



HYVÄN ILMAN KAMPAAMO® -KONSEPTIN
HAJUSTEETON LIIKEIDEA JA
SOPIMUSLIIKKEIDEN AMMATTILAISTEN TYÖHYVINVOINTI



Kauppinen, Kaisa

Laurea Ammattikorkeakoulu
Tikkurila

HYVÄN ILMAN KAMPAAMO® -KONSEPTIN HAJUSTEETON LIIKEIDEA
JA SOPIMUSLIIKKEIDEN AMMATTILAISTEN TYÖHYVINVOINTI

Kaisa Kauppinen
Kauneudenhoitoalan koulutusohjelma
Opinnäytetyö
Joulukuu 2009

Kaisa Kauppinen

Hyvän Ilman Kampaamo® - konseptin hajusteeton liikeidea ja sopimusliikkeiden ammattilaisten työhyvinvointi

Vuosi 2009 Sivumäärä 52

Parturi-kampaajat altistuvat monenlaisille kosmeettisten valmisteiden kemikaaleille työpäivän aikana. Osa niistä on ainakin pitkällä aikavälillä terveydelle haitallisia ja kaikista raaka-aineryhmistä eniten allergiaa aiheuttavat hajusteet. Ylöjärvellä toimiva kosmetiikkayritys Sim Finland Oy on etsinyt ratkaisua uudenlaisesta toimintatavasta. Yritys pyrkii ennaltaehkäisemään hajusteallergioita ja muita kosmetiikan aiheuttamia oireita. Sen valmistamista tuotteista suuri osa on hajusteettomia tai sisältää hyvin vähän hajusteita. Tuotteiden kemikaalikuormitusta pyritään muutenkin minimoimaan. Parantaakseen ammattilaisten hyvinvointia työssä yritys on kehittänyt Hyvän Ilman Kampaamo® -konseptin.

Tutkimuksen tavoitteena oli kerätä tietoa vastaajien mahdollisista allergioista, ammattitaudeista ja muista työperäisistä vaivoista, sekä niiden mahdollisesta yhteydestä konseptin liikkeissä työskentelyyn. Lisäksi haluttiin tiedustella jäsenliikkeissä työskentelevien parturi-kampaajien mielipiteitä Simin tuotteista ja kartoittaa niihin liittyviä kehitysideoita sekä tulevaisuudentoiveita.

Aineistoa kerättiin kyselyllä, johon vastasi 25 Hyvän Ilman Kampaamossa työskentelevää parturi-kampaajaa. Tutkimus osoitti, että kaikki vastaajat olivat siirtyneet käyttämään Simin tuotteita niiden hajusteettomuuden vuoksi. Muita syitä olivat muun muassa kotimaisuus ja hyvä palvelu. Yli puolet vastaajista oli kiinnostunut Hyvän Ilman Kampaamo® - konseptista terveyden vuoksi. Kiinnostuksen olivat herättäneet myös oma allergisoituminen tai herkistyminen, ekologisuus ja erilainen liikeidea. Vastaajilta saatiin myös joitakin tuotekehitykseen liittyviä ideoita, joita yritys tulee hyödyntämään tulevaisuudessa.

Lähes puolella vastaajista oli jokin lääkärin toteama työperäinen vaiva ja kahdella kolmasosalla vaiva, jonka itse epäili johtuvan ammatista. Vain kaksi vastaajaa kertoi oireilevansa myös työskennellessään Hyvän Ilman Kampaamossa ja neljänneksellä vastaajista oireita ei enää ole. Suurin osa on ollut erittäin tyytyväinen valittuaan Simin tuotteet ja Hyvän Ilman Kampaamo® -konseptin.

Avainsanat: Sim Finland Oy, Hyvän Ilman Kampaamo® -konsepti, hajusteeton, hajusteraaka-aineet, parturi-kampaaja, kosmetiikalle herkistyminen, kosmetiikan lainsäädäntö

Ohjaaja: FM Ritva Kurimo

Yhteyshenkilö: Heidi Varjoranta, Sim Finland Oy

Kaisa Kauppinen

The fragrance-free concept of Hyvän Ilman Kampaamo® - barber shops and well-being at work of professionals

Year	2009	Pages	52
------	------	-------	----

At work hairdressers are exposed to many kinds of chemicals of cosmetic products. Some of these chemicals have, at least in the long run, harmful effects on health and the most allergizing group of raw materials is fragrances. A cosmetics company Sim Finland Oy in Ylöjärvi has been trying to solve this problem with a new kind of practice. The company aims at preventing fragrance allergies and other symptoms caused by cosmetics. Therefore, most of the products manufactured by the company are odourless or only contain a very small amount of fragrances. In addition, the company seeks to minimize the chemical load of products. To improve well-being at work of professionals the company has developed a fragrance-free concept of barber shops (Hyvän Ilman Kampaamo®).

The goal of the research was to collect information on possible allergies, professional illnesses and other work related discomforts of the respondents as well as examining their connection with working in the fragrance-free barber shops. In addition, it was intended to inquire hairdressers working at member shops about their opinions on the Sim products and to map out development ideas and future hopes related to them.

25 hairdressers working at the fragrance-free barber shops took part in the research by answering a questionnaire. The results show that all the respondents had started using Sim's products because of their odourlessness. Other reasons were domesticness and good service, among other things. The respondents also came up with some ideas related to product development that the company will exploit in the future.

Almost half of the respondents had some sort of work related disease or discomfort diagnosed by doctor, and two thirds had discomforts they themselves suspect to be work related. Only two respondents reported to show symptoms also when working at fragrance-free barber shops. After choosing Sim's products and the fragrance-free concept, most respondents have been very satisfied.

Keywords: Sim Finland Oy, Hyvän Ilman Kampaamo® - concept, fragrance-free, fragrances, hairdresser, sensitization to cosmetics, legislation of cosmetics

Tutor: Ritva Kurimo, M.Sc. (Chemistry)

Contact person: Heidi Varjoranta, Sim Finland Oy

SISÄLLYS

1	JOHDANTO	6
2	SIM FINLAND OY JA HYVÄN ILMAN KAMPAAMO® -KONSEPTIN TOIMINTA-AJATUS.....	7
3	HAJUSTEET KOSMETIIKAN TUOTEKEHITYKSESSÄ	9
3.1	Hajusteiden valmistus ja valinta kosmetiikkatuotteeseen	9
3.2	Hajusteen valintaprosessi Simin tuotteissa	11
3.3	Hajusteen luoma mielikuva tuotteesta	12
4	KOSMETIIKAN TURVALLISUUS JA LAINSÄÄDÄNTÖ.....	13
4.1	EU:n merkitys sääntöihin.....	14
4.2	Kosmetiikan turvallisuus ja valvonta.....	15
4.3	Lainsäädännön toimivuutta tukevat organisaatiot.....	16
5	HIUSALAN YLEISIMMÄT TYÖPERÄISET SAIRAUDET	17
5.1	Parturi-kampaajien hengitysteiden ärsytykset ja astma	18
5.2	Parturi-kampaajien ihoärsytykset ja allergiat.....	18
6	KOSMETIIKALLE HERKISTYMINEN	20
6.1	Parturi-kampaajat.....	21
6.2	Kuluttajat.....	22
6.3	Allergisoivat hajusteraaka-aineet	23
6.4	Työperäisiin sairauksiin altistavat muut aineet	25
7	OPINNÄYTETYÖSSÄ KÄYTETYT MENETELMÄT	28
8	AINEISTON KERUU SÄHKÖISEN KYSELYLOMAKKEEN AVULLA.....	29
9	KYSELYN ANALYYSI JA TULOKSET	30
10	POHDINTA.....	36

LIITTEET

LIITE 1.	Rajoituksin sallitut 26 hajusteraaka-ainekemikaalia	44
LIITE 2.	Tiedekomitean kielletyiksi ehdottamat 36 hajusteraaka-ainetta	45
LIITE 3.	Tiedekomitean rajoitettaviksi ehdottamat 78 kemikaalia.....	46
LIITE 4.	Yleisimmät kosmetiikka-allergiat 2008. Kosmetiikan Allergiaportaali.....	48
LIITE 5.	Kysely Hyvän Ilman Kampaamo® -konseptiin kuuluville liikkeille	50

1 JOHDANTO

Kosmetiikan valmisteet kuuluvat nykypäivänä länsimaisten ihmisten jokapäiväisiin hyödykkeisiin. Keskimäärin jokainen meistä käyttää 6-14 eri kosmetiikkatuotetta päivittäin (Harasek 2008: 9.) Erilaiset tuotteiden käytöstä johtuvat oireet ovat lisääntyneet teollistumisen aikakaudella (Helsingin Allergia- ja Astmayhdistys 2009 c). Eniten kosmeettisten valmisteiden haittavaikutuksista kärsivät ammattilaiset, kuten parturi-kampaajat, jotka voivat käsitellä työpäivän aikana satoja eri kemikaaleja.

Opinnäytetyön toimeksiantaja oli Sim Finland Oy. Tutkimusongelman taustalla on yrityksen tavoite laajentaa konseptia lisäämällä Hyvän Ilman Kampaamo® -liikkeitä ja kehittää tuotesarjoja vastaamaan entistä paremmin käyttäjien toiveita. Tutkimustehtävänä oli kartoittaa parturi-kampaajien työterveyttä ja sen mahdollista yhteyttä konseptin mukaisissa liikkeissä työskentelyyn.

Teoreettisessa viitekehyksessä esitellään Sim Finland Oy:n Hyvän Ilman Kampaamo® -konseptin toiminta-ajatus, ja tuodaan esille ne seikat, joilla yritys pyrkii parantamaan parturi-kampaajien työhyvinvointia. Viitekehyksessä tarkastellaan hajusteiden käytön turvallisuutta ja hajusteen valintaprosessiin vaikuttavia tekijöitä. Lisäksi koottiin tietoa kosmetiikalle herkistymisestä, parturi-kampaajien ammattitaudeista ja allergioista sekä työperäisiin sairauksiin altistavista raaka-aineista.

2 SIM FINLAND OY JA HYVÄN ILMAN KAMPAAMO® -KONSEPTIN TOIMINTA-AJATUS

Sim Finland Oy on perustettu vuonna 1994 ja se toimii Ylöjärvellä valmistaen hajusteettomia ja hypotuoksuisia hiuskosmetiikka- sekä hygieniatuotteita. (Sim Sensitive.) Hypotuoksuisuus tarkoittaa, ettei tuotteissa ole käytetty hajusteita, jotka ovat EU:n kosmetiikan lainsäädännössä määritelty eniten allergiaa aiheuttaviksi. (LIITE 1.) Sim Finland Oy valitsee tuotteissa käytettävät hajusteet siten, etteivät ne sisällä lainkaan 26 allergisoivan hajusteen listan ainesosia. Kosmetiikan lainsäädännössä ei ole määritelty termiä hypotuoksu, vaan se on tuoksuvalmistajien kehittämä. Tästä syystä ei voida olla varmoja, että termin tarkoitus olisi kaikissa asiayhteyksissä täysin sama.

Sim Sensitive - sarjan tuotteissa raaka-aineiden määrä on pyritty saamaan mahdollisimman pieneksi, jotta välttyttäisiin ylimääräiseltä kemikaalikuormitukselta. Tuotteet sisältävät 10 - 20 ainesosaa ja niissä vältetään käytön kannalta tarpeettomia ainesosia. (Hyvän Ilman Kampaamo 2009.) Sim Finland Oy:n tuotteet valmistetaan Suomessa, ja niitä viedään myös ulkomaille. Kotimaassa tuotteita jälleenmyyvät kampaamot sekä apteekit. Hajusteettomuuden lisäksi osa tuotteista on myös säilöntäaineettomia. Sim Sensitive brändejä ovat esimerkiksi System 4, DS Dermasyd, FORME 4U, Nature 4 Future sekä CX Corrector. (Sim Sensitive.)

Aiheina allergisoituminen ja herkistyminen kemikaaleille herättävät keskustelua ja ovat mediassa paljon esillä. Monet haluavatkin vähentää tarpeettomien kemikaalien käyttöä. Tähän on syynä oma ja läheisten terveys sekä ekologiset syyt. Hyvän Ilman Kampaamo® -konsepti on kehitetty Sim Finland Oy:n liikeidean pohjalta, joka pyrkii säästämään sekä luontoa että ihmistä. Konseptin sopimusliikkeet sitoutuvat käyttämään teknisissä töissä vain Simin hajusteettomia tuotteita. (Hyvän Ilman Kampaamo.)

Konseptin liikeidea on erilaistuminen ja työturvallisuutta edistävä. Hyvän Ilman Kampaamossa kaikki tekniset käsittelyt tehdään hajusteettomasti ja myös kuluttajalla on mahdollisuus ostaa kotikäyttöön hajusteettomia tai hypotuoksuisia tuotteita. Konsepti on osa Sim Finland Oy:n tuoteturvallista ideologiaa, johon kuuluu myös parturi-kampaajien työturvallisuuden parantaminen sekä allergioiden ennaltaehkäisy. (Hyvän Ilman Kampaamo.)

Konseptin ideana on palvella asiakkaita siten, että vältetään tarpeettomia kemikaaleja. Hajusteet ovat kosmetiikan raaka-aineryhmistä allergisoivin. Sim kouluttaa jäsenliikkeet konseptin mukaisesti, jotta ammattilaisilla on hyvä tietopohja palvella asiakkaitaan niin ammattitaitoisesti kuin mahdollista. Tämä toteutetaan ainesosaluetteluun liittyvillä koulutuksilla ja tuotekoulutuksilla yleensä. Sim myös ohjeistaa ammattilaisia

työskentelemään terveyttä vaalivasti, jolloin nämä asiat vaikuttavat myös kuluttajien tietoisuuteen ja hyvinvointiin. (Hyvän Ilman Kampaamo.)

Myös kuluttajat etsivät hajusteettomia, tuoksuttomia ja muilla vastaavilla tavoilla nimettyjä tuotteita monista eri syistä. He haluavat ehkä vain välttää hajusteita yleensä tai toivovat, ettei ihovoiteen tai deodorantin tuoksu peitä lempihajuveden tuoksua. Jos kuluttaja valitsee hajusteettoman tuotteen, voisi olettaa, että se ei tuoksuisi juuri miltään. Hajusteeton tuote ei kuitenkaan takaa sitä, ettei tuote tuoksuisi millekään, koska useimmilla raaka-aineilla on ominaistuoksunsa. (Fragrance safety 2009.)

Tuotekehityksessä Sim Finland Oy ottaa ensisijaisesti huomioon hajusteettomuuden tai hajusteiden vähäisen ja turvallisen käytön. Yritys välttää myös formaldehydiä vapauttavia säilöntäaineita ja turhaa kemikaalikuormitusta, jonka voi nähdä lyhyemmistä ainesosaluetteloista. Ammattilaist tuotteissa kaikkia herkistäviä tai allergisoivia ainesosia ei voida välttää, koska ensisijaisen tärkeää on tuotteiden toimivuus. Suomessa toimiminen mahdollistaa huomioimaan asiakaspalautteet suuria, globaaleja yrityksiä nopeammin ja joustavammin. Lisäksi yritys tekee yhteistyötä Teknokemian yhdistyksen ja Helsingin allergia- ja astmayhdistyksen kanssa, jotka välittävät jatkuvasti uusinta tietoa ammattilaisten työelämän hyvinvointiin liittyvissä asioissa. Myös sopimusliikkeiden kampaajat antavat palautetta, joka pyritään huomioimaan niin nopeasti kuin mahdollista. (Sim Finland Oy.)

3 HAJUSTEET KOSMETIIKAN TUOTEKEHITYKSESSÄ

Nykypäivän kuluttaja ei osta tuoksutuotteita pelkästään hajuvesien muodossa, vaan myös suuren määrän kosmetiikka- ja hygieniatuotteita, jotka valitaan usein juuri tuoksun perusteella. (Teknokemian Yhdistys Ry 2006.) Kuluttajat ostavat yleensä mieluummin hyväntuoksuisen tuotteen, siksi hajusteita lisätään nykyään lähes kaikkiin kosmeettisiin sekä henkilökohtaiseen hygieniaan tarkoitettuihin tuotteisiin. Näiden lisäksi myös monet muut kotitaloustuotteet, kuten imuripussit ja pyykinpesujauheet voidaan hajustaa tavoitteena peittää ei-toivottuja hajuja. (Alanko 2004: 16.)

Kun kosmetiikkaa valmistava yritys valitsee tuotteeseen sopivaa tuoksua, ei ole yhtä ainoaa vaihtoehtoa, sillä tuoksun miellyttävyys on subjektiivista. (Schueller & Romanowski 2009: 181.) Hajusteiden valinta tuotteeseen vaihtelee yleensä eri puolilla maapalloa, koska ihmisten tarpeet ja mieltymykset ovat erilaisia. (Brewster 2009: 277.) Ihmisellä on kyky erottaa toisistaan yli 10 000 erilaista tuoksumolekyyliä, vaikkei niitä kaikkia pystyisikään nimeämään.

Valmistajat ovat kehittäneet huipputeknologiaa varmistaakseen, ettei tuoksu hajoa tuotteessa tai katoa, kun se yhdistetään toisiin ainesosiin. Keinona voi olla esimerkiksi tuoksuaineen sulkeminen tärkkelys- tai sokerikapseliin, joka hajoaa ja vapauttaa tuoksun joutuessaan kosketuksiin pesuveden tai ihon lämmön kanssa. Jopa hikoilu voi vapauttaa tuoksun. (Teknokemian Yhdistys Ry 2006.)

Hajuvesissä hajusteiden pitoisuus on 20 - 30 % ja ne ovat yleensä hajusteiden alkoholiliuoksia. Laimeammissa kölnivesissä hajusteita on 4 - 5 %. Saippuoissa hajusteita käytetään tavallisesti n. 1 - 2 %:n ja kosmeettisissa valmisteissa n. 0,5 %:n pitoisuuksina. (Alanko 2004: 16.) Shampoot sisältävät hajustetta n. 0,5 - 1 % lopputuotteesta, hoitoaineet ja muoto-vaahdot n. 0,2 %, muotoilugeelit n. 0,1 - 0,3 % ja hiuslakat n. 0,1 % (Brewster 2009: 280, 281).

3.1 Hajusteiden valmistus ja valinta kosmetiikkatuotteeseen

Hajusteet luodaan ns. "tuoksutaloissa", joissa hajusteita kehittävät parfymöörit ("Mr. Nose"), kemistit, sekä markkinoinnin ja monien muiden eri alojen asiantuntijat. Tuoksutalo voi luoda tuoksun sen hetkisten trendien perusteella tai noudattaen asiakasyrityksen omaa vakiintunutta suuntalinjaa, mikä tarkoittaa tuoksun sovittamista yrityksen imagoon. (Schueller & Romanowski 2009: 177.)

Hajusteiden valmistuksessa on noudatettava voimassa olevaa lainsäädäntöä sekä RIFM:n (Research Institute for Fragrance Materials) ja IFRA:n (International Fragrance Association) antamia suosituksia. Ajoittain lainsäädäntöön ja suosituksiin tulee päivityksiä, joista tuoksutalon tulisi informoida asiakkaitaan, eli kosmetiikkaa valmistavia yrityksiä. Niiden on

hyväksyttävä mahdolliset päivitysten aiheuttamat muutokset hajusteissa. Harjaantuneet hajusteasiantuntijat saattavat havaita pienet tuoksumuutokset tuotteessa, mutta tavallinen kuluttaja ei. (Williams & Schmitt 1996: 277, 278.)

Yleisesti ottaen kaikki kosmetiikkayritykset toimivat niin, että ne laativat tuoksun valintaan hajustevalmistajan kanssa toimintaohjeet, joiden mukaan parfymöörit sekoittavat tuoksuja erilaisiin laimennusaineisiin. Tämä vaihe on jo itsessään tiedettä, koska hajusteraaka-aineet ovat hyvin herkkiä reagoimaan muiden ainesosien kanssa. (Schueller & Romanowski 2009: 181.) Tuoksun kehityksessä tärkeimmät huomioon otettavat seikat ovat ihon ja ympäristön turvallisuus, tuoksun tuoma lisäarvo tuotteessa, stabiilius, toimintakyky ja muut fyysiset ominaisuudet, hinta sekä tietysti hyväksyttävä tuoksu. Parfymöörin on myös arvioitava, pysyykö tuoksu esimerkiksi usein avattavassa shampoo-pullossa tai mitä tuoksulle tapahtuu, kun hiukset huuhdellaan lopuksi lämpimällä vedellä. (Pybus & Sell 1999: 138, 142.)

Hajusteen valmistamiseen käytetty aika on tapauskohtaista, mutta sen kehittämiseen kuluu vähintään 1-2 kuukautta ja lisäksi stabiliteettitesteihin 4-12 viikkoa riippuen faasista, johon hajuste tullaan lisäämään. Sopivan hajustesekoituksen löydyttyä se lähetetään eteenpäin tuoksuasiantuntijalle arvioitavaksi. Tämän jälkeen se sekoitetaan tuotteen muuhun raaka-ainepohjaan ja arvioidaan uudelleen. (Schueller & Romanowski 2009: 181.)

Tuotteen formuloinnissa on huomioitava muiden raaka-aineiden vaikutus hajusteeseen. Monet ei-toivotut vuorovaikutukset, kuten sekoittuvuus, viskositeetti ja ulkomuodon muutokset ovat mahdollisia hajusteen ja reseptin muiden ainesosien välillä. Esimerkiksi shampoissa pinta-aktiiviset aineet voivat absorboida hajustetta itseensä ja läpinäkyvässä pakkauksessa punaiset ja siniset väriaineet saattavat reagoida hapen katalysoimana hajusteen kanssa. (Brewster 2009: 280, 281.)

Lopulliseen hajustevalintaan käytetään usein kuluttajaneelitestistä, jotta saadaan selville onko tuoksulla haluttu vaikutus kuluttajiin. Tavallisesti paneelitestiryhmään kuuluu 50 - 100 arvioijaa, jotka vertaavat tuotetta johonkin identifioituun standardiin riippuen tutkimuksen tavoitteesta. Vaikka tavoitteena olisi valmistaa hajuste edullisemmin, sitä verrataan alkuperäiseen kalliimpaan hajusteeseen. Mikäli halutaan käyttää samaa hajustetta toisessa tuotteessa, tulee alkuperäisen tuotteen toimia vaatimustasona. (Schueller & Romanowski 2009: 181.)

Tuoksutalot voivat käyttää valinnassa myös erityisesti aistinvaraiseen arviointiin keskittyneitä keskuksia, joissa on asianmukaiset laitteet tuotteiden arvioimista varten. Riippuen testien tuloksista hajuste voidaan lähettää vielä takaisin parfymöörille, joka tekee tarvittavat muutokset. Nämä toiminnot uusitaan niin monta kertaa, että saadaan tavoitteiden mukainen hajuste. Sen jälkeen tuoksutalo voi teettää vielä suuremman paneelitestin riippuen

testikriteereistä, jotka on määritetty yhdessä asiakkaan kanssa laadituissa toimintaohjeissa. Kun hajuste on saavuttanut kriteerit, hajustetta lisätään asiakkaan tuotteisiin, ja näytekappaleet lähetetään asiakasyritykselle arvioitavaksi. (Schueller & Romanowski 2009: 181.)

Jos halutaan kehittää tietylle alueelle (maantieteellisesti) sopiva hajuste hiustenhoitotuotteeseen, on otettava huomioon kuluttajien tuoksumieltymykset, vallitsevat hiuslaadut sekä mahdollinen tarve erikoistuotteille. Myös kulttuurisidonnaiset asiat vaikuttavat tuotteiden hajustamiseen. Esimerkiksi Filippiineillä voimakkaasti tuoksuvat hiukset yhdistetään kauneuteen. Tämän vuoksi filippiiniläiset toivovat hiustenhoitotuotteita, joita käyttämällä tuoksu säilyy hiuksissa jopa vuorokauden. Käytössä tuotteen tuoksuun vaikuttaa hajusteen lisäksi moni asia. On tutkittu, että ihmisen hiuspohjan ominaisuus, ruokavalio, elinympäristö, lämpötila ja jopa käyttövesi vaikuttavat kaikki osaltaan lopulliseen tuoksuun. (Brewster 2009: 279.)

3.2 Hajusteen valintaprosessi Simin tuotteissa

Sim Finland Oy valitsee tuotteissa käytettävät hajusteet sen perusteella, etteivät ne kuulu 26 eniten allergisoivan hajusteen listaan. Yrityksen tuotekehitystiimillä on olemassa tuoksutoimittajilta saadut tuoksunäytteet, jotka testataan ja valitaan kulloiseenkin tuotteeseen sopiva hajuste. Tarpeen mukaan voidaan tilata myös uusia näytteitä. Tuotekehityksessä on tärkeää noudattaa markkinoinnin ohjeistusta, minkä mukaan hajuste valitaan. Ohjeistukseen vaikuttavat tuotteen kohderyhmä ja monet esteettiset seikat, kuten pakkauksen muotoilu, etiketti ja siinä olevat kuvat sekä tekstit. Kokonaisuuteen sopiva tuoksu voi olla esimerkiksi kukkaistuoksu, marjainen, hedelmäinen, raikas tai ns. unisex, eli sekä naisille että miehille sopiva. (Sim Finland Oy.)

Tuoksunäytteistä valitaan esikarsinnan perusteella yleensä alle kymmenen hajustetta, joita sekoitetaan tuotepohjaan. Hajusteet voivat reagoida tässä vaiheessa hyvin eri tavoin muiden raaka-aineiden kanssa, joten osa hajusteista karsiutuu tuotteeseen sopimattomina ja vaihtoehdoiksi jää yleensä jäljelle muutama hajuste. Tämän jälkeen jäljelle jääneiden hajusteiden pitoisuudet säädetään tuotteeseen sopiviksi ja yrityksen sisällä suoritetaan Gallup. Gallupissa karsiutuu vielä joitakin hajusteita, ja loput vaihtoehdot välitetään edelleen Sim Finland Oy:n kouluttajien testattaviksi. Tuotteita testataan aidoissa olosuhteissa kouluttajien liikkeissä sekä Simin koekampaamoissa. (Sim Finland Oy.)

3.3 Hajusteen luoma mielikuva tuotteesta

Kuluttajia on houkuteltu tuoksuilla kautta aikojen astumaan liikkeeseen, mutta koneellisesti hajusteilla toteutettavasta tuoksumarkkinoinnista on kehittynyt jo oma alansa. Usein hajusteeksi valitaan hienovarainen tuoksu, jonka olemassaoloa asiakas ei tunnista, mutta ne vaikuttavat alitajuisesti. Hajusteen luoma mielikuva on kulttuurisidonnainen. Esimerkiksi amerikkalaisille kuluttajille suunnatut makeat tuoksut eivät sovi suomalaisille. (Achté 2009.) Suomestakin löytyy jo useampi liikkeen tuoksumarkkinointiin erikoistunut yritys.

Hajusteet parantavat kosmetiikanvalmisteen tuoksua ja antavat tuotteen käyttäjältä tietyn vaikutelman (Schueller & Romanowski 2009: 177). Ne myös luovat käyttäjälle tietyn tunnetilan ja voivat jopa lisätä itseluottamusta. Tätä ominaisuutta voidaan tehostaa nimeämällä tuote sen tuoksuun sopivaksi. Tuote voidaan nimetä vaikka "Creative" tai "Powered". (Solomon & Rabolt 2009: 323.)

Kosmetiikkayritykset saattavat valita tuotesarjoille yhteneväiset tuoksut, joista ne tunnistetaan samaan sarjaan kuuluvaksi. Kuluttajat valitsevat usein kosmetiikkatuotteensa tuoksun perusteella, eivätkä välttämättä edes lue tuotteen ominaisuuksia tai käyttötarkoitusta tarkemmin. Hajusteet tekevät paljon muutakin kuin vain saavat tuotteen tuoksumaan hyvältä; ne voivat myös kohottaa käyttäjän mielialaa ja niillä on tärkeä osuus siihen, millaisena koemme itsemme. (CTPA 2009.) Tuoksut voivat tuoda tunteita esiin tai vastaavasti rauhoittaa, herättää muistoja ja lievittää stressiä. Tuoksut prosessoituvat aivojen limbisessä järjestelmässä, joka on aivojen kaikkein primitiivisin osa ja osallistuu tunteiden säätelyyn. Se yhdistää erilaisia tunnetiloja muistiin tallentuneisiin fyysisiin tuntemuksiin. (Solomon ym. 2009: 322.)

4 KOSMETIIKAN TURVALLISUUS JA LAINSÄÄDÄNTÖ

Euroopan Unionilla on yhteinen kosmetiikanlainsäädäntö (L 76/768/EEC), joka astui voimaan vuonna 1976. Kosmetiikkadirektiivin perussäädöstä on vuoteen 2009 mennessä muutettu seitsemän kertaa, ja pian on tulossa uusi muutos. Parhailaan työn alla olevan muutoksen tavoitteena on yksinkertaistaa lakia elinkeinoelämän toimintaa varten ja yhdistää irrallisia säädöksiä toimivaksi kokonaisuudeksi. Samalla lainsäädännöstä poistetaan vanhentuneet tai käytöstä poistuneet säädökset. Muutoksella vähennetään byrokratiaa ja hallinnollisia kustannuksia.

Suomen kosmetiikanlainsäädäntöä päivitetään direktiivin aikataulujen mukaisesti. Tätä lakia kosmeettisista valmisteista eli ns. kosmetiikka-direktiiviä (L 22/2005) sovelletaan tuotteiden turvallisuutta ja koostumusta koskeviin vaatimuksiin, eläinkokeiden käyttöön kosmeettisten valmisteiden testauksessa sekä eri osapuolille (elinkeinoharjoittaja, kuluttaja, viranomainen) annettaviin tietoihin. Kosmetiikkaa säännellään myös Työ- ja elinkeinoministeriön asetuksella kosmeettisista valmisteista (L 75/2005). (Finlex 2009.)

Kosmetiikanlainsäädäntö määrittää, mitä ainesosia kosmeettisissa valmisteissa ei saa käyttää, ja mitkä ainesosat ovat sallittuja tietyin ehdoin ja rajoituksin. Laki sisältää luettelot sallituista väri- ja säilöntäaineista sekä UV-suodattimista. Lain mukaan kosmetiikkapakkauksen etiketistä täytyy selvittää valmisteiden markkinoille luovuttaneen tai muun elinkeinoharjoittajan nimi ja osoite, sisällön määrä ja säilyvyysaika sekä turvallisen käytön kannalta tarpeelliset ohjeet, varoimenpiteet ja varoitusmerkinnät. Merkinnoista tulee lisäksi olla helposti luettavissa valmisteiden käyttötarkoitus, ainesosaluettelo ja valmistuserätunnus. Ainesosat merkitään luetteloon alenevassa painojärjestyksessä valmisteissa käytettyjen raaka-aineiden INCI- nimikkein (The International Nomenclature of Cosmetic Ingredients). Alle 1% pitoisuudet merkitään listan lopussa missä tahansa järjestyksessä ja viimeisenä värit CI (Color Index) - numeroin (Euroopan komissio 2009 a).

Kosmetiikkalaissa on yhdeksän liitettä, joita on vuoteen 2009 mennessä muutettu jo lähes 50 kertaa. Liitteillä ohjeistetaan tarkemmin kemikaalien käyttöä. Muutokset siirretään Suomen lainsäädäntöön uusilla asetuksilla. Viimeisin eli seitsemäs muutos koskee eläinkokeita. Valmiiden kosmetiikan valmisteiden testaus eläimillä on kielletty jo 2004, ja vuoteen 2013 mennessä otetaan kokonaisuudessaan käyttöön laki, jonka mukaan yksittäisiä ainesosia tai niiden yhdisteitä ei saa testata eläimillä. (Euroopan komissio 2009 b.) Valtion säädöstietopankin internet-sivuilla on tiedot ajantasaisesta lainsäädännöstä (Finlex 2009). Eurooppalainen säädöskokoelma löytyy Eur-Lexin internet-sivuilta. Lainsäädäntö julkaistaan Virallisessa lehdessä, ja se on lainvoimainen julkaisupäivästä lähtien. (Eur-Lex 2009.)

4.1 EU:n merkitys sääntöihin

Eurooppa on ollut ensimmäisten joukossa ehdottamassa monia sääntövaatimuksia, jotka koskevat hajusteiden käyttöä kosmetiikassa. Monet maat ympäri maailman seuraavat Euroopan Unionin mallia, ja ottavat säädökset käyttöön omissa lainsäädännöissään. Ne koskevat niin käytettäviä raaka-aineita kuin tuoteselostevaatimuksiakin. Tällä hetkellä sallituille hajusteille ei ole säädetty rajoituksia pitoisuuksien tai hajustelajien suhteen, mutta kosmetiikka-asetuksessa (Kosmetiikkadirektiivin 7. muutos, no 2003/15/EC) on määritelty 26 hajusteraaka-ainetta (Liite 1), jotka ovat herkistävempiä kuin muut hajusteet. Ne täytyy merkitä ainesosaluetteloon, mikäli aineen pitoisuus ylittää 0,001 % iholle jäävissä tuotteissa ja 0,01 % pois huuhdottavissa tuotteissa. (L 22/2005)

Euroopassa on määräys laittaa sana "parfum" kaikkien kosmeettisten tuotteiden ainesosalistaan, jotka sisältävät mitä tahansa hajustetta. Yhdysvalloissa käytetään usein termiä "fragrance". Yksittäisen hajusteen nimeämistä ei ole vaadittu, koska se tarkoittaisi käytännössä 50 - 100 ainesosana olevan raaka-aineen listausta. Kuitenkin hajusteet, joiden on todettu aiheuttavan todennäköisemmin reaktioita ja ne ylittävät tuotteessa tietyn pitoisuusrajan, täytyy mainita nimeltä ainesosaluettelossa parfum -sanan lisäksi. Kemikaaleille herkistyneille ihmisille listauksen puuttuminen on ongelmallista. (Schueller & Romanowski 2009: 183, Fragrance safety 2009.)

EU on pyytänyt suositusta SCCNFP:Itä (Scientific Committee on Cosmetic Products and Non-Food Products) miten tarttua ongelmaan. SCCNFP on antanut EU:lle jo aiemmin listan (Liite 1), joka luettelee 26 allergisoiviksi todettua hajusteraaka-ainekemikaalia, ja se on jo liitetty osaksi lainsäädäntöä (Kosmetiikkadirektiivin 7. muutos, no 2003/15/EC). Lisäksi SCCNFP on antanut kaksi listaa, joista toinen (Liite 2) esittelee 36 hajusteraaka-ainekemikaalia, joita komitea esittää kiellettäviksi kosmetiikassa. Toisessa komitea esittää rajoitettaviksi 78 kemikaalia (Liite 3). (Schueller & Romanowski 2009: 183, 185.) Ehdotetun kieltolistan astuminen voimaan saattaisi huomattavasti vaikuttaa käytettävien hajusteiden valikoimaan ja vaikeuttaisi siten entisestään parfymöörin työtä. (Schueller & Romanowski 2009: 185.) Nähtäväksi jää, ehtivätkö ehdotetut muutokset astua voimaan jo tällä hetkellä työn alla olevaan muutokseen.

CLP -asetus on Euroopan parlamentin ja neuvoston asetus (EY) N:o 1272/2008, jonka lyhenne tulee sanoista Classification, Labelling and Packaging of substances and mixtures. Asetuksessa on kyse kemikaalien luokituksista, merkinnöistä ja pakkaamisesta. Asetus tuli voimaan 20.1.2009 ja on siirtymäaikaisten puitteissa sellaisenaan sovellettavaa, voimassa olevaa lainsäädäntöä. Siirtymäaikaisten jälkeen CLP -asetus korvaa EU:n nykyiset kemikaalien luokitusta, merkintöjä ja pakkaamista koskevat säädökset eli ns. aine- ja seosdirektiivin. (Euroopan unionin virallinen lehti b.)

4.2 Kosmetiikan turvallisuus ja valvonta

Tuotteen turvallisuudesta vastaa ensisijaisesti elinkeinonharjoittaja. Tämä koskee valmistajaa, maahantuojaa ja kaupanalalla toimivia myyjiä. Elinkeinoharjoittajan huolellisuusvelvoitteen tarkoitus on ehkäistä vaara- ja vahinkotilanteet ennakolta. Kulutustavaroiden ja kuluttajapalvelusten turvallisuudesta annetun lain (L 75/2004) mukainen ilmoitusvelvollisuus edellyttää elinkeinonharjoittajan ilmoittavan viranomaisille oma-aloitteisesti, mikäli huomaa valmistamansa tai myymänsä tuotteen aiheuttavan vaaraa. (Kuluttajavirasto 2006.)

Kosmetiikan valvontaviranomaisina toimivat Kuluttajavirasto, lääninhallitukset, kuntien terveystarkastajat ja ETA-alueen ulkopuolelta tuotavien tuotteiden osalta Tulli. Ne valvovat, että pakkausmerkinnät ovat oikeat ja riittävät ja tuotteiden koostumus turvallinen testauttamalla tuotteita sekä tekemällä markkinavalvontaa. Kuluttajilta tulee ilmoituksia allergiaa tai muita terveyshaittoja aiheuttavista tuotteista, jotka tutkitaan selvittämällä valmistajalta ja maahantuojalta tuotteen koostumus. Tarvittaessa tuote voidaan myös testata. (Kuluttajavirasto 2006.)

EU:lla on kemikaalien rekisteröintiä, arviointia, lupamenettelyä ja rajoituksia koskeva REACH -asetus (N:o 1907/2006), joka tuli voimaan 1.6.2007. Lyhenne REACH tulee sanoista Registration, Evaluation, Authorisation and Restriction of Chemicals. Kokonaisuudessaan asetus tulee voimaan vuoteen 2020 mennessä. Sillä pyritään varmistamaan terveyden- ja ympäristönsuojelun korkea taso ja kestävä kehityksen toteutuminen. (Euroopan unionin virallinen lehti a.)

REACH -asetuksen avulla halutaan edistää vaihtoehtoisten menetelmien kehittämistä aineiden vaarojen arvioimiseksi ja varmistaa aineiden vapaa liikkuvuus kilpailukykyä edistäen. REACH koskee aineita sellaisinaan, valmistessa koko niiden elinkaaren ajan. REACH asettaa entistä enemmän vastuuta teollisuudelle, kun on kyse riskeistä, joita kemikaalit saattavat aiheuttaa terveydelle ja ympäristölle. (Euroopan unionin virallinen lehti a.)

REACH -asetuksen myötä Helsingissä aloitti toimintansa kesäkuussa 2007 Euroopan kemikaalivirasto. Päätöksenteon tukena virasto käyttää luotettavimpia käytettävissä olevia tieteellisiä, teknisiä ja sosioekonomisia tietoja. Kemikaaleihin liittyvän tiedonjaon lisäksi se tarjoaa teknistä ja tieteellistä neuvontaa. Kemikaalivirasto pyrkii myös vähentämään eläinkokeita arvioimalla ja hyväksymällä vaihtoehtoisia testausehdotuksia. (Euroopan kemikaalivirasto.)

Kemikaaliviraston ylläpitämään tietokantaan rekisteröidään 11 vuoden aikana aineet, joita valmistetaan vuodessa tonni tai enemmän. Näitä kemikaaleja on Euroopassa yhteensä n. 30 000. Rekisteröimättömiä aineita ei saa valmistaa eikä tuoda maahan. Rekisteröidäkseen kemikaalit valmistajien ja maahantuojien on hankittava tiedot aineiden käyttötavoista,

vaarallisista ominaisuuksista ja turvallisesta käsittelystä. Nykyisin käytössä olevista 30 000 aineesta suurimmasta osasta ei ole saatavilla riittävästi tietoa terveys- ja ympäristövaikutusten osalta.

Kemikaalivalvontaan ei ole kemikaaliviraston toimesta pystytty panostamaan EU-komission edellyttämällä tavalla. Siksi Suomeen perustetaan uusi kansallinen kemikaalivirasto, joka aloittanee toimintansa vuoden 2011 alusta. (Helsingin Sanomat 2009.) Nykyisin virastoissa tehdään päällekkäistä työtä, joten uusi kemikaalivirasto syntyy yhdistämällä Suomen ympäristökeskuksen, sosiaali- ja terveysalan lupa- ja valvontaviraston ja Elintarviketurvallisuusviraston kemikaalivalvontatoiminnot Turvatekniikan keskuksen. Näin pyritään saamaan tehokkuutta valvontatyöhön. (Huuskonen 2008.)

4.3 Lainsäädännön toimivuutta tukevat organisaatiot

IFRA (International Fragrance Association) on hajusteteollisuuden virallinen edustaja maailmanlaajuisesti. Sen tärkein pyrkimys on varmistaa hajusteraaka-aineiden turvallisuus sekä kuluttajan että ympäristön hyväksi. Yhdessä RIFM:n kanssa (Research Institute for Fragrance Materials) IFRA varmistaa, että hajusteisiin liittyvät standardit toimivat käytännössä saatavilla olevien tieteellisten suositusten kanssa ja että yhteistyöyritykset noudattavat standardeja. Itsesääteilyllä veloitetaan hajustetalot maailmanlaajuisesti omaksumaan standardit kokonaisuutena nopeasti. (IFRA 2009.) COLIPA (European Cosmetic, Toiletry and Perfumery Association) on eurooppalainen kosmetiikka-alan kattojärjestö, johon Suomesta kuuluu Teknokemian yhdistys.

Teknokemian yhdistys (TY) on teknokemian alalla toimivien teollisuus- ja tuontiyriyten elinkeinopoliittinen edunvalvontajärjestö. Tähän alaan kuuluvat kaikki kosmetiikka- ja hygienia tuotteita sekä pesu- ja puhdistusaineita valmistavat tai niitä maahantuovat yritykset. Yhdistyksen 55 jäsenyrityksen osuus koko alan myynnistä Suomessa on noin 90 % ja sen keskeisin tehtävä seurata alaa koskevaa lainsäädäntöä, kehitystä ja tapahtumia, tehdä tilastaselvityksiä ja järjestää kokous-, neuvottelu- ja koulutustilaisuuksia. (Teknokemian yhdistys Ry 2006.) CTPA (Cosmetic Toiletry and Perfumery Association) on kosmetiikanvalmistajien järjestö, jonka toiminta keskittyy tieteeseen, sääntelyyn ja lainsäädäntöön liittyviin kysymyksiin. Se ylläpitää avointa keskustelua kansainvälisten sääntelyviranomaisten ja asiantuntijoiden välillä. CTPA pitää jäsenille konferensseja ja tarvittaessa avustaa sekä neuvoo heitä esimerkiksi kosmetiikkatuotteisiin liittyvissä rajoituksissa. (CTPA 2009.)

5 HIUSALAN YLEISIMMÄT TYÖPERÄISET SAIRAUDET

Kampaamoala on työturvallisuuden kannalta yksi riskialttiimmista työpaikoista. Jopa kolmasosa parturi-kampaajista joutuu vaihtamaan alaa altistuttuaan jatkuvasti työssään tuhansille kemikaaleille, joista sadat voivat aiheuttaa ihon tai hengitysteiden herkistymistä, osa jopa allergiaa. Kemikaalien lisäksi myös hilse ja hilseilevässä hiuspohjassa viihtyvä hiivasieni altistavat allergisoitumiselle. (Leino 2001: 15, 75).

Parturi-kampaajien erilaiset oireet ovat lisääntyneet vuosikymmenten aikana merkittävästi, kun asiakkaille on alettu tehdä enemmän muodin mukaisia kemiallisia käsittelyjä. Tämä on aiheuttanut allergioiden ja työperäisten sairauksien määrän nousun ammattilaisilla. He sairastuvat muuta väestöä huomattavasti enemmän kampaamotuotteiden toistuvasta käytöstä johtuen. Tarkastelemalla Työterveyslaitoksen tilastoja voidaan todeta, että työperäiset sairastumiset ovat viisinkertaistuneet 1980-luvun alusta vuoteen 2006 mennessä (Työterveyslaitos d).

Parturi-kampaajien työperäiset terveysongelmat voidaan jakaa kolmeen kategoriaan, joista ylä- ja alahengitysteiden oireilu ja sairaudet ovat yksi. Näistä esimerkkinä mainittakoon hengitysteiden limakalvojen ärsytysoireet, astma, allerginen nuha sekä nielu- ja kurkunpääntulehdus. Toinen suuri ryhmä on ihoärsytykset ja -tulehdukset, kuten allerginen kosketusihottuma. Kolmas ryhmä ovat erilaiset lihaskuormituksen vaivat. (Leino 2001: 14, 15.) Työterveyslaitoksen tutkimuksen mukaan ammattitaudit sekä ihon ja hengitysteiden oireet ovat yleisiä parturi-kampaajilla. Taudit ja oireet voivat vähentää henkilön työkapasiteettia, johtaa pysyvään työkyvyttömyyteen ja lisätä riskiä ammatista poistumiseen. (Leino 2001: 4, 74.)

Eniten ammatinvaihdon riski kasvaa, jos henkilön potilashistoriasta löytyy astma, käsien ihotulehduksia, atooppinen sairaus, rannerasitus, tenniskyynärpää tai niska-hartiaseudun ongelmia. (Leino 2001: 5.) Myös atooppisten ihotulehdusten, allergisen nuhan ja kroonisen keuhkoputkentulehduksen on todettu lisäävän ammatinvaihdon riskiä. (Leino 2001: 74.)

Sairauden toteaminen työperäiseksi ei ole kovin yksinkertaista. Ammattitauteihin liittyy kolme eri käsitettä: työhön liittyvät sairaudet, työperäiset sairaudet sekä ammattitaudit. Työhön liittyvät sairaudet käsittää kaikki työssäkäyvän väestön sairaudet, joiden syntyyn, kulkuun tai ennusteeseen työ vaikuttaa. Työperäisiin sairauksiin kuuluu ammattitaudit ja osittain työperäiset sairaudet, joiden synnyssä työhön liittyvien tekijöiden syyosuus on alle puolet. Ammattitautien pääasiallinen aiheuttaja on jokin työssä oleva fyysikaalinen, kemiallinen tai biologinen tekijä. (Työterveyslaitos a.)

5.1 Parturi-kampaajien hengitysteiden ärsytykset ja astma

Sisäilman allergeenit ovat tärkeitä astman, nuhan ja iho-oireiden syytä. Allergeenit herkistävät ensin, aiheuttavat sitten limakalvojen ja ihon allergisia tulehduksia ja lopulta toimintahäiriöitä, kuten keuhkoputkien ja nenätiehyiden ahtautumista. (Haahtela, Hannuksela, Mäkelä & Terho 2007: 372.) Bakteereja, viruksia, allergeeneja ja muita hiukkasia kulkeutuu joka hengenvedolla suuria määriä keuhkoputkien limakalvoille. Jos haitallisia hiukkasia on paljon, keuhkoputken seinämän limaa tuottavien pikarisolujen ja limarauhasten toiminta voimistuu. Allergeenin hengittäminen aktivoi herkistyneen ihmisen immuunipuolustuksen. Altistumisen jatkuessa tulehdus vaikuttaa limakalvon alla olevaan sileän lihaksen kerrokseen. Lihas-kerroksen supistuessa keuhkoputket ahtautuvat ja aiheuttavat hengenahdistusta. (Haahtela ym. 2007: 220.)

Astma voi kehittyä n. 20 prosentille väestöstä perintötekijöistä johtuen, mutta lopullinen sairastuvien määrä johtuu ympäristön olosuhteista ja elintavoista. (Haahtela ym. 2007: 21) Suomessa kaikista ammattikunnista kampaajilla on kuudenneksi korkein riski sairastua työperäiseen astmaan. (Leino 2001: 40.) Yleisin syy työperäisiin astmatapauksiin parturi-kampaamoalalla ovat vaalennusjauheiden ammonium- ja kaliumpersulfaatit, ihmisen hilse, permanenttiaineet, hiuslakat, hiusvärit ja luonnonkumi. (Laitinen, Hedman, Juntunen-Backman, & Ojaniemi 2000: 108.)

Työympäristössä voi olla tekijöitä, jotka pahentavat astmaa. Astma voi syntyä myös herkistymisestä työssä esiintyville altisteille. Astmaan liittyvät käsitteet voivat olla hämmentäviä, koska ne kuulostavat samoilta, mutta merkitys on kuitenkin eri. Ammattiastmaksi kutsutaan vain astmaa, joka syntyy työn altisteista. Astma on työperäistä, mikäli tavanomainen astma pahenee työympäristön vaikutuksesta ja työhön liittyväksi astmaksi kutsutaan astman kaltaista tulehdusta. (Laitinen ym. 2000: 106.)

Parhaiten tunnetaan allerginen ammattiastma, joka syntyy työpaikan altisteille herkistyttäessä. (Laitinen ym. 2000: 109.) Suomessa ja Ranskassa tehtyjen tutkimusten mukaan työperäiseen astmaan sairastuneista kampaajista kolmasosa jatkoi työssään altistuen edelleen sen aiheuttamille aineille, ja 44 % joutui vaihtamaan alaa. (Leino 2001: 40, 41.)

5.2 Parturi-kampaajien ihoärsytykset ja allergiat

Ihoärsytykset ovat yleisiä parturi-kampaajilla. Usein oireilu alkaa jo opiskelu- tai harjoitteluaikana. Oireet ovat suoraan yhteydessä käsien pesun ja märkätyön kanssa. (Leino 2001: 18.) Kahdella kolmasosalla on jonkinlainen ihoavaiva ensimmäisen 3-8 vuoden aikana. Märkätyö yli neljä tuntia päivässä ja permanentin rullaus yli tunnin ajan päivässä kasvattaa

riskiä käsien työperäiseen ihotulehdukseen. Työterveyslaitoksen tietojen mukaan jo kahden tunnin päivittäinen märkätyö kasvattaa riskiä samalla tavalla. (Leino 2001: 19.)

Kampaajat pesevät asiakkaiden hiukset shampooilla, jolloin käsien iholta poistuu luontainen kosteus ja lipidit. Alkoholipitoisilla muotoilutuotteilla, ammoniakilla, vetyperoksidilla, persulfaateilla ja tioglykolaatilla on samanlainen vaikutus. Lisärasitusta aiheuttaa hiusten leikkauksessa sormien välistä liukuvat hiukset sekä hiustenkuivaimen kuumuus hiusten viimeistelyssä. Pienet haavat ja kovettumat käsissä ovat kampaajilla yleisiä. Hiuksenpätkät voivat tunkeutua ihon alle ja aiheuttaa granulooman (tulehdussolukertymä) tai muuta välillistä vaivaa. (Leino 2001: 19.)

Kutina, rakkulat, säteily ja joskus pienet vesirakkulat (vesikkelit) ilmestyvät kosketusihottuman oireina melko nopeasti, yleensä tunnin kuluessa aineen ihokosketuksesta. Ihmisen hiukset voivat aiheuttaa kosketusihottumaa (Leino 2001: 20). Vaalennusaineiden persulfaatit sekä lateksisuojakäsineiden luonnonkumi ovat kaksi eniten nokkosihottumaa aiheuttavaa ainetta. Nokkosihottuman aiheuttaa ihon syöttösoluista vapautuva histamiini ja muut välittäjäaineet, jotka lisäävät verisuonten läpäisevyyttä ja kutinahermojen ärsytystä, jolloin syntyy kutina, turvotus ja punoitus (Granlund 2009).

Spesifiset nenän altistuskokeet ammoniumpersulfaatilla, ammoniumtioglykolaatilla ja ihmisen hilseellä osoittivat, että ammoniumpersulfaatti ja hilse aiheuttivat oireita, toisin kuin permanenteissa käytetty ammoniumtioglykolaatti. Vaikka permanenttiliuosten tiedetään aiheuttaneen työperäistä nuhaa joillekin työntekijöille, pidetään epätodennäköisenä, että ammoniumtioglykolaatti olisi syynä oleva ainesosa. (Leino 2001: 38, 39.)

Ammoniakkia käytetään värituotteissa hiusta avaavana aineena. Se on kaasumainen aine, jonka vapautumista huoneilmaan ei voi estää. Parturi-kampaamo -liikkeiden sisäilmasta on mitattu suuria määriä ammoniakkia (25mg/m³) ja orgaanisia liuottimia (59mg/m³) silloin, kun erilaisia kemikaaleja on sekoitettu keskenään ja levitetty hiuksiin. (Leino 2001: 16.) Monet kampaamoissa käytetyt aineet, kuten permanenttiaineet, hiuslakat ja valkaisuaineet ovat hengitysteitä ärsyttäviä. Etenkin astmaatit kokevat ne haitallisiksi. (Leino 1995 b.)

6 KOSMETIIKALLE HERKISTYMINEN

Kosmetiikkaan liittyvät termit allergia, ärsytysreaktio, herkistyminen ja yliherkkyys voivat mennä puhekielessä helposti sekaisin. Allergia on yleensä mitattavissa ja allergisen reaktion aiheuttaja selvitettävissä testeillä. Jälkimmäisille termeille ei ole virallista määritelmää tai tapaa mitata ja diagnosoida, ja niitä voi käyttää periaatteessa kuka tahansa. Herkkyys on hyvin yksilöllistä myös siksi, että se koetaan eri tavalla. Allergiseen reaktioon tarvitaan aiempi altistus aineille, joita vastaan elimistö on muodostanut vasta-aineita tai immunologisesti aktiivisia soluja. Uudelleen altistuessaan immuunijärjestelmä käynnistää reaktioita, jotka laukaisevat oireita. (Helsingin Allergia- ja Astmayhdistys 2009 c.)

Ihon ja limakalvojen herkistymisen syytä ei täysin tiedetä, mutta siihen vaikuttavat monet asiat, kuten ikä ja sukupuoli, perimä, kehon muut sairaudet, työssä ja vapaa-aikana saadut altisteet sekä vuodenaajat. Voidaan sanoa, että lähes jokainen on jossain vaiheessa elämää herkistynyt jollekin. Syytä on usein mahdoton löytää. Jonkinlaista viitettä herkistymisen syyksi voi antaa epikutaani - testeissä tuleva IR eli ärsytysreaktio. Etenkin jos testattava aine on testihenkilön paljon käyttämä, kuten jokin työssä käytettävä kemikaali. Tarpeeksi voimakas toistuva altistuminen voi laukaista allergian. (Helsingin Allergia- ja Astmayhdistys 2009 c.)

Hajuste- eli tuoksuylherkkyys oireilee muun muassa hengitystieoireina, päänsärkynä tai huono-vointisuutena. Yllättävää on, että yleensä oireet pahenevat, kun ryhdytään elämään täysin hajusteettomasti. Aluksi oireet tuntuvat helpottavan, kunnes aistit alkavat toimimaan ylikierroksilla, hajuaisti herkistyy ja elimistö reagoi pieniinkin ärsykkeisiin. (Helsingin Allergia- ja Astmayhdistys 2009 c.)

Allergiasta tai muusta yliherkyydestä johtuva keuhkoputkien supistuminen perustuu herkistymiseen. Samalla tavalla altistuneista vain osa herkistyy, sairastumista edeltää oireeton herkistymisvaihe ja herkistymisen jälkeen hyvin pieni määrä altistetta voi laukaista keuhkoputkien supistumisen. (Haahtela, Hannuksela & Terho 1999: 372)

Kosmeettisten valmisteiden käyttö ja esimerkiksi hiustenvärjäys ovat lisääntyneet voimakkaasti arviolta viimeisen kahdenkymmenen vuoden aikana. Ennen hiuksia värjättiin lähinnä harmaiden peittämiseksi, mutta nykyään hiusväri on myös itseilmaisua. Värjääminen on yleistynyt ikään ja sukupuoleen katsomatta. Kosmetiikan käytön kasvu ja esimerkiksi hiusten värjääminen kotiloissa on lisännyt erilaisten herkistymisten ja kosketusallergioiden määrää ammattilaisten lisäksi myös kuluttajien keskuudessa. Monessa allergiatutkimuksessa on syytetty nykyaikaista liiallista siisteyttä ja teollistumisen jälkeen tullutta altistumista kemikaaleille, joiden vaaroista ei aiemmin kunnolla tiedetty (Helsingin Allergia- ja Astmayhdistys 2009 c.).

6.1 Parturi-kampaajat

Parturi-kampaamossa työskentelevien olisi syytä kiinnittää huomiota liiketilan asianmukaiseen ilmastointiin. Asianmukaisilla kohdeilmureilla voi estää kemiallisten käsittelyjen aiheuttamat päästöt huoneilmaan. Kohdeilmurin voi asentaa asiakaspaikalle ja työtilaan, jossa sekoitetaan värit ja muutoin käsitellään kemiallisten käsittelyiden vaatimia kosmeettisia tuotteita. Lattia kannattaa lakaista ennen asiakkaan hiusten viimeistelyä hiustenkuivaajalla, jolloin epäpuhtaudet ja hiuksenpätkät eivät pääse leijumaan ilmavirran voimasta hengitysilmaan. (Suomen Hiusyrittäjät Ry.)

Allergisoitumisriski minimoidaan suojaamalla kädet suojakäsinein aina kun käsitellään ammattiaineita ja myös asiakkaan hiuksia pestessä, sillä jatkuva märkätyö rasittaa käsien ihoa. Suojakäsineet ovat edullinen ja helppo tapa välttyä jopa ammattiuran katkaisevalta ihottumalta. Käytettyjen käsineiden suojausteho on lähes sama kuin työskenneltäisiin ilman suojakäsineitä. Siksi käsineiden tulisi olla aina uudet ja myös pitkäkestoisemmissa töissä ne pitäisi vaihtaa uusiin, sillä suojausteho laskee. (Suomen Hiusyrittäjät Ry.)

Synteettiset nitrilikumikäsineet kestävät happamia permanentti- ja kiinnitysaineita vinylikäsineitä paremmin, joten liikkeessä olisi hyvä olla molempia. Nitrilikumikäsineet suojaavat käsiä hyvin myös värjäyksissä sekä käsiteltäessä pinta-aktiivisia aineita, joita on muun muassa shampoissa. Vinylikäsineiden tehoa voidaan parantaa pukemalla kahdet hanskat päällekkäin. (Suomen Hiusyrittäjät Ry.)

Yleisimpiä ammatti-ihotaudin syntyyn vaikuttavia tekijöitä ovat käytetyt aineet ja ainemäärät, aineille altistumisen voimakkuus, ihon suojauksen puute eri työvaiheissa sekä ihon pesu- ja hoitotavat, ihon kunto sekä yksilöllinen herkkyys. Käytettävien aineiden herkistävyys ja ärsyttävyys ovat oleellisia tekijöitä. Altistumisen voimakkuus riippuu työskentelytavoista: pääseekö aine iholle ja kuinka pitkäksi aikaa, sekä altistuuko henkilö yhtä aikaa useille eri kemikaaleille. Ihon suojauksessa on otettava huomioon suojamateriaalin kunto, käyttöaika ja vaihtoväli sekä tietysti suojauskyky käsiteltävää kemikaalia kohtaan. Ihon pesu- ja hoitotapoihin jokainen voi itse vaikuttaa. Merkittäviä ovat pesukerrat sekä käytössä olevat pesu- ja hoitoaineet. (Työterveyslaitos b.)

Kymmenen vuoden ajanjakso (2008 - 2018) on julistettu Kansalliseksi allergiaohjelmaksi. Vielä 1990-luvulla asiantuntijoillakin oli allergioista enemmän epäselvyyttä kuin tietoa, mutta 2000-luvulla on kertynyt paljon uutta tietoa. Ohjelmassa on kaksi suuntaa. Vakavat allergia- ja astmaongelmat pyritään hoitamaan entistä paremmin ja aikaisemmin, mutta lieviin allergiaoireisiin ei pidä kiinnittää liikaa huomiota. Eli tarvitaan asenteellista muutosta ja sietokykyä on pyrittävä vahvistamaan altistumalla sopivasti aiheuttajatekijöille. Näin tuetaan terveyttä mutta ei allergiaa. (Suomen Lääkärilehti 2008: 3, 4.)

Immuunijärjestelmä ei vahvistu välttämällä allergeenejä turhaan. Ohjelman myötä lanseerattava termi, allergiaterveys, käsittää koko ohjelman sisällön yhdessä sanassa. Viestinä on, että ihminen voi elää täysipainoista elämää allergiasta huolimatta, sillä se on enemmänkin yksilön ominaisuus kuin sairaus. Suomen allergiaohjelma on edistyneempi, koska se ottaa huomioon allergian koko kirjon. Se voi onnistuessaan toimia mallina muillekin. (Suomen Lääkärilehti 2008: 3, 4.)

6.2 Kuluttajat

Kuluttajien kosmetiikan käyttö on lisääntynyt voimakkaasti, ja siitä syystä he ovat alttiimpia herkistymisille kuin aiemmin. Kosmetiikkaa ei ole vain ehostamiseen ja ulkonäköön liittyvät tuotteet, vaan siihen lukeutuvat perustarpeet hammastahnoista lähtien. Päivittäin käytettäviä kosmetiikkatuotteita kertyy keskimäärin kymmenkunta. Näistä jokainen tuote voi sisältää yli 30 ainesosaa.

Vaikka raaka-ainetta olisi tuotteessa vain vähän, se voi kuitenkin aiheuttaa herkistyneille iho- ja hengitystieoireita. Hiuskosmetiikassa joitakin ainesosia voidaan jättää jopa kokonaan pois tuotteen teknisten ominaisuuksien lainkaan kärsimättä. Mikäli itsellä on tiedossa allergisen reaktion aiheuttava aine, kannattaa lukea huolella ainesosaluetteloita. Niihin on syytä tutustua tarkemmin myös, jos kosmetiikkatuote on joskus aiheuttanut ärsytystä. (Fragrance safety 2009.)

Suurin osa kosmetiikasta saatavista ihoreaktioista on ärsytysreaktioita, jotka voivat johtua esimerkiksi liian voimakkaiden tuotteiden käytöstä tai vääristä käyttötavoista. Tällöin iho saattaa kihelmöidä, punoittaa ja tuntua epämiellyttävältä. Itselle sopivin tuote löytyy kokeilemalla. Tuotteen sopivuuden voi tarkistaa ennen varsinaista käyttöä levittämällä pienen määrän tuotetta aamuin illoin noin viikon ajan esimerkiksi kyynärvarren iholle. Tuotetta voi luultavimmin käyttää, jos iho ei reagoi tuotteeseen. (Helsingin Allergia- ja Astmayhdistys.)

Mikäli haluaa välttää kaikkia hajusteita, täytyy tarkkailla tuotteen ainesosalistaa eli INCI-luetteloita. Jos tuotteessa käytetty hajuste on todettu eniten allergiaa aiheuttavaksi, se on nimettävä ainesosalistaan. Eteeriset öljyt ovat voimakkaan tuoksuisia ja sisältävät usein samoja rakenneosia kuin hajusteet. (Fragrance safety 2009.) Eteeriset öljyt tuotetaan erilaisista kasvien osista, kuten kukista, juurista ja lehdistä. Eläinperäiset hajusteet, kuten myski, on laajalti korvattu synteettisillä hajusteilla halusta välttää eläinperäisiä tuotteita. (Schueller & Romanowski 2009: 180.)

Helsingin Allergia- ja Astmayhdistyksen internet-sivuilta löytyy paljon hyödyllistä tietoa ja linkkejä kosmetiikan aiheuttamista reaktioista ja allergioista sekä kosmetiikka-asiantuntijan yhteystiedot. Häneltä voi kysyä erilaisista allergioihin sekä kosmetiikka- ja hygieniatuotevalintoihin liittyvistä asioista (kosmetiikka@allergiahelsinki.com). Helsingin Allergia- ja Astmayhdistyksessä toimii myös kosmetiikka-asiantuntijaryhmä, jossa on asiantuntemusta eri aloilta.

6.3 Allergisoivat hajusteraaka-aineet

Yksittäiset hajustekemikaalit ovat rakenteeltaan tunnettuja ja määriteltyjä kemiallisia aineita. Ne on joko eristetty luonnonhajusteista tai valmistettu synteettisesti, ja niillä on yksinkertainen, yleensä helposti tunnistettava tuoksu. Luonnonhajusteet ovat useiden kemikaalien seoksia ja yksi luonnonhajuste saattaa sisältää satoja yksittäisiä kemiallisia aineita. Siksi luonnonhajusteen tuoksu onkin monivivahteinen. Luonnonhajusteiden valtaosan muodostavat tuoreista kasvinosista ja kasvien mahlasta valmistetut eteeriset öljyt. Jokainen hajuvesi on monimutkainen yhdistelmä lukuisista luonnonhajusteista ja synteettisistä hajustekemikaaleista. (Alanko 2004: 15.)

Useimmat pitävät hajustettuja tuotteita miellyttävimpinä käyttää kuin hajustamattomia. Hajusteet ovat kuitenkin kaikista raaka-aineryhmistä herkistävin. Hajusteallergian yleisyys johtuu luultavasti siitä, että päivittäin käytettävien kosmetiikka-tuotteiden ohella monet muutkin kodin tuotteet ovat hajustettuja, joten hajusteilta on käytännössä mahdotonta välttää. Hajusteraaka-aineiden aiheuttamat reaktiot ovat yleensä epämiellyttäviä, mutta lyhytaikaisia, eivätkä aiheuta pitkäaikaisia terveysongelmia. Täytyy vain osata jatkossa välttää reaktion aiheuttanutta raaka-ainetta. Sen selvittämiseksi kannattaa käydä lääkärin vastaanotolla allergiatesteissä. (CTPA 2009.)

Hajusteallergioiden määrä on kasvanut parin viime vuosikymmenen aikana hajusteiden lisääntyneen käytön myötä. Useiden Euroopassa ja USA:ssa tehtyjen tutkimusten perusteella hajusteet ovat olleet tavallisin syy kosmetiikan aiheuttamiin allergisiin ihottumiin. Tanskalaistutkimuksen mukaan kosmetiikka-allergiaa esiintyi väestötasolla noin 6 prosentilla nuorista aikuisista. Nämä allergiatapaukset jakautuivat aiheuttajan mukaan kolmeen osaan; hajusteet, säilöntäaineet ja muut kosmetiikan sisältämät aineet. (Helsingin allergia- ja astmayhdistys 2009 c.)

Pieni määrä ihmisiä voi allergisoitua joillekin yleisesti käytetyille tuoksuaineille. Yleisimmät tuoksuallergioita aiheuttavat tuoksuaineet ilmoitetaan tuotteiden pakkauksissa ainesosalistassa, jotta kuluttajilla on mahdollisuus valita itselleen sopiva tuote. Miljoonat kuluttajat voivat kuitenkin nauttia turvallisesti tuoksuista. (Teknokemian Yhdistys Ry 2006.)

Suomen keskussairaaloiden ja Työterveyslaitoksen ihotautipoliklinikkojen potilasaineistossa hajusteallergiaa esiintyi 6,9 prosentilla vuosina 2000 - 2002. Hajusteseoksen aineosista allergiaa aiheuttivat tavallisimmin tammisammal, isoeugenoli ja hydroksisitronellaali. Muita hajusteissa olevia allergisoivia kemikaaleja ovat esimerkiksi kanelialdehydi ja eugenoli. (Alanko 2004: 15, 16.) 1-2 % väestöstä saa allergisen kosketushottuman hajusteaineista (Haahtela ym. 2007: 171).

Hajusteiden aiheuttamista iho-oireista suurin osa on allergista kosketushottumaa, joka syntyy viivästyneen kosketusallergian kehittymisen seurauksena (Alanko 2004: 16). Jos ihmiselle on kehittynyt jokin kosketusallergia, niitä tulee helposti lisää. Erityisesti käsien suojaamiseen on kiinnitettävä huomiota töissä ja kotona. (Haahtela ym. 2007: 28, 29.)

Kosketusallergiasta johtuva ihottuma voi syntyä jo yhdestä yksittäisestä hajustekemikaalista. Iho-oireet tulevat tavallisimmin kasvojen alueelle, kainaloihin ja käsiin. Hajusteallerginen ihottuma on usein punaläiskäistä, kutiavaa ja pitkittyessään kuivanhilseilevää. Hoito on hankalaa, mikäli syytä ei saada poistettua, toisin sanoen syytä ei löydetä. Hajusteiden koetaan aiheuttavan iho-oireiden lisäksi myös nuhaa ja muita hengitystieoireita. Nämä oireet ovat ärsytysperäisiä. (Alanko 2004: 16.)

Vaikka hajusteallergikko on yleensä allerginen yhdelle tai muutamalle hajustekemikaalille, joutuu hän usein välttämään kaikkia hajusteita, koska allergian aiheuttanutta hajustekemikaalia saattaa olla yhtenä aineosana hyvin monissa erilaisissa tuotteissa. Markkinoilla on onneksi myös kokonaan hajusteettomia tuotteita. Ennaltaehkäisy hajustettujen tuotteiden käyttöä välttämällä on hajusteallergian paras hoitokeino. Monet tuotteissa käytettävät hajusteet ovat yhdistelmiä luonnonhajustekemikaaleista ja yksittäisistä kemiallisista aineista. Hajusteteollisuudella on käytössään yli 5000 yksittäistä hajustekemikaalia ja noin 200 luonnonhajustekemikaalia. (Alanko 2004: 15, 17.)

Usein ajatellaan, että kaikki "luonnollinen" on hyvää, mutta monien luonnosta peräisin olevien yhdisteiden on todettu aiheuttavan allergisia reaktioita. Ns. luonnonkosmetiikka tai luomukosmetiikka sisältää usein eteerisiä öljyjä, jotka toimivat tuotteessa hajusteina, koska niissä on samoja aineita kuin hajustekemikaaleissa. Hajusteallergia johtuukin usein luonnonkosmetiikan käytöstä. Siksi tiedekomitean ehdottamalla kieltoilistalla on nimettyä joitakin eteerisiä öljyjä. (Schueller & Romanowski 2009: 185.)

Helsingin allergia- ja astmayhdistys ylläpitää kosmetiikan allergiaporraali -sivustoa, joka on kehitetty yhdessä asiantuntijoiden kanssa palvelemaan kosketusallergisia. Sieltä löytyvästä tuoterekisteristä jokainen voi tarkistaa itselle sopivat kosmetiikan tuotteet esimerkiksi allergiatestien perusteella. Portaalissa on mukana 114 kosmetiikan tuotesarjaa ja viisi

kotitalouksien pesuainesarjaa. Yhteensä näiden sarjojen alla on yli 8000 tuotteen tiedot. Sivuston tarkoituksena on, että mahdollisimman moni allerginen löytäisi itselleen sopivat ja turvalliset tuotteet. Palveluun rekisteröitymällä voi esimerkiksi maksua vastaan tilata oman allergiatestin mukaisen listauksen itselle sopivista tuotteista. (Helsingin allergia- ja astmayhdistys a, b.)

Allergiaportaalin (Liite 4) tilaston mukaan vuonna 2008 kirjatuista uusista kosmetiikka-allergiatapauksista 53 % koski formaldehydiä ja sen vapauttajia ja 40 % hajusteita. Paljon esillä olleelle parafenyleenidiamiinille (PPD) on allerginen lähes 30 % portaaliin kirjautuneista kuluttajista. Kosmetiikalle allergisia on väestöstä vain alle 10 %, joten yli 90 % kosmetiikan reaktioista on ohimeneviä herkistymisiä (Helsingin Allergia- ja Astmayhdistys 2009 c).

6.4 Työperäisiin sairauksiin altistavat muut aineet

Käytännössä kuka tahansa voi herkistyä tai allergisoitua mille tahansa aineelle. On kuitenkin olemassa tilastoa aineista, jotka allergisoivat muita aineita herkemmin. Parturi-kampaajien on arvioitu altistuvan urallaan jopa 5 000:lle eri aineelle, joista osa on terveydelle haitallisia. (Leino 1995 b.)

Työterveyslaitoksen tutkimuksen mukaan vuosikymmenten ajan allergisen kosketushottuman aiheuttajana ovat olleet parafenyleenidiamiini (PPD) ja sen johdannaiset, sekä muut hapettavat hiusväriaineet, kuten resorsinoli ja pyrogalloli, joita käytetään hiusväreissä värimolekyyliden yhdistämiseen. Allergista kosketushottumaa ovat aiheuttaneet myös permanenttiaineissa käytetyt tioglykolihapon esterit, joiden on tutkittu jäävän hiuksiin useiksi viikoiksi käsittelyn jälkeen sekä vaalennusaineiden persulfaatit. (Leino 2001: 19,20.) Ammoniumpersulfaatti on merkitty yli puoleen ammattitautitapauksista taudin aiheuttajaksi. Myös lateksisuoja- ja väriaineiden luonnonkumi sekä veden ja kampaamokemikaalien yleisärsytys olivat aiheuttaneet ammattitaudin. (Työsuojelurahasto 1997.) Vaalennusaineiden käsittelyyn liikkeessä olisikin kiinnitettävä suurta huomiota. Vaalennuspulveri tulisi aina ehdottomasti sekoittaa ilmastoidussa kaapissa tai hengityssuojainta käyttäen. Parturi-kampaamoalan yrityksessä tulisi olla tehokas koneellinen ilmastointi. (Suomen Hiusyrittäjät Ry.)

Tavallisimmat allergiaa aiheuttavat kosmetiikan säilytteenä ovat metyylikloori-/metyyliisotiatsolinoni, formaldehydin vapauttajat, klooriheksidiini, bentsalkoniumkloridi, sorbiinihappo. (Jolanki 2004: 13.) Formaldehydivapauttajista tavallisimmin käytetty säilytteenä kosmetiikassa on imidatsolidinyyliurea. Ihoallergia formaldehydivapauttajille voi johtua herkistymisestä joko itse vapauttajakemikaalille tai vain siitä vapautuvalle formaldehydille. (Jolanki, Estlander & Kanerva 1996.)

Parturi-kampaajille yleisimmin kosketushottumaa aiheuttaneet aineet ovat persulfaatit sekä luonnonkumi, jota käytetään suojakäsineissä. Myös shampoissa ja hoitoaineissa käytetyt säilöntäaineet sekä proteiinihydrolysaatit, diaminotolueeni, para-aminodifenylenidiamiini, basic blue ja henna ovat aiheuttaneet kampaajille allergista kosketushottumaa. (Leino 2001: 20.) Basic blue on hiusväreissä käytetty väriaine. Sitä löytyy kahdeksan erilaista ainesosien yhdistettä, jotka on numeroitu esim. Basic blue 7 ja Basic blue 26. Ainesosa- eli INCI-luetteloon kukin kahdeksasta Basic blue- raaka-aineseoksesta merkitään CI-tunnuksella. Esimerkiksi Basic blue 7 kirjoitetaan INCI-luetteloon CI 42595. (Euroopan unionin virallinen lehti c. 2006: 44.)

Työterveyslaitoksen työperäisten sairauksien rekisterissä käytetään altisteluokitusta. Kampaajien ammattitautien ja ammattitautiepäilyjen aiheuttajia ovat muun muassa hiusväriaineet, hiusten vaalennusaineiden persulfaatit, permanenttiaineet, märkätyö, toistotyö. Jos tarkkaa aiheuttajaa ei tiedetä, käytetään aiheuttajana "kampaajan altisteet" nimikettä. (Työterveyslaitos d.) Esimerkiksi vuosina 2003 - 05 kampaajan altisteiden vuoksi yhteensä 41 parturi-kampaajaa on sairastunut työperäiseen astmaan, neljä heistä permanenttiaineiden vuoksi ja kuusi henkilöä vaalennusaineissa käytettävien persulfaattien johdosta. (Työterveyslaitos c: 46.) Samoina vuosina allergisen hengityselintaudin suurimmaksi aiheuttajaksi on todettu kampaajan altisteet. Muita olivat persulfaatit, permanentti- sekä hiusväriaineet. (Työterveyslaitos c: 71.)

Työterveyslaitoksen mukaan parturi-kampaajille kirjattiin vuonna 2006 yhteensä 105 erilaista ammattitautia tai ammattitautiepäilyä. Näistä lähes puolet oli ihotauteja ja lähes kolmasosa hengitystieallergioita. Loput tapaukset olivat erilaisia rasisairauksia tai muita oireita. (Karjalainen, Palo, Saalo, Jolanki, Mäkinen, & Kauppinen 2008: 59.) 105 tapauksesta 78 aiheutti kampaajan altisteet, 7 tapauksen syynä oli persulfaatit, 6 tapauksen permanenttiaineet tai tioglykolaatti ja viidessä hiusväriaineet tai PPD. (Työterveyslaitos d.)

Työterveyslaitoksen teettämässä tutkimuksissa on mitattu parturi-kampaamojen huoneilmasta eri aineiden pitoisuuksia. Mittausten mukaan liikkeiden ilmassa on eniten tioglykolaattia, ammoniakkaa, persulfaattia sekä orgaanisia liuottimia. Näitä mitattiin työskentelyalueen hengitysilmasta 6-100 kertaa suurempia määriä kuin liikkeen muilta alueilta. Suositellut enimmäispitoisuudet eivät kuitenkaan ylittyneet. Etenkin pienissä liiketiloissa työskenteleville hiusväri- ja permanenttiaineet, vaalennusaineet ja aerosolisuihkeet aiheuttivat vaivoja sekä sairastelua. Ilmanvaihto 5-7 kertaa tunnissa vähensi huomattavasti pölyä ja epäpuhtauksia ilmassa. Yleensäkin parempi ilmanvaihto vähensi jonkin verran valituksia terveyden suhteen. (Leino 2001: 4.)

Hiuslakkojen terveysvaikutuksia tutkittiin laajalti 60-, 70- ja 80-luvuilla. Niiden todettiin lisäävän värekarvojen toimintaa ja limaneritystä ylä- ja alahengitysteissä. (Leino 2001: 39.) Freonien käytöstä aerosolituotteissa on luovuttu, samoin Shellacin käytöstä lakoissa. Useiden hiuskosmetiikassa käytettyjen aineiden pitoisuutta on rajoitettu sekä tämän hetkisen tiedon mukaan syöpävaaralliseksi todetut aineet kielletty. (Työsuojelurahasto 1997.)

7 OPINNÄYTETYÖSSÄ KÄYTETYT MENETELMÄT

Opinnäytetyössä tutkimusmenetelmänä oli triangulaatio eli monimetodinen lähestymistapa. Tämä tarkoittaa, että tutkimusongelman ratkaisemiseksi käytetään erilaisia aineistoja eli opinnäytetyö on kvalitatiivisen ja kvantitatiivisen tutkimuksen yhdistelmä. (Hirsjärvi, Remes, & Sajavaara 2009: 233.) Laadullinen, eli kvalitatiivinen, ja määrällinen, eli kvantitatiivinen tutkimus ovat suuntauksia, jotka voidaan nähdä toisiaan täydentäviksi tutkimuksen lähestymistavoiksi. Niitä on käytännössä vaikea erottaa toisistaan. (Hirsjärvi ym. 2009: 136.)

Alun perin tarkoituksena oli tehdä kokonaistutkimus, eli lähettää kysely kaikille konseptin liikkeille, joita on yli 200. Kyselylomake päätettiin kuitenkin lähettää sähköisesti, koska tutkimus haluttiin suorittaa mahdollisimman ekologisesti, ja tässä tapauksessa se tarkoitti paperin säästämistä ja kuljetuskuluista aiheutuvien päästöjen välttämistä. Tällöin otannaksi muodostui ne 76 Hyvän Ilman Kampaamo® -liikettä, joiden sähköpostiosoite oli kirjattu toimeksiantajan asiakkaiden yhteystietoihin. Lisäksi sähköisen lomakkeen valintaan vaikutti se, että haluttiin myös avoimia vastauksia ja perusteluja monivalintakysymyksiin, jolloin niiden purkaminen paperilomakkeelta olisi vienyt liikaa resursseja. Otannassa mukana olevat liikkeet sijaitsevat ympäri Suomea Ivalosta Helsinkiin.

Vastauksia saatiin 25 Hyvän Ilman Kampaamo-konseptin jäsenliikkeeltä, ja niistä kerätty aineisto koottiin Excel-taulukkolaskentaohjelmaan tilastollisesti käsiteltävään muotoon, josta määrälliset ja laadulliset tutkimustulokset kerättiin erilleen tarkasteltaviksi. Laadullisen aineiston käsittelyyn käytettiin teemoittelun metodia, mikä pyrkii selittämään sisältöä sekä fenomenografista analyysiä, jossa tarkastelun kohteena ovat ihmisten erilaiset käsitykset jostain asiasta ja erilaiset tavat kokea jokin asia. Määrällisestä aineistosta saadut luvut laskettiin prosenttijakaumiksi, joista tärkeimmät esitellään työssä diagrammikuvioiden avulla. Analysoimalla lukuja niiden käsitteiden valossa, joita numeroilla pyrittiin mittaamaan, ne on muutettu käyttökelpoisiksi tuloksiksi. Näin määrällinenkin aineisto palautui lopulta laadulliseksi.

8 AINEISTON KERUU SÄHKÖISEN KYSELYLOMAKKEEN AVULLA

Aineisto kerättiin Hyvän Ilman Kampaamo® -liikkeissä työskenteleviltä parturi-kampaajilta käyttäen strukturoitua, eli jäsenneltyä sähköistä kyselylomaketta (Liite 5). Liitteenä oleva kyselylomake ei vastaa visuaaliselta ulkoasultaan tutkimuksessa käytettyä sähköistä lomaketta, vaan on pelkistetty sisältämään vain työn kannalta tarpeelliset tiedot. Kysymykset jaettiin viiteen osioon teema-alueiden mukaisesti vastaamisen nopeuttamiseksi ja helpottamiseksi.

Vastauspyyntö lähetettiin kaikille samaan aikaan heinäkuun puolivälissä. Vastauspyynnössä oli linkki kyselyyn ja tunnusluvut, joilla vastaaja voi kirjautua kyselyn sivuille. Ajatuksena oli, että heinäkuussa parturi-kampaajilla olisi paremmin aikaa vastata kyselyyn, sillä yleensä hiusalan liikkeissä on kesäloma-aikaan rauhallisempaa.

Lomakeohjelma näyttää sähköpostiosoitteet, joista ei vielä ole vastattu kyselyyn. Muistutukset vastaamatta jättäneille lähetettiin kahden viikon kuluttua. Vastauksia ei kuitenkaan pystytä ohjelman avulla kohdentamaan tiettyyn vastaajaan, joten heidän anonymiteettinsä säilyi. Viimeinen, eli toinen muistutus lähetettiin, kun edellisestä oli kulunut aikaa kaksi viikkoa. Yhteensä vastausaikaa oli kuusi viikkoa. Tutkimusaineisto kerättiin 13.7. - 23.8.2009 välisenä aikana.

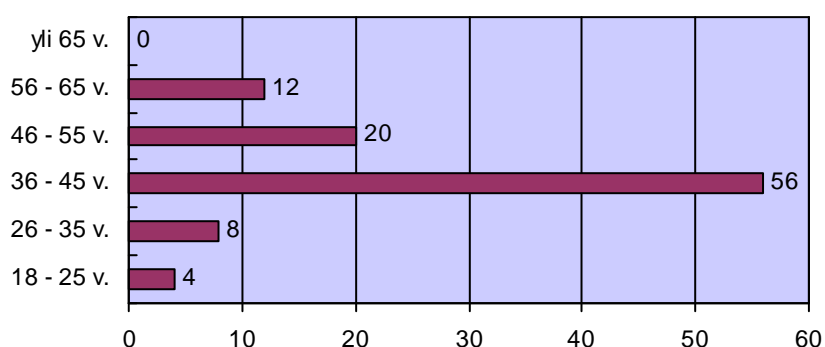
Suurimpaan osaan kysymyksistä vastaaja sai valita sopivan vaihtoehdon monivalinta-ryhmistä, mutta osaan kysymyksistä pyydettiin kirjoittamaan vapaasti. Myös joidenkin monivalinta-ryhmien perässä oli lisäksi tilaa avoimelle vastaukselle, mikäli vastaaja halusi perustella vastaustaan. Avoimilla kohdilla pyrittiin varmistamaan, että vastaajien omat mielipiteet, ideat ja mahdollinen kritiikki pääsisivät esille.

9 KYSELYN ANALYYSI JA TULOKSET

Kysely lähetettiin 76 liikkeelle ja vastauksia tallennettiin 25. Vastausprosentti oli tällöin noin 33 %. Saadusta aineistosta on kerätty kyselyn tuloksiin analysoitavaksi tutkimuksen kannalta olennaisimmat asiat.

Kaikki vastaajat olivat naisia. Suurin osa vastaajista oli 36 - 45 -vuotiaita (Kuvio 1) ja kaikki toimivat yksityisrittäjinä.

Kuvio 1. Vastaajien ikäjakauma (% -osuus)

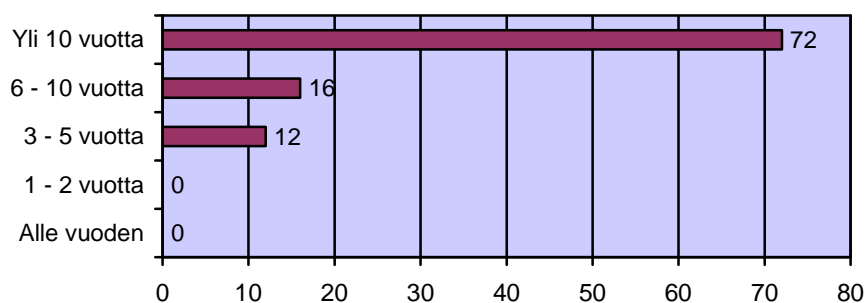


Nuoria vastaajia oli vähiten. Tähän saattaa olla syynä se, että heillä on ehkä iästä johtuen myös vähemmän työkokemusta, eivätkä he siksi ole altistuneet kemikaaleille pitkään. Tästä syystä heillä ei välttämättä ole ehtinyt olla alaan liittyviä terveydellisiä oireita, jotka voivat olla monelle uusien vaihtoehtojen puntarointiin herättävä seikka. Ehkä työuran alussa omaa tai asiakkaiden terveyttä ei vielä osata asettaa etusijalle.

Aiemman konseptiin liittyvän tutkimuksen (Nikander 2007: 15.) perusteella Hyvän Ilman Kampaamoissa työskentelee keskimäärin 1,45 työntekijää. Sen perusteella voidaan olettaa, ettei olemassa oleviin liikkeisiin palkata lisää henkilökuntaa, vaan uusi kampaamoliike tai jo olemassa oleva muunnetaan konseptiin sopivaksi. Luultavasti valmistuva nuori haluaa myös kerätä työkokemusta ennen yrittäjäksi ryhtymistä.

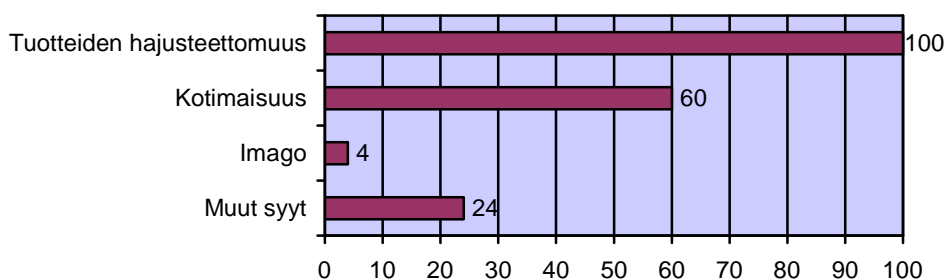
Lähes puolet vastaajista oli työskennellyt Hyvän Ilman Kampaamossa 3-5 vuotta, kolmannes yli viisi vuotta ja viidennes alle kaksi vuotta. Vastaajilla oli paljon työkokemusta alalta, suurin osa oli työskennellyt kampaajana yli kymmenen vuotta (Kuvio 2).

Kuvio 2. Työkokemus vuosina (% vastaajista)



Sim Finland Oy:n tuotteiden ydinasia on hajusteettomuus, ja se on ollut myös vastaajille tärkein asia tuotesarjaa valittaessa (Kuvio 3). Toinen merkittävä mielenkiinnon herättäjä, jonka vuoksi vastaajat siirtyivät käyttämään Sim Finland Oy:n tuotteita, oli kotimaisuus. Muita syitä olivat imago, ekologisuus, oma hajuherkkyys, palvelun nopeus ja ystävällisyys, kilpailuetu muihin kampaamoihin nähden sekä hyvä kokemus asiakaspalvelusta ja yhteistyöstä yrityksen kanssa.

Kuvio 3. Vastaajien mielenkiinnon konseptia kohtaan herättäneet asiat (% vastaajista)

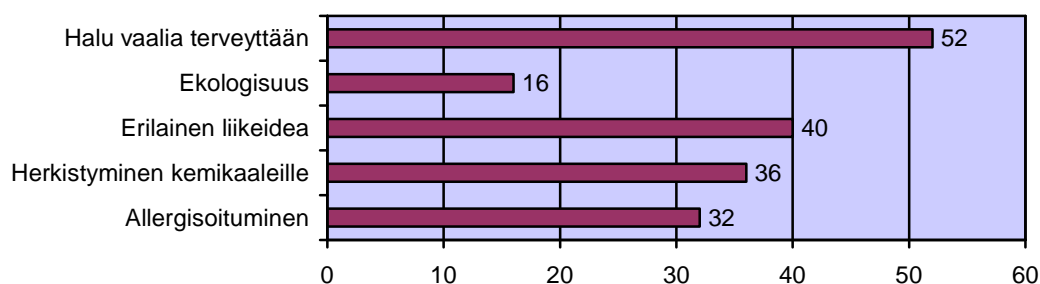


Tuotteiden hajusteettomuuden tärkeydestä kysyttiin erikseen, ja vastaajista 92 % piti sitä erittäin tärkeänä. Keskeisin syy tähän oli vastaajien käsitys allergioiden lisääntymisestä yleisesti. Hajusteettomilla tuotteilla halutaan vähentää altistumista kemikaaleille, ja siten suojella sekä asiakkaiden että omaa terveyttä ja mahdollisesti lisätä omia työssäoloaika

alalla. Useat vastaajat kertoivat hajusteettomien tuotteiden olevan ainoa vaihtoehto voidakseen vielä työskennellä alalla.

Vastaajien työkokemuksen määrä näkyy terveyden arvostuksena, sillä se oli pääasiallinen syy Hyvän Ilman Kampaamo® -konseptin valinnassa (Kuvio 4). Osalla on työvuosien tuomaa omakohtaista kokemusta kosmeettisten aineiden aiheuttamista allergioista, ärsytyksistä ja muista oireista (Kuviot 6 ja 7). Myös alalla vallitseva kilpailu asiakkaista ja liikkeiden kohtalaisen suuri määrä on vaikuttanut valintaan. Vuonna 2007 Suomessa oli 9804 parturikampaamoiden toimipaikkaa, kun esimerkiksi kauneudenhoitoa tarjoavia toimipaikkoja oli samana vuonna 1764 (Tilastokeskus 2009). Erilainen liikeidea on keino erottua kilpailijoista.

Kuvio 4. Syitä konseptin jäsenyyden valitsemiseksi (% vastaajista)

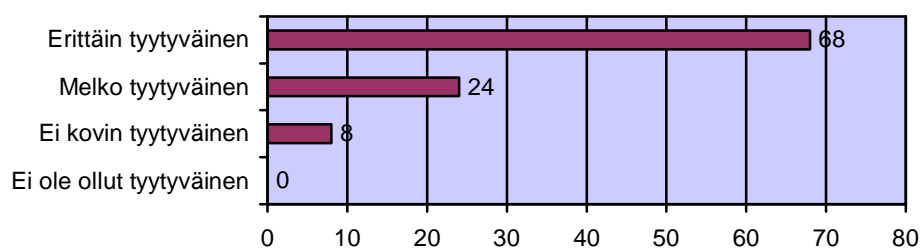


Aineiston mukaan suurin osa oli kuullut ensimmäisen kerran Hyvän Ilman Kampaamo® -konseptista sellaisessa yhteydessä, johon alaa opiskelevat tai vasta valmistuneet eivät useinkaan törmää. Kolmasosa vastaajista oli kuullut konseptista edustajalta ja viidesosa luki siitä yrityksen omasta Sim Extra -lehestä. Muita tietolähteitä olivat kollegat, Pinni-lehti (alan ammatillinen julkaisu), Internet ja ystävät. Enemmistö vastaajista on ollut alalla yli 10 vuotta, joten heillä on enemmän alaan liittyvää verkostoa ympärillään kuin aloittelijoilla.

Suurin osa vastaajista on ollut valintaansa erittäin tyytyväinen (Kuvio 5). Konseptiin erittäin tyytyväiset kertoivat perusteluiksi työskentelyilman olevan parempi ja asiakkaiden tyytyväisempiä. Kotimaisuutta pidettiin etuna, koska tietoa saa nopeasti ja tuotteisiin tai konseptiin liittyvät toiveet voi esittää henkilökohtaisesti. Lisäksi mainittiin erilaisen liikeidean tuoma kilpailuetu ja yhteistyötä Simin kanssa kehuttiin toimivaksi.

Kuluttajat ovat antaneet positiivista palautetta enimmäkseen liikkeen huoneilmasta, "ihanaa kun täällä ei haise kampaamolta", on yleisin kommentti. Lähes puolet vastaajista oli saanut asiakkailtaan ulosmyyntituotteista erittäin hyvää palautetta ja puolet melko hyvää.

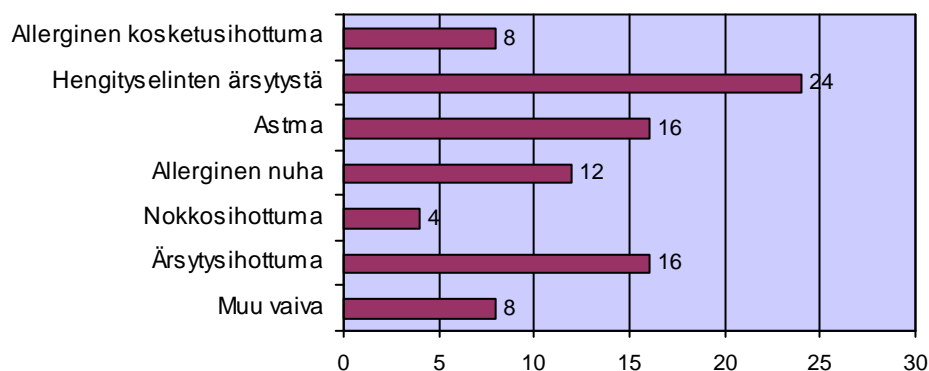
Kuvio 5. Tyytyväisyys konseptiin (% vastaajista)



Lähes kaikki vastaajat (92 %) pitivät tuotteiden hajusteettomuutta erittäin tärkeänä. Perusteluiksi kerrottiin, että allergisoituminen on lisääntynyt huomattavasti niin asiakkaiden kuin parturi-kampaajienkin keskuudessa eikä itseä tai asiakkaita haluta altistaa "turhille" kemikaaleille.

Vastaajien pitkäaikainen altistuminen kemikaaleille työkokemuksen myötä näkyy erilaisina terveydellisinä oireiluina. Kolmella neljästä on joko lääkärin toteama vaiva tai oire, jota itse pitää työperäisenä. Lääkärin toteamia vaivoja oli lähes puolella vastaajista (Kuvio 6). Diagrammissa kuvatut vastaajien muut vaivat olivat nuha ja hengitystieinfektiot sekä atooppinen iho. Vain kaksi vastaajaa kertoo oireilevansa myös työskennellessään Hyvän Ilman Kampaamossa ja neljänneksellä oireita ei enää ole. Alle puolet kokee, että oireita on joskus.

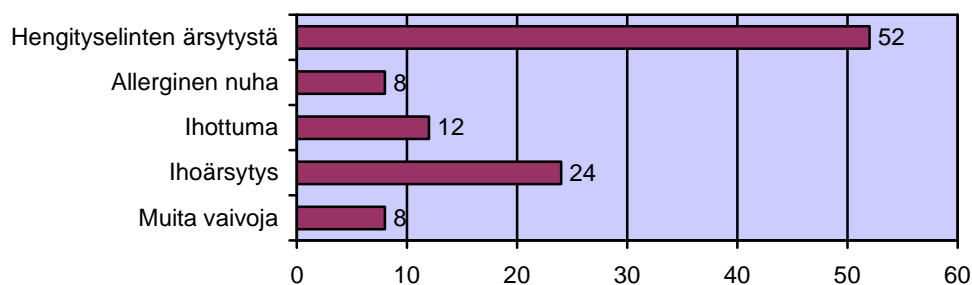
Kuvio 6. Lääkärin toteamat vaivat (% vastaajista)



Itse havaittuja vaivoja (Kuvio 7) oli 64 %:lla vastaajista. Joillakin vastaajista oli kahden- tai useammanlaista eri vaivaa. Itse havaitut vaivat perustuvat täysin vastaajien omiin kokemuksiin, jotka voivat vaihdella suurestikin, sillä ihmiset tuntevat asioita yksilöllisesti.

Vastaajien mahdollisesta tupakoinnista ei kysytty, mutta sen tiedetään kasvattavan esimerkiksi herkistymisen ja astmaan sairastumisen riskiä (Leino 2001: 40.)

Kuvio 7. Itse havaitut työperäiset vaivat (% vastaajista)



Muiksi vaivoiksi kerrottiin esimerkiksi käsien kuivuminen, hajuista johtuvaa migreeniä ja "aiemmassa elämässä" ennen Hyvän Ilman Kampaamossa työskentelyyn siirtymistä illalla oli ääni käheä.

Suurin osa vastaajista arveli, että asiakkaista vain 20 - 40 % olisi allergisia tai kosmetiikalle herkistyneitä, neljäsosa veikkasi luvuksi 40 - 60 % ja toinen neljäsosa, että vain alle 20 %. Näiden arvelujen perusteella voisi olettaa, että asiakkaista suurin osa haluaa suojella terveyttään ennakoimalla ja välttämällä ylimääräistä kemikaalikuormitusta.

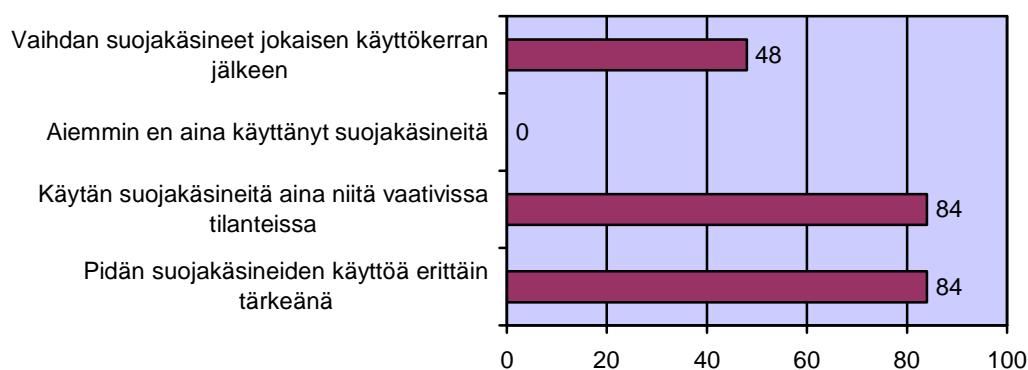
Pyydettyä arvioimaan tuotesarjoja, System4 -sarja arvioitiin parhaimmaksi. Se on saanut eniten kiitosta ja hyvää palautetta myös kuluttajilta. System4:n lisäksi keskimäärin puolet vastaajista pitivät CX Correctoria, Bio botanicalia, Forme4U:a ja Antibacia erittäin hyvinä tuotteina. Ammattilaist tuotteista erittäin hyvät arvostelut keskimäärin puolelta vastaajista keräsivät Ultraform -permanenttiaine, SimOxyd -hapetteet ja Blond for ever -vaalennusjauhe sekä Silk & Shine- ja Sensido cream color- värit.

Työhyvinvointiin yhdistettävissä asioissa merkittäviä olivat kohdeimureiden käyttöön liittyvät vastaukset. Vastaajista vain yhdellä on käytössään kohdeimuri värin sekoituspaikalla ja asiakaspaikalla, kuten Sim suosittelee. Kuitenkin kampaamoasiakkaiden antamissa palautteissa keuhataan liikkeiden hajuttomuutta ja raikasta sisäilmaa. Joko liikkeissä on hyvät yleisilmanvaihtolaitteet tai liikkeissä käytettävät hajusteettomat tuotteet saavat aikaan sen, ettei liike haise perinteiseltä kampaamolta. Hajusteettomat tuotteetkin haisevat jollekin, mutta hajusteiden kemikaalit ovat herkemmin ilmaan haihtuvia kuin muut raaka-aineet.

Vastaajien suojakäsineiden käyttötottumukset (Kuvio 8) poikkeavat työterveyslaitoksen antamista käyttösuosituksista, sillä vain alle puolet vaihtaa käsineet käytön jälkeen. Toisaalta kukaan vastaajista ei myönnä, ettei ole aiemmin aina käyttänyt suojakäsineitä, vaikka neljä vastaajaa ei pidä nykyäänkään tarpeen mukaista suojakäsineiden käyttöä erittäin tärkeänä. Tulosten luotettavuuteen voi vaikuttaa kysymyksenasettelu. Suojakäsineiden käyttöä edellyttäviä tehtäviä ei ole kysymyksessä eritelty. Tällöin osa vastaajista voi pitää merkätöitä tällaisina ja osa taas ei. Lisäksi kysyttäessä suojakäsineiden vaihdosta, osa vastaajista on voinut luulla tarkoitettavan useamman käyttökerran käsineitä, koska kertakäyttöisyyttä ei painotettu kysymyksessä. Tulosten ristiriidan vuoksi ei voida vetää johtopäätöksiä vastaajien suojakäsineiden käyttötottumusten ja lääkärin toteamien, tai itse havaittujen vaivojen välille.

Vastaajista suurin osa (88 %) käyttää vinyylisuojakäsineitä. Osalla on käytössään useamman käyttökerran suojakäsineet, joiden vaihtovälistä huolehtimisen vastaajat kokivat hankalaksi. Monet käyttävät hanskoja niin kauan, kunnes ne hajoavat. Tällöin materiaali on jo pitempään ollut niin haurasta, ettei se suojaa ihoa riittävästi.

Kuvio 8. Vastaajien suojakäsineiden käyttötottumukset (% vastaajista)



Vastaajat antoivat eniten kiitosta nopeista tuotetoimituksista ja hyvästä asiakaspalvelusta. Selkein kehitystoive kohdistui tuotepakkauksiin, joista toivottiin ekologisempia. Tosin nykyisistä tuotepakkauksistakin kaikki tyhjat, muoviset pakkaukset voi viedä energijätteen keräysastiaan. Kysyttäessä palautetta asiakaspalvelusta yli puolet arvioi edustajien palvelun erittäin hyväksi, ja viidesosa melko hyväksi. Lähes viidennes ei osannut arvioida asiakaspalvelua, koska kaikilla paikkakunnilla ei kyselyn suorittamisen aikaan ollut omaa myyntiedustajaa. Puhelinmyynnin palvelun suurin osa vastaajista arvioi erittäin hyväksi ja viidennes melko hyväksi.

10 POHDINTA

Kyselyt lähetettiin heinäkuun 2009 puolivälissä. Tuolloin kampaamoissa on asiakkaiden kesälomien vuoksi tavallisesti hiljaisempaa ja ajatuksena oli, että kampaajat ehtisivät hyvin vastata kyselyyn. Tosin juuri tästä syystä monet ammattilaisetkin pitävät lomiam heinäkuussa, jolloin on voinut käydä niin, että lomalta palatessa sähköpostissa on odottanut kyselylomake, johon ei ole heti loman jälkeen jaksettu keskittyä. Vastausprosenttiin vaikutti luultavasti myös se, että asiakasrekisterin tiedot eivät olleet kaikkien vastaanottajien kohdalla ajan tasalla. Tällöin on mahdollista, ettei kysely ole tavoittanut oikeaa henkilöä. Kyselylomakkeeseen aineistonkeruumenetelmänä päädyttiin, koska haluttiin minimoida ulkopuolisten tekijöiden, kuten haastattelijan vaikutus tuloksiin. Aineisto olisi ollut kattavampi, jos vastaajia olisi ollut enemmän.

Ennako-oletuksena oli, että vastaajilta löytyy ainakin jonkinlaista kosmetiikalle altistumisesta johtuvaa oireilua ja jopa allergioita, mistä syystä he ovat siirtyneet Simin asiakkaiksi. Tämä hypoteesi näyttää tulosten perusteella pitävän paikkaansa, sillä suurin osa vastaajista oireilee kosmetiikan käytön vuoksi ja valtaosa on valinnut konseptin terveydellisistä syistä.

Saatujen tutkimustulosten perusteella voidaan sanoa, että erilaiset työperäiset vaivat ovat yleisiä parturi-kampaajilla. Tutkimustuloksilla on yhtäläisyyksiä Työterveyslaitoksen tutkimuksen (Leino 2001: 65.) kanssa, jonka mukaan nenän tukkoisuus, yskä ja äänen käheys sekä käsien ihotulehdukset ovat tavallisia kampaajilla. Iho- ja hengityselinoireet olivat myös Hyvän Ilman Kampaamoissa työskentelevillä yleisiä. Turhan kemikaalikuorman välttäminen on palvelus niin itselle kuin asiakkaalle. Hyvän Ilman Kampaamo on yksi keino välttää ylimääräistä altistusta.

Tutkimuksen kannalta ehkä tärkein tulos on, että kahta vastaajaa lukuun ottamatta työperäistä oireilua ei ole enää ollenkaan tai sitä on vain silloin tällöin. Hyvän Ilman Kampaamo- konseptia voidaan siis pitää hyvänä vaihtoehtona niille parturi-kampaajille, joilla on työperäisiä oireita mutta jotka haluaisivat vielä työskennellä alalla. Uskon positiivisten tutkimustulosten auttavan konseptin markkinoinnissa ja sen laajenemistavoitteen saavuttamisessa.

Tutkimukseen vastanneista suurimmalla osalla oli vuosien kokemus kampaamoalasta ja Hyvän Ilman Kampaamo- konseptista. Voi olla, ettei nuoremmat hiusalalla työskentelevät ole tietoisia tällaisesta erilaisen liikeidean mahdollisuudesta. Parturi-kampaajiksi opiskeleville olisi mielestäni hyvä kertoa enemmän kosmetiikan käytön varjopuolista ammatissa, jotta ne otettaisiin todesta ja voitaisiin etsiä tarvittaessa uudenlaisia ja vaihtoehtoisia ratkaisuja sekä

tuotteiden käyttöön, että niiden parissa työskentelyyn. Opinnäytetyön tuloksia voisi hyödyntää Hyvän Ilman Kampaamo- konseptin laajenemistavoitteen saavuttamiseksi erityisesti informoimalla nuoria tai vastavalmistuneita. Uskon, että silloin välttyttäisiin monilta työperäisiltä sairastumisilta.

Tutkimuksen tavoitteena oli myös saada uusia ideoita tuotekehitykseen ja mahdollisia parannusehdotuksia jo olemassa oleviin tuotteisiin tai tuoteryhmiin. Tulosten mukaan suurin osa vastaajista on tuotteisiin tyytyväisiä ja tuotesarjat saivat keskimäärin hyvät arvosanat, mutta joihinkin tuotteisiin kaivattiin isompia tuotepakkauksia. Niistä toivottiin myös entistä ekologisempia.

Voisiko ratkaisua etsiä luonnossa hajoavista biomateriaalista? Esimerkiksi biohajoavat muovit ovat joko synteettisiä tai luonnon raaka-aineista saatuja polymeerejä. Suomessa biohajoavan muovin raaka-aineena käytetään perunaa ja viljaa. (Biohajoavat tuotteet.) Kuluttajien tietoisuus hiilijalanjäljestä ja elinkaariajattelusta on lisääntynyt, joten biopohjaisia ja biohajoavia tuotteita varmasti arvostettaisiin, mikäli niiden käyttö kosmetiikassa on mahdollista ilman että tuotteen käyttöominaisuudet kärsivät.

Miksi ei nestekartonki-pakkauksia voisi käyttää kosmetiikkatuotteissa? Varmasti ammattitaitoisten suunnittelijoiden ja muotoilijoiden avulla pakkauksista saataisiin houkuttelevan ja luottamusta herättävän näköisiä. Ainakin teknisissä tuotepakkauksissa, jotka ovat kooltaan yleensä isompia, voisi hyödyntää nestekartonkia. Se vähentäisi huomattavasti liikkeiden tuottamaa jätemäärää, ja helpottaisi kierrätystä, koska pahinkeräys on useimmiten järjestetty hyvin. Energijätettä voi joutua kuljettamaan pitkiäkin matkoja, minkä vuoksi pakkaukset saattavat päätyä sekajätteeseen eikä pahinkeräykseen.

Koska tutkimuksen mukaan työperäiset sairaudet olivat niin yleisiä, olisi mielenkiintoista tutkia aihetta laajemmin. Jatkotutkimuksen voisi tehdä hiusalalla työskenteleville suurentamalla otosta ja tekemällä tutkimuksen muille, kuin konseptin mukaisissa liikkeissä työskenteleville parturi-kampaajille. Tutkimuskysymys voisi olla esimerkiksi: pitävätkö tavallisissa parturi-kampaamoliikkeissä työskentelevät hajusteita olennaisina raaka-aineina kosmetiikassa ja herättääkö Hyvän Ilman Kampaamo- konsepti heissä kiinnostusta? Tai millaisia ajatuksia parturi-kampaajissa herättää jatkuvasti lisääntyvä tieto raaka-aineiden ja kemikaalien riskitekijöistä?

Jatkotutkimuksen ekologisuuden merkityksestä kuluttajille voisi tehdä mielipidekyselynä, johon voisi liittää näytepakkauksia biohajoavista tai nestekartonkisista materiaaleista. Jatkotutkimuksesta saatavan aineiston perusteella voitaisiin miettiä, onko järkevää kehittää biomateriaaleja kosmetiikkatuotteisiin sopiviksi.

Kosmetiikant tuotteita mainostetaan usein erilaisten ihmeaineiden avulla, jotka tavallisesti löytyvät ainesosaluettelon (INCI -luettelo) loppupuolelta. Se tarkoittaa, että raaka-ainetta on tuotteessa määrällisesti vain vähän eikä se välttämättä ole kovin merkittävä tuotteen toimivuuden kannalta. Usein nämä ihmeaineet onkin lisätty tuotteeseen vain mainosarvon vuoksi. Myöskään hajusteilla ei ole merkitystä tuotteen toimivuuteen, esimerkiksi hiuslakka pitää kampauksen koossa ilman hajustettakin ja samalla vältetään ylimääräistä kemikaalialtistusta.

Kuluttajan voi olla vaikeaa arvioida tuotteissa käytettävien aineiden turvallisuutta. Internetistä löytyy nykyään helposti tietoa, mutta tiedonhakijan on kyettävä arvioimaan lähteen luotettavuutta. Yksiselitteistä tiedonlähdettä ei ole, sillä kosmetiikanala on monimutkainen useiden organisaatioiden ja valvovien elimien kokonaisuus. Tiedonhaku vaatii myös kielitaitoa, sillä monet sivustot ovat englanninkielisiä tai ainakin tieto päivitetään suomeksi viiveellä.

Elinkeinonharjoittaja on vastuussa myymistään tuotteista, joten hänellä on velvollisuus tutkia niiden turvallisuutta ja lainalaisuutta. Hänellä on oltava riittävät ja oikeat tiedot tuotteista sekä niihin mahdollisesti liittyvistä riskeistä. Tällöin hänellä on oltava vaadittavat valmiudet tiedonhankintaan ja päivitettävä tietämystään säännöllisesti. Siihen voi ainakin pienyrityksen olla vaikea löytää aikaa kaiken muun liikkeenharjoittamiseen liittyvän työn ohella. Luultavasti monelta tiedonhankinta ja sen päivitys jääkin tekemättä. Mielestäni elinkeinonharjoittajille voitaisiin lähettää säännöllisesti esimerkiksi kemikaaliviraston toimesta kosmetiikkaan liittyvä tietopaketti lakimuutoksista ja uusista tiedoista kemikaaleihin liittyen.

Mainonnan oikeellisuuteen ja eettisyyteen ei puututa kosmetiikanlainsäädännöllä, niihin liittyvissä asioissa voi ottaa yhteyttä kuluttaja-asiamieheen tai Mainonnan eettiseen neuvostoon. Tietenkään mahdollista vaaraa aiheuttavia tuotteita ei edes saa markkinoida. Oikeanlaiset tuotepakkausmerkinnät taas ovat laissa määritellyt. Kosmetiikassa ongelmia aiheuttavat usein pienet pakkauskoot, joihin on hankalaa saada mahtumaan kaikki tieto. Tuotteen ulkopäällykseen tiedot vielä voivat mahtua, mutta käyttöpäällyksen pinta-ala on usein riittämätön. Tällöin kuluttajan olisi säilytettävä myös ulkopäällyksen tai muistettava sen tiedot ulkoa. Joissakin tuotteissa ei ole ulkopäällystä, vaan käyttöpäällyksen etiketin alla on tiedot paperitaitoksessa. Tämä hankaloittaa kuluttajan ostopäätöstä, sillä tuotteesta ei saa haluamiaan tietoja ilman etiketin avaamista.

Internetin kautta tehtävien ostosten määrä on lisääntynyt myös kosmetiikan osalta. Nettikauppojen tuotteiden turvallisuutta on mahdotonta ajantasaisesti valvoa, joten kuluttajien on noudatettava erityistä varovaisuutta. Monet internetissä myytävät tuotteet saattavat sisältää lainsäädännön kieltämiä ja terveydelle vaaralliseksi todettuja ainesosia.

Uskon, että ihmisten terveyden suojelemiseksi tehdään lainsäädännön avulla kaikki mahdollinen ja aineita tutkitaan koko ajan lisää. Markkinoille tulee kuitenkin uusia aineita jatkuvasti. Vaikka niiden turvallisuudesta tehdään määritykset ennen käytön sallimista tuotannossa, niin jotkut haittavaikutukset saattavat näkyä vasta vuosien käytön jälkeen. Tutkimuksia varmasti helpottaa se, että EU:n lainsäädäntö on yhtenäinen ja sitä ovat päivittämässä monien maiden asiantuntijat ja useat maanosat tekevät yhteistyötä, jolloin voidaan hyödyntää huomattavasti enemmän tietoa kuin vain yhden maan sisällä. Toivottavasti parin vuoden kuluttua toimintansa aloittava uusi kansallinen kemikaalivirasto saa olennaisesti tehostettua kemikaalien valvontaa.

LÄHTEET

Kirjallisuuslähteet

Alanko, K. 2004. Allergia & Astma -lehti. Nro 3.

Brewster, B. 2009. Extending the hair care line with fragrance. Formulating strategies in cosmetic science. Cosmetics & Toiletries. Toim. Angela C. Kozlowski. USA: Allured books/Allured business media.

Haahtela, T., Hannuksela, M. & Terho, E.O. (toim.) 1999. Allergologia. Jyväskylä: Duodecim.

Haahtela, T., Hannuksela, M., Mäkelä, M. & Terho, E. O. (toim.) 2007. Allergia. Helsinki: Duodecim.

Hirsjärvi, S., Remes, P. & Sajavaara, P. 2009. Tutki ja kirjoita. 15. uudistettu painos. Helsinki: Tammi.

Jolanki, R. 2004. Allergia & Astma -lehti. Nro 6.

Karjalainen, A., Palo, L., Saalo, A., Jolanki, R., Mäkinen, I. & Kauppinen, T. (Toim.) 2008. Ammattitaudit ja ammattitautiepäilyt 2006. Työperäisten sairauksien rekisteriin kirjatut uudet tapaukset. Työterveyslaitoksen julkaisu.

Laitinen, L.A., Hedman, J., Juntunen-Backman, K. & Ojaniemi, S. (toim.) 2000. Astma. Helsinki: Duodecim: Hengityslitto.

Leino, T. 2001. Epidemiology of Skin and Respiratory Diseases among Hairdressers. Helsinki: Hakapaino Oy.

Leino, T. (toim.) 1995 a. Työterveyttä kampaajille ja partureille. Helsinki: Työterveyslaitos.

Nikander, K. 2007. Hyvän Ilman Kampaamon strategia-analyysi. Turun ammattikorkeakoulu.

Pybus, D. H. & Sell, C. S. (toim.) 1999. The chemistry of fragrances. Letchworth: Royal society of chemistry.

Schueller, R. & Romanowski, P. 2009. Beginning cosmetic chemistry. Chicago: Allured publishing corporation.

Solomon, M. R. & Rabolt, N. J. 2009. Consumer behavior in fashion. Second edition. New Jersey: Pearson education.

Williams, D. F. & Schmitt, W. H. 1996. Chemistry and technology of the cosmetics and toiletries industry. Second edition. London: Blackie Academic & Professional.

Internet-lähteet

Achté, I. 2009. Tuoksumarkkinointi yleistyy Suomessa. [Verkkodokumentti] <http://kuningaskuluttaja.yle.fi/node/2425> (Viitattu 1.10.2009.)

Biohajoavat tuotteet. [Verkkodokumentti] http://www.bioteknologia.info/etusivu/ymparisto/Biomassa/fi_FI/Biohajoavat_tuotteet/ (Viitattu 30.10.2009.)

CTPA 2009. [Verkkodokumentti] <http://www.ctpa.org.uk/> (Viitattu 20.10.2009.)

Euroopan kemikaalivirasto. [Verkkodokumentti] http://echa.europa.eu/home_fi.asp (Viitattu 1.11.2009.)

Euroopan komissio 2009 a. Laki lyhyesti. [Verkkodokumentti] http://europa.eu/legislation_summaries/consumers/product_labelling_and_packaging/l21191_en.htm (Viitattu 30.10.2009.)

Euroopan komissio 2009 b. Lainsäädäntö. [Verkkodokumentti] http://ec.europa.eu/enterprise/sectors/cosmetics/regulatory-framework/index_en.htm#h2-revision-of-the-cosmetics-directive (Viitattu 30.10.2009.)

Eur-Lex 2009. Eurooppalainen säädöskokoelma. [Verkkodokumentti] <http://eur-lex.europa.eu/fi/index.htm> (Viitattu 20.10.2009.)

Euroopan unionin virallinen lehti a. 2006. REACH-asetus. Julkaistu 30.12.2006. [Verkkodokumentti] <http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=OJ:L:2006:396:0001:0849:FI:PDF> (Viitattu 15.9.2009.)

Euroopan unionin virallinen lehti b. 2008. CLP-asetus. Julkaistu 31.12.2008. [Verkkodokumentti] <http://eurlex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=OJ:L:2008:353:0001:1355:FI:PDF> (Viitattu 15.9.2009.)

Euroopan unionin virallinen lehti c. 2006. Inventory and a common nomenclature of ingredients. Julkaistu 9.2.2006. EU:n kosmetiikkadirektiivi. [PDF-tiedosto] <http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=OJ:L:2006:097:0001:0528:EN:PDF> (Viitattu 26.10.2009.)

Finlex 2009. Valtion säädöstietopankki. Laki kosmeettisista valmisteista. [Verkkodokumentti] <http://www.finlex.fi/fi/laki/alkup/2005/20050022> (Viitattu 30.5.2009.)

Fragrance safety 2009. CTPA - Cosmetic Toiletry & Perfumery Association. [Verkkodokumentti] <http://www.thefactsabout.co.uk/content.asp?menuid=26&submenuid=105&pageid=105&menuname=Fragrance+safety&menu=sub> (Viitattu 12.8.2009.)

Granlund, H. 2009. Nokkosihottuma eli urtikaria. Tohtori.fi. [Verkkodokumentti] <http://www.tohtori.fi/?page=4702652&id=1012359> (Viitattu 8.9.2009.)

Harasek, Stella. 2008. Luonnonkosmetiikan nopea maihinnousu. Metro-lehti 25.11.2008. [Verkkodokumentti] <http://static.metrolive.fi/nakoislehdet/metro/MET20081125/> (Viitattu 20.9.2009.)

Helsingin Allergia- ja Astmayhdistys. [Verkkodokumentti] http://www.allergiahelsinki.com/neuvonta/iho_ja_kosmetiikka_neuvonta (Viitattu 14.9.2009.)

Helsingin Allergia- ja Astmayhdistys 2009 a. [Verkkodokumentti] https://www.kosmetiikka-allergia.fi/portaalin_palvelut (Viitattu 9.9.2009.)

Helsingin Allergia- ja Astmayhdistys 2009 b. [Verkkodokumentti] <https://www.kosmetiikka-allergia.fi/tuotesarjat> (Viitattu 9.9.2009.)

Helsingin Sanomat 2009. Uusi virasto tehostaa kemikaalien valvontaa. Julkaistu 31.7.2009. [Verkkodokumentti] http://www.hs.fi/kotimaa/artikkeli/1135248093514?ref=lk_ts_uu_2 (Viitattu 1.11.2009.)

Huuskonen, M. 2008. Suomeen suunnitellaan kansallista kemikaalivirastoa. Julkaistu 3.11.2008. [Verkkodokumentti] http://www.hs.fi/kotimaa/artikkeli/1135240774830?ref=lk_ts_uu_2 (Viitattu 1.11.2009.)

Hyvän Ilman Kampaamo. Sim Finland Oy. [Verkkodokumentti.] <http://hyvanilmankampaamo.fi/> (Viitattu 30.5.2009.)

IFRA 2009. [Verkkodokumentti.] <http://www.ifraorg.org/> (Viitattu 22.10.2009.)

Jolanki, R., Estlander, T. & Kanerva, L. 1996. Työterveyslaitoksen Työterveiset -verkkolehti nro: 3/96. Säilytysaineet - allergista ihottumaa työstä ja kosmetiikasta. [Verkkodokumentti] <http://www.ttl.fi/Internet/Suomi/Tiedonvalitys/Verkkolehdet/Tyoterveiset/1996-03/13.htm> (Viitattu 31.5.2009.)

Kuluttajavirasto 2006. Turvallista kosmetiikkaa. [PDF-tiedosto] <http://www.kuluttajavirasto.fi/File/f770eb36-7bd9-4c4a-be0e-7bd3fea13f11/Turvallista+kosmetiikkaa.pdf> (Viitattu 29.5.2009.)

Leino, T. 1995 b. Työterveyslaitoksen Työterveiset -verkkolehti nro: 3/95. Parturi-kampaamo - haasteellinen peruspientyöpaikka. [Verkkodokumentti] <http://www.ttl.fi/Internet/Suomi/Tiedonvalitys/Verkkolehdet/Tyoterveiset/1995-03/10.htm> (Viitattu 31.5.2009.)

SCCNFP (Scientific Committee on Cosmetic Products and Non-Food Products) An initial list of perfumery materials which must not form part of cosmetic products except subject to the restrictions and conditions laid down [PDF-dokumentti] http://ec.europa.eu/health/ph_risk/committees/sccp/documents/out150_en.pdf (Viitattu 25.8.2009.)

Sim Sensitive. Sim Finalnd Oy. [Verkkodokumentti] <http://sim.fi/> (Viitattu 2.6.2009.)

Suomen Hiusyrittäjät Ry. Palolahti, A. Työperäiset sairaudet. [Verkkodokumentti] <http://www.hiusyrittajat.fi/index.php?id=166> (Viitattu 25.5.2009.)

Suomen Lääkärilehti. 2008. Kansallinen allergiaohjelma 2008-2018 - aika muuttaa suuntaa. Lehden nro: 4.4.2008. Liite 14. [Verkkodokumentti] <http://www.allergia.fi/files/639/SLL142008-Allergialiite-NETTIPDF.PDF> (Viitattu 9.9.2009.)

Teknokemian Yhdistys Ry 2006. Kuinka tuoksut toimivat? [Pdf-tiedosto] http://www.teknokem.fi/files/teknokemia/liitetiedostot/Tuoksut_low_FINAL.pdf (Viitattu 12.8.2009.)

Tilastokeskus. 2009. Toimipaikat toimialoittain 2007. [Verkkodokumentti] http://pxweb2.stat.fi/Database/StatFin/yri/syr/020_top_tol08/020_top_tol08.fi.asp (Viitattu 20.10.2009.)

Työsuojelurahasto. 1997. Tätä on tutkittu -tietokanta. Oksama, P. (toim.) Parturi-kampaajien työperäinen astma, nuha ja ihottumat. [Verkkodokumentti] <http://www.tsr.fi/tutkimus/tutkittu/hanke.html?id=93260> (Viitattu 24.5.2009.)

Työterveyslaitos a. Ammattitauteihin liittyvät käsitteet. [Verkkodokumentti] <http://www.ttl.fi/Internet/Suomi/Aihesivut/Ammattitaudit/ammattitautik%C3%A4sitteet.htm> (Viitattu 26.8.2009.)

Työterveyslaitos b. Ammatti-ihotaudin syntyyn vaikuttavia tekijöitä. [Verkkodokumentti] (Viitattu 26.8.2009.) <http://www.ttl.fi/Internet/Suomi/Aihesivut/Ammattitaudit/Ammattitautiluettelo/yleisyysammtaut.htm>

Työterveyslaitos c. Allergiset hengityselintaudit ja epäilyt v. 2003-2005 Työperäisten sairauksien rekisterin mukaan. [PDF-dokumentti] http://www.ttl.fi/NR/rdonlyres/D40C1EE9-C5FF-4993-872F-B9E7FE73599F/0/02_allergiset_hengityselintaudit_ja_epailyt.pdf (Viitattu 18.8.2009.)

Henkilökohtaiset tiedonannot

Helsingin Allergia- ja Astmayhdistys 2009 c. Kosmetiikkaneuvoja Päivi Kousa. Haastattelu sähköpostitse 18.9.2009.

Sim Finland Oy. Laboratoriopäällikkö Vesa Rämö. Haastattelu sähköpostitse 8.9.2009.

Työterveyslaitos d. Työperäisten sairauksien rekisteri. Lea Palo & Ilpo Mäkinen. Tilastoajat vastaanotettu sähköpostitse Excel -taulukoina 15.9.2009.

LIITTEET

LIITE 1. Kosmetiikkadirektiivin 7. muutos, no 2003/15/EC

Rajoituksin sallitut 26 hajusteraaka-ainekemikaalia INCI- nimikkeinä

Alpha-Isomethyl Ionone
Amyl Cinnamal
Amylcinnamyl Alcohol
Anise Alcohol
Benzyl Alcohol
Benzyl benzoate
Benzyl Cinnamate
Benzyl Salicylate
Butylphenyl Methylpropional
Cinnamal
Cinnamyl Alcohol
Citral
Citronellol
Coumarin
Eugenol
Evernia Prunastri (Oakmoss) Extract
Evernia Furfuracea (Treemoss) Extract
Farnesol
Geraniol
Hexyl Cinnamal
Hydroxycitronellal
Hydroxyisohexyl 3-Cyclohexene Carboxaldehyde
Isoeugenol
Limonene
Linalool
Methyl 2-Octynoate

LIITE 2. Tiedekomitean (Scientific Committee on Cosmetic Products and Non-Food Products)

kielletyiksi ehdottamat 36 hajusteraaka-ainetta

Alantroot (*Inula helenium*), eteeriset öljyt ja sen johdannaiset

Allylthiocyanate

Benzyl cyanide

p-tert-Butylphenol

Chenopodium oil

Cyclamen alcohol

Diethyl maleate

Dihydrocoumarin

2,4-Dihydroxy-3-methylbenzaldehyde

3,7-Dimethyl-2-octen-1-ol (6,7-Dihydrogeraniol)

4,6-Dimethyl-8-tert-butylcoumarin

Dimethyl citraconate

7,11-Dimethyl-4,6,10-dodecatrien-3-one

6,10-Dimethyl-3,5,9-undecatrien-2-one

Diphenylamine

Ethyl acrylate

Fig leaf (*Ficus carica*)

trans-2-Heptanal

trans-2-Hexenal diethyl acetal

trans-2-Hexenal dimethyl acetal

Hydroabietyl alcohol

Hydroquinone monoethyl ether

6-Isopropyl-2-decahydronaphthalenol

7-Methoxycoumarin

4-Methoxyphenol

4-(p-Methoxyphenyl)-3-butene-2-one

1-(p-Methoxyphenyl)-1-penten-3-one

Methyl trans-2-butenoate

6-Methylcoumarin

7-Methylcoumarin

5-Methyl-2,3-hexanedione

Musk ambrette

2-Pentylidenecyclohexanone

4-Phenyl-3-buten-2-one

3,6,10-Trimethyl-3,5,9-undecatrien-2-one

Verbena (*Lippia citriodora* Kunth), eteeriset öljyt ja sen johdannaiset

(Schueller&Romanowski 2009: 185, 186.)

LIITE 3. Tiedekomitean (Scientific Committee on Cosmetic Products and Non-Food Products)

rajoitettaviksi ehdottamat 78 kemikaalia

Abies alba oil from cones (Abies Alba Mill)
 Abies alba oil from needles (Abies Alba Mill)
 Abies sachalinensis oil
 Fir balsam (Abies balsamea (L.)Mill)
 Fir needle oil (Abies sibirica)
 Fir needle oil, Canadian (Abies balsamea)
 Pine needle, dwarf, oil (Pinus mugo turra var. pumilio (Haenke) Zenari)
 Pine needle oil (Abies spp.)
 Pine scotch oil (Pinus sylvestris L.)
 Pinus nigra oil
 Turpentine gum (Pinus spp.)
 Turpentine oil
 Turpentine oil rectified
 Turpentine, steam distilled (Pinus spp.)
 Acetyl hexamethyl indan
 Allyl butyrate
 Allyl cinnamate
 Allyl cyclohexaneacetate
 Allyl cyclohexanepropionate
 Allyl heptanoate
 Allyl hexanoate
 Allyl isovalerate
 Allyl octanoate
 Allyl phenoxyacetate
 Allyl phenylacetate
 Allyl 3,5,5-trimethylhexanoate
 Allyl heptine carbonate
 Amylcyclopentenone
 Angelica root oil (Angelica archangelica L.)
 Bergamot oil
 Grapefruit oil, expressed (Citrus paradisi Macf.)
 Lemon oil
 Lemon oil, cold pressed, California type
 Lemon oil, cold pressed, desert type
 Lime oil, cold pressed, Mexican
 Lime oil, expressed
 Lime oil expressed rectified
 Orange peel oil, bitter (Citrus aurantium L.)
 Rue oil (Ruta graveolens L.)
 Balsam oil, Peru (Myroxylon pereirae Klotzsch)
 Balsam absolute, Peru
 Balsam anhydrol, Peru
 p-tert-Butyldihydrocinnamaldehyde
 Cinnamal
 Cinnamic aldehyde-methyl anthranilate (Schiff base)
 Cassia oil
 Cinnamon bark oil
 Cinnamyl alcohol
 Cumin oil
 cis-.alpha.-Damascone
 trans-. beta.-Damascone
 Isodamascone
 1-(2,6,6-Trimethylcyclohexa-1,3-dienyl)-2-buten-1-one

1-(2,6,6-Trimethyl-3-cyclohexen-1-yl)-2-buten-1-one
1-(2,6,6-Trimethyl-1-cyclohexen-1-yl)-2-buten-1-one
1-(2,6,6-Trimethyl-2-cyclohexen-1-yl)-2-buten-1-one
trans-Hexen-2-al
Hydroxycitronellal
Isoeugenol
d-Limonene
l-Limonene
dl-Limonene (racemic)
p-Mentha-1,8-dien-7-al
Menthadiene-7-methyl formate
Methoxy dicyclopentadiene carboxaldehyde
Methyl N-methylantranilate
3-Methyl-2(3)-nonenenitrile
Methyl octine carbonate
Methyl heptine carbonate
Oakmoss absolute (Evernia spp.)
Oakmoss resinoid (Evernia spp.)
Treemoss absolute (Usnea spp.)
Treemoss concrete (Usnea spp.)
Treemoss resinoid (Usnea spp.)
1-Octen-3-yl acetate
3-Propylidene-phthalide
2,4,6-Trimethyl-3-cyclohexene-1-methanol
Verbena absolute

(SCCNFP 2001: 4-9.)

LIITE 4. Yleisimmät kosmetiikka-allergiat 2008.

Allergiaa aiheuttava aine ilmaistu liitteessä ainesosaluetteloissa käytettävillä INCI -nimikkeillä.

Helsingin Allergia- ja Astmayhdistys ry. Kosmetiikan Allergiaportaali.

Formaldehydi ja vapauttajat	Osuus tuotteista n=8012	Allergisia (uudet tapaukset) n=300
Benzylhemiformal	0,00 %	17,14 %
2-Bromo-2-Nitropropane-1,3-Diol	2,30 %	10,20 %
Diazolidinyl Urea	3,80 %	19,10 %
DMDM Hydantoin	4,70 %	15,70 %
Formaldehyde	0,10 %	57,20 %
Imidazolidinyl Urea	8,60 %	21,60 %
Methenamine	0,10 %	4,20 %
Quaternium-15	0,70 %	28,00 %
Tris(Hydroxymethyl)Nitromethane	0,00 %	1,70 %
Yhteensä	19,40 %	53,00 %
Hajusteet	Osuus tuotteista n=8012	Allergisia (uudet tapaukset) n=300
Butylphenyl Methylpropional	21,60 %	0,00 %
Hydroxyisohexyl 3-Cyclohexene Carboxaldehyde	11,30 %	5,10 %
Benzyl Alcohol	8,60 %	0,00 %
Benzyl Salicylate	15,60 %	0,40 %
Benzyl Cinnamate	0,40 %	0,00 %
Eugenol	6,80 %	0,40 %
Farnesol	2,40 %	0,40 %
Geraniol	18,10 %	0,00 %
Parfum	70,00 %	54,70 %
Hydroxycitronellal	5,90 %	0,80 %
Isoeugenol	1,30 %	0,00 %
Cinnamal	0,50 %	0,80 %
Cinnamyl Alcohol	1,50 %	0,40 %
Coumarin	7,70 %	0,40 %
Limonene	30,60 %	0,40 %
Myroxylon pereirae	0,00 %	21,20 %
Citral	7,70 %	0,40 %
Citronellol	23,00 %	0,40 %
Myroxylon Toluiferum	0,00 %	0,40 %
Evernia prunastri	0,30 %	3,00 %
Cananga odorata	0,30 %	0,40 %
Yhteensä	75,00 %	40,70 %

Muita allergian aiheuttajia	Osuus tuotteista n=8012	Allergisia (uudet tapaukset) n=300
Lanolin	3,70 %	13,10 %
Colophonium	0,10 %	19,90 %
Propolis cera (Mehiläiskitti)	0,20 %	5,90 %
Methylchloroisothiazolinone(and)Methylisothiazolinone	2,40 %	20,30 %
Propylene Glycol	53,40 %	6,80 %
Cetearyl Alcohol	41,00 %	7,20 %
Cetyl Alcohol	20,30 %	3,80 %
Parabeenit	52,00 %	6,80 %
Allergeeniryhmä p-Phenylenediamine (Sallittu vain hiusten kesto- ja puolikestoväreissä sekä joissain ripsien ja kulmien kesto- ja puolikestoväreissä.) (n=1111)	90 %	28,80 %

LIITE 5. Liitteen visuaalinen ilme poikkeaa alkuperäisestä e-lomakkeesta.

Kysely Hyvän Ilman Kampaamo® -konseptiin kuuluville liikkeille

Kyselyn tarkoituksena on kerätä hiusalan ammattilaisten mielipiteitä tuotteista, ja siitä miten ne vastaavat käyttäjiensä tarpeita ja odotuksia.

Tuloksia käytetään tuotekehityksen ja markkinoinnin tukena. Kyselylomake on osa estenomiopiskelijan (Laurea AMK) opinnäytetyötä.

Vastattuasi kysymyksiin, muistathan lopuksi painaa "Tallenna".

OSIO 1. Vastaajan taustatiedot

1. Ikäryhmä

(Valintaruuturyhmä:) 18-25. 26-35. 36-45. 46-55. 56-65. yli 65.

2. Sukupuoli

(Valintaruuturyhmä:) Nainen. Mies.

3. Kauanko olet työskennellyt alalla?

(Valintaruuturyhmä:) Alle vuoden. 1-2 vuotta. 3-5 vuotta. 6-10 vuotta. yli 10 vuotta.

4. Kauanko olet työskennellyt Hyvän Ilman Kampaamossa?

(Valintaruuturyhmä:) Alle 2 vuotta. 3-5 vuotta. yli 5 vuotta.

5. Tällä hetkellä työskentelen:

(Valintaruuturyhmä:) Yksityisyrittäjänä. Vuokratuolilaisena. Työntekijänä.

OSIO 2. Kiinnostus Sim Finland Oy:tä kohtaan

1. Mistä syystä halusit ryhtyä työskentelemään Simin tuotteiden parissa? Valitse yksi tai useampi vaihtoehto.

(Valintaruuturyhmä:) Kotimaisuus. Imago. Hajusteettomien tuotteiden vuoksi. Tuotesarjojen laaja valikoima. Muu syy, mikä? _____

2. Mikä sai sinut kiinnostumaan Hyvän ilman kampaamo® -konseptista?

(Valintaruuturyhmä:) Oma allergisoituminen. Oma herkistyminen kemikaaleille. Terveyden vaaliminen. Erilainen liikeidea. Ekologisuus. Muu syy, mikä? _____

3. Mitä kautta kuulit ensimmäisen kerran Hyvän ilman kampaamo-konseptista?

(Pudotusvalikko:) Edustajalta. Sim Extra-lehdestä. Pinni-lehdestä. Muusta julkaisusta. Internetistä. Kollegalta. Asiakkaalta. Ystävältä. Muuta kautta.

4. Oletko ollut tyytyväinen valintaasi, joka koskee niin konseptia kuin tuotteitakin?(Valintaruuturyhmä:) Kyllä. Erittäin tyytyväinen. Kyllä, melko tyytyväinen. En kovin tyytyväinen. En ole ollut tyytyväinen valintaani. En osaa sanoa. Tähän voit perustella

vastaustasi: _____

5. Millaista palautetta kuluttajat ovat antaneet Hyvän ilman kampaamosta? Voit kirjoittaa vapaasti. (Vapaa tekstialue kirjoittamiselle.)

OSIO 3. Tuotteet

1. Arvioi tuotesarjoista.

	Erittäin hyvä	Melko hyvä	Tyydyttävä	Melko huono	Huono	EOS/En käyttänyt	ole Miksi?
System 4	●	●	●	●	●	●	<input type="text"/>
Bio Botanical	●	●	●	●	●	●	<input type="text"/>
Dermasyd	●	●	●	●	●	●	<input type="text"/>
Forme 4U	●	●	●	●	●	●	<input type="text"/>
Nature for future	●	●	●	●	●	●	<input type="text"/>
CX Corrector	●	●	●	●	●	●	<input type="text"/>
Lacto plus	●	●	●	●	●	●	<input type="text"/>
Solstice	●	●	●	●	●	●	<input type="text"/>
Antibac	●	●	●	●	●	●	<input type="text"/>

2. Arvioi ammattilaist tuotteista

	Erittäin hyvä	Hyvä	Tyydyttävä	Melko huono	Huono	EOS/En käyttänyt	ole Miksi?
Silk & shine	●	●	●	●	●	●	<input type="text"/>
Silk red	●	●	●	●	●	●	<input type="text"/>
Silk contrast	●	●	●	●	●	●	<input type="text"/>
Blond for ever	●	●	●	●	●	●	<input type="text"/>
Sensido cream color	●	●	●	●	●	●	<input type="text"/>
SimOxyd-hapetteet	●	●	●	●	●	●	<input type="text"/>
Dermaperm	●	●	●	●	●	●	<input type="text"/>
Ultraform	●	●	●	●	●	●	<input type="text"/>
Silk Keratin	●	●	●	●	●	●	<input type="text"/>
Curl & Straight	●	●	●	●	●	●	<input type="text"/>

3. Mitä muutosehdotuksia sinulla olisi käyttämillesi tuotteille. (Vapaa tekstialue)
Kirjoita vapaasti. Voit mainita useita kohteita/seikkoja.

4. Kuinka tärkeänä pidät tuotteiden hajusteettomuutta tai hajusteiden vähäistä käyttöä? (Pudotusvalikko:) Erittäin tärkeänä. Melko tärkeänä. En kovin tärkeänä. Mielestäni se ei ole tärkeää.

En osaa sanoa. Miksi? _____

5. Millaista palautetta olet saanut kuluttajilta ulosmyyntituotteista?

(Pudotusvalikko:) Erittäin hyvää. Melko hyvää. Melko huonoa. Erittäin huonoa. En osaa sanoa.
 Voit halutessasi tarkentaa vastaustasi: _____

OSIO 4. Allergiat ja herkistymiset

1. Onko sinulla jotakin työperäistä vaivaa lääkärin toteamana? Jos ei, siirry kohtaan 2.
 (Valintaruuturyhmä:) Allerginen kosketusihottuma. Ärsytysihottuma. Nokkosihottuma.
 Allerginen nuha. Astma. Hengityselinten ärsytystä. Jokin muu.
 Tähän voit halutessasi tarkentaa vastaustasi: _____

2. Onko sinulla jotakin vaivaa, jonka epäilet johtuvan ammatistasi? Jos ei, siirry kohtaan 4.
 (Valintaruuturyhmä:) Ihoärsytys. Ihottuma. Allerginen nuha. Hengityselinten ärsytystä. Jokin muu.
 Tähän voit halutessasi tarkentaa vastaustasi _____

3. Onko sinulla ollut edellä mainittuja oireita myös työskennellessäsi Hyvän ilman kampaamossa?
 (Valintaruuturyhmä:) Kyllä. Joskus. Ei. En osaa sanoa.

4. Valitse kohdat, jotka sopivat omaan työskentelyysi.
 (Valintaruuturyhmä:) Työpaikallani on kohdeimuri värin sekoituspaikalla. Työpaikallani on kohdeimuri asiakaspaikalla. Kohdeimuri(t) on päällä aina tarpeen vaatiessa. Pidän tarpeen mukaista suojakäsineiden käyttöä erittäin tärkeänä. Käytän suojakäsineitä aina niitä vaativissa työvaiheissa. Aiemmin en aina käyttänyt suojakäsineitä. Vaihdan suojakäsineet jokaisen käyttökerran jälkeen.

5. Tällä hetkellä käytössä olevien kertakäyttöisten suojakäsineiden materiaali on:
 (Pudotusvalikko:) Latex/luonnonkumi, Vinyyli, Nitrili, Joku muu, En osaa sanoa.

6. Mikäli suosit useamman käyttökerran käsineitä, miten huolehdit siitä etteivät ne ole käytössä liian pitkään? (Vapaa kirjoitusalue.)

7. Kuinka suuren osan asiakkaistanne arvioit olevan allergisia tai kosmetiikalle herkistyneitä?
 (Pudotusvalikko:) Alle 20%, 20-40%, 40-60%, 60-80%, 80-100%.

OSIO 5. Tyytyväisyys Sim Finland Oy:n asiakaspalveluun

1. Arvioi saamaasi palvelua.

Edustajat: Erittäin hyvää, Melko hyvää, Melko huonoa, Erittäin huonoa, En osaa sanoa
 Puhelinpalvelu: Erittäin hyvää, Melko hyvää, Melko huonoa, Erittäin huonoa, En osaa sanoa

2. Onko jotain tiettyä asiaa, josta haluaisit antaa kiitosta? (Vapaa kirjoitusalue.)

3. Onko jotain tiettyä asiaa, josta haluaisit antaa rakentavaa palautetta? (Vapaa kirjoitusalue.)

Kiitos vaivannäöstäsi!