



**LAUREA**  
AMMATTIKORKEAKOULU  
*Yhdessä enemmän*

# Taustaselvitys ekokauneuspalvelumetodin luomiselle

Hinttala, Minna

2015 Tikkurila

Laurea-ammattikorkeakoulu  
Tikkurila

## Taustaselvitys ekokauneuspalvelumetodin luomiselle

Minna Hinttala  
Estenomi  
Opinnäytetyö  
Marraskuu, 2015

Laurea-ammattikorkeakoulu  
Laurea Tikkurila  
Estenomi

Tiivistelmä

Minna Hinttala

### Taustaselvitys ekokauneuspalvelumetodin luomiselle

Vuosi 2015 Sivumäärä 48

---

Tämä opinnäytetyö on taustaselvitys toimeksiantajan kehittämälle ekologiselle kauneudenhoitopalvelumetodille. Opinnäytetyön tavoitteena oli selvittää ekologisten kauneudenhoitopalveluiden tämänhetkistä tarjontaa, ekologisia kauneudenhoitotuotteita ja -palveluita kuluttavien asiakkaiden profiilia sekä heidän kauneudenhoitollisia tarpeitaan. Lisäksi tavoitteena oli saada selville kauneudenhoitoalan ammattilaisten osaamistarpeita ekologiseen kauneudenhoitoon liittyen. Taustaselvityksen osana tehtiin laadullinen haastattelututkimus haastattelemalla neljää ekologisten kauneudenhoitotuotteiden tai -palvelujen parissa työskentelevää kauneudenhoitoalan ammattilaista. Opinnäytetyön toimeksiantajana oli Hyvinvoinnin koulutusakatemia I.L.O., joka kehittää opinnäytetyön selvitystyön pohjalta oman ekologisen kauneudenhoitopalvelumetodin ja metodin koulutuksen, jota tarjotaan kauneudenhoitoalalla toimiville yrittäjäasiakkaille.

Ekologisten kauneudenhoitopalvelujen tarjonta laajenee jatkuvasti. Haastattelujen perusteella suurin ekologista kauneudenhoitoa kuluttava ryhmä ovat 25-45-vuotiaat naiset, joilla ekologinen kauneudenhoito on osa laajempaa kiinnostusta omaan kokonaisvaltaiseen hyvinvointiin. Ekologisia tuotteita kuluttavat asiakkaat ovat kiinnostuneita ennen kaikkea kosmetiikan turvallisuudesta ja toimivuudesta. Yritystoiminnassa ekologisuus voidaan huomioida tuote- ja menetelmävalinnoilla sekä valitsemalla uusiutuvista luonnonvaroista valmistettuja materiaaleja sekä pitkäikäisiä ja kierrätettäviä huonekaluja. Kauneudenhoitoalan ammattilaisten lisäkoulustarpeet liittyvät etenkin asiakkaiden laaja-alaiseen ohjaukseen ja kosmetiikan ainesosien tuntemukseen.

Asiasanat: Kauneudenhoito, kauneudenhoitoala, hiusala, ekologisuus, kokonaisvaltaisuus

Laurea University of Applied Sciences  
Laurea Tikkurila  
Degree Programme in Beauty and Cosmetics

Abstract

Minna Hinttala

**A review of ecological beauty care service**

Year	2015	Pages	48
------	------	-------	----

---

This bachelor's thesis is a background study for a new ecological beauty care service. The aim of this study was to investigate the current supply of ecological beauty care services, the profile of green consumers, as well as their beauty care needs. The second aim was to discuss the training needs of beauty care professionals in the ecological beauty industry. Four professionals working in the ecological beauty industry were interviewed for this background study. This thesis was assigned by Welfare Training Academy I.L.O., which will develop an ecological beauty care method and training for the method that is offered to the beauty industry business customers based to the thesis.

The ecological beauty care service supply is constantly expanding. Based on the interviews the largest consumer group using beauty care services is 25-45 years old women. Customers' interest in the ecological beauty care is often part of a greater interest in the overall well-being in this group. Green consumers are interested above all in the safety and effectiveness of cosmetic products. In business, ecology can be taken into account by using ecological products and beauty care methods and by choosing materials made from renewable resources as well as long-lasting and recyclable furniture. Additional training needs of beauty care professionals are linked particularly with wide-ranging customer guidance and knowledge of cosmetic ingredients.

Keywords: Beauty care, hair care, ecology, holistic

## Sisällys

1	Johdanto.....	6
2	Hyvinvoinnin koulutusakatemia I.L.O.....	7
3	Ekokauneus.....	8
4	Eettisyys ja ekologisuus kauneudenhoidossa .....	12
5	Ekokauneutta täydentävät osat .....	13
	5.1 Ravinto .....	15
	5.2 Muut elämäntavat.....	17
6	Kauneudenhoitoalan yritysten palvelutarjonta .....	18
	6.1 Ekokauneushoitoloiden palvelutarjonta.....	19
	6.2 Ekokampaamojen palvelutarjonta .....	19
7	Ekologiset materiaalit.....	21
8	Ekologiset kuluttajat .....	23
9	Kosmetiikan turvallisuus .....	25
10	Kauneudenhoitoalan koulutustarjonta .....	26
	10.1 Ammatilliset perustutkinnot ja ammattitutkinnot .....	26
	10.2 Jatko- ja täydennyskoulutus .....	27
	10.3 Muu koulutustarjonta.....	28
	10.4 Tulevaisuuden koulutustarpeet.....	29
11	Palvelun tuotteistaminen.....	30
	11.1 Palvelukonseptin luominen .....	32
	11.2 Palvelun laatu.....	33
	11.3 Brändin merkitys b-to-b markkinoinnissa .....	33
12	Ammattilaishaastattelut .....	36
13	Johtopäätökset .....	39
14	Pohdinta .....	41
	Lähteet .....	45
	Liitteet.....	49

## 1 Johdanto

Kauneudenhoitoalan sisällä on monia suuntauksia, joista yksi on ekologinen kauneudenhoito. Tämä niin sanottu ekokauneusala on vallannut yhä enemmän alaa kosmetiikkamarkkinoilta luonnonmukaisempien ihonhoitotuotteiden muodossa sekä ekologisuuden huomioimisessa yhä paremmin sekä kotihoidossa että kauneushoitoloissa tehtävissä hoidoissa. Tässä opinnäytetyössä perehdytään ekologiseen kauneudenhoitoon vertailematta sitä perinteiseen kauneudenhoitoon ja synteettisen kosmetiikan käyttöön.

Suomessa on jo tällä hetkellä ekokauneuspalveluita tarjoavia yrityksiä, jotka palvelevat ekologisen kauneuden kuluttajia. Aikaansa seuraava ammattilainen haluaa kehittyä omalla alallaan ja kouluttautua asiakkaiden tarpeiden mukaan. Kauneudenhoitoalan tutkinnon suorittaneille ammattilaisille tarjotaan mm. ekokampaajan ja ekokosmetologin opintoja. Tarvetta on myös erilaisille lyhempikestoisille koulutuksille, joiden avulla kauneudenhoitoalan ammattilaiset voivat laajentaa omaa palveluntarjontaansa asiakkaille.

Tämän opinnäytetyön tarkoituksena on selvittää ekologisen kauneudenhoitopalvelun suunnittelussa huomioitavia asioita. Opinnäytetyö tehdään I.L.O.-konsultoinnille. Kyseessä on kauneudenhoitoalan lisäkoulutusta järjestävä yritys. Yritys kehittää omaa ekokauneuspalvelumetodia ja siihen liittyvää koulutusta kauneudenhoitoalan ammattilaisille. Opinnäytetyön avulla selvitetään jo tarjolla olevia ekologisia kauneudenhoitopalveluita sekä palveluiden suunnittelussa huomioon otettavia asioita. Työn avulla kartoitetaan asiakkaiden tarpeita ekokauneuteen liittyen, jotta kehitettävästä palvelumetodista voidaan luoda kysytty tuote. Samalla etsitään ammattilaisten koulutustarpeita ekokauneuden osalta.

Opinnäytetyö toimii taustaselvityksenä uuden palvelun kehittämiseksi. Toimeksiantajayritys kehittää opinnäytetyön pohjalta oman kokonaisvaltaisen ekologisen kauneudenhoitopalvelun, ekokauneus-palvelumetodin. Palvelumetodista kehitetään kokonaisvaltainen palvelu, jossa huomioidaan elämäntilanteeseen liittyvä ja ravitsemuksellinen alkukartoitus, hoidon kulku sekä asiakkaan opastus ja ohjaus. Osana metodin kehittelyä huomioidaan myös hoitolamiljö, työasu ja tarvittavat hoitolatekstiilit. I.L.O.-konsultointi luo lisäksi palvelumetodista koulutuksen, jota tarjotaan kauneudenhoitoalan palveluyrityksissä työskenteleville ammattilaisille. Koulutuksen myötä ammattilaiset voivat tarjota valmiiksi suunniteltua ekokauneus-palvelumetodia omille asiakkailleen.

Opinnäytetyö on toteutettu laadullisena tutkimuksena perehtymällä teorialähteisiin sekä haastattelemalla neljää ekologisten kauneudenhoitotuotteiden tai -palvelujen parissa työskentelevää kauneudenhoitoalan ammattilaista. Haastattelujen tavoitteena oli koota yhteen asioita, joita tulee huomioida suunniteltaessa kauneudenhoitoalan palveluita asiakkaille, jot-

ka ovat ekologisesti tietoisia kuluttajia tai luonnonkosmetiikkaa suosivia kuluttajia. Keskeistä oli selvittää luonnonkosmetiikkaa kuluttavien ja luonnonmukaisiin kauneudenhoitopalveluihin hakeutuvien asiakkaiden profiilia ja käyttäytymistä sekä ammattilaisten näkemyksiä kehittämiskohteista palvelutarjonnassa ja omassa osaamisessa.

Toimeksiantajayrityksen pääosaamisalaa ja myös pääkohderyhmä ovat kosmetologit. Tämän vuoksi selvitystyö kohdistuu pääosin kosmetologien työnkuvaan. Myös hiusalan ammattilaiset voivat laajentaa palveluntarjontaansa myöhemmin luotavan ekokauneusmetodin avulla. Tämän vuoksi opinnäytetyössä käsitellään osittain myös hiusalan koulutusta ja palvelutarjontaa.

## 2 Hyvinvoinnin koulutusakatemia I.L.O.

Opinnäytetyön toimeksiantaja on Hyvinvoinnin Koulutusakatemia I.L.O. Yritys tuottaa koulutus- ja konsultointipalveluja kauneudenhoitoalan sekä muiden hoitoalojen työntekijöille. I.L.O. tulee sanoista innostu, luo ja onnistu. Koulutuspalvelujen kohderyhmään kuuluvat kosmetologien ja kampaajien lisäksi hierojat, fysioterapeutit, jalkojenhoitajat, luontaishoitoalan hoitajat ja terapeutit sekä terveydenhoitoalan henkilöstö. Koulutukset ovat ammatillista täydennyskoulutusta, joka sopii myös vaihtoehtoisista hoitomuodoista kiinnostuneille ja mahdollisesti alalle suuntaaville henkilöille. I.L.O.:n koulutus- ja konsultaatiopalveluissa korostuvat liiketoiminnan ja yrittäjyyden merkitys sekä kokonaisvaltaisen asiakaspalvelun ja asiakasohjauksen kehittäminen. (Hyvinvoinnin koulutusakatemia I.L.O. 2015.)

Yrityksen tarjoaman täydennyskoulutuksen kautta asiakas voi täydentää omaa ammatillista osaamistaan esimerkiksi akupainelulla ja kiinalaisen lääketieteen perusteilla, aromaterapian opinnoilla tai itämaisien pään- ja kasvojenhieronnan opinnoilla. Näiden lisäksi I.L.O. kouluttaa rentouttavan kasvohoitokokonaisuuden toteuttamista sekä ayurvedan perusteita. Koulutus vahvistaa ammatillista osaamista vaihtoehtoisissa ja luonnonmukaisissa hoidoissa sekä itsensä hoitamisessa ja lisää hyvinvointia sekä työntekijälle että hänen asiakkailleen. (Hyvinvoinnin koulutusakatemia I.L.O. 2015.)

Konsultointipalveluiden avulla mikroyritykset voivat kehittää käytännönläheisesti omaa liiketoimintaansa ja ratkaista mahdollisia yritystoiminnan ongelmakohtia. Osana konsultointipalveluja pidetään ammatillisia aamuja kauneudenhoitoalan ammattilaisille ja täydentävistä hoitomuodoista kiinnostuneille henkilöille. Ammatilliset aamut ovat samalla verkostoitumista- pahtumia, jossa käsitellään vaihtuvia aiheita. (Hyvinvoinnin koulutusakatemia I.L.O. 2015.)

### 3 Ekokauneus

Tässä opinnäytetyössä käytetään ekologisuus-sanasta johdettua ekokauneus-käsitettä kattamaan laajasti kauneudenhoitoalaan kuuluvia tuotteita ja palveluita, jotka on tuotettu ihmisiä ja luontoa kunnioittaen. Ekokauneuden alle kuuluvat esimerkiksi luonnonmukaiset hoitomenetelmät, luonnonkosmetiikka ja kestävän kehityksen edistäminen osana kauneudenhoitoa. Ekokauneuden yhteydessä käytetään myös käsitteitä vihreä kosmetiikka ja ekologinen kauneudenhoito.

Kuluttajat kiinnittävät yhä enemmän valinnoissaan huomiota terveyteen ja turvallisuuteen ja etsivät vaihtoehtoja. Ilmiön taustalla on ekologisten trendien vahva kasvu sekä yhä suurempi altistuminen kemianteollisuuden tuotteille. Etenkin hiusalalla käytettävät voimakkaat kemikaalit ovat herättäneet paljon keskustelua ja esimerkiksi hiusten värjäämistä hapeteväreillä ei suositella alle 16-vuotiaille. Myös kampaajien ammattisairaudet ovat lisääntyneet viime vuosina. Kuluttajien ympäristötietoisuuden ja terveysajattelun sekä tiedon lisääntyminen luonnontuotteiden terveysvaikutuksista luovat kasvunäkymiä luonnontuotealan yrittäjyydelle. Luonnontuotealan osaamisen lisääntyessä on saatu uusia raaka-aineita myös kosmetiikan käyttöön. (Partanen 2013, 19.)

Luonnonkosmetiikan myynti kasvaa voimakkaasti, jopa 20 % vuosivauhtia. Vuonna 2012 luonnonkosmetiikan tukkumyynti oli Suomessa 7,3 miljoonaa euroa. Vaikka monet yrtit soveltuvat sellaisenaan ihon ja hiusten hoitoon, valmiit tuotteet ovat suositumpia niiden helppouden sekä tieto-taidon puutteen vuoksi. (Partanen 2013, 27.)

Suomen Ekokosmetologit ry on kehitetty ylläpitämään ja kehittämään kestävän kehityksen periaatteiden mukaan tehtyä kauneudenhoitamista, johon kuuluvat sekä vastuullisuus, luonnonmukaisuus sekä kokonaisvaltaisuus. He ovat nimenneet seitsemän ekokosmetologin ammattiin kuuluvaa tärkeää laatutekijää. Nämä ovat kasvu, läsnäolo, korkea laatu, biosertifioitu luonnonkosmetiikka, sisäinen ja ulkoinen kauneus, rehellisyys ja puhtaus. Käytetyiltä tuotteilta vaaditaan ekologisuutta, luonnonmukaisia raaka-aineita, luomulaatuisuutta ja ympäristöystävällisyyttä. Yhdistyksen tavoitteena on edistää ekokosmetologien ammatillista kehittymistä ja yhteenkuuluvuutta jakamalla tietoa ja kehittämällä biosertifioitun luonnonkosmetiikan tunnettavuutta sekä ammattilaisten että kuluttajien joukossa. Yhdistyksen arvoissa korostuu myös halu edistää ihmisen kehon, mielen ja sielun hyvinvointia kokonaisvaltaisesti. Yhdistyksen jäsenet käyttävät työssään biosertifioitua luonnonkosmetiikkaa ja ovat perehtyneitä luonnonkosmetiikan ainesosiin. Näiden perusvaatimusten lisäksi yhteisesti sovittuja ekoeettisiä periaatteita ovat kauneudenhoito ihmistä ja luontoa kunnioittaen, käsityömäisyys ja läsnä olemisen taito, kuormittavien kemikaalien välttäminen sekä rehellinen ja avoin toiminta. (Suomen Ekokosmetologit ry 2015.)



Ekokampaajat ovat osa Suomen Ekoyrittäjä ry:tä, jonka tarkoituksena on edistää pienten ja keskisuurten yritysten ympäristövastuullista toimintaa. Yhdistyksen ekokampaajajäseniltä vaaditaan sekä hiusalalan peruskoulutus että ekokampaajakoulutus. Ekokampaajat haluavat edesauttaa hiustenhoitoa luontoa ja ihmistä kunnioittaen ja kestävän kehityksen periaatteita noudattaen. Ekokampaajien ekoettiset periaatteet ovat hyvin yhteneväiset ekokosmetologien periaatteiden kanssa. Ekokampaajien määrittelemiä periaatteita ovat hiusten hoitaminen luontoa ja ihmistä kunnioittaen, kasviperäisten, ekologisten ja biologisten tuotteiden suosiminen palvelutoiminnassa, jatkuva ammattitaidon ja asiantuntijuuden kehittäminen, käsityömyönteisyyden kunnioittaminen ja säilyttäminen, rehellisyys sekä kestävän kehityksen periaatteiden noudattaminen kaikessa toiminnassaan. (Suomen Ekoyrittäjät ry 2015.)

Edellisten järjestöjen lisäksi Suomen luontoyrittäjäverkosto ry lisää valtakunnallisesti luontoalan yritysten ja toimijoiden yhteistyötä. Luontoyrittäjät hyödyntävät toiminnassaan luonnon antimia ja luonnon tarjoamia elämyksiä. Verkosto edistää luontoyrittäjyyttä mm. tiedonvälityksen, alan esille nostamisen ja edunvalvonnan keinoin. Järjestys korostaa toiminnassaan asiakaslähtöistä, ammattimaista ja vastuullista yrittäjyyttä. (Partanen 2013, 26.)

Hiusalalle on kehitetty oma Safe Hair Salon-sertifikaatti, jonka kriteerien tarkoituksena on varmistaa toiminnan turvallisuus sekä kampaajan että hänen asiakkaiden näkökulmasta sekä edistää ympäristöystävällisiä arvoja ja kestävää kehitystä. Sertifikaatti käsittää sekä pakollisia että vapaaehtoisia kriteerejä. Hyvän ilman kampaamo®-merkintä puolestaan on Sim Sensitive-tuotteiden ympärille rakennettu tavaramerkki, joka takaa kampaamon raikkaan hengitysilman ja allergeenittomamman ympäristön. Näiden lisäksi Luotettava Kauneus on omavalvontajärjestelmä harmaata taloutta vastaan. (Partanen 2013, 35.)

Luonnonkosmetiikasta puhuttaessa tarkoitetaan tuotteita, joiden valmistuksessa ja koko elinkaareissa on huomioitu tuotteiden vaikutus ihmisiin ja luontoon. Euroopassa on useita riippumattomia järjestöjä, joiden vaatimukset luonnonkosmetiikka-sertifikaatin myöntämiselle vaihtelevat jonkin verran. Yleisimmät Euroopassa käytettävät sertifikaatit ovat BDIH, Ecocert, AIAB, Soil Association sekä NaTrue (kuvio 1). Keskeiset kriteerit luonnonkosmetiikalle ovat kuitenkin yhteneviä. Luonnonkosmetiikassa tulee suosia luonnollisia ja luomulaatuisia raaka-aineita ja raaka-aineiden tulee olla mahdollisimman vähän prosessoituja. Tuotteiden tulee rasittaa mahdollisimman vähän luontoa sekä valmistuksen, käytön että hävittämisen yhteydessä. Raaka-aineiden ja valmiiden tuotteiden testaaminen eläimillä on kiellettyä ja kuluttajille täytyy antaa täsmällistä ja oikeaa tietoa tuotteista. Luonnonkosmetiikasta on myös kielletty monia aineita. Näitä ovat mm. synteettiset hajusteet, väri-, ja säilöntäaineet, maaöljyperäiset raaka-aineet, PPG- ja PEG- yhdisteet, alkyylisulfaattit, synteettiset antioksidantit sekä synteettiset aurinkosuoja-aineet. (Pro luonnonkosmetiikka ry 2015.)

BDIH	Ecocert	AIAB	Soil Association	NaTrue
<p>Saksan teollisuuden ja kaupan liitto</p> <p>- vuonna 1996 määritetyt kattavat periaatteet asettavat tiukat vaatimukset raaka-aineille, tuotannolle ja ympäristölle</p> <p>- sertifiointivaatimusten ydin: seitsemän kosmeettisen tuotteen valmistukselle laadittua kriteeriä</p> <p>- luomulaatu vaaditaan tietyltä kasvipäristen ainesosien joukolta</p> <p>- tuotepohjien merkittävä osa kasviöljyjä ja kasviuutteita - &gt; monta hoitavaa ja vaikuttavaa ainesosaa, joilta vaaditaan luomulaatu: karitevoi, soija, seesam, jojoba, auringonkukka, oliivi, kehäkukka, kamomilla, piparminttu, ruusunmarja, rosmariini, salvia ja nokkonen</p> <p>- 60 % merkin tuotteista pitää olla sertifioituja, ennen kuin yksikään tuote saa leiman tai lasketaan markkinoille (koko merkki profiloituu luonnonkosmetiikaksi)</p>	<p>Euroopan ja kansainvälisesti suurin riippumaton sertifiointielin</p> <p>- valvoo ja tarkastaa tuotteiden sisällön, raaka-aineet, tuotantoprosessin ja pakkauksen</p> <p>- Ecocertin säännösten perusteella myönnetään kaksi Ranskan tunnetuimmista sertifikaateista</p> <p>1. Cosmetique BIO: 10 % tuotteen ainesosista tulee olla luomuviljeltyjä. vähintään 95 % luonnontuotteista tai luonnosta peräisin olevista ainesosista</p> <p>2. Cosmetique ECO: 5 % tuotteen ainesosista tulee olla luomuviljeltyjä</p> <p>- Ecocert-merkin voi saada vaikka vain yksi tai muutama valmistajan tuotteista vastaa sertifiointikriteerejä</p>	<p>Italialainen luomualan valvova ja sertifi-kaatteja myöntävä järjestö</p> <p>- on sertifioinut luonnonkosmetiikkaa vuodesta 2005</p> <p>- kriteeristön mukaan tuotteiden ainesosien on oltava luomutuotannosta jos kotimaisilla markkinoilla on sellaisia saatavilla</p> <p>- logo: Cosmesi Bio Ecologica AIAB</p>	<p>Englantilaisten viljelijöiden 1946 perustama kestävä kehitystä edistävä järjestö</p> <p>- nykyään Ison-Britannian suurin luomusertifiointielin</p> <p>- kosmeettista tuotetta voi nimittää luonnonmukaiseksi (organic), jos 95 % sen ainesosista (vesi poisluettuna) on peräisin luomutuotannosta</p> <p>- tuotteeseen voidaan merkitä teksti ”x % organic ingredients”, jos vähintään 70 % sen ainesosista (vesi poisluettuna) on peräisin luomutuotannosta</p>	<p>Eurooppalainen sertifiointielin, jonka tavoitteena on kansainvälisen standardin luominen</p> <p>- pyrkii lisäämään tietoisuutta luonnonmukaisten ainesosien merkityksestä kuluttajille ja ympäristölle</p> <p>- korkeimmassa NATRUE:n luomuluokituksessa luomuviljeltyjä valmistusaineita on yli 95 %</p> <p>- vettä ei lasketa luomuainesosiin mukaan, kuten joissakin muissa sertifiointitavoissa</p>

Kuvio 1: Luonnonkosmetiikan sertifiointitahoja ja -kriteerejä. (Partanen 2013, 30.)

Luomukosmetiikkatuotteissa on mahdollisimman suuri määrä nimenomaan luomuraaka-aineita. Luomukosmetiikka voi olla myös luonnonkosmetiikkaa, mikäli se ei sisällä luonnonkosmetiikassa kiellettyjä raaka-aineita. (Pro luonnonkosmetiikka ry 2015.) Luonnonmukaisesti tuotetut raaka-aineet säästävät jo kasvuvaiheessaan luonnon voimavaroja myös tuleville sukupolville (West & Monte 2011, 142).

Vegaanikosmetiikka ei sisällä eläinperäisiä ainesosia, mutta niissä voi olla mukana myös synteettisiä raaka-aineita. Yksi uusimmista kosmetiikan suuntauksista on nutrikosmetiikka, jolla tarkoitetaan ulkonäöstä ja kauneudesta huolehtimista sisäisesti käytettävien ravintolisien avulla. Nutrikosmetiikan tarkoitus on tehostaa perinteisten kosmetiikkatuotteiden vaikutusta ja huolehtia käyttäjänsä ihosta, hiuksista ja kynsistä. (Partanen 2013, 11.)

Luonnonkosmetiikan suosio näkyy mediassa, ekokaupoissa sekä luontaistuoteliikkeiden ja luonnonkosmetiikkavalikoimien laajenemisena. Myös useat perinteiset ja tunnetut kosmetiikkabrändit ovat huomioineet trendin tuotteissa ja niiden markkinoinnissa. Trendi näkyy kosmetiikan laajassa tarjonnassa. Brändit markkinoivat mm. luontaiskosmetiikkaa, luonnonkosmetiikkaa, luonnonmukaista kosmetiikkaa, vihreää kosmetiikkaa, bionomista kosmetiikkaa, kasvipohjaista kosmetiikkaa ja kasvien vaikutuksia hyödyntävää kosmetiikkaa. Raaka-aineiden ja tuotteiden luonnollisuus vaihtelee käytettyjen kemiallisten prosessien ja synteettisten ainesosien mukaan. (Partanen 2013, 27.)

Kosmetiikan luonnonmukaisuutta ja kasvipohjaisuutta hyödynnetään monella tavoin markkinoinnissa. Tuotteita voidaan markkinoida aivan laillisesti kasvipohjaisina, luonnonmukaisina tai korostaa vaikuttavien aineiden luonnollista alkuperää, vaikka mukana olisi myös synteettisiä raaka-aineita. Toisinaan luonnonmukaisten raaka-aineiden osuus voi olla hyvinkin pieni. Tällöin mainoksen synnyttämä mielikuva voi olla aivan toinen kuin tuote itsessään. Virheellisen mielikuvan tarjoamisesta kosmetiikanmarkkinoinnin yhteydessä käytetään nimitystä viherpesu. Sertifioinnit auttavat niitä kuluttajia ja ammattilaista, jotka haluavat valita mahdollisimman luonnollisista ainesosista valmistettua kosmetiikkaa. Sertifiointienkin kohdalla täytyy kuitenkin huomioida, onko sertifikaatti myönnetty koko tuotteelle vai pelkästään jollekin sen ainesosista. Lisäksi vain osa yrityksen tuotteista saattaa olla sertifioituja. (Partanen 2013, 31.)

Yksittäiset luonnontuotteet ovat luomukosmetiikalle tärkeä raaka-aine. Esimerkiksi erilaisia marjoja, kasviöljyjä ja kasviuutteita käytetään vaikuttavina aineina. Myös monet kosmetiikan apuaineet ovat peräisin luonnosta. Luonnosta peräisin olevat raaka-aineet voivat toimia esimerkiksi pehmentävinä, hoitavina tai säilyvyyttä edistävinä ainesosina. Monet luonnontuotteet sopivat hyvin kosmetiikkaan, koska ne ovat itsessään aktiivisia tehoaineita. Ne ovat myös luonnossa hajoavia ja sellaisenaan hyvän tuoksuisia, jolloin ylimääräisiä tuoksuaineita ei tarvita. (Partanen 2013, 27.)

Suomen luonnosta saadaan monia kasveja ja raaka-aineita kauneuden-, ihon- ja hiustenhoitoon. Ulkoisesti käytetään esimerkiksi nokkosta, koivua, tyrniä, rosmariinia, hunajaa, savea, turvetta, mehiläisvahaa ja useita kasviöljyjä. Sisäisesti voidaan nauttia kukkatippoja, yrtteitä ja kasviöljyjä. Monia yrttejä hyödynnetään lähinnä omatoimisesti ja luonnontuotteiden

käyttö sellaisenaan kaupallisessa palvelutoiminnassa on vähäistä. Luonnontuotteita voidaan kuitenkin käyttää ihmisen hyvän olon edistämiseen hoidoissa, kylvyissä, hauteina ja osana elämyksiä. (Partanen 2013, 23, 28.)

#### 4 Eettisyys ja ekologisuus kauneudenhoidossa

Ekologisuus voidaan huomioida kauneudenhoidossa monin eri tavoin. Hoitoloissa voidaan kiinnittää esimerkiksi huomiota energian säästämiseen vaihtamalla kaikki polttimot energiansäästölamppuihin. Valoja ei kannata myöskään pitää turhaan päällä ja käyttämättömiä laitteita ei kannata pitää valmiustilassa. Ikkunoiden ja ovien tiivistäminen vähentävät lämmönhukkaa samoin kuten paksumpien peitteiden ja vaatteiden käyttö tai vaikkapa taukojumppa sisäilman lämpötilan kohottamisen sijaan. Veden turhaa juoksuttamista kannattaa välttää. Veden kuluusta voi vähentää myös automaattisesti sulkeutuvilla hanoilla sekä hanoihin asennettavilla veden virtausta rajoittavilla lisäosilla. Tunnelma kannattaa luoda enemmän kynttilöillä kuin sähkölampuilla. (Stacey & Fairley 2008, 207.)

Kertakäyttöpyyhkeiden sijaan on hyvä suosia pestäviä pyyhkeitä. Myös kauneushoitoloiden perussiivouksessa voi suosia luonnollisia puhdistusaineita. Sitruunamehu, viinietikka ja sooda ovat käyttökelpoisia monessa kohteessa. Tavaroiden tai vaatteiden rikkoutuessa kannattaa aina tarkistaa ensisijaisesti korjaamisen mahdollisuus ja vasta sen jälkeen arvioida tarvetta hankkia uusi tuote tilalle. Samoin laatikoiden, pakkausten ja muiden tuotteiden kierrättäminen on aina järkevämpää kuin tavaran päätyminen ensimmäisen käyttökerran jälkeen kaatopaikalle. Kertakäyttöastioiden sijaan kannattaa suosia oikeita astioita mm. asiakastarjoiluissa. (Stacey & Fairley 2008, 207.)

Ekologisuus tai sen puute tulevat hyvin usein esille kauneudenhoitotuotteiden pakkausten yhteydessä. Tuotteiden pakkaamisessa on hyvä välttää maatumattomia muovikasseja ja ylimääräisiä muovikääreitä. Muovit ovat haitallisia etenkin merieliöiden, mutta myös muiden eliöiden kannalta päätyessään ravintoketjuun tai tukkimaan vesien virtauksia. Suositeltavampaa on käyttää kierrätettäviä tai biohajoavasta materiaalista valmistettavia kasseja. Pakkauksella on tärkeä merkitys mm. tuotepakkauksen kautta annettavan tuoteinformaation vuoksi, mutta tuotetta ei ole välttämätöntä pakata moninkertaisesti. Kosmetiikka saatetaan pakata tuubiin, pulloon tai purkkiin ja tämän lisäksi kääriä pahvilaatikkoon ja muovikääreeseen ja pakata se silkipaperissa kassiin. Ylimääräistä pakkausjätettä voidaan kuitenkin välttää ja kierrättää se, mikä ei ole vältettävissä. Paperiset ohjeet voidaan laittaa paperinkeräykseen ja lasiset ja metalliset pakkausmateriaalit voidaan kierrättää. Jotkin yritykset ovat myös järjestäneet omille muovipakkauksilleen kierrätysmahdollisuuden tai huomioineet pakkausmateriaalien minimoimisen muulla tavoin. Lush esimerkiksi myy tuotteitaan pakkaamalla ne vasta myyntihetkellä

paperipussiin. Tällaisten kiinteiden kosmetiikkatuotteiden myynnissä säästytään samalla veden kuljettamisesta tuotteiden mukana ympäri maailman. (Stacey & Fairley 2008, 12, 207.)

Eläinkokeiden käyttö valmiiden kosmetiikkatuotteiden testaamiseen on ollut kiellettyä EU:ssa vuodesta 2004 lähtien ja käytännössä näin on ollut jo ennen kiellon voimaan tuloa. Kosmetiikan ainesosien testaaminen eläinkokeilla kiellettiin kokonaan vuonna 2009 ja joidenkin monimutkaisempien testityyppien siirtymäaika päättyi 11.3.2013. Tämän jälkeen EU:ssa ei saa myydä kosmetiikkaa, jolle on tehtykieltojen jälkeen eläinkokeita. (Teknokemian yhdistys ry 2015.)

Myös luonnonkosmetiikka on eläinkokeetonta, vaikka se voi sisältää eläinperäisiä raaka-aineita. Tällaisia ovat esimerkiksi maito ja hunaja. Nämä eivät ole peräisin kuolleesta eläimestä tai niiden hankinta ei ole aiheuttanut eläimelle kärsimystä. (Shingler 2011, 232.) BDIH:n kriteerien mukaan 1.1.1998 jälkeen markkinoille tulleita raaka-aineita saa käyttää luonnonkosmetiikassa vain, jos niitä ei ole testattu eläinkokeilla. Ihonhoitotuotteiden testaaminen eläimillä on ollut kiellettyä kyseisestä päivästä alkaen. Meikkien osalta kiello on tullut voimaan jo vuonna 1986. (Stiens 2008, 21,168.)

## 5 Ekokauneutta täydentävät osat

Ekokauneus mielletään toisinaan pelkäksi ekologisten kauneudenhoitotuotteiden kuluttamiseksi. Etenkin ekokosmetologin koulutuksissa tuotetietouden lisäksi opiskellaan kokonaisvaltaista ihmiskäsitystä mm. chakrojen ja ayurvedisten hoitomenetelmien filosofian kautta. Opinnoissa perehdytään myös filosofiaa tukeviin hoitomuotoihin kuten intialaiseen päänhierontaan, imukuppihierontaan, eteeristen öljyjen käyttöön, erilaisiin stressinhallintakeinoihin sekä vyöhyketerapian perusteisiin. Opinnoissa läpikäydään myös happo-emästasyyppien merkitystä hyvinvoinnille ja tutustutaan muihin kokonaisvaltaisiin hoitomenetelmiin kuten värien ja kivien hoidolliseen käyttöön sekä äänen eheyttävään voimaan. (Suomen Kosmetologien yhdistyksen opisto 2015.) Vaikka täydentävien hoitomuotojen yhdistäminen osaksi ekokauneutta voi olla kauneudenhoitoalan ammattilaisille hyvinkin luontevaa, osa kuluttajista voi vieroksua tällaisia liitoksia (Huililehti 2015).

Kokonaisvaltainen kauneudenhoito voi siis sisältää edellä mainittuja vaihtoehtoisia hoitomuotoja, joita voidaan kutsua myös täydentäviksi hoitomuodoiksi, kansanparannushoidoiksi tai luontaishoidoiksi. Yhteistä näille hoidoille on että ne eivät kuulu tieteelliseen tutkimukseen perustuvan lääketieteen piiriin. Raja lääketieteen, vaihtoehtoisten hoitomuotojen ja hyvinvointipalvelujen välillä ei ole aina kovin selkeä. Osa aiemmin terveydenhoitoon liitettyistä hoitomuodoista on jo kauneudenhoitoalan ja hiusalan käytössä. (Partanen 2013, 11.)

Puhtaiden luonnonöljyjen käyttö on helppo tapa välttää ylimääräisiä kemikaaleja kauneudenhoidossa. Öljyjä saadaan kasveista, pähkinöistä ja siemenistä. Öljyt eivät tarvitse säilyäkseen säilöntäaineita, koska ne eivät sisällä bakteerien kasvun kannalta elintärkeää vettä. Öljyjä voidaan hyödyntää esimerkiksi meikinpoistossa ja ihon ja hiusten hoitamisessa. Niitä voidaan käyttää sellaisenaan tai yhdessä eteeristen öljyjen kanssa. Monet öljyalaadut soveltuvat hyvin iholle jättämättä rasvaisen tuntuista pintaa. Kasviöljyjen pieni molekyylikoko helpottaa niiden imeytymistä. (Stacey & Fairley 2008, 32.)

Eteeriset öljyt ovat kasveista puristamalla, haihduttamalla ja höyrytislaamalla saatavia öljyjä, joita käytetään aromaterapiassa. Yleensä nämä puhtaat luonnonöljyt laimennetaan pohjaöljyyn ennen käyttöä. Eteeriset öljyt vaikuttavat sekä ihon, hengityselimistöön että hajuainin kautta keskushermostoon ja limbiseen järjestelmään, joka säätelee tunteita ja autonomisen hermoston toimintaa. Eteeristen öljyjen vaikutukset voivat olla rauhoittavia, tasapainottavia tai aktivoivia valitusta öljystä riippuen. (Halsas-Lehto 2002, 333.) Aromaterapian lisäksi eteerisiä öljyjä voidaan hyödyntää hieronnassa, tuoksulyhdyissä, jalkakylvyissä, tuoksuna tai rituaaleissa (Luontoemo 2015).

Aromaattisten öljyjen tislauksen sivutuotteena saadaan kukkavesiä, joita voidaan käyttää kasvojen ja koko kehon virkistämiseen ja kasvovetenä. Hoidoissa niitä voidaan käyttää kasvo-kompressien kostuttamiseen. Kukkavedet toimivat myös tuoksuaineina iholla tai huoneilmasa. (Ruusupuu 2015.)

Ihohoidon kannalta on hyvä muistaa käytettyjen tuotteiden lisäksi hieronnan merkitys ihon hyvinvoinnille. Hieronnalla voidaan stimuloida verisuonistoa, lihaksia sekä ihon nesteitä kuljettavaa lymfajärjestelmää hoitotuotteiden imeyttämisen ohella. Kasvoakupunktuuri on toinen ihoa herättelevä hoitomuoto, joka voidaan tehdä kosmeettisena kauneudenhoitomuotona. Kasvoakupunktuurista on olemassa erilaisia suuntauksia, mutta sen keskeisenä tavoitteena on tasapainottaa ihon kautta ilmeneviä kehon epätasapainotiloja meridiaanien kautta. Tehokainta kasvoakupunktuuri on kuuriluontoisena. (Stacey & Fairley 2008, 23.)

Luonnonkosmetiikan meikkituotteet ovat usein mineraalimeikkejä. Puhtaat mineraalimeikit on tehty hienontamalla kaivosmineraaleista kuten titaniumdioxidista, micasta, rautaoksidsista ja jopa kullasta. Mikropulveroidut mineraalihiukkaset asettuvat ihon pinnalle litteästi toistensa päälle antaen ihon hengittää ja toimia normaalisti. Mineraalimeikkejä voidaan käyttää myös vaurioituneelle iholle pian leikkauksen tai voimakkaan kuorinnan jälkeen, koska niillä on tulehdusta ehkäiseviä vaikutuksia. Mineraalimeikit myös suojaavat jonkin verran auringon ultraviolettiäilyltä. Mineraalimeikkeinä markkinoidaan myös tuotteita, jotka eivät ole puhtaita mineraaleja. Lisäksi talkin ja alumiinin käyttöön mineraalimeikeissä saattaa liittyä joitakin

riskejä ja kaivostoiminta itsessään aiheuttaa tuhoa luonnonympäristölle. (Stacey & Fairley 2008, 50.)

Monien ihmisten iho on herkistynyt syystä tai toisesta. Sopivien ihonhoitotuotteiden valinnan lisäksi herkistyneen ihon hoidossa kannattaa kiinnittää huomiota myös muihin päivittäisiin rutiineihin. Esimerkiksi saippuan käyttöä tulisi välttää, koska se voi kuivattaa ihoa liikaa. Herkälle iholle ei kannata myöskään käyttää kuumaa vettä. Ihon kanssa kosketuksissa oleville kankaille ja vaatteille voi valita pesupähkinät perinteisen pyykinpesuaineen sijaan ja huuhteluaineen voi korvata viinietikalla. Myös siivouksessa voi suosia mietoja puhdistusaineita ja kylpyvaahdon sijaan voi kokeilla kylpyöljyä. Sen voi tehdä myös itse perusöljystä sekä eteerisistä öljyistä. Sopiva ilmankosteus helpottaa ihonkin kosteuspitoisuutta. Mikäli huoneen ilmankosteus on liian matala (alle 50 %), sitä voi nostaa esimerkiksi asettamalla avonaisen vessastian jonkin lämmönlähteen lähelle. Viileä huoneilma auttaa ilmankosteuden säilyttämistä. (Stacey & Fairley 2008, 24.)

Värit vaikuttavat ihmisen elimistöön, mielialaan ja tunteisiin. Esimerkiksi punainen kiihdyttää aisteja ja sininen rauhoittaa mieltä ja tunteita sekä hidastaa reaktioita. Vihreä tuo lohtua, oranssi iloa ja violetti innoitusta. Jokaisella värillä on siis omat ominaisuudet ja vaikutus ihmiseen. Värejä on käytetty hoitokeinona tuhansia vuosia ja niitä voidaan hyödyntää tehokkaasti tunnelmanluojana erilaisissa tiloissa. Värien tehon tiedostamalla voidaan hyödyntää niiden hyviä puolia. Värien avulla voidaan esimerkiksi kohottaa mielialaa, vapauttaa mielikuvitusta, kohentaa ympäristöä ja omaa ulkonäköä sekä lisätä hyvää oloa ja tätä kautta elämänlaatua. (Reid 2003, 7,12.)

Värien tavoin myös musiikki vaikuttaa tahdosta riippumatta meihin. Musiikki aktivoi aivoja ja tyylistä riippuen joko virkistää tai rauhoittaa olemustamme. Äänet voivat olla myös luonnonääniä, jotka vievät ajatusmaailman aivan toiseen ympäristöön. Nykylääketiede tunnustaa että musiikki edistää hyvinvointia ja lievittää jännitystä ja kipuja. Musiikilla on selvästi terapeuttisia vaikutuksia ja jo pelkkä passiivinen kuunteleminen lisää ihmisen rentoutumiskykyä. Musiikki näyttäisi myös lisäävän luovuutta. Musiikin avulla voidaan vähentää arkisia ajatuksia ja lisätä ajatusten ja tunteiden liikkumatilaa. (Vartiovaara 2006.)

## 5.1 Ravinto

Kokonaisvaltaiseen ekologiseen kauneudenhoitoon kuuluu olennaisesti ihonhoitotuotteiden lisäksi ruuat, joiden ainesosat on kasvatettu luonnonmukaisesti tai biodynaamisesti. Nämä ruuat tukevat ihon kauneutta, antamalla lisää energiaa, suojaamalla sairauksilta, auttamalla painonhallinnassa ja luomalla kokonaisvaltaista hyvää oloa. Useat lannoitteet ovat kemikaaleja, joiden avulla kasvusadosta saadaan runsaampi. Samalla lannoitteet köyhdyttävät maape-

rää. Luonnonmukaisessa viljelyssä maan ravinteikkuutta ylläpidetään käyttämällä lannoittamiseen orgaanista kompostia sekä kiertoviljelyllä, jolloin maaperä säilyy ravinteikkaana myös jälkipolville. Valitsemalla luonnonmukaisesti viljeltyjä ruokia saadaan painopistettä muutettua kuluttavasta viljelytavasta luontoa tervehdyttävään viljelytapaan. (West & Monte 2011, 141-142.)

Puhdas ruoka on hyvä valinta myös kehon kannalta ajateltuna. Saamme ruuan mukana monia ainesosia, jotka saattavat päätyä soluihin. Haitalliset kemikaalit kuten myös tupakointi, UV-säteily, muut ympäristömyrkyt ja stressi voivat aiheuttaa elimistössä reaktion, joka voi vaikuttaa koko kehossa ja näkyä ihosta mm. herkkyytenä, kuivuutena, ryppyinä ja juonteina sekä turvotuksena. Sokeri voi pahentaa tilannetta ja heikentää ihoa tukevia kollageeni- ja elastiinisiäikeitä. Sokerin ja ruuan mukana tulevien haitallisten kemikaalien vähentäminen voivat näkyä myös parempana ihon kuntona. Ruuassa on hyvä suosia omega-3 rasvahappoja sisältäviä ruoka-aineita, tuoreita vihanneksia ja marjoja. Rasvahappoja voi käyttää myös lisäravinteina. Nämä parantavat ihon kuntoa ja vähentävät tulehdusta kehossa. Eläinproteiinien määrää olisi hyvä rajoittaa ja välttää grillaamista, joka voi aikaansaada sokeriyhdisteitä ja karsinogeneenejä. Sokerin lisäksi on hyvä välttää sellaisia hiilihydraatteja, jotka nostavat veren sokeripitoisuutta nopeasti. Valkoisten jauhojen, prosessoitujen ruokien, transrasvojen ja kovetettujen kasvirasvojen käyttö tulisi minimoida. (Stacey & Fairley 2008, 19.)

Superruulla tarkoitetaan ruokia, joilla on erityisen suuri ravinnetiheys pienessä määrässä ruoka-aineita. Kyseessä on aina yksi raaka-aine, joka on mahdollisimman luonnollisessa olo-muodossa ja mielellään luomulaatuista tai villinä kasvavaa. Suomalaisissa metsissä kasvavat marjat ovat hyvä esimerkki suomalaisesta superruusta. Superruokia löytyy kaikilta mantereilta ja niitä on käytetty ravintona vuosituhansien ajan. Superruuat ovat usein väriltään tummia eikä niissä ole tuoteselostetta. (Shingler 2011, 157-158.) Superruusta esimerkiksi levät, kuten chlorella ja spirulina voivat parantaa ihon kuntoa merkittävästi. Niissä on runsaasti erilaisia ravinteita kuten proteiineja, vitamiineja, mineraaleja, välttämättömiä rasvahappoja ja aminohappoja, jotka ravitsevat ja puhdistavat kehoa. (Stacey & Fairley 2008, 19.)

Lähiruuan suosiminen on hyvä vaihtoehto kun halutaan turvallista, tuoretta ja maistuvaa ruokaa. Lähiruuan alkuperä, tuottaja ja valmistaja tiedetään. Lisäaineita ei tarvita, kun tuotteen kuljetus- ja säilytysaika ovat lyhyitä. Samalla fossiilisten polttoaineiden käyttö vähenee ja pakkausmateriaaleja tarvitaan vähemmän. Lähiruokaa käyttämällä tuetaan myös oman seudun elinvoimaisuutta. (Maa- ja metsätaloustuottajain keskusliitto 2015.)



## 5.2 Muut elämäntavat

Kokonaisvaltainen kauneushoito pyrkii tasapainon ja kauneuden löytämiseen ihmisen elämässä. Ihonhoitotuotteiden ja hoitomenetelmien lisäksi huomiota kiinnitetään myös muihin elintapoihin kuten riittävän levon ja liikunnan määrään sekä ruokavalioon ja ruokailuun liittyviin tapoihin. Parhaimmillaan huolehditaan sekä kehon, mielen että sielun hyvinvoinnista. Näitä osa-alueita voidaan huomioida myös kauneushoitopalveluissa sekä hoidon toteutuksessa että asiakkaan itsehoidon ohjauksessa. (Marttinen 2015.)

Hyvinvoinnin osatekijät jaetaan usein kolmeen ulottuvuuteen, joita ovat terveys, materiaallinen hyvinvointi ja koettu hyvinvointi tai elämänlaatu. Yhä useammin hyvinvointia mitataan nimenomaan elämänlaadulla, johon vaikuttavat terveyden ja materiaallisen hyvinvoinnin lisäksi yksilön odotukset hyvästä elämästä, ihmissuhteet, omanarvontunto ja mielekäs tekeminen. (Terveyden ja hyvinvoinnin laitos 2015.)

Maailman terveysjärjestön WHO:n mukaan fyysiseen terveyteen kuuluvat ihmisen vireystilan, kivun ja levon huomioiminen. Psykologinen terveydentila käsittää positiivisten ja negatiivisten tunteiden kokonaisuuden, itsetunnon, oman kehonkuvan, ajattelun, oppimisen, muistin ja keskittymisen. Toimintakyky huomioi yksilön liikuntakyvyn, päivittäisen aktiivisuuden ja työkyvyn. Sosiaaliset suhteet puolestaan muodostuvat sekä henkilökohtaisista suhteista, sosiaalisesta kanssakäymisestä sekä seksuaalisesta hyvinvoinnista. Ympäristö aiheuttaa omat rajansa tai luo mahdollisuudet hyvinvoinnille taloudellisten lähtökohtien, vapauden, turvallisuuden, terveydenhuollon, liikenteen ja luonnonympäristön kautta. Tätä hyvinvoinnin kokonaisuutta täydentävät ihmisen arvot, jotka liittyvät uskoon, henkisyteen ja henkilökohtaisiin uskomuksiin. (University of Washington 2015.)

Stressin tarkoituksena on parantaa toimintaedellytyksiä haastavassa tilanteessa. Tällaisessa tilanteessa ihminen kokee, ettei tavanomainen toiminta tule riittämään ja hän epäilee omaa selviytymistä. Kohtuullinen ja ohimenevä stressi ovat normaalia. Pitkittynyt tai hyvin voimakas stressi häiritsee toimintaa ja viestii muutostarpeesta. Pitkittynyt stressi lisää sepelvaltimotaudin, sydäninfarktin ja metabolisen oireyhtymän riskiä. Stressi on myös yhteydessä moneen tuki- ja liikuntaelinsairauksiin sekä masennukseen. (Työterveyslaitos 2013, 2015.)

Terveyttä tukevia elämäntapoja tavoiteltaessa tulee kiinnittää huomiota ravintoon, liikuntaan, painonhallintaan sekä tupakan ja alkoholin välttämiseen. Näiden lisäksi on tärkeää huolehtia riittävästä unen määrästä sekä mielekkäistä harrastuksista ja yhdessä tekemisestä. (Mustajoki 2009.) Kauneushoitopalveluiden avulla ei voida ratkaista kaikkia ihmisten hyvinvointiin liittyviä ongelmia, mutta ihmisiä voidaan kannustaa pieniin elämänmuutoksiin sekä antaa heille uusia näkökulmia tarkastella kokonaisuutta.

## 6 Kauneudenhoitoalan yritysten palvelutarjonta

Kosmetologin tarjoama hoito- ja palveluprosessi koostuu hoitokokonaisuudesta, joka alkaa ihon kunnon ja asiakkaan tarpeiden määrittelystä ja etenee ihonhoidon suunnitteluun toteutukseen ja arviointiin. Tarpeiden määrittely tehdään havainnoimalla ja tunnustelemalla asiakkaan hoidettavan alueen ihon kuntoa ja haastattelemalla asiakasta hänen omista toivomuksistaan. Tämän perusteella suunnitellaan toteutettava hoito, tehdään menetelmävalinnat, tuote- ja välinevalinnat sekä asetetaan hoidolle tavoite. Toteutettavan hoidon yhteydessä keskustellaan hoitotuotteiden käytöstä ja koti- ja jatkohoidosta. Tähän vaiheeseen liittyy kiinteänä myös tuotesuosittelu ja -myynti. Lopuksi hoitotulosta ja palveluprosessin tulosta arvioidaan ja olennaiset asiakastiedot kirjataan ylös hoitoyhteistyön jatkuvuuden näkökulmasta. Kauneudenhoitoalan palvelujen yhteydessä hyödynnetään perustietokortin lisäksi yleensä omia hoitokohtaisia kortteja kuten käsi-, jalka-, kasvo- ja vartalonhoitokortteja. Asiakkaan itsehoidon ohjaus kirjataan omalle lomakkeelle, joka annetaan asiakkaalle mukaan. (Halsas-Lehto, Härkönen, Raivio 2002, 11-12.)

Myös I.L.O.:n kehittämässä hoitopalveluissa hyödynnetään perustietokorttia asiakkaan terveydentilan arviointiin. Tämän lisäksi käydään läpi asiakkaan elämäntapoja, ihon- ja hiusten kunto ja näiden hoitotavat sekä asiakkaan oma kokemus omasta fyysisestä ja psyykkisestä tilanteesta sekä toiveet ja tavoitteet hoidolle. Haastattelun jälkeen ennen varsinaista hoitoa voidaan tehdä hengitystä, liikeharjoituksia, aromaöljyjä tai akupisteiden käyttöä hyödyntävä esihoido. Hoidollisen osuuden päättää kosketusta hyödyntävä loppurentoutus. Asiakkaalle annettavissa hoito-ohjeissa huomioidaan asiakkaan yksilöllinen tilanne ja annetaan suosituksia normaalien ihonhoidollisten jatko- ja sarjahoitosuositusten ohella elintapojen muutoksiin, erilaisiin harjoituksiin ja yksilöllisiin muutoksiin arjessa. (Marttinen 2015.)

Kokonaisvaltaisen kauneudenhoidon voidaan ajatella sisältävän kaikki ne toimenpiteet, jotka suoraan tai epäsuorasti suuntautuvat yksilön ihoon. Kokonaisvaltaiseen hyvinvointiin tähtäävän hoitopalvelun lopputulos riippuu sekä käytettävistä puitteista että asiakkaan ja ammattilaisen valmiuksista. Parhaimmillaan asiakas on itse motivoitunut tarkastelemaan omia elämäntapojaan ja tarvittaessa muuttamaan niitä, sekä halukas kehittämään oman kehon kuuntelemisen taitoa. Ammattilainen voi huomioida sekä asiakkaan fyysisen eli kehon toiminnan, emotionaalisen eli tunnepuolen, mentaalisen eli mielialan sekä energettisen tason toteuttaessaan hoitoa. Kokonaisvaltaisuutta voidaan ajatella esimerkiksi länsimaisen tai itämaisen ihmiskäsityksen mukaan. Ekologisten hoitopalveluiden tavoitteena on käynnistää kehon omat tasapainottamismekanismit tukemaan ihmisen hyvinvointia. Tähän tarvitaan laajaa osaamista ja taitoa soveltaa osaamista kunkin asiakkaan kohdalla. Nykyisin esimerkiksi stressi on yksi yleinen ihon hyvinvointiin vaikuttava tekijä. Stressin aiheuttamien oireiden hoitamiseksi on tärkeää paneutua stressin syihin ja hoitaa tilannetta kokonaisvaltaisesti. (Marttinen 2015.)

Ayurvedan mukaan kokonaisvaltainen hoito lähtee puhdistumisesta. Ruokavalio ja ruokaan liittyvät tavat heijastuvat suoraan ruuansulatuksen toimintaan. Päivittäiset toiminnot ja rytmit voivat joko tukea tai horjuttaa hyvinvointia. Keho tarvitsee riittävästi harjoitusta, liikuntaa ja lepoa. Ajatuksemme muokkaavat sanoja ja tekoja, jotka heijastavat takaisin mieleen ja tunteisiin. Luonnonmukaisilla ihonhoitotuotteilla sekä hieronnoilla voidaan tukea kehon tasapainoa ja kauneutta. Ihminen on itse vastuussa tunteista ja teoistaan. Edellisten ohella vuorokausirytmien ja sosiaalisen elämän huomioiminen ovat asioita mitä voidaan huomioida ihmisen kokonaisvaltaisessa hoitamisessa. Toisaalta täytyy muistaa hoitajan rajallisuus siinä mitä voi ja mitä pystyy hoitamaan. (Marttinen 2015.)

### 6.1 Ekokauneushoitoloiden palvelutarjonta

Ekokauneushoitoloiden palvelutarjonta vaihtelee aivan kuten muidenkin kauneushoitoloiden tarjonta. Kauneushoitoloissa tehdään erilaisia hoitoja kasvoille, käsille, jaloille ja vartalolle. Dekoratiivisista palveluista yleisimpiä ovat ehostukset ja kestovärjäykset. Ekologisesti suuntautuneille kauneushoitoloille on kuitenkin tunnusomaista asiakkaan huomioiminen kokonaisvaltaisesti kiireettömässä hoitoympäristössä. Hoidot tehdään ekologisilla tuotesarjoilla ja usein käsityönä. Hoidoissa hyödynnetään hierontaa niin kasvo-, käsi- kuin jalkahoidoissakin. Ammatillaisen osaamisen mukaan perushoitojen lisäksi tarjolla voi olla myös erikoistekniikoita kuten aromaterapiaa, kuumakivihoitoja, ayurvedapohjaisia hoitoja, intialaista päinhierontaa tai reikihoitoja. Osa ammatillisista tarjoaa myös laitehoitoja ekologisten käsillä tehtävien ihonhoitojen lisäksi. (Kauneus- ja terveyshoitola Helena Hyttinen 2015; Life Story 2015.)

Luonnonkosmetiikkasarjojen lisäksi hoidoissa voidaan käyttää myös puhtaita luonnontuotteita. Esimerkiksi savi sopii käytettäväksi sekä sisäisesti että ulkoisesti. Ulkoisesti käytettynä vihreä savi puhdistaa, suojaa ja kosteuttaa ihoa. Turve puolestaan kiihdyttää verenkiertoa ja aktivoi aineenvaihduntaa. Molemmat turve ja savi sopivat hyvin kääreiksi ja naamioiksi. Yrttejä voidaan hyöyntää hieronnassa yhdessä luonnonöljyjen kanssa. (Nature Kauneuspiste 2015.) Hoitojen kokonaisvaltaisuus voi näkyä selkähieronnan, jalkahieronnan tai käsihoidon yhdistämisenä kasvohoitoon ja yksilöllisyys joidenkin hoitotuotteiden valmistamisena hoidon aikana. Ekologisuus voi näkyä hoitolassa laajemminkin kuin vain ekologisina tuotesarjoina. Hoitolan sijainti julkisten liikenneyhteyksien varrella ja suomalaisten käsityöläisten ja taiteilijoiden tuotteiden suosiminen sisustuksessa ovat hyviä osoituksia tästä. (Ihohoitola Lupaus 2015.)

### 6.2 Ekokampaamojen palvelutarjonta

Ekokampaamoissa asiakkaita palvellaan luontoa ja ihmistä kunnioittaen. Palveluissa huomioidaan kestävän kehityksen periaatteet ja ihminen huomioidaan kokonaisvaltaisesti. Hiusten lisäksi ekokampaamoissa hoidetaan mieltä ja kehoa. Peruseriaatteena on välttää turhia ke-

mikaaleja ja suosia luonnosta saatavia raaka-aineita. Hiusten värjäämiseen käytetään kasvivärejä kuten henna, senna ja indigo. Ekologisuus huomioidaan myös valitsemalla pesuaineet ja hoitotuotteet, jotka eivät sisällä synteettisiä kemikaaleja. Hiusten hoitokäsittelyissä käytetään mm. merilevää, turvetta, savea ja öljyjä. Kampaamopalveluihin kuuluu myös intialainen päinhieronta, joka voidaan tehdä erikseen tai muiden palveluiden yhteydessä. Parhaimmillaan ekologisuus huomioidaan koko kampaamon toiminnassa mm. säästämällä sähköä, kierrättämällä syntyvä jäte ja tarjoamalla asiakkaille vain luomulaatuisia juomia. (Vihreä kampa 2015; Ekokampaamo Oranssi 2015.)

Ekokampaamoissa yleisesti tarjottava leikkauspalvelu on nimeltään energialeikkaus, johon kuuluu yleensä leikkauksen lisäksi intialainen päinhieronta. Se on tekninen leikkaus, jossa hiuksia kammataan monesta suunnasta, jolloin leikkauslinjat yhdistyvät toisiinsa ilman kulumia. Kampaaminen myös jatkaa hieronnan avulla saatua hiuspohjaa aktivoivaa vaikutusta. Leikkauksessa ei käytetä ohennus- tai muotoilusaksia. Energialeikatut hiukset näyttävät ryhdikkäältä ilman muotoiluakin ja kasvaessaan hiukset tukevat toisiaan pitäen mallin hyvänä pidempään. (Ekokampaamo Oranssi 2015; Pure Orange 2015.)

Intialainen päinhieronta tehdään kevyin pyöriin liikkein ja sivelyin pään, yläselän, hartioiden ja niskan alueelle. Tekniikasta riippuen hieronta voi käsittää myös kasvojen, korvien ja käsien käsittelyä. Hieronnassa käytetään öljyä kuten kookosöljyä ja lisänä voidaan käyttää eteerisiä öljyjä. Hieronta rentouttaa ja poistaa stressiä laukaisemalla jännitystiloja. Käsiteltävien alueiden verenkierto ja aineenvaihdunta vilkastuvat hieronnan vaikutuksesta. Tämä lisää erityisesti hiuspohjassa hiusjuurien ravintoaineiden saantia ja näin edesauttaa hiusten kasvua. (Ekokampaamo Kookos 2015; Eco Beauty Wellness 2015.)

Hiusten hoitopalvelut koostuvat puhdistavista, virkistävästä ja kosteuttavista hoidoista. Merilevää käytetään syväpuhdistavana ainesosana, joka poistaa hiuksista muotoilutuotteiden jäämiä ja tuo hiuksille tärkeitä rakennusaineita. Saven puhdistava vaikutus kohdistuu etenkin hiusjuureen ja rasvaiseen hiuspohjaan. Turve on erityisen hyvä hiuspohjaa ja hiuksia hoitava ja kosteuttava ainesosa. (Vihreä Kampa 2015.)

Osa ekokampaamoista tarjoaa asiakkailleen myös esimerkiksi kasvohoitopalveluja, jotka voidaan tehdä kasvivärin tai hiustenhoidon vaikutusajalla. Perinteisten kampaamojen mukaisesti kampaamoissa voidaan myös tarjota meikkauspalveluja ja kampauspalveluja arkeen ja juhlaan. (Ekokampaamo Shanti 2015.) Värien ja hoitojen vaikutusajalla voi joissakin kampaamoissa nauttia myös rentouttavasta jalkakylvystä (Ekokampaamo Hiushuone Korento 2015.)

## 7 Ekologiset materiaalit

Ekologisuus voidaan huomioida kauneushoitoloissa ja kampaamoissa myös hoitolatekstiilien kuten pyyhkeiden ja lakanoiden valinnassa. Ekologisuutta pohditaan myös työvaatteiden ja huonekalujen yhteydessä. Hankinnat voidaan tehdä ekologisista perusteista tai niin että hankinnat soveltuvat imagoltaan ekologisesti suuntautuneeseen hoitola- tai kampaamoympäristöön.

Tekstiilikuitujen viljely ja valmistus kuormittavat luontoa monella tavoin. Luonnonkuitujen viljely, kerääminen ja käsittely kuluttavat luontoa ja tuottavat enemmän ongelmia kuin synteettisten kuitujen valmistus. Etenkin perinteinen viljely kuluttaa paljon vettä, saastuttaa ympäristöä ja rehevöittää vesistöjä. Luonnonkuidut ovat uusiutuvaa materiaalia toisin kuin synteettiset kuidut. Synteettiset kuidut valmistetaan useimmiten öljystä eivätkä lopputuotteet hajoa luonnossa. Tekokuitujen valmistus kehittää myös otsonikerrosta tuhoavaa typpioksidia. Muuntokuidut ovat selluloosapohjaisia, enimmäkseen puusta tehtaassa valmistettuja kuituja. Näiden käytön ongelma liittyy usein metsäteollisuuden ongelmiin sekä runsaaseen veden ja energian kulutukseen sekä syntyvien päästöjen vapautumiseen valmistusprosessin aikana. (Otavan Opisto 2015.)

Tekstiilikuitujen käsitteleminen langaksi vaatii joko synteettisten tai luonnonöljyjen käyttöä. Puhdistamattomat kasviöljyt lisäävät jätevesien happipitoisuutta. Kudottavien kankaiden valmistuksessa tarvitaan myös liistereitä, joiden käyttö lisää ympäristön kemikaalikuormaa. Neuleissa liisteriä ei tarvita ja näin ollen ne ovat ekologisempi vaihtoehto tästä näkökulmasta tarkasteltuna. Toisaalta neuleita voidaan joutua viimeistelemään enemmän. Kankaiden valmistusprosessin eniten vettä kuluttava vaihe on värjäys ja muut viimeistelyt. Lisäksi värit hajovat huonosti luonnossa ja voivat sisältää raskasmetalleja. Monet väriaineet ovat vahingollisia sekä eläimille että ihmisille. Värjäyksessä käytetään myös paljon muita kemikaaleja apuaineina. (Otavan Opisto 2015.)

Kudottujen tai neulottujen kankaiden viimeistelyinä tehdään värjäysten lisäksi esimerkiksi valkaisua ja painokuviointia. Erilaisten viimeistelyjen avulla kankaasta voidaan saada helppo-  
hoitoinen, tahriintumaton, vedenkestävä tai antimikrobinen. Kankaiden viimeistelyissä käytetään mekaanisia menetelmiä tai teollisesti valmistettuja kemikaaleja. Kaikkien näiden sivuvaikutuksia ei kuitenkaan tiedetä ja useat teolliset kemikaalit kasvattavat ympäristön kemikaalikuormaa. (Fletcher 2008, 50-57.)

Luonnosta saatavia kuituja ovat esimerkiksi puuvilla, pellava, hamppu, juutti, rami ja sisal. Kangaskuituja voidaan valmistaa myös banaanin ja ananaksen osista. Eläimistä saadaan villaa, silkkiä, cashmiria sekä mohairia. Eläinperäisten kuitujen kuten villan ja silkin ekologisuutta voidaan parantaa panostamalla ekologiin kasvatus- ja tuotantotapoihin. Täysin synteettisiä

kuituja ovat esimerkiksi polyesteri, nailon, akryyli, polypropyleeni ja pvc. Luonnon raaka-aineista muuntamalla saatuja kuituja puolestaan ovat pla, viskoosi, modaali, lyocell, asetaatti ja triasetaatti. (Fletcher 2008, 8, 10.)

Perinteinen puuvillan tehotuotanto kuluttaa paljon vettä ja lannoitteita ja köyhdyttää näin luonnonvaroja. Vähemmän ympäristöä kuormittavia puuvillamuotoja ovat luomupuuvilla, käsin poimittu puuvilla, pienemmällä määrällä kemikaaleja kasvatettu puuvilla, sadevesikasteltu tai pisarakasteltu puuvilla ja vaihtoehtoiset kuidut kuten hamppu tai pellava. Saatavilla on myös reilun kaupan puuvillaa, jonka tuotannossa huomioidaan myös työntekijöiden työolot ja puuvillan tuottajalle jäävä kohtuullinen korvaus näiden toteuttamiseksi. (Fletcher 2008, 9, 23.)

Kauneudenhoidossa ja tekstiilien ja vaatteiden valinnassa kannattaa kestävän kehityksen kannalta suosia luomupuuvillaa. Myös vanutyyntä on mahdollista saada luomupuuvillasta valmistettuna. Muiden puuvillalaatujen viljelyssä käytetään paljon tuholaismyrkkäjä, joiden jäämiä voi löytyä puuvillakuiduista. (Stacey & Fairley 2008, 15.)

Bambu on yksi nopeimmin kasvava luonnontuote ja sen vuoksi ekologinen vaihtoehto esimerkiksi tekstiileihin ja paperin ja pakkausten valmistukseen. Bambu on liimapuurakenteinen ja sen kuidut ovat elastisia. Bambusta saadaankin valmistettua esimerkiksi maatuivia kosmetiikkapakkauksia. Bambun sisältämän piiksidin hoitavien ominaisuuksien vuoksi bambua käytetään myös kosmetiikan raaka-aineena. (Pro luonnonkosmetiikka, 11, 23)

Perinteisessä pellavan kasvatuksessa käytetään maanviljelykemikaaleja ja lannoitteita sekä torjunta-aineita. Sopivassa ilmastossa pellavaa voidaan kasvattaa myös kemikaaleja ja vettä säästäen. Pellavaa samoin kuten hamppua, voidaan kasvattaa myös sellaisessa maaperässä, joka ei sovellu ruuan kasvattamiseen. Näiden kuitujen kasvatusta voi myös auttaa parantamaan saastunutta maaperää. Käsin poimittu pellava on ympäristöystävällisempi, mutta arvokkaampi vaihtoehto. Pellavan ja hampun kannalta kuitujen liotus on haastava ja usein ympäristöä kuormittava vaihe, jolle on kehitetty myös ympäristöystävällisempiä vaihtoehtoja. Hamppu on nopeasti kasvava ja vähän toimenpiteitä vaativa kasvi, joka selviää myös karummissa oloissa. Hamppu myös tuottaa muita kasveja enemmän kuituja painoonsa nähden. Hampun kasvatusta on kuitenkin kiellettyä monissa maissa sen huumausainekäytön vuoksi. Korkealaatuinen hamppukuitu vaatii paljon käsityötä eikä ole sen vuoksi aina kannattava vaihtoehto. (Fletcher 2008, 11-12)

Pla valmistetaan uusiutuvista luonnonvaroista kuten maissi ja sokeriruoko. Valmistettava kuitu on biohajoava synteettinen kuitu. Pla:n valmistus vie vähemmän energiaa ja tuottaa vähemmän päästöjä kuin tavanomaisten synteettisten kuitujen valmistaminen. Kuidun laajempi

käyttö vaatii vielä jatkokäsittelyä saavuttaakseen tarvittavat ominaisuudet ja kestävyys. Lyocell puolestaan valmistetaan puumassasta. Tämä usein kaupanimellä Tencel tunnettu kuitu on biohajoava selluloosakuitu. Valmistusmateriaalina käytetään yleensä nopeakasvuista eukalyptus-puuta. Lyocellin tuotantoprosessi on ympäristöystävällinen liottimien myrkyttömyyden ja kierrätettävyyden vuoksi. Lyocellin valmistus vaatii kuitenkin runsaasti energiaa. Soijapavun proteiinista saadaan soijakuitua, joka on antibakteerinen ja tarvitsee tämän vuoksi vähemmän pesua. Soija on laadultaan silkin ja kasmirvillan tapainen kuitu. (Fletcher 2008, 27-32; Vihreät vaatteet 2015.)

Tekstiilien ekologisuus ei rajoitu pelkästään käytettyihin materiaaleihin. Huomioita tulee kiinnittää myös tekstiilien tuotanto-olosuhteisiin sekä tekstiilien huollon ja hävittämisen vaikutuksiin ympäristön kannalta. Näiden lisäksi on hyvä huomioida myös tuotantopaikka ja kuljetuksesta aiheutuvat kustannukset sekä tekstiilien käyttöikä. (Fletcher 2008, 58, 77, 139).

## 8 Ekologiset kuluttajat

Ekologisista lähtökohdista kauneudenhoitoa kuluttavat asiakkaat, ns. vihreät kuluttajat eivät ole yksi yhtenäinen segmentti. Osa vihreistä kuluttajista on luonut itsellensä kokonaisvaltaisesti terveellisen elämäntavan. He omaksuvat ensimmäisinä uutuudet ja toimivat mielipidejohtajina ja kuluttavat innokkaasti ekologisia tuotteita. He ovat yleensä korkeasti koulutettuja, mutta heidän tulotasonsa ei välttämättä ole korkea. Toinen ryhmä ovat kuluttajat, jotka ovat kiinnostuneempia terveellisyydestä kuin ympäristön hyvinvoinnista. He ovat suurin luonnonkosmetiikkaa ja luomukosmetiikkaa kuluttava ryhmä. Heillä on keskitasoa korkeampi koulutus- ja tulotaso. Suurin osa kuluttajista kuuluu ns. harhailijoihin. He ovat pääosin nuorempia kuluttajia, joiden arvokäyttäytyminen ja ostosmalli ovat vielä muotoutumassa. He motivoituvat viimeisimmistä trendeistä ja ovat sitoutuneita useampiin suuntauksiin samaan aikaan. Edellä mainittujen lisäksi voidaan erottaa vielä välinpitämättömät kuluttajat sekä alhaisen tulotason kuluttajat, joille hinta ja käytännöllisyys ovat ratkaisevia tekijöitä. He eivät ole varsinaista vihreän kosmetiikan käyttäjäkuntaa, mutta yhä laajentuva tarjonta voi muuttaa tilannetta. Vaikka kaksi viimeisimpää asiakasryhmää eivät kuulu varsinaiseen vihreän kosmetiikan kohderyhmään, osa näistä kuluttajista voi siirtyä kolmeen ensimmäiseen mainittuun kuluttajasegmenttiin. Tällä tavalla asiakkaita jaoteltuna voidaan kuitenkin ajatella että yli puolet aikuisista kuluttajista kuuluu luonnon- ja luomukosmetiikan käyttäjien kohderyhmään. (Duber-Smith & Rubin 2014, 243.)

Amerikkalaisen tutkimuksen mukaan hieman alle kolmasosa kosmetiikkaa ostavista naisista lukee pakkausten tuoteselosteet huolellisesti ennen ostopäätöstä. Suurin syy ostaa luonnon- tai luomukosmetiikkaa on pelko teollisesti valmistettuja kemikaaleja kohtaan. Suurin syy olla ostamatta luonnonkosmetiikkaa on niiden korkea hinta. Ensimmäisen kerran

luonnonkosmetiikkaa ostetaan useimmiten uteliaisuuden takia. Naiset ovat innokkaita kokeilemaan uusia tuotteita kauneudenhoidossa ja enemmän tai myöhemmin kokeiluun päätyy myös jokin luonnonkosmetiikkatuote. Luonnonkosmetiikan ostamista jatketaan koska sen uskotaan olevan hyväksi iholle. Naiset eivät kuitenkaan ole välttämättä merkkiuskollisia luonnonkosmetiikalle ja monet kuluttajat jatkavat myös perinteisen kosmetiikan käyttöä. Näin käy etenkin mikäli perinteiset kosmetiikkabrändit vähentävät synteettisten kemikaalien määrää tuotteissaan. Kuluttajat haluavat tietää millaisia vaikutuksia luonnon ainesosilla saadaan aikaiseksi. Tutkimuksen mukaan myös luonnonkosmetiikkaa kuluttavilla naisilla on korkeat odotukset ihonhoitotuotteiden toimivuutta kuten myös meikkituotteita kohtaan. Samat kuluttajat huolehtivat muutenkin hyvinvoinnistaan ja uskovat todennäköisemmin myös sisäisesti käytettäviin kauneustuotteisiin. (Chang 2011, 18-19.)

Hieman yli puolet luonnonkosmetiikkasarjojen meikkituotteita ostavista naisista käyttää mineraalimeikkejä. Kaikista mineraalimeikkien käyttäjistä puolet käyttävät niitä mineraalimeikkien toimivuuden vuoksi riippumatta siitä ovatko ne luonnonkosmetiikkaa vai ei. Tuotteiden turvallisuuden ja luonnollisuuden lisäksi kuluttajille on tärkeää ettei kosmetiikkaa testata eläimillä ja että luonnon saastuttamista vältetään. Niiden kuluttajien määrä kasvaa koko ajan, joilla terveys- ja kestävä kehityksen näkökohdat vaikuttavat suoraan ostopäätökseen. Markkinoinnilta halutaan yhä enemmän yksityiskohtaista tietoa siitä kuinka tai miksi tuotteet tukevat kokonaisvaltaista elämäntapaa. (Chang 2011, 19.)

Länsi-Euroopan kuluttajat ovat edelläkävijöitä ympäristöllisissä asenteissa ja kulutuskäyttäytymisessä. Aktiivisia vihreitä kuluttajia on noin neljäsosa kuluttajista. Tämä on enemmän kuin missään muualla maailmassa. Yhteinen huoli ympäristön tilasta kasvaa tässä kuluttajakunnassa edelleen ja kestävä kehityksen huomioilla yrityksillä on hyvät kasvumahdollisuudet. Kuitenkin osalle kuluttajista vihreä kosmetiikka on liian arvokasta ja tuotteiden hinta pääsyy olla kuluttamatta niitä. Vaikka ekologisesti kuluttavia ihmisiä voidaan luokitella erilaisiin ryhmiin, jokaisen kuluttajan ostopäätöksiin vaikuttavat yksilölliset motiivit, jotka voivat olla sidoksissa henkilökohtaisiin, kulttuurillisiin sekä markkinoiden ohjaamiin tekijöihin. Kuluttajat ovat hyvin tietoisia ympäristön tilanteen kehityksestä, mutta tämä ei lisää ekologisesti tuotetun kosmetiikan kysyntää ennen kuin hinta ja laatu ovat vertailukelpoisia muun kosmetiikan kanssa ja saatavuus on taattu. Markkinoinnissa käytetty harhaanjohtava viherpesu vahingoittaa valitettavasti luotettavuutta. Tämän vuoksi läpinäkyvyys läpi koko jakeluketjun on tärkeää tuotteen myynnin kannalta. Kuluttajat tarvitsevat jatkuvaa koulutusta ja käytännönläheistä tietoa siirtääkseen vihreät ajatukset käytäntöön. Parhaiten myyvät tuotteet, jotka on vihreydestään huolimatta tuotettu tyylikkäästi. (Sheehan 2014, 295-296, 300.)



## 9 Kosmetiikan turvallisuus

EU:n kosmetiikka-asetus N:o 1223/2009 yhdenmukaistaa kosmeettisille valmisteille annettavia vaatimuksia ja pyrkii varmistamaan kosmeettisten valmisteiden turvallisuuden korkean tason ihmisten terveyden suojelemiseksi. Kosmetiikka-asetus on suoraan jäsenvaltioissa sovellettavaa oikeutta. Kansallisen tason laki, laki kosmeettisista valmisteista (492/2013) sisältää kosmetiikka-asetuksen valvontaa, toimivaltaisia viranomaisia ja seuraamuksia koskevia säädöksiä sekä pakkausmerkintöjä ja tuotetietoja koskevat kielivaatimukset. Yleinen turvallisuusvaatimus määrää että markkinoilla olevien kosmeettisten valmisteiden on oltava turvallisia ihmisen terveydelle. Vastuu kosmeettisten aineiden turvallisuudesta on vastuuhenkilöllä eli yleensä valmistajalla tai maahantuojalla, mutta omalta osaltaan myös jakelijalla. Suomessa kosmetiikkaa valvovia viranomaisia ovat Turvatekniikan keskus ja Tulli. (Turvallisuus- ja kemikaalivirasto 2015.)

Kosmetiikkateollisuuden käytössä on yli 100 000 ainesosaa, joista vain vuoden 1981 jälkeen lanseeratut on pitänyt testata ja arvioida turvallisuuden kannalta. Kosmetiikkateollisuuden käytössä on myös paljon kemikaaleja, joiden riskiä ei ole arvioitu yhtä laajasti. Vuonna 2007 EU:ssa voimaan astunut REACH on kemikaaliasetus, jonka tarkoitus on parantaa kemikaaliturvallisuutta. REACH velvoittaa yritykset todistamaan että niiden käyttämät kemikaalit ovat tutkitusti turvallisia eivätkä lisää esimerkiksi syöpäriskiä. (Shingler 2011, 206-208.)

Kosmetiikan käyttö on kasvanut jatkuvasti ja omaan hyvinvointiin ja ulkonäköön panostetaan aiempaa enemmän. Samaan aikaan lisääntyneet yliherkkyydet, allergiat ja hengitystieoireet ovat herättäneet kuluttajia pohtimaan omaa kemikaalialtistustaan. Kemikaalialtistus on toistuvaa ja jatkuvaa normaalissakin arjessa ja aineita voi päästä ihon kautta elimistöön etenkin rikkoutuneen ihon kautta. Kosmetiikan turvallisuuteen liittyvää keskustelua ovat aiheuttaneet esimerkiksi kosmetiikkateollisuuden käyttämät säilöntäaineet, tuoksuaineet, auringonsuojaineet, kynsilakkojen sisältämät ja monet muut yksittäiset ainesosat. Samoin hiusten värjäämiseen käytettyjen kemikaalien aiheuttamat turvallisuusriskit on huomioitu jo käyttösuosituksissa. (Nysten 2008, 133-169.) Kosmetiikan aiheuttamat reaktiot voivat johtua tuotteen sopimattomuuden lisäksi ihon kunnosta tai kosmetiikan käyttötavoista (Allergia- ja astmaliitto 2015).

Luonnonkosmetiikan raaka-aineet ovat luonnosta peräisin olevia kemikaaleja. Luonnonkosmetiikassa sallittuja raaka-aineita on joitakin satoja, kun tavanomainen kosmetiikka käyttää tuhansia ainesosia. Vaikka luonnonkosmetiikassa ei käytetä synteettisiä ainesosia, voi se myös aiheuttaa reaktioita tai allergisoida käyttäjänsä. Tavanomaisessa kosmetiikassa yleisimmin allergiaa tai yliherkkyyttä aiheuttavat hajusteet ja säilöntäaineet. Samoin luonnonkosmetiikassa eniten herkistymistä aiheuttavat hajusteet, joihin käytetään eteerisiä öljyjä. Toisinaan

perinteisille hajusteille allergisoituneet ihmiset voivat käyttää luonnon eteerisiä öljyjä. Luonnonkosmetiikan yhteydessä on keskusteltu myös esimerkiksi teepuu- ja laventeliöljyn turvallisuudesta. (Shingler 2011, 209, 237-238.)

## 10 Kauneudenhoitoalan koulutustarjonta

Toimeksiantajayrityksen pääkohderyhmänä ovat kauneudenhoitoalan ammattilaiset. Tärkein asiakasryhmä ovat kosmetologit, jotka toimivat kauneudenhoitoalan yrittäjinä, opettajina tai työntekijöinä kauneudenhoitoalan myynti ja hoitotehtävissä. Muita kohderyhmiä ovat hierojat, luontaishoitajat, luontaisterapeutit, kampaajat, sairaanhoitajat ja fysioterapeutit. Hyvinvoinnin koulutusakatemia I.L.O.:n tarjoamat koulutuspalvelut ovat vaihtoehtoisten hoitomuotojen täydennyskoulutusta asiakkaille, joilla on ennestään jokin kauneudenhoitoala tai hoitoalan ammatti. (Marttinen 2015.)

### 10.1 Ammatilliset perustutkinnot ja ammattitutkinnot

Kauneudenhoitoalan peruskoulutuksen tavoitteena on antaa opiskelijalle laaja-alaiset ammatilliset perusvalmiudet toimia alan asiakaspalvelu-, neuvonta- ja myyntitehtävissä. Kauneudenhoitoalan ammattilainen on asiantuntija ihonhoidossa, ihonhoidon ohjauksessa ja neuvonnassa, hieronnassa ja ehostuksessa. Lisäksi tutkinnon suorittaja voi hankkia koulutuksen aikana erikoisosaamista valitsemiensa ammatillisten tutkinnon osien perusteella. Kauneudenhoitoalan koulutuksesta voi valmistua joko kosmetologiksi tai kosmetiikkaneuvojaksi. (Opetushallitus 2014, 127-128.)

Hiusalan perustutkinto antaa laaja-alaiset perusvalmiudet alan tehtäviin. Hiusalan ammattilainen osaa hoitaa hiuksia ja hiuspohjaa, leikata hiukset, tehdä kampauksia, hiusten värjäämisiä ja permanenttikäsittelyjä sekä partakäsittelyjä ja ehostuksia. Parturikampaajat saavat koulutuksessaan myös muuta työelämässä tarpeellista osaamista, kuten tyylipalveluiden tuottamista sekä hiusten hoito- ja muotoilukokonaisuuksien tekemistä. (Opetushallitus 2014, 118.)

Hiusalan opintoja voi suorittaa myös ammattitutkintona, jolloin osaaminen osoitetaan hiuspalvelukokonaisuuden toteuttamisessa ja hiusalan palveluympäristöissä toimimalla. Osaamista voi laajentaa valinnaisilla tutkinnon osilla, joita ovat hiusalan tilaustyön toteuttaminen, hiusalan yritystoiminnan ja asiakkuuksien kehittäminen, hiusalan tuote-esittelijänä tai myyntityössä toimiminen tai hiusalan kilpailutoiminta. Tutkinnon laajempi valinnaisuus ja eriytyneempi osaaminen ovat mahdollisia valitsemalla tutkinnon osan jostakin toisesta ammatti- tai erikoisammattitutkinnosta. (Opetushallitus 2012, 31.)

Kampaajan opinnoissa voidaan tutustua etenkin koulutuksen järjestäjän valinnaisten opintojen tarjonnasta riippuen myös ekologisuuteen hiustenhoidossa. Nämä tutkinnon osat perustuvat yleensä työelämän alueellisiin ja paikallisiin tarpeisiin ja työelämävaatimuksiin. (Partanen 2013, 21-22.)

## 10.2 Jatko- ja täydennyskoulutus

Kauneudenhoitoalalla voi suorittaa perustutkinnon jälkeen kauneudenhoitoalan erikoisammattitutkinnon. Tutkinnon suorittaja hallitsee laajasti kauneudenhoitoalalla käytettävien tuotteiden, menetelmien ja hoitolaitteiden vaikutusmahdollisuudet osana ihonhoitoa. Erikoisammattitutkinnon suorittaja osaa lisäksi hyödyntää ja soveltaa eri hoitokulttuureja työssään ja osana yksilöllistä ihonhoitoa. Tämän lisäksi hän osaa hankkia kriittisesti tietoa monipuolisista tietolähteistä ja vertailla tuotteita, hoitoja ja hoitolaitteita perustellen. Kaikille pakollisten osien lisäksi erikoisammattitutkinnon opintoihin kuuluu vaihtoehtoisina valinnaisina opintoina aromaterapia ja eteeristen öljyjen käyttäminen ihonhoidossa, lymfahoitomenetelmän käyttäminen ihonhoidossa, jalkojen hyvinvoinnin tukeminen ja ennaltaehkäisevä jalkahoito kauneudenhoitoalalla tai kauneudenhoitoalan palvelujen tuottaminen ja kehittäminen. (Opetushallitus 2011, 10, 39.)

Kauneudenhoitoalan ammattilaisille on tarjolla myös erilaisia täydennyskoulutuskursseja ja ekokosmetologin koulutusta. Ekokosmetologin tutkintoa tai tutkintonimikettä ei ole tällä hetkellä kuitenkaan ammatillisen koulutuksen tai ammatillisen aikuiskoulutuksen asetuksessa, joten koulutus ei ole virallisen tutkintojärjestelmän mukaista. (Partanen 2013, 20.) Ekokosmetologin hoitopalvelut ovat luontoa säästäviä, yksilöllisiä ja kokonaisvaltaisia hoitoja, joissa käytetään luonnonkosmetiikkaa ja luonnon raaka-aineita (Practicum 2015).

Hiusalan ammatillisen perustutkinnon tai ammattitutkinnon jälkeen voi suorittaa hiusalan erikoisammattitutkinnon. Erikoisammattitutkinnon suorittaneella on hyvät valmiudet toimia vaativimmissa työtehtävissä ammatinharjoittajana, yrittäjänä, yrityksen vastuutehtävissä, esimiehenä tai hiusalan asiantuntijatehtävissä. Tutkinnon suorittaja osaa toteuttaa alan korkeatasoisia palvelukokonaisuuksia ja tuotteistaa ja markkinoida alan palveluja sekä toimia asiantuntijana, koordinoida ja johtaa toimintaa. Valinnaisten tutkinnon osien avulla tutkinnon suorittaja saa osaamista hiusalan yrityksen kehittämisestä, hiusalan kouluttajana tai ohjaajana toimimisesta tai kilpailuvalmennuksesta. (Opetushallitus 2012, 30.)

Muutamilla paikkakunnilla on tarjolla myös ekokampaajan opintoja täydennyskoulutuksena. Ekokampaajan opinnot sisältävät mm. hiusten hoitamista, energialeikkausta, kasvivärjäystä ja kehittämistyön. Ekokampaajan opinnot eivät tuota opiskelijalle tutkintoa. (Partanen 2013, 21-22.)

Kauneudenhoito- ja hiusalalla on yhteinen ammattikorkeakoulututkinto. Tutkinnon suorittaneet estenomit ovat kosmetiikan raaka-aineiden ja kosmetiikka-alan liiketoiminnan asiantuntijoita. Estenomikoulutus antaa valmiuksia soveltaa kosmetiikkaosaamista työyhteisössä ja toimia alan uudistajana. Estenomit edistävät alan verkostoitumista ja yhteistoimintaa sekä jakavat ajanmukaista tietoa kosmetiikasta. (Laurea 2015.)

Kauneudenhoitoalan oppilaitokset järjestävät tutkintoon johtavien koulutuksien ohella myös täydennyskoulutuksia alan ammattilaisille. Koulutukset ovat yleensä kestoltaan ja laajuudeltaan vaihtelevia kokonaisuuksia, joilla voi syventää omaa perusosaamistaan, laajentaa teoriaosaamista tai oppia uusia kauneudenhoidollisia menetelmiä. (Laurea 2015; SKY-opisto 2015; Tya 2015.)

Myös kosmetiikkasarjojen maahantuojat järjestävät jatkuvasti kursseja ja koulutuksia, joiden avulla kauneudenhoitoalan ammattilaiset voivat ylläpitää ja laajentaa osaamistaan. Useat koulutukset tähtäävät tietyn tuotesarjan tai kauneudenhoitoalan menetelmän sisäistämiseen, mutta tarjolla on myös tuotesarjasta riippumatonta koulutusta. Koulutukset voivat liittyä esimerkiksi esteettiseen ihonhoitoon, värianalyysiin, kasvolyymfaan, kauneushoitolan myyntiin ja markkinointiin tai kosmetiikan ainesosiin. Useimmat maahantuojien koulutukset ovat kestoltaan lyhyitä, yhden tai kahden päivän koulutuksia. (KosmetologiSKY 2015, 105-117.)

### 10.3 Muu koulutustarjonta

Luonto- ja ympäristöalan perustutkinto voi toimia hyvin kauneudenhoitoalan osaamista laajentavana koulutuksena. Perustutkinto muodostuu kaikille pakollisen tutkinnon osan lisäksi luontoalan, ympäristöalan tai porotalouden osaamisalasta sekä valinnaisista opinnoista. Erityisesti alan raaka-aineita, puolivalmisteita tai tuotteita valmistavilla luonnonvaratuottajilla on yhtymäkohtia kauneudenhoitoalaan. Koulutuksessa hyvinvoinnin tuottaminen luonnontuotteiden avulla-tutkinnon osassa opiskellaan esimerkiksi hyvinvointituotteeksi soveltuvan luonnontuotteen valitsemista ja keruuta, luonnontuotteiden käyttämistä ihmisen hyvän olon edistämiseen, hyvinvointituotteiden valmistamista ja käsittelyä, hoitotuotteiden jatkojalostamista sekä erilaisten asiakasryhmien palvelemista ja markkinointia. (Partanen 2013, 23-24.)

Perustutkinnon lisäksi järjestetään luonnontuotealan ammattitutkintoon ja erikoisammattitutkintoon tähtäävää koulutusta. Ammattitutkinnon suorittaja voi erikoistua luonnontuotteiden jalostamiseen tai alan neuvontaan ja hän voi suuntautua esimerkiksi tuottamaan elintarvikkeita, hyvinvointituotteita, luonnontuotteisiin liittyviä palveluita tai raaka-aineita. Luonnontuotealan erikoisammattitutkinnon suorittanut henkilö voi toimia asiantuntijatehtävissä alan kouluttajana, kehittäjänä ja innovaattorina työntekijänä, esimiehenä tai yrittäjänä. Opintoihin kuuluu luonnontuotteiden keruun, käsittelyn ja hyödyntämisen ohjauksen ja luon-

nontuotealan verkostoissa toimimisen opintoja sekä kehittämisprojektien toteuttamista luonnontuotealalla. Valinnaisten opintojen vaihtoehtoina voi olla esimerkiksi tuotteiden tuotekehitystä ja innovointia, luonnontuotteiden rohdoskäyttöä, luonnontuotteiden käytön edistämistä palveluissa ja toimimista alan kansainvälisessä kaupassa. (Partanen 2013, 23-24.)

#### 10.4 Tulevaisuuden koulutustarpeet

Kauneudenhoito-, hius- sekä luonnontuotealan osaamistarpeita ja ammattitaitovaatimuksia on selvitetty osana opetushallituksen käynnistämää selvitystä. Selvitystä hallinnoi Fortbildningscentrum Practicum ja työryhmässä oli mukana asiantuntijoita kaikilta edellä mainituilta aloilta. Tämän suomessa keväällä 2013 tehdyn kyselytutkimuksen mukaan kosmetologit ovat erittäin kiinnostuneita laajentamaan hoitotarjontaansa luonnonmukaiseen suuntaan ja käyttämään sekä suomalaisia luonnontuotteita että luonnosta saatavista tai viljellyistä raaka-aineista valmistettuja tuotteita hoitotyössään. Heillä on myös kiinnostusta tutustua yksittäisiin raaka-aineisiin, niiden sekoitusmahdollisuuksiin sekä yrttien käyttöön ja niiden vaikutuksiin. Kyselyyn vastanneiden mielestä kosmetologin koulutus ei anna tarvittavia työkaluja luonnon raaka-aineiden käyttöön ihonhoidossa. Kyselyyn vastanneilla kosmetologeilla oli myös kiinnostusta kokonaisvaltaisia hoitomuotoja, ayurvedaa, aromaterapiaa, vyöhyketerapiaa ja akupainantaa kohtaan. Eniten näistä kiinnostusta herätti aromaterapia. Kosmetologit halusivat lisää koulutusta myös pH:n vaikutuksesta tuotteissa, herkistymisestä ja allergisoitumisesta kosmeettisille raaka-aineille, kehon ja ihon hyvinvointia sisäisesti ja ulkoisesti tukevasta ravitsemuksesta, luonnon raaka-aineiden käyttöä koskevasta lainsäädännöstä sekä ihonhoitotuotteiden valmistuksesta. Kyselyyn vastasi 35 kauneudenhoitoalan ammattilaista. Valtaosa vastaajista oli kosmetologeja ja lähes puolla oli myös erikoiskosmetologin koulutus. Vastaajissa oli mukana sekä yrittäjiä että opettajia. (Partanen 2013, 4, 38-41.)

Samassa yhteydessä selvitettiin myös kampaajien kiinnostusta luonnon raaka-aineita kohtaan. Kyselyyn vastasi 57 kampaajaa, joista 30 oli ekokampaajia. Alan peruskoulutuksessa ei vastaajien mukaan saa riittävästi tietoa luonnon raaka-aineiden käytöstä hiustenhoidossa. Myös osa ekokampaajista piti saamaansa koulutusta riittämättömänä. Lähes kaikki vastaajat olivat kiinnostuneita laajentamaan hoitotarjontaansa luonnonmukaiseen suuntaan ja käyttämään luonnosta saatavista tai viljellyistä raaka-aineista valmistettuja tuotteita työssään. Kiinnostusta oli myös suomalaisten luonnontuotteiden käyttöön ja yrttivärien ja hoitotuotteiden sekoittamiseen itse. Kampaajat kokivat tarvitsevansa enemmän tietoa sekä yrttien että yksittäisten raaka-aineiden käytöstä ja vaikutuksista sekä niiden sekoittamisesta. Kampaajat olivat kiinnostuneita myös omaa työtä laajentavia kokonaisvaltaisia hoitokeinoja kohtaan. Eniten kiinnostusta herätti pH:n vaikutus tuotteissa sisäisesti ja ulkoisesti sekä luonnosta kerättyjen tuotteiden käyttö värjäyksessä ja hoitokäsittelyissä. Hieman vähemmän kiinnostusta herättivät akupainanta, intialainen päänhieronta, ayurveda, eteeristen öljyjen käyttö sekä ener-

gialeikkaus. Viimeistä lukuun ottamatta aiheet kiinnostivat yli puolta vastaajista. He haluaisivat lisäkoulutusta kehon ja hiusten hyvinvointia tukevasta ravitsemuksesta, kosmeettisista raaka-aineista ja allergioista, luonnontuotteiden käyttöön liittyvästä lainsäädännöstä ja tuotteiden valmistuksesta. Vastanneiden kampaajien mukaan myös asiakkaat ovat hyvin kiinnostuneita luonnonmukaisista tuotteista ja hoidoista. (Partanen 2013, 41-45.)

Edellä mainittujen kyselytutkimusten pohjalta asiantuntijaryhmän tutkijat ovat tehneet johdopäätöksen, että kauneudenhoitoalan osaamisen painopistealueet tulevat muuttumaan jonkin verran. Yhä enemmän tarvitaan asiallista tietoa sekä luonnollisten että synteettisten kemikaalien vaikutuksista ihmisiin sekä kykyä vertailla synteettisiä ja luonnon raaka-aineita keskenään. Tutkimuksen asiantuntijaryhmän mukaan kyselyn kautta saatujen tulosten perusteella osaamista tulisi laajentaa yhä enemmän luonnontuotteiden käyttöön ja luonnonmukaiseen hoitamiseen. Suuntaus näkyy esimerkiksi hiusten värjämisessä nykyistä turvallisemmalla tavalla. Ravinnon ja ruokailun merkityksen ymmärtäminen osana sisäistä ja ulkoista hyvinvointia laajenee ja kauneudenhoitoalan palveluja liitetään yhä yleisemmin osaksi yhteiskunnallista hyvinvointipalvelujen kenttää. Kokonaan uutena painospistealueena nähdään kotimaisten luonnontuotteiden käyttö kauneudenhoidossa, akupisteiden hyödyntäminen luonnonmukaisessa hoitamisessa, yrttikylpyjen ja -hauteiden sekä vyöhyketerapian yhteiskäyttö sekä luonnontuotteiden sisäinen käyttö ja sen ohjaaminen. Haasteen tällä hetkellä kehityksen kannalta on erityisesti lainsäädännön tulkitseminen liittyen puhtaiden luonnontuotteiden käyttöön kauneudenhoidossa. (Partanen 2013, 47-48.)

Tutkimusryhmän mukaan työelämä tarvitsee jatkossa yhä enemmän luonnontuotealan, kauneudenhoitoalan ja hiusalan verkostoitumista ja näiden osaamisen yhdistämistä yhteisyrityksiksi. Myös tavalliset kuluttajat kaipaavat tiedon saamista esimerkiksi erilaisten kurssien muodossa. Luonnontuotteiden hyödyntäminen ikääntymistä hidastavana tekijänä ja hiusalan spa-hoitojen kehittäminen nähdään myös tulevaisuuden tarpeina työelämässä. (Partanen 2013, 47.)

## 11 Palvelun tuotteistaminen

Tuotteistamisella tarkoitetaan yrityksen tuottamien palveluiden tarkempaa määrittelyä, täsmentämistä ja profilointia. Tuotteistettava palvelu voi olla myös palvelun ja tavaran yhdistelmä. Kyseessä voi olla myös yksittäinen palvelutapahtuma tai laajempi palvelukokonaisuus. Palvelu voidaan tuotteistaa joko asiantuntijälähtöisesti ammatillisen osaamisen ja asiantuntijuiden varassa asiakkaan tarpeet huomioiden tai asiakaslähtöisesti, jolloin keskiössä ovat asiakkaan tarpeet, toiveet ja odotukset. Selkeä tuote, jolle on määritelty hyödyt ja edut auttaa erottumaan kilpailijoista. Konseptissa saman kokonaisuuden puitteissa tarjotaan useita erilai-

sia palveluja. Hyvä yrityksen imago auttaa houkuttelevan tuotteen menekkiä. (Kainlauri 2007, 57-59.)

Tuotteistettavasta palvelusta tehdään yksityiskohtainen palvelukuvaus. Palvelukuvaus sisältää kuvaavan ja selkeän nimen. Parhaimmillaan se kertoo ilman selityksiä palvelusta. Samoin on tärkeää tähdentää kenelle ja millaisiin tarpeisiin palvelu on kohdennettu. Palvelun sisällön määrittelyssä päätetään palvelun vaiheet, ajallinen kesto sekä millaiseen ammatilliseen tietoon ja taitoon palvelu tai palvelukokonaisuus perustuu. Sisältö siis määrittää näkemyksen siitä mitä asiakas kyseisestä palvelusta saa. Mikäli palvelu on osa laajempaa kokonaisuutta, tämä tuodaan palvelukuvauksessa esille. Osa palveluprosessia ovat myös asiakkuuteen liittyvät kirjaamiskäytännöt. Tuotekuvauksen osana selvitetään myös palvelun tavoitteet, jotka kuvataan asiakkaalle koituvina hyötyinä. Palvelukuvaus täydentää yrityksen imagoviestintää. Tämän vuoksi tulee myös määritellä, kuinka yritys profiloituu palvelujen markkinoilla suhteessa kilpailijoihin. Palvelukuvaukseen selvitetään myös palvelun tuottamiseen tarvittava työaika, tilat ja varusteet, joista lasketaan tuotantokustannukset hinnoittelun perustaksi. (Kainlauri 2007, 59-60.)

Palvelujen tuotteistaminen on tärkeää etenkin markkinoinnin ja myynnin kannalta sekä kilpailutilanteissa. Hyvin tuotteistettu palvelu ei poissulje asiakaslähtöistä, yksilöllistä palvelutoimintaa tai vähennä luovuutta ja joustavuutta sekä syvällistä asioihin paneutumista. Tuotteistaminen on osa palvelujen kehittämisprosessia ja auttaa vertaamaan palveluita asiakastarpeisiin ja seudulla tarjolla oleviin muihin palveluihin ja löytämään oman palvelutoiminnan puutteita ja ongelmia. (Kainlauri 2007, 64.) Itse asiassa hyvin tuotteistettu palvelu voi vapauttaa työntekijän resursseja keskittyä jokaiseen asiakkaaseen syvemmin yksilönä.

Tuotteistamisen tuloksena asiantuntemus tai osaaminen jalostuu palvelutuotteeksi, jota voidaan myydä, markkinoida ja toimittaa asiakkaille. Täysin asiakkaiden tarpeiden ja toiveiden mukaan räätälöidyt ratkaisut toimivat vain, mikäli asiakkaat ovat varakkaita ja heillä on aikaa odotella palvelun saamista. Mikäli yritystoiminnasta halutaan kannattavaa, täytyy ennakkoon miettiä millaiselle kohderyhmälle palvelua tarjotaan, mitä se sisältää ja kuinka se toteutetaan, mitä palvelu maksaa ja kuinka asiakkaat saadaan innostumaan siitä. Tätä vakioratkaisua voidaan tarvittaessa muokata toimitushetkellä asiakkaan mukaisesti. Aina on hyvä pitää mielessä, että tuotteistaminen on pahasti kesken, jos palvelusta on olemassa vain dokumentoitamaton ajatus. (Parantainen 2007, 11-21.)

Tuotteistaminen voi epäonnistua monista eri syistä. Oman palvelun liiallinen salaaminen on näistä yksi. Olisi hyvä ymmärtää, että kertomalla uuden ajatuksen yleisesti tietoon kukaan muu ei voi enää väittää sitä omakseen. Asiakkaan tarpeesta ei saisi myöskään päättää kysymättä häneltä. Asiakas ostaa vain jotain sellaista, jota hän tarvitsee tai haluaa. Tämän vuoksi

hyvän tuotteistamisen lähtökohtana on ratkaista ongelma, johon asiakas törmää toistuvasti. Muita mahdollisia epäonnistumisen syitä voivat olla kohderyhmän jatkuva vaihtaminen, oma uskonpuute tuotteistamisen hyötyihin ja keskittyminen yksityiskohtiin joita asiakas ei arvosta. Tuottamatonta voi olla myös ratkaista ongelma, joka ei ole keskeinen asiakkaan kannalta. Tuotteistamiseen kuuluva työmäärä ja kulut on hyvä myös arvioida realistisesti ja mieluummin hieman yläkanttiin. (Parantainen 2007, 26-28.)

### 11.1 Palvelukonseptin luominen

Toisinaan palvelun kysyntä saattaa lähteä kasvuun vasta, kun palvelun tarjonta on kunnossa. Hyvin tuotteistettu konseptissa palvelu on kehitetty hyvin tunnistettavaksi konseptiksi, jota voidaan monistaa rajattomasti. Konseptin ympärille voidaan rakentaa myös esimerkiksi seminaareja ja työpajoja, joissa konseptin käyttäjät oppivat miten liiketoimintaa voidaan harjoittaa mahdollisimman kattavasti. Konseptin luoja pahin kilpailija on usein itse asiakas, joka voi pitää ulkopuolisen tarjoamaa palvelua uhkana. Mikäli palvelu on tarpeeksi hyvin tuotteistettu ja helposti ostettavissa, oman alansa asiantuntija saattaa innostua kokeilemaan miten hän voisi palvelun avulla helpottaa omaa työtään. Mikäli asiantuntijoilta itseltään kysytään, olisivatko he valmiita ostamaan palvelua, joka korvaa osan heidän työstään, vastaus on todennäköisesti kieltävä. Siksi palvelua voi aluksi joutua kehittämään myös vastoin asiakkaiden mielipiteitä. (Parantainen 2007, 29-32.)

Aina ei ole välttämätöntä saada tuotteistusprosessia loppuun asti hiottua ennen myyntityön aloittamista. Joskus asiakkaalle voi antaa houkuttelevan lupauksen jo siinä vaiheessa, kun palvelulle on olemassa vasta raamit. Mikäli tuotetta viilataan ja säädetään määrättömästi ennen myyntityön aloittamista, menetetään aikaa ja rahaa. Markkinat ovat voineet muuttua tällä välin ja kilpailijat ehtivät edelle. Myyntivaiheessa voi lisäksi paljastua näkökulmia, joita palvelukonseptin luomisessa ei olisi muutoin osannut ennakoita. (Parantainen 2007, 33-35)

Selkeän konseptin luomisessa on keskeistä erottua kilpailijoista ja helpottaa asiakkaan ostamista. Tämä onnistuu paketoimalla selkeitä kokonaisuuksia, joissa palveluun voidaan yhdistää sopivasti myös tuotteita. Selkeästi määritelty sisältö ja hinta poistavat asiakkaalta riskin tuntea hankinnasta. Riskiä voidaan pilkkoa myös osamaksun ja -toimituksen avulla. Toisinaan konsepti voi olla liian iso pala haukattavaksi. Tällöin paketti voidaan jakaa moduuleiksi. Tarjolla olevien tukipalvelujen avulla asiakkaasta huolehditaan myös ensimmäisen ostoksen jälkeen. Konkreettisten tilausten saamista helpotetaan lupaamalla jotain sellaista, jota ei saa mistään muualta, palvelun tuottamalla konkreettisella hyödyllä tai hyvällä tarinalla, mielikuvalla tai imagolla. Kaikki nämä tuovat yritykselle ja sen konseptille ylivoimaa kilpailijoihin nähden. Hyvä konsepti antaa asiakkaalle kunnollisen, yksinkertaisen lupauksen, joka saa asi-



akkaan uteliaaksi tai jopa epäuskoiseksi. Lupauksen tulee olla ostamaan houkutteleva, helposti mitattavissa ja erottua kilpailijoista. (Parantainen 2007, 38-73)

## 11.2 Palvelun laatu

Laadun arviointi on keskeinen osa yritystoimintaa ja palvelujen kehittämistä. Laatua voidaan arvioida esimerkiksi asiakkaan tai ammatillisen työn näkökulmista. Asiakkaan näkökulmasta laadukkaan palvelun lähtökohtina toimivat hänen tarpeet ja odotukset. Palveluprosessin laatua voidaan arvioida erillisinä vaiheina tai kokonaisuutena, jolloin laatutekijöitä ovat esimerkiksi toimenpiteiden onnistuminen, lopputulos sekä palvelun vaikutukset. Näin ollen sekä lähtökohtatilanteen että palveluprosessin ja sen tulosten tulee mukautua asiakkaan tilanteeseen ja tarpeisiin. Ammatillisen työn näkökulmasta tarkasteltuna laadun osatekijöitä ovat esimerkiksi henkilöstön koulutus, asianmukainen teknologia ja palveluun soveltuvat työvälineet. Palveluprosessin laatutekijöinä ovat palvelun saatavuus, joustavuus, jatkuvuus, pysyvyys ja saumattomuus. (Kainlauri 2007, 67-68.)

Yksittäisen palvelun laadun lisäksi myös koko yrityksen laatu ovat keskeisiä valintakriteerejä asiakkaan näkökulmasta. Yrityksen laatu huomioi esimerkiksi toimialan ja sen erityispiirteet, yrityksen arvot, toimialan kehitysnäkymät ja yrityksen toiminta-ajatuksen sekä resurssien ja prosessien hallinnan. Yrityksen laadun arviointia varten tulisi olla myös sopivat laadun mittarit, oman toiminnan arviointi ja kehittäminen. (Kainlauri 2007, 70-71.)

## 11.3 Brändin merkitys b-to-b markkinoinnissa

Opinnäytetyön toimeksiantajan tärkein asiakasryhmä ovat kauneudenhoitoalan yritykset ja heidän palveluksessa työskentelevät työntekijät. Hyvinvoinnin koulutusakatemia I.L.O.:lla on oma asiakkaille näkyvä brändi. Uutta ekologista palvelumetodia mietittäessä tulee päättää hyödyntääkö syntyvä palvelu yrityksen imagoa, vai rakennetaanko sille oma selkeästi erottuva brändi.

Brändiä on pidetty useimmiten lähinnä kuluttajamarkkinoinnissa tarkoitettuna tuotemerkin vastineena. Brändiajattelua tarvitaan kuitenkin myös yritysten välisessä markkinoinnissa. Business-to-business markkinointi käsittää markkinoinnin, jonka eri osapuolia voivat olla mm. yritykset ja yksityiset ammatinharjoittajat. Hyvin tuotteistetuihin palveluihin, valmennusohjelmista ja täydennys- ja ajankohtaiskoulutuksista tehdään tai niistä muotoutuu oma brändinsä. Palveluja ostettaessa myyjäyrityksen ammattitaidolla, joustavuudella ja referensseillä on suuri merkitys. Suurimmat epäonnistumiset tapahtuvat useimmiten ostajan odotusten ja heidän saaman palvelun välillä. Tämän vuoksi onkin tärkeää tähdentää asiakkaalle, mitä palvelu sisältää sekä selvittää asiakkaan omat odotukset. Kilpailutilanteessa valinta osuu useimmiten

tunnetuimpaan, mielikuvaltaan positiivisimpaan ja turvalliseen brändiin. Brändiajattelu b-to-b-markkinoinnissa lisää tunnettuutta ja auttaa kehittämään yritystä strategian mukaisesti. Brändäys kehittää työnantajakuva, erottaa muista kilpailijoista ja selkeyttää yrityskuvaa. Samalla se yhtenäistää yritystä sisäisesti ja luo jatkuvuutta ja vahvistusta asiakas- ja kumppanuussuhteille. (Herzen 2006, 13-38.)

Brändin rakentamisen tulisi aina alkaa nykytilanteen määrittämisellä. Nykytilan määrittämisen kautta hahmotetaan brändin tavoitetilä sekä keinot, joilla tavoitetaan päästään. (Sandbacka 2010, 52.) Myös yrityksissä päätösten takana on ihminen, joka on samalla inhimillisesti toimiva kuluttaja. Näiden ostopäätösten tekijöiden tavoittelu alkaa juuri tavoitemielikuvan määrittelyllä. Se kertoo millainen yritys haluaisi mielikuvan olevan nykyisen ja potentiaalisen asiakaskunnan keskuudessa. Yritysmielikuva on rakennettava arvojen, strategian ja tavoitteiden varaan ristiriidattomasti. (Mäkinen, Kahri & Kahri 2010, 35-36.)

Tavoitemielikuvaan kirjataan ne asiat, joista yritys haluaa olla tunnettu ja joissa se erottuu kilpailijoistaan. Brändin tarjoamat edut kuvaavat sekä konkreettisia että immateriaalisia etuja, joita asiakas saa käyttäessään yrityksen tuotteita tai palveluja. Hankintapäätösten taustalla vaikuttavien tunteiden tunnistaminen auttaa tavoitemielikuvan määrittelyä. Tämä vaatii syvällistä kohderyhmän tarpeiden, motiivien ja käyttäytymisen tuntemista, jonka pohjalta etsitään varsinaisia erottautumiskeinoja. Brändin luomien etujen tulee olla siis asiakkaan kannalta merkityksellisiä ja kilpailijoista erottelevia. On myös muistettava että hygieniatekijöillä, jotka asiakkaat odottavat saavansa riippumatta siitä kenen kanssa toimivat, ei voida luoda kilpailuetua. Yritysmielikuvaan liittyvä persoonallisuus on aineetonta brändin osaa, joka kertoo millainen brändi on ja miten brändi esiintyy. Brändille voidaan määritellä kaikkiin aisteihin vetoavia tunteita äänistä kosketusmielikuvaan saakka. (Mäkinen ym. 2010, 35, 39-40.)

Brändi on aina mielikuva, jonka muodostumiselle yritys tarjoaa puitteet fyysisellä tuotteella tai palveluprosessilla sekä viestinnällä. Mielikuvan syntymiseen vaikuttavat myös mm. työntekijöiden toiminta, suullinen viestintä, tarjottavat oheistuotteet, toimitilat, mainonta, uutiset ja saadut kokemukset brändistä. Keskeisintä brändin rakentamisessa on sopivan nimen ja tunnuksen valinta. Molempien tulisi kestää aikaa ja olla omaleimaisia ja hyvin tunnistettavia. Niiden tulisi myös heijastaa niitä arvoja, visiota ja missiota joihin brändiviestinnän halutaan perustuvan. Itse tarjottavan tuotteen tai palvelun ominaisuudet, markkina-asema ja tuotteen liitetyt arvot rakentavat nekin osaltaan brändimielikuvaa. Nimen ja tunnuksen suunnittelun jälkeen kehitetään kokonaisilme, kiteytetään peruslupaus ja viestinnän linjaukset. (Herzen 2006, 91-115.)

Brändin nimeen voidaan liittää myös selite, joka kertoo tarkemmin joko liiketoiminnan tai tuotteen luonteesta. Tällaisena selitteenä voivat toimia vaikka sanat urakointipalvelut, mainostoimisto ja asianajotoimisto. Tunnus koostuu joko merkin ja nimilogon yhdistelmästä tai vain logosta. Visuaalisen ilmeen suunnittelulla tarkoitetaan kaikkia niitä valintoja, joita tehdään nimen ja tunnuksen esiintymisestä viestinnässä. Siihen kuuluvat esimerkiksi ratkaisut koskien käytettäviä kirjasintyyppejä, värejä, tunnuksen sijoittamista lomakkeisiin ja painotuotteisiin, pakkauksia tai yritystunnuksen näkymistä tuotebrändien pakkauksissa ja materiaalivalintoja. Ilmeeseen voi liittyä myös audiovisuaaliset elementit. Brändin peruslupaus eli iskulauseelle on ominaista, että se liitetään tiiviisti ja pysyvästi tunnuksen yhteyteen. Viestinnän linjauksia pohdittaessa kannattaa miettiä mitä brändistä sanotaan ja kuvataan, mutta myös mitä ei haluta siihen missään nimessä liitettävän. (Herzen 2006, 106-115.)

Brändiviestintää voidaan tehdä monin erilaisin keinoin. B-to-b-markkinoinnissa painottuvat massamainontaa enemmän henkilökohtainen myyntityö ja asiakassuhteiden hoitaminen. Jos kuluttajamarkkinoinnissa brändiviestinnän tavoitteena on aikaansaada suoraan ostoja, b-to-b-markkinoinnissa tavoitellaan ennemmin myyntityön tukemista, kilpailijoista edukseen poikkeavaa tunnettuutta, kiinnostuksen herättämistä, tarjouspyyntöjen saamista ja yhteyden muodostumista asiakkaan sekä tuotteen tai palvelun tarjoajan välille. Keskeisimpiä käytettyjä markkinointiviestinnän välineitä ovat mm. mainonta esimerkiksi ammattijulkaisuissa, suoramarkkinointi, esitteet, www-sivut ja muu verkkomedia, messut, myyntikansiot, sponsorointi, julkisuus, asiakastilaisuudet, sidosryhmäjulkaisut, lehdistötiedottaminen ja muu asiakassuhteiden hoito. Kun viestinnän kohteena ovat henkilöt, joiden työhön kuuluu hankintojen valmistelu ja hoitaminen, viestinnän välineetkin painottuvat niiksi, joita voidaan seurata työajalla tai -paikalla. Mediat voivat olla sellaisia, jotka työnantaja maksaa ja joihin perehtymistä suorastaan edellytetään henkilöstöltä ammattitaidon ylläpitämiseksi. Tällaisia ovat mm. ammattilehdet, alan tapahtumat ja seminaarit sekä messut sekä internet tiedonhankintakanavana. Mikäli asiakaskohderyhmä on pieni, korostuu suoramarkkinoinnin, henkilökohtaisen myyntityön ja suorien kontaktien rooli. (Herzen 2006, 164-197.)

Brändin rakentamista aloittavan on hyvä muistaa joitakin asioita. Nimeksi kannattaa valita sellainen, jonka kanssa voi elää pitkälle tulevaisuuteen ja tarvittaessa kansainvälistyä. Sama vaatimus koskee brändin tunnusta. Brändi tarvitsee selkeän ja ymmärrettävän sisällön. Selitteen ja peruslupauksen tulisi olla melko pysyviä ja omalle brändille sopivia. Viestinnän linjauksista kannattaa tehdä ohjeisto, joka annetaan laajasti sitä tarvitsevien käyttöön. Resursien keskittäminen ja yhden brändin arkkitehtuuri ovat suositeltavia ainakin aluksi. Menestykselle tärkeille kohderyhmille tulee viestiä heidän kielellä ja tuoda esille heitä kiinnostavia puolia säilyttäen kuitenkin viestinnän yhtenäisyys. Asiakkaiden kanssa toimivien henkilöiden tulee tuntea brändin tarina hyvin ja heidän tulee viestiä ja toimia brändiarvojen mukaisesti. Markkinoinnin ja viestinnän tulisi toimia käsi kädessä ja suunnittelun ja tarvittavien hienosää-

töjen tulee pohjautua palautteeseen ja tutkimustietoon. Toiminnan tulee olla pitkäjänteistä ja johdonmukaista. Tärkeää on myös pitää mielessä että päätösten takana on ihminen, joka haluaa tehdä hyviä päätöksiä. (Herzen 2006, 231-232.)

## 12 Ammattilaishaastattelut

Opinnäytetyössäni haastattelin 4 ekologisen kauneudenhoidon parissa työskentelevää ammattilaista. Tämän laadullisen tutkimusosuuden tarkoituksena oli täsmentää ekologisia tuotteita ja kauneudenhoitoalan palveluja kuluttavien asiakkaiden profiilia ja motiiveja. Samalla haluttiin löytää näkökulmia ekologisen kauneudenhoitopalvelun kehittämiseksi. Haastateltavista kolmella on oma yritys, jossa he tarjoavat ekologisia kauneudenhoitoalan palveluja ja myyvät luonnonkosmetiikkaa. Yksi haastateltavissa on luonnonkosmetiikkaa valmistavan ja myyvän yrityksen palveluksessa. Kaksi haastateltavista toimii Oulun seudulla ja kaksi eteläisemmässä Suomessa. Kolmella haastateltavista on kosmetologin koulutus ja yhdellä heistä myös ekokosmetologin koulutus. Yhdellä haastateltavista on parturi-kampaajan koulutus. Haastattelurunkona käytettiin kyselylomaketta (liite 1), jonka kysymyksiä laajennettiin tarpeen mukaan haastattelutilanteessa.

Haastattelujen perusteella suurin asiakasryhmä on 25-45-vuotiaat naiset, mutta asiakkaita on myös muista ikäryhmistä. Asiakkaat ovat keskimäärin koulutetumpaa väestönryhmää. Asiakkaiden keskimääräistä korkeampi koulutus- ja tulotaso korostuvat etenkin taloudellisen taantumisen aikana. Kulutuskäyttäytymiseltään ekologisia tuotteita ja palveluja ostavista asiakkaista useat ovat harkitsevia ostajia. He haluavat panostaa itseensä ja panostavat enemmän laatuun kuin määrään. Yhden vastaajan mukaan luonnonkosmetiikan hankinnoilla ja kulttuurista kiinnostumisella näyttäisi olevan jonkinlainen yhteys.

Vastaajien mukaan yksi tärkeä syy valita luonnonkosmetiikka on asiakkaiden huoli omasta terveydestä. Hyvin usein ihmiset kiinnostuvat omasta hyvinvoinnistaan ja terveydestään ensin ruuan kautta. Elintavoissa kiinnitetään huomiota ensin esimerkiksi luomuruokaan, superruokiiin ja ruuan lisäaineettomuuteen. Tämän jälkeen kiinnostus laajenee myös käytettyyn kosmetiikkaan. Ihmiset heräävät ruuan kautta ajattelemaan myös muita käyttämiään teollisesti valmistettuja kemikaaleja ja niiden vaikutuksia. Terveysajatteluun herääminen liittyy usein raskaaksi tulemiseen ja lasten saamiseen. Oma hyvinvointi ja terveys ovat etusijalla siirryttäessä muusta kosmetiikasta luonnonkosmetiikkaan. Ihmiset pohtivat myös kosmetiikan sisältämien synteettisten ainesosien vaikutusta omaan hormonitoimintaan. Haastateltavien ammattilaisten asiakkailla kosmetiikan turvallisuuden pohtiminen näyttäisi olevan tärkein syy siirtyä luonnonmukaisempaan kauneudenhoitoon. Tämän lisäksi ympäristönäkökulma ja eläinkokeettomuus nousevat valintakriteereiksi.

Oma ryhmänsä ovat asiakkaat, jotka ovat kärsineet iho-ongelmista, kuten aknesta, jota ei ole onnistuttu ratkaisemaan perinteisen kosmetiikan keinoin. Luonnonkosmetiikan avulla saadut hyvät ihonhoidolliset tulokset saavat heidät pysymään luonnonkosmetiikan parissa. Yleisesti luonnonkosmetiikan valinneet kuluttajat hakevat ratkaisua samoihin iho-ongelmiin kuin muutkin kosmetiikkaa käyttävät asiakkaat. Perinteinen kosmetiikka on voinut aiheuttaa allergioita, joita säilöntäaineeton ja luonnollisia hajusteita sisältävä luonnonkosmetiikka helpottaa. Osa asiakkaista on hyvin tietoisia ainesosista ja vallitsevista trendeistä. Haastateltavien ammattilaisten asiakkaisiin kuuluu myös kuluttajia, jotka eivät ole tulleet asiakkaisiksi ekologisista lähtökohdista. He ovat saattaneet saada hyvää palautetta esimerkiksi puskaradion kautta ja hakeutuneet tätä kautta asiakkaisiksi. Oma asiakasryhmänsä ovat myös kuluttajat, jotka ostavat luonnonkosmetiikkaa mutta eivät käytä kauneudenhoitoalan palveluita. Tiukentunut taloudellinen tilanne edistää tilannetta, jossa käytettävät resurssit panostetaan ekologisiin tuotekintoihin hoitolapalvelujen käytön kustannuksella.

Haastateltavien mukaan useat asiakkaat ovat tällä hetkellä aika hintatietoisia, mutta ostopäätöksen kannalta usein ratkaisevaa on ammattilaisen suosittelu ja tuotteen toimivuus. Ostopäätökseen vaikuttavat usein myös tuotteen ulkonäkö, tuoksu, käyttöominaisuudet, kotimaisuus ja syntyvän jätteen määrä. Haastateltavien ammattilaisten omassa asiakaskunnassa ostopäätöksen kannalta tärkein tekijä on kuitenkin ammattilaisen antama suositus omalle iholle toimivista tuotteista. Hoitoloista asiakkaat ostavat enimmäkseen kasvojenhoitoon tarkoitettuja tuotteita ja palveluita. Keskiostoksen suuruutta kysyttäessä hoitolakäyntien keskiostokseksi arvioitiin n.100€/kerta. Tämä sisältää sekä palvelu- että tuoteostot. Pelkkiin tuoteostoihin vastaajien asiakkaat käyttävät keskimäärin 30-50€ ostokertaa kohden.

Osalle asiakkaista luonnonkosmetiikan sertifikaatit ovat tärkeitä tuotevalintojen kannalta. Nämä asiakkaat ovat perehtyneet luonnonkosmetiikkaan ja mahdollisesti yrityksessä myytäviin sarjoihin jo ennalta. Suurelle joukolla haastateltavien asiakkaista sertifikaatit eivät kuitenkaan ole tärkeitä tuotevalintojen kannalta. Tätä tärkeämmäksi nousee luottamus yritykseen ja sen maineeseen sekä ammattilaisen näkemys ja kokemus tuotteiden toimivuudesta. Tarina tuotteiden takana on myös yhä tärkeämpää. Kuluttajat ovat yhä tietoisempia ja tarkempia ja haluavat läpinäkyvyyttä yritysten toimintaan. Pieniä yrityksiä, käsityöläisyyttä ja kotimaisuutta arvostetaan.

Haastateltavien ammattilaisten asiakkaat ovat kiinnostuneita itsensä hoitamisesta ja osa asiakkaista tulee yritykseen hakemaan rentoutusta, hyvää oloa ja hemmottelua rauhallisessa ympäristössä. Hoitolakäynti on enemmän kuin kasvohoito. Se on hetki aikaa itselle. Toisaalta osalle asiakkaista hoidon hemmottelevuus voi tulla positiivisena yllätyksenä, kun hoitolasta on lähdetty hakemaan kasvohoidon kautta apua iho-ongelmaan.

Asiakkaat kaipaavat ja myös saavat yhä enemmän kauneushoitoloista ohjausta laajemmin kuin vain ihonhoitoon kosmetiikan keinoin. Perusohjaukseen kuuluu ihonhoitorutiineista muistuttaminen ja tuotteiden käytön ohjaus. Ihonhoidon ammattilaiset ohjaavat asiakkaita myös esimerkiksi ruokavaliossa ja muussa sisäisessä kauneudenhoidossa. Asiakas ja hänen mahdolliset iho-ongelmat huomioidaan kokonaisvaltaisemmin ja yksilöllisesti. Suosituksia voidaan antaa myös liikunnasta ja muista elämäntavoista. Kauneudenhoitoalan ammattilainen voi antaa hyvinvointiin uusia näkökulmia ja herätellä ajattelemaan asioita uudella tavalla. Yksi haastateltavista tekee myös säännöllistä yhteistyötä funktionaalisen lääketieteen ravintovalmentajan kanssa.

Ruuan merkitys ihonhoidolle näyttäisi olevan kasvava trendi ja osa ammattilaisista haluaisi pystyä vastaamaan entistä paremmin tähän tarpeeseen. Samoin raaka-aineiden laajempi ja syvällisempi tuntemus olisi eduksi. Myös ammattilaiset joutuvat pohtimaan kosmetiikan turvallisuutta, toimintaa ja ainesosien imeytyvyyttä ihoon. Kosmetiikan vaikutusmekanismin toimintatapa fysiologisella tasolla kiinnostaa enemmän kuin tietoa on saatavilla. Haastateltavat ammattilaiset ovat toimineet jo useamman vuoden yrittäjinä ja syventäneet tietämystään monilla tavoin. Etenkin yrittäjyyden alkumetreillä tarvetta olisi myös yrittäjyyteen liittyville käytännönläheisille koulutuksille.

Luonnonkosmetiikan käyttöön voi liittyä toisinaan myös haasteita. Kaikki luonnonkosmetiikka ei ole yhtä käytettävää kuin synteettisiä raaka-aineita hyödyntävä kosmetiikka on. Kosmetiikan valmistuksen kannalta ongelmallista on toisinaan myös rajanveto synteettisten ja luonnonkosmetiikassa hyväksytyjen ainesosien välille. Luonnonkosmetiikassa hyödynnetään usein myös eteerisiä öljyjä, joita ei kuitenkaan suositella raskaana oleville tai imettäville naisille. Tämä voi olla toisinaan haasteena toimivien tuotteiden löytymiselle. Myös meikkituotteissa esimerkiksi toimivan ripsivärin löytäminen luonnonkosmetiikkasarjoista voi olla hankalaa. Toisaalta ammattilaisten mielestä luonnonkosmetiikan tarjonta on nykyisin niin hyvä, etteivät niihin liittyvät haasteet ole kokonaisuuden kannalta merkittäviä. Luonnonkosmetiikan tarkoitus on saada toimimaan oma iho ihanteellisemmin. Tehokkaammat tulokset ja selkeät muutokset voivat vaatia radikaalimpia toimenpiteitä.

Kaikki haastatellut hoitolayrittäjät käyttävät palveluissaan luonnonkosmetiikkaa. Kaksi vastaajista hyödyntää hoidoissa lisäksi luonnonöljyjä ja yksi käyttää näiden lisäksi kukkavesiä ja eteerisiä öljyjä. Haastateltujen mukaan omien hoitosarjojen valinnassa tärkeää on että voi itse luottaa tuotteisiin ja niiden toimivuuteen sekä turvallisuuteen. Tuotesarjan testaus ennakoon on ratkaisevassa roolissa. Tuotteiden tulee olla omille arvoille sopivia. Tuotesarjan tunnettuudesta on etua ja hyvä yhteistyö maahantuojaan kanssa edistää hankintapäätöstä. Valintaan voi vaikuttaa myös mm. markkinointimateriaalin saatavuus ja tuotteiden tarjonta lähialueilla. Tuotteissa käytetyt ainesosat sekä markkinointiväittämien todenperäisyys päätyvät

myös tarkkailun alle. Tuotteiden hyvä ulkonäkö on eduksi. Kotimaisuutta ja lähituotantoa pohditaan yhtenä tärkeänä tekijänä tuotesarjavalintojen yhteydessä, mutta tätä ratkaisevampaa näyttäisi olevan tuotteiden sopivuus omaan hoitofilosofiaan.

Myös hoitolamiljöön rakentamisessa huomioidaan ekologisuus aina kun se on kokonaisuuden kannalta järkevää. Tunnelmaltaan ekologinenkin hoitola voi olla ylellinen ja nykyaikainen. Osa haastateltavista kosmetologeista suosii maanläheistä ja hieman vanhahtavaa tunnelmaa, jossa suositaan kierrätystä ja vanhoja huonekaluja. Luonnonmateriaaleja ja kestäviä tuotteita suositaan esimerkiksi huonekaluissa ja tekstiileissä. Ekologisuus ei ole sisustuksen kannalta kuitenkaan ehdotonta, vaan kokonaisuus ja toimivuus ratkaisevat. Toisinaan järkevintä on valita esimerkiksi kertakäyttötuote kuin pestä tekstiilejä tiheään. Luonnonmukaiset pesuaineet ovat luonnollinen valinta ekologiseen kauneushoitolaan, mutta desinfiointiin tarvitaan voimakkaampia kemikaaleja. Luomupuuvillaiset pyyhkeet, reilun kaupan tuotteet sekä kierrätyskartongista valmistetut käyntikortit ja esitteet ovat keinoja huomioida ekologisuutta yrityksen toiminnassa. Osa vastaajista koki, että kotimaisuutta ei pysty huomioimaan hoitolasisustuksessa niin hyvin kuin ehkä haluaisi.

Ammattilaisilta kysyttiin myös näkemystä kauneushoitoalan ja ekologisen kauneushoidon tulevaisuudesta. Kaikki haastateltavat olivat sitä mieltä että luonnonkosmetiikan käyttäjäkunta laajenee koko ajan. Ekologinen kauneushoito ei ole enää vain pienen asiakasryhmän puuhastelua ja luonnonkosmetiikan tarjonta kauneushoitoloissa on kasvava trendi. Kosmetiikan turvallisuuden ohella ympäristövaikutukset ja eläinten kohtelu nousevat yhä laajemmin tarkastelun alle. Ihonhoito on tulevaisuudessa yhä enemmän arkipäivää ja sallittu hemmotteluhetki. Kauneushoito on yhä kokonaisvaltaisempaa. Ruuan ja ympäristön huomioiminen kuuluvat keskeisenä osana myös kauneushoidon toteuttamiseen. Luonnonmukainen, ihmisen kokonaisvaltaisesti huomioiva kauneushoito voi myös erkaantua tulevaisuudessa selkeämmin dekoratiivisesta, pintaan keskittyvästä kauneushoidosta. Kiinnostus niin omasta kuin luonnonkin hyvinvoinnista on edennyt ruuan kautta kosmetiikkaan. Tulevaisuudessa huomiota kiinnitetään yhä enemmän myös vaatevalintoihin ja niiden ekologisiin vaikutuksiin.

### 13 Johtopäätökset

Opinnäytetyön tarkoituksena oli selvittää tarjolla olevia ekologisia palveluita sekä ekologisten kauneushoitopalveluiden suunnittelussa huomioon otettavia asioita. Työn avulla kartoitettiin asiakkaiden tarpeita ekokauneuteen liittyen. Samalla etsittiin ammattilaisten koulutus- tarpeita ekokauneuden osalta. Opinnäytetyö on kirjoitettu ekologisen kauneushoidon näkökulmasta, eikä työssä oteta kantaa siihen, onko esimerkiksi synteettisen kosmetiikan ja teollisesti valmistettujen kemikaalien välttämislle todellisia perusteita.

Ekologinen kauneudenhoito on kokoajan kasvava trendi. Ekokauneuspalveluiden ja ekologisten ihonhoitotuotteiden kysyntä kasvaa jatkuvasti. Kuluttajat ovat yhä tietoisempia esimerkiksi kosmetiikan sisältämien ainesosien suhteen. Kaikki asiakkaat eivät perehdy itse syvällisesti kosmetiikan raaka-aineisiin, vaan luottavat ammattilaisen arvioon turvallisista ja itselle sopivista kauneudenhoitotuotteista. Ekologiseen kauneudenhoitoon herätään usein kokonaisvaltaiseen hyvinvointiin tähtäävän elämäntavan kautta. Aluksi kiinnitetään huomiota ruuan merkitykseen hyvinvoinnille ja tämän jälkeen ajatusmaailma laajenee kattamaan käytettyjä kosmetiikkatuotteita ja muita kemikaaleja. Helpoin tapa siirtyä kauneudenhoidossa ekologisempaan suuntaan on valita omassa käytössä olevat tuotteet luonnonkosmetiikkasarjasta. Oman turvallisuuden pohtimiseen herätään yleensä omien lasten saamisen yhteydessä.

Kauneudenhoitoalan ammatillinen peruskoulutus huomioi tällä hetkellä vain osittain ekologisen kauneudenhoidon osana opetussuunnitelmia. Alan ammattilaiset voivat syventää osaamistaan peruskoulutuksen jälkeen esimerkiksi ekokosmetologin tai ekokampaajan opinnoilla. Vaikka kauneudenhoitoalan ammattilaisella ei olisikaan ekokosmetologin tai ekokampaajan koulutusta, voi hän omilla menetelmä- ja tuotevalinnoillaan suuntautua ekologisempaan suuntaan.

Useat kauneudenhoitoalan yrittäjänä toimivat kosmetologit turvautuvat palvelutarjonnassaan valmiiseen luonnonkosmetiikkaan. Näiden käyttöä voidaan täydentää luonnonöljyjen ja eteeristen öljyjen käytöllä. Hiusalan ekologisissa yrityksissä on yleisempää hyödyntää palveluissa laajemmin puhtaita luonnontuotteita kuten kasveja, yrttejä ja savea. Sekä kosmetologien että parturikampaajien palveluyritykset tarjoavat samanlaisia palveluita kuin perinteisetkin kampaamot ja kauneushoitolat. Heidän toiminta poikkeaa perinteisistä kilpailijoista nimenomaan luonnonmukaisempien tuotteiden ja aineiden käytössä. Lisäksi heidän ihmiskäsityksensä vaikuttaisi olevan kokonaisvaltaisempi. Asiakkaiden hyvinvointi huomioidaan palveluissa kokonaisvaltaisemmin. Kiireettömyys ja rauhallisuus korostuvat palvelutarjonnassa. Käsityön merkitys on myös suuremmissa roolissa ja useat ekologistia kauneudenhoitopalveluja tarjoavat yritykset eivät käytä hoidoissaan laitteita.

Suomessa on tällä hetkellä hyvin tarjolla luonnonkosmetiikkaa ihonhoitoalan ammattilaisten ja asiakkaiden käyttöön. Tarjolla on sekä ulkomaisia mutta myös yhä enemmän kotimaisia kosmetiikkavalmistajia. Kotimaisuuden arvostus kaiken kaikkiaan kauneudenhoidonkin alueella näyttäisi olevan kasvussa.

Ekologisten kauneudenhoitopalveluiden suunnittelussa voidaan huomioida käytettyjen tuotteiden lisäksi monipuolisesti erilaisia hoitoprosessia rikastuttavia asioita. Perinteiseen ihonhoitopalveluun voidaan liittää osia täydentävistä hoitomuodoista kuten vaikkapa akupunktios- tai aromaterapiasta. Tunnelman luomisessa voidaan hyödyntää ääniä, värejä ja erilaisia



materiaaleja. Asiakkaan ohjauksessa voidaan huomioida monipuolisesti hänen senhetkinen elämäntilanne ja ohjeistaa laajemmin kuin vain ihonhoidon osalta.

Ekologisempiin kauneudenhoitopalveluihin hakeutuvilla asiakkailla on ihan samanlaisia ihonhoidollisia haasteita kuin muidenkin kauneushoitoloiden asiakkailla. Tämän vuoksi asiakkaat toivovat tehokkaita ja toimivia ratkaisuja heidän ongelmiinsa. Asiakkaat hakevat kauneudenhoitoalan yrityksistä myös yhä laajempaa ohjausta omaan kauneuden- ja hyvinvointiin liittyen. Tämä asettaa haasteita ammattilaisille. Myös ammattilaisten oma kunnianhimo asiakaspalvelun suhteen asettaa heille uusia koulutustarpeita. Ravitsemukseen liittyvä ohjaus on yksi tärkeä osaamisalue, jolle asiakkaiden toiveet luovat kysyntää ja johon kauneudenhoitoalan ammattilaisilla tulisi olla entistä paremmat valmiudet. Tämän lisäksi ammattilaisilta puuttuu tietotaitoa käyttää puhtaita luonnontuotteita laajemmin osana kauneudenhoitoa. Useat kauneudenhoitoalan ammattilaiset ovat tiedonjanoisia myös tuotteiden toimivuuden ja raaka-aineiden suhteen.

#### 14 Pohdinta

Tämä opinnäytetyö toimii taustaselvityksenä uuden palvelun kehittämiseksi. Toimeksiantajayritys kehittää opinnäytetyön pohjalta oman kokonaisvaltaisen ekologisen kauneudenhoitopalvelun, ekokauneus-palvelumetodin, jossa huomioidaan asiakkaan alkuhaastattelu, hoidon kulku sekä ravitsemuksellinen ja elämäntilanteeseen liittyvä ohjaus. Osana metodin kehittelyä huomioidaan myös hoitolamiljöö, työasu ja tarvittavat hoitolatekstiilit. Hyvinvoinnin koulutusakatemia I.L.O. luo lisäksi palvelumetodista koulutuksen, jota tarjotaan kauneudenhoitoalan palveluyrityksissä työskenteleville ammattilaisille. Koulutuksen myötä ammattilaiset voivat tarjota valmiiksi suunniteltua ekokauneus-palvelumetodia omille asiakkailleen.

Opinnäytetyö osoittautui aiheena ajankohtaiseksi, sillä ekologisten kauneudenhoitopalvelujen kysyntä ja tarjonta näyttävät kasvavan jatkuvasti. Tämän selvitystyön haastattelut kohdistuivat tällä hetkellä ekologisen kauneudenhoidon parissa työskenteleviin ammattilaisiin ja heidän asiakaskuntaan. Laadullisilla menetelmillä tehty tutkimusosuus antaa näkökulmia asian tarkasteluun, mutta pienen otannan vuoksi saatuja tuloksia ei voida yleistää koskemaan koko toimialaa. Selvitystyötä tehtäessä oli hienoa huomata miten monenlaisia asioita voidaan huomioida suunniteltaessa ekologisia kauneudenhoitopalveluita. Käytössä on hyviä luonnonkosmetiikkasarjoja ja monia hoidollisia tekniikoita. Selvitystyön pohjalta täytyy vain löytää toimivin ratkaisu oman ekokauneuspalvelumetodin luomiselle.

Ekologisissa hoidoissa voidaan hyödyntää hyvin esimerkiksi värien ja musiikin tai vaihtoehtoisesti hiljaisuuden tunnelmaa luovaa vaikutusta. Näiden lisäksi veden ja kivien käyttöä voisi harkita osana hoitokokonaisuutta, koska ne ovat luonnon ainesosia. Samoin hoidossa kannat-

taa hyödyntää mahdollisuuksien mukaan jo olemassa olevia, ilman kosmetiikkaa käytettäviä kauneushoidollisia menetelmiä kuten kuivaharjausta ja kynsien kiillotusta. Hoitotilanteen tunnelmaa voidaan luoda kynttilöiden ja erilaisten valaistusratkaisujen avulla. Hoidon yhteydessä asiakkaalle voidaan tarjota esimerkiksi hyvää tekevää hedelmämehua tai teetä. Jotta palvelukonseptista tulee kysytty tuote, palvelun tulee olla mielestäni asiakkaalle sekä elämys, että tarkoituksenmukainen ja toimiva hoito. Asiakkaille kauneushoitoratkaisujen toimivuus on kuitenkin yhä edelleen tärkeää.

Syntyvän palvelumetodin voisi yhdistää esimerkiksi kauneusvalmennukseen. Hoidon tekevä ammattilainen voisi olla asiakkaan kokonaisvaltainen kauneusvalmentaja, joka huomioi kauneushoidolliset tarpeet ekologisesti. Palvelumetodia suunniteltaessa tulee harkittavaksi myös onko syntyvä palvelu sidonnainen johonkin hoitosarjaan vai sovelletaanko sitä kunkin asiakkaan hoitosarjojen mukaisesti. Mikäli palvelu halutaan rakentaa tukeutumaan yksittäiseen hoitosarjaan, tulee harkittavaksi esimerkiksi sopivien ihonhoitotuotteiden maahantuonti.

Tämä opinnäytetyö ei avaa kuvaa niistä ekologisesta kauneushoidosta kiinnostuneista asiakkaista, jotka eivät tällä hetkellä käytä kauneushoitopalveluja osana kauneushoitoaan. Voi olla että todella ekologisilla kuluttajilla olisi aivan uusia näkökulmia palvelulle, joka vastaisi myös tällä hetkellä itse ihoaan hoitavien asiakkaiden tarpeisiin. Tekemieni haastattelujen piiriin kuuluvien asiakkaiden joukossa esimerkiksi eläinkokeettomuus ja kestävä kehityksen ja ympäristön hyvinvoinnin huomioiminen eivät nousseet tärkeimmiksi ostokriteeriksi. Nämä näkökulmat saattavat kuitenkin olla ehdottoman tärkeitä osalle potentiaalisesta asiakaskunnasta. Opinnäytetyö ei myöskään selvennä sitä, miksi osa kuluttajista uskoo luonnokosmetiikan olevan selvästi turvallisempaa kuin perinteinen kosmetiikka tai onko näille näkemyksille todellisia perusteita. Lain mukaan kosmetiikan täytyy kuitenkin aina olla käyttäjälleen turvallista.

Hieman yllättävää oli, että ulkopuolelta tarkasteltuna ekokampaamot käyttävät palveluissaan enemmän luonnontuotteita kuin ekokosmetologit. Tämä saattaa johtua siitä, että ekologisia hiustenhoito- ja muotoilusarjoja on vähemmän saatavilla. Vaikka perinteiset parturikampaajat eivät ole tärkein kohderyhmä uuden palvelumetodin omaksujiksi, ekokampaajista voisi löytyä potentiaalia laajentamaan osaamistaan ihonhoidolliseen puoleen. Luontaisterapeutit ovat tällaisten palvelujen kannalta mielenkiintoinen ryhmä. Heillä olisi varmasti osaamista nimenomaan luonnontuotteiden hyödyntämisestä osana hoitopalvelua. Puhtaiden luonnosta itse kerättävien tuotteiden turvallisuuteen ja lainsäädäntöön tulee kuitenkin perehtyä ennen niiden käyttöönottoa.

Vaikka kierrätys ja uusiokäyttö kuuluvat tärkeänä osana ekologista elämäntapaa, ne eivät aina kuitenkaan sovi kauneushoitopalveluiden yhteyteen. Etenkään palvelukonseptiksi muokat-

tavaan palveluun mahdollisesti yhdistettävät ja erikseen myytävät tuotteet eivät voi olla kierätettyjä. Näissäkin voidaan huomioida luonnonmukaisuus valitsemalla hoitolateksteileihin ja työvaatteisiin luonnonmukaisia, uusiutuvia materiaaleja ja lähituotantoa. Olipa kyse hoidossa tarvittavista siveltemistä, voidelautasista tai kuivaharjauksintaita, näissä voitaisiin suosia lähellä tuotettuja, kotimaisia vaihtoehtoja tai ekologisesti valmistettuja tuotteita. Pitkälle vietynä voidaan joutua pohtimaan esimerkiksi sitä, onko ehostussiveltemissä parempi suosia uusiutuvia luonnonmateriaaleja kuten vuohen- ja poninkarvaa vai ajaako eettisyys näiden edelle synteettisesti valmistettujen siveltemien muodossa.

Syntyvä palvelumetodi olisi hyvä rakentaa kasvohoidon ympärille. Kasvohoitotuotteet ja -palvelut ovat helpoimmin lähestyttävissä ja eniten ostettuja palveluja. Hoitojen tulisi tarjota selkeää ratkaisua erilaisten iho-ongelmien tarpeisiin. Samasta palvelusta voisi olla tarjolla esimerkiksi kokonaisvaltainen hoito herkistyneelle, kuivalle ja epäpuhtaalle iholle. Hoidon alussa laadittavan alkukartoituksen tulisi olla tarpeeksi kokonaisvaltainen, jotta se huomioi asiakkaan elämäntilanteen kattavasti. Osana hoitoa voisi käyttää päänhierontaa, akupainantaa ja aromaterapiaan liittyviä hoitorituaaleja, koska nämä kuuluvat jo tällä hetkellä I.L.O.:n osaamiseen. Eri menetelmät voisivat jatkossa myös vaihtua kausittain. Nämä menetelmät toimivat samalla myös pieninä näytteinä ammattilaisille. Myöhemmin he voivat kouluttautua yrityksen kautta käyttämään laajemminkin näitä menetelmiä. Itse hoidon tulee olla elämyksellinen, joka ruokkii monia eri aisteja. Asiakkaan ohjausta varten ammattilaiselle voisi laatia hoito-ohjekirjaseen, josta hän voisi etenkin alkuvaiheessa hakea valmiita kokonaisvaltaisia hoitosuosituksia mm. ravitsemukseen, elämäntapoihin, erilaisiin fyysisiin harjoituksiin ja mielen hallintaan liittyen. Tässä valmiissa työkalupakissa voisi olla myös valmiita stressinhallintakeinoja, joista poimitaan tarvittaessa kulloisellakin hetkellä asiakkaalle parhaiten sopivat.

Syntyvä hoitometodi markkinoidaan ensin koulutuksena hoitolayrittäjille, jotka tarjoavat palvelua omille asiakkailleen. Ammattilaisia varten palvelu täytyy tuotteistaa selkeäksi koulutuspaketiksi, jolla on nimi, visuaalinen ilme, selkeä lupaus, kesto ja sisältö. Aloituspaketti voisi sisältää yhden tai kahden päivän käytännön koulutuksen, hoito-ohjekirjan kotihoito-ohjeistusehdotuksineen ja tarvittavat haastattelu- ja suosituslomakkeet. Tämän lisäksi ammattilainen voisi hankkia I.L.O.:n kautta myös hoidossa tarvittavat muut tarvikkeet lisäpaketinä. Lisäpaketti voisi sisältää ekologiset pyyhkeet, lakanat, pääpannat ja kasvokompressit ja työessun. Näitä voisi hankkia myös erikseen hieman kalliimmalla hinnalla. Mikäli I.L.O. päättyy maahantuomaan omaa kosmetiikkasarjaa, näistä laadittaisiin myös aloituspaketti. Aluksi voisi kuitenkin olla hyvä, että palvelua voidaan tehdä myös muun hoitosarjan tuotteilla. Tämä mataltaa jo tuotevalintansa tehneiden hoitoloiden ostokynnystä.

Aloituspakettiin kuuluisi myös yleinen ohjeistus ekologisuuden huomioimisesta kauneushoitossa. Tämä sisältäisi ohjeet energiankulutuksen ja jätteiden minimoimisesta, ekologisia puh-

distus ja huolto-ohjeita hoitoympäristöön sekä kierrätysohjeet. Samalla voitaisiin antaa suosituksia ja vinkkejä ekologisen kauneushoitolan sisustukseen.

Yritysassiakkaita voitaisiin sitouttaa koulutuksiin liittämällä hoitopalveluun aina kausittain vaihtuva, yhteistyökumppanin tarjoama sisäisesti käytettävä lisäraavinne tai yksittäinen luonnontuote. Ennen uutta hoitokauden alkua hoitoyrittäjät voisivat osallistua lyhyeen kausikoulutukseen, jossa he saisivat yksityiskohtaista tietoa kauden lisäosasta. Samalla hoidossa käyville asiakkaille voidaan tarjota uutta tietoa ravitsemuksesta hoidon yhteydessä. Näin sekä ammattilaisten että kuluttajien osaaminen lisääntyvät jatkuvasti. Sitouttamista voitaisiin ylläpitää myös järjestämällä yhteisiä ammatillisia tilaisuuksia metodia käyttäville yrittäjille. Näissä tilaisuuksissa voitaisiin jakaa asiakaskokemuksia ja oppia toisilta. Haasteena tällaisten järjestämiselle voi olla asiakkaiden maantieteellinen sijainti eripuolilla Suomea.

Syntyvän koulutuksen pääkohderyhmäksi voisi ottaa yritystoimintaa aloittavat kauneushoitotalan ammattilaiset, joilla voi olla oman hoitolan suunta vielä etsinnässä. Valmiiksi tuotetetun palvelun avulla heidän olisi helppoa ottaa ensiaskel kohti ekologista kauneushoitotarjontaa.

Toimeksiantajalle jää harkittavaksi miten syntyvä koulutuspalvelu toteutetaan, hinnoitellaan ja markkinoidaan asiakkaille. Samoin tulee miettiä onko syntyvä palvelumetodi osa yrityksen Brändiä vai oma brändi. Palvelun tuotteistaminen vaatii varmasti vielä tarkempaa kilpailija-analyysiä, jotta koulutuspalvelun avulla voidaan erottua muista koulutuksista tarjoavista yrityksistä. Samoin on hyvä selkeyttää millä tavoin syntyvä palvelu on ylivertainen esimerkiksi muihin ekologisiin kasvohoitoihin verrattuna.

## Lähteet

Allergia- ja astmaliitto 2015. Kosmetiikka-allergia. Viitattu 1.11.2015.  
<http://www.allergia.fi/allergiat/kosmetiikka-allergia/>

Chang, Y. 2011. Consumer and Formulator of Natural Cosmetics: Understanding and Integrating each other's needs. Teoksessa Dayan, N & Kromidas, L (toim.) Formulating, Packaging and Marketing of Natural Cosmetic Products. New Jersey: John Wiley & Sons, 15-26.

Duber-Smith, D. & Rubin, M. 2014. Understanding Green Marketing. Teoksessa Sahota, A. (toim.) Sustainability: How the Cosmetics Industry is Greening Up. Lontoo: John Wiley & Sons, 239-254.

Eco Beauty Wellness. Palvelut & Hoidot. Viitattu 26.10.2015  
<http://www.ecobeautywellness.com/#!gallery/c91j>

Ekokampaamo Hiushuone Korento. Palvelut. Viitattu 26.10.2015.  
<http://www.hiushuonekorento.fi/palvelut/miehille/>

Ekokampaamo Kookos. Viitattu 26.10.2015.  
<http://ekokampaamokookos.blogspot.fi/>

Ekokampaamo Oranssi. Palvelut. Viitattu 26.10.2015  
<http://kampaamo-oranssi.net/palvelut>

Ekokampaamo Shanti. Palvelut. Viitattu 26.10.2015.  
<http://www.shanti.fi/energialeikkaus-kasvivarit-meikkaus.html>

Fletcher, K. 2008. Sustainable fashion & textiles. Lontoo: Earthscan.

Halsas-Lehto, A-L., Härkönen, A. & Raivio, T. 2002. Ihonhoito kauneudenhoitoalalle. Porvoo: WS Bookwell Oy.

Herzen, P. 2006. Brändi yritysmarkkinoinnissa. Helsinki: Talentum.

Huililehti. Kaunista hömpeöpatiaa! Viitattu 12.8.2015.  
<http://www.huililehti.net/kaunista-hompeopatiaa/>

Hyvinvoinnin koulutusakatemia I.L.O. Viitattu 26.10.2015.  
<http://www.iloakatemia.fi/>

Ihohoitola Lupaus 2015. Filosofia. Viitattu 31.10.2015.  
<http://ihohoitolalupaus.fi/filosofia/>

Kainlauri, A. 2007. Ideasta hyvinvointialan yrittäjäksi. Helsinki: WSOY pro.

Kauneus- ja terveyshoitola Helena Hyttinen 2015. Viitattu 31.10.2015  
<http://www.kauneus-terveyshh.fi/index.html>

KosmetologiSKY. 2015. Kurssit & Koulutus. Suomen kosmetologien yhdistyksen jäsenlehti. 3/2015, 105-117.

Laurea Ammattikorkeakoulu 2015. Kauneudenhoitoalan koulutus. Viitattu 17.11.2015.  
<https://www.laurea.fi/opiskelu-ja-hakeminen/amk-tutkinnot/kauneudenhoito-estonomi>

Laurea Ammattikorkeakoulu 2015. Täydennyskoulutus. Viitattu 17.11.2015.  
<https://www.laurea.fi/palvelut/palvelut-tyoelamalle/taydennyskoulutus>

Life Story 2015. Hoitoja ja palveluita ihmiseltä ihmiselle. Viitattu 31.10.2015.  
<http://uusi.lifestory.fi/index.php>

Luontoemo 2015. Eteeriset öljyt ja niiden vaikutukset. Viitattu 31.10.2015.  
<http://www.luontoemo.fi/41>

Maa- ja metsätaloustuottajain keskusliito 2015. Hyvää suomalaista lähiruokaa. Viitattu 31.10.2015.  
[https://www.mtk.fi/maatalous/lahiruoka/fi\\_FI/hyvaa\\_suomalaista\\_lahiruokaa/](https://www.mtk.fi/maatalous/lahiruoka/fi_FI/hyvaa_suomalaista_lahiruokaa/)

Marttinen, M. 2015. Haastattelu 30.10.2015. Hyvinvoinnin koulutusakatemia I.L.O. Oulu.

Mustajoki, P. 2009. Terveelliset elämäntavat (lyhyt ohje). Viitattu 1.11.2015.  
[http://www.terveyskirjasto.fi/terveyskirjasto/tk.koti?p\\_artikkeli=seh00208](http://www.terveyskirjasto.fi/terveyskirjasto/tk.koti?p_artikkeli=seh00208)

Mäkinen, M., Kahri, A. & Kahri, T. 2010. Brändi kulmahuoneeseen! Helsinki: WSOYpro.

Nature Kauneuspiste 2015. Ihonpuhdistus savella tai turvehoito. Viitattu 31.10.2015.  
<http://www.naturekauneus.fi/savi-ja-turvehoidot>

Nysten, A. 2008. Kemikaalikimara. Helsinki: Kustannusosakeyhtiö Teos.

Opetushallitus 2014. Ammatillisen perustutkinnon perusteet. Hiusalan perustutkinto, parturi-kampaaja 2014. Määräys 43/011/2014. Helsinki: Opetushallitus.

Opetushallitus 2014. Ammatillisen perustutkinnon perusteet. Kauneudenhoitoalan perustutkinto 2014. Määräys 47/011/2014. Helsinki: Opetushallitus.

Opetushallitus 2012. Hiusalan erikoisammattitutkinto 2012. Määräys 42/011/2012. Espoo: Kopijyvä Oy.

Opetushallitus 2012. Näyttötutkinnon perusteet. Hiusalan ammattitutkinto 2012. Määräys 12/011/2012. Espoo: Kopijyvä.

Opetushallitus 2011. Näyttötutkinnon perusteet. Kauneudenhoitoalan erikoisammattitutkinto 2011. Määräys 31/011/2011. Espoo: Kopijyvä.

Otavan opisto. Tekstiilityö ja ekologisesti kestävä kehitys. Viitattu 27.10.2015.  
[http://opinnot.internetix.fi/fi/muikku2materiaalit/lukio/muut/tekstiilityo/3\\_tekstiilityo\\_ja\\_kestava\\_kehitys/3.1.\\_teks\\_eko\\_keke?C:D=hWPU.hRQL&m:selres=hWPU.hRQL](http://opinnot.internetix.fi/fi/muikku2materiaalit/lukio/muut/tekstiilityo/3_tekstiilityo_ja_kestava_kehitys/3.1._teks_eko_keke?C:D=hWPU.hRQL&m:selres=hWPU.hRQL)

Parantainen, J. 2007. Tuotteistaminen. Helsinki: Talentum.

Partanen, B. (toim.) 2013. Luonnosta kauneutta - Luonnontuotteiden hyödyntämiseen liittyvä osaamistarpeet kauneudenhoitoalalla. Helsingin yliopisto. Ruralia-instituutti.

Practicum 2015. Ekokosmetologi, syventyminen ekologiseen hoitoon. Viitattu 2.11.2015.  
<http://www.practicum.fi/vuxna/utbildning/ekokosmetologi.html>

Pro luonnonkosmetiikka ry. Tervetuloa luonnonkosmetiikan maailmaan. Esite.

Pure Orange Ekokampaamo. Palvelut. Viitattu 26.10.2015.  
<http://ekokampaajaturku.fi/palvelut>

Pro luonnonkosmetiikka ry. Mitä on sertifioitu luonnonkosmetiikka? Viitattu 12.8.2015.  
<http://www.luonnonkosmetiikka.fi/luonnonkosmetiikka/luonnonkosmetiikan-maaritelma/>

Reid, L. 2003. Terveyttä ja elinvoimaa väreistä. Suomentaja Bergoth, R. Helsinki: Gummerus.

Rusupuu Finland 2015. Luomulaatuiset kukkavedet. Viitattu 31.10.2015.  
<http://www.ruusupuu.fi/Kauppa/c46/>

Sandbacka, J. 2010. Brändätään pikkaisen. Pk-yrityksen brändikirja. Oulun Yliopisto. Taloustieteiden tiedekunta.

Sheehan, K. 2014. Targeting the Green Consumer. Teoksessa Sahota, A. (toim.) Sustainability: How the Cosmetics Industry is Greening Up. Lontoo: John Wiley & Sons, Ltd, 289-300.

Shingler, N. 2011. Marjoja ja maskaraa. Jyväskylä: Atena.

Stacey, S. & Fairley, J. 2008. The Green Beauty Bible. Lontoo: Kyle Cathie.

Stiens, R. 2008. Totuus kosmetiikasta. Suomentaja Kaski, V. Helsinki: Tammi.

Suomen Ekokosmetologit ry. Yhdistyksemme. Viitattu 12.8.2015.  
<http://www.ekokosmetologit.fi/yhdistyksemme/>

Suomen Ekoyrittäjät ry. Viitattu 12.8.2015. <http://ekoyrittajat.fi/yhdistys/>

Suomen Kosmetologien yhdistyksen opisto. Ekokauneus 2015. Viitattu 12.8.2015.  
<http://www.skyo.fi/taydennyskoulutus/ekokauneus-2015>

Suomen Kosmetologien yhdistyksen opisto. Täydennyskoulutus. Viitattu 17.11.2015.  
<http://www.skyo.fi/taydennyskoulutus>

Teknokemian yhdistys ry. 2015. Eläinkoekiellot koskevat kaikkea Euroopassa myytävää kosmetiikkaa. Viitattu 19.11.2015.  
[http://www.teknokemia.fi/fin/kosmetiikka/kosmetiikan\\_turvallisuus\\_ja\\_lainsaadanto/elainkoekiellon\\_kosmetiikka/](http://www.teknokemia.fi/fin/kosmetiikka/kosmetiikan_turvallisuus_ja_lainsaadanto/elainkoekiellon_kosmetiikka/)

Terveiden ja hyvinvoinnin laitos 2015. Hyvinvointi. Viitattu 1.11.2015.  
<https://www.thl.fi/fi/web/hyvinvointi-ja-terveyserot/eriarvoisuus/hyvinvointi>

Turvallisuus- ja kemikaalivirasto. Kosmetiikka. Viitattu 1.11.2015.  
<http://www.tukes.fi/kosmetiikka>

Työterveyslaitos 2013. Stressin yhteydet terveyteen. Viitattu 1.11.2015.  
[http://www.ttl.fi/fi/tyohyvinvointi/stressi/stressin\\_yhteydet\\_terveyteen/sivut/default.aspx](http://www.ttl.fi/fi/tyohyvinvointi/stressi/stressin_yhteydet_terveyteen/sivut/default.aspx)

Työterveyslaitos 2015. Stressi. Viitattu 1.11.2015.  
<http://www.ttl.fi/fi/tyohyvinvointi/stressi/sivut/default.aspx>

University of Washington 2015. Introducing the WHOQOL instruments. Viitattu 1.11.2015.  
<http://depts.washington.edu/seaqol/search?q=who&siteurl=depts.washington.edu%2Fhprc%2F&ref=&ss=>

Vartiovaara, I. 2006. Musiikin valtava voima. Viitattu 31.10.2015.  
[http://www.terveyskirjasto.fi/terveyskirjasto/tk.koti?p\\_artikkeli=onn00010](http://www.terveyskirjasto.fi/terveyskirjasto/tk.koti?p_artikkeli=onn00010)

Vihreä Kampa. Viitattu 26.10.2015.  
<http://www.kampa.fi/>

Vihreät vaatteet. Vihreät materiaalit. Viitattu 27.10.2015.  
<http://www.vihreatvaatteet.com/vihreat-materiaalit-luomupuuvilla-bambu-hamppu-soija-pla-lyocell-kierratetty-polyesteri/>

West, K & Monte, T. 2011. Herätä kauneutesi. Hyvinvointia luonnosta Dr. Hauschkan tapaan. Helsinki: Gummerus.



Liitteet

Liite 1 Asiantuntijahaastattelun kysymykset..... 50

Liite 1 Asiantuntijahaastattelu

**Haastateltava:**

**Koulutus ja oma asema yrityksessä?**

**Ekologisia tuotteita ja palveluita kuluttavat kauneudenhoitoalan asiakkaat:**

Ikäjakauma/Elämäntyyli/Koulutustaso/Kulutustottumukset?

Miten asiakkaat löytävät teille?

Miksi asiakkaat valitsevat luonnonkosmetiikan?

Mitä tuotteita/palveluita asiakkaat ostavat?

Mihin ongelmiin asiakkaat hakevat ratkaisua?/miksi asiakkaat ostavat tuotteita/palveluita?

Mikä asiakkaille on tärkeää ostopäätöksen kannalta?

Kuinka suuri on asiakkaiden keskiostos?

Kuinka tärkeää asiakkaille ovat sertifikaatit?

Luonnonkosmetiikkaan liittyvät haasteet?

Käytätkö palveluissasi valmiita kosmetiikkatuotteita ja/tai puhtaita luonnontuotteita?

Millä perusteella olet valinnut käyttämäsi tuotteet?

Millaista ohjausta asiakkaat kaipaavat?

Onko jokin asia, jonka kysyntään et pysty vastaamaan?

Mihin asioihin tarvitsisit lisäkoulutusta?

Millainen on ekologiseen kauneushoitolaan sopiva miljöö? Mitä se pitää sisällään? Huomioitko ekologisuuden mm. hoitolatekstiilien valinnassa?

Kauneudenhoitoalan ja ekologisen kauneudenhoidon tulevaisuudennäkymät?