

Vaatteiden valmistus tulevaisuuden vastuullisen kuluttajan arvomaailmassa

TEKSTI | Arto Lindeberg

Vaatteiden valmistaminen on yksi suurimmista saastuttajista maailmassa (Euroopan parlamentti). Vastuullisen kuluttajan arvomaailma arvostaa kestävämpää tuotantoa. Tulevaisuudessa vaatteiden valmistuksessa on tärkeää huomioida kuluttajien odotukset läpinäkyvyydestä, eettisyydestä ja ympäristöystävällisyydestä. Vastuulliset kuluttajat vaativat tietoa vaatteiden alkuperästä ja tuotantoprosesseista, sekä eettisten periaatteiden noudattamisesta työntekijöiden hyvinvoinnin turvaamiseksi.



Kuva: Александр Михайлюк / Adobe Stock (Laurean Education-lisenssi)

Ympäristöystävällisyys on keskeinen osa vastuullista kuluttamista. Brändit, jotka investoivat kestäviin materiaaleihin ja energiatehokkaisiin tuotantomenetelmiin, voivat erottua kilpailijoistaan. Kiertotalous, kuten vaatteiden korjauspalvelut ja kierrätysmahdollisuudet, tarjoavat uusia liiketoimintamalleja ja vähentävät jätteen määrää. Vaateteollisuuden on sopeuduttava muuttuviin vaatimuksiin pitkäjänteisesti, sillä vastuullisuus on tullut jäädäkseen ja se muokkaa teollisuutta sekä kuluttajakäyttäytymistä tulevinä vuosina.

Kuluttajat tekevät ostopäätöksiä monien tekijöiden perusteella. Mitä tapahtuu kuluttajan aivoissa ostoprosessin eri vaiheissa. Tähän voi tarjota apua neurotiede tarjoamalla tutkittua tietoa kuluttajakäyttäytymisestä ja auttamalla yrityksiä kehittämään tehokkaampia markkinointistrategioita. Ymmärtämällä, miten aivojemme toiminta vaikuttaa ostokäyttäytymiseen, voivat yritykset kohdistaa paremmin viestintänsä ja tuotteensa kuluttajien tarpeisiin ja toiveisiin.

Vastuullisuus ja tulevaisuuden kuluttaja brändin keskiössä – hankkeen (2024 – 2025) tavoitteena oli edistää vastuullista ja kuluttajakeskeistä liiketoimintaosaamista tarjoamalla osallistujille syvällistä tietoa neurotieteistä, tulevaisuusajattelusta ja vastuullisuusraportoinnista valintamuotoilua hyödyntäen. Hankkeessa mukana olleet yritykset ja ihmiset olivat kaikenkokoisista vaatetusalan ja tekstiilialan yrityksistä. Tavoitteena oli, että hankkeeseen osallistuneet saavat soveltaa näitä tietoja ja työkaluja liiketoimintansa kehittämisessä, erityisesti kuluttajakäyttäytymisen ymmärtämisessä ja vastuullisuuden integroimisessa liiketoimintastrategiaan. (www.vastuut.com)

Hankkeen aikana järjestettiin koulutustilaisuuksia yritysvastuuraportoinnista liiketoiminnan kehittämisessä, tulevaisuuden liiketoiminnan ennakoinnista ja kuluttajaymmärryksestä neurotieteen avuin. Koulutustilaisuuksissa tuli hienosti esiin, kuinka paljon erilaisissa yrityksissä mietitään tulevaisuuden kuluttajan ostokäyttäytymistä ja sen vaikutusta yrityksen tulevaisuuden toimintaan. Koulutustilaisuuksiin osallistuneet saivat tuoda esiin kokemuksiaan ja vaihtaa tietoja. Tämä auttoi pohtimaan asioita tulevaisuus huomioiden.

Hankkeen koulutus oli rahoitettu Euroopan unionin elpymis- ja palautumistukivälineellä (RRF), joka on EU:n elpymisvälineen (Next Generation EU) suurin ohjelma. Rahoituksen oli myöntänyt Jatkuvan oppimisen ja työllisyyden palvelukeskus. Palvelukeskus edistää työikäisten osaamisen kehittämistä ja osaavan työvoiman saatavuutta. Palvelukeskuksen toimintaa ohjaavat opetus- ja kulttuuriministeriö sekä työ- ja elinkeinoministeriö. (www.vastuut.com)

Kiitos hankkeessa mukana olleille opiskelijoille ja hankkeen käytännön tekemisestä vastanneille henkilöille ja yrityksille.

Lähteet

- Euroopan parlamentti. Viitattu 19.3.2025. Saatavissa [Tekstiilituotannon ja -jätteen vaikutus ympäristöön | Aiheet | Euroopan parlamentti](#).
- Vastuullisuus ja tulevaisuuden kuluttaja brändin keskiössä. Viitattu 19.3.2025. Saatavissa www.vastuut.com.

URN <http://urn.fi/URN:NBN:fi-fe2025032119986>



Arto Lindeberg

arto.lindeberg(at)laurea.fi

KTM, Laurea-ammattikorkeakoulun laskentatoimen lehtori ja projektipäällikkö

kuluttajakäyttäytyminen

tulevaisuus

vaateteollisuus

vastuullisuus