

Opinnäytetyö (AMK)

Kauneudenhoitolan koulutusohjelma

Estenomi

2015

Niina Patrício

# KESTÄVÄ KEHITYS

# KAUNEUSHOITOLASSA

**– vastuullinen liiketoiminta kauneudenhoitoalalla**



TURUN AMMATTIKORKEAKOULU  
TURKU UNIVERSITY OF APPLIED SCIENCES

## OPINNÄYTETYÖ AMK / TIIVISTELMÄ

Turun ammattikorkeakoulu  
Kauneudenhoitoalan koulutusohjelma / Estenomi  
Toukokuu 2015, 37 sivua  
Ohjaaja: Arja Keltaniemi, Juhana Lounela

Niina Patricio

# KESTÄVÄ KEHITYS KAUNEUSHOITOLASSA –vastuullinen liiketoiminta kauneudenhoitoalalla

Yritysvastuullisen kauneushoitolan perustamisesta ja toiminnasta ei ole vielä juurikaan tietoa. Ekokauneushoitola –nimellä olevia kauneushoitoloita on lisääntyvissä määrin Suomessa, mutta silti toiminta on vielä hyvin pientä ja varsinkin markkinointi on lähes olematonta. Tavoitteena tämän opinnäytetyön avulla oli selvittää mitä yritys vastuullista kauneushoitola perustaessa pitäisi ottaa huomioon, miten kestävä kehitys ja ekologisuus voidaan ottaa käytäntöön jokapäiväiseen toimintaan hoitolassa.

Tämä opinnäytetyö toteutettiin käyttämällä apuna lähdeaineistona kirjallisuutta ja internetiä sekä haastatteleamalla kauneudenhoitoalan yrittäjiä, Suomen Ekokosmetologit ry:n puheenjohtajaa sekä Lohjan kaupungin terveystarkastajaa.

Syvennyttyäni aiheeseen huomasin miten vähän ympäristöystävällisyyttä ja ekologisuutta pohditaan perustettaessa kauneushoitola. Tuotevalinnoissa luonnonmukaisuus on tärkeää, mutta yritys vastuullisesti ajatellen olemme vielä alkutaipaleella. Tämän opinnäytetyön tarkoitus onkin lisätä kauneudenhoitoalalla toimijoita ymmärtämään yritys vastuullista liiketoimintaa kilpailukeinona sekä ajatelemaan luonnonmukaisuutta ja eettisyyttä tuotevalintoja kokonaisvaltaisemmin.

ASIASANAT: Kestävä kehitys, yritys vastuus, kauneudenhoito, ekologisuus, luonnonkosmetiikka

## BACHELOR'S THESIS/ ABSTRACT

Turku university of applied sciences  
Bachelor of beauty care management  
May 2015, 37 pages  
Instructor Arja Keltaniemi, Juhana Lounela

Niina Patricio

# SUSTAINABLE DEVELOPMENT IN BEAUTY SALON – corporation responsibility in beauty care

There is not widely information about establishment and operation of the corporation responsibility beauty salon. Under Eco beauty salon -name working beauty salons are increasingly in Finland, but still the operation is very small. Especially marketing is almost non-existent. The aim with this thesis was to find out what one should take into consideration when setting up corporation responsibility beauty salon, how sustainable development and ecology can be put into practice in daily activities.

After some research, I noticed how little environmental friendliness and ecology discusses there is when setting up a beauty salon in Finland. When selecting the products to use in salon natural characters are important, but the company responsibly in mind we are still in the early stages. The other purpose of this thesis is to increase the beauticians to understand the company responsible as a competitive tool.

Keywords: Sustainable development, corporation responsibility, beauty care, ecology, natural cosmetic

## SISÄLTÖ

<b>1 JOHDANTO</b>	<b>5</b>
<b>2 VASTUULLINEN LIIKETOIMINTA</b>	<b>7</b>
<b>3 KESTÄVÄ KEHITYS JA EKOLOGISUUS</b>	<b>9</b>
3.1 Taloudellinen vastuu	10
3.2 Sosiaalinen/kulttuurinen vastuu	11
3.3 Ekologinen vastuu	12
<b>4 YMPÄRISTÖJOHTAMINEN KAUNEUDENHOITOALALLA</b>	<b>16</b>
4.1 Maahantuojien ympäristöjohtaminen	18
4.2 Ekologinen markkinointi	19
4.3 Ekologinen mainonta	20
<b>5 KESTÄVÄN KEHITYKSEN KAUNEUSHOITOLA</b>	<b>22</b>
5.1 Tuotesarjat ja sertifiointit	23
5.2 Muovi	25
5.3 Jätteen synty ja kierrätys	27
5.4 Kauneushoitolan puhtaanapito	28
5.5 Vesi ja sähkö	30
5.6 Sisustus	31
5.7 Asiakaspalvelu ja markkinointi	32
5.8 Linkkivinkit	33
<b>6 POHDINTAA</b>	<b>35</b>

## LÄHTEET

# 1 JOHDANTO

Opiskelen itse tällä hetkellä estenomiopintojeni ohella ekokosmetologiksi Prakticum oppilaitoksessa Helsingissä. Olen valmistunut kosmetologiksi vuonna 2004 ja toiminut siitä saakka alalla eri tehtävissä kolmessa eri maassa. Luonnonmukaiseen kosmetiikkaan törmäsin ensimmäisen kerran vuonna 2009 kun esimieheni alkoi maahantuomaan Organic Spa nimistä luomukosmetiikkasarjaa. Tuolloin törmäsin heti haasteisiin joita luonnonmukaisen kosmetiikan markkinointi ja mainonta tuo mukanaan, ihmisten ennakkoluuloihin sekä tuotetietouden ja –tuntemuksen tärkeyteen. Tuotesarjaan tutustuminen toi mukanaan mielenkiinnon ainesosien opiskeluun ja kokonaisvaltaiseen hoitamiseen.

Tämän työn alussa avaan termejä vastuullinen liiketoiminta, yritysvastuu sekä kestävä kehitys. Kauneudenhoitoalalla vastuullisuus ja ekologisuus ovat vielä uusia osa-alueita. Kauneushoitolassa vastuullinen liiketoiminta näkyy ekologisissa tuotevalinnoissa, tuotteiden ja tarvikkeiden kierrättämisessä sekä vastuullisessa johtamisessa. Johtamisessa otetaan huomioon myös yrityksen markkinointi ekologisesti ajateltuna.

Vastuullinen liiketoiminta on jokaiselle yritykselle nykypäivänä kilpailuetu. Se myös vahvistaa yrityksen kannattavuutta ja toimintamahdollisuuksia pitkällä aikavälillä. Niin työntekijät kuin kuluttajat ovat tulleet tietoisiksi kestävän kehityksen määreestä ja sen tuomista vaatimuksista. Kasvavassa määrin asiakkaat haluavat tietää tuotteen elinkaaren, missä tuote on valmistettu ja kuka sen on valmistanut sekä mitä tuote sisältää. Yrityksen täytyy ottaa tämä huomioon jokapäiväisissä toiminnoissaan saadakseen menestyvän ja hyvämaineisen liiketoiminnan.

Tietolähteenä kirjallisuuden lisäksi käytin haastatteluja. Haastateltavillani kaikilla kolmella ekokosmetologilla on erilaiset taustat sekä työ- ja koulutushistoriat. Kaksi heistä on tehnyt ekokosmetologin töitä vasta muutaman vuoden, yksi yli 20 vuotta. Valitsin heidät haastateltaviin heidän erilaisten näkökantojen ja

kokemuksien vuoksi jotta saan mahdollisimman monipuolisesti tietoa asioista. Terveystarkastajalta sain tietoa lain määräyksistä ja säätelyistä koskien kauneushoitolaia. Valitettavasti ekokauneushoitoloita tarkastaneita terveystarkastajia ei lähiseudullani ole eikä Helsingin kaupungista heitä tavoittanut.

Tämä työ käsittelee yritysvastuuta pienyrityksen näkökulmasta. Tavoitteenani on tehdä selvitys siitä, mitä kauneudenhoitoalan yrittäjän täytyy ottaa huomioon perustaessaan kestävän kehityksen mukaista kauneushoitolaia.

## 2 VASTUULLINEN LIIKETOIMINTA

Yritysten kantamasta vastuusta käytetään monia eri termejä. Kestävä kehitys, yhteiskuntavastuu, yritysten sosiaalinen vastuu ja yritysvastuu ovat kaikki samaa tarkoittavia, joskin näillä termeillä voi olla pienoinen ero käytännössä. Käytän tässä työssäni pääterminä yritysvastuu, koska mielestäni se kuvaa parhaiten yrityksen sisäisiä ja ulkoisia toimia kestävän kehityksen edistämiseksi.

Yleisesti yritys vastuulla tarkoitetaan yrityksen liiketoiminnan taloudellisia, ekologisia sekä sosiaalisia vaikutuksia koko yhteiskunnalle sekä yrityksen sidosryhmille (Juutinen S., Steiner M-L 2010 21). Yritys vastuu tarkoittaa siis nimenomaan liiketoiminnan vastuullisuutta vastaamalla odotuksiin niin että synnytetään hyviä käytäntöjä joilla voidaan saavuttaa kilpailuetua ja täytetään lainsäädännön vaatimukset. Vastuullisen liiketoiminnan arvot, sanat ja teot ovat yhdenmukaisia.

Suomessa pohdittiin teollistumisen ympäristöä kuormittavia haittavaikutuksia jo 1970-luvulla. Tuolloin kansainvälinen tulevaisuudentutkimuksellinen keskustelufoorumi, Rooman klubi, pohti ympäristöongelmia, luonnonvarojen riittävyyttä sekä energiakysymyksiä ja tulevaisuudennäkymät olivat huolestuttavia. Ympäristölainsäädäntöä alettiin kehittämään ja yrityksiä vaadittiin kantamaan vastuunsa. 2000-luvun alussa varsinainen yhteiskuntavastuu sain nykyaikaisen kolmipilarisen mallinsa. (Juutinen S., Steiner M-L 2010 28-29.)

Kuluttajien tietoisuus yritys vastuun asioista on kasvanut viime vuosien aikana. Jo vuonna 2009 julkaistussa kansainvälisessä kyselyssä osoitettiin, että taloustaantumasta huolimatta kuluttajat välittivät vihreistä tuotteista ja niiden kysyntä oli jopa kasvanut (Ekonomilehti 2015). Viime vuosien aikana on myös tullut uusi asiakassegmentti, ns.LOHAS-ryhmä (Lifestyle of Health and Sustainability). Nämä asiakkaat arvostavat terveyttä, kestävän kehityksen mukaista elämää, sosiaalista oikeudenmukaisuutta sekä ympäristöä. Heidän kulutus päätöksiään ohjaavat arvot ja kokonaisvaltainen maailmankuva.

Suomessa LOHAS-kuluttajia oli vuonna 2009 jo yli 800 000 yli 15-vuotiaista suomalaisista. Tämä on kasvava asiakaskunta, heille yritysvastuu ja vihreys merkitsevät paljon ostopäätöstä tehtäessä. Yritysten onkin otettava heidät vakavasti ja varmistettava että nämä kuluttajat saavat toivovansa palvelut ja tuotteet. (Juutinen S., Steiner M-L 2010 58.)

FIBS (Finnish Business & Society ry) on suomalainen yritysten riippumaton ja voittoa tavoittelematon yritys vastuuverkosto joka perustettiin vuonna 2000. Verkoston tavoitteena on yritysten yhteiskuntavastuun edistäminen sekä aiheesta kansallisesti käytävän keskustelun lisääminen. FIBS näkökulma yritys vastuuseen on että yrityksen toiminnan on oltava paitsi ympäristön huomioivaa niin myös kannattavaa. Heidän mielestään vastuullinen yritys

- huomioi sidosryhmän ja sen tarpeet ja odotukset
- tekee enemmän kuin laki edellyttää
- maksimoi toimintansa positiiviset vaikutukset muillekin kuin osakkeenomistajille
- minimoi toimintansa negatiiviset taloudelliset, sosiaaliset ja ekologiset vaikutukset
- kantaa vastuuta myös alihankkijoidensa vastuullisuudesta
- raportoi ja viestii toimintansa positiivisista ja negatiivisista vaikutuksista avoimesta ja läpinäkyvästi
- kehittää taloudellisesti kannattavien ratkaisujen ekologisiin ja sosiaalisiin ongelmiin

FIBS tarjoaa tietoa yrityksille yritys vastuusta ja toimii myös linkkinä yritysten ja muiden yritys vastuuseen vaikuttavien ryhmien välille. Tämän avulla yritykselle syntyy mahdollisuuksia luoda yhteistyökumppanuuksia vastuullisuutensa kehittämiseksi. (FIBS Yritys vastuuverkosto 2013.)



### 3 KESTÄVÄ KEHITYS JA EKOLOGISUUS

”Kestävä kehitys” termi on lanseerattu jo vuonna 1987 Gro Harlem Brundtlandin johtaman komission raportissa. Tämän raportin mukaan kestävä kehitys on kehitystä, joka tyydyttää nykyhetken tarpeet viemättä tulevilta sukupolvilta mahdollisuutta tyydyttää omat tarpeensa. (Juutinen S., Steiner M-L 2010 20.)

Kestävä kehitys on yhteistyötä taloudellisen, sosiaalisen/kulttuurisen sekä ekologisen painopisteen kesken näiden kaikkien hyvinvoinnin parantamiseksi. Vaikka ekologiseen ajatteluun liittyy monta tekijää, on niistä suurimmaksi noussut ilmastonmuutoksen johdosta luonto. Ekologinen ajattelu ei kuitenkaan tarkoita vain luonnon hyvinvoinnin huomioon ottamista, vaan siihen liittyy suurelta osin myös muiden ihmisten ja itsensä huomioon ottaminen.



Kuva 1. Kestävän kehitys ulottuvuudet

Monessa kauneudenhoitoalan yrityksen toiminnassa sosiaalinen ja taloudellinen osa kestävästä kehitystä on otettu hyvin huomioon. Sen sijaan ekologinen näkökanta jää usein vaille tarpeellista huomiota. Jotta yritys olisi kestävä kehityksen toiminnan mukainen on nämä kaikki osatekijät otettava huomioon yrityksen strategiassa ja jokapäiväisessä toiminnassa.

Näiden kolmen hyvinkin erilaisilta ja ristiriitaisilta näyttävien vastuiden yhdistäminen ei ole helppoa. Jokainen yritys on oma ainutlaatuinen persoonallisuutensa ja siksi näiden vastuiden yhdistämiseen tarvitaankin arvot. Yrityksen pitäisi luoda itsensä näköiset arvot, sellaiset jotka niin sisäiset kuin ulkoisetkin sidosryhmät voivat hyväksyä ja sitoutua. Periaatteellisesti arvot johtavat sanoihin ja sanat tekoihin (Ketola T, 2005 56-57).

### 3.1 Taloudellinen vastuu

Yritysvastuun näkökannalta taloudellinen vastuu on kauneudenhoitoalan yrityksille suurilta osin itsestään selvä asia, sillä se pitää yleensä omistajan tarpeiden tyydyttämistä toimintansa päätarkoituksena. Tämä tarkoittaa sitä että yritys pyrkii tuottamaan voittoa ja lisäämään kilpailukykyään. Taloudelliseen vastuuseen kuuluu myös korkojen, lyhennyksien ja verojen maksaminen, sekä ihmisten työllistäminen. Työllistää voi suoraan (henkilökunta) tai välillisesti (sidosryhmät). (Ketola T, 2005 32.)

Kauneudenhoitoalan yrityksen olisi hyvä pysähtyä ja arvioida omia toiminta- ja työskentelytapojaan. Vähentämällä turhaa kulutusta ja hinnoitteleamalla tuotteet ja palvelut oman konseptinsa mukaan liiketoiminnasta tulee vastuullisempaa.

Haastattelemiini kosmetologit kertoivat ympäristöystävällisempien kauneudenhoitotuotteiden olevan kuluttajille käytännössä edullisempia kuin synteettiset vastaavat tuotteet (tuotteiden ollessa täynnä vaikuttavia ainesosia niitä ei tarvitse käyttää suuria määriä joten ne kestävät kauemmin kulutuksessa). Tämä on kuulemma monelle kuluttajalle yllätys. Ekologisessa kauneushoitolassa hoidot hinnoitellaan pääsääntöisesti asiakkaan tarpeiden ja hoidolle annettujen toiveiden mukaan. Tällöin vältytään niin sanotulta turhalta

hoitamiselta ja keskitytään kunkin asiakkaan tarpeisiin kuluttamalla juuri niitä tuotteita joita asiakas tarvitsee. Haasteita kuitenkin löytyy. Osa maahantuojista ei myy jälleenmyyntiin tarkoitettuja tuotteita kuin isoissa erissä. Onneksi osa on alkanut jo kuuntelemaan asiakasta ja myy juuri hoitolan toivoman määrän tuotteita. Tällöin tuotteita ei tarvitse pitää turhaan hyllyssä, säilyvyyden ollessa rajallinen. Haasteena on myös hoitojen kysyntä. Vielä toistaiseksi ainakin hyvin iso osa kauneudenhoitoalan yrittäjistä tienaa ison osan tuloistaan tekemällä rakennekynsiä, ripsipidennyksiä sekä kestovärjäyksiä. Nämä hoidot eivät kuulu ekologisiin hoitoihin, eikä näin ollen täytä kestäväen kehityksen määritteitä. Yrittäjän täytyykin miettiä mtiä on valmis tekemään toimeentulonsa eteen, onko niin sanotusti sielun myyminen tarpeellista.

### 3.2 Sosiaalinen/kulttuurinen vastuu

Yrityksen sosiaalinen vastuu on osaksi lakisääteistä. Tämän lisäksi jokainen yritys asettaa itselleen sosiaaliset arvot joiden mukaan se toimii. Sosiaalinen vastuu perustuu ihmisoikeuksiin jotka on julistettu vuonna 1948 (Ketola T, 2005 40). Kauneudenhoitoalan yrityksen ovat Suomessa pääsääntöisesti hyvin pieniä, 1-4 henkilön yrityksiä. Tällaisissa pienissä ja keskisuurissa yrityksissä vastuullisuus on yleensä helpommin hallittavissa kuin suurissa yrityksissä. Alalla on paljon myös niin sanottua ”harmaata taloutta”, yrittäjiä jotka eivät maksa veroja eikä ole välttämättä edes alalle pätevöityneitä. Työntekijöiden fyysisestä terveydestä ja turvallisuudesta huolehtiminen ja heidän kunnioittaminen vaihtelee paljon eri yrityksissä. Toteuttaakseen sosiaalisen vastuun yrittäjän tulisi arvostaa ihmisyyttä ja jokaisen yksilön eettisiä periaatteita. Kulttuurinen vastuu syntyy kunnioittamalla kotimaista, käsityöperinnettä sekä ottamalla huomioon reilun kaupan aatteet.

Haastattelemistani kosmetologeista vain kahdella on palkkatyöntekijöitä. Muut työskentelevät hoitolassa yksin tai vuokratuolilaisen kanssa. Jokaisella heistä on ollut/on työssäoppija harjoittelujaksolla hoitolassa. Muiden yrittäjien, työntekijöiden sekä työssäoppijoiden toivotaan olevan ekologisesti ja

elämänkatsomuksellisesti samalla tavalla ajattelevia ja toimivia kuin yrittäjä itse. Tällä tavalla asiakkaat voivat luottaa hoitolan toiminnan olevan vastuullista kaikilta osin. Kaikki haastatteleman kosmetologit ottivat jollain tavalla osaa paikkakuntansa/ ympäristön toimintaan joko hyväntekeväisyydellä tai muuten yhteisöllisellä toiminnalla. Tämä lisää ihmisten tietoisuutta ekologisesta kauneushoidosta ja on samalla parasta mahdollista mainosta yritykselle ja sen toiminnalle. Yhteistyökumppaneiden valinta on ekokosmetologeille myös tärkeää. On tärkeää tietää että sidosryhmät toimivat samalla tavalla ekologisten periaatteiden mukaisesti. Esimerkiksi maahantuoja joka toimittaa laskun sähköisesti tekee suuren vaikutuksen vaikka teko on pieni.

### 3.3 Ekologinen vastuu

Ekologinen vastuu ottaa huomioon luonnon hyvinvoinnin kaikissa toimissaan. Tätä kuvataan sanalla ekologinen jalanjälki, joka on uusiutuvien luonnonresurssien kulutusta mittaava ilmaisin. Kaikki yrityksen ympäristövaikutukset (luonnonvarojen käyttö, päästöt, jätteiden määrä ja käsittely) lasketaan mukaan sen ekologiseen jalanjälkeen. Mitä pienempi jalanjälki, sitä parempi ekologisesti. Ihmiset ovat viime aikoina alkaneet ymmärtää ekologisen jalanjäljen merkityksen. Kierrätyksestä ja ekologisuudesta on tullut trendi joka näkyy myös kauneushoitoalalla. Tämä näkyy luonnontuotteiden kysynnän lisääntymisenä sekä ihmisten terveyden ja hyvinvoinnin kiinnostuksen kasvamisessa.

Saadakseen ekologisuuksi osaksi liiketoimintaansa, on yrityksen johdon tehtävä ympäristöjärjestelmäsuunnitelma. Tämän työkalun avulla yritys saa selvitettyä olemassa olevat puutokset ja tehdä niiden korjaukselle suunnitelman. Järjestelmään kirjataan selkeästi tavoitteet joita kohti suunnitelmalla mennään sekä toimintaohjeet miten tavoitteisiin päästään. Pienen yrityksen kannattaa aloittaa kierrättämällä, vähentämällä energiankulutusta sekä vaihtamalla tuotteet ja markkinointi ympäristöystävällisemmäksi.

Ekologiset kauneushoitolat ovat vielä hyvin pieni osa kauneudenhoitoalan markkinoita. Monet kosmetologit ovat halunneet perustaa oman ekologisen hoitolansa jotta voisivat omilla päätöksillään muuttaa maailmaan reilummaksi, vihreämmäksi sekä vastuullisemmaksi. Haastattelin ekologisia kosmetologeja ja heillä kaikilla oli tämä näkökanta, pienistä puroista syntyy suuri joki. Kaikilla heillä oli jonkunlaista ekologista koulutustaustaa ja useilla tietoa ympäristöasioista. Jotta tämä pieni, mutta kasvava osa tulisi enemmän esille, olisi näiden yritysten osattava luoda niin sanottu vihreä brändi. Yrityksen tulisi osata vetää puoleensa myös sellaisia kuluttajia, jotka eivät vielä koe olevansa kovin vihreitä. Brändäämällä itsensä oikein ja tarjoamalla kuluttajille jotain sellaista joka on kilpailijan tuotetta/palvelua parempi, tulisi kauneudenhoitoalastakin vihreämpi.

Haastattelemistani yrittäjistä jokainen käytti ympäristöystävällistä luonnonkosmetiikkaa hoitolassaan. Tämä onkin Ekokosmetologit ry:n puheenjohtajan Kirsti Järvensivun mukaan yksi tärkeistä kriteereistä joilla hoitola saa käyttöönsä Ekokosmetologi ry:n logon. Suomen Ekokosmetologit ry on vuonna 2010 ihonhoidon ammattilaisten rekisteröimä yhdistys. Yhdistys perustettiin kehittämään ja ylläpitämään ekologisesti vastuullista, luonnonmukaista ja kokonaisvaltaista hoitamista kestävän kehityksen periaattein (Suomen Ekokosmetologit ry). Kirsti Järvensivun kertoo ekologisen näkemyksen elämästä sekä ihmisläheisyyden ja kokonaisvaltaisen hoitamisen olevan tärkeitä ekokosmetologin ominaisuuksia. Hän toivoo myös kaikkien ekokosmetologioiden ymmärtävän ekosysteemiin vaikuttavia asioita sekä pyrkiä vaikuttamaan niihin positiivisesti. Järvensivu nosti vahvasti esille että ekokosmetologi ei tee rakennekynsiä, ripsipidennyksiä eikä tatuointeja.

Muita haastatteluissa esille tulleita asioita olivat välineet ja tarvikkeet, kosmetologi käyttää jokapäiväisessä työssään paljon erilaisia kertakäyttöisiä tarvikkeita. Näitä valittaessa huomioidaan mahdollisimman vähän luontoa ja ihmistä kuormittavat, mietitään niiden ekologisuus sekä kestävä kehitys. Puhdistustuotteissa on oltava mahdollisimman vähän haitallisia kemikaaleja, mutta ne pitää silti olla tehokkaita. Haastatteleman terveystarkastaja ei osannut

vastata kemikaaleja koskeviin kysymyksiini, hän totesi että riittää kunhan tulee puhdasta. Hän mainitsi kertakäyttöhanskojen olevan pakollisia.

Uutta kauneushoitola perustaessa on hyvä miettiä mihin hoitolan perustaa. Työpaikka on hyvä olla lähellä omaa asuinpaikkaa, mutta myös lähellä asiakkaita. Toimitiloja tulee pohtia, energiankulutusta lämmitys- ja ilmastointimenetelmien ja toimintojen kannalta. Terveystarkastajan vaatimusten mukaisesti ikkunapinta-alaa tulee olla hoitolan lattiapinta-alasta vähintään 10%. Kauneushoitoalan yritys voi vähentää ympäristövaikutuksia myös pienillä jokapäiväisillä muutoksilla. Valojen sammuttaminen kun niitä ei tarvitse, paperin turhan kuluttamisen lopettaminen sekä turhien laitteiden käyttö tekee jo ison eron ympäristövaikutuksissa.

Kauneushoitoloiden sisustus on yleensä hyvin neutraalia, puhtaslinjaista ja selkeää. Usein avattaessa uutta hoitolaa hankitaan kaikki uudet huonekalut ja sisustustuotteet. Kestävän kehityksen mukaisesti olisi hyvä valita kestäviä, kierrätettyjä sisustuselementtejä sekä luonnonmukaisia materiaaleja. Terveystarkastajan mukaan esimerkiksi pyyhkeet ja lakanat ovat toimepidekohtaisia ja ne pitää pestä heti hoidon jälkeen. Onkin hyvä miettiä kulutusta ja pesua kestävästi helppohoitoiset materiaalit. Kaikissa hoitoloissa joissa kävin haastattelemassa ekokosmetologeja, oli sisustus viety koko konseptin mukaisesti ekologiseksi. Yksi haastateltavani mainitsi häntä harmittavan ettei aikataulu remontin ainana antanut periksi maalata seiniä ekomaalilla.

Haastatteleman kosmetologit pitävät tärkeänä kokonaisvaltaista hoitamista. Tämän he huomioivat keskustelemalla asiakkaiden kanssa rauhassa ennen ja jälkeen hoidon, tarjoamalla asiakkaalle luomuvirvokkeita sekä luomalla hoitolan ilmapiiristä rennon ja luotettavan. Tähän kuuluu myös asiakkaan toiveen mukainen jälkimarkkinointi.

Ekokosmetologin pitäisi ottaa jokapäiväisessä työskentelyssään huomioon kaikki kestävä kehityksen osa-alueet. Näitä on hyvin haasteellista toteuttaa Suomen lainsäädännön puitteissa. Moni ekokosmetologi kokee lainsäädännön

olevan liian tiukka ja siitä puuttuvan ns.maalaisjärjen. Esimerkiksi luonnosta poimittuja, luomusti kasvatettuja puhtaita kaalinlehtiä ei saa käyttää asiakkaan ihonhoidossa koska tuotetta ei ole rekisteröity ihonhoitoon. Itse toivon yhden haastateltavani sanoja mukaillen suvaitsevaista ajattelua ja ymmärrystä siihen että olemme jatkuvassa muutoksessa.

## 4 YMPÄRISTÖJOHTAMINEN

### KAUNEUDENHOITOALALLA

Ympäristöjohtamisella tarkoitetaan johtamista, jolla pyritään hallitsemaan yrityksen toiminnan aiheuttamat ympäristövaikutukset huomioiden vahvasti ekologisuus. Tämän johtamistyylin takana täytyy olla kauaskatseista elinkaariajattelukykyä sekä laaja-alaista tietoa ympäristöasioista sekä yrityksen liiketoiminnasta.

Ympäristöjohtaminen on kasvava johtamismalli varsinkin palveluelinkeinojen ja pienyritysten piirissä luontoa ja rahaa säästävänä toimintona. Palvelualojen yrityksissä on potentiaalisia mahdollisuuksia rakentaa yrityksen toiminta vähemmän saastuttavaksi aina energian säästöstä jätehuoltoon (kehittyväelintarvike.fi www-sivut).

Vaikka ympäristöön vaikuttaminen onkin merkittävää, yritysten näkökulmaan vaikuttavat erityisesti ympäristöjohtamisen aikaansaamat säästöt. Järkevällä ympäristöjohtamisella saavutetaan yritykselle huomattavat taloudelliset voitot. (Elintarvikealan tiede- ja ammattilehti 2015.)

Ympäristöjohtamisessa ymmärretään ympäristönsuojelun sekä työsuojelun läheinen yhteys. Työntekijöiden lähiympäristön siisteys ja viihtyisyys sekä oikeat työtavat muodostavat kokonaisuuden jossa työntekijä voi hyvin, hänellä on parempi motivaatio ja näin ollen työn tehokkuus korostuu. Ympäristöjohtamisessa otetaan siis vahvasti huomioon henkiöstön hyvinvointi ja ympäristöasiat sekä ymmärretään että ne ovat yrityksen strategisia menestystekijöitä. (Työsuojelurahasto 2002.)

Tulevaisuudessa ympäristöjohtaminen ja kestävä kehitys integroituu vähitellen kiinteäksi itsestäänselväksi osaksi jokapäiväistä liiketoimintaa. Vihreän liiketoiminnan tulevaisuudenkuvissa ympäristötoiminta ymmärretään voittojen ja kilpailuedun lähteenä, ei vain kustannuskysymyksenä ja veloitteena. (Lampikoski T., Sippo J. 2013 206.)



Alla olevassa taulukossa on kerrottu vihreämmän liiketoiminnan hyödyistä johtajien näkökulmasta:

Hyödyt	Keinot
Kilpailuedun kohentaminen	Erialaista tuotteitasi kilpailijoiden vastaavista proaktiivisen ekostrategian myötävaikutuksella
Riskien ennakointi ja hallinta	Taataan tulevaisuudessa kriittisten luonnonvarjojen saatavuus. Vaikuttaminen muuttuvaan lainsäädäntöön ja asetuksiin
Yritysmaine	Yritysmaineen parantaminen, sidosryhmäsuhteisiin vaikuttaminen
Uusi liiketoiminta	Tunnistetaan uusia liiketoimintamahdollisuuksia ja valloitetetaan uusia markkinoita
Uudet eko-innovaatiot	Tuotetaan ympäristöystävällisempiä tuotteita ja palveluita
Kustannussäästöt	Alennetaan veden ja raaka-aineiden käyttöä, hankitaan eko-ohjelmille uskottavuutta pikavoittojen myötä
Työntekijöiden motivointi, sitouttaminen ja houkuttelu	Sitoutetaan henkilöstöä työskentelemään intohimoisesti isomman tarkoituksen puolesta, innostetaan ja energisoidaan merkityksellisemmän liiketoiminnan puolesta

Kuva 2. Vihreämmän liiketoiminnan hyödyt

#### 4.1 Maahantuojien ympäristöjohtaminen

Ekologisiin, eettisiin periaatteisiin yritysmaailmassa kuuluu kaikki edellämainittu sekä muita tärkeitä asioita. Tutkin Suomen markkinoilla olevia luonnonkosmetiikan maahantuojia ja tutustuin heidän yritysimaagoon ja ympäristöjohtamiseen. Internetin kautta saa aika huonon kuvan siitä, miten yritys toiminnassaan ottaa huomioon esimerkiksi yleisesti energiankulutuksen tai tuotteiden kuljetuksessa käytetyn energian. Pakkausmateriaaleista sekä valmistusmenetelmistä on melkein jokainen luonnonkosmetiikkasarja sivuillaan kertonut, samoin tuotteissa käytetyistä raaka-aineista. Moni maahantuoja esittelee sivuillaan tuotteidensa sertifikaatit, mutta jättävät kertomatta mitä nämä sertifikaatit ja sertifiointikriteerit todellisuudessa ovat. Keskustelemalla maahantuojien kanssa ja kysymällä kyseisistä asioista, vastaukset kuitenkin tulevat esille ja heillä tietoa asioista on.

Suomalaiset yrittäjät ovat alkaneet itse valmistamaan kosmetiikkaa suomalaisista raaka-aineista. Nämä tuotesarjat ovat vielä aika pieniä mutta tässä ympäristöjohtamisen pääperiaatteet tulevatkin esille positiivisesti. Ei valmisteta jotain turhaan vaan vastataan kuluttajien kysyntään oikeilla mittasuhteilla. Jos jossain tuotteessa on vikaa, saa valmistaja siitä heti palautetta ja pystyy korjaamaan toimintaansa heti. Myös kehitys ideat tulevat usein paikallisille tai lähellä olevaille valmistajille helpommin kuin esimerkiksi ulkomailla oleville. Tuotteet ovat näin ollen käyttäjävälisempiä.

Sosiaalisten vastuiden kriteereistä mielestäni kaikista tärkeintä, avoimuutta ja rehellisyyttä, toivon lisää niin maahantuojien kuin kosmetiikan valmistajienkin tiedottamiseen. Vielä edelleen näkee hyvin paljon niin sanottua viherpesua, jossa markkinoidaan tuotetta luonnonkosmetiikkana vaikka raaka-aineissa olisi mukana muutakin kuin 100% luonnontuotteita. Markkinoinnista löytyy lisää seuraavassa kappaleessa.

## 4.2 Ekologinen markkinointi

Yritykset elävät tiiviissä vuorovaikutuksessa ympäristönsä kanssa. Toimintaympäristöissä tapahtuvat muutokset joko rajoittavat tai edesauttavat yrityksen toimintaa. Yrityksen toimintaympäristö jaetaan kahteen osaan: Ulkoinen toimintaympäristö muodostuu tekijöistä jotka vaikuttavat markkinoinnin päätöksiin yrityksen ulkopuolelta (mm. kysyntä, kilpailu ja yhteisötekijät). Nämä ovat tekijöitä, joihin yritys ei voi vaikuttaa. Vastaavasti sisäinen toimintaympäristö koostuu tekijöistä, jotka vaikuttavat markkinointipäätöksiin yrityksen sisältä (toiminta-ajatus, liikeidea ja yrityksen voimavarat). Nämä tekijät ovat yrityksen itsensä luomia ja näin ollen yritys pystyy itse vaikuttamaan niihin.

Ympäristöystävällinen luonnonkosmetiikka on koko ajan kasvava tuoteryhmä ja ekologisuus on markkinoinnissa tänä päivänä iso markkinointikeino. Moni ajattelee ekologisuuden vain tuotteena ja/tai palveluna, vaikka ympäristöystävällisyys pitäisi ottaa huomioon koko tuotteen/palvelun elinkaareissa. Tämä pitää sisällään myös yrityksen kaikki sidosryhmät ja heidän yritysvastuun.

Varsinkin kosmetiikan merkinnät ovat monimutkaisia eikä ole olemassa säädöksiä siitä, mitä kosmetiikan yhteydessä tarkoitetaan ilmaisuilla ”luonnollinen” tai ”ekologinen”. Kuluttajaviraston ohjeistuksen mukaan näitä ja vastaavia yleistäviä (vihreä, eko-tuote) sanoja voi käyttää vasta, kun on perusteellisesti selvitetty tuotteen koko elinkaari. Tällaisia yleisiä väittämiä voi käyttää vain, jos tuote koko elinkaarensa ajan, kuormittaa ympäristöä olennaisesti vähemmän kuin muut samaan tuoteryhmään kuuluvat tuotteet. (Kuluttaja- ja kilpailuvirasto 2014.)

Kansainvälinen kauppakamari IIC on tehnyt markkinoinnin ja mainonnan perussäännöt (IIC International Code of Advertising Practice). Näissä ohjeissa kerrotaan peruseriaatteen mainonnan sisällöstä. Artikla 3 koskee rehellisyyttä: ”Mainoksessa ei saa käyttää väärin kuluttajien luottamusta eikä pyrkiä hyötymään kuluttajien kokemattomuudesta tai tietojen puutteesta”. Mielestäni

näillä edellämmainituilla epämääräisillä ilmaisuilla annetaan väärää tietoa kuluttajille jotka eivät ole perehtyneet tuotteiden ainesosiin.

Jo 1980-luvun puolivälissä käytettiin ensimmäistä kertaa termiä viherpesu (engl. greenwash) kuvaamaan yrityksen antamaa kuvaa itsestään ekologisempänä ja ympäristöystävällisempänä kun mitä se todellisuudessa on. Tänä päivänä markkinoinnissa korostetaan ekologisia miellelyhtymiä ja korostettuja ympäristöarvoja tavoitellen kilpailuetua enemmissä määrin. Asiakkaat tekevät usein ostopäätöksiä tunteiden ja kuvien perusteella. Useita kosmetiikkatuotteita markkinoidaan luonnollisiksi, 100% eco friendly –tuotteiksi vihreillä logoilla ja kukkien kuvilla somistetuissa etiketeissä. Suurimmassa osassa näistä on kyseessä harhaan johtava ekoväite joka ei perustu mihinkään. Tällöin kyseessä on viherpesu, koska mikään tuote ei ole 100% ympäristöystävällinen. Tuotteen kehitys, valmistus ja pakkaus kuluttaa aina jonkin määrän energiaa ja resursseja.

Onnistunut ekologinen markkinointi on luotettavaa. Tuote/palvelu toimii niin kuin väitetään ja mielellään mukaan otetaan jonkun kolmannen osapuolen tuki, esimerkiksi sertifiointi. Yrityksen toiminta on läpinäkyvää ja se edistää vastuullista toimintaa jokapäiväisissä toiminnoissaan.

#### 4.3 Ekologinen mainonta

*”Mainonta on maksettua ja tavoitteellista tiedottamista tavaroista, palveluista, tapahtumista, aatteista tai yleisistä asioista. Mainonnassa käytetään joukkotiedotusvälineitä tai viestitään muuten suurelle joukolle samanaikaisesti. Mainossanomien lähettäjä tulee tunnistaa sanomasta”* (Bergström & Leppänen 2007, 280)

Ympäristöystävällisen mainonnan tulee olla todenmukaista ja tarkkaa, sen tieto on oltava todennettavissa. Tieto on oltava olennaista ja selkeää sekä yksiselitteistä. Olisi myös suotavaa käyttää ISO 14021 –standardin ohjeita ymmärrettävästi tuotteen käyttöohjeistuksessa. (S. Juutinen, M-L Steiner, 2010 174.)

Yrityksen pohtiessa vastuullista markkinointia ja viestintää on käsiteltäviä monia erilaisia kysymyksiä. Ensiksi on selvitettävä vastaako ja tukeeko viestintä ja markkinointi yrityksen liiketoiminnan periaatteita ja tavoitteita. Tämän jälkeen on hyvä selvittää minkälaisessa julkisuudessa yritys toivoo näkyvänsä. Yrityksen täytyy pitää mielessä myös sidosryhmien kanssa käytävää markkinointia, asiakaspalvelusta lähtien. Osa vastuullisista yrityksistä on mukana sponsorointi- ja hyväntekeväisyystapahtumissa, näiden valinta ja tukeminen on hyvä käydä perusteellisesti läpi. (S. Juutinen, M-L Steiner, 2010 129.)

Mitä paremmin mainonta löytää kohderyhmänsä, sitä ekologisempaa se on. Kohdentamalla oikein säästetään siis rahaa ja luontoa. Tämä koskee niin printtimediaa kuin sähköistä mainontaa. Sosiaalinen media ja hakukoneet ovat avanneet uudet ovet yritysten markkinoinnissa ja mainonnassa. (Dagmar 2009)

Haastattelemani kauneudenhoitoalan yrittäjät mainostavat todella vähän printtimediassa. Suurimpana mainoskanavana käytetään sosiaalista mediaa, niistä eniten Facebookia. Facebook –mainonnan sanottiin olevan hyvä monesta syystä. Facebookissa mainostaminen on edullista/ilmaista, sitä kautta kohderyhmä on helppo tavoittaa ja päivittäminen on kätevää. Osa yrittäjistä käyttää perinteistä suoramarkkinointia sähköpostitse. Tällöin asiakkaalta pyydetään sähköpostiosoite sekä lupa lähettää siihen tietyn väliajoin mainoksia hoitolan hoidoista ja tai /tuotteista.

Printtimediassa mainokset (paikallislehdet) todettiin liian hintaviksi koska niillä ei tavoiteta laaja-alaisesti toivottua asiakasryhmää. Myös ns.puskaradio todettiin erittäin hyväksi mainontakanavaksi. Hyvin iso osa haastateltavieni asiakkaista on tullut ensimmäisen kerran hoitolaan kuultuaan hyvistä kokemuksista hoitolan palveluista/tuotteista tutultaan.

Erilaisiin tilaisuuksiin osallistuminen tekemällä pienimuotoisia hoitoja on myös havaittu toimivaksi yrityksen markkinointitavaksi. Kauneudenhoitoalan ammattilaisella on paljon tietoa ja taitoja joita hän voi jakaa ilman kustannuksia ja samalla kertoa yrityksen toiminnasta ja itsestään.

## 5 KESTÄVÄN KEHITYKSEN KAUNEUSHOITOLA

Vastuu kauneushoitolan tuottamista päästöistä ja jätteistä on yrittäjällä. Yrittäjiä määrää ympäristölaki, mutta kasvavassa määrin kauneushoitoalan yrittäjät haluavat tehdä vielä enemmän paremman elinympäristön puolesta. Kestävän elämäntavan hallitseminen on tulevaisuuden rakentamista ja se on paljon muutakin kuin jätteiden lajittelua ja luonnonkosmetiikan käyttämistä. Tulevaisuus rakentuu siitä, millaisia valintoja teemme. Kauneushoitolassa kesävän kehityksen toimintamalli painottuu lähinnä turvallisen ja terveellisen työympäristön luomiseen sekä ekotehokkaan työtoiminnan ja kuluttamisen toteuttamiseen.

Vuonna 2014 alkoivat Suomessa ensimmäiset Ekokosmetologi –koulutukset. Koulutus on suunnattu kosmetologeille, joita kiinnostaa syventyminen ekologiseen kauneushoitoon. Ekokosmetologi toteuttaa holistisia, yksilöllisiä hoitoja luonnon raaka-aineilla sekä luonnonkosmetiikalla, keskeistä on ihmisen kokonaisvaltainen hyvinvointi. Koska aihe on todella uusi, tietoa kestävästä kehityksestä ja luonnonmukaisesta kauneushoitolasta ei vielä juurikaan ole. Tässä koulutuksessa kerätään kauneushoitoalan ammattilaisilta kokemuksia ja hyväksi havaittuja ekologisia toimintamalleja sekä kehitetään yhdessä uusia.

Koska kirjoja ei aiheesta Suomessa ole, kokosin alle vinkkejä kauneushoitoalan ammattilaisia silmällä pitäen. Toivon näiden vinkkien auttavan kauneushoitoalan yrittäjiä valitsemaan vihreämmin ja tekemään helpommin kestävämpiä valintoja jotta heidän yritystoimintansa kehittyisi ympäristöystävällisempään suuntaan. Näillä pienillä vinkeillä voi olla suuri vaikutus ja toivon näiden yksityiskohtien olevan sellaisia jotka vievät kestävästä kehitystä alalla eteenpäin.

## 5.1 Tuotesarjat ja sertifiointit

Alla kerron yleisesti luonnonkosmetiikasta ja niiden sertifiointeista. En lähde avaamaan niitä enempää, koska tuotesarjoja tulee koko ajan lisää ja sertifiointit ja niiden kriteerit muuttuvat. Toivon tämän kuitenkin auttavan ymmärtämään luonnonkosmetiikan määritelmän ja sertifiointin idean.

Ekologinen, luonnonmukainen tuote syntyy, kuluu, kiertää ja häviää luonnollisesti.

Monet ainesosat kosmetiikasta imeytyy ihon kautta elimistöömme. Kehosta ne erittyvät viemäriin kautta luontoon. Osa kemikaaleista huuhdotaan suoraan viemäriin kautta vesistöihin. EU-maissa on kielletty jo yli 450 karsinogeenisen kemikaalin käyttö kosmetiikassa mutta vielä on paljon aineita jotka ovat huonoksi hyvinvoinnillemme sekä ympäristölle. Tämän vuoksi on erittäin tärkeää miettiä mitä tuotteita käytämme niin kotioloissa kuin kauneushoitolassa.

Tuotesarjoja on kauneushoitoalan markkinoilla tuhansia. Jokainen kosmetologi pohtii Sen Oikean tuotesarjan valintaa perustaessaan kauneushoitolaan. Ekokosmetologin päätös on helpompaa, toistaiseksi luonnonkosmetiikkasarjoja ei ole markkinoilla vielä aivan mahdotonta määrää. Pohtiessa sarjaa on hyvä käydä läpi omat toiveet sarjalta, omat eettiset mielipiteet ja ratkaisut sekä tietenkin asiakaskunta. Mielestäni on kuitenkin hyvin tärkeää muistaa, että luonnonkosmetiikka ei aina ole vähemmän allergisoivaa kuin synteettinen kosmetiikka. Eniten allergisoivia ainesosia ovat kasvi- ja kukkauutteet. Esimerkiksi hajusteallergisille luonnolliset tuoksut voivat olla yhtä haitallisia kuin synteettiset parfyymit.

Luonnonkosmetiikka valmistetaan 100% luonnonmukaisista raaka-aineista joissa suositaan luomulaatua. Raaka-aineiden alkuperä pitää olla jäljitettävissä. Geenimuunneltujen raaka-aineiden sekä uhanalaisten kasvien käyttö on kielletty. Myös kaikki synteettisesti valmistetut raaka-aineet on kielletty kuten myös mineraaliöljyt, silikonit sekä eläinrasvat ja -proteiinit. Tutustuesssa uuteen luonnonkosmetiikkasarjaan, kannattaa aloittaa tutkimalla tuotteiden INCI-lista

(International Nomenclature Cosmetic Ingredient) ja varmistamalla ainesosien luonnonmukaisuus. Kosmetiikan ainesosien ymmärtäminen auttaa suojelemaan asiakkaita sekä meitä.

Luonnonkosmetiikkaa sertifioidaan eri maissa eri kriteereillä. Sertifioija, eli tuotteen valmistajista riippumaton taho, tarkastaa tuotteen ainesosien ja valmistusmenetelmien osalta. Jos tuote täyttää sertifioijan kriteerit, saa tuote käyttää sertifioijan myöntämää logoa. Nämä sertifikaatit ottavat kantaa raaka-aineiden ja valmistusmenetelmien lisäksi myös tuotantolaitoksiin, valmistuksen ekologisuuteen ja pakkausten kierrätettävyyteen. (Pro Luonnonkosmetiikka ry 2015.)

Luonnonkosmetiikan sertifikaatteja on maailmassa todella monia. Vaikka niiden kriteereissä onkin eroja, auttavat ne erottamaan hyllystä niin sanotun aidon luonnonkosmetiikan. Täytyy kuitenkin muistaa, että sertifiointi on kallista. Saadakseen sertifiointilogon tuotteen kylkeen, on valmistajan maksettava sertifiointilogon käyttöoikeudesta. Pienille yrityksille tämä summa on todella iso ja siksi monella hyvällä aidolla luonnonkosmetiikkasarjalla ei toistaiseksi ole sertifiointilogoa tuotteissaan. (Shingler, N. 2013 219.)

FI-NATURA on vuoden 2014 lopulla perustettu suomalainen luonnonkosmetiikkaa valvova ja sertifioiva yhdistys. Se edustaa luonnonkosmetiikan valmistajia ja markkinoijia, jotka haluavat tuotteileen riippumattomasti tarkastetun sertifiointin. Tämä sertifikaatti täyttää puhtaan luonnonkosmetiikan kriteerit ja se on toteutettu eurooppalaisten sertifikaattien, kuten NaTure ja BDIH, hengessä.





FI-NATURAN tavoitteena on pitää sertifiointin kustannukset yrityksille kohtuullisena ja näin ollen lisätä suomalaisten luonnonkosmetiikkabrandien kilpailukykyä niin kotimaassa ja ulkomailla. Kansainvälisillä markkinoilla sertifikaatti on edellytys. (Finatura 2014.)

## 5.2 Muovi

Muovi ja sen kemikaalit ovat suuri ongelma jo nyt maailmassa. Helsingin sanomat uutisoi keväällä 2015 EU-direktiivistä, joka säädetään vähentämään muovin kulutusta. Tällä lain uudistuksella pyritään vähentämään muovijätettä sekä tehostamaan kierrätystä. Fossiiliperäiset muovit eivät hajoa luontoon, vaan päätyy meriin ja sitä kautta eläinten vatsoihin.

Muovin eri kemikaalit imeytyvät todistetusti osin ihon läpi ja ovat ympäristöhaitta. Esimerkiksi muovikemikaali bisfenoli A (BPA) on xenoestrogeni, joka osaa matkia estrogeenihormonin toimintaa elimistössä ja näin ollen vaikuttamaan haitallisesti kehon hormonijärjestelmään. Bisfenoli A:ta löytyy muun muassa setelirahassa, kauppakuiteista sekä urheilujuomapulloista (N. Shingle 2013, 112-113). Myös toinen muovissa oleva kemikaali, ftalaatti, imitoi estrogeenin toimintaa ja aiheuttaa sikiövaurioita sekä syöpää. Ftalaattia käytetään monipuolisesti muovien pehmentämiseen. Suomalaiset altistuvat pääasiallisesti ftalaateille ravinnon kautta, lähinnä rasvaisista ruuista kuten maidosta, voista ja lihasta. Ihon kautta altistus tapahtuu molekyyliä painoltaan kevyistä ftalaateista kuten hygieni- sekä muovituotteista. Jotkut ftalaatit haihtuvat hengitysilmaan. Ftalaatit eivät varastoidu elimistöön, mutta niiden laajan käytön vuoksi niille altistutaan päivittäin. (Terveystieteiden tutkimuskeskus 2014.)

Kauneushoitolassa käytetään paljon muovituotteita. Yhdessä jalkahoidossa kuluu muoviessu sekä vatipussi. Tämän lisäksi kertakäyttöhanskat sekä mahdollisesti muita kertakäyttöisiä tavaroita jotka sisältävät muovia. Tänä päivänä on onneksi olemassa tarjolla biohajoavia ja ympäristöystävällisiä, ftalaattittomia, vaihtoehtoja kaikille edellämainituille. Bioska -jätepussista saa

hyvin tehtyä niin vatipussin kuin essun ja kertakäyttöhanskoja saa ilman ihmiselle ja luonnolle haitallista ftalaattia. Nämä tuotteet hajoavat luonnossa turvallisesti ja suhteellisen nopeasti.

Näiden edellämainittujen tuotteiden lisäksi muovia löytyy myös kosmetiikasta. Esimerkiksi kuorintavoiteen pienet mikrorakeet voivat olla polyetyleenia, joka kuorii ja lisää tuotteen viskositeettiä. Muovia löytyy eri muodoissa useista ripsiväreistä, kynsilakoista sekä luomiväreistä. Aito luonnonkosmetiikka ei käytä muovia eikä sen johdannaisia. INCI-listalta muovin löytää seuraavilla nimillä:

- Polyeteeni / Polyethylene, PE
- Polyetyleenitereftalaatti / Polyethylene terephthalate, PET
- Polypropeeni / Polypropylen, PP
- Polyvinyylidikloridi / Polyvinylchloride, PVC
- Polystyreeni / Polystyrene, PS
- Polyvinyyliasetaatti / Polyvinylacetat PVAc
- Polyvinyylipyrrolidoni / Polyvinylpyrrolidon PVP
- Polymetyylimetakrylaatti Polymethyl methacrylate PMMA
- Polytetrafluorieteeni / Polytetrafluoroethylene PTFE (teflon)
- Polyesteri / Polyester, PES (Polyester-1; Polyester-11)
- Polyamidi / Polyamid, PA (Nylon-12; Nylon-6; Nylon-66)
- Polyuretaani / Polyurethan, PUR (Polyurethan-2; Polyurethan-14; Polyurethan-35)
- Etyyli Vinyyli Asetaatti / Etylen-Vinylacetat-Copolymere, EVA
- Polyimidi / Polyimid, PI (Polyimid-1)
- Acrylates Crosspolymer, ACS
- Acrylates Copolymer, AC
- Polyquaternium-7, P-7

### 5.3 Jätteen synty ja kierrätys

Suurin osa kauneushoitolan jätteistä syntyy hoidoissa käytetyistä materiaaleista. Yllä on kerrottu ekologiset vaihtoehdot muovitarvikkeille. Käsipapereiden sijaan voi käyttää pyyhettä ja esimerkiksi pestäviä silmäanaluslappuja ripsien kesto värjäyksessä kertakäyttöisten sijaan. Myös ekologisia 100% puuvillasta valmistettuja vanulappuja löytyy markkinoilta.

Jätettä syntyy myös kosmetiikan pakkauksista. Luonnonkosmetiikka on pakattu aina ympäristöystävällisiin pakkauksiin, mikä tarkoittaa että materiaali niin purkeissa kuin etiketeissä ja esitteissä on kierrätetty ja biohajoava. Jotkut maahantuojat käyttävät tuotteissa uudelleen täytettäviä pakkauksia. Vaikka pakkaukset ovatkin ympäristöystävällisiä, on kuitenkin hyvä muistaa maalaisjärki ja se että syntymätön jäte on paras jäte. Suurin osa tuotteen jätteestä syntyy sen valmistuksessa ja kuljetuksessa. Niinpä on hyvä pitää mielessä, että luonnonkosmetiikan valmistajan tulee huomioida pakkausten lisäksi tuotantomenetelmissä kuluvat luonnonvarat sekä syntyvä jäte ja sen käsittely (Shingler, N. 2013 256). Lähellä valmistettu kosmetiikka on aina ympäristöystävällisempää kuin kaukaa tuotu.

Suomalainen tuottaa keskimäärin 455kg kotitalousjätettä henkeä kohti vuodessa. Tästä jätteestä 80% on kierrätettävää (Naik, A. 2009 32.) Myös kauneushoitolassa tulee paljon jätettä jota voi kierrättää vaikka käytössä olisi ekologiset luonnonkosmetiikkatuotteet ja biohajoavat materiaalit. Voit esimerkiksi käyttää hoitolassasi ystäviltäsi tarpeettomaksia jäämiä lakanoita ja pyyhkeitä. Alla vielä lyhyt pikaopas kierrätyksestä:

**Metalli:** Puhtaat metallikorkit, purkit sekä muu metallinen pientavara viedään metallinkeräyspisteeseen.

**Biojäte:** Ruoantähteet, suodatin- ja teepussit, kahvinporot, puutarhajäte, servetit kerätään biojäteastiaan josta se viedään kunnalliseen kompostointilaitokseen. Jos mahdollista, voit kompostoida sen myös itse ja saat loistavaa multaa.

Paperi: Kaikki postiluukusta tuleva paperi kelpaa paperinkeräykseen ja kierrätykseen.

Pahvi: Kaikki pakkauspahvit voi kierrättää pahvinkeräykseen. Litistä ja taittele puhtaat laatikot tilan säästämiseksi. Kaikki ruskeat kirjekuoret ja paperipussit kuuluvat pahvinkeräykseen, ei paperinkeräykseen.

Ongelmajäte: Kestävän kehityksen mukaisessa kauneushoitolassa syntyvää ongelmajätettä on hyvin vähän. Mutta on hyvä tietää mitkä jätteet eivät kuulu tavallisten roskien joukkoon, sillä ne voivat pilata koko jäte-erän jatkokäyttömahdollisuuden ja saastuttaa maaperää. Kierratys.info internetsivustolta löytyy tarvittava tieto siitä, mikä hoitolassa kuuluu ongelmajätteisiin. Näitä on muun muassa perinteinen kynsilakka.

Energiajäte: energiajakeesta tehdään teollisuudelle polttoainetta. Tähän kuuluu useimmat muovilaadut, rikkiäiset vaatteet, likaantunut ja kastunut pahvi ja kartonki sekä pakkauspaperi.

Sekajäte: jätteet joilla ei kierrätysmahdollisuutta.

Yksityiskohtaisempaa tietoa kierrätyksestä saa [kierratys.info](http://kierratys.info) internetsivustolta.

#### 5.4 Kauneushoitolan puhtaanapito

Kaikki käyttämämme kemikaali kulkeutuu huuhteluveden mukana viemäristä lopulta järviin ja meriin. Vesistöissä ne kuormittavat ympäristöä ja esimerkiksi kalojen mukana päätyvät ruokapöytiimme.

Terveystarkastaja pitää huolen siitä, että kauneushoitolassa on kaikki tarvittava hygieniseen ja turvalliseen työskentelyyn. Hoitolassa on oltava välineiden sterilointia varten joko höyry- tai kuumasterilaattori sekä desinfiointia varten desinfiointiliuos. Vaihtoehtoisesti käytössä voi olla kertakäyttöiset steriilit välineet, mutta kestävän kehityksen mukaisessa kauneushoitolassa näitä tulisi välttää. Terveystarkastaja ei osannut vastata onko bioalkoholissa tarvittava

määrä desinfiioivaa vaikutusta, mutta toistaiseksi se on riittävä ja luonnonmukainen vaihtoehto kunnes uutta tietoa tulee.

Haihtuvia orgaanisia yhdisteitä sisältävät puhdistustuotteet ovat vaarallisia ja voivat hengittäessä aiheuttaa silmien, nenän ja kurkun ärsytystä ja pahoinvointia. Pahimmassa tapauksessa ne voivat aiheuttaa myös sisäelin ja keskushermostohäiriöitä (Naik, A. 2009 39.) Jos puhdistustuotepakkauksen kyljessä on maininta ”haitallinen” tai ”ärsyttävä”, sisältää tuote näitä yhdisteitä. Hoitolan voi pitää puhtaana luonnonmukaisilla puhdistusaineilla ja käyttää sellaisia työtapoja ja apuvälineitä jotka kuormittavat ympäristöä mahdollisimman vähän. Siivousvälineitä valittaessa huomioidaan kestävyys ja monikäyttöisyys, näitä ovat esimerkiksi mikrokuituliinat ja tukevat mopit. Ympäristöystävällinen siivous pohjautuu säännöllisyyteen koska pinttyynyttä likaa joutuu puhdistamaan kauemmin ja ehkä vahvoilla kemikaaleilla.

Ympäristöystävällisiä puhdistustuotteita on markkinoilla paljon ja esimerkiksi Joutsemerkillä (pohjoismainen ympäristömerkki) varustetut puhdistustuotteet keventävät siivouksen aiheuttamaa kuormaa ympäristölle. Markkinoilla olevien puhdistustuotteiden sijasta ja rinnalla voi käyttää myös elintarvikkeita, kuten etikkaa ja sitruunaa sekä ruokasoodaa. Näitä tuotteita käyttämällä säästää energiaa ja rahaa mutta saa puhdasta jälkeä ja pitää sisäilman raikkaana.

Valkoviinietikka ja mallasviinietikka käy veteen laimentamalla rasvan poistoon sekä mietona desingointiaineena. Loistava yleispuhdistusaine.

Sitruunamehu poistaa kalkin kaakeleista ja sillä voi valkaista puupintoja. Yleispuhdistusaineena laimentamalla veteen.

Ruokasooda poistaa tekstiileistä tahrat ja veteen laimentamalla poistaa pinttyneen lian ja rasvan.

Myös teepuuöljy on desinfiioiva ja antiseptinen, hyvä lisä kaikkeen siivoukseen laimentamalla suureen määrään vettä.

Pyykkien pesuun pesupähkinät (*Sapindus* –sukuun kuuluvan puun hedelmä) sekä sappisaippua ovat ekologiset vaihtoehdot muiden ympäristöystävällisten

pesuaineiden rinnalla. Terveystarkastajan mukaan pyyhkeet tulee olla toimenpidekohtaiset ja ne pitää pestä heti hoidon jälkeen.

### 5.5 Vesi ja sähkö

Vaikka Suomessa ei vielä olekaan pulaa vedestä, on sen säästämällä paljon ympäristöetuja. Kauneushoitolassa ei töitä pysty tekemään ilman vettä, se on selvää. Mutta asentamalla hanoihin yksitehohanat sekä virtauksenrajoittimet säästää noin 25% vettä. Valittaessa pyykinpesukonetta on huomioitava kuinka paljon se kuluttaa niin vettä kuin sähköäkin ja valittava energiatehokas laite.

Käyttämättöminä virtaa tuhlaavat laitteet aiheuttavat saman verran hiilidioksidipäästöjä kuin 1,2 miljoonaa pitkän matkan lentoa. Päivittäin käyttämämme energian lähteet ovat loppumassa maailmasta joten energiansäästö on aloitettava ja uusiutuvien energialähteiden käyttö otettava käyttöön. Näitä uusiutuvia energialähteitä on tuulienergia, aurinkoenergia ja vesivoima. Myös maalämpö lasketaan uusiutuviin energialähteisiin. (Naik, A. 2009 168-169.)

Myös toimitilojen energiankulutusta lämmitys- ja ilmastointimenetelmien ja toimintojen kannalta tulee miettiä ekologiselta näkökannalta.

Ekokosmetologeilla ei ole käytössä sähköisiä hoitolaitteita, kuten vartalonhoito tai –kasvohoitolaitteita, mutta suurimmalla osalla on tietokone sekä puhelin. Pöytätietokone käyttää enemmän energiaa kuin kannettava tietokone eikä kannettavan tietokoneen prosessorit kehitä niin paljon lämpöä kuin pöytätietokoneen. Myös puhelinta valittaessa on hyvä miettiä laitteen käyttöikä sekä valmistajan eettiset periaatteet.

## 5.6 Sisustus

Kauneushoitolan sisustus ja tyyli on aina omistajansa näköinen. Yleinen käsitys valkoisesta ja steriilistä, sairaalamaisesta, kauneushoitolasta on pikkuhiljaa väistymässä ja tilalle on tulleet persoonalliset ja kodikkaat hoitolat.

Kestävän kehityksen mukaisen kauneushoitolan sisustuksessa otetaan huomioon kaikki, aina maalipinnoista tekstiileihin. Perinteisissä maaleissa ja lakoissa on VOC-yhdisteitä jotka voivat aiheuttaa hengityselinten ja ihon ärsytystä sekä muita oireita kuten pahoinvointia. Näiden hiiliyhdisteiden lisäksi useimmat näistä maaleista on valmistettu myrkyllisistä kemikaaleista jotka ovat peräisin uusiutumattomista luonnonvaroista. Ympäristöystävällisessä maalissa ei ole formaldehydiä ja niissä on maininta ”ekomaali”. Tällaiset maalit ovat valmistettu luonnon raaka-aineista kuten savesta ja pellavaöljystä. Maali vaikuttaa vielä pitkään kuivuttuaan huoneilmaan, joten on tärkeää valita terveydelle ja luonnolle hyvä tuote. (Naik, A. 2009 132.)

Huonekaluja valitessa tärkeintä on tietenkin tyyli ja toimivuus. Nämä kaksi ei kuitenkaan pois sulje kierrätystä ja luontoystävällisyyttä. Internetissä on paljon erilaisia jälleenmyyntisivustoja joista saa hyvällä hinnalla toimivia huonekaluja ja hoitolalaitteita. Uusissa huonekaluissa bambu on materiaalina paras, 100% biohajoava ja uusiutuva. Se on nopeimmin kasvava puulaji ja se on hyvin kestävä.

Hoitolan käyttöön voi hyvin ottaa kierrätettyjä ja lahjoituksina saatuja tekstiilejä. Lakanoiden ja pyyhkeiden käyttömukavuus lisääntyy käyttökertojen mukana. Uusia tekstiilejä ostaessa on hyvä tutustua eri materiaaleihin ja niiden kasvatusmenetelmiin. Esimerkiksi perinteisen puuvillanviljely kuluttaa reilu 22% kaikista maailmassa käytetyistä hyönteismyrkyistä ja 10% kaikista tuholaismyrkyistä. Polyesteri valmistetaan täysin petrokemiallisesti eikä ole biohajoava, nylon aiheuttaa 50% EU:n typpioksidipäästöistä (Naik, A. 2009 61.) Ekotekstiileiksi/ ekokuiduiksi lasketaan kuidut jotka uusiutuvat suhteellisen lyhyessä ajassa. Näitä on hamppu, luomuvilla, soijasiikki, bambu,

kierrätysfleece (valmistetaan kierrätetyistä muovipulloista) sekä reilun kaupan puuvilla.

Hoitolaa sisustaessa on tärkeää muistaa ergonomia sekä työolosuhteet. Työntekijän hyvinvointi on avainasemassa toimeentulevassa yrityksessä. Hoitopedin tulee olla säädettävä, samoin työtasojen asettelua ja korkeuksia tulee pohtia. Työtasot sekä pedit tulee olla helposti puhdistettavia ja niiden toiminnasta tulee pitää hyvää huolta.

### 5.7 Asiakaspalvelu ja markkinointi

Asiakaspalvelussa korostuu kestävän kehityksen sosiaalinen puoli. Hyvä asiakaspalvelija osaa ottaa huomioon asiakkaan kokonaisuutena, mutta sosiaalinen kestävyys korostuu esimerkiksi asiakkaan erityistarpeiden tunnistamisessa, eri kulttuuritaustaisten ihmisten kohtaamisessa ja asiakkaiden erilaisten elämäntilanteiden ymmärtämisessä. Erityisesti kotimaisen kulttuuriperinteen ja käsityön tunteminen ja sen vaaliminen ja edistäminen työssä on tärkeää.

Asiakaspalvelun näkökulmasta kestävä kehitys tulee esille myös ammattietiikan noudattamisessa. Tällöin korostuu entisestään vaitiolovelvollisuuden sekä kuluttajasuojasäädöksiä ja lakien hallitseminen ja noudattaminen.

Tuote- ja palvelukokonaisuuksien suunnittelu on iso osa asiakaspalvelua. Ekokosmetologin on hyvä olla tietoinen oman asiakaskunnan tarpeista ja muokata palveluitaan tarpeen vaatiessa. Palveluiden ja tuotteiden rajaaminen on tärkeää niin taloudellisesti kuin eettisestikin. Ekokosmetologi ymmärtää omien valintojen vaikutukset tulevaisuuteen ja ennakoi ammattialaan liittyvät muutokset ja niiden tuomat vaikutukset. Työskentelyperiaatteeseen kuuluu pitkän ajanjakson ihon- ja terveydenhoitokäsité. Asiakkaat sitoutetaan hoitamaan ihoaan ja hyvinvointiaan pitkän ajan tähtäimellä, ei pikahoidoilla ja katteettomilla ”tässä ja heti” –lupauksilla. Opastetaan asiakasta kokeilemaan tuotteita ja käyttämään ne loppuun. Tuotteiden pitää olla asiakkaan tarpeille sopivia mutta myös tuoda käyttäjälleen hyvä olo.



Mainostaessa ekologista kauneushoitola on muistettava monta asiaa perinteisten suositusten lisäksi. On selvitettävä vastaako ja tukeeko viestintä ja markkinointi yrityksen liiketoiminnan ekologisia periaatteita ja tavoitteita. On myös hyvä selvittää minkälaisessa julkisuudessa yritys toivoo näkyvänsä. Yrityksen täytyy pitää mielessä myös sidosryhmien kanssa käytävää markkinointia, asiakaspalvelusta lähtien. Onnistunut ekologinen markkinointi on luotettavaa, tuote/palvelu toimii niin kuin väitetään. Yrityksen toiminta on läpinäkyvää ja se edistää vastuullista toimintaa jokapäiväisissä toiminnoissaan. Ympäristöystävällisen mainonnan tulee olla todenmukaista ja tarkkaa, sen tieto on oltava todennettavissa. Tieto on oltava olennaista ja selkeää sekä yksiselitteistä. Mitä paremmin mainonta löytää kohderyhmänsä, sitä ekologisempaa se on. Kohdentamalla oikein säästetään siis rahaa ja luontoa. Tämä koskee niin printtimediaa kuin sähköistä mainontaa.

## 5.8 Linkkivinkit

Kestävästä kehityksestä, kierrätyksestä ja luonnonmukaisista tuotteista löytyy paljon tietoa niin printtimediasta kuin internetistä. Kokosin tähän alle muutamia internetsivuja, joista löytyy helposti lisätietoja:

Ympäristöasiaa ja kierrätystä:

- Ympäristöministeriö ja alueelliset ympäristökeskukset [www.ymparisto.fi](http://www.ymparisto.fi)
- Pääkaupunkiseudun kierrätyskeskukset ja jätteidenlajitteluasemat [www.ytv.fi](http://www.ytv.fi)
- Ympäristövalintoja [www.ilmastotalkoot.fi](http://www.ilmastotalkoot.fi)
- Eettisen kuluttajan valinnat [www.eettinenkuluttaja.fi](http://www.eettinenkuluttaja.fi)
- Maan ystävät [www.maanystavat.fi](http://www.maanystavat.fi)
- Yritysten ympäristövastuu [www.ymparisto.fi/yritykset](http://www.ymparisto.fi/yritykset)
- Kierrätysasiaa [www.kierratys.info](http://www.kierratys.info)

- Terveyden ja hyvinvoinnin laitos [www.thl.fi](http://www.thl.fi)
- Elinkeino- ympäristö- ja liikennekeskus [www.ely-keskus.fi](http://www.ely-keskus.fi)

Ympäristötietoista kuluttamista:

- Ruohonjuuri –kauppa [www.ruohonjuuri.fi](http://www.ruohonjuuri.fi)
- Vihreä kosmetiikka [www.vihreakosmetiikka.fi](http://www.vihreakosmetiikka.fi)
- Reilua kauppaa [www.maailmankaupat.fi](http://www.maailmankaupat.fi)
- Vihreät vaatteet [www.vihreatvaatteet.com](http://www.vihreatvaatteet.com)
- Uula Ekomaalit ja kyllästeet [www.uula.fi](http://www.uula.fi)
- Ekologisenpi elämä [www.kulutus.fi](http://www.kulutus.fi)
- Ekologista ja tyylikästä [www.kemikaalicocktail.fi](http://www.kemikaalicocktail.fi)
- Reilu kauppa [www.reilukauppa.fi](http://www.reilukauppa.fi)
- Nettikaupat [www.netti-kaupat.com/kategoria/ekologiset-second-hand-ja-vintage](http://www.netti-kaupat.com/kategoria/ekologiset-second-hand-ja-vintage)
- Suomenluonnonsuojeluliitto  
[www.sll.fi/luonnonsuojelija/lehtiarkisto/2015/1\\_2015/weecos](http://www.sll.fi/luonnonsuojelija/lehtiarkisto/2015/1_2015/weecos)

Lisäksi:

- Kestävä kehitys <http://oppiminen.yle.fi/yhteinen-ymparisto/mita-on-kestava-kehitys>
- Ekosmetologikoulutus <http://yrkeskunnig.substans.fi/tag/ekokosmetologi/>
- Oletko sinä ekologinen kuluttaja <http://kotiliesi.fi/puheenaiheet/kotiliesi-kysyy/oletko-sina-ekologinen-kuluttaja>

## 6 POHDINTAA

Olen kuluneen vuoden aikana suorittanut suurimman osan kosmetologeille tarkoitettusta ammatillisesta täydennyskoulutuksesta, Ekokosmetologin koulutuksesta. Tämä koulutus avasi silmiäni lisää kestäväen kehityksen mukaisen toiminnan tärkeydestä jokapäiväisessä elämässämme, kuin myös kauneudenhoitoalalla.

Valitsin tämän opinnäytetyön aiheen itsekkäistä syistä; haluan oppia toimimaan ympäristöystävällisemmin ja olla alallamme esimerkinantaja. Puhtaasti kauneudehoitoalaan liittyvää kirjallisuutta ei aiheesta juuri löytynyt, yleistä yritysvastuusta ja ympäristövastuusta kyllä löytyy paljon. Internetlähteitä aiheesta on paljon, mutta niiden luotettavuuden vuoksi käytin vain muutamia. Valitettavasti suurin osa ekokosmetologeista joihin otin yhteyttä haastattelun tiimoilta, eivät palanneet asiaan enkä näin ollen saanut kokoon montaa haastattelua. Uskon vastaamattomuuteen vaikuttavan alalla vallitseva kateus ja ajatusmaailma että ”kollega vie ideani”. Tähän törmäsin keskustellessani asioista opiskelutovereideni sekä maahantuojien kanssa.

Mediassa on viime aikoina ollut paljon puhetta luonnonkosmetiikasta ja synteettisestä kosmetiikasta sekä näiden vaaroista. Itse en nähnyt tämän opinnäytetyön päällimmäiseksi tarkoitukseksi keskittyä laajalti kosmetiikkaan, vaan sivusin tuotesarjoja sekä luonnonkosmetiikkaa osana kauneushoitolan asioita. Näen tärkeämmäksi pohtia millä muilla toiminnoilla ja tavoilla kauneushoitolasta saisi vastuullisen liiketoiminnan määreitten mukaisen.

Toivon viimeisessä kappaleessa antamani vinkit hyödylliseksi jo kauneushoitolan olemassa olevalle yrittäjälle kuin myös aloitteleville yrittäjille.

Tulevaisuus rakentuu siitä, miten me yksilönä ja miten me kaikki yhdessä toimimme ja millaisia valintoja teemme.

## LÄHTEET

### Sähköiset verkkolähteet

Kuluttaja- ja kilpailuvirasto. 2014. Tosiväitteet ja vertailut markkinoinnissa. Viitattu 2.3.2015

<http://www.kkv.fi/Tietoa-ja-ohjeita/Markkinointi-ja-mainonta/tosiasiavaitteet-ja-vertailut/>

Ekonomilehti. 2015. Lohas kuluttajaryhmän merkitys markkinoinnissa kasvaa myös Suomessa. Viitattu 2.3.2015

<http://www.ekonomilehti.fi/lohas-on-muhiva-mahdollisuus-markkinoinnissa/>

Dagmar. 2009. Ekologista mainontaa. viitattu 7.3.2015

<http://www.dagmar.fi/uutiset/ekologista-mainontaa>

Elintarvikealan tiede- ja ammattilehti. 2015. Ympäristöjohtaminen näkyy yritysten tuloksessa plussana. Viitattu 9.3.2015

<http://kehittyvaelintarvike.fi/teemajutut/24-ymparistojohtaminen-nakyy-yritysten-tuloksessa-plussana>

Työsuojelurahasto. 2002. Työsuojelun ja ympäristöjohtamisen yhdistäminen vaatii johdon sitoutumista. Viitattu 9.3.2015

<http://www.tsr.fi/tutkimustietoa/tata-tutkitaan/hanke?h=97279>

FIBS Yritysverkosto. 2013. Yritysvastuun sanasto. Viitattu 9.3.2015

<http://www.fibsry.fi/fi/yritysvastuu/yritysvastuusanasto#Y>

Suomen Ekokosmetologit ry. 2015. Yhdistyksemme. Viitattu 13.3.2015

<http://www.ekokosmetologit.fi/yhdistyksemme/>

Pro Luonnonkosmetiikka ry. 2015. Sertifiointit. Viitattu 3.5.2015

<http://www.luonnonkosmetiikka.fi/sertifiointit/>

FI-Natura. 2014. Viitattu 6.5.2015

<http://www.finatura.com>

Terveysten- ja hyvinvoinnin laitos. 2014. Ftalaatit. Viitattu 16.5.2015

<https://www.thl.fi/fi/web/ymparistoterveys/ymparistomyrkyt/tarkempaa-tietoa-ymparistomyrkyista/ftalaatit>

#### Kirjallisuuslähteet

Bergström, S., Leppänen, A. 2007. Yrityksen asiakasmarkkinointi. Helsinki Edita Prima

Juutinen, S., Steiner, M-L. 2010. Strateginen yritysvastuu. Juva WS Bookwell Oy

Ketola, T. 2005. Vastuullinen liiketoiminta, sanoista teoksi. Helsinki Edita Prima

Lampikoski, T., Sippo, J. 2013. Vihreä aalto. Kauppakamari. Viro Meedia Zone OU

Naik, A. 2009. Laiskan Lissun opas ekoelämään. Porvoo WS Bookwell

Shingler, N. 2013 Marjoja ja Maskaraa. Norhaven. Tanska

#### Lehtilähteet

Helsingin Sanomat, 18.4.2015 A 13 Susanna Kosonen

#### KUVAT

Kuva 1 [http://www03.edu.fi/aineistot/keke/images/Keke-ulottuvuudet\\_ammop.jpg](http://www03.edu.fi/aineistot/keke/images/Keke-ulottuvuudet_ammop.jpg)

Kuva 2 Lampikoski, T., Sippo, J. 2013. Vihreä aalto. Kauppakamari. Viro Meedia Zone OU (sivu 195)