

Uusia keinoja pätevöittämiseen ja ammatilliseen
kehitykseen käytetyn tavaran kaupan alalla

Quali Pro ———
————— *Second Hand*



Ehdotus verkostomalliksi käytetyn tavaran kaupan
ammattimaistumisprosessin vahvistamiseksi

Heike Arold

ITB - Institut Technik und Bildung
Universität Bremen
Am Fallturm 1
28359 Bremen
Puh.: +49 (0)421–218 4640
Fax +49 (0)421 218 4643
Mail: arold@uni-bremen
www.itb.uni-bremen.de

tÄTÄ PROJEKTIA ON RAHOITETTU eUROOPAN KOMISSION AVUSTUKSELLA

Sisällys

1	Johdanto.....	Fehler! Textmarke nicht definiert.
2	Yleiskuvaus erityyppisistä kaupallisista yhteenliittymistä – verkostot, yhdistykset, yhteistoiminta ja franchising-verkostot.....	5
3	Yhteistoiminnan, verkostojen ja yhdistysten tarve eurooppalaisessa käytetyn tavarankaupassa	9
3.1	Selvitys yhteistoiminnan, verkostojen tai yhdistysten tarpeesta käytetyn tavarankaupassa Saksassa	9
3.2	Selvitys yhteistoiminnan, verkostojen tai yhdistysten tarpeesta käytetyn tavarankaupassa Itävallassa	12
3.3	Selvitys yhteistoiminnan, verkostojen tai yhdistysten tarpeesta käytetyn tavarankaupassa Belgiassa	13
3.4	Selvitys yhteistoiminnan, verkostojen tai yhdistysten tarpeesta käytetyn tavarankaupassa Suomessa	15
3.5	Selvitys yhteistoiminnan, verkostojen tai yhdistysten tarpeesta käytetyn tavarankaupassa Britanniassa	16
3.6	Selvitys yhteistoiminnan, verkostojen tai yhdistysten tarpeesta käytetyn tavarankaupassa Sloveniassa.....	17
3.7	Selvitys yhteistoiminnan, verkostojen tai yhdistysten tarpeesta käytetyn tavarankaupassa Bulgariassa	19
4	Yhteenveto ja suositukset eurooppalaiselle käytetyn tavarankaupalle	20

Tämä ehdotus verkostoitumismalliksi on laadittu Bremenin yliopiston Teknologia- ja Koulutusinstituutissa (IT+B).

Verkostoitumismalliehdotus on laadittu yhteistyössä Leonardo da Vinci -projektiin "QualiProSecondHand" osallistuneiden kumppaneiden kanssa.

- | | | |
|--|---|--|
| ▪ die umweltberatung | Wien
Itävalta | Johanna
Leutgöb
Angelika
Hackel |
| ▪ RREUSE | Bryssel
Belgia | Paolo
Ferraresi
Sergio
Michelini |
| ▪ Jordanka Andreeva - Smoljan | Madan
Bulgaria | Jordanka
Andreeva
Ivanka zur
Oven |
| ▪ Tervatulli Ltd | Oulu
Suomi | Annikka Jarva
Saila Lampela |
| ▪ Center RS za poklicno izobraževanje – CPI
(Slovenian kansallinen ammatillisen
koulutuksen instituutti) | Ljubljana
Slovenia | Darja Starkl |
| ▪ Coleg Morgannwg | Pontypridd
Yhdistynyt
Kuningaskunta | Tony Hitchins |
| ▪ Bundesarbeitsgemeinschaft Arbeit e.V.
(BAG) | Berliini
Saksa | Martin Koch |
| ▪ Qualifizierungs- und
Arbeitsförderungsgesellschaft
Dresden mbH (QAD) | Dresden
Saksa | Ulrike
Markmann
Christiane
Buhle |

1 Johdanto

Leonardo-projektin “QualiProSecondHand” puitteissa tehty Euroopan käytetyn tavaran kaupan analyysi on osoittanut, että eurooppalaisilla jäsenvaltioilla ei ole katto-organisaatiota, eikä siten koko sektoria yhdistävää verkostorakennetta. Suurin osa Euroopan käytetyn tavaran kaupasta – niin kansallisella kuin Euroopan laajuisellakin tasolla – ei ole organisoitunut järjestö- tai liittotasolla (poikkeuksena Belgia ja osittain Saksa). Vain erillisiä järjestöjä ja verkostoja tai muita yhteistyömuotoja voitiin havaita tietyillä kaupan alueilla. On käynyt ilmi, että vastaavat kansallisen, alueellisen ja paikallisen tason verkostot kattavat vain murto-osan kunkin maan yrityksistä. Erityyppisiä verkostoja havaittiin erityisesti voittoa tavoittelemattomien tai hyväntekeväisyydessä toimivien joukossa. Sitä vastoin voittoa tavoittelevan käytetyn tavaran kaupan piirissä on vain yksittäisiä tai alkeellisia verkostoja. Koko ajan on kuitenkin pyrkimyksenä luoda yhtenäisiä rakenteita tuotteiden laadun varmistamiseksi, yhteisten markkinointikanavien rakentamiseksi ja sektorin julkisen kuvan rakentamiseksi, mutta sektorin heterogeenisyydestä johtuen tuskin yhtään poliittisena lobbausryhmänä toimivaa yritysten yhteenliittymää kyettiin havaitsemaan. Syy tähän – että kansallisen tason käytetyn tavaran kauppa tarvitsee verkostoitumista, eikä sopivia verkostoja silti ole luotu – on toiminnan mahdollistavien varojen puute. Tarkoituksenmukaisilla verkostorakenteilla ei usein ole taloudellista pohjaa eikä tarvittavia henkilöstöresursseja, tai niitä ei ole suunniteltu tarpeeksi laajoiksi. Tästä johtuen olemassa olevilla verkostoilla (ja suurimmaksi osaksi myös sektorin kanssa yhteistyössä toimivilla) ei ole tarpeeksi poliittista vaikutusvaltaa, eivätkä ne pysty vahvistamaan mielikuvaa käytetyn tavaran kaupasta.

Varsinkin poliittisella vaikutusvallalla on tärkeä rooli kansallisella ja erityisesti Euroopan tasolla, kun kyseessä on käytetyn tavaran kaupan tapaisen yhä kasvussa olevan sektorin aseman vakiinnuttaminen. Puoli vuosikymmentä sitten Euroopan komission entinen puheenjohtaja Jacques Delors totesi, että 80 % taloudellisesta lainsäädännöstä ei enää ratkaista kansallisella tasolla, vaan Euroopan tasolla. Esimerkiksi tänä päivänä EU on hyvin vaikutusvaltainen kaikissa poliittisissa, yhteiskunnallisissa, markkinoihin liittyvissä sekä valtiollisissa kysymyksissä. Tämä käy ilmi lainsäädännössä, tukien myöntämisessä sekä uusien markkina-alueiden ja uusien opintoalojen avaamisessa. Säännösten ja direktiivien avulla määritellään yhä useampia (vähimmäis)kriteerejä, jotka täytyy ottaa käyttöön niin valtion kuin yksityissektorinkin puolella. Jotta EU:n asettamat vaatimukset täyttyisivät ja olisi mahdollista osallistua poliittisiin mielipiteenmuodostuksen prosesseihin eurooppalaisella tasolla (ja tämä koskee myös kansallista tasoa), kaikenlaisten verkostojen luominen on välttämätöntä. Suurin mahdollinen poliittinen vaikutus saavutetaan tarvittavilla sektorinsisäisillä yksittäisten yritysten tai järjestöjen yhteistyömuodoilla, jotka täytyy ulottaa myös käytetyn tavaran kauppaan. Vain kansallisten sekä eurooppalaisten verkostojen, kuten eurooppalaisen RREUSE-verkoston kautta voi käytetyn tavaran kauppa tehokkaasti toteuttaa etujensa ja myös jäsenyritystensä etujen ajamisen niin kansallisella kuin Euroopan laajuisellakin tasolla. Siten yksittäisillä yrityksillä ja järjestöillä on mahdollisuus yhdistää tehokkaasti kansalliset ja EU:n käytännöt sekä käyttää ohjaavaa vaikutusvaltaa muutoksissa. Tästä johtuen verkostot ovat tarkoituksenmukaisia vaikuttamisen toimintamalleja ja väylä erilaisten EU:n tukimuotojen hyödyntämiseen. Vastaavat EU:n tukiohjelmat yleensä tarjoavat taloudellista tukea monien eri alojen ja taloudellisten muotojen

toimille, mutta samaan aikaan ne myös edistävät eurooppalaisen tason verkostoitumista tavoitteenaan saavuttaa mahdollisimman laajalle ulottuvat positiiviset vaikutukset kaikkialla Euroopassa.

EU-tuen ”kumppanuuden periaate” esiteltiin jo 1980-luvulla. Toisaalta se tarkoittaa läheistä yhteyttä Euroopan komission ja julkisten ja yksityisten osallistujien välillä kaikilla tasoilla jäsenvaltioissa. Tämä tarkoittaa sitä, että eurooppalaisella tasolla verkostoituvana on muiden kanssa aktiivinen tietyllä alalla, työskentelee samanlaisten kysymysten parissa ja edistää vaihtoa toisista maista tulevien kumppanien kanssa luodakseen uusia näkökulmia ja herättääkseen ammatillista keskustelua, osallistuakseen projektien myöntämiseen, ja on siten vaikuttamassa muutoksiin. Uusien markkina-alueiden luomista kuten myös kasvua, joka liittyy rajat ylittäviin markkinoihin, johon myös käytetyn tavaran kaupan voidaan katsoa kuuluvan, voidaan vasta sitten edistää ja vaikuttaa niihin positiivisesti, jos yritykset järjestäytyvät uudelleen.

Tämän hetkistä Euroopassa käytävää verkostokeskustelua ja Leonardon QualiProSecondHand -projektissa tavoitteena olevaa Euroopan käytetyn tavaran kaupan ammattimaistumisen edistämisen taustaa vasten on valmisteltu muun muassa verkostomalli käytetyn tavaran kaupan ammattimaistumisprosessien vahvistamiseksi projektissa mukana olevien seitsemän maan kesken (Saksa, Itävalta, Belgia, Suomi, Britannia, Slovenia ja Bulgaria). Perustuen erilaisiin verkostomuotoihin ja käsitteiden erittelemiseksi luomme aluksi lyhyen katsauksen erilaisiin kaupallisiin yhtiöihin. Myöhemmin esitellään ehdotuksia, jotka koskevat tarvittavia verkostoja projektissa mukana olevissa kumppanuusmaissa ja myös lyhyet selvitykset maissa jo toimivista verkostoista (tähän mennessä saadun tiedon valossa) perustuen tuloksiin, jotka on saatu ammattimaisen tieteellisen tutkimuksen menetelmin (sektorianalyysi, asiantuntijaworkshopit, tapaustutkimus). Pohdittavana on mahdollinen eurooppalainen verkostomalli, joka perustuu kansallisiin analyyseihin ja ehdotuksiin tarkoituksenmukaisesta käytetyn tavaran kaupan verkostomallista.

2. Yleiskuvaus erityyppisistä kaupallisista yhteyksistä – verkostot, yhdistykset, yhteistoiminta ja franchising-verkostot

Verkosto

(Sosiaalinen) verkosto on taloustieteessä tarkka, harkittu organisoitumisen muoto, joka yhdistää tietyn määrän organisaatioita (tai yrityksiä), joilla on sama tavoite. Hyvin usein verkostolla on oma tavaramerkki, koska siten esimerkiksi saadaan asiakkaiden mielenkiinto vahvistumaan. Tällaisen verkoston jäseniä ei yhdistä ainoastaan yksi ja sama tavoite ja toiminta yhden tuotemerkin alla, vaan ne myös toivovat hyötyvänsä verkostoitumisesta. Verkosto koostuu vähintään kolmesta kumppanista, ja mikäli kyseessä on muodollinen verkosto, jäsenet allekirjoittavat sopimuksen. Sen sijaan epämuodollisessa verkostossa jäsenten välistä sopimusta ei ole. Useimmiten verkostoilla on epävirallisia ja/tai organisatorisia tehtäviä ja niillä on yhteinen hallinto organisoimassa verkoston toimintaa. Verkoston hallinnolla on (verkoston tavoitteesta riippuen) erilaisia tehtäviä:

- jäsenyrytysten esittely
- jäsenyrytyksiä koskevat yhtäläiset laatuksriterit
- työntekijöiden koulutustoimenpiteiden järjestäminen
- kokemusten vaihtamisen edistäminen
- erityisten myyntitapahtumien järjestäminen
- laadukkaan johtamisen varmistaminen
- jäsenyrytysten yhteisen yrittäjyysrakenteen kehittäminen
- yrytyesittelyt paikallisille viranomaisille
- mainonnan järjestäminen

Yhdistykset/Yhteenliittymät

Yhdistyksiä ovat kaikenlaiset (luonnollisten henkilöiden) tai sääntömääräisten yrytysten (itsenäisten kokonaisuuksien) muodostamat ryhmät, jotka muodostavat yhdessä vapaaehtoisuuden pohjalta toimivan lainmukaisen yhdistyksen yhteisten päämäärien tavoittelemiseksi, ja joilla on yleensä kiinteä sisäinen organisatorinen rakenne. Yhdistyksen jäsenten ja yhdistyksen välillä on muodollinen sopimus ja jäsenet maksavat jonkinlaista jäsenmaksua. Yhdistykset kokoavat yhteen yksittäisten jäsenten intressejä yhteisten tavoitteiden tai arvojen saavuttamiseksi. Yhdistyksiä toimii yhteiskunnan kaikilla osa-alueilla. Yhteiskuntatieteessä ja politiikan tutkimuksessa erotetaan erilaisia yhdistyksiä. Käytetyn tavaran kaupan yhteydessä on kyse ammatillisesta yhdistyksestä tai voittoa tavoittelemattoman yhdistyksen kohdalla joissakin kumppanuusmaissa myös sosiaalisista ja hyvinvointiyrytyksistä. Myös puolueet, ammattiliitot ja kauppakamarit kuuluvat ”yhdistysten” joukkoon.

Yhdistykset saavat usein alkunsa monopoliasemasta. Siinä mielessä niillä on huomattava sosiaalinen merkitys. Vapaaehtoisille ammatillisille tai sosiaalisille yhdistyksille ja yhteenliittymille ominaista on vapaaehtoisuus, jos verrataan niitä kauppakamareihin ja asiantuntija-ammatteihin. Eräissä maissa (esimerkiksi Saksassa) jäsenyryy on näissä tapauksissa pakollista.¹

Ammattimaisimmat yhdistykset ovat yhdistyksiä, jotka tekevät lobbaustyötä. Käytetyn tavaran kaupan toimijoita yhdistävät toisenlaiset tehtävät. Yhdistyksen jäsenten toimintaan yhdistystoiminnan ulkopuolella liittyy velvoite jäsenten intressien yhteen kokoamisesta ja niiden tuomisesta toisten käytetyn tavaran kaupan toimijoiden tietoon (esimerkiksi viranomaisten, kauppakamareiden jne.). Yhdistys toimii julkisuudessa jäsenten sijasta. Sisäisessä toiminnassa yhdistys yleensä toimii jäsenfoorumina – tarjoten mahdollisuuden ajatustenvaihtoon, keskusteluihin ja yhteisten ajatusten edistämiseen. Lisäksi yhdistykset tarjoavat jäsenilleen etuoikeutetun mahdollisuuden päästä käyttämään sektoria koskevaa tietoa ja mahdollisuuden osallistua tapahtumiin (konferenssit, workshopit, näyttelyt jne.) Niiden toimintaan kuuluvat muun muassa seuraavat tehtävät:

- jäsenyrytysten esittely viranomaisille (paikallisella ja valtakunnallisella tasolla)
- kokemusten vaihtamisen mahdollistaminen
- PR
- lainsäädäntöön perehtyminen
- konferenssien, workshopien jne. järjestäminen
- sektorikohtaisen tietotaidon jakelu

¹ Lähde: http://de.wikipedia.org/wiki/Verband_%28Recht%29 (tieto tallennettu : 23.06.2008)

- tiedottaminen jäsenille (esim. poliittiset päätökset, lakeihin liittyvä tieto)
- jatkokoulutuksen järjestäminen

Perinteisiin kerhoihin verrattuna yhdistyksen jäsenyys on sidottu muodollisiin ehtoihin. Jäsenillä on muodollinen sopimus jäsenyydestään yhdistyksen kanssa. Yleensä jäsenen täytyy täyttää tiettyjä vaatimuksia voidakseen saada jäsenyyden (esim. toiminta käytetyn tavaran kaupan tuotteiden parissa), ja jäsenen täytyy maksaa vuosimaksu.

Yhteistoiminta

Yhteistoiminta on useimmiten tiettyä tarkoitusta varten muodostettu kahden tai useamman yrityksen tilapäinen yhteenliittymä. Yhteistoimintakumppaneilla on yhteinen työjärjestys (agenda). Tavoitteet ja tarkoitus, joiden vuoksi yritykset solmivat kumppanuuden (yhteistoiminta) vahvistetaan kumppanien välisellä muodollisella sopimuksella tai yhteisymmärryksessä. Tällaisessa yhteistoimintamallissa ei ole tarpeellista maksaa vuosimaksua. Syyt siihen, miksi yritykset päätyvät yhteistyösopimukseen ovat erilaisia, esimerkiksi:

- tavaroiden osto
- tavaroiden myynti
- tavaroiden vaihto
- tunnistettavuus ja tiettyjen laatukriteerien tarjoaminen (tai toiminta yhteisen tavaramerkin alla)
- pätevytyminen

Franchising-verkostot

Franchising-verkosto (yritys) on tietynlainen yhteistoimintamalli. Ratkaisevaa franchising-verkostojen määrittelyssä on tietysti franchisinginantajan ja franchisinginottajan läheinen yhteistoiminta, jossa kumpikin pysyy itsenäisinä yrityksinä. Yhteistoiminta tapahtuu vain selvästi määritellyissä sopimuksellisissa puitteissa franchising-järjestelmän tavoitteiden turvaamiseksi. Yleensä franchisinginottajat osallistuvat enemmän franchisinginantajan jakelujärjestelmään kuin vähittäismyyjät. Franchisinginottaja myy tuotteitaan tai palveluitaan itsenäisesti ja suorittaa maksut yhtenäisestä välineistöstä, yhteisen nimen, ulkoasun ja tavaramerkin (esim. logo) käytöstä, yhtenäisestä jakelujärjestelmästä sekä usein myös yhteisestä kirjanpidosta. Toisaalta franchisinginantaja kouluttaa franchisinginottajan, valvoo franchising-konseptin toteutusta ja voi ohjeistaa franchisinginottajaa. Yleensä franchising-järjestelmän kuvauksessa käytetään neljää kriteeriä:

- Itsenäiset yrittäjät sitoutuvat sopimuksella pitkäaikaiseen yhteistyöhön
- Kertamaksua ja/tai jatkuvia suorituksia vastaan franchisinginottaja saa luvan selkeästi määriteltyihin oikeuksiin franchisinginantajan edustamassa yrityksessä.
- Näihin oikeuksiin kuuluvat: tuotenimen tai yritysnimen käyttö, liikeidean/ järjestelmän hyödyntäminen, tuoteryhmän tuotanto ja/tai myynti.
- Franchisinginantajan tuki yrityksen kehittämisessä ja päivittäisessä johtamisessa.

Franchising-verkostot tai -järjestelmät tarjoavat erilaisia hyötyjä niin franchisinginottajalle kuin franchisinginantajallekin.

Hyödyt franchisinginottajalle:

- Markkinoille pääsy nopeutuu, koska järjestelmä on tunnettu ja vakiintunut.
- Franchisinginottajalla on (usein) alueellinen suoja (paikallinen monopoliasema).
- Franchisinginantaja tarjoaa toimivan liikeidean ja täydellisen palvelupaketin franchisinginottajan käyttöön.
- Franchisinginantaja on vakiinnuttanut hyvän yrityskuvan vuosien markkinoinnin avulla ja säilyttää sen jatkuvuuden.
- Pankkien luototus on suurempi, koska yrittämisen riski on pienempi.
- Franchisinginottaja voi hyödyntää laajuuden tuomat säästöt (esim. myynninedistämisessä tai ostoissa).
- Franchisinginottaja on edelleen itsenäinen yrittäjä.
- Franchisinginottaja saa käyttöönsä tunnetun tuotemerkin, joka on vakiinnuttanut asemansa markkinoilla.
- Tiedonvaihto.
- Yritysvertailut.
- Franchisinginottaja saa tehokkaat, käytännössä testatut työmenetelmät.
- Jatkuvan koulutuksen kautta franchisinginottajan suorituskyky paranee.
- Franchisinginantajan suorittaman kontrollin avulla epäkohdat voidaan tunnistaa ja poistaa nopeammin.

Hyödyt franchisinginantajalle:

- Franchisinginantaja hyödyntää erityisesti franchisinginottajan halukkuutta toimia itsenäisenä yrittäjänä.
- Jos franchisinginottaja jatkaa jo olemassa olevaa yritystoimintaa, hän voi välittömästi tukeutua jo käynnissä olevaan yritystoimintaan ja vankkaan asiakaskuntaan.
- Franchisinginantaja voi välttyä liikeyritysketjun luomisen vaivannäöltä ja voi kehittää jakeluverkon, joka on räätälöity toimintatarkoitustaan varten.
- Franchisinginantaja voi markkinoida yritysideaansa ja tietotaitoansa suhteellisen pienin taloudellisin kustannuksin.
- Välittömillä ja myös pidemmän tähtäimen pääomasijoituksilla helpompi pääsy markkinoille.
- Järkiperaistaminen, järjestelmän suurempi tehokkuus markkinoilla.
- Suurempi houkuttavuus kuluttajille.
- Nopeat laajenemismahdollisuudet.²

² Lähde: <http://de.wikipedia.org/wiki/Franchising> (tieto tallennettu: 23.06.2008)

3. Yhteistoiminnan, verkostojen ja yhdistysten tarve eurooppalaisessa käytetyn tavaran kaupassa

3.1. Selvitys käytetyn tavaran kaupan yhteistoiminnan, verkostojen tai yhdistysten tarpeesta Saksassa

Saksassa toimivia erilaisia käytetyn tavaran kaupan alan verkostoja:

Verkosto, yhdistys	Profiili, kohderyhmä
Second-Hand vernetzt e.V.	Jäsenet voittoa tavoittelevalta ja voittoa tavoittelemattomalta sektorilta. Toiminnan painopiste: käytetyn tavaran kaupan asiantuntijoita, käytetyn tavaran kaupan edistäminen. Profiili: Yhdistys.
bag arbeit, Fachgruppe für Gebrauchtwaren und Recycling	Jäsenet voittoa tavoittelemattomalta sektorilta. Toiminnan painopiste: Työttömien sopeuttaminen ja pätevöittäminen; muuta toimintaa: kierrätys, uudelleenkäyttö, kestävä kehitys, ekologia. Profiili: Kansallinen kattojärjestö, käytetyn tavaran kaupan ja integraation yhdistämisen asiantuntija.
Fairwertung	Jäsenet voittoa tavoittelemattomalta sektorilta (osaksi suurempia järjestöjä), jotka järjestävät vaatekeräyksiä. Toiminnan painopiste: Ympäristöystävällisten ja sosiaalisesti hyväksyttävien käytäntöjen luominen käytettyjen vaatteiden käsittelyyn, läpinäkyvyyden luominen vaatteiden keräykseen (tekstiilien keräys). Profiili: Kansallinen kattojärjestö.
Verband Textilrecycling	Jäsenet voittoa tavoittelevalta ja voittoa tavoittelemattomalta sektorilta (pieniä ja keskisuuria yrityksiä) kaikkialta Euroopasta. Toiminnan painopiste: vaatteiden kerääminen, vienti ja kierrätys. Profiili: Ammatillinen yhdistys.
RREUSE	Voittoa tavoittelemattoman sektorin verkostojen verkosto. Toiminnan painopiste: kierrätys, uudelleenkäyttö, kestävä kehitys, ekologia. Profiili: Eurooppalainen yhdistys.

Taulukko 1 Saksan käytetyn tavaran kaupan toimivat verkostot.

Taulukon kahdella ensimmäisellä verkostolla ovat selvänä kohderyhmänä ”Käytetyn tavaran kaupan kauppiat”. *Second-Hand vernetzt e.V.* -yhdistys eroaa siinä, että se keskittyy käytetyn tavaran kauppaan, riippumatta siitä onko se voittoa tavoittelevaa vai tavoittelematonta. Jäsenten rinnakkaiselo (hyvin eri tilanteissa olevia yrityksiä, joilla on erilaiset tavoitteet) ei ole aina helppoa vaatimusten ja tarpeiden monimuotoisuudesta johtuen. *Bag arbeit* -yhdistyksen käytettyjen tavaroiden ja kierrätyksen jaosto on toiminut menneisyydessä ansiokkaasti käytetyn tavaran kaupassa. Jaosto tarjoaa asiantuntemusta 40 käytetyn tavaran kaupan yritykselle ja 30 kierrätysyritykselle ja tarjoaa menestyksekkäästi jatkuvia verkostoitumistoimia ”integraation” ja ”käytetyn tavaran kaupan/kierrätyksen” aloilla. Kummankin verkoston juuret ja perusajatus liittyvät ”kestävään kehitykseen ja ekologiaan.” Lähitulevaisuudessa nämä molemmat teemat tulevat tärkeämmiksi, ja yhteys sellaisiin teemoihin kuin käytetyn tavaran kauppa ja resurssien säästäminen/kierrätys tarjoavat monia mielenkiintoisia kehitysmahdollisuuksia käytetyn tavaran kaupan alalla.

Keskustelut kansallisen sektorin asiantuntijoiden kanssa ovat varmistaneet sen, että Saksan kansallisten käytetyn tavaran kaupan verkostojen jatkokehityksen edistäminen yhdistysten suuntaan olisi tarpeellista. Tässä muodossa tapahtuva verkostoituminen sopisi parhaiten huolehtimaan niistä tarpeellisista perustoiminnoista ja -tehtävistä, jotka verkostoitumisella tulisi saavuttaa. Toimintoihin liittyen voidaan mainita seuraavat seikat:

- Asiantuntemus, käytetyn tavaran kaupan erityistietotaidon kehittäminen ja syventäminen
- Työntekijöiden (yksilöt) ja yritysten (järjestelmä, organisaatio) pätevyttäminen/koulutus
- Alan lobbaus ja PR-toiminta
- Jäsenpalvelut
- Verkostojen perustaminen ja toiminnan helpottaminen sekä jäsentenvälinen yhteistyö

Tällaisen yhdistyksen tulisi ensisijaisesti kehittää tavaramerkki, joka vahvistaa jäsenten (ulkoista) tunnistamista, ja jota toisessa vaiheessa voidaan käyttää profiloitumiseen asiakassuhteissa. Niinpä *Second-Hand vernetzt e.V.* -yhdistyksellä on ollut hyviä kokemuksia tuotemerkin käyttöönotossa. Se on saanut aikaan muun muassa laatukeskustelun. ”Verkostojärjestöihin” verrattuna franchising-järjestelmällä on Saksassa asiantuntijoiden mukaan enemmän toissijainen rooli verkostoitumisen muotona Saksassa. Tästä johtuen saksalaiset asiantuntijat pitävät franchising-järjestelmää enemmänkin yritystoimintana kuin verkostona. Yhteistoimintaa sitä vastoin ilmenee Saksassa nykyään pääasiassa vain yritysten välillä, ja niiden toiminta on enimmäkseen alueellisesti painottunutta ja keskittynyt tällä hetkellä kapeasti määriteltyihin, sovittuihin tehtäviin, kuten koulutukseen, mainontaan jne. Yritysten väliselle, strategiselle yhteistoiminnalle ei ole tällä hetkellä kysyntää.

Asiantuntijoiden pohdinnat ovat osoittaneet, että *Second-Hand vernetzt e.V.* -verkosto ja *Bag arbeit* -yhdistyksen käytettyjen tavaroiden ja kierrätyksen jaosto ovat lähellä perusrakennetta ja käytetyn tavaran kaupan verkostoajattelun tulevaisuuden tavoitteita. Kansallisen tason tehokkaamman verkostoitumisen ja jäsenten saaman hyödyn lisäämiseksi on QualiProSecondHand-projektin asiantuntijapaneelin yhteydessä kehitetty ajatus kahden instituution välisestä yhteistoiminnasta. Sopiva konsepti voisi näyttää tältä:

Bag arbeit tarjoaa käytettyjen tavaroiden ja kierrätyksen jaoston jäsenille *Second-Hand vernetzt e.V.* -verkoston jäsenyyden. Siten he hyötyvät toisen verkoston toiminnasta. Vastineeksi *Bag arbeit* maksaa osan jäsenmaksuistaan *Second-Hand vernetzt e.V.* -verkostolle. Myös toisensuuntainen yhteistoiminta on ajateltavissa, koska *Bag arbeit* tarjoaa laajemman toimintansa (kierrätys, resurssit) kautta mielenkiintoisia kehitysmahdollisuuksia käytetyn tavaran kaupan alalla. Tällaisen yhteistoiminnan kautta voitaisiin myös laatia strateginen kehitysprojekti, joka keskittyy vajaakuntoisten henkilöiden pätevyttämiseen.

Tämä sopii erityisesti voittoa tavoittelemattoman sektorin sopeuttamisalan yrityksiin, joissa käytetyn tavaran kauppa käyttää työntekijöitään nimenomaan yritystä hyödyttävän pätevyttämisen tarpeisiin. Tämä lähestymistapa johtunee tällä sivulla

ilmi tulevasta koulutettujen ammattilaisten puutteesta. Mahdollinen kahden verkoston yhteistyö tuo positiivisia vaikutuksia ja hyötyjä niiden jäsenille ja omalta osaltaan vaikuttaa sektorin vahvistamiseen sekä edistää ammattimaistumista. Kummallakin verkostolla olisi (yhteistoiminnassa) seuraavat tehtävät:

Tavoite	Tehtävä
Asiantuntemus, käytetyn tavaran kaupan erityistietotaidon kehittäminen ja syventäminen	Asiantuntemus, asiantuntijoiden tarjoaminen; Pysyvän yhteyden luominen asiantuntijoihin/instituutioihin, mihin yksittäisellä yrityksellä ei yleensä ole mahdollisuutta.
Työntekijöiden (yksilöllinen) ja yritysten (järjestelmä, organisaatio) pätevöittäminen/koulutus	Tarkoin määritellyn pätevöittämisen kehittäminen ja järjestäminen; asiantuntevien kouluttajien ja konsultoinnin tarjoaminen; yritysten ja alan kehittymisen edistäminen suunnitelmallisen ja järjestetyn kokemusten vaihdon kautta.
Alan lobbaus ja PR-toiminta	Lobbaus: Lakituntemus, parannusehdotusten tekeminen, imagokampanjoiden suunnittelu ja toteutus, portaalien kehitys ja ylläpito (yhteyksien luomien).
Jäsenpalvelut	Rahanarvoisen hyödyn tarjoaminen (vakuutukset, osallisuus Euroopan komission rahanjaossa jne.); Pätevöittäminen/koulutus, konferenssit; tiedonvaihto, uutiskirje; Vertailukelpoisten lukujen kerääminen (luotava benchmarking); Yritysneuvonta.
Verkostojen perustaminen ja toiminnan helpottaminen sekä jäsentenvälinen yhteistyö	Yhteistoiminnan aloittaminen (Yhteistoiminta hankinnoissa, logistiikassa, laadunvalvonnassa jne.); Kansallisten konferenssien, kriteerien, vaihtoryhmien ja järjestäminen; alueellisten, vakituisten työntekijöiden luetteloiminen.

Taulukko 2 Mahdollisen verkostoyhteistoiminnan tavoitteet ja tehtävät Saksassa

Jotta edellä mainitut tavoitteet voidaan toteuttaa mahdollisessa verkostossa, tarvitaan keskitettyä johtoa, joka ottaa hoidettavakseen sekä strategiset että suunnittelutoiminnot ja toteuttaa ne käytännössä. Johtamisesta voi huolehtia vapaaehtoinen johtokunta, kuten yleensä tämänkaltaisissa verkostoissa. Johto on vastuussa sopivien palvelujen järjestämisestä ja tiedotuksesta, liike-elämän trendien seuraamisesta ja yhteistoiminnan kehittämisestä. Sen lisäksi se toimii yhteyskumppanina toimintaperiaatteiden osalta ja huolehtii tarvittavista lobbaus-toimista. Kansallisella tasolla tavoitteena on vaikuttaa tehokkaammin parlamentaarikkoihin ja ministeriöihin, ja eurooppalaisella tasolla EU-komissioon.

Tällaisen verkoston hyöty yksittäisille jäsenyrityksille on toisaalta niiden etujen ajaminen, ja toisaalta täsmällinen ja konkreettinen palvelutarjonta. Kuten asiantuntijoiden pohdinnat ovat osoittaneet, jäsenyritykset (ainakin olemassa olevissa verkostoissa) käyttävät ensisijaisesti tapahtuma- ja koulutusmahdollisuuksia, samoin kuin verkoston toimintaa kokemusten vaihdon areenana. Koska poliittinen lobbaus ei ole usein tarpeeksi läpinäkyvää ja sillä ei myöskään havaita välittömiä vaikutuksia, jäsenet eivät mainitse sitä ensisijaisena jäsenyyden vaikuttimena.

3.2. Selvitys käytetyn tavarankäytön yhteistoiminnan, verkostojen tai yhdistysten tarpeesta Itävallassa

Itävallan käytetyn tavarankäytön kauppa ei ole kovin hyvin järjestäytynyttä. Yksityisiä, voittoa tavoittelevan sektorin melko pieniä käytetyn tavarankäytön yrityksiä on noin 800 ja voittoa tavoittelemattomalla sektorilla niitä on noin 80. Käytetyn tavarankäytön liiketoimintaa pyörittävät ihmiset ovat usein itse kiinnostuneita käytetystä tavarasta ja tavoittelevat harvoin taloudellista hyötyä. Mainontaan ja markkinointiin varatut summat ovat alhaisia. Tästä syystä mainonta- ja markkinointibudjetti on usein erittäin pieni. Lisäksi käytetyn tavarankäytön kauppa muuttuu nopeasti koko ajan. Siten kauppiaiden täytyy pitää jatkuvasti tietotaitonsa ajan tasalla selviytyäkseen markkinoilla. Varsinkin voittoa tavoittelemattomalla sektorilla yritysjohdon ja avainasemassa olevien työntekijöiden on toimittava sellaisten työntekijöiden kanssa, joilla on sosiaalisia ja taloudellisia ongelmia tai muita vajavuuksia.

Itävallan sektorin rakenteesta johtuen on tarpeellista perustaa verkostoja, jotka antavat tukea käytetyn tavarankäytön yrityksille mainonnassa ja markkinoinnissa. Tämä auttaisi yrityksiä saamaan enemmän huomiota ja kohottaisi niiden asemaa yleisön silmissä. Verkosto voi antaa myös tietoa markkinatrendeistä ja tarjota olennaista tietotaitoa jäsenilleen. Erityisesti voittoa tavoittelemattomalla sektorilla verkosto voi ottaa tehtäväkseen lobbauksen ja edustaa jäseniään neuvotteluissa poliitikkojen ja julkishallinnon kanssa.

Mahdollisen kansallisen verkoston, jolla olisi edellä mainitut tehtävät, tulisi sisältää tiettyjä rakenteita, jotta verkoston organisaatio ja olemassaolo taattaisiin. Tällaisessa rakenteessa tulisi olla:

- Verkoston johtaja
- Hallitus: vähintään viisi äänestyksessä valittua jäsentä
- Toimeenpaneva johto, toimitusjohtaja: henkilö, jolla on tarpeeksi aikaa verkoston pyörittämiseen, mieluummin palkattu henkilö
- Verkoston jäsenet: käytetyn tavarankäytön yrityksiä
- Neuvoa-antava toimielin: tarpeellinen, mikäli verkosto saa rahoitusta julkisista varoista

Tässä lueteltujen verkoston eri toimijoiden tulisi kunkin huolehtia eri tehtävistä verkostossa (taulukko 3).

Toimija	Tehtävä
Puheenjohtaja	Verkoston johtaminen, edustaa verkostoa julkisuudessa ja myös verkoston sisäisessä toiminnassa
Hallitus	Päätökset toimintaohjelmasta, päätökset verkoston vaatimuksista
Toimeenpaneva johto	Pyörittää verkostoa, PR-työ, markkinointi ja mainonta, jäsenpalvelut, toiminnan järjestäminen
Verkoston jäsen	Maksaa jäsenmaksut, käyttää verkoston tarjontaa, täyttää verkoston vaatimukset, osallistuu verkoston toimintaan

Taulukko 3 Toimijat ja heidän tehtävänsä mahdollisessa verkostossa Itävallassa

Itävaltalainen verkosto ei välttämättä tarvitse muodollista rakennetta. Siitä huolimatta verkoston pyörittämiseksi tulisi olla käytössä jäsenmaksu. Mahdollisen verkoston tulisi tarjota etuuksia, esimerkiksi:

- Edullisempi markkinointi ja mainonta
- Yhteisen markkinoinnin, PR-toiminnan ja mainonnan luominen
- Mahdollisesti yhteiset laatukriteerit, laadunvalvonta
- Jatkokoulutusmahdollisuudet
- Kokemusten vaihto
- Jäsenyrytysten edustaminen
- Yhteinen www-sivu
- Yhteisiä toimintoja

Kuten tässä on osoitettu, olisi toivottavaa, että Itävallan käytetyn tavaran kauppa muodostaisi yhdistysmuotoisen verkoston, koska tällä hetkellä toiminnassa on vain rajatusti toimivia instituutioita käytetyn tavaran kaupan alaa edustamassa; vastaavasti verkostoja ei ole. Voittoa tavoittelevalla sektorilla on vain kaksi toimijaa:

1. Wienin kauppakamari (Viennese Economic Chamber)

Wienin kierrätyskauppa on löyhästi verkostoitunut Wienin kauppakamarin alaisuuteen Wienin aluekomitean (Regional Committee Vienna) kautta. Osavaltioissa verkostoitumista ei ole; kauppiaat saavat osan palveluista Wienin aluekomitealta. Verkosto tarjoaa esitteen, jossa on kaikkien jäsenten yhteystiedot, ja se järjestää koulutustoimintaa kuten opintomatkoja. Kierrätyskaupassa on yhteistoimintaa, koska eräiden kierrätystuotteiden myynti toimii paremmin erityisliikkeissä (esim. 1970-luvun valaisimet). Asiakkaat käyvät mieluummin useammin erikoisliikkeessä kuin kiertävät useita kierrätystavaramyyjiä, jolloin kuluu enemmän aikaa.

2. Erillismyyjien verkosto

Wienissä toimii 7 kaupan verkosto, joka on sopinut saman nimen käytöstä toteuttaakseen yhteistä markkinointikonseptia. Yritykset kuitenkin toimivat erillisinä. Tuotteiden jakelussa ei tehdä yhteistyötä. Verkosto on erittäin löyhä ja keskittynyt lähinnä yhteiseen yrityssuunnitteluun.

Yhteenvetona voidaan todeta, että Itävallassa ei ole tiedossa voittoa tavoittelemattoman sektorin verkostoja tai muita yhteistyömalleja.

3.3. Selvitys käytetyn tavaran kaupan yhteistoiminnan, verkostojen tai yhdistysten tarpeesta Belgiassa

Belgian tapauksessa on käynyt ilmi, että on erittäin tärkeää välttää virheitä yritysten välisessä organisoitumistavan valinnassa, jotta kukin mukana oleva organisaatio saavuttaisi itselleen asettamansa tavoitteet.

Verkoston jäsenten välisen toiminnan tulisi olla sujuvaa. Tällä seikalla on tärkeä rooli verkostoon kuuluvien yritysten lähitulevaisuuden ja pitkän aikavälin tavoitteisiin keskittyttäessä, kuitenkin suoden niille laajat mahdollisuudet itsenäiseen

työskentelyyn. Koska verkosto yleensä ymmärretään löyhänä organisaatioiden välisenä linkkinä (vaikka muodolliset verkostot velvoittavat verkoston jäseniä enemmän), on mielenkiintoista huomata vakaan ja luotettavan toimeenpanevan elimen tärkeys. Vahva toimeenpaneva sihteeristö tarvitaan varmasti toteuttamaan tehokkaasti verkoston käytännön toimintaa. Verkoston sihteeristön hallinnollisissa toimissa ulkoisella tiedotuksella on tärkeä rooli.

Harkittaessa yhteistoiminnallista ”mallia”, on hyvä tiedostaa, että siihen kuuluvat tarkoin määritellyt tavoitteet, joten se ehkäisee mahdollisuutta laajentaa teemoja yksinkertaisella tavalla. Aluksi vaikuttaa siltä, että yrityksillä on mahdollisuus suunnata toimintojaan niiden haluamalla tavalla. Seurannan jälkeen voidaan harkita muutetaanko mallia tarkemmaksi. Pidämme kohtuullisena mahdollisuutta taata sektorille yhdistyksen/yhteenliittymän ”suunnitelma” sillä ehdolla, että sen lähestymistapa on keskitetty – siinä muodossa, jossa se on tietoomme saatettu – sitovaan, muodolliseen yhteistoimintaan ja osallistuvien yritysten suorittamiin maksuihin. Koska esimerkkejä on kaikkialla Euroopassa, on tärkeätä kuitenkin kiinnittää huomiota siihen mahdollisuuteen, että harkitaan yhteenliittymän perustamista silloin, kun se perustuu vapaaehtoisuuteen ilman erityistä sitoutumista kuluihin tai maksuihin (on muutamia esimerkkejä ”malleista”, jotka eivät aiheuta kustannuksia).

Jos käy niin, että franchisinginantaja/franchisinginottaja -suhde vastaa yritysten toiminnan vaatimuksiin osana sektoria, on muistettava, että tällaisessa suhteessa tuotemerkillä on yksi omistaja ja muut itsenäisinä yrittäjinä noudattavat franchising-sopimuksen sääntöjä. Lisäksi tämä malli on paljon tehokkaampi markkinataloudessa kuin sovellettavissa sektorilla, jolla huomattava osa mukana olevista yrityksistä on voittoa tavoittelemattomia. Huomioon ottaen yhteyksistä laaditun yleiskatsauksen lyhyden, pidämme tässä tapauksessa parhaana vaihtoehtona verkostomallin harkitsemista. Franchising-järjestelmään verrattuna se soveltuu paremmin ja sitä käytetään enemmän yhteisötalouksissa (sektori, jota tämä projekti pääasiassa käsittelee).

Meillä on kokemusta jäsenten verkostoitumisesta, koska RREUSE (Euroopan unionin sosiaaliset uudelleenkäyttö- ja kierrätysyritykset) on sosiaalisten yritysten eurooppalainen verkosto. RREUSE on verkoston kattojärjestö. Verkosto toimii päivittäisellä tasolla. Verkoston tehtävät ovat jopa tärkeämpiä ja tehokkaampia, kun verkostoituneet organisaatiot ovat yhteistoiminnassa ja tukevat verkoston hoitamaa toimintaa. Tämä vahvistaa verkoston näkyvyyttä, kun pyritään vaikuttamaan institutionaalisella tasolla. Voidaan rehellisesti todeta, että kaikki verkostoituneet organisaatiot ja yritykset eivät koskaan ole kiinnostuneita kaikista ajankohtaisista asioista. Ne ottavat osaa verkoston toimintaan ja tukevat verkostoa, kun ne ovat vakuuttuneita osallistumisen hyödyistä. Sitä voidaan pitää hyvänä voimavarana verkostolle, koska se takaa paremman ja aktiivisemmän osallistumisen asioihin.

Belgiassa RREUSE-verkosto kattaa Vallonian alueen, Flanderin alueen ja Brysselin pääkaupunkialueen. Verkosto pyrkii menestyksekkäästi tarjoamaan kyseessä oleville verkostoituneille, voittoa tavoittelemattomille sosiaalisille yrityksille (RESSOURCES eteläosissa ja Brysselissä pääkaupunkialueella ja KVK Belgian pohjoisella flaamialueella) ajankohtaista, toimeenpanoon liittyvää tietoa niistä aiheista, joista verkostoituneet yritykset sitä kaipaavat.

RESSOURCES ja KVK yhdistävät kolmen belgialaisalueen kierrätyskeskukset. Nämä yhteenliittymät kokevat toimintonsa korostuvan RREUSE-verkostossa, johon ne kuuluvat. Verkosto tarjoaa tiedonvaihtoa tarjolla olevista kumppanuuksista Euroopan alueen maissa.

RESSOURCES perustettiin 1999, kun yhdistettiin 52 uudelleenkäytön ja kierrätyksen alalla toimivaa sosiaalista yritystä. RESSOURCES yhdistää verkostoituneet (ympäristö- ja sosiaalikesymyksiin sitoutuneet) yritykset niiden toimintojen, pääsuuntautumisan ja maantieteellisen sijainnin mukaan. Verkosto työllistää 1500 henkilöä kokoaikaisesti. Se saa tukea useilta ympäristö- ja sosiaalisilta järjestöiltä sekä Vallonian ja Brysselin pääkaupunkialueen ympäristöministeriöiltä.

Flaamilaisen KVK-verkoston yhteydessä tulee muistaa, että se perustettiin vuonna 1994 ja yhdistää nyt kaikki Flanderin alueen uudelleenkäyttökeskukset. KVK tukee jäseniensä toimia (uudelleenkäyttö, ammattitaidottomien ja pitkäaikaistyöttömien työllistäminen) vastavuoroisella yhteistyöllä varmistamaan sektorin tehtävän toteutumisen. Se puolustaa sektorin etuja paikallisviranomaisten, hallituksen ja osakkaiden suhteen ja tukee jäseniään kehittämällä projektitukea. KVK-verkoston toimintaan kuuluvat jäsenten konsultointi, tiedon ja ajatusten vaihto, yhteisen näkemyksen kehittäminen sekä strategia, josta seurauksena on sektorin ja asiakasmäärän jatkuva kasvu, väestön myönteinen suhtautuminen uudelleenkäyttöön ja käytetyn tavaran kauppaan, jossa uudelleenkäytön sektori nähdään parhaana esimerkkinä yhteisötaloudesta.

Vaikka mallien rakenteissa voidaan helposti havaita yhtäläisyyksiä (yhteiset tavoitteet, keskittyminen tiettyihin kiinnostuksen kohteisiin, jne.), on olemassa tekijä, joka vaikuttaa tietyn verkoston valitsemiseen toisen ehdolla olevan jäsenyysratkaisun sijaan, jolloin valitaan verkoston jäsenten yhteistyön takaava malli. Toiminnan vapaus ja mukana olevien yritysten antama panos ovat avain verkoston menestykseen. Kuten edellä mainittiin, tarvitaan kuitenkin hyvää ja tehokasta toimeenpanevaa sihteeristöä, joka keräisi, päivittäisi, hallinnoisi ja edistäisi järjestöjen panostusta luodakseen verkostolle laajan ja näkyvän toimintakentän.

Yhteenvedon voidaan todeta, että RREUSEN kannalta paras keino käytetyn tavaran kaupan ammattimaistumisen vahvistamiseksi olisi verkostomalli. Sektori ei ole vielä tarvittavalla organisatorisella rakennetasolla, joten juuri nyt ei ole oikea aika järjestäytyä sitovammalla tavalla.

3.4. Selvitys käytetyn tavaran kaupan yhteistoiminnan, verkostojen tai yhdistysten tarpeesta Suomessa

Suomalaisten asiantuntijoiden yleisenä mielipiteenä näyttää olevan, että käytetyn tavaran kauppa tarvitsee kansallisia ja kansainvälisiä verkostoja. Verkostojen tarkoituksena on yleensä käytetyn tavaran kaupan kokemusten jakaminen, toimivien käytäntöjen kehittäminen ja yrityskuvan vahvistaminen. Suomessa ne toimivat yhteistoiminta- tai yhdistysmuotoisina, mutta eivät todellisina franchising-verkostoina. Järjestöt ovat tärkeitä esimerkiksi lobbaustyössä ja sektorin kehittämiseen vaikuttamisessa.

Verkostoja tarvitaan eniten niissä yrityksissä ja järjestöissä niillä liike-elämän aloilla, joilta niillä ei ole tarpeeksi voimavaroja/tietoa. Esimerkiksi markkinointitoimia voidaan hoitaa yhteistyössä toisten toimijoiden kanssa. Koska monet suomalaiset käytetyn tavaran kaupan yritykset ja yhdistykset ovat melko pieniä, tietyn yritysalan voimavarojen yhdistäminen voi olla yritystoiminnalle suotuisaa.

Esimerkki kansallisesta verkostosta Suomessa on vuonna 2007 neljän sosiaalisen yrityksen perustama Nester, joka edustaa uudelleenkäytön ja kierrätyksen yhteistoimintaa ja syntyi SYTRIM-projektin tuloksena. SYTRIM-projekti keskittyi sosiaalisten uudelleenkäyttö- ja kierrätysyritysten kehittämiseen, ja sen rahoittajana toimi Euroopan sosiaalirahasto (ESR). Hanketta koordinoi Oulun yliopiston Koulutus- ja tutkimuspalvelujen yksikkö. Nester yhdistää perustajiensa voimavarat ja toiminnot vahvistaakseen toimijoiden sosiaalista vaikutusta ja yritystoimintoja. Käytännössä palveluihin kuuluvat esimerkiksi verkkomarkkinointi, sopimukset ja logistiikka, ylläpito ja huoltotoimet, kansainväliset kaupankäynnin palvelut WEEE:n (EU:n direktiivi sähkö- ja elektroniikkalaiteromusta) raameissa. Ne kuuluvat myös RREUSE-verkostoon (Euroopan unionin sosiaaliset uudelleenkäyttö- ja kierrätysyritykset), joten kokemuksia on mahdollista jakaa kansainvälisellä tasolla. Nester näyttää tarjoavan ne palvelut, joita sen perustajat ja muut WEEE-sektorin yritykset tarvitsevat.

Keskustelut alan asiantuntijoiden kanssa ja Nesterin esimerkki osoittavat, että Suomessa verkostoja voidaan luoda esimerkiksi yhteistyöllä, jossa osallistumiskumppaneina tulisi olla kaupunki, valtio, koulut, instituutiot, järjestöt ja yritykset, jolloin toiminnassa yhdistyisivät osaamisen eri alueet. Niiden tavoitteena tulisi olla olemassa olevien liiketoimien vahvistaminen ja käytetyn tavaran kaupan liiketoimintojen käynnistäminen. Nester-verkoston lisäksi Suomessa toimii jo muutamia muita käytetyn tavaran kaupan verkostoja, mutta vielä tarvitaan enemmän yhteistyötä eri toimijoiden välillä.

3.5. Selvitys käytetyn tavaran kaupan yhteistoiminnan, verkostojen tai yhdistysten tarpeesta Britanniassa

Britanniaa koskeva selvitys on osoittanut, että suurin osa käytetyn tavaran kaupasta on järjestäytymätöntä. Tutkimus osoittaa kuitenkin myös sen, että sektorille on syntynyt joitakin järjestöjä tai toimielimiä, jotka hoitavat tiettyjä osa-alueita. Näihin järjestöihin kuuluvat muun muassa (suom. huom. suomenkieliset nimet eivät ole virallisia):

- National Market Traders' Federation (Kansallinen kauppiasyhdistys)
- Provincial Booksellers Fairs' Association (Maakunnallinen kirjakauppiasyhdistys)
- CRNS Community Recycling Network for Scotland (Skotlannin kierrätysverkosto)
- Association of Charity Shops (Hyväntekeväisyysmyymälöiden yhdistys)
- Local Authorities (Paikallisviranomaiset)
- Chambers of Commerce and Trade (Kauppakamarit)

Kaikki järjestöt vaikuttavat tukemalla, säätelemällä ja ammattimaistamalla niitä käytetyn tavaran kaupan osa-alueita, joilla ne ensisijaisesti toimivat. Koko sektoria edustavaa kattavaa toimielintä ei ole luultavasti siksi, että käytetyn tavaran kaupan tuotannossa ei ole virallista tuotantosektoria.

Esimerkkejä eräiden tutkimuksen kohteina olleiden yritysten toiminnasta: Hyväntekeväisyysmyymälöiden yhdistys (The Association of Charity Shops) perustettiin vuonna 1999 ja on nykyään tärkeässä asemassa käytetyn tavarankaupassa. Se työllistää 6 palkattua työntekijää ja satunnaisia vapaaehtoisia. Jäseninä on niin suurimpia, kansallisia hyväntekeväisyysjärjestöjä kuin paikallisesti toimivia kodittomien yömajoja, ja niillä on noin 6700 myymälää. Yhdistys julkaisi vuonna 2005 Hyväntekeväisyysvähittäiskaupan säännöt (Code of Charity Retailing) vastineena hallituksen kehoitukselle kasvavaan itsesääätelyyn varainhankinnassa. Se jatkaa hallituksen lobbausta tärkeimmissä toimintaperiaatteellisissa kysymyksissä varmistaakseen, että sääätelykehys antaa mahdollisimman paljon tukea. Yhdistyksen yksityiskohtaisia tavoitteita voidaan kuvata seuraavasti:

- Hyvien käytäntöjen kehittäminen hyväntekeväisyysmyymälöissä
- Kansallisen ja paikallishallinnon tehokkaampi lobbaus Britanniassa ja Euroopassa
- Tehokkuuden parantaminen kaikissa myymälöissä tiedontarjonnalla ja -jakelulla
- Hyväntekeväisyysmyymälöiden tekeminen tunnetuksi suurelle yleisölle
- Kommunikointi ja työskentely jäsenten kanssa
- Yhteyksien parantaminen paikallisneuvostoihin, liike-elämään ja tavarantoimittajiin
- Tiivis yhteistyö muiden vapaaehtoisjärjestöjen kanssa

Braintreen alueneuvosto Essexissä on esimerkki paikallisviranomaisesta, joka tekee yhteistyötä hyväntekeväisyysmyymälöiden kanssa. Se on antanut tukensa hyväntekeväisyysmyymälöille antamalla niille option tyhjiin, kunnan omistamiin rakennuksiin, sponsoroimalla Bags for Life -hyväntekeväisyyttä, tarjoten hyväntekeväisyydelle mahdollisuuden saada vauhtiin jätteenkeräysjärjestelmä, tarjoamalla PR-toimintoja ja taloudellista tukea sekä työskentelemällä yhteistyössä hyväntekeväisyyden kanssa tekstiilienkierrättämissuunnitelman yhteydessä. Neuvosto työskenteli kolme vuotta luoden kumppanuuksia hyväntekeväisyysjärjestöjen kanssa ja panosti paikallisyhteisön kanssa työskentelyn tärkeyteen.

Koska merkittävän osan sektorista muodostavat yksityishenkilöt sektorilla, joka on rajoitetusti säädelty, jo olemassa olevat toimielimet tukevat tiettyjen osa-alueiden tarpeita ja vaatimuksia kuten kirjat, hyväntekeväisyys, kierrätys jne. Alat kuten kirpputorit, e-bay ja yksilöllinen myynti eivät ole tässä suhteessa kehittyneitä ja voivat hyötyä tukea antavasta elimestä. Suurin osa haastatelluista henkilöistä ei kuitenkaan pitänyt tällaista toimielintä tarpeellisena.

3.6. Selvitys käytetyn tavarankaupankäytön yhteistoiminnan, verkostojen tai yhdistysten tarpeesta Sloveniassa

Sloveniaa koskeva analyysi on osoittanut, että työnantajat tarvitsevat edustajan, joka puolustaa niiden intressejä ja puhuu edullisimpien ratkaisujen puolesta. Sloveniassa tämä on Kauppa- ja teollisuuskamarin (Chamber of Commerce and Industry) ja Ammatinharjoittajien kamarin (Chamber of Crafts) vastuulla. Kauppa- ja teollisuuskamarilla on 23 alajärjestöä. Ne edustavat työnantajille elintärkeitä etuja neuvotteluissa ammattiliittojen ja hallituksen kanssa. Sen lisäksi, että sillä on lukuisia yritysten vaatimuksiin liittyviä toimintoja, kamarin tärkein toiminta liittyy ammattimaisten konsultointipalvelujen tarjoamiseen.

Sloveniassa on muita innovatiivisia ryhmiä, jotka toimivat innovaatioklustereina ja teknologian verkostoina kansallisella tai paikallisella tasolla. Tähän mennessä on perustettu 18 klusteriverkostoa, jotka tarjoavat infrastruktuurin, palveluja ja yhteistyöpalveluja jäsenilleen. Nämä klusterit auttavat luomaan paremmat työolosuhteet yrityksille suojelemalla niiden etuja ja takaamalla yhteistyön muun muassa julkishallinnon, tutkimusyhteisön ja rahoitusalan kanssa.

Slovenian käytetyn tavaran kauppa ei ole identifioitavissa sektoriksi, yhdistykseksi tai muuksikaan verkostoksi. Tärkein syy on se, että vain pieni määrä yrityksiä toimii myymälöinä, jotka ostavat ja myyvät käytetyn tavaran kaupan tuotteita. Uskomme, että olisi hyödyllistä aloittaa pilottihanke esimerkiksi Info-toimiston perustamiseksi. Info-toimisto toimisi Sloveniassa vahvistaen käytetyn tavaran kauppaa ja rohkaisten siihen. Pilottihankemallin tulisi sisältää kolme osa-aluetta:

- Organisatorinen rakenne, joka helpottaisi Info-toimiston perustamista. Info-toimiston tarkoituksena olisi integroida käytetyn tavaran kaupan yrityksiä liike-elämän verkostoon. Info-toimisto takaisi käytetyn tavaran kaupan yritysten yhtäläisen edustamisen. Tällä tavoin jäsenet pystyisivät vahvistamaan intressejään. Info-toimiston ensisijaisena roolina olisi käytetyn tavaran kaupan yritysten auttaminen ja tukeminen siltä pohjalta, että toimisto takaisi niiden paremman näkyvyyden Slovenian markkinoilla.
- Info-toimistojen palvelukuvauksen ja toteuttamismallin valmistelu.
- Ohjelmistojen luominen kyseisen kaltaisen systeemin järjestämiseksi.

Kyseisten Info-toimistojen tulisi tarjota seuraavat palvelut:

- Käytetyn tavaran kaupan edistäminen messujen, sekä julkaisujen ja muun tiedonvälityksen kautta. Erityistä huomiota tulisi kiinnittää kaupan edistämiseen Internetissä.
- Tietoa liiketoiminnan mahdollisuuksista (tuotevalikoima, tietoa tavarantoimittajista)
- Tietoa liiketoimintaympäristöstä (yrityslainsäädäntö, markkinatieto jne.)
- Tietoa koulutusohjelmista
- Workshopien järjestäminen, joka auttaisi jäseniä EU:n rakennetukien hakemisessa.
- Apua löytämään sopivia kumppaneita rajat ylittävään yhteistyöhön.

Ehdotettu verkosto voisi toimia kansallisella tasolla, ja sillä olisi hierarkkinen rakenne. Sillä tulisi olla korkeat ammatilliset vaatimukset täyttävä johtoryhmä, jolla olisi tietoutta liike-elämästä, työmarkkinoiden toiminnasta, mainonnasta, käytetyn tavaran kaupan tekemisestä houkuttavaksi jne. Info-toimistolla tulisi olla johto, joka varmistaisi ehdotettujen tehtävien toteuttamisen. Vastuu tästä olisi Info-toimiston johtajalla. Jokaisella käytetyn tavaran kaupan osa-alueella olisi edustajansa verkostossa. Info-toimiston rahoitusvarojen määrä riippuisi sen jäsenmäärästä. Euroopan sosiaalirahasto voisi olla yksi mahdollinen Info-toimiston rahoituslähde.

3.7. Selvitys käytetyn tavaran kaupan yhteistoiminnan, verkostojen tai yhdistysten tarpeesta Bulgariassa

Kun tarkastellaan Bulgarian taloustilannetta ja niitä uskomattomia vaikeuksia, joita yksittäiset käytetyn tavaran kaupan yritykset kohtaavat tavaranhankinnassa, uusien varantolähteiden luomisessa sekä kuljetusten ja varastoinnin järjestämisessä, voidaan selvästi havaita verkoston perustamisen tarve.

Kuten Bulgarian käytetyn tavaran kaupan analyysi on osoittanut, enemmistö markkinoilla toimivista yrityksistä on pieniä perheyrityksiä. Samaan aikaan meillä on Bulgariassa uusien, laajojen teknologiamarkkinoiden avaamisbuumi. Sen mukana markkinoille tulvii leasing-tarjouksia tai leasing-maksuja edullisille tuotteille erityisesti pieniin ja suuriin kodinkoneisiin liittyen. Pienien käytetyn tavaran kaupan edustajien olisi tarkoituksenmukaista yhdistyä yhteiseksi verkostoksi tai markkinointi/mainontaverkostoksi, jotta niiden selviämismahdollisuudet paranisivat. Näissä olosuhteissa on ehdotettu yhteenliittymän tai yhdistyksen kaltaisen verkoston perustamista. Rahoitus hoidettaisiin jäsenmaksuin. Tällaisen yhdistyksen päätehtävät voidaan kuvata seuraavasti:

- Käytetyn tavaran kaupan yritysten tuotemerkin suunnittelu ja julkaisu
- Tukea toimintapäivien ja edistämistoimien suunnittelussa, järjestämisessä ja toteutuksessa.
- Kontaktien ylläpito ulkomaisiin kauppakumppaneihin ja uusien kontaktien luominen
- Jäsenedustajat neuvotteluissa kauppakumppanien kanssa
- Tuotteiden kuljetuksen ja mahdollisen väliaikaisen varastoinnin järjestäminen ennen kuljetusta jäsenille
- Tukea käytetyn tavaran kaupan yritysten työntekijöiden koulutuksen/pätevöittämissä järjestämiseksi

Yhdistyksen luomisen ja toiminnan aloittamisen tulisi tapahtua niin, että verkoston jäsenet hyötyvät verkoston toiminnasta. Yleensä oletetaan, että jäsenet saavat erilaisia etuja yhdistyksen luomisesta. Näihin sisältyvät:

- Kansallinen, yhtenäinen tuotemerkki ja jäsenten näkyvyys
- Julkisuuden lisääminen
- Kuluttajien luottamuksen esilletulo laadun ja palvelujen suhteen
- Tavarantoimituslähteiden nopea ja helppo käyttö
- Kokemusten vaihto jäsenten välillä
- Pienemmät myynninedistämiskustannukset
- Kasvava edustuksellisuus valtion virastoissa ja elimissä
- Mahdollisuus erikoiskoulutukseen

Verkoston toisena tärkeänä tehtävänä olisi keräystoiminnan järjestäminen ja toteuttaminen maassa. Tähän mennessä Bulgariassa ei ole kokemusta tai perinteitä käytetyn tavaran uudelleenkäytöstä, korjaamisesta tai myynnistä (vaatteet, huonekalut). Nämä toimet osaltaan vaikuttaisivat kansalaisten ympäristötietouden muodostumiseen ja vahvistumiseen.

Järjestön perustamisesta koituvat jatkuvat henkilöstömenot ja vuokrat täytyy kattaa

jäsenavustuksin. On myös ehdotettu, että mahdollinen järjestö rekisteröitäisiin ”voittoa tavoittelemattomana järjestönä”.

Toinen hyödyllinen verkostoitumistapa Bulgariassa tulee olemaan franchising-malli. Franchising-verkosto olisi asianmukainen yhteistoimintamuoto käytettyjen tekstiilien parissa työskenteleville käytetyn tavaran kauppiaille. He voivat päättää tietyllä tuotemerkillä varustetuista tuotteista, ja siten tarjota kuluttajille laatutakeen. Myyjille itselleen tällainen verkostoitumismalli merkitsee sitä, että tuotteiden hankinnan arvioitavissa oleva lähde ja säännölliset varannot tulisivat varmistettua. Alun menestyksen jälkeen yhä useammat yritykset kokevat nyt kilpailun paineet ja niiden täytyy suuntautua uudelleen. Myös yhä useampia yksittäisiä merkkivaatteisiin keskittyneitä käytetyn tavaran myymälöitä kehittyä, ja niille franchising-verkosto tarjoaa uuden identiteetin ja turvallisuuden.

Lopuksi on todettava, että tiedon ja voimavarojen vaihto on myös tärkeää käytetyn tavaran kaupassa, koska kuten bulgarialaisessa sananlaskussa sanotaan ”kukaan meistä ei yksin ole niin vahva ja viisas kuin me kaikki yhdessä olemme”. Tämän periaatteen alle yhdistyneinä järjestön jäsenet voivat toimia joustavammin ja menestyksekkäämmin.

4. Yhteenveto ja suositukset eurooppalaiselle käytetyn tavaran kaupalle

Kuten QualiProSecondHand-hankkeen puitteissa saadut eurooppalaisten asiantuntijoiden keskusteluihin pohjautuvat tulokset osoittavat, projektissa mukana olevissa kumppanuusmaissa on huomattava tarve kansallisen tason käytetyn tavaran kaupan verkostojen kehittämiseksi. Verkostojen kehitykseen ja perustamiseen liittyvä suuntaus etenee pääasiassa yhdistysten perustamisen kautta. Se ei kuitenkaan poista muiden verkostomallien, kuten franchising-verkostojen (jotka ovat tavoiteltavia Bulgariassa) tarvetta, eikä myöskään kohdennettua yhteistoimintaa yksittäisten yritystoimintojen välillä. Alan yhdistyksen luomisen tarve yksittäisissä maissa johtuu siitä, että useimmissa maissa tarkoituksenmukaista instituutioita ei ole. Käytetyn tavaran kaupan yritykset ja toimijat joutuvat usein suoriutumaan omin avuin. Tämä johtaa siihen, että niiden on vaikea parantaa mielikuvia yleisön silmissä ja edustaa tehokkaasti omia etujaan poliittisissa yhteyksissä.

Kansallisten asiantuntijoiden keskusteluissa verkostojen tarpeellisuuden määrittely on osoittanut, että käytetyn tavaran kaupalla ja alalla toimivilla yrityksillä on samat yhdistystä koskevat vaatimukset. Pää tavoitteiden eli imagon vahvistamisen ja edustuksellisuuden viranomaisten, ministeriöiden ja muiden olennaisten toimijoiden kanssa asioitaessa, ne näkevät lisäksi laajan joukon muita yritystoiminnallisia hyötyjä tällaisessa edustuksellisuudessa. Muita tässä yhteydessä mainittavia seikkoja ovat: varustautuminen alakohteisella ja teknillisellä ajankohtaistiedolla (esim. postitukset, infolehtiset, uutiskirjeet), mielipiteiden vaihdon edistäminen, tuki erityisten yhteistoimintojen muodostamisessa (esim. myynti, markkinointi), yritysten edustaminen julkisuudessa (esim. yhteisen tuotemerkin avulla), laadunmäärittelyn käyttö ja tuki, yhteisten laatuksien kehittäminen sekä tuki ja konsultaatio juridisissa ja organisatorisissa kysymyksissä. Vastaavalla yhdistyksellä ei tulisi olla vain epämuodollisia tehtäviä, vaan sen tulisi myös toteuttaa käytännön toimia kuten sektorikohtaisten tietyn alan konferenssien ja workshopien suunnittelu,

mainoskampanjoiden toteuttaminen (esim. messut), tuotteiden hankintalähteiden määrittely ja markkinatutkimusten hoitaminen.

Yleensä ottaen kansallisen yhdistyksen perustamisen täytyisi tapahtua siten, että jäsenyritykset hyötyvät yhdistyksen toiminnasta. Syy siihen, että verkostojen tarpeesta huolimatta yksittäisissä maissa ei tähän mennessä ole pystytty perustamaan yhdistyksiä, on niin yritysten puutteellisessa aloitteellisuudessa kuin niukoissa yksittäisten yritysten käytössä olevissa henkilö- ja taloudellisissa resursseissa, sekä sektorin vähäisessä merkityksessä kokonaistaloudelle. Joissakin maissa käytetyn tavaran kauppaa ja sen ajamia asioita koskevat poliittiset rajoitukset eivät ole yksiselitteisiä. Käytetyn tavaran kauppa kuuluu osittain ympäristöministeriöiden alaisuuteen, mutta osittain myös kauppa- ja teollisuusministeriöiden sekä – otettaessa huomioon voittoa tavoittelemattomat yritykset, jotka useimmiten ovat aktiivisia työpaikkojen luoja – työministeriöiden alaisuuteen. Tarkoituksenmukaisen kansallisen tason yhdistyksen alullepanoksi ja perustamiseksi pitkällä tähtäimellä tarvitaan ensinnäkin aikaa ja henkilöstörahoitusta, ja toiseksi välttämätöntä tietotaitoa. Koska mahdolliset myöhemmät jäsenyritykset eivät ole halukkaita avustamaan rahallisesti verkoston kehittämistä, elleivät ne saa siitä suoraa hyötyä (tämä koskee yhdistyksen perustamista), nousee valtion tuki esiin yhdistyksen kehittämisessä ja perustamisessa. Tämän pitäisi tapahtua siinä valossa, että tulevaisuudessa yksittäisten valtioiden tulee sitoutua nykyistä enemmän ympäristöongelmien hoitoon (esim. jätteiden vähentäminen uudelleenkäytön avulla). Toisaalta näissä maissa järjestön kehittämisessä tarvittava tietotaito voitaisiin saada siirtämällä tietotaitoa niistä maista, joissa yhdistyksen kaltaisia rakenteita on jo olemassa.

Tässä yhteydessä voitaisiin kääntyä Euroopan komission puoleen tuen saamiseksi, jolloin se toisaalta tarjoaa taloudelliset keinot ja toisaalta edistää yhteistyötä kokeneiden ja kokemattomien toimijoiden välillä. Euroopan komission kautta saatavaa tukea tulisi tarkastella myös eurooppalaisen käytetyn tavaran kaupan verkoston perustamisen taustaa vasten. On suositeltavaa perustaa eurooppalainen kattojärjestö yhdistämään kansalliset verkostot tai yhdistykset, jotta yksittäisten maiden käytetyn tavaran kaupan edut tulisivat edustetuiksi EU:ssa, ja niillä olisi mahdollisuus vaikuttaa lainsäädäntöön. Tämä toimintamalli on tervetullut myös siksi, että rajat ylittävä kauppa, jossa myös käytetyn tavaran kauppa tulee olemaan vahvemmin mukana pitkällä aikavälillä, on kasvussa. Vastaava eurooppalainen kattojärjestö voisi toimia esimerkiksi linkkinä Euroopan komission ja käytetyn tavaran kaupan kansallisten järjestöjen välillä. Tuloksena toisaalta edistettäisiin läpinäkyvyyttä ja toisaalta vastavuoroista palautetta siten, että sektori saisi enemmän huomiota edistämishjelmien kierrossa ja tukirahojen kohdentamisessa, mikä puolestaan hyödyntäisi tulevaa ammattimaistumista.

Jotta pystyttäisiin perustamaan pitkäikäisiä ja pitkäjänteisesti toimivia kansallisen tason yhdistyksiä ja eurooppalaisen tason käytetyn tavaran kaupan kattojärjestö, tulisi niiden olla rakenteeltaan selkeitä. Itävallassa hyväksytty ehdotus – lukuisia toimielimiä sisältävän keskushallinnon luomiseksi – voidaan ottaa huomioon tässä yhteydessä. On välttämätöntä luoda sellainen keskushallinto, joka toteuttaa lukuisat, edellä mainitut seikat yhdistyksessä. Kokemukset maista, joissa laajat verkostot jo toimivat (vaikka eivät ainoastaan käytetyn tavaran kaupan alalla) osoittavat myös, että kyseinen kokonaisuus tarvitsee keskusjohdon ja toimeenpanevan elimen. Olisi

esimerkiksi hyödyllistä, että vastaavalla yhdistyksellä olisi toimeenpaneva neuvosto, jonka muodostaisi joukko jäseniä, sekä myös puheenjohtaja, joka edustaisi yhdistystä. Toimintojen toteuttamiseksi tarvitaan myös toimitusjohtaja. Toisaalta jäsenyritykset tukevat yhdistystä ja niiden suorittamat jäsenmaksut varmistavat sen, että yhdistyksen työ pysyy käynnissä ja se pystyy toteuttamaan lupauksensa. Yhdistyksen jäsenyys ja siten laadunvarmistus edellyttävät jäseniltä tiettyjen vaatimusten täyttämistä jäsenyyden saavuttamiseksi. Kaikille yhtäläiset vaatimukset tulee määritellä yhdistyksen perustamisen yhteydessä, tasoon katsomatta, yhdistyksen toiminnan käynnistämisen alussa. Lopuksi, yhdistyksen toimintoja tukemassa tulisi olla neuvoa-antava toimielin.