



NELLY KORTENIEMI

KILPAILUKYKYÄ YRITYKSILLE KIERTOTALOUDELLA

LIIKETALouden NÄKÖKULMA

Kiertotalous on termi, joka saa monet ajattelemaan kierrättämistä. Kierrättäminen kyllä kuuluu osaltaan kiertotalouteen, mutta termi kuitenkin viittaa liiketoimintaan ja liiketoimintamalleihin, joissa huomioidaan luonnonvarojen ehtyminen, resurssitehokkuus ja vastuullisuus kaikissa tuotannon vaiheissa. Lisäksi voidaan ajatella, että kiertotalous tuottaa palveluita niin, että asiakas saa haluamansa tuotettuna sellaisella tavalla, joka vastaa hänen arvomaailmaansa. Pitkälti kysymys on prosessien tehostamisesta ja resurssitehokkuudesta, mutta uuden termin kautta tarkasteluun nousee arvot, jotka liittyvät siihen, että kulutamme tällä hetkellä 1,6 kertaisesti luonnon vuosittaisen tuotannon. Saavutettavien säästöjen lisäksi kiertotaloudella on merkittävä liiketoimintapotentiaali. Sitra on arvioinut, että kiertotalouden liiketoiminnan vuosivolyymi vuoteen 2030 mennessä on 1,5-2,5 miljardia euroa. (Sitra 2014)



Kuva Pexels/Cottonbro

MITÄ KIERTOTALOUS YRITYSTOIMINNASSA TARKOITTAA?

Kiertotaloustoimenpiteitä on tehty teollisuudessa jo pitkään. Esimerkiksi Lapissa on erilaisten hankkeiden kautta edistetty teollista kiertotaloutta jo noin 10 vuotta. Teollisuudessa sivuvirrat voivat olla niin suuria, että yhden yrityksen tuotannossa syntyvä sivuvirta voi olla toisen yrityksen liiketoimintaa. Kiertotaloudessa huomio kiinnitetään nyt siihen, että osta-jalosta-myy-hävitä -liiketoimintamalli ei enää ole mahdollinen luonnonvarojen ehtyessä ja jätevuorten kasvaessa. Edellä kuvattu lineaarinen tuotantomalli on tehoton ja pahimmillaan siitä syntyy jopa 80% hävikkiä. Kiertotalous pyrkiikin käytännössä vähentämään hävikkiä läpi tuotannon, palauttamaan se tavalla tai toisella tuotantoon tai muille hyödynnettäväksi.



KIERTOTALOUDEN LIKETOIMINTAMALLIT ANTAVAT KULUTTAJALLE ENEMMÄN VAIHTOEHTOJA JA NE SKAALAAVAT HALUTTujen TUOTTEIDEN HINTAA UUDELLA TAVALLA.

Teollisuudessa vauhti on jo päällä, mutta kiertotalouteen liittyvä liiketalouspotentiaali pitäisi saada siirtymään myös pienten yritysten toimintaan. Potentiaalia on hyödyntämättä valtavasti, sillä Suomessa pieniä noin 10 hengen yrityksiä on 90% kaikista yrityksistä. Teollisuudessa ilmastokuormaa lasketaan hiilijalanjäljen kautta. Hiilijalanjälki tarkoittaa yrityksen toiminnan aiheuttamia haitallisia ilmastovaikutuksia. Ehkä kuluttajatuotteisiin ja -palveluihin erikoistuneissa pienissä yrityksissä näkökulmaa voitaisiin vaihtaa ja valita toiminnan tavoitteeksi positiivinen hiilikädenjälki. Hiilikädenjälki kuvaa toiminnan positiivisia ilmastovaikutuksia esimerkiksi niin, että tarjottu ratkaisu pienentää asiakkaan hiilijalanjälkeä. Hiilikädenjälki tuo kiertotaloustoimenpiteisiin, tuotekehitykseen ja innovaatiotoimintaan yritystoiminnalle erittäin tärkeän asiakasnäkökulman. Näitä toimenpiteitä kannattaa arvioida yrityksen kilpailuedun ja markkinapotentiaalin vahvistamisen. (Siitonen 2020)

KIERTOTALOUDEN TUOMA KILPAILUETU

Yritysten kilpailuedun taustalla on nykyisten ja tulevien asiakkaiden tarpeiden tunnistaminen, liiketoimintamallien uudistaminen vastaamaan näitä tarpeita ja verkostoitumisesta saatavan kilpailuedun hyödyntäminen. Kiertotalous ei sinällään ole mitään täysin uutta, mutta se auttaa ymmärtämään osaltaan asiakkaiden uusia tarpeita. Asiakkaat siirtyvät nopeassa tahdissa verkkoon ja koronan aikana tuo tahti on vain kiihtynyt. Toisaalta vastuullinen kuluttaminen puhuttelee yhä laajempaa yleisöä. Asiakkaat odottavat nyt monipuolisia palveluita ja ostamisen helpoutta. Omistamisella ei ole enää sellaista merkitystä kuin jokuunen vuosikymmen sitten. Kuluttajat alkavat tiedostaa toimintansa vaikutukset ympäristölle. Ilmastokriisi ja tavoitteet hiilineutraaliuuteen iskostuvat vähitellen ihmisten mieliin ja kulutustottumuksiin. Kiertotalouden liiketoimintamallit antavat kuluttajalle enemmän vaihtoehtoja ja ne skaalaavat haluttujen tuotteiden hintaa uudella tavalla. Vaikka pikamuoti myy yhä, alkavat laatu-merkkeihin keskittyvät kierrätysmallit nostamaan päätään merkittävänä vaihtoehtona uuden tuotteen ostamisen rinnalla. Tästä hyvä viimeaikainen esimerkki on Stockmann ja sen yhteistyökuviot kierrättämiseen liittyvien toimijoiden kanssa. Stockmann tekee yhteistyötä kierrätettyjen merkkivaatteiden verkkokaupan Emmyn kanssa. Emmyn keräyspisteitä on Stockmannilla ja kierrätystuotot voi lunastaa Stockmannin lahjakorttina. Lisäksi Helsingin Stockmannille avataan Relove kierrätyskahvila. (Stockmann 2021). Paljon kansainvälistä huomioita on saanut vaatemerkki Patagonia, jonka nettisivuilla valikoissa ensimmäisenä on käytetyt tuotteet. Yritys ottaa takaisin käytetyt tuotteet, fiksa ne ja laittaa uudestaan myyntiin (Patagonia 2021). Näissä liiketoimintamalleissa kuluttajia kiinnostavat ostamisesta saatu hyvä mieli ja positiivinen imago. Kuluttaja haluaa, että valinnat saavat hänet näyttämään hyvältä ja tuovat julki hänen edustamansa arvot. Arvoista korostuvat tällä hetkellä ympäristötietoisuus, perhearvot, hyvinvointi ja turvallisuuden tarve. Vaikka hinta yhäkin määrittää ostopäätöksiä, sijoitetaan merkityksellisiin ostoksiin nyt enemmän rahaa kuin aikaisemmin. (Karjaluoto 2021)

Edellä mainitut arvovalinnat merkitsevätkin yritystoiminnan kannalta sitä, että asiakassegmentit ja asiakasodotus pirstaloituvat. Yrityksiltä odotetaan kokonaisvaltaista elämystä, joka heijastelee asiakkaan odotuksia ja arvomaailmaa. (Kuudes 2020). Tuotteen ympärille voi rakentaa palvelukokonaisuuksia, jotka sitouttavat asiakkaita ja mahdollistavat asiakkaan kanssa yhteistyössä tehdyt kehitystoimenpiteet. Jos palvelu on kunnossa, voi uusia asiakkuuksia syntyä yllättäviltä tahoilta ja asiakassuhteen ollaan valmiita sitoutumaan. Yhteistyö asiakkaan ja muiden yrittäjien kanssa avaakin pienissä yrityksissä mielenkiintoisia mahdollisuuksia uusiin tuote- ja palvelukonsepteihin. Sen lisäksi, että yhdistelemällä osaamista ja resursseja saadaan aikaiseksi laajempia kokonaisuuksia, voidaan jo pienissä yrityksissä löytää resurssitehokkuutta, joka hyödyttää yhteistyönosapuolia.

KIERTOTALOUDEN MARKKINAPOTENTIAALI JA LIIKETOIMINTAMALLIT

Kiertotalous avaa uusia mahdollisuuksia kaikissa liiketoiminnan vaiheissa. Kiertotalouden käytännön sovelluksissa on havaittu viisi toistuvaa liiketoimintamallia. Kiertotalousratkaisuille on nyt kova kysyntä, sillä esimerkiksi EU on asettanut tavoitteekseen hiilineutraaliuden vuoteen 2050 mennessä. Kiertotalouden liiketoimintapotentiaali pystytään parhaiten hyödyntämään, jos jo tuotteen tai palvelun suunnitteluvaiheessa kiertotalouden elementit otetaan huomioon. Suunnittelussa voi kiinnittää huomioita käytettävien materiaalien uusiutuvuuteen, kierrätysmahdollisuuteen ja biologiseen hajoamiseen. Tuotteita voidaan palvelullistaa eli asiakkaan ei tarvitse ostaa tuotetta vaan hänelle tarjotaan mahdollisuus käyttää tuotetta omistamatta sitä. Tämä vapauttaa asiakkaan omistamisen huonoista puolista eli huollosta, varastoinnista tai arvon alenemisesta. Vanha hyvä esimerkki on autonvuokraus. Uudempaa ajattelua edustaa valaistuksen hankkiminen lamppujen sijaan ja vaikkapa urheiluvälineiden hankkiminen monipuoliseen liikkumiseen kuukausimaksulla. Jos pidät melomisesta, mutta todellisuudessa harrastat sitä vaikkapa viikon vuodessa, ei kanoottia ehkä kannata itselle hankkia. Onko hauskuuden takana autotallissa tilaa vievä vanha kanootti vai se melonta uusimmalla mallilla, jonka saat käyttöösi kuukausimaksua vastaan? Tästä lai-



Kuva 3. Kiertotalouden näkökulmat.
(Kuva: Pixabay/Luisella Planeta Leoni.)

naamisesta päästään aasinsillan kautta kiertotalouden resurssitehokkuuteen. Kun yritys on investoinut resursseihin, olisi käytöasteen suotavaa olla mahdollisimman korkea. Yritys voi myydä osaamistaan ulkopuolelle tai vuokrata esimerkiksi toiselle yritykselle pakettiautoa, jonka tarve itsellä on jokunen päivän viikossa. Resurssitehokkuutta voidaan edistää erilaisilla jakelualustoilla, joista varmasti eniten palstatilaa on saanut asunnonvuokrauspalvelu Airbnb. Tässä palvelussa asuntonsa voi vuokrata lyhyeksi aikaa sen ollessa tyhjillään. Samaa konseptia voi käyttää vaikkapa toimisto ja -toimitiloihin. Kun lähtökohta tuotteiden kaupallistamiseen ajatellaan uudestaan palvelullistamisen kautta, kannattaa miettiä myös tuotteen elinkaarta ja laatua. Laadukas ja korjattava tuote kestää pitempään, säilyttää arvonsa ja se on jälleenmyytävissä. Lisäksi huolto ja korjaaminen lisäävät tarvetta käsityöammatillisille. (Hofmann & al 2017)

KEHITTÄMISEN TYÖKALUJA ON TARJOLLA

Kiertotalous, siihen liitetyt liiketoimintamallit sekä digitalisaatio ovat ne muutossuunnat, joihin yritysten kannattaa nyt panostaa. Korona on laittanut yritykset tiukan paikan eteen ja tämän tilanteen hoitamiseen rakennettu EU-tukipaketti kohdennetaan uusiin tapoihin tuottaa talouskasvua. Nämä tavat ovat vihreä talous, digitalisaatio, koulutus ja terveydenhuollon jonojen purkaminen. Tukirahojen jakoperusteet tulevat ohjaamaan yritysten kehittä-

tämistä, mutta myös kuluttajien huomion kiinnittymistä ilmastongelman hoitamiseen ja sitä kautta kulutustottumuksiin. Työkaluja kiertotaloustyön kanssa alkuun pääsemiseksi on jo tarjolla. Esimerkiksi Lapin teollinen kiertotalous 2.0 hanke pilotoi uusia toimintamalleja ja järjestää työpajoja yritysten verkostoitumisen ja kiertotalouteen perustuvan liiketoiminnan edistämiseksi. Aika on yrityksille nyt hankala ja tulevaisuuden suunnittelu varmasti hieman haastavaa. Ehkä nyt on aikaa ja aika lähteä linjaamaan kehittämistä uusilla ajatuksilla ja työkaluilla.

Lapin teollinen kiertotalous 2.0 hanke pilotoi uusia toimintamalleja ja järjestää työpajoja yritysten verkostoitumisen ja kiertotalouteen perustuvan liiketoiminnan edistämiseksi. Lisätietoja antaa projektipäällikkö Sanna Tyni Lapin ammattikorkeakoulu sanna.tyni@lapinamk.fi

LÄHTEET

Hofmann F., Jokinen T. & Marwede M. 2017: Circular Business Models. Osoitteessa <https://sustainabilityguide.eu/methods/circular-business-models/>. Viitattu 27.3.2021

Karjaluoto, H. 2021: Tietoisku: Miten kuluttajien arvot ja asenteet muuttuvat? Osoitteessa: <https://kauppa.fi/uutishuone/2021/01/28/tietoisku-miten-kuluttajien-arvot-ja-asenteet-muuttuvat/>. Viitattu 29.3.2021

Kuudes 2020: Tiedostava kuluttaja. Osoitteessa: <https://kuudes.com/tiedostavakuluttaja/>. Viitattu 29.3.2021.

Patagonia 2021. Osoitteessa <https://www.patagonia.com/home/>. Viitattu 29.3.2021

Siitonen S. 2020: Hiilikädenjälki – mitä se tarkoittaa ja kuinka se määritellään? Osoitteessa <https://www.clonet.fi/ilmasto/hiilikadenjalki-mita-se-tarκοittaa-ja-kuinka-se-maaritellaan/>. Viitattu 29.3.2021

Sitra 2017-2019. Kiertotalouden kiinnostavimmat 2.1. Osoitteessa <https://www.sitra.fi/hankkeet/kiertotalouden-kiinnostavimmat/#-lista>. Viitattu 27.3.2021

Sitra 2014. Kiertotalous on Suomelle jopa 2,5 miljardin euron mahdollisuus. Osoitteessa <https://www.sitra.fi/uutiset/kiertotalous-suomelle-jopa-25-miljardin-euron-mahdollisuus/>. Viitattu 27.3.2021

Stockmann 2021a. Emmy – kierrätettyjen merkkivaatteiden verkkokauppa. Osoitteessa: <https://info.stockmann.com/info/tavarata->

lot/emmy-kierratettyjen-merkkivaatteiden-verkkokauppa/. Viitattu 29.3.2021

Stockmann 2021b. Second hand -suosikki Relove avautuu Helsingin keskustan Stockmann-tavarataloon. Osoitteessa <http://www.stockmanngroup.com/fi/tiedotteet/-/stock/showDisclosure/636279/Second%2Bhand%2Bsuosikki%2BRelove%2Bavautuu%2BHelsingin%2Bkeskustan%2BStockmann-tavarataloon>. Viitattu 29.3.2021



LIIKETALouden OPISKELIJOIDEN JÄRJESTÄMÄ KIERTOTALOUSTAPAHTUMA KIERTO10 INSTAGRAMISSA 20.4-24.4.2020.

Kierto10-hankkeen tavoitteena on vahvistaa Meri-Lapin kunta-laisten kiertotaloustietoutta sekä ilmastomyönteistä asennetta nopeiden kokeilujen ja paikallisten tapahtumien avulla. Näiden tavoitteiden pohjalta Lapin amkin Tornion liiketalouden opiskelijat järjestivät kiertotalouspäivät Kierto10-hankkeen somekanavissa. Tapahtumassa esiteltiin jokaisena päivänä yksi viidestä kiertotalouden liiketoimintamalleista. Tavoitteena oli lisätä tietoutta kiertotaloudesta ja kannustaa seuraajia ottamaan kiertotalous huomioon omassa toiminnassaan ja arjessaan ja mukana oli myös yritys esimerkkejä.

