteen jälleenmyyntihinnasta riippuvan myyntiprovision. Molemmat yritykset pyrkivät kiertotalouden mukaisella, vaatteiden ja asusteiden elinkaaren pidentämisellä edistämään vastuullisempaa kuluttamista. Tavoitteena on myös tehdä vaatteiden kierrättäminen tai käytettyjen vaatteiden ostaminen asiakkaalle helpoksi ja houkuttelevaksi. Emmy on lanseerannut esimerkiksi vaatteiden noutopalvelun kotiovelta pääkaupunkiseudulla sekä suurimmissa kaupungeissa. Emmy toimii yhteistyössä usean järjestön kanssa lahjoittaen myyjien suostumuksella myymättä jääneitä tuotteita tai kertyneen myyntiprovision hyväntekeväisyyteen. (Emmy 2021.)

Lisäksi Depop, GenZ ja eBay -alustat, Facebookin ja Instagramin jälleenmyyntiryhmät, ja lukuisat muut sovellukset toimivat mitä luovimmilla tavoilla vaatteiden ja asusteiden myynnin P-to-P alustoina.

Useat brändit houkuttelevat palauttamaan käytettyjä tuotteitaan palkitsemalla esimerkiksi lahjakorteilla tai alennuksilla asiakkaitaan. Tuotteet huolletaan ja jälleenmyydään brändien myyntikanavissa. Esimerkiksi Levi's on lanseerannut tuotteidensa jälleenmyynnin uuden Levi's seconhand -verkkokaupan kautta. Myös H&M on lähtenyt mukaan jälleenmyynnin liiketoimintaan edellä mainitun Sellpy -jälleenmyyntialustansa kautta, josta yritys jätti omistaa 70 %. Suomalaisista merkeistä muun muassa Alpa, Arela ja Tauko Design jälleenmyyvät asiakkaidensa palauttamia, käytettyjä tuotteita.

Nouseva ilmiö on asiakkaista ja markkinoista kilpailevien tavaratalojen lanseeraamat second hand -yhteistyöt. Englantilainen Selfridges-tavaratalo lanseerasi vuonna 2019, kulttimaisen, asiakkaidensa käytettyjä luksusvaatteita ja asusteita kuratoivan ja jälleenmyyvän Vestiaire Collectiven kanssa sekä shopinshop -myymälän että verkkokaupan. Helsingissä suosiota saavuttanut Relove -konsepti avasi keväällä 2021 myymälän ja kahvilan paraatipaikalle Helsingin Stockmann tavaratalossa ja Rekki samana vuonna second hand -myymälän Tampereen Sokoksessa.

7.3.4 Muita vaate palveluna -toimintamalleja

Anna Ruohosen luotsaama on-demand-konsepti perustuu mallistoon, josta asiakas voi valita haluamansa mallin ja materiaalin, joista tuote valmistetaan yksittäiskappaleena, joko mittataulukon mukaisesti tai asiakkaan omilla mitoilla. (Anna Ruohonen 2021.) Made-to-measure-tyyppinen valmistus on vastaavanlainen palvelu, jossa yrityksen malliston tuotteet voidaan muokata asiakkaan mittojen mukaan ja asiakas voi vaikuttaa tuotteen materiaaliin. Muun muassa laadukkaita naisten vaatteita suunnitteleva ja tuottava Vestiarium sekä Tauko Design tarjoavat asiakkailleen kyseistä palvelua.

Mainittakoon vielä vaatteiden ja asusteiden lainaamiseen ja vaihtamiseen erikoistuneet yhteisölliset alustat Rehash ja Swishing. Tuotteiden vaihtaminen alustojen palveluiden avulla on ilmaista ja erityisesti Swishing alustan kautta järjestetään yhteisöllisiä popup-lainaus tapahtumia.

7.4 Kuluttaja lainavaatteissa

Vaatteiden hankkiminen ja käyttäminen on muutakin kuin primäärien tarpeiden tyydyttämistä. Pukeutumiseen liittyy tyyli ja identiteetti ja sosiaalisuuden aspekti. Näitä identiteetin embleemejä ei kuitenkaan tarvitse enää välttämättä omistaa, vaan pukeutumisen kompleksia, emotionaalisia ja esteettisiä tarpeita voi tyydyttää jakamistalouden mahdollistamien tuote palveluna -konseptien avulla.

Lahden ym. (2013 17–18) mukaan kuluttajan näkökulmasta jakamistalous on siirtymistä passiivisen kuluttamisen roolista aktiiviseen rooliin, jossa palveluja kulutetaan ja tuotetaan vertaisryhmässä globaalisti yli valtiollisten rajojen. Taustalla vaikuttaa kulttuurinen muutos, jossa omistaminen ei ole enää itseisarvo. Muutosta vauhdittaa maailman de materialisoituminen, eli aineettomaksi muuntuminen digitalisaation myötä (Lahti ym. 2013, 59).

Vaatteet palveluna- malli jakaa kuluttajien mielipiteitä. Lähtökohtaisesti malli on kiinnostava vaihtoehto omistamiselle, mutta vaikka toiminta on kasvanut tiettyjen kuluttajaryhmien, erityisesti Y- ja Z-sukupolven, osalta räjähdysmäisesti, kovin yleisenä sitä ei voida edelleenkään pitää. Omistamisen käsite liittyy arvomaailmaan ja asenteisiin. Sosiaalinen ja kulttuurinen muutos vaikuttaa toimintaympäristöön muokaten asenteita ja arvoja ja sitä kautta kulutuskäyttäytymistä. Muutos toimintatavoissa on kuitenkin hidasta. Tärkeä kysymys kuuluu, mitä lisäarvoa vaate -palveluna konseptien pitää tuottaa kuluttajalle, jotta toiminta valtavirtaistuu?

Telaketjuhanke 2BF:n tuottama tutkimus, vaatteet palveluna -mallin tuomasta lisäarvosta kiertotaloudessa, valottaa kuluttajien suhtautumista vaate palveluna toimintoihin, erityisesti vaatteiden vuokrauspalveluihin. Tutkimuksessa tarkasteltiin toimintaa koko arvoketjun osalta ja arvioitiin mitä lisäarvoa palvelumalli tuo kuluttajien lisäksi ympäristölle, yhteiskunnalle ja sidosryhmälle. (Antikainen ym. 2020, 2.) Tulokset analysoitiin kyselytutkimuksen, johon osallistui 300 tavallista suomalaista kuluttajaa, ja yrityksistä koostuvan työpajan tulosten perusteella.

Tutkimuksen tuloksissa määriteltiin lisäarvo hyötyjen (benefits) sekä haasteiden ja uhrauksien (sacrificess) summana. Tutkimuksessa esiin nousseet, kuluttajan näkökulmasta arvioidut hyödyt ja haasteet jakautuivat taloudellisiin, emotionaalisiin ja sosiaalisiin sekä käytännön tekijöihin.

- Taloudelliset hyödyt liittyivät pienempiin investointeihin ja virheostoilta välttymiseen.
- Käytännön hyödyt koettiin moninaisiksi, esimerkiksi palvelussa vastuu tuotteesta sen rikkoutuessa on palvelun tarjoajalla tai tuotteen valmistajalla. Käytännön hyötyjä olivat tutkimuksen mukaan myös palvelun helppous, vaatteiden laatu sekä erilaisten vaihtoehtojen ja tyylien kokeilun mahdollisuus ilman omistamista. Säilytystilan ja ajan säästö koettiin tärkeäksi, ja lisäksi palvelun personoitavuus ja informatiivisuus tuotteiden huollosta ja ominaisuuksista
- Emotionaaliset ja sosiaaliset hyödyt liittyivät statusarvoon ja hyvän omantunnon saavuttamiseen ekologisen vaihtoehdon kautta. Vaate palveluna malli koettiin myös yhteisöllisyyttä lisäävänä.

- Vaate palveluna -mallin taloudelliset haasteet painottuivat palvelujen hinnoitteluun, jotka koettiin kalliiksi.
- Käytännön haasteet liittyivät esimerkiksi tuotteiden sovittamiseen, palauttamiseen ja huoltoon sekä valikoiman rajallisuuteen, sekä toiminnan vaatimaan ennakointiin esimerkiksi ajankäytön osalta.
- Emotionaaliset haasteet liittyivät epäilykseen tuotteiden laadusta tai hygieenisyydestä ja pelkoon vaateen vahingoittumisesta palvelun käytön aikana. Sosiaalisesti ja emotionaalisesti merkittävä haaste on, että 71 % kuluttajista koki vaatteiden yhteiskäytön vieraaksi ja 64 % halusi edelleen omistaa vaatteensa. (Antikainen, ym. 2020. 7–15)

Armstrong ym. (2015) tutkivat Vaate palveluna mallien käyttöä muotitietoisien suomalaisnaisten keskuudessa. Mielenkiintoista on, että jo useita vuosia sitten laaditun tutkimuksen tulokset kuluttajien suhtautumisesta vaatteiden vuokraamiseen omistamisen sijaan olivat häkellyttävän samansuuntaisia edellä kuvaillun tutkimuksen tulosten kanssa, mikä valitettavasti kertoo asenteiden hitaasta muuttumisesta. Vaate palveluna- toimintamallien tarjonta on kuitenkin lisääntynyt viime vuosina huomattavasti, erityisesti vaatteiden vuokraamisen ja lainaamisen osalta.

Toisin kuin Telaketjuhankkeen tutkimuksessa, Armstrong ym. (2015, 9) tutkivat myös palvelutyypin käyttöä eri ikäryhmissä. Sosiaalisuutta, kokeilevuutta ja innovatiivisuutta painottavat vaate palveluna -mallit, kuten lainaus ja vuokraus, olivat suosittumia nuorempien kuluttajien keskuudessa kuin palveluaspektia painottavat korjaus-, huolto- ja kustomointipalvelut, joita suosivat vanhemmat tutkimukseen osallistuneet kuluttajat. Tutkimukseen osallistui 24–66-vuotiaita kuluttajia. (Armstrong ym. 2015, 9)

Tutkimuksessa todettiin palvelun tarjoajan brändin tunnettuuden vaikuttavan kuluttajien mielenkiintoon käyttäen uudenlaisia tuotepalvelumalleja. Lisäksi kuluttajan on helpompaa sitoutua palvelujen käyttöön, jos hän kokee hyötyvänsä taloudellisesti tai kokee emotionaalista tyydytystä toimiessaan vastuullisesti. Kuluttajat tarvitsevat ja arvostavat pukeutumiseen liittyvää opastusta esimerkiksi oman tyylin löytämisessä tai sen vahvistamisessa. (Armstrong ym. 2015, 9.) Tuoreemmassa tutkimuksessa Armstrong & Lang (2018, 56) selvittivät itsevarman kulutuskäyttäytymisen merkitystä vastuullisen kuluttamisen näkökulmasta. Heidän mukaansa vahvistamalla kuluttajan tyyli-tietoutta esimerkiksi pukeutumiskoulutuksen avulla, voidaan sitouttaa asiakasta ja lisätä kestävästä kulutuskäyttäytymistä.

Molemmat tutkimukset osoittavat, että tarvitaan lisää tietoa vastuullisen kuluttamisen merkityksestä ja keinoista. Tietojen materiaaleista ja hinnan muodostuksesta pitää olla ymmärrettävää, läpinäkyvää ja saatavilla palvelun ostotilanteessa. (Heino ym. 2020, 64.) Lisäksi

tarvitaan markkinoinnillisia toimenpiteitä ja vastuullista viestintää, jotta kulutustottumukset muuttuvat kestävään suuntaan. Palvelumallit vaativat innovatiivista, käyttäjälähtöistä kehittämistä ja kuluttajia kiinnostavia konsepteja. (Armstrong ym. 2015, 10.) Uusien palvelumallien tulee olla ennen kaikkea kuluttajalle helppoja ja saavutettavia, ja palvelusta saatava aineellinen tai aineeton lisäarvo tulisi olla kuluttajalle ymmärrettävää ja haluttavaa.

8 Käyttäjätiedon keräys ja analysointi muoti- ja vaatetusalan osaamistarpeiden kartoitusta varten

8.1 Delfoi-menetelmä

Kehittämistyöni käyttäjä- ja asiantuntijatiieto muodostuu useasta menetelmästä. Tärkein niistä on Delfoi-menetelmää soveltaen toteutettavat puolistrukturoidut teemahaastattelut sekä Design-Sprint-työpajasta saadut tulokset

Delfoi-menetelmä (Delphi Method) on keskeisiä menetelmiä tulevaisuudentutkimuksessa. Menetelmän perusperiaate on valikoitujen asiantuntijoiden näkemyksien kartoittaminen määritellystä aihepiiristä (Hiltunen 2012, 208). Klassinen Delfoi-menetelmä toimii eräänlaisessa suljetun paneelin systeemissä, jossa valitut asiantuntijat saavat samat kysymykset aiheesta, mutta eivät ole tietoisia toisistaan tai toistensa vastauksista, jolloin ryhmädynamiikka ei häiritse vastaajan mielipidettä. Menetelmän, jonka avainelementit ovat strukturointi, osanottajien palaute sekä anonymiteetti, toivotaan tuottavan eräänlaisen konsensuksen tutkittavana olevasta teemasta. (Anttila 1998, 374.) Perinteinen Delfoi-menetelmä vaatii vähintään kaksi tai useampia kyselykierroksia, mutta menetelmää voidaan soveltaa joustavasti tutkimus- tai kehittämistehtävän vaatimusten mukaan.

Moderni Delfoi-kysely voi olla iteratiivinen ja haastaa konsensusajattelun, pyrkien pikemminkin löytämään yllättäviä näkökulmia ja arvioita ja lopulta jopa heikkoja signaaleja. (Hiltunen 2012, 210.) Ojasalo ym. (2020, 149) painottaa, että Delfoi-tutkimuksessa on tärkeää määrittää kehittämisiongelma selkeästi, mutta se on samalla jätettävä tulevaisuuden kannalta tarpeeksi avoimeksi. Paneelin asiantuntijatiimin rooli on merkittävä ja se tulisikin koostua monialaisesta osajajoukosta. Asiantuntijoiden tehtävä on tuoda esiin alansa ydinosaamiseen pohjautuvat näkemykset sekä argumentoida toisten paneelin osallistuvien asiantuntijoiden ajatuksia. (Hiltunen, 2012, 209–210.)

Tässä kehittämistehtävässä sovellan modernia Delfoi-menetelmää. Pyrin muodostamaan haastatteluja varten valittavan asiantuntijatiimin muoti- ja vaatetusalan sidosryhmän eri toimijoista, erityisesti vaate palveluna toiminnan näkökulmasta. Asiantuntijoiden valinnassa noudatin kolmea periaatetta:

- Vaate palveluna -toiminnan asiantuntijuus tai vaate palveluna -mallin liiketoiminta tai sen aloittaminen lähitulevaisuudessa.
- Asiantuntijoiden valinta Suomessa toimivista yrityksistä tai organisaatioista.
- Asiantuntijatiimi tulisi koostua alan erilaisista toimijoista ja osajajista.

Delfoi-menetelmässä ensimmäisen haastattelukierroksen tarkoituksena on tuottaa asiantuntijoiden näkemyksiä käsillä olevasta teemasta ja ideoida väittämiä seuraava vaihetta varten (Talvela & Stenman, 2012, 42). Toteutin asiantuntijahaastattelut puolistrukturoituina teemahaastatteluina. Kehittämistyön aikataulun takia haastattelukierroksia oli tässä sovelletussa mallissa vain yksi. Jotta ajatus haastattelukierrosten tuottamista väittämistä ja iteraatiivisuudesta toteutuisi, hyödynsin jokaisessa yksittäisessä haastattelussa syntyneitä näkökulmia ja huomioita aina seuraavan haastattelun väittäminä haastattelukierroksen aikana. Ensimmäinen haastattelu toimi ikään kuin lähtökohtana, jonka jälkeen jokainen haastattelu toi joitakin näkökulmia lisää. Mukautin syntyneet huomiot haastattelujen ennalta suunniteltuihin keskusteluaihioihin jokaisen haastateltavan kohdalla erikseen. Näin sain iteraatiivisen haastattelukierroksen ja asiantuntijoiden palautetta toistensa huomioista.

8.2 Puolistrukturoidut teemahaastattelut

Teemahaastatteluiden tarkoituksena on saada merkityksellisiä vastauksia kehittämistyön tavoitteita varten. Haastattelujen konteksti muodostuu tutkittavan aiheen teemoista ja niihin liittyvistä tarkentavista kysymyksistä. Tavoitteena on saada mahdollisimman paljon tietoa aiheesta, jolloin keskeiset teemat ja niihin liittyvät kysymykset on hyvä olla haastateltavien tiedossa etukäteen. (Tuomi & Sarajärvi, 2009, 73–75.) Puolistrukturoitu malli ohjaa haastattelun kulkua löyhästi, antaen mahdollisuuden joustavuuteen haastattelutilanteessa, jolloin teemojen aiheet voidaan käsitellä ja niihin liittyvät kysymykset voidaan esittää tilanteeseen sopivassa järjestyksessä. Haastattelutilanne toimii, paitsi keskustelun ja verbaalisen vuorovaikutuksen kautta, myös havainnoinnin ja reflektoinnin kautta. Haastattelija tekee havaintoja ja muistiinpanoja siitä, mitä sanotaan, ja miten asia ilmaistaan tai mitä havaitaan rivien välistä (Tuomi & Sarajärvi 2009, 73). Metodologisesti teemahaastattelussa korostetaan tulkintoja, asioiden merkityksiä ja niiden syntymistä vuorovaikutustilanteessa. (Hirsijärvi & Hurme 2001, 48.)

Asiantuntijatiimi alkoi hahmottaa yllä mainittujen periaatteiden, mediasta löytyneiden vihjeiden ja verkostoni avulla. Lähetin sähköpostikyselyn seitsemälle eri tavoilla vaate palveluna -liiketoimintaa harjoittavalle yritykselle ja yhteensä viidelle alan asiantuntijaorganisaatiolle tai asiantuntijana toimivalle henkilölle. Sähköpostiviestissä esittelin aikomukseni kartoittaa muuttuvan muoti- ja vaatetusalan toimintaympäristön synnyttämiä uusia osaamistarpeita ja tiedustelin mahdollista kiinnostusta osallistua aiheeseen liittyvään yksilölliseen teemahaastatteluun (liite 1). Lopulta haastattelut sovittiin kuuden yrityksen edustajan ja kolmen asiantuntijatahon kanssa.

Päädyin jättämään kaikki haastateltavat anonyymeiksi muutaman osallistujan toivomuksesta, ainoastaan alan etujärjestö Suomen Tekstiili & Muoti ry mainitaan haastateltavista

nimeltä organisaation riippumattomuuden vuoksi. Mukana tiimissä ovat vaatevuokraamoyrittäjät, korjausompelimo-yrittäjä, kolme naisten ja yksi miesten vaatebrändejä suunnittelevaa ja tuottavaa yritystä, jotka harjoittavat, tai suunnittelevat tulevaisuudessa harjoittavansa, vaate palveluna -toimintaa liiketoiminnassaan, sekä asiantuntijoina edustajat Suomen Tekstiili & Muoti ry:stä, vaate suunnittelun lehtori ja vaatealan ammattikorkeakouluopinnoista valmistunut muotoilija alumni.

Sovittuani haastateltavien kanssa haastatteluajankohdat, lähetin jokaiselle yksilöidyn teemahaastattelurungon, jossa ilmeni kontekstin visuaalinen viitekehys sekä niihin liittyvät kysymysaihiot (Liite 2). Haastattelut toteutuivat kevään 2021 aikana zoom-videosovelluksen avulla johtuen koronapandemian aiheuttamista sulkutoimista. Haastattelujen pituus vaihteli tunnista puoleentoista tuntiin. Kaikki haastattelut on dokumentoitu video- ja audiovisuaalisina tallenteina, haastateltavien luvalla.

Haastattelutilanteet noudattelivat löyhästi etukäteen lähettämäni teemarunkoa ja kysymysaihia, joita joko päivitin edellisessä haastattelussa ilmenneiden huomioiden pohjalta, tai otin esiin ilmenneet havainnot vasta haastattelutilanteessa. Yleisesti pyrin ylläpitämään haastattelutilanteen keskustelumaisena ja avoimena ja annoin tilanteen johdattaa asioiden käsittelyjärjestystä. Koen, että oma alan asiantuntijuuteni auttoi suuntaamaan keskustelua, ja kysymään oikeita kysymyksiä esimerkiksi tilanteessa, jossa haastateltava ei osannut sanoittaa ajatustaan. Päähuomio säilyi haastattelutilanteessa kuitenkin haastateltavan mielihiteissä ja näkökulmissa. Kaikki haastateltavat olivat erittäin motivoituneita haastatteluun ja olivat kiinnostuneita kehittämistyöni aiheesta ja tavoitteesta. Haastateltavat olivat miettineet etukäteen kontekstia ja kysymysaihia suhteessa omaan asiantuntijuuteensa, mikä lisäsi vuorovaikutusta ja korosti ammattimaisuutta haastattelun aikana.

Kovin moni haastatelluista ei osannut suoraan nimetä selkeitä osaamistarpeita oman toimintansa näkökulmasta, enkä haastattelijana niin olettanutkaan. Olin valmistautunut tulkitsemaan haastatteluaineistoja myös huomioimalla keskustelussa nousevien hiljaisten viestien ja muiden, rivien välistä poimittujen havaintojen avulla. Videosovelluksen avulla toteutuneet haastattelut rajoittivat väistämättä vuorovaikutusta, ja tekniset ongelmat toivat omat häiriötekijänsä keskusteluun. Pyrin kuitenkin tulkitsemaan ja refleктоimaan haastateltavien viestintää ja ilmaisua mahdollisimman huolellisesti. Video- ja erityisesti audiovisuaaliset tallenteet helpottivat haastattelujen analysointia olennaisesti jälkikäteen.

8.3 Digital & Circular Fashion House -hankkeen Design Sprint -työpajat

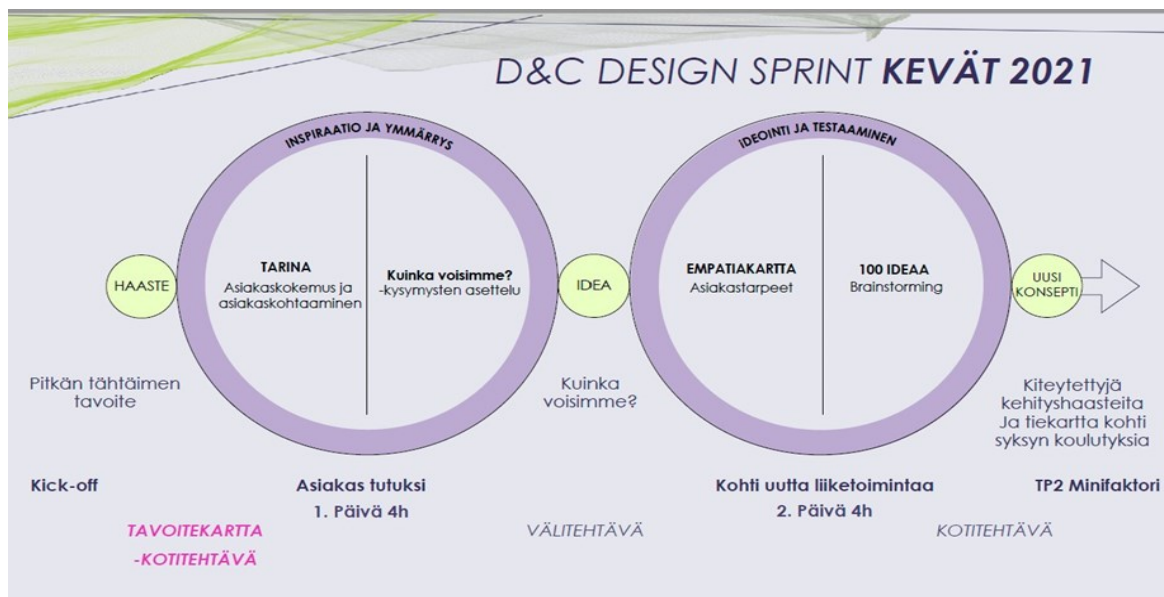
Teemahaastattelujen lisäksi aineiston tiedonkeruumenetelmänä toimi yhteiskehittämisen menetelmällä toteutetut työpajat. Yhteiskehittäminen (Co-Design) on ammattitaitoisesti

ohjattu ryhmätyöskentelyprosessi, joka yhdistää toimijat, asiantuntijat ja käyttäjät, monialaiseksi tiimiksi. Yhteiskehittämisen menetelmän mukainen työskentelymetodi kannustaa dialogiin ja uusien innovatiivisten ratkaisujen syntymiseen. Yhteiskehittämisen metodologinen ja pedagoginen ydin liittyy ohjattuun osaamiseen ja erilaisten näkökulmien törmäyttämiseen (Koskinen, 2018). Yhteiskehittämisen metodeja on useita, kehittämistyöni aikana osallistuin asiantuntijan roolissa Digital & Circular Fashion House -hankkeen Design Sprint -metodin mukaisiin työpajoihin.

Design Sprint on Jake Knapp:n Googella kehittämä tiivis, alun perin viisi päivää kestävä prosessi, jonka tavoitteena on innovoida nopeasti uusia tuotteita, palveluita tai ratkaisuja monialaisessa tiimissä. Prosessin alussa luodaan Sprint-haaste, jota ideoidaan ensin yksilöinä, jonka jälkeen ideat jaetaan tiimille. Näistä ideoista kehitetään yhdessä konsepti, joka testataan käyttäjien kanssa yhteistyössä, tulokset analysoidaan ja päätetään jatkotoimenpiteet. Design Sprint -prosessi yhdistää nopean iteroinnin ja käyttäjäpalautteen. (Ahtiala & Gusatinsky.)

Digital & Circular Fashion House -hanke on muoti- ja tekstiilialan kiertotalouden, jatkuvan oppimisen ja digitaalisen osaamisen koulutushanke (ESR), jota luotsaa Savonia ammattikorkeakoulu ja rahoittaa Savon ELY-keskus. Hanke on alkanut syksyllä 2020 ja päättyy keväällä 2023. Tavoitteena on vastata muuttuvan toimintaympäristön tarpeisiin kokoamalla yhteen opetus- ja tutkimuslaitoksia, yrityksiä sekä sidosryhmän muita toimijoita. Hankkeessa kartoitetaan uusia osaamistarpeita, tuetaan toimialan kehittymistä ja parannetaan yritysten kasvumahdollisuuksia.

Hanke muodostuu kolmesta työpaketista, joista ensimmäisessä pyritään tunnistamaan muutostarpeita ja ennakoimaan toiminnan mahdollisuuksia Design Sprint -työpajojen avulla. Tavoitteena on yhteiskehittämisen ja muotoilun avulla innovoida liiketoimintaa, joka tuottaa kiertotalouden mukaista lisäarvoa asiakkaalle (kuvio 15). Yhteistyön ja kokeilujen Minifactorit ja Virtual Playground -toiminta ja oppimisympäristö ovat hankkeen seuraavat, ensimmäiseen vaiheeseen pohjautuvat työpaketit. (Digital & Circular Fashion House -hanke 2020.)



Kuvio 15. Työpajojen aikataulu keväällä 2021 (Digital & Circular Fashion House -hanke 2020)

LAB-ammattikorkeakoulu toimii yhteistyössä Digital & Circular Fashion House -hankkeen kanssa, joten sain tilaisuuden ylemmän ammattikorkeakoulun opiskelijana ja asiantuntijan roolissa osallistua kehittämistyöni aiheita tukevaan Digital & Circular Fashion House -hankkeeseen ja sen ensimmäisen vaiheen Design Sprint-työpajoihin. Osallistumalla työpajoihin sain lisää arvokasta käyttäjätietoa alan osaamis- ja koulutustarpeista. Yhdistin työpajasta saadut tulokset teemahaastattelujen vastauksiin ja analysoin molempien lähteiden tuloksia kokonaisuutena.

Työpajat toteutettiin kolmessa erillisessä vaiheessa Zoom-videosovelluksessa, hyödyntäen myös Miro-yhteistyöskentelysovellusta. Ensimmäinen yhteinen tapaaminen oli helmikuussa 2021 Kick-off-työpajassa, jossa hanke ja tavoitteet esiteltiin ja taustoitettiin muuttuvaa toimintaympäristöä, sekä avattiin Design Sprint-työpajan työskentelymetodi ja tavoitteet. Tässä ensimmäisessä työpajassa olivat mukana kaikki hankkeen 16 alan sidosryhmän toimijaa, joista hanketiimi oli haastatellut tekstiili- ja vaatetusalan yritykset etukäteen.

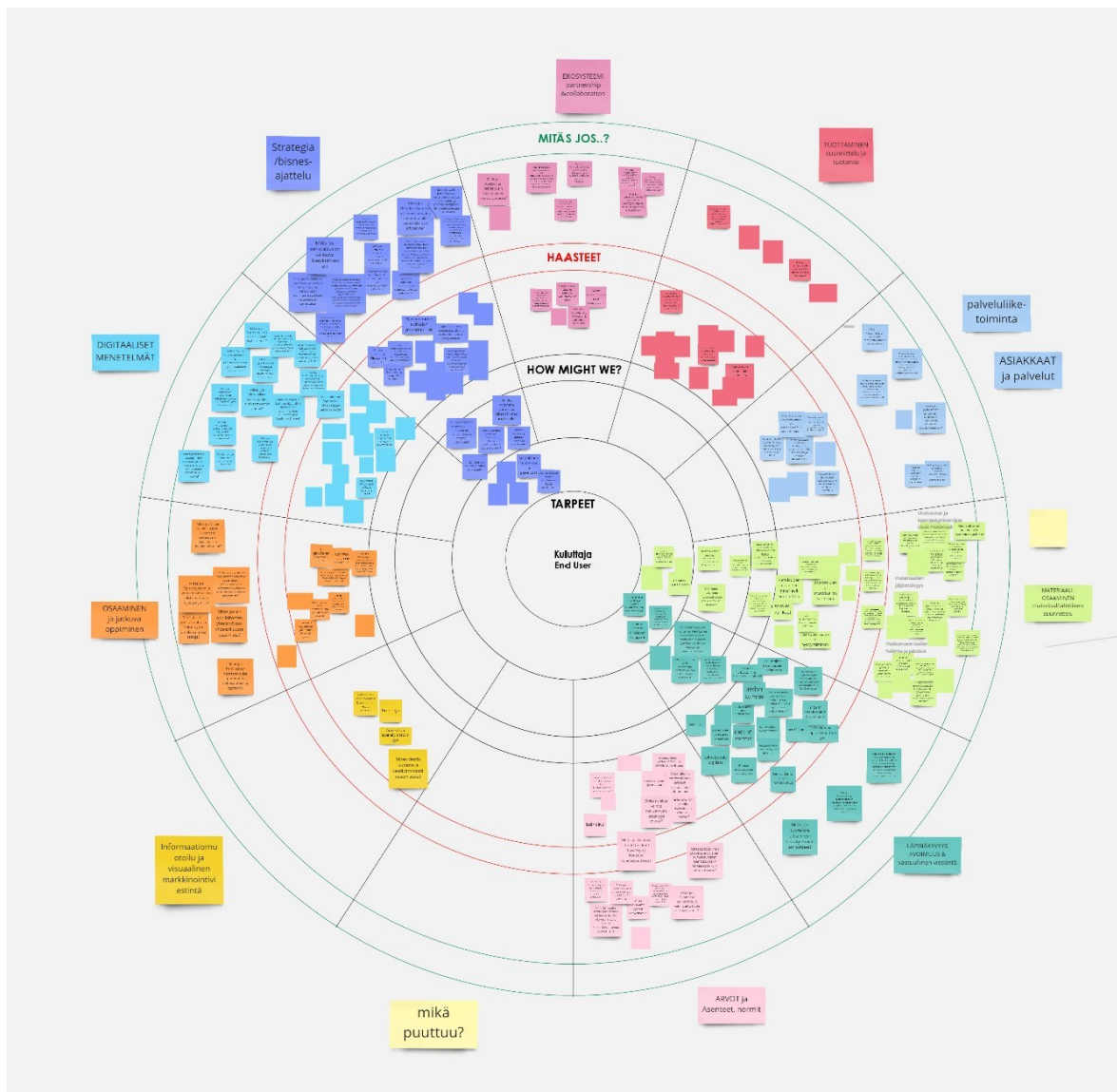
Kick-off-työpaja sisälsi kaksi, 20 minuuttia kestävä, erillistä ryhmätehtävää, joista ensimmäisessä esittäydymme ja pohdimme yleisesti alan kiertotalouteen ja digitaalisuuteen liittyviä haasteita, lisäksi saimme tehtäväksi laatia 45 sekuntia kestävä visiolause, joka esittelisi ryhmän yhteisen näkökulman esille tulleisiin haasteisiin. Toinen ryhmätyö jatkoi haasteiden jalostamista visiolauseen tasolle aivoriihityyppisen keskustelun avulla. Kukin ryhmä valitsi yhden visiolauseen, joka esiteltiin ryhmätöiden purkuvaiheessa. Lisäksi kukin osallistuja sai kotitehtäväksi järjestää oman työpajan yhteisössään, jossa tulisi laatia

tavoitekartta yrityksen tulevaisuuden visiosta mitä jos -kysymyksen avulla. Työpajassa ai-vorihitektiikalla syntyvä visio tulisi sisältää kiertotalouteen liittyviä liiketoiminnallisia tavoit-teita ja siinä tulisi ilmetä vision hyöty kunkin yrityksen asiakkaille, tarvittavat toimenpiteet sekä pohdinta vaikuttavuudesta. Tehtävä tuli palauttaa ennen seuraava työpajaa.

Koska osallistuin työpajaan yksilönä, eikä minulla ole alan yritystä tai en toimi sellaisessa tällä hetkellä, toteutin tehtävän itsenäisesti visioiden vaate palveluna -tyyppisen yrityksen, joka palvelee asiakasta tuottaen vaatteiden ja tekstiilien huolto-, korjaus-, kustomointi ja stailauspalveluita joustavasti, tarvittaessa asiakkaan kotona. Vision arvolupaus perustuisi vastuullisuuteen, luotettavuuteen ja joustavuuteen.

Design Sprint -työpajat toteutettiin kaksiosaisena huhtikuussa 2021. Työpaja muodostui kahdesta ryhmätyöskentelypäivästä, sekä kenttätehtävästä. Hankkeeseen osallistujat jaet-tiin kahteen osaan, toteutus 1:een ja toteutus 2:een, joilla kummallakin oli oma kaksipäiväi-nen Design Sprint -työpajansa. Toteutusten osallistujista muodostettiin vielä kolme pienryh-mää, joissa varsinainen työskentely tapahtui design Sprint -työskentelyn ajan. Kaikissa ryh-missä oli fasilitoijana hanketiimin vetäjä, sekä avustajina visualisointien ja dokumentointien toteutuksissa Savonia Ammattikorkeakoulun muotoilijaopiskelijoita.

Ensimmäisenä Design Sprint -työpajapäivän tavoite oli asiakaslähtöinen lähestymistapa, asiakas tutuksi -teemalla. Aluksi tutustuimme, Miro-alustalle visualisoidun, hankkeen osal-listujien ennakkotehtävien pohjalta laadittuun haasteiden kehämalliin (kuvio 16), joka oli klusteroitu ennakkotehtävän ja yrityshaastattelujen pohjalta hahmottuneisiin teemoihin. Muodostuneet teemat olivat: Vastuullisen tuottamisen liiketoiminta, palveluliiketoiminta, ekosysteemit, kiertotalouden mukainen liiketoiminnan strategia, materiaaliosaaminen, vas-tuullinen viestintä, informaatiomuotoilu, arvot ja asenteet, osaaminen ja jatkuva oppiminen sekä digitaaliset menetelmät.



Kuvio 16. Haasteiden kehämallin työstöä (Digital & Circular Fashion House -hanke 2021)

Ensimmäisen ryhmätyöskentelyosion (20minuuttia) aikana keskustelimme ryhmän jäsenten kanssa klusterin teemoista peilaten kunkin ennakkotehtävän visioita ja valitsimme yhteisen teeman, jonka pohjalta lähtisimme työstämään tehtävää eteenpäin. Pienryhmämme teemaksi valikoitui kiertotalouden liiketoiminnan strategia. Muut toteutus 1:n pienryhmät valitsivat teemoikseen vastuullisen viestinnän sekä materiaalitietouden teemat.

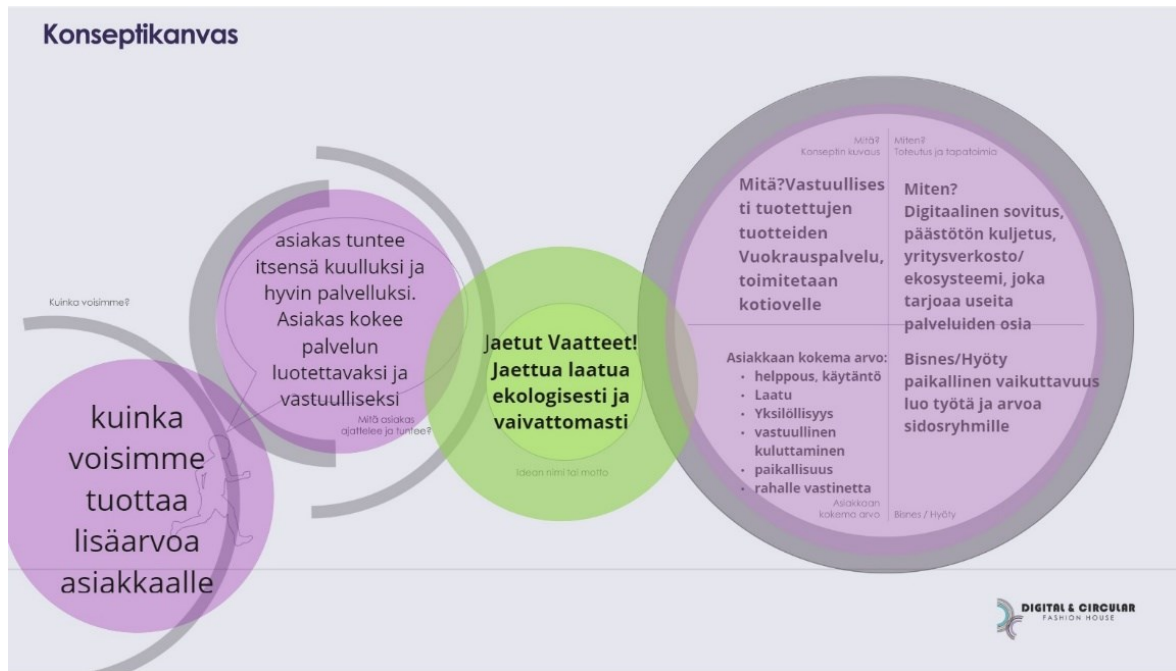
Seuraavassa ryhmätyöskentelyvaiheessa (yhteensä 70 min) pyrimme luomaan asiakasymmärrystä pohtimalla, kuka asiakkaamme olisi suhteessa valitsemaamme teemaan. Lisäksi pohdimme, millaista liiketoimintaa voisimme asiakkaalle tarjota. Pohdinta visualisoitiin nopeasti asiakasprofiiliksi ja alustavaksi asiakkaan palvelupoluksi sarjakuvamaisen kerronnan (storyboard) muotoon, jota täydennettiin työpajan myöhemmissä vaiheissa. Kaikki ryhmät esittelivät tehtävän tulokset yhteisen purkutilanteen aikana (a 5 min).

Seuraavassa ryhmätyöskentelyjaksossa (yhteensä 70 minuuttia) tarkastelimme ”miten voisimme” -kysymyksen avulla ratkaisumalleja edellisessä tehtävässä luodun asiakasprofiilin ja asiakkaan tarpeisiin nähden. Lisäksi saimme pohdittavaksemme kenttätehtävän, jonka toimintasuunnitelma ja työnjako keskusteltiin työskentelyjakson aikana. Työskentelimme Miro-alustalla post-it lappujen avulla, tuottaen intuitiivisesti ideoita asiakkaan tarpeiden pohjalta ja samalla ideoiden lisää muotoutuvaa liikeideaamme. Ryhmäni koostui asiantuntijoista, joten meillä ei ollut vaatebrändiä taustalla, jonka pohjalta liiketoimintaa olisi voinut visioda. Lähdimmekin kehittämään liikeidea tekemäni ennakkotehtävän pohjalta, jolloin liikeidean alustavaksi rungoksi muodostui aikaisemmin kuvailtu asiakaslähtöinen vaate palveluna -toimintamalli. Kenttätehtävässä kartoitettiin asiakkaan ja palvelun tuottajan näkökulmia haastatteleamalla tehtävään luodun asiakasprofiilin tyyppistä käyttäjää sekä kehiteltyä liikeidea vastaavaa toimijaa. Lisäksi tuli visualisoida käyttäjän profiilia ja toimintaa kuvaava empatiakartta ja täydentää asiakkaan storyboardin visualisointia. Kenttätehtäville oli aikaa kaksi työpäivää.

Design Sprintin toisen työpajapäivän tavoite oli konseptoida kehitelty liiketoimintaidea. Päivä alkoi kenttätehtävien pikaisella esittelyllä (5 minuuttia / ryhmä), jonka jälkeen ryhmätyöskentely jatkui (55 minuuttia) ”miten voisimme” kysymysten lajittelulla laajempiin teema-alueisiin. Klusteroinnin ohella peilasimme kenttätehtävän haastattelujen tuloksia ja tarkentunutta asiakasprofiilia ensimmäisen työpajapäivän aikana asetettuihin, asiakkaan tarpeita kartoittaviin kysymyksiin nähden. Tehtävänä oli ideoida aivoriihityyppisillä menetelmillä ratkaisuja liiketoimintakonsepteja varten.

”Miten voisimme” kysymysten joukosta alkoi erottua selkeästi kolme tärkeintä seikkaa, jotka sopisivat vaate palveluna -tyyppisten toiminta konseptien kulmakiviksi: Toiminnan helppous asiakkaan näkökulmasta, toiminnan laatu (laadukkuus, luotettavuus ja läpinäkyvyys) sekä oikea hinnoittelu. Perusarvoina konseptissa olisi kiertotalouden mukainen vastuullinen ja ekologinen toiminta. Asiakkaalle syntyvä lisäarvo muodostuu kaikista edellä mainituista tekijöistä, sisältäen olennaisesti vastuullisesta toiminnasta syntyvän aineettoman lisäarvon.

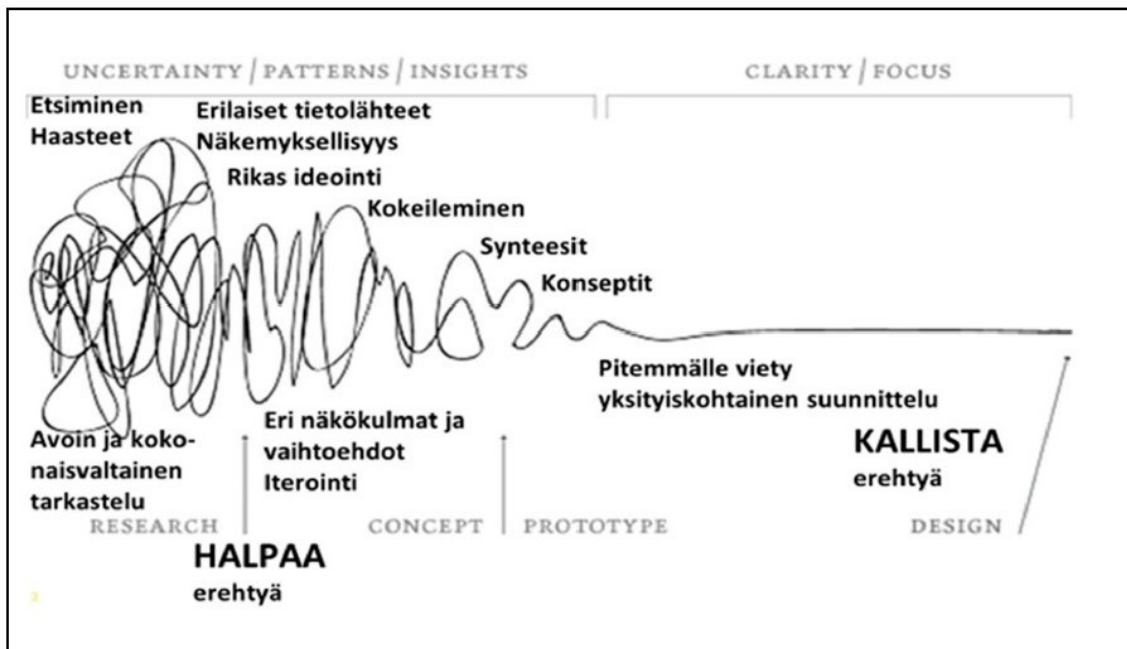
Viimeinen työpajatehtävä (55 minuuttia) oli viimeistellä ja konseptoida (kuvio 17) paras toimintaidea ja tarkentaa asiakasprofiili ja asiakkaan tarinaskenaario, jonka jälkeen ideat esiteltiin koko toteutus 1:n tiimille (10 minuuttia / ryhmä). Pienryhmä kokoontui vielä toukuussa keskustelemaan ja refleктоimaan ja tarkentamaan työpajan tuloksia. Hankkeen seuraava vaihe jatkuu elokuussa 2021, jolloin Design Sprint -työpajojen tuloksena saatujen konseptien toimintamalleja implementoidaan hankkeen yhteistyöverkostoissa hyödyntäen digitaalisia ratkaisuja.



Kuvio 17. Työpajassa laadittu konseptikanvas (Digital & Circular Fashion House -hanke 2021)

Design Sprint -menetelmän työskentelymetodi on hyvin nopeatempoista ja ajallisesti ohjattua ja rajattua. Tiimin jäseniltä vaaditaan lisäksi epävarmuuden sietokykyä ja kykyä käsitellä useita skenaarioita samanaikaisesti. Kehittämistyössä on selviydyttävä asioiden ja mahdollisuuksien kaaoksesta aiheuttamalla lisää kaaosta tuottamalla nopeasti uusia ideoita. Epävarmassa tilanteessa muotoiluajattelun luonne on iteratiivinen ja prosessia vie eteenpäin divergentin ja konvergenttiin ajattelun vaihtelu (Kälviäinen 2019, 16).

Ryhmätyöskentelyn vahvuus on keskustelu ja näkemysten monipuolisuus, edellyttäen että ryhmädynamiikka toimii tasa-arvoisesti. Kälviäisen (2019, 17) täydentämä squiggle-kuvio kuvaa täydellisesti kehittämistyöpajan prosessin kulkua, sen kokeilevaa ja iteratiivista luonetta (Kuvio 18). Prosessin etenemisen kuvaus on verrattavissa oikeiden työelämän muotoiluprosessien kulkuun, mutta valitettavan usein työelämän taloudelliset vaatimukset ja ajalliset resurssit eivät anna tarpeeksi mahdollisuuksia prosessien alkuvaiheen kokeiluihin ja mahdollisiin epäonnistumisiin.



Kuvio 18. Täydennetty squiggle-kuvio (Kälviäinen 2019, 17)

Design Sprintin- työpajatoteutuksissa 1. ja 2. ideoitiin yhteensä 6 kiertotalouteen ja digitalisuuteen pohjautuvaa vaatetusalan liiketoimintaideaa painottaen kuutta ennakkotehtävien pohjalta muodostunutta toiminnan osa-aluetta. Mukana teemoista ovat liiketoiminnan strategiat, vastuullinen viestintä, materiaaliosaaminen, osaaminen ja jatkuva oppiminen, palveluliiketoiminta sekä ekosysteemit.

Työpajoihin osallistuminen antoi osaamistarpeiden kartoittamiseen erilaisen näkökulman. Ryhmätyöskentelyn, ideoinnin ja tiimissä käytyjen keskustelujen, sekä toisten ryhmien työskentelyn raportointien aikana esiin nousseet, uudenlaisten toimintamallien edellyttämät osaamisen tarpeet ovat huomattava lisä teemahaastattelujen pohjalta muodostuneeseen aineistoon. Työpajojen keskustelut on äänitetty, tallenteet sekä kaikkien ryhmien visuaalinen työskentely on dokumentoitu ja käytettävissä Miro-sovelluksessa aineiston analysointia varten.

8.4 Sisällönanalyysi

Laadullisen tutkimuksen aineistolähtöinen sisällönanalyysi pyrkii järjestämään tutkimuksessa kerätyn aineiston sellaiseen muotoon, että se on selkeä ja ymmärrettävä, kadottamatta kerätyn aineiston sisältämää informaatioita. Analyysin vaiheet ovat pelkistäminen, klusterointi, eli ryhmittäminen sekä abstrahointi, eli käsitteellistäminen. (Tuomi & Sarajärvi, 2009, 108.) Pelkistämässä aineiston informaatio tiivistetään tai pilkotaan osiin. Käytännössä aineisto litteroidaan ja koodataan. Aineistoa voidaan tulkita esimerkiksi

teemahaastattelujen teemoihin peilaten. Klusterointi tarkoittaa samankaltaisuuksien tai eroavaisuuksien haarukointia sekä niiden ryhmittelyä käsitteiksi, jotka yhdistetään luokiksi tai teemoiksi. Abstrahoinnissa erotetaan tutkimuksen kannalta oleellinen tieto, jonka perusteella muodostetaan käsitteistö tai aineistoa kuvaavat teemat. (Ojasalo ym. 2020, 139–141.)

Teemahaastatteluista ja yhteiskehittämisen Design Sprint -työpajoista saatu aineisto on yhteensä moniulotteisempi kuin pelkkä teemahaastattelujen aineisto ja työläs analysoitava perinteisen tekniikan, litteroinnin ja koodaamisen avulla. Siksi toteutin kehittämistyöni analyysin soveltaen ja yksinkertaistaen perinteistä sisällönanalyysimallia ja samankaltaisuuskaaviomenetelmää (Affinity Diagram), jossa kerätään esimerkiksi työpajoissa syntyneet ideat ja mielipiteet ja luokitellaan ne esiin nousevien teemojen mukaan. Työskentely tapahtuu tiimissä sekä yksilöinä, tuottaen syntyvät ajatukset post-it -lapuille, jotka organisoidaan ryhmiksi, jotka puolestaan voidaan ryhmitellä isompien pääteemojen alle. (Designignite, 2021.) Aineistoja analysoidessani kiinnitin erityisesti huomiota haastatteluissa ja työpajoissa nousseisiin tulkinnallisiin viesteihin ja niistä mahdollisesti muodostuviin yllättäviin teemoihin, joiden pohjalta ennakoin osaamistarpeita.

Sovelletussa analyysimallissa yhdistin kaksi analyysimenetelmää sekä teemahaastattelujen että työpajojen tallennetun aineiston. Analyysissä hyödynsin lisäksi Suomen Tekstiili & Muoti Ry:n teettämän osaamistarvetutkimuksen tuloksia. (Suomen Tekstiili & Muoti, 2020.) Aloitin analyysi teon koodaamalla haastateltavat yritykset koodeilla H01-H06, työpajat yhteisellä koodilla T07 ja asiantuntijat koodeilla A08-A10. Lisäksi annoin jokaiselle analysoitavalle lähteelle oman värikoodin myöhempää työskentelyä varten. Katsoin haastattelujen videotallenteet ja kuuntelin äänitteet reflektoiden aineistoa. Kirjasin manuaalisesti ylös kaikki osaamistarpeisiin viittaavat tulkinnat avainsanojen ja avainlauseiden avulla. Samalla tekniikalla etenin osaamistarvetutkimuksen sekä työpajoista saadun aineiston kanssa, käyden läpi jokaisen kuuden ryhmän dokumentoidut materiaalit. Työpajojen aineistoa käsitellään jatkossa yhtenä kokonaisuutena (T07).

Seuraavassa vaiheessa (analyysi 2) siirryin työskentelemään Miro-sovellukseen, jossa hyödynsin samankaltaisuuskaaviomenetelmää värikoodien ja post-it -lappujen avulla. Oheisen linkin, https://miro.com/app/board/o9J_l_YqyEc=, takana on nähtävissä Miro-työskentelyn vaiheet. Kokosin kaikkien lähteiden havainnot aiemmin määritellyille, värikoodien mukaisille post-it -lapuille, -yksi havaittu osaamistarve tai sitä kuvaava lause yhdelle lapulle. Ryhmittelin laput lähteittäin, omiksi ryhmikseen, jolloin pystyin vertailemaan aineistoja ristiin ja havaitsemaan samankaltaisuuksia eri lähteiden (haastateltavat muoti- ja vaatetusalan toimijat ja työpajan tulokset) kesken.

Seuraavassa analyysin vaiheessa (analyysi 3) kopioin lähteittäin ryhmitellyt post-it laput ja jaottelin kopioille merkityt havainnot samankaltaisten aiheiden perusteella omiksi ryhmikseen, säilyttäen vielä lähteiden värikoodit. Seuraavassa vaiheessa (analyysin vaihe 4) kopioin jälleen edellisen ryhmittelyn post-it -laput. Käsittelin havaintoja yhdistämällä samankaltaiset ja samaa tarkoittavat asiat. Koska työn lähestymistapa on ennakointi, tarkastelin tässä vaiheessa tietoperustaan keräämääni, koko toimintaympäristöä käsittelevää aineistoa ja peilasin havaittuja tarpeita siihen.

Seuraavaksi tarkensin ja tiivistin edellisessä vaiheessa muodostuneet teemat ja lisäsin jäsennellyt, havaitut sekä aineiston pohjalta ennakoitua tarpeita omiin klustereihinsa. Lopuksi poistin lähteiden värikoodit ja yhtenäistin post-it -lappujen väriytyksen. Miro-sovelluksen avulla työskentelyn etu oli, että kopioimalla ja työstämällä uudelleen edellisen vaiheen havaintoja, pystyin säilyttämään kaikki analyysin vaiheet visuaalisesti näkyvillä sovelluksessa ja tarvittaessa palaamaan ensimmäiseen vaiheisiin ja aina aineiston lähteisiin saakka.

Analyysin vaiheessa 5 vertasin aineiston pohjalta muodostuneita osaamistarpeiden teema-alueita kehittämistyön alkuvaiheessa hahmottamaani muuttuvan toimintaympäristön konseptiin. Päivitin konseptin järjestämällä havaitut teema-alueet alkuperäisessä kontekstissa käyttämieni värien avulla. Muokkasin kaavion yhdistäen ja lisäten uudet syntyneet teemat (kuvio 19).



Kuvio 19. Aineistoanalyysissä havaitut osaamistarpeiden teemat (Kalliomäki 2021)

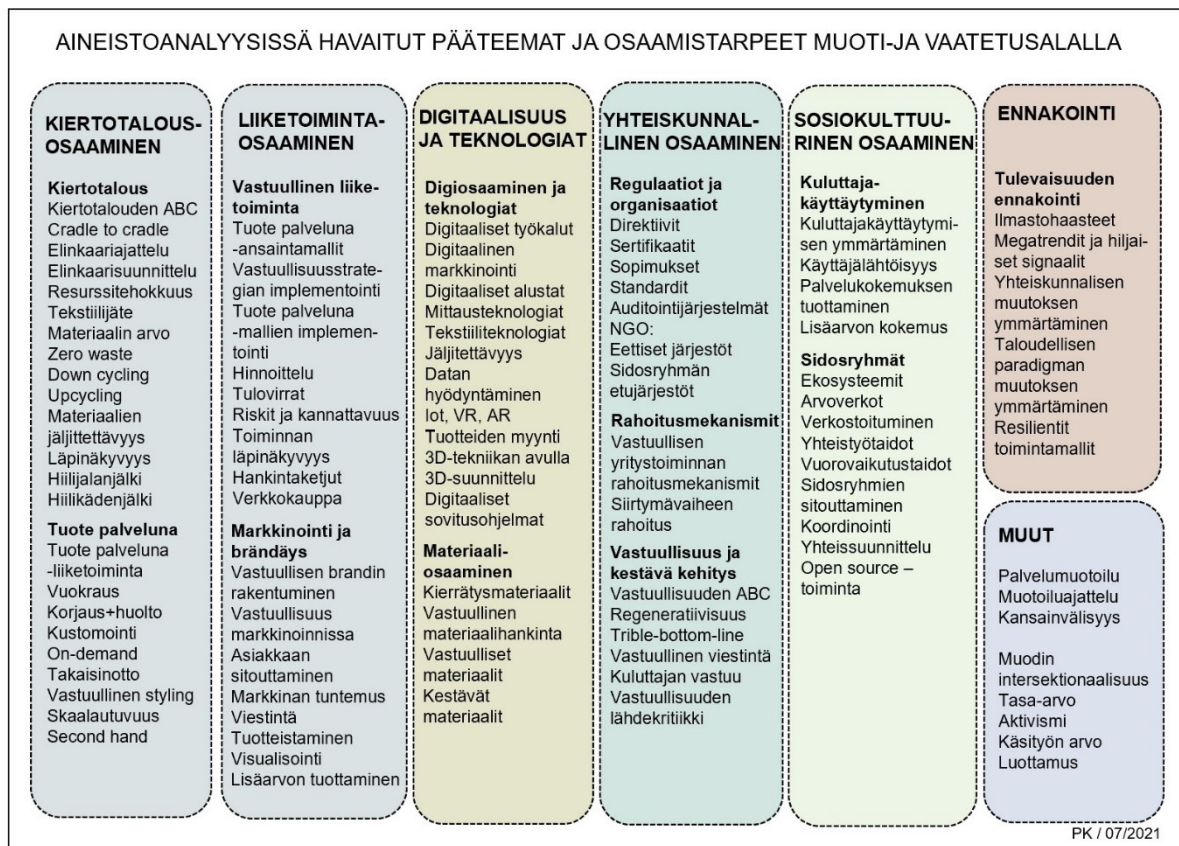
Jatkoin havaintojen analysointia abstrahoimalla samankaltaisia tarpeita tai yhdistin havaintoja nimeämällä ne tarvittaessa uudelleen. Abstrahointi on haastava vaihe, koska

tavoitteena on löytää aineistosta kehittämistyön kannalta olennainen tieto, varmistaen samalla, ettei tärkeitä aiheita tiivistetä pois. Lopulta kirjasin päivitettyt havainnot osaamistarpeista muodostuneiden teemojen mukaisiin klustereihin. Sekä muodostuneita teemoja että havaittuja osaamistarpeita käsitellään seuraavassa luvussa 9.

9 Muoti- ja vaatetusalan osaamistarpeiden ennakointi ja johtopäätökset

9.1 Aineistosta havaitut muoti- ja vaatetusalan osaamistarpeet

Analyysin tuloksista voidaan todeta, että osaamistarpeiden kirjo on todella laaja, mikä selittyy osittain analysoitavan aineiston laajuudella. Lisäksi teemahaastatteluihin ja työpajoihin osallistuneet yritykset ja asiantuntijat muodostivat varsin heterogeenisen joukon toimialan sisällä. Vaikka lähes kaikki teemahaastatteluihin ja työpajoihin osallistuneet sidosryhmän edustajat ovat jo alalla toimivia ammattilaisia, oli osa vasta siirtymässä tai siirtymävaiheessa kiertotalouden mukaisiin, vaate -palveluna toimintamalleihin. Havaintojen määrä peilaa myös toimialan todellista murrosta ja lisääntyvää tarvetta päivittää ammatillista osaamista. Aineistosta havaitut tarpeet ovat jaoteltu seitsemän erillisen teema-alueen mukaisiin klustereihin (taulukko1).



PK / 07/2021

Taulukko 1. Havaitut teema-alueet ja osaamistarpeet (Kalliomäki 2021)

Osaamistarpeiden teema-alueiden sisällöt voidaan kuvailla seuraavasti:

- 1. Kiertotalouden osaaminen, johon liittyy kiertotalouden mukainen tuottaminen ja tuote palveluna -toimintamallit.

- 2. Liiketoiminnan osaaminen, joka sisältää vastuullisen liiketoiminnan sekä markkinointi- ja brändäysosaamisen.
- 3. Digitaalisuus ja teknologia sekä materiaaliosaaminen.
- 4. Yhteiskunnallinen osaaminen koostuu regulaatioiden ja säädösten sekä rahoitusinstrumenttien hallinnasta ja toisaalta vastuullisuuden ja kestävä kehityksen mukaisen toiminnan osaamisen tarpeista.
- 5. Sosiokulttuurinen osaaminen pitää sisällään kuluttajakäyttäytymisen osaamisalueen sekä sidosryhmäosaamisen.
- 6. Ennakointiin liittyy muuttuvan toimintaympäristön ymmärrys ja toiminnan sopeuttaminen tulevaisuuden näkökulmasta.
- 7. Muut -teema sisältää kaikki muut aineistossa tärkeiksi havaitut osaamistarpeet.

Tarkasteltaessa tarpeiden jakautumista teemojen kesken, esiintyy ylivoimaisesti eniten tarpeita kiertotalouden, tuote palveluna -mallin ja siihen liittyvän vastuullisen liiketoiminnan ja markkinoinnin teemoissa. Vähintään näitä osaamisen tarpeiden teemoja on tarkasteltava kokonaisuutena kiertotalouden onnistumisen kannalta. Sijoitin aluksi vastuullisen osaamisen tarpeet kiertotalouden osaamisen ryhmään, mutta siirsin sen yhteiskunnallisen osaamisen tarpeisiin ja nimesin vastuullisen osaamisen ja kestävä kehityksen tarpeet -osioksi, jolloin sen sisältö voi muodostua laajemmaksi. Yhteiskunnallinen osaamisalue nousee näin neljänneksi suurimmaksi osaamistarvealueeksi.

Kolmanneksi suurin osaamistarve alue on digitaalisen- ja teknologian osaamisen teema, johon kuuluu myös materiaaliosaamisen tarpeet, koska tulevaisuudessa materiaaliteknologian mahdollisuudet kasvavat ja lisäävät osaamistarpeita sillä sektorilla. Toisaalta materiaaliosaaminen on muoti- ja vaatetusalan olennaista substanssiosaamista liiketoiminnassa, olipa se uuden tuottamista tai vaate palveluna -mallin mukaista toimintaa. Osio voisi näin ollen kuulua myös vastuulliseen liiketoiminta- tai kiertotalousosaamisen.

Sosiokulttuurisissa osaamistarpeissa tarpeita on vain muutama, mutta ne ovat asiakokonaisuuksina laajoja ja moniulotteisia. Ennakoinnin osaamistarpeet peilaavat ympäristöön liittyvää kriisiä sekä yhteiskunnallista ja taloudellista murrosta, jotka ovat kaikkien näiden havaittujen tarpeiden taustalla. Vertailukohtana mainittakoon, että Suomen Tekstiili & Muoti ry:n tuottamassa osaamistarveraportissa toimialan täydennyskoulutustarpeiden kolmen kärjessä olivat digitaalisten työkalujen hallinta, vastuullisuus ja kiertotalous sekä markkinointi ja brändäys (Suomen Tekstiili & Muoti 2020, 22).

Tämän kehittämistyön tavoite ei ole tuottaa tarpeiden ranking -listaa, vaan nimenomaan ennakoida osaamistarpeita suhteessa toimintaympäristön muutokseen. Havaittuja osaamistarpeita ei voi sinänsä arvottaa tärkeysjärjestyksen perusteella, koska kiertotaloutta

palveluna- toimintamalli, jota ympäröivät megatrendit. Seuraavassa kehässä ovat kerätyn käyttäjätiedon pohjalta muodostuneet osaamistarpeiden teemat ja lopulta ulommaisessa kehässä analyysissa esiin nousseita aiheita, joista muodostuu joko aiempaa analyysiaineistoa vahvistavia tai uusia osaamistarpeita (kuvio 20). Tulevaisuuspyörämenetelmän pohjalta voidaan todeta, että pyrkimys resilienssiin toimintaan on tärkeää ja kiertotalouden ytimessä liiketoiminnan kannalta. Ennakoidut osaamistarvealueet ovat ekosysteemit ja niiden koordinointi, käyttäjälähtöinen, yksilöllinen palvelu, liiketoiminnan ja toimintaketjujen läpinäkyvyyden vaatimus, materiaaliosaaminen sekä digitaalisuus ja teknologia.

Tulevaisuuspyörän uloimmalle kehälle muodostuneet havainnot vahvistavat käsityksen siitä, että kiertotalouden mukainen toiminta vaatii usean osaamisalueen hallintaa ja monialaisuutta, johon myös Sitran (2021, 29) työn muutokseen liittyvä tutkimus viittaa. Vaikka kiertotalouden toimintamallien tuntemus on perusedellytys substanssiosaamisen ohella, tarvitaan toimintojen koordinoitua, etenkin kun ekosysteemit vahvistuvat. VUCA-maailman arvaamattomuus edellyttää pyrkimystä toimintojen joustavuuteen yllättävissä muutostilanteissa, esimerkiksi pandemioiden tai luonnonkatastrofien aiheuttamissa tilanteissa. Voi olla, että tulevaisuudessa muodostuu kokonaan uusia asiantuntijuusalueita, joiden tehtävä on koordinoita ekosysteemien toimintaa ja liiketoiminnan resilienssiä, mukautuvaa ja joustavaa sopeutumista erilaisiin toimintaympäristön muutoksiin.

Käyttäjälähtöiset ja yksilölliset palvelut korostuvat erityisesti, kun väestö ikääntyy tai hyvinvointiin ja terveyteen liittyvät pukeutumisen vaatimukset lisääntyvät. Kun vaate palveluna -malli valtavirtaistuu, lisääntyvät myös pukeutumisen identiteettiä korostavat tarpeet ja kuluttajakäyttäytymisen tunnistaminen korostuu entisestään. Läpinäkyvyyden vaatimus korostuu niin kiertotalouden mukaisen tuottamisen kuin tuotteiden kuluttamisenkin osalta. Digitaalisation ja teknologisten ratkaisujen myötä voidaan edesauttaa läpinäkyvyyden lisäämistä erityisesti lohkoteknologiaan liittyvien toimintojen avulla. Myös materiaalitekniikka kehittyy ja vaatii uudenlaista materiaalien ominaisuuksiin ja käyttöön liittyvää osaamista.

9.3 Johtopäätökset

Haastattelujen ja työpajojen tulosten pohjalta havaitut osaamistarpeet heijastelevat ensisijaisesti erilaisten vaate palveluna -liiketoimintamallien edellyttämää osaamista, koska alan toimijoilla on selkeä tarve tuoda uusia toimintamalleja oman jo olemassa olevan liiketoiminnan rinnalle. Pelkän vaate -palveluna toiminnan ei kuitenkaan uskottu tai todettu olevan vielä taloudellisesti kovin kannattavaa. Käyttäjätietoa analysoidessani havaitsin, että kaikkien haastattelemieni vaate palveluna -liiketoimintaa harjoittavien, tai sen kaltaisen toiminnan aloittamista suunnittelevien, yritysten ydinarvo on vastuulliseen toiminnan tavoittelu. Suurimalla osalla se realisoituu muun muassa vastuullisten materiaalien käyttöön,

paikallisen tuotannon suosimiseen, kestäviin tuoteratkaisuihin, materiaalien upcycling-menetelmään sekä pakkaus- ja muiden oheismateriaalien kierrätettävyyteen. Nämä toiminnot edellyttävät kiertotalouden mukaisen tuottamisen ja tuotesuunnitteluosaamisen taitoja. Monilla haastatteluun ja työpajoihin osallistuneilla toimijoilla on jonkinlainen perustietous kiertotalouden toimintaperiaatteista, mutta se miten se implementoidaan arjen liiketoimintaan, koettiin haastavaksi. Monet toimijat ovat mikroyrityksiä, yhden tai muutaman henkilön työllistäviä yrityksiä, jolloin perusliiketoiminnan pyörittäminen vie kaiken ajan, eikä resursseja riitä uusien kokonaisuuksien hahmottamiseen tai haltuunottoon.

Tulevaisuuspyörämenetelmän avulla ennakoitua osaamistarpeita vahvistavat haastattelujen ja työpajojen tulosten pohjalta muodostettuja havaintoja. Seuraavissa luvuissa pohditaan osaamistarpeita vaate palveluna -toimintamallin näkökulmasta huomioiden kehittämistyön kaikki aineistot. Osaamistarpeita ennakoitaan ja johtopäätöksiä arvioidaan kiertotalouden osaamisen, brändiosaamisen, -erityisesti käyttäjälähtöisyyden ja viestinnän osalta, tuotteiden elinkaarta pidentävien palveluiden ja ekosysteemien, digitalisuuden ja teknologian sekä yhteiskunnallisen osaamisen näkökulmista.

9.3.1 Kiertotalouden mukainen tuotesuunnittelu ja vastuulliset materiaalit

Useat haastatteluihin ja työpajoihin osallistuneet yritykset ovat brändejä, jotka suunnittelevat ja tuottavat vaatemallistoja ja, joko jo harjoittavat vaate palveluna -mallin toimintoja liiketoimintansa ohessa, tai ovat siirtymässä vaate palveluna -mallin mukaiseen toimintaan. Tuottamisen ja tuotesuunnittelun substanssiosaaminen on kaikilla hallussa. Toimijat ovat kehittäneet tuoteratkaisuja, jotka lisäävät esimerkiksi tuotteen kestävyyttä tai muunneltavuutta, kokemuksen ja kokeilujen kautta. Siirryttäessä suunnittelemaan vaatteita vaate palveluna -malliin, esimerkiksi vuokraustarkoituksiin, vaatimukset tuotteiden ominaisuuksista kasvavat. Tuotteiden on oltava useita käyttökertoja kestäviä ja pestäviä, jolloin rakenteelliset ratkaisut vaativat erityistä huolellisuutta ja testausta. Haastateltava H05 kertoi esimerkiksi kehittäneensä taskupussien kestävyyttä tukevia erikoisratkaisuja, koska ne rakenteet ovat erityisen kovalla käytöllä. Kestävyysnäkökulmasta myös materiaalien valinnoilla, sekä lisätarvikkeilla on merkitystä rakenteellisten ratkaisujen ohella. Vuokravaatteiden malli, mitoitus ja kaavoitus ovat myös olennaisia tekijöitä, jotta ne miellyttävät ja sopivat useimman kokoisille kuluttajille.

Vaatteiden vuokraaminen liiketoimintana vaatii liiketoiminnallista linjausta myös kiertotaloudessa. On selvää, että kaikenlaisia kuluttajia ei voi miellyttää. Jotta liiketoiminta olisi taloudellisesti kannattavaa, joudutaan varmasti tekemään tuotteisiin ja tarjontaan liittyviä kompromisseja. Kun vaate palveluna toiminnot valtavirtaistuvat, on mahdollista tuottaa yhä yksilöllisempiä ratkaisuja. Voi myös olla, että valtavirtaistuminen vaatii nimenomaan

yksilöllisempiä palveluja. Haastateltava H02 kertoi käyttävänsä modulaarisia ratkaisuja suunnittelemisessaan uniikeissa, vuokrattavaksi tarkoitetuissa vaatteissa, joiden avulla asiakas voi muunnella tuotetta tilanteen ja tarpeen mukaan. Tuotteen modulaarisuus helpottaa myös tuotteen huoltoa, esimerkiksi ihoa lähellä olevat osat voivat olla irrotettavia ja valmistettu pesun kestävästä materiaalista.

Osa haastateltavista yrityksistä toimii eräänlaisen hybridimallin mukaan, joka muodostuu brändistä ja sen tuotannosta, vuokrauspalvelusta sekä lisäksi on-demand-tyyppisestä toiminnasta. Haastateltava H04 kertoi tarjoavansa asiakkailleen mahdollisuuden teettää brändin tuote asiakkaan mittojen mukaan. Valikoima malleissa ja materiaaleissa on tällöin oltava rajattu ja hallittavissa ja kaavoituksen helposti skaalattavissa. Erilaiset vaate palvelu -mallien ratkaisut vaativat tuotteiden suunnittelussa ja kaavoituksessa erityisosaamista ja näiden taitojen hallinta luo uusia osaamistarpeita.

Vastuullisen hankinnan osaamista, esimerkiksi materiaalien ja lisätarvikkeiden osalta kivaan. Haastatellut yritykset käyttävät, mahdollisuuksien mukaan, sertifioituja materiaaleja tuotannossaan. Monesti kuitenkin pienten toimijoiden ongelmana on täysin vastuullisten materiaalien ja lisätarvikkeiden saatavuus, tai hankintamäärien suuret minimi. Tällöin materiaalit on hankittava esimerkiksi kangastukkureilta, jolloin alkuperää ei voi useinkaan jäljittää, mutta ostominimiä ei välttämättä ole. Toisaalta tukkureilla saattaa olla niin sanottuja ”dead stockeja”, muiden valmistajien tai kangastehtaiden ylijäämäkankaita, joiden hyödyntäminen on kiertotalouden ytimessä. Vaatteita vuokrapalveluina tarjoavat toimijat ovat brändien tiedotuksen varassa tuotteisiin liittyvien materiaalien ja valmistustavan suhteen. Monet vuokraamot rajaavat valikoimansa vain vastuullisiin paikallisiin brändeihin, mutta silloinkin kysymys on luottamuksesta yhteistyökumppaniin tuotteiden vastuullisuuden tasosta.

Suurin osa haastateltavista toimijoista painotti luottamuksellisten liikekumppanuuksien merkitystä. Luottamusta pitkäaikaisiin alihankkijoihin ja tavarantoimittajiin pidettiin osittain tärkeämpänä kuin sertifioituja materiaaleja. Moni kokeneempi toimija jakoi ajatuksen, ettei kaikkien materiaalien valmistajien kuuluminen auditointijärjestelmään kerro totuutta valmistajan vastuullisuudesta. Eräs haastateltavista totesi:

Maailmassa myydään enemmän sertifioitua luomupuuvillaa, kuin virallisesti valmistetaan. -Ja toinen: Kaikki mahdolliset sertifikaatit ja leimat voit ostaa Aasiasta.

Nämä ovat viestejä globaalien toiminnan haasteista, jotka valitettavasti oman kokemukseni pohjalta tiedostan. Tilanne on hämmentävä ja osoittaa konkreettisesti, kuinka kompleksista ja haastavaa siirtyminen eettisesti ja ekologisesti kestäväan tuotantoon on. Havaitsin keskusteluista, että monet kaipaavatkin syvempää tietoa kiertotaloudesta yleensä toimintansa tueksi ja miten vastuulliseen toimintaan liittyviä, kuvattua kaltaisia, ongelmia voisi

ratkaista vaihtoehtoisilla tavoilla. Millaisia ratkaisuja esimerkiksi tuotteen suunnittelussa voisi hyödyntää, jotta materiaalien puuttuvia vastuullisuuden kriteerejä voitaisiin kompensoida?

9.3.2 Brändiosaaminen käyttäjälähtöisyyden näkökulmasta

Vaate palveluna -liiketoiminnan taloudellisen kannattavuuden lisäksi kaikilla haastatelluilla toimijoilla oli huoli siitä, miten kuluttajat saadaan käyttämään palveluja ja toiminta valtavirtaistumaan. Kuluttajat kokevat palveluiden hinnan haastavaksi suhteessa uusien vaatteiden hintatasoon ja ymmärrys vastuullisuudesta on rajallinen. Aineiston pohjalta voi todeta, että kuluttajat kyllä tiedostavat vastuullisen kuluttamisen merkityksen, mutta eivät ole siitä välttämättä valmiita maksamaan, -ja asenteet muuttuvat hitaasti. Tästä voisi päätellä, että tarvitaan markkinointiin ja viestintään liittyvää osaamista, jotta vaate palveluna -mallit ovat houkuttelevia kuluttajan näkökulmasta.

Pelkkä vastuullisuuden lupaus ei ole taikakeino tai riitä markkinoinnillisesti, eivätkä vaate palveluna -yritykset voi olla nukkavieruja kirppiksiä, joissa on tarjolla kaikille kaikkea. Asiakassegmentillä on merkitystä ja ratkaisuna tulisi olla käyttäjälähtöisiä, kuluttajalle houkuttelevia palveluja. Haastattelemani vaatevuokraamoyrittäjät olivat luoneet houkuttelevan brändin vaatelainaamostaan, jossa asiakkaat muodostavat dynaamisen yhteisön ja voivat vaikuttaa vuokrattavien vaatteiden valikoimaan. Kuluttajakäyttäytymisen, trendien ja markkinan tuntemus onkin tärkeää myös kiertotalouden liiketoiminnassa. Vaate palveluna -mallissa olisi tärkeä huomioida kuluttajien identiteettiä ja persoonaan liittyviä tekijöitä. Monet kuluttajat ovat epävarmoja pukeutumistyylistään, jolloin vaatteiden vuokrauspalvelut voivat helpottaa erilaisten tyylien kokeilemista suhteellisen edullisesti. Tämän lisäksi monet kuluttajat kaipaavat opastusta oman tyylinsä löytämiseen. Erilaiset stailaus- ja pukeutumisneuvonta palvelut voisivat olla konkreettinen lisä vaate palveluna -mallin ohella sitouttamassa ja motivoimassa asiakkaita palvelun käyttöön.

Vaate palveluna -toimintamallien valtavirtaistuessa korostuvat yksilölliset, asiakkaille räätälöidyt käyttäjälähtöiset palvelut. Väestön ikääntyminen ja monimuotoistuminen on globaali megatrendi, joka tuo uusia potentiaaleja asiakasryhmiä tuote palveluna -mallien käyttäjiksi. Lisäksi lisääntyvä terveyden, hyvinvoinnin ja merkityksellisyyden tavoittelu lisää yksilöllisten palvelujen kysyntää. Näiden kuluttajien tarpeiden tyydyttämiseksi tarvitaan innovatiivisia palveluratkaisuja ja uusia vaate palveluna -toimintamalleja. Tulevaisuudessa näillä uudentlaisilla palvelutoiminnoilla voi olla positiivista vaikuttavuutta koko tekstiili-, muoti- ja vaatealan kentällä. Yksilölliset, asiakkaalle räätälöidyt palvelut vaativat erityisesti käyttäjälähtöisiä palveluratkaisuja, joissa tunnistetaan, kuka asiakas on, ymmärretään asiakkaan

tarpeet ja mistä hän on valmis maksamaan. Asiakkaalle palveluiden tulee olla helposti saatavutettavia, luotettavia, -juuri hänen tarpeitaan tyydyttäviä, elämyksellisiä sekä oikean hintaisia.

Käyttäjälähtöisten palveluiden suunnittelu ja tarjoaminen korostavat osaamistarpeita, jotka liittyvät lisäarvon tuottamiseen asiakkaalle esimerkiksi palvelumuotoilun menetelmien avulla, tutkimalla asiakkaan arvopolkua ja vastaamalla sen esiintuomiin tarpeisiin. Lisäarvo voi syntyä asiakkaan hyvinvoinnin lisääntymisen kautta, jolloin vaate palveluna -malli tuottaa palveluja, joiden avulla asiakas esimerkiksi vuokraa vaatteita, joissa on asiakkaalle räätälöityjä mittaavia teknologioita, vaikka urheilusuorituksia varten. Lisäarvoa tuotetaan myös vaate palvelu -malleissa, joissa asiakas huollattaa vaatteitaan tai tekstiilejään säännöllisesti palvelun tarjoajalla, tai käyttää erilaisia, tulevaisuudessa valtavirtaistuvia kustomointipalveluja. Nämä palvelut voidaan räätälöidä yksilöllisesti ja toimittaa haluttaessa, vaikka asiakkaan kotiin.

9.3.3 Vastuullinen viestintä

Kiertotalouden toimintaan kuuluu olennaisesti toiminnan ja toimintaketjujen läpinäkyvyys. On tärkeää viestiä vastuullisuudesta ja tietoa läpinäkyvästä liiketoiminnasta myös kuluttajille eri kanavien avulla. Haastateltava H04 kertoi asiakkaiden olevan hämmentyneitä muotiin ja vaatteisiin liittyvän vastuullisuusviestinnän ristiriitaisuudesta ja kertoi sisältöjen totuudenmukaisuutta epäiltävän. Vaate palveluna -mallin mukaisia palveluja tarjoavan yrityksen viestinnän sisältö tulisi olla vastuullisen toiminnan läpinäkyvyyttä korostavaa ja se tulisi suunnitella huolellisesti vastaamaan yrityksen arvolupausta ja palveluja. Viestinnän tulisi olla yhtenäinen kaikissa markkinointikanavissa ja asiakaspalvelussa. Digitaalisen markkinoinnin ja some-viestinnän osaamistarve korostui kaikkien haastateltavien ja työpajoihin osallistuvien alan toimijoiden keskuudessa.

Läpinäkyvää viestintää voidaan lisätä paitsi markkinoinnin myös itse tuotteiden ja niihin integroitavan teknologian avulla. Jo nyt vaatteisiin voidaan sisällyttää esimerkiksi painamalla tai brodeeraamalla huomaamattomia digitaalisia koodimerkkejä (triggereitä) tai qr-koodeja, joiden kautta voidaan välittää tietoa tuotteen alkuperästä, valmistajasta ja esimerkiksi hoito-ohjeista. Tulevaisuudessa näiden kautta voidaan myös kerätä käyttäjätietoa lohkoteknologian avulla. Uusia menetelmiä digitaalisesti luettavan tiedon integroimisesta tekstiileihin kehitetään jatkuvasti.

Konkreettisia keinoja toiminnan läpinäkyvyyden lisäämiseksi ovat jo nyt, sertifikaattien ja auditointisysteemien ohella, erilaisten mittausmenetelmien käyttö ja niiden tulosten viestintä. Tuotteen elinkaarimittaus (Life Cycle Assessment, LCA) on menetelmä, jolla tuotteen

tai palvelun koko elinkaaren aikaiset vaikutukset ympäristöön voidaan analysoida kansainvälisten standardien mukaisesti (Ympäristö.fi). Elinkaarimittareita on useita, sekä maksullisia, lisensoituneita toimivia, että vapaan lähdekoodin tarjoamia mittaustapoja. Vaatetusallalla käytetään muun muassa Higg-indeksiä (Material sustainability Index, MS). Suomen Tekstiili & Muoti ry on parhaillaan kehittämässä työkalua, jonka avulla alan yritykset voivat raportoida hiilijalanjälkeen ja tuotteen elinkaareen liittyvää tietoa (Suomen Tekstiili & Muoti 2021.)

9.3.4 Tuotteen elinkaarta pidentävät palvelut ja ekosysteemit

Tulevaisuudessa vaate palveluna -toiminnot laajenevat korjaus-, kustomointi- ja huoltopalveluihin. Nämä vaatteen elinkaarta pidentävät palvelut ovat isossa roolissa vaatetusalan kiertotaloudessa ja niiden toiminnan yleistymisen edellyttää teknistä osaamista ja taitoja. Tekninen osaaminen on ollut 2010-luvulta alkaen lähes häviämässä koulutuksen alasajon takia, mutta tekstiili- ja muotialan ammatillista koulutusta on hiljattain uudistettu vastaamaan näihin uusiin tarpeisiin. (Opetushallitus 2019.) Myös on-demand-tyyppinen vaatteiden tuottaminen ja vastuullisten pukeutumisen- ja stailauspalvelujen kysyntä tulee laajentamaan vaate palveluna -mallien kirjoa ja osaamisen alueita.

Haastateltava H06 pyörittää korjausompelimoa. Korjaustoiminnan lisäksi yritys myös satunnaisesti kustomoi asiakkaidensa kirpputorilta hankkimia vaatteita. Second hand-ilmiön käytössä kuumana tässä voisi olla uusi vaate palveluna -malli, jota voisi markkinoida kuluttajille yhteistyössä kirpputorien ja jälleenmyyntialustojen kanssa. Haastateltava A10 on kehittänyt poistotekstiileistä mallistokonseptia, jonka mukaisia tuotteita voidaan tulevaisuudessa valmistaa asiakkaiden omista poistotekstiileistä. Materiaalien arvon lisääminen jalostamalla ja kustomoimalla niistä uusia tuotteita lisää osaltaan kiertotalouden resilienssiä ja on näin ollen uudistavan liiketoiminnan ytimessä. Poistotekstiilien tai leikkuujätteiden upcycling vaatii teknistä osaamista niin ompelun kuin kaavoituksenkin osalta. Liiketoiminnallisesti kannattavien upcycling tuotteiden tekeminen vaatii ehdottomasti myös tuotesuunnitteluosaamista.

Uudenlaiset liiketoimintamallit kaipaavat verkostoitumista ja ekosysteemien tukea. Ekosysteemit lisäävät toiminnan resilienssiä, joustavuutta ja sopeutumista yllättäviin tilanteisiin. Niiden kehittyminen olisi elinvoimaisen tuote palveluna -systeemin eilinehto, esimerkiksi kiertotalouden mukaisen materiaalien kierron järjestäminen liiketaloudellisesti kannattavaksi on mahdollista ekosysteemeissä. Arvoketju voi muodostaa myös dataekosysteemin, jossa on mahdollista jakaa kertyvää dataa, esimerkiksi asiakastietoa. Datan jakaminen vaatii ehdotonta luottamusta ja digitaalisen alustan, jonka kautta tieto kulkee. (Orasmaa ym. 2020, 36.)

Monilla haastateltavilla yrityksillä olikin muodostunut pieni verkosto, jonka toiminnan he koki erittäin tärkeäksi. Enimmäkseen verkosto muodostuu paikallisista tuotteiden valmistajista tai tavarantoimittajista, mutta moni jakaa esimerkiksi liiketilan toisen yrittäjän kanssa, jolloin asiakasverkosto voi laajentua huomattavasti. Esimerkkinä voisi toimia vaatebrändin studio ja verkkokauppa yhdessä vaatteiden huolto- ja korjausta tarjoavan yrityksen kanssa. Ideaalia Nurmen kehittämää Clothing-as-a-service-ekosysteemiä (Caas), jossa erilaiset vaatepalveluna -alan ammattilaiset toimittoivat yhden operaattorin avulla, en tässä mittakaavassa Suomessa ole vielä havainnut, ellei oteta lukuun Emmyn tai Zadaan kaltaisia toimijoita. Caas -ekosysteemin haasteena on todennäköisesti vielä kuluttajalle muodostuva palvelun hinta, kun jokaisen toimijan, esimerkiksi vaatevuokraamon, pesulan ja logistiikkayrityksen on saatava katteensa.

9.3.5 Digitaalisuus ja teknologia

Digitaalisen osaamisen tarpeet ovat ilmeiset. Aineiston perusteella digitaalisuus koetaan itsestään selvänä ja samalla asiana, jota on vaikea hahmottaa. Teknologian mahdollisuuksia ei osata vielä nimetä tai ajatella, vaikka digitaaliset kanavat, some ja esimerkiksi laskutusjärjestelmät ovat toiminnan arkipäivää. Käyttäjätieto, some-markkinointi ja verkkokauppa ovat monella käytössä, mutta esimerkiksi digitaaliseen markkinointiin liittyvät osaamistarpeet nousivat erityisesti aineistosta esille. Teknologiaan liittyviä osaamistarpeita on muun muassa materiaalien jäljittämässä, mittausjärjestelmissä ja käyttäjätiedon keräämisessä sekä suunnitteluun ja myyntiin liittyvissä toiminnoissa.

Vaikka teknologian ja digitaalisuuden suomat mahdollisuudet ovat rajattomat yllättävän moni haastateltava mainitsi tekevänsä esimerkiksi kaavoitukseen liittyviä työvaiheita käsin ja halusi korostaa käsillä tekemisen tuomaa lisäarvoa, niin asiakkaalle kuin itselleenkin. Eräs haastateltava totesi:

Käsillä tekeminen on arvo sinänsä.

Korjaus- ja kustomointipalvelut ovat pitkälti tulevaisuudessakin käsityötä ja perustuvat asiakkaan ja palvelun tarjoajan vuorovaikutukseen. Toisaalta kustomoitaviinkin vaatteisiin voidaan adaptoida teknologiaa tai sisällyttää digitaalisia antureita. Osaamistarpeet tällä saralla liittyvätkin digitaalisuuden hyödyntämiseen apuvälineenä teknisten ja käsin suoritettavien työvaiheiden rinnalla.

Teknologian kehitys näkyy tekstiilialalla erityisesti uusien kuitujen ja kierrätysmateriaalien kehittämässä. Tulevaisuudessa materiaalitekhnologia, synteettinen biologia ja geenimuuntelu tuottaa yhä enemmän materiaali-innovaatioita. Selluloosapohjaiset kuidut tai esimerkiksi vehnän oljesta kehitetty kuitu, muokatun hiivan avulla tuotettu silkki tai hedelmien

kuiduista ja lehdistä valmistettu nahanomainen materiaali kertovat kehittyvän alan innovaatioista. (Eskola 2019.) Materiaalien uudistuminen ja niiden käytön valtavirtaistuminen ennakoivat toimialan tärkeän osa-alueen osaamisen päivittämistä.

Tarkasteltaessa tulevaisuuspyörämenetelmän avulla teknologian ja digitaalisuuden merkitystä osaamistarpeiden osalta, voi vain todeta, että ne korostuvat entisestään. Vaate palveluna -mallin kannalta erityisesti kiertotalouteen liittyvä toimintaketjujen läpinäkyvyyden vaatimus luo osaamistarpeita esimerkiksi lohkoketjuteknologian osalta. Maailman talousfoorumi on ennustanut lohkoketjujen mullistavan paitsi toimintaketjujen läpinäkyvyyden myös kaiken liiketoiminnan 2020-luvun loppuun mennessä (Yle Areena 2020). Se, mitä tämä käytännössä tarkoittaa, on monelle toimijalle vielä avoinna. Tekoäly ja big data räätälöivät asiakkaalle tarjottavia palveluita. Lisätyn- ja virtuaalitodellisuuden, sekä esineiden internetin käytön valtavirtaistuminen tuo uusia mahdollisuuksia esimerkiksi palvelujen saatavuuden ja verkko-ostamisen kannalta. Nopeasti kehittyvä teknologia muuttaa toimintatapoja ja vuorovaikutusta ja luo jatkuvasti uusia osaamistarpeita ja edellyttää ajatusmallien muuttamista. (Dufva 2019, 83).

Omistamisen muutoksen liiketoimintamalleissa voidaan jakaa myös aineettomia asioita, kuten tietoa, aikaa ja innovaatioita. On kiinnostavaa, miten lohkoketjuverkostot ja avoimen lähdekoodin toiminnot voivat hyödyntää tulevaisuudessa tuote palveluna -tyyppistä liiketoimintaa ja toisaalta, miten tietoa jaetaan ekosysteemien sisällä tai poikkileikkaavasti niiden yli. Toimialan sisäinen arvoketju muodostaa tärkeän kanavan tiedon jakamisen kannalta. Yhtä tärkeä on myös toimialojen rajat ylittävä yhteistyö. Esimerkiksi verkostojen yhteistyön tai TKI-toiminnan kautta muodostuvat kanavat ja niistä kumpuava yhteistyö. Tämä vaatii koordinoitua ja uutta ymmärrystä sekä monialaisuuden hahmottamista yhteistyömahdollisuuksien hyödyntämisessä. Yritysten välistä avointa tiedon vaihtoa ja dataa tarvitaan, jotta kiertotalouden liiketoimintamallit kehittyvät ja ovat skaalautuvia. (Orasmaa ym. 2020, 43.)

9.3.6 Yhteiskunnalliset osaamistarpeet

Yhteiskunnallisen osaamisen tarpeet liittyvät toisaalta vastuullisuuden käsitteeseen yhteiskunnallisessa mielessä, mutta myös konkreettisiin vastuulliseen liiketoimintaan liittyviin sääntöihin ja sopimuksiin. Lisäksi osaamistarpeita ilmeni alan standardeihin ja sertifikaatteihin liittyvissä asioissa. Näihin osaamisen alueisiin löytyy oppaita ja nettisivustoja, joissa tieto on koottuna kiteytetysti, mutta hämmennystä herättäneenä esimerkiksi sertifikaattien monimuotoisuus. Luotettavaa tietoa standardeista löytyy Suomen Standardisoimisliitto ry: julkaisuista (SFS) ja sertifikaateista esimerkiksi ELY-keskuksen koosteesta. (ELY-keskus.) Alan etujärjestö, Suomen Tekstiili & Muoti ry, on laatinut vastuullisuuskäsikirjan, jossa käsitellään

vastuulliseen liiketoimintaan liittyviä toimenpiteitä ja ohjeita. (Suomen Tekstiili & Muoti 2016.)

Kiertotalouden siirtymävaiheen rahoitus mietityttää alan toimijoita. Haastatelluista osalla oli kokemusta yhteiskunnan tarjoamista rahoitusinstrumenteista. Ne koettiin hankaliksi ja byrokraattisiksi, eikä tietoa tai kanavia, josta tietoa saa, osattu ehkä hahmottaa. Kiertotalouden investointeja rahoittavat muutamat yksityiset ja julkiset rahoittajat, muun muassa Business Forum Finland ja ELY-keskukset. Rahoituksen saaminen on haastavaa, koska toiminnalla tai hankkeilla tulisi olla tunnistettavissa kansainvälistä potentiaalia, eikä sitä välttämättä ilmene pilotointivaiheissa.

Tulevaisuudessa erilaiset joukkorahoitusinstrumentit tai ympäristöhyötyjä painottavat rahoitusmallit voivat olla liiketoiminnan tukena. Rahoitusyritysten on kuitenkin pystyttävä todentamaan vertailukelpoisesti toiminnan vastuullisuus ja positiiviset ilmastovaikutukset. EU:n kestävän rahoituksen luokittelujärjestelmän kriteeristö määrittelee puitteet, joiden sisällä rahoitusyritysten vastuullisen toiminnan tasojen tulee olla, nämä vaatimukset vaikuttavat suoraan rahoitusta hakevien yritysten vastuullisen toiminnan kriteereihin. (BIOS 2020.) Kiertotalouden toteutumisen kannalta tulee olemaan elintärkeää, että alan toimijat ovat aktiivisia ja saavat tietoa rahoitusmekanismeista. Olennaista on, että systeemitason päätökset ja julkisen tason taloudelliset ratkaisut tukevat yrityksiä investoimaan vastuulliseen ja kestävään liiketoimintaan. (Suomen Valtioneuvosto 2020, 42.)

Yritysten on haastavaa hahmottaa muuttuvaa toimintaympäristöä, koska toimiminen arjessa sen muutoksen keskellä tavallaan sokaisee näkymän. Teemahaastatteluun ja työpajoihin valikoituneet alan toimijat ovat erittäin tiedostavia ja haluavat toimia vastuullisesti. Aineiston havaintojen pohjalta tärkeiksi osaamisalueiksi muodostuu halu ymmärtää muutoksen taustaa ja tulevaisuutta ja miten ne vaikuttavat liiketoimintaan. Muuttuvasta toimintaympäristöstä keskusteltaessa kysyin haastateltavien kiinnostusta täydentää osaamistaan esimerkiksi täydennyskoulutuksen avulla. Kaikki vastaajat olisivat valmiita investoimaan koulutukseen, jos se olisi mahdollista toteuttaa joustavasti, esimerkiksi etäopintoina.

9.3.7 Osaamistarpeet tuote palveluna -opintosisältöjen runkona

Kehittämistyön aineiston pohjalta havaittuja osaamistarpeiden teemoja löytyi kaikilta yhteiskunnan ekologisen, taloudellisen ja sosiaalisen toiminnan alueilta. Jokaisessa osaamisen tarpeiden alueessa on näkökulmana pyrkimys kiertotalouden mukaiseen vastuulliseen toimintaan. Se, miten löytyneet tarpeet implementoidaan tuote palveluna -opintosisältöihin, riippuu tarjottavan koulutuksen tasosta. Opintokokonaisuuksien sisältöjen tulisi olla erilainen jo alalla toimiville ammattilaisille ja tutkintoa suorittaville opiskelijoille. Esimerkiksi

toimialan yrittäjille tarjottavassa täydennyskoulutuksessa voidaan tarjota räätälöityjä kokonaisuuksia, painottaen vain tiettyjä osaamisen alueita, riippuen osallistujien tarpeista. Tutkintoon johtavissa opinnoissa opiskelevat tarvitsevat lähtökohtaisesti laajemman ja muuhun opintotarjontaan mukautetun sisällön.

Lukuvuoden 2021–2022 muoti- ja vaatetusalan, alemman - tai ylemmän korkeakoulutason koulutuksen kentällä tuote palveluna -toimintoihin keskittyviä opintokokonaisuuksia ei ole tarjolla kuin Savonia ammattikorkeakoulussa, product as a service -nimellä ja LAB-ammattikorkeakoulussa syksyllä 2021 pilotoitava tuote palveluna -opintokokonaisuus. Muoti- ja vaatetusalan koulutusten sisällöt ovat 2020-luvulla päivitetty lähtökohtaisesti vastaamaan kiertotalouden edellyttämiä vastuulliseen toiminnan periaatteita, sekä korkeakoulutasolla että tekstiili- ja muotialan perustutkinnon osalta. Tuotteiden palveluistumisen edellyttämää osaamista tulisi erityisesti painottaa ja erillisiä tuote palveluna -toimintaan painottuvia opintosisältöjä lisätä opintotarjontaan.

Täydennyskoulutuksen tarve jo alalla toimiville ammattilaisille on ilmeinen niin kiertotalousosaamisen päivittämisen kuin erityisesti tuote palveluna -liiketoimintamallien osaamisen osalta. LAB ammattikorkeakoulussa on kehitteillä täydennyskoulutuksen tarjontaan ”vastuullinen vaatetusala” -koulutuskokonaisuus, jossa yhtenä opintomodulina on tuote palveluna -toimintamalli. Opintomodulin sisältö tullaan suunnittelemaan tämän kehittämistyön aineiston pohjalta havaittujen osaamistarpeiden pohjalta. Jatkossa kartoituksen tuloksista voidaan muodostaa useita erilaisia opintokokonaisuuksia, ja osaamistarpeet ovat skaalattavissa muillekin kuin muoti- ja vaatetusalan toimijoille. Olennaista on, että sisällöissä korostetaan monialaisuutta ja pyrkimystä kokonaisuuksien hahmottamiseen sekä eri osa-alueiden toisiaan täydentävään vaikutukseen.

10 Yhteenveto

Kehittämistyöni tavoitteena oli kartoittaa ja ennakoida kiertotaloutta tukevia osaamistarpeita muoti- ja vaatetusosalalla palveluistumisen ja vaate palveluna -liiketoiminnan näkökulmasta. Lähestyin aihetta laatimalla muoti- ja vaatetusalan toimintaympäristöstä kontekstin, johon nimesin ekologisia, yhteiskunnallisia, taloudellisia ja sosiaalisia alueita, joiden oletin vaikuttavan alan toimintaan ja tulevaisuuden osaamistarpeisiin. Kontekstin pohjalta aloin tutkia aihealueita ja niiden keskinäistä dynamiikkaa. Keräsin aineistoa ja käyttäjätietoa haastatteleamalla toimialan asiantuntijoita sekä osallistuin osaamistarpeita kartoittavaan Digital & Circular Fashion House -hankkeen työpajoihin asiantuntijan roolissa. Tietoperusta muodostui laajaksi ja havaittujen osaamistarpeiden määrä oli yllättävän suuri. Suuri osa osaamistarpeista liittyy muoti- ja vaatetusalan liiketoiminnan harjoittamiseen, markkinointiin ja brändäykseen, kuluttajakäyttäytymiseen sekä digitaalisuuden kehittymiseen. Näihin liittyvät tarpeet eivät sinänsä kuulosta uusilta, mutta näkökulma on kokonaan toinen, kun siirrytään lineaarisesta ota-käytä-heitä pois- talousmallista kiertotalouden edellyttämään suljetun kierron malliin, jossa kuluttamista pyritään lähtökohtaisesti vähentämään.

Tausta-aineiston materiaaleista nousi selkeästi talouden paradigman muutos, yhteiskunnallisten regulaatioiden merkitys sekä teknologia ja digitalisaatio merkittävimiksi osa-alueiksi, jotka resonoivat keskenään ja joiden mukaisilla toimilla voidaan ohjata muutosta kohti kiertotalouden mukaista toimintaa. Nämä osa-alueet korostuivat myös teemahaastattelujen ja Design Sprint -työpajojen tuloksissa osaamistarpeiksi ja vahvistivat näin olettamaani toimintaympäristön kontekstia. Käyttäjääineiston pohjalta muotoutui lisäksi selkeäksi teemaksi sosiokulttuuriset osaamisalueet, erityisesti kuluttajakäyttäytymiseen liittyvät osaamistarpeet ja toisaalta verkostoitumisen osaamisen tarve.

Tarkastelin aineistoanalyysin pohjalta havaittuja osaamistarpeiden teema-alueita vielä tulevaisuuspyörämenetelmän avulla, peilaten niitä meta- ja megatrendeihin vaate palveluna -mallin näkökulmasta. Havaitsin aineiston pohjalta määriteltujen osaamisalueiden vahvistuvan ja kulminoituvan kiertotalouden mukaisen liiketoiminnan vahvistamiseen, käyttäjälähtöisyyden korostumiseen palvelukonseptien ja brändien suunnittelussa, vastuulliseen viestintään, tuotteen elinkaarta pidentävien palvelujen hallintaan ja ekosysteemien tärkeyden ymmärtämiseen. Digitaalisen osaamisen jatkuva päivittäminen on olennaista ja yhteiskunnallisen osaamisen hallinta on tärkeä osaamisalue vaate palveluna -liiketoiminnassa muoti- ja vaatetusosalalla.

Kuluttajan toiminnan merkitys kiertotalouden toteutumisessa on aivan olennainen. Jos kuluttajien valinnat eivät tue käytännössä uusien tuotteiden kuluttamisen vähentämistä, vaikeutuu kiertotalouden mukainen suljetun kierron sykli. Pohtiessani vaate palveluna -mallin

näkökulmasta tehtyjä kulutuskäyttäytymiseen liittyviä tutkimuksia, on todettava, että asenteiden muutos vastuullisen kuluttamisen osalta on hidas, vaikka tahtotila muutokseen olisi suhteessa hyvinkin positiivinen. Teemahaastatteluihissa ja Design Sprint -työpajassa esiin nousseet havainnot kuluttajan asenteiden muutoksen hitaudesta olivat samansuuntaisia. Tieto vastuullisesta toiminnasta tulee olla läpinäkyvää ja todenperäistä, mutta pelkällä vastuullisuuslupauksella en kuluttajan käytöstä saada muuttumaan tai sitoutumaan tuote palveluna -malleihin. Jotta asenteita voitaisiin muuttaa ja vastuullista kuluttamista lisätä, tulisi palveluiden olla kuluttajaa taloudellisesti hyödyttäviä, yksilöllisiä tarpeita tyydyttäviä ja lisäarvoa tuottavia konsepteja, jotka ovat helposti saavutettavia ja luotettavia. Jotta vaate palveluna -malli saadaan valtavirtaistumaan, on liiketoimintaa suunniteltaessa tiedettävä, kuka asiakas on, mitä hän haluaa ja mistä hän on valmis maksamaan.

Tulevaisuuspyörämenetelmän avulla aihetta tarkastellessani korostui erityisesti yksilöllisten palveluiden tarve. Tulevaisuudessa kuluttajat vaativat yhä räätälöidympiä palveluratkaisuja, koska terveyteen, hyvinvointiin ja merkityksellisyyden kokemukseen halutaan panostaa. Myös väestön ikääntyminen luo vaate palveluna -mallin toiminnan toteuttamiseen uusia osaamistarpeita ja toisaalta liiketoimintapotentiaaleja palveluiden tarjontaan.

Eryityisesti tuotteen elinkaarta pidentävien toimintojen, kuten huollon, korjauksen ja kustomointitoimintojen osalta uudet osaamistarpeet korostuvat. Näiden palveluiden kysyntä on kuluttajien keskuudessa kasvussa, ja ne tukevat muita vaate palveluna malleja, joissa tuotteen omistus säilyy palvelun tarjoajalla, esimerkiksi vaatevuokraamon palveluiden täydentäjänä. Eryityisesti vaatteiden kustomointi on toimintaa, jossa materiaalin arvo kasvaa kiertotalouden materiaalien kierrossa vahvistaen samalla toiminnan resilienssiä. Materiaalien arvon lisääminen on muoti- ja vaatetusalan kiertotalouden ydintoimintaa, jota pitää tulevaisuudessa lisätä ja vahvistaa. Vaatteiden korjaus- ja kustomointipalveluiden hallinta edellyttää paitsi teknisten taitojen, kuten vaatteiden kaavoituksen ja korjaamisen osaamista, myös vastuullisen tuotesuunnittelun ja muotoiluosaamisen hallintaa.

Tarkastelun pohjalta vahvistui havainto, jossa kiertotalouden mukainen toiminta, jossa uudenlaisen tuote palveluna -liiketoiminnan avulla pyritään lisäämään tuotteiden käyttökertoja ja pidentämään niiden elinkaarta, vaatii usean osa-alueen hallintaa ja tulevaisuudessa erilaisista sidosryhmistä muodostuvia ekosysteemejä, jotka osaltaan vahvistavat toiminnan resilienssiä. Ekosysteemit muodostuminen vaatii verkostoitumistaitoja ja toiminnan avoimuutta sekä tiedon uudenlaista jakamista. Nämä monialaiset, palveluja tarjoavat ekosysteemit vaativat puolestaan toimintojen koordinoitua, johon mahdollisesti tarvitaan uutta asiantuntijuutta ja osaamista. Näissä, tuotteen elinkaarta pidentävissä ja käyttökertoja lisäävissä vaate palveluna -liiketoiminnoissa, kuten korjaus-, huolto ja kustomointipalveluissa

sekä niistä muodostuvissa ekosysteemeissä näkisin mielenkiintoisia jatkotutkimusmahdollisuuksia muoti- ja vaatetusosalalla.

Teknologian ja digitaalisuuden osaamistarpeet korostuvat edelleen tulevaisuuspyörämenehtelmän pohjalta tehdyissä havainnoissa. Digitaalisuus mahdollistaa ja edesauttaa kaikkea muoti- ja vaatetusalan kiertotalouden mukaista liiketoimintaa, tuotteiden suunnittelusta ja valmistuksesta markkinointiin, myyntiin ja kierrätykseen. Digitaalisten taitojen päivittäminen on osa kiertotalouteen kuuluvaa jatkuvan oppimisen tavoitetta. Vaate palveluna -mallin kannalta erityisesti kiertotalouteen liittyvä toimintaketjujen läpinäkyvyyden vaatimus luo osaamistarpeita paitsi digitaalisen markkinoinnin myös erilaisten, vastuullista toimintaa mittaavien teknologioiden osaamisen alueilla. Lohkoteknologia tulee lisäämään läpinäkyvyyttä koko toimintaketjun osalta, aina materiaalityöstä käyttäjin saakka ja sen povataan mullistavan myös kaiken liiketoiminnan. Lohkoteknologian ja materiaalityöntehtämisen kehittyminen tuovat osaltaan uusia mahdollisuuksia ja toisaalta luovat osaamistarpeita vaate palveluna -mallien toiminnan kannalta.

Kehittämistyön aineistojen pohjalta havaitut ja ennakoitavat osaamistarpeet ovat sovellettavissa yleisesti tuote palveluna -liiketoimintamallien opintosisältöjen suunnitteluun niin ammatissa jo toimivien ammattilaisten täydennyskoulutustarpeisiin kuin tutkintoa opiskelevien tuote palveluna -opintokokonaisuuksien sisältöjen suunnitteluunkin. Kehittämistyön tulokset konkretisoituvat jo syksyllä 2021, kun havaittujen osaamistarpeiden pohjalta alan suunnittelemaan LAB-ammattikorkeakoulun puuttavan muotoilun opintotarjonnassa olevaa viiden opintopisteen tuote palveluna -opintokokonaisuuden sisältöä sekä täydennyskoulutustarjonnan tuote palveluna -opintomodulin sisältöä. Koulutuksen kautta osaamistarpeiden kartoituksella ja ennakkoinnilla on tulevaisuudessa yhteiskunnallista vaikuttavuutta kiertotaloutta tukevien toimintojen, erityisesti palveluistumisen ja tuote palveluna -liiketoimintojen valtavirtaistumisen myötä.

Olen nähnyt yli 30-vuotisen vaatetussuunnittelijan urani aikana muoti- ja vaatetusteollisuuden nousun ja laskun, - melkein tuhon. Lähdin kehittämistyössäni tutkimaan itselleni tuttua toimintaympäristöä uusin silmin. Tiesin jo aloittaessani, että joudun syvään päähän ja sieltä pintaan nousu tulisi olemaan vähintäänkin silmiä avaavaa. Kokemuksesta tiedän, että toimialalle luonteenomainen jatkuva muutos on olennainen osa toimintaa ja siihen on sopeuduttava. Tiedän kokemuksesta myös sen, että alalla toimiminen edellyttää monialaista osaamista, kuluttajan ja markkinan, talouden ja yhteiskunnan ymmärtämistä, trendien ja ilmiöiden ennakoimista, -oman substanssiosaamisen lisäksi. Näistä mikään ei ole muuttunut tai muuttumassa, osaamistarpeet tarkentuvat ja kulminoituvat kiertotalouden mallia tukeviksi, jolloin kaiken muun pitää muuttua!

Kaikella muulla tarkoitan perustavaa laatua olevaa muutosta, jossa emme enää tuhlaa luonnonvaroja, vaan tuotamme ja kulutamme vain tarpeeseen. Muutoksen olisi tapahduttava heti, jotta saavutamme vuoteen 2035 asetetut tavoitteet hiilineutraalista taloudesta Suomessa ja olemme mukana globaalissa muutoksen ketjussa. Muutos on vielä hidas, mutta suunta on tiedossa.

Tämän laivan kääntämiseen tarvitaan systeemitason rakenteellisia muutoksia liiketoiminnan ja kulutuskäyttäytymisen suhteen ja sitoutumista uudelleenlaiseen talousajatteluun. Näiden toteuttamiseksi tarvitaan uutta osaamista ja sitoutumista jatkuvaan oppimiseen. Tarvitaan poliittisia päätöksiä, lakeja ja säädöksiä. Tarvitaan tietoa toimijoille ja toiminnan läpinäkyvyyttä kuluttajille. Tarvitaan sidosryhmien ja arvoketjujen muodostamia ekosysteemejä ja yhteiskehittämisen toimintamalleja. Tarvitaan ehdottomasti positiivisia ja kannustavia esimerkkejä siitä, mitä lisäarvoa uudellinen tuottamisen kiertotalouden mukainen toiminta tuo, miten ne skaalautuvat ja ovat riittävästi taloudellisesti kannattavaa. Kukaan ei voi kääntää suuntaa yksin, tarvitaan yhteistyötä kaikkien toimijoiden kesken!

Lähteet

- Armstrong, C.M.J. & Lang, C. 2018. The Clothing Style Confidence Mindset in a Circular Economy. Teoksessa Niinimäki, K. (toim.). 2018. Sustainable Fashion in a Circular Economy. Aalto University, 42–61.
- Botsman, R. Rogers, R. 2011. What's mine is yours. How collaborative consumption is changing the way we live. London: Harper Collins Publishers.
- Henninger, C. Jones, C. Boardman, R. McCormick, H. 2018. Collaborative Consumption and the Fashion Industry. Teoksessa Niinimäki, K. (toim.) Sustainable Fashion in a Circular Economy. Helsinki: Aalto University, School of Arts, Design and Architecture, 62–76.
- Hiltunen, E. 2012. Matkaopas tulevaisuuteen. Helsinki: Talentum Media Oy.
- Hiltunen, E. 2019. Tulossa huomenna. Jyväskylä: Docendo Oy.
- Hirsijärvi, S. & Hurme, H. 2001. Tutkimushaastattelu. Teemahaastattelun teoria ja käytäntö. Helsinki: Yliopistopaino.
- Lahti, V-M. & Selosmaa, J. 2013. Kaikki jakoon, kohti uutta yhteisöllisyyttä taloutta. Atena kustannus Oy. Keuruu: Otavan Kirjapaino Oy
- Melles, G. 2015. Designing for sustainable development: industrial ecology, sustainable development, and social innovation. Teoksessa In Transformation Design. Birkhäuser, 166–176.
- Niinimäki, K. 2018. Teoksessa Niinimäki, K. (toim.) Sustainable Fashion in a Circular Economy. Helsinki: Aalto University, School of Arts, Design and Architecture, 12–42.
- Ojasalo, K. Moilanen, T. & Ritalahti, J. 2020. Kehittämistyön menetelmät. uudenlaista osaamista liiketoimintaan. Helsinki: Sanomapro Oy.
- Simmel, G. 1986. Muodin filosofia. Helsinki: Kustannus Oy Odessa.
- Tuomi, J. & Sarajärvi, A. 2009. Laadullinen tutkimus ja sisällönanalyysi. Jyväskylä: Gummerus Kirjapaino Oy.

Sähköiset lähteet

- Ahtiala, M & Gusatinsky, V. Mikä on Design Sprint. Fraktio. Blogi. Viitattu 4.5.2021. Saatavissa <https://www.fraktio.fi/blogi/mika-design-sprint>

Anna Ruohonen 2021. www-sivut. Viitattu 25.07.2021. Saatavissa

<https://annaruohonen.com/>

Antikainen, M. 2021. Telaketju. Workshop Viitattu 08.06.2021. Saatavissa

<https://telaketju.turkuamk.fi/webinaarit/vaatteet-palveluna-arvoa-kuluttajille-ja-kiertotaloudelle/>

Antikainen, M., Heikkilä, J., Knuutila, H., Nurmi, P., Petänen, P., & Heikkilä, P. 2020. Sustainable circular economy value propositions in clothing as a service-model. In XXXI ISPIIM Innovation Conference-Online: Innovating in Times of Crises. Lappeenranta University of Technology. Viitattu 08.06.2021. Saatavissa

https://telaketju.turkuamk.fi/uploads/2020/07/18f4fdc8-ispim-caas_final.pdf

Armstrong, C. M., Niinimäki, K., Kujala, S., Karell, E., & Lang, C. 2015. Sustainable product-service systems for clothing: exploring consumer perceptions of consumption alternatives in Finland. Journal of Cleaner production, 97, 30–39. Viitattu 13.07.2021.

Saatavissa <https://d1wgtxts1xzle7.cloudfront.net/67269456/j.jclepro.2014.01.04>

Bennett, N., & Lemoine, G. J. (2014). What a difference a word makes: Understanding threats to performance in a VUCA world. Business Horizons, 57(3), 311–317. Viitattu 01.07.2021. Saatavissa

https://www.researchgate.net/profile/Nathan-Bennett-5/publication/263926940_What_VUCA_really_means_for_you/links/5a53813e458515e7b72eb049/What-VUCA-really-means-for-you.pdf

BIOS 2020. EU:n Kestävän kehityksen rahoituksen luokittelujärjestelmä. Bios-

tutkimusyksikkö. Artikkel. Viitattu 28.07.2021. Saatavissa <https://bios.fi/eun-kestavan-rahoituksen-luokittelujarjestelma/>

Boiten, V. 2021. Global fashion agenda, 2021. Fashion CEO Agenda 2021. Webinaari. Viitattu 08.06.2021. Saatavissa <https://www.globalfashionagenda.com/publications-and-policy/fashion-ceo-agenda-2021/>

Broström, N. 2019. Viisas raha. Artikkel. Viitattu 08.06.2021. Saatavissa

<https://viisasraha.fi/Oma-talous/Vastuullisuus-n%C3%A4kyy-aiempaa-vahvemmin-eurooppalaiskuluttajien-ostop%C3%A4%C3%A4t%C3%B6ksiss%C3%A4>

Ceschin, F. & Gaziulusoy, İ. 2019. Design for Sustainability (Open Access): A Multi-level Framework from Products to Socio-technical Systems. Routledge focus on environment and sustainability. Viitattu 08.06.2021. Saatavissa <https://doi.org/10.4324/9780429456510>

Circular Economy Praktitioner Guide. 2018. World business Council for Sustainable Development. Viitattu 19.07.2021. Saatavissa <https://www.ceguide.org/Glossary>

Circular Economy Action Plan. 2020. Europa Commission. Viitattu 08.06.2021. Saatavissa https://ec.europa.eu/environment/pdf/circular-economy/new_circular_economy_action_plan.pdf

Demary, V. 2015. Competition in the sharing economy (No. 19/2015). IW policy paper. Viitattu 09.07.2021. Saatavissa https://www.iwkoeln.de/fileadmin/publikationen/2015/235445/Sharing_Economy_Policy_Paper.pdf

Designignite. Viitattu 4.5.2021. Saatavissa <https://www.designignite.com/using-the-affinity-diagram/>

Digital & Circular Fashion House -hanke. Viitattu 4.5. 2021. Saatavissa <https://digitalcircularfashion.savonia.fi/188-2/>

Dufva, M. 2020. Megatrendit 2020. Sitran julkaisuja. Viitattu 19.07.2021. Saatavissa <https://www.sitra.fi/julkaisut/megatrendit-2020/>

Dufva, M., Hellström, E., Hietaniemi, T., Hämäläinen, T., Ikäheimo, H-P., Lähdemäki-Pekkinen, J., Poussa, L., Solovjew-Wartiovaara, A., Vataja, K., & Wäyrynen, A. 2020. Megatrendit koronan valossa. Viitattu 08.07.2021. Saatavissa <https://www.sitra.fi/julkaisut/megatrendit-koronan-valossa/>

Elkington, J. Triple-bottom-line. Figure. Viitattu 05.07.2021. Saatavissa https://www.researchgate.net/figure/The-triple-bottom-line-Elkington-1997_fig1_314952554

EllenMacArthur Foundation. Efficiency versus effectiveness. 2009. Artikkel. Viitattu 08.06.2021. Saatavissa <https://www.ellenmacarthurfoundation.org/news/efficiency-vs-effectiveness>

Ellen MacArthur Foundation, A new textiles economy: Redesigning fashion's future 2017. Viitattu 08.06.2021. Saatavissa <https://www.ellenmacarthurfoundation.org/publications>

Ellen MacArthur Foundation 2019. Circular economy system diagram. Viitattu 01.07.2021. Saatavissa <https://www.ellenmacarthurfoundation.org/circular-economy/concept/infographic>

ELY-keskus. standardit, sertifikaatit ja merkit. Dokumentti. Viitattu 26.07.2021. Saatavissa <https://www.ely-keskus.fi/documents/10191/56418/Standardit%2C%20sertifikaatit+ja+merkit/75fe3e57-f667-42af-945b-d4f36d8a396c>

Eskola, P. 2019. Tulevaisuudessa vaatteita valmistetaan jopa vehnäkuiduista ja hiivasta – banaanien ja ananasten jätteistä tehdään jo asusteita. Artikkel. Fab-lehti. Viitattu 28.07.2021. Saatavissa [https://fafi.fi/trendit/tulevaisuudessa-vaatteita-valmistetaan-vehnakuidusta-ja-hiivasta-banaanien-ja-ananasten-jatteista-tehdään-jo-asusteita/](https://fafi.fi/trendit/tulevaisuudessa-vaatteita-valmistetaan-vehnakuidusta-ja-hiivasta-banaanien-ja-ananasten-jatteista-tehdaan-jo-asusteita/)

Ethica. Kiertotalous. Viitattu 07.06. 2021. Saatavissa <https://www.ethica.fi/fi/kiertotalous/>

EU:n Strategia kestäviä tekstiilejä varten. EU komissio. 2020. Viitattu 08.06.2021. Saatavissa https://ec.europa.eu/info/law/better-regulation/have-your-say/initiatives/12822-EUn-strategia-kestavia-tekstiileja-varten_fi

Fab-lehti 2021. Suomalainen Kerry Murphy pyörittää maailman ensimmäistä digitaalista muotitaloa -ja kysyntää riittä. Artikkel. Viitattu 04.05.2021. Saatavissa <https://www.fablehti.fi/digitaalinen-muoti/>

Finix-hanke 2020. www-sivut. Viitattu 03.08.2021. Saatavissa <https://finix.aalto.fi/>

An European Green Deal. 2019. Europa Commission. Viitattu 08.06.2021. Saatavissa <https://ec.europa.eu/info/strategy/priorities-2019-2024/european-green-deal>

Global Fashion Agenda 2021. Viitattu 03.08.2021. Saatavissa <https://www.globalfashionagenda.com/>

Global fashion agenda, 2021. Fashion CEO Agenda 2021. Viitattu 08.06.2021. Saatavissa <https://www.globalfashionagenda.com/publications-and-policy/fashion-ceo-agenda-2021/>

Global Fashion Agenda. Pulse of the Fashion industry. 2019. Viitattu 08.06.2021. Saatavissa <https://www.globalfashionagenda.com/publications-and-policy/pulse-of-the-industry/>

Halme, M. 2021. Tekstiilien resilienssit liiketoimintamallit. Workshop. Viitattu 08.06.2021. Saatavissa <https://finix.aalto.fi/workshop-tekstiilien-resilienssit-kiertotalouden-liiketoimintamallit/>

Halme, M. & Sahimaa, O. 2021. Tekstiilien resilienssit liiketoimintamallit. Workshop. Viitattu 08.06.2021. Saatavissa <https://finix.aalto.fi/workshop-tekstiilien-resilienssit-kiertotalouden-liiketoimintamallit/>

Heino, A. Markkula, A. Saario, M. Sihvonen, H. Ylimäki, L. Kamaja, M. Mikkonen, H. & Mäki, S. Hiilineutraali tekstiilialan tiekartta, loppuraportti. Suomen Tekstiili & Muoti ja Gaia consulting Oy. 2020. Viitattu 08.06.2021. Saatavissa https://stjm.s3.eu-west-1.amazonaws.com/uploads/20200610133352/STJM-Hiilineutraali-tekstiiliala-tiekartta_FINAL.pdf

Helkkula, V. 2021. Creating Shared Value Strategy -Vastuullisesti uudistuvan yrityksen lähestymistapa. Ethika. Blogikirjoitus. Viitattu 03.07.2021. Saatavissa

<https://www.ethica.fi/fi/blogi/creating-shared-value-strategy-vastuullisesti-uudistuvan-yrityksen-lahestymistapa/>

Hiltunen, E. 2021. Tekstiilien resilientit liiketoimintamallit. Workshop. Viitattu 08.06.2021.

Saatavissa <https://finix.aalto.fi/workshop-tekstiilien-resilientit-kiertotalouden-liiketoimintamallit/>

Huumo, E. Kaitosalmi, K, Tuomisto, T. Kavenius, N. & Tikkanen, S. 2019. Fiksu kuluttaja suomessa, Motivaatioprofiilit apuna liiketoiminnan suunnittelussa. Case Study. Sitra.

Viitattu 08.06.2021. Saatavissa

<https://media.sitra.fi/2018/02/01170642/sitramotivaatiofiksukuluttaminensuomessa2018-fi.pdf>

Hämäläinen, T. & Vataja, K. 2020. Korona paljasti yhteiskunnan haavoittuvuuden.

Artikkeli. Viitattu 08.06.2021. Saatavissa <https://www.sitra.fi/artikkelit/korona-paljasti-yhteiskunnan-haavoittuvuuden>

Kanerva, M. Muutoksesta uutta voimaa liiketoimintaan, tulevaisuuden ennakkoinnilla! Blogi.

Viitattu 08.06.2021. Saatavissa <https://www.luotzi.fi/artikkelit/muutoksesta-uutta-voimaa-liiketoimintaan-tulevaisuuden-ennakkoinnilla/>

Kauppi, I. Suomalaisen vaatetussuunnittelijan uraosaaminen ja urapolku. 2021.

University of Eastern Finland Joensuu. Viitattu 05.07.2021. Saatavissa

<https://erepo.uef.fi/bitstream/handle/123456789/24652/1615882962313408458.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Kauppa liitto. Marketit valtaavat vaatetuksen markkinoita. Tiedote, 2019. Viitattu

08.06.2021. Saatavissa <https://kauppa.fi/uutishuone/2019/05/14/otsikko/>

Kiertotalous ja digitalisaatio. Tiedote, Sitra. 2018. Viitattu 08.06.2021. Saatavissa

<https://www.sitra.fi/tapahtumat/kiertotalous-ja-digitalisaatio-teollisuudessa-aamu/>

Koskinen, J. 2018. Tulevaisuustietoinen yhteissuunnittelu. Yhteissuunnittelun yhteisön

blogi. Viitattu 4.5.2021. Saatavissa

<https://codesign2020.wordpress.com/2018/02/16/tulevaisuustietoinen-yhteissuunnittelu/>

Kälviäinen, M. Muotoiluajattelun merkitys YAMK sisältönä työn muutoksessa. Teoksessa

Mirola, T. Ylempi ammattikorkeakoulutus työelämän kehittäjänä 2019, 11–24. Viitattu

19.07.2021. Saatavissa <https://www.theseus.fi/handle/10024/261890>

Kääriäinen, J. Pussinen, P. Wallin, A. Valkokari, K. & Saari, L. 2021. Alustatalouden esimerkkejä suomessa. Tutkimuspapere. VTT. Viitattu 19.07.2021. Saatavissa https://www.vttresearch.com/sites/default/files/pdf/whitepapers/Keko_SEED_White_paper_suomalaiset%20alustaekosysteemit.pdf

Korkman, 2021. Telaketju-hanke. Tekstiilien kiertotalouden ajankohtaisfoorumi. Webinaari. Viitattu 08.06.2021. Saatavissa <https://telaketju.turkuamk.fi/tapahtumat/tekstiilien-kiertotalouden-ajankohtaisfoorumi-2/>

Laakso, A. & Lehtinen, R. 2014. Tulevaisuutta tekemään – työpajatyöskentelyn metodiopas. HAMKin e-julkaisuja 25/2014. Hämeenlinna: Hämeen ammattikorkeakoulu. Viitattu 17.08.2021. Saatavissa https://www.theseus.fi/bitstream/handle/10024/81230/HAMK_Tyopajatyoskentelyn_metodiopas_2014_ekirja.pdf?sequence=1

LeTote 2021. www-sivut. Viitattu 25.07.2021. Saatavissa <https://www.letote.com/>

Menddie 2021. www-sivut. Viitattu 25.07.2021. Saatavissa <https://menddie.com/>

Mud Jeans 2021. www-sivut. <https://mudjeans.eu/>

Muñoz, P. & Cohen, B. (2017). Mapping out the sharing economy: A con-figurational approach to sharing business modeling. Technological Fore-casting & Social Change 125(2017), 21–37. Viitattu 09.07.2021. Saatavissa <https://eprints.whiterose.ac.uk/114258/1/TFSC-16-508R2.pdf>

Murphy, K. 2021. Haastattelu. Fablehti. Viitattu 08.06.2021. Saatavissa <https://www.fablehti.fi/digitaalinen-muoti/>

Nudie Jeans 2021. www-sivut. Viitattu 25.07.2021. Saatavissa <https://www.nudiejeans.com/>

Nurmi, A. 2017. www-sivut. Viitattu 19.07.2021. Saatavissa <https://www.anniinanurmi.fi/vaate-vuokralle/>

Opetushallitus 2019. Tekstiili- ja muotialan uudistettu osaaminen tuottaa osaamista alan muuttuviin osaamistarpeisiin. Uutinen. Viitattu 26.07.2021. Saatavissa <https://www.oph.fi/fi/uutiset/2019/tekstiili-ja-muotialan-uudistettu-ammattillinen-koulutus-tuottaa-osaamista-alan-muuttuviin-osaamistarpeisiin>

Orasmaa, A. Laurila, L. & Liimatainen, H. 2020. Omistamisen muutos. Sitran julkaisuja. Viitattu 08.06.2021. Saatavissa <https://www.sitra.fi/julkaisut/omistamisen-muutos-kiertotaloudessa/>

- Pariisin ilmastopöytäkirja. 2016. Viitattu 08.06.2021. Saatavissa https://unfccc.int/sites/default/files/english_paris_agreement.pdf
- Patala, S. 2020. Tulevaisuuden kestävä tekstiilikosysteemi. Finix hankkeen avausseminaari 2020. Viitattu 08.06.2021. Saatavissa <https://finix.aalto.fi/tervetuloa-finixin-avausseminaariin/>
- Patala, S. 2021. Tekstiilien resilienssi liiketoimintamallit. Workshop. Viitattu 08.06.2021. Saatavissa <https://finix.aalto.fi/workshop-tekstiilien-resilientit-kiertotalouden-liiketoimintamallit/>
- Pietikäinen, S. 2021. Tekstiilien resilienssi liiketoimintamallit. Workshop. Viitattu 08.06.2021. Saatavissa <https://finix.aalto.fi/workshop-tekstiilien-resilientit-kiertotalouden-liiketoimintamallit/>
- Pohjola, T. 2020. Vastuullisuus uutiset. Artikkelit. Viitattu 08.06.2021. Saatavissa <https://vastuullisuus uutiset.fi/fi/yleinen/zalando-unveils-science-based-targets-commits-suppliers-to-set-carbon-goals/>
- Rahkola, M. 2019. Katsaus lohkoteknologioiden hyödyntämiseen Suomessa. Eduskunnan tulevaisuusvaliokunnan julkaisu. Viitattu 19.07.2021. Saatavissa https://www.eduskunta.fi/FI/naineduskuntatoimii/julkaisut/Documents/NETTI_TUVJ_1_2019_Lohkoketjuteknologiat.pdf
- ReMake 2021. www-sivut. Viitattu 25.07.2021. Saatavissa <https://www.remake.fi/>
- Rent the Runway 2021. www-sivut. Viitattu 25.07.2021. Saatavissa <https://www.renttherunway.com/>
- Rentez-Vous 2021. www-sivut. Viitattu 25.07.2021. Saatavissa <http://rentez-vous.com/>
- Rubin, A. 2004. Tulevaisuudentutkimus tiedonalana. TOPI – Tulevaisuudentutkimuksen oppimateriaalit. Tulevaisuuden tutkimuskeskus, Turun yliopisto. Viitattu 4.5.2021. Saatavissa <https://tulevaisuus.fi/>
- SAC, Sustainable Apparel Coalition. NGO-järjestö. Viitattu 08.06.2021. Saatavissa <https://apparelcoalition.org/>
- SFS 2021. Tunnetko tärkeät tekstiilistandardit? Viitattu 25.07.2021. Saatavissa <https://s3-eu-west-1.amazonaws.com/stjm/uploads/20170308084432/Tunnetko-tekstiilistandardit.pdf>

Sitra. Kiertotalouden vaikutukset työhön ja osaamiseen 2021. Työpaperi. Viitattu 05.07.2021. Saatavissa <https://www.sitra.fi/julkaisut/kiertotalouden-vaikutukset-tyohon-ja-osaamiseen/>

Sitra 2021. Uutinen. Viitattu 19.07.2021. Saatavissa <https://www.sitra.fi/uutiset/uusi-raportti-vahvistaa-tiukat-ilmastotavoitteet-voidaan-saavuttaa-niin-etta-talous-samalla-kasvaa/>

Sjöstedt, T. 2018. Mitä nämä käsitteet tarkoittavat? Artikkel. Sitra. Viitattu 19.07.2021. Saatavissa <https://www.sitra.fi/artikkelit/mita-nama-kasitteet-tarchoittavat/>

STT 2021. Tiedote. Vaatteiden korjauspalveluille olisi kysyntää ja vaatteiden ympäristövaikutuksista halutaan lisää tietoa. Tiedote. Viitattu 19.07.2021. Saatavissa <https://www.sttinfo.fi/tiedote/selvitys-vaatteiden-korjauspalveluille-olisi-kysyntaa-ja-vaatteiden-ymparistovaikutuksista-halutaan-lisaa-tietoa?publisherId=68574024&releaseId=69913097>

Suomen Tekstiili & Muoti. www-sivut. Viitattu 26.07.2021. Saatavissa <https://www.stjm.fi/liitto/liiton-yleiskuvaus/>

Suomen Tekstiili & Muoti 2016. Vastuullisuuskäsikirja. Viitattu 26.07.2021. Saatavissa https://stjm.s3.eu-west-1.amazonaws.com/test/stjm_vastuullisuuskasikirja.pdf

Suomen Tekstiili & Muoti 2020. Tulevaisuuden tekijät. tekstiili- ja muotialan osaamistarpeet 2020. Viitattu 19.07.2021. Saatavissa https://s3-eu-west1.amazonaws.com/stjm/uploads/20200312165720/Osaamiskartoitus2020_tulosraportti.pdf

Suomen Tekstiili & Muoti 2021. Kiertotalous. Uutinen. Viitattu 26.07.2021. Saatavissa <https://www.stjm.fi/toiminta-alueemme/vastuullisuus/kiertotalous/>

Suomen Tekstiili & Muoti 2021. Lisää ilmastotietoa tekstiilialalle -kehitämme työkalun hiilijalanjäljen laskentaa. Uutinen. Viitattu 28.07.2021. Saatavissa <https://www.stjm.fi/uutiset/kehitamme-tyokalun-hiilijalanjaljen-laskentaan/>

Suomen YK-liitto 2017. Kestävän kehityksen tavoitteet, Agenda 2030. Viitattu 19.07.2021. Saatavissa <https://www.ykliitto.fi/julkaisut/kestavan-kehityksen-tavoitteet-agenda2030>

Strateginen tutkimus 2019. Tilannekuvaraportti. Suomen Akatemia. Viitattu 19.07.2021. Saatavissa <https://www.aka.fi/globalassets/3-stn/1-strateginen-tutkimus/strateginen-tutkimus-pahkinankuoressa/tilannekuvaraportit/stn2019-hankkeet/tilannekuvaraportti-finix.pdf>

- StyleLend 2021. www-sivut. Viitattu 25.07.2021. Saatavissa <http://rentez-vous.com/>
- Särmäkari, N. 2021. Haastattelu. Fablehti. Viitattu 08.06.2021. Saatavissa <https://www.fablehti.fi/digitaalinen-muoti/>
- Talvela, J., & Stenman, K. (2012). Tulevaisuudentutkimuksen menetelmiä. Kymenlaakson Ammattikorkeakoulu, julkaisuja. Viitattu 4.5.2021. Saatavissa <https://www.theseus.fi/handle/10024/47132>
- Tauko Design 2021. www-sivut. Viitattu 25.07.2021. Saatavissa <https://taukodesign.com/fi>
- Telaketju 2021. www-sivut. Viitattu 04.08.2021. Saatavissa <https://telaketju.turkuamk.fi/>
- ThredUP 2021. Resale Report. Viitattu 19.07.2021. Saatavissa <https://www.thredup.com/resale/#transforming-closets>
- ThredUP 2021. www-sivut. Viitattu 25.07.2021. Saatavissa <https://www.thredup.com/>
- Tischner, U. 2015. Design for sustainability, strategies, methods and tools. Teoksessa Stebbing, P. & Tischner, U. Changing paradigms: designing for a sustainable future. Helsinki: Aalto University, 302–316. Viitattu 03.07.2021. Saatavissa <https://www.cumulusassociation.org/wp-content/uploads/2016/01/Changing-Paradigms-book-pdf-version-2016.pdf>
- Turunen, L. 2021. Haastattelu. Fablehti. Viitattu 08.06.2021. Saatavissa <https://www.fablehti.fi/digitaalinen-muoti/>
- Valtioneuvosto 2021. Uusi suunta, ehdotus kiertotalouden strategiseksi ohjelmaksi. Valtioneuvoston julkaisuja 2021:1. Valtioneuvosto. Viitattu 08.06.2021. Saatavissa <https://julkaisut.valtioneuvosto.fi/handle/10024/162654>
- Valtioneuvosto 2020. Reilulla siirtymällä kohti hiilineutraalia suomea- tiekartta hiilineutraaliustavoitteen saavuttamiseksi. Valtioneuvosto 2020. Viitattu 08.06.2021. Saatavissa <https://valtioneuvosto.fi/documents/10616/20764082/hiilineutraaliuden+tiekartta+03022020.pdf/1f1dfbea-f623-9197-5352-23a7f1b83703/hiilineutra>
- Vestiarium 2021. www-sivut. Viitattu 25.07.2021. Saatavissa <https://vestiarium.net/fi/>,
- Viitanen, J., Paajanen, R., Koivistoinen, V. & Loikkanen, A. Digitaalisen alustatalouden tiekartasto. Helsinki: Business Finland. Viitattu 19.07.2021. Saatavissa https://www.businessfinland.fi/globalassets/julkaisut/alustatalouden_tiekartasto_web_x.pdf

World Economic Forum. 2021. Viitattu 19.07.2021. Saatavissa

<https://www.weforum.org/search?query=blockchain>

YK:n ilmastopöytäkirja. 1994. United Nations Framework Convention on Climate Change, UNFCCC). Viitattu 08.06.2021. Saatavissa

<https://unfccc.int/resource/docs/convkp/conveng.pdf>

Yle Areena. Tiedeykkönen, Lohkoketjujen käyttö leviää-kaikki lähti liikkeelle bitcoinista.

2020. Viitattu 19.07.2021. Saatavissa <https://areena.yle.fi/audio/1-50485439>

Yle uutiset. 2021. Nesteen entinen johtaja Kaisa Hietala valittiin ExxonMobilin hallitukseen ympäristösijoittajaryhmittymän vaatimana. 26.05.2021. Viitattu 08.06.2021. Saatavissa

<https://yle.fi/uutiset/3-11950281>

Ympäristö.fi. Elinkaariarviointi. Viitattu 26.07.2021. Saatavissa [https://www.ymparisto.fi/fi-](https://www.ymparisto.fi/fi-fi/kulutus_ja_tuotanto/tuotesuunnittelu_ja_tuotteet/elinkaariarviointi_jalanjaljet_ja_panostu)

[fi/kulutus ja tuotanto/tuotesuunnittelu ja tuotteet/elinkaariarviointi jalanjaljet ja panostu](https://www.ymparisto.fi/fi-fi/kulutus_ja_tuotanto/tuotesuunnittelu_ja_tuotteet/elinkaariarviointi_jalanjaljet_ja_panostu)
[otosmalli](https://www.ymparisto.fi/fi-fi/kulutus_ja_tuotanto/tuotesuunnittelu_ja_tuotteet/elinkaariarviointi_jalanjaljet_ja_panostu)

Zadaa 2021. www- sivut. Viitattu 26.07.2021. Saatavissa <https://zadaa.co/fi/>

Webinaarit ja workshopit

Digital & Circular Fashion House -hanke. 04/2021. Design Kick-off ja Design Sprint -

workshop. Viitattu 08.06.2021. Saatavissa <https://digitalcircularfashion.savonia.fi/>

Global Fashion Agenda. Fashion CEO Agenda. 05/2021. Webinaari. Viitattu 08.06.2021.

Saatavissa <https://www.globalfashionagenda.com/publications-and-policy/fashion-ceo-agenda-2021/>

Sitra. Miten kiertotalous muuttaa työtä? 03/2021. Viitattu 08.06.2021. Saatavissa

Workshop. <https://www.sitra.fi/tapahtumat/miten-kiertotalous-muuttaa-tyota/>

Telaketju -hanke 01/2021. Vaatteet palveluna -Minkälaisista arvoa sillä voidaan luoda

kuluttajalle ja kiertotaloudelle? Workshop. Viitattu 08.06.2021. Saatavissa

<https://telaketju.turkuamk.fi/webinaarit/vaatteet-palveluna-arvoa-kuluttajille-ja-kiertotaloudelle/>

Telaketju- ja Finix- hanke 01/2021. Tekstiilien resilienssi kiertotalouden liiketoimintamallit.

Viitattu 08.06.2021. Saatavissa <https://telaketju.turkuamk.fi/tapahtumat/tekstiilien-resilienssi-kiertotalouden-liiketoimintamallit/>

Telaketju-hanke 03/2021 Tekstiilien kiertotalouden ajankohtaisfoorumi. Webinaari. Viitattu

08.06.2021. Saatavissa <https://telaketju.turkuamk.fi/tapahtumat/tekstiilien-kiertotalouden-ajankohtaisfoorumi-2/>

Liite 1. Kutsu teemahaastatteluun. Sähköpostiviesti

Hei,

Viestini liittyy vaatetus- ja muotialan uudentyyliin toiminta- ja ansaintamalleihin kiertotaloudessa.

Teen aiheesta tutkimusta LAB Lahti Applied Sciences -ammattikorkeakoulussa, Muotoilun uudistavan osaamisen YAMK -päättötöiden puitteissa.

Tarkoitukseni on kartoittaa kiertotalouteen liittyviä uudentyyliä liiketoimintamalleja, erityisesti vaate palveluna -malliin perustuvia innovaatioita. Selvityksessä pyrin tuomaan esille millaisia **uusia osaamistarpeita** nämä uudet toimintamallit edellyttävät, ja millaisia **koulutustarpeita** ne luovat **alan muotoilijoille ja sidosryhmille**. Tuloksista on tarkoitus kehittää myöhemmin koulutuspilotti täydennyskoulutuksen opintosisältöjä varten.

Itse olen taustaltani kouluttaja ja vaatesuunnittelija ja tehnyt pitkän uran muotoilijana vaatetusteollisuudessa, -nähty sen monet muutokset ja murrokset :) . Muutoksessa on kiinnostavaa niin yhteiskunnalliset, taloudelliset kuin sosiaalisetkin näkökulmat. Erityisesti kuluttajakäyttäytymisen muuttuminen, omistamisen ja kuluttamisen identiteetti ja merkitys uusissa liiketoimintamalleissa on todella kiinnostavaa.

Kerään tietoa alalla toimivilta edelläkävijöiltä asiantuntijahaastattelujen ja case-esimerkkien kautta. Kerättyä tietoa hyödynnän haastateltavien suostumuksella opinnäytetyössäni.

Olisiko sinulla kiinnostusta uhrata hetki aikaa asiaan liittyvään asiantuntijahaastatteluun?

Haastattelu on luonteeltaan avoin teemahaastattelu ja aihealueet lähetän etukäteen tiedoksi. Keskusteltavat aiheet liittyvät vastuulliseen vaatteiden suunnitteluun ja tuottamiseen, kuluttajakäyttäytymisen vaikutukseen ko. liiketoiminnassa ja vaate palveluna -mallin tuomiin mahdollisuuksiin ja haasteisiin.

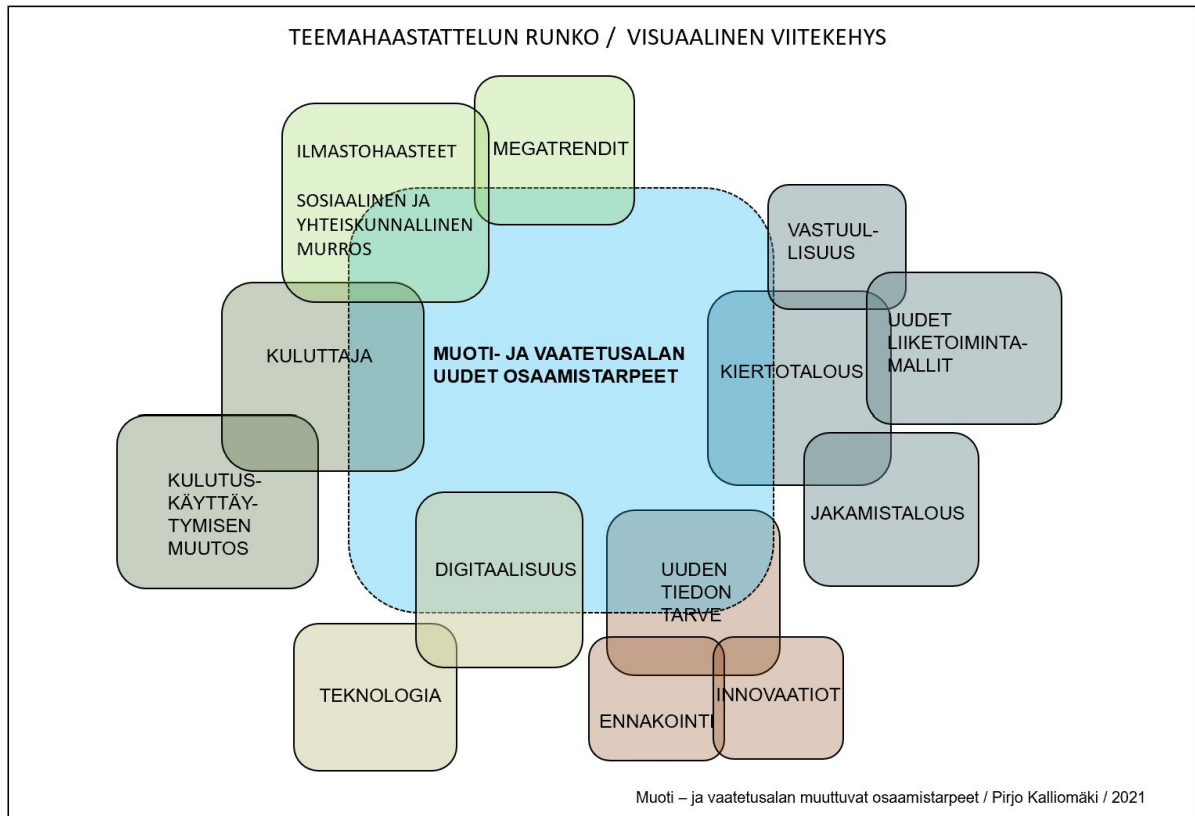
Koronan puitteissa haastattelun voi toteuttaa esimerkiksi Zoom- tai Teams -alustalla, tai jollain muulla sovitavalla tavalla, kesto noin 1 tunti. Aikataulu haastattelulle voidaan sopia joustavasti. Alustavasti olen itse ajatellut maaliskuuta, 03/2021.

Olisi mahtavaa saada yrityksenne osaksi tätä tutkimusta!

Talvisin terveisin

Pirjo Kalliomäki
Designer

Liite 2. Teemahaastattelun visuaalinen viitekehys ja kysymysaihiot



TEEMAHAASTATELUN RUNKO / PÄÄKYSYMYKSET

Liiketoiminta

Mitkä ovat yrityksesi liiketoiminnan ydinarvot?

Miten vastuullinen toiminta näkyy ydintyöskentelyssä:
-tuotesuunnitteluprosessissa, -alihankkija yhteistyössä, materiaalivalinnoissa, viestinnässä, asiakaspinnassa, jne?

Tuotteen elinkaaren pidentäminen ja suljetun kierron malli vaativat arvoketjun toimijoiden yhteistyötä, miten yhteistyö toimii käytännön tasolla?

Oletko miettinyt tuote-palveluna malliin liittyviä toimintoja osana tulevaisuuden liiketoimintaasi?

Tukevatko yhteiskunnan rahoitusmekanismit vastuullista liiketoimintaa? –Miten mekanismit toimivat?

Asiakas / Kuluttaja

Millainen / kuka asiakkaasi on? Mitä lisäarvoa asiakas saa ostamalla / omistamalla xxx malliston tuotteita?

Miten asiakaslähtöisyys toteutuu liiketoiminnassa?

Miten kuluttajakäyttäytyminen on muuttunut?

Miten kuluttajien tietoutta vastuullisuudesta lisätään?

Muuttuva toimintaympäristö

Ilmastonmuutos ja resurssien ehtyminen edellyttävät vaatteiden tuottamisen ja liiketoiminnan radikaalia muutosta; Miten xxx yrityksenä vastaa tähän haasteeseen?

Miten yrityksessä huomioidaan / ennakoidaan megatrendien vaikutukset liiketoimintaan?

Miten trendit ja muotisuuntaukset vaikuttavat brändiin ja tuotetarjontaan yrityksessä?

Mikä vaikutus sertifiikaateilla ja direktiiveillä on liiketoimintaan?

Mitkä ovat muoti- ja vaatealan tulevaisuuden näkymät, -haasteet ja mahdollisuudet?

Digitaalisuus ja teknologia

Mikä on teknologian ja digitaalisuuden merkitys tuotekehityksessä ja liiketoiminnassa, nyt / tulevaisuudessa?

Uuden tiedon tarve / ennakointi

Mistä saat ajantasaista tietoa nopeasti muuttuvasta, kompleksisesta toimintaympäristöstä?

Olisiko täydennyskoulutuksesta hyötyä, esimerkiksi digitaalisten menetelmien osalta? –Jonkin muu koulutustarve?

Olisitko valmis investoimaan jatkossa lisäkoulutukseen?

Muoti- ja vaatealan muuttuvat osaamistarpeet / Pirjo Kalliomäki / 2021