

Koncept korejské kosmetiky jako životní styl

Barbora Pelclová

Bakalářská práce
2025



Univerzita Tomáše Bati ve Zlíně
Fakulta technologická

Univerzita Tomáše Bati ve Zlíně
Fakulta technologická
Ústav technologie tuků, tenzidů a kosmetiky

Akademický rok: 2024/2025

ZADÁNÍ BAKALÁŘSKÉ PRÁCE

(projektu, uměleckého díla, uměleckého výkonu)

Jméno a příjmení:	Barbora Pelclová
Osobní číslo:	T22104
Studijní program:	B0711A130009 Materiály a technologie
Specializace:	Biomateriály a kosmetika
Forma studia:	Prezenční
Téma práce:	Koncept korejské kosmetiky jako životní styl

Zásady pro vypracování

I. Teoretická část:

Charakterizujte fenomén korejské kosmetiky.

Popište faktory, které se podílejí na úspěšnosti korejského přístupu.

Zmapujte zastoupení korejských značek na českém a světovém trhu.

Věnujte se unikátním přísadám včetně jejich vlastností a účinků zdokumentovaných v odborných publikacích.

II. Praktická část:

Navrhněte a zorganizujte průzkum orientovaný na kritéria výběru a využívání korejské kosmetiky formou dotazníkového šetření.

Forma zpracování bakalářské práce: **tištěná/elektronická**

Seznam doporučené literatury:

- [1] PARK, Gyeong-Hun, NAM, Chanhee, HONG, Seungphil *et al.* Socioeconomic factors influencing cosmetic usage patterns. *J Expo Sci Environ Epidemiol* 2018, 28:242–250. Dostupné z: <https://doi.org/10.1038/jes.2017.20>.
- [2] LEE Ji Su, HA Jaehyoun, SHIN Kyeho, KIM Hyojung, CHO Soyun. Different Cosmetic Habits Can Affect the Biophysical Profile of Facial Skin: A Study of Korean and Chinese Women. *Ann Dermatol* 2019, 31(2):175–185. Dostupné z: <https://doi.org/10.5021/ad.2019.31.2.175>.
- [3] JUNG, Kyungeun, CHOI, Misoo, HONG, Seungphil, Park, Byungcheol, PARK, Ilyong, SHIN, Jeonghyun, LEE, Taewon, PARK, Gyeong-Hun, KIM, Myunghwa. Realistic and aggregated exposure assessment of Korean men and women to color make-up products. *Food and Chemical Toxicology*, 2018, 118:382–389. Dostupné z: <https://doi.org/10.1016/j.fct.2018.05.020>.
- [4] CHO CHUNG, Hyang-In, KIM, Young A. Perception of cosmetic surgery and associated side effects. A content analysis study of South Korean female college students. *Medicine* 2022, 101(3):(e28641). Dostupné z: <http://dx.doi.org/10.1097/MD.00000000000028641>.
- [5] HU, Sophia, WOLFE, Sophia, LAUGHTER, Melissa R, SADEGHPOUR, Mona. The Use of Botanical Extracts in East Asia for Treatment of Hyperpigmentation: An Evidenced-Based Review. *J Drugs Dermatol* 2020, 19(7):758–763.
- [6] NGUYEN, Julie K, MASUB, Natascha, JAGDEO, Jared. Bioactive ingredients in Korean cosmeceuticals: Trends and research evidence. *J Cosmet Dermatol* 2020, 19(7):1555–1569.
- [7] JUHÁSZ, Margit Lw, LEVIN, Melissa K, MARMUR, Ellen S. The use of natural ingredients in innovative Korean cosmeceuticals. *J Cosmet Dermatol* 2018, 17:305–312. Dostupné z: <https://doi.org/10.1111/jocd.12492>.

Vedoucí bakalářské práce: **Ing. Jana Pavlačková, Ph.D.**
Ústav technologie tuků, tenzidů a kosmetiky

Datum zadání bakalářské práce: **17. února 2025**

Termín odevzdání bakalářské práce: **16. května 2025**

L.S.

prof. Ing. Roman Čermák, Ph.D.
děkan

Ing. Lucie Urbánková, Ph.D.
ředitel ústavu

PROHLÁŠENÍ AUTORA BAKALÁŘSKÉ PRÁCE

Beru na vědomí, že

- odevzdáním bakalářské práce souhlasím se zveřejněním své práce podle zákona č. 111/1998 Sb., v platném znění bez ohledu na výsledek obhajoby;
- bakalářská práce bude uložena v elektronické podobě v univerzitním informačním systému a bude dostupná k nahlédnutí;
- jedno vyhotovení bakalářské práce v listinné podobě bude ponecháno Univerzitě Tomáše Bati ve Zlíně k uložení;
- na moji bakalářskou práci se plně vztahuje zákon č. 121/2000 Sb. o právu autorském, o právech souvisejících s právem autorským a o změně některých zákonů (autorský zákon) ve znění pozdějších právních předpisů, zejm. § 35 odst. 3;
- podle § 60 odst. 1 autorského zákona má Univerzita Tomáše Bati ve Zlíně právo na uzavření licenční smlouvy o užití školního díla v rozsahu § 12 odst. 4 autorského zákona;
- podle § 60 odst. 2 a 3 mohu užít své dílo – bakalářskou práci – nebo poskytnout licenci k jejímu využití jen s předchozím písemným souhlasem Univerzity Tomáše Bati ve Zlíně, která je oprávněna v takovém případě ode mne požadovat přiměřený příspěvek na úhradu nákladů, které byly Univerzitou Tomáše Bati ve Zlíně na vytvoření díla vynaloženy (až do jejich skutečné výše);
- pokud bylo k vypracování bakalářské práce využito softwaru poskytnutého Univerzitou Tomáše Bati ve Zlíně nebo jinými subjekty pouze ke studijním a výzkumným účelům (tj. k nekomerčnímu využití), nelze výsledky bakalářské práce využít ke komerčním účelům;
- pokud je výstupem bakalářské práce jakýkoliv softwarový produkt, považují se za součást práce rovněž i zdrojové kódy, popř. soubory, ze kterých se projekt skládá; neodevzdání této součásti může být důvodem k neobhájení práce.

Prohlašuji, že

- jsem na bakalářské práci pracoval(a) samostatně a použitou literaturu jsem řádně citoval(a); v případě publikace výsledků budu uveden(a) jako spoluautor;
- odevzdaná verze bakalářské práce a verze elektronická nahraná do IS/STAG jsou obsahově totožné.

Ve Zlíně, dne

.....
podpis autora

ABSTRAKT

Bakalářská práce se zabývala rostoucím trendem korejské kosmetiky a jeho vnímáním jako životního stylu. Teoretická část mapuje historický vývoj korejské kosmetiky, současný stav trhu. Pozornost je věnována také netradičním účinným látkám, které jsou pro korejskou kosmetiku charakteristické, a filosofii korejské kosmetické péče o pokožku, která šíří zejména prostřednictvím sociálních sítí. Praktická část je zaměřena na kvantitativní dotazníkové šetření, jehož cílem bylo zjistit míru povědomí o korejské kosmetice mezi českými spotřebiteli, jejich zkušenosti s produkty, znalost značek a postoj k populárním trendům.

Klíčová slova: korejská kosmetika, K-beauty, netradiční látky, trendy, desetikroková rutina

ABSTRACT

The bachelor thesis dealt with the growing trend of Korean cosmetics and its perception as a lifestyle. The theoretical part traces the historical development of Korean cosmetics and the current state of the market. Attention is also paid to the non-traditional active ingredients that are characteristic of Korean cosmetics, and the philosophy of Korean skincare, which is disseminated mainly through social media. The practical part focuses on a quantitative questionnaire survey to determine the level of awareness of Korean cosmetics among Czech consumers, their experience with the products, brand knowledge and attitudes towards popular trends.

Keywords: korean cosmetics, K-beauty, non-traditional ingredients, trends, ten-step routine

Ráda bych především poděkovala za velkou trpělivost, vstřícnost, cenné rady a významnou pomoc své vedoucí bakalářské práce, Ing. Janě Pavlačkové, Ph.D. Dále bych chtěla poděkovat všem respondentům a lidem, kteří mi pomohli s rozšířením dotazníku mezi co nejširší okruh lidí. A v neposlední řadě děkuji své rodině, která mě podporovala a držela při každé náročné chvíli.

OBSAH

ÚVOD.....	11
I TEORETICKÁ ČÁST.....	12
1 HISTORIE A VÝVOJ.....	13
1.1 HISTORIE KOREJSKÉ KRÁSY	13
1.2 SOUČASNOST A VÝVOJ TRHU KOREJSKÉ KOSMETIKY	14
1.3 POROVNÁNÍ KOREJSKÉ KOSMETIKY S JINÝMI TRHY	16
2 NETRADIČNÍ LÁTKY CHARAKTERISTICKÉ PRO KOREJSKÝ KOSMETICKÝ PRŮMYSL	18
2.1 LÁTKY ŽIVOČIŠNÉHO PŮVODU.....	18
2.1.1 Hlemýždí mucin	18
2.1.2 Oslí mléko	19
2.1.3 Extrakt z jiker lososa, kaviárový extrakt.....	20
2.1.4 Propolis	21
2.2 LÁTKY ROSTLINNÉHO PŮVODU.....	22
2.2.1 Bambus.....	22
2.2.2 Zelený čaj.....	23
2.2.3 Ženšen	23
2.2.4 Lékořice.....	24
3 ŽIVOTNÍ STYL – TREND K-BEAUTY	26
3.1 TRENDY A RUTINY.....	26
3.1.1 Desetikroková rutina	26
3.1.2 "Glass skin"	29
3.1.3 Muži a kosmetika	29
3.1.4 Plastické operace	30
4 CÍL PRÁCE	32
II PRAKTICKÁ ČÁST.....	33
5 METODIKA A ORGANIZACE DOTAZNÍKOVÉHO ŠETŘENÍ	34
5.1 STRUKTURA DOTAZNÍKU	34
5.2 REALIZACE DOTAZNÍKOVÉHO ŠETŘENÍ.....	34
5.3 STATISTICKÉ ZPRACOVÁNÍ ZÍSKANÝCH DAT	35
6 VÝSLEDKY A DISKUSE DOTAZNÍKOVÉHO ŠETŘENÍ.....	36
6.1 SOCIOEKONOMICKÁ ČÁST	36
6.2 POVĚDOMÍ A KRITÉRIA PRO POUŽÍVÁNÍ KOREJSKÉ KOSMETIKY	38
6.3 TRENDY KOREJSKÉ KOSMETIKY	42
6.4 SPOKOJENOST RESPONDENTŮ	44
ZÁVĚR	47
SEZNAM POUŽITÉ LITERATURY.....	49

SEZNAM OBRÁZKŮ	56
SEZNAM PŘÍLOH.....	57

ÚVOD

Korejská kosmetika, známá také jako K-beauty, představuje kosmetické produkty pocházející z Jižní Koreje, které se vyznačují svou inovativností, účinností a důrazem na prevenci stárnutí pleti. Filozofie kosmetické péče tkví v pečlivém a systematickém ošetření pleti, zaměřeným na několik kroků, které zahrnují nejen čištění pleti, ale také její důkladnou hydrataci. Klade důraz především na prevenci a dlouhodobou péči o pleť, na rozdíl od přístupu ve většině západních zemí, pro které je charakteristické spíše maskování nedokonalostí. Korejská kosmetika nabízí širokou škálu forem přípravků, včetně čistících přípravků, tonik, esencí, sér, masek, peelingů a krémů. Výrobky zpravidla obsahují přírodní aktivní látky, jak živočišného původu – například šnečí sliz nebo propolis, tak rostlinného původu, jako je bambus či ženšen. I přesto, že historie korejské kosmetiky sahá do daleké minulosti, její benefity se do povědomí západního světa rozšířily až v posledních několika letech, stává globálním fenoménem, jenž se šíří především prostřednictvím internetu. Tento trend získává na popularitě zejména díky sociálním sítím a vlivu korejských idolů.

Přestože je korejská kosmetika v současnosti výrazně vnímána jako vysoce účinná, je důležité si uvědomit, že zdraví pokožky nesouvisí pouze s vnější péčí, ale je úzce propojeno také s celkovým životním stylem, včetně výživy, hormonální rovnováhy a fyzické aktivity. Také v Koreji jsou popularizované a cenově dostupné různé procedury a plastické operace. Z pohledu regulace je rovněž nutné zohlednit, že evropská legislativa v oblasti kosmetiky je výrazně přísnější než v některých asijských zemích. Určité látky běžně používané ve složení korejských přípravků, například některé konzervanty či bělící složky nejsou na trhu Evropské unie povoleny, což může ovlivnit jejich dostupnost při distribuci v rámci Evropy.

Tato práce má poskytnout komplexní pohled na korejskou kosmetiku jako neodmyslitelnou součást životního stylu, a nabídnout užitečné informace pro porozumění jejímu vlivu, proč se stává tak atraktivní nejen pro české spotřebitele.

I. TEORETICKÁ ČÁST

1 HISTORIE A VÝVOJ

Korejská kosmetika má dlouholetou a bohatou tradici s kořeny už ve středověku. Bylo objeveno několik archeologických nálezů dokladujících tuto skutečnost v hrobkách panovníků převážně za dynastií Goryeho a Joseon. Kosmetiku nepoužívaly pouze ženy, ale i muži. Lidé totiž věřili, že pokud je krásný vnějšek odráží se to i v tom, co je uvnitř. Kladli velký důraz na používání přírodních složek v péči o pleť a také doplňky do vlasů a zdobení oblečení, což dalo základům pro budoucí vývoj kosmetiky [1], [2], [3].

1.1 Historie korejské krásy

Nejstarší datované období, ve kterém se objevují zmínky o používání kosmetiky je období Tří království (57 př. n. l.–935 n. l.), z kterého je nejvýznamnější dynastie Silla (668–918). Její ideologie young-yook-il-chi-sa-sang byla založena na tvrzení „V krásném těle odpočívá krásná duše“. Typické pro toto období bylo používání make-upu, vlasového stylingu, krásného oblečení a zlatých šperků ke zdobení [1].

Zprvu byl make-up využíván jen zlehka, postupem času se však objevoval trend nošení těžšího a barevnějšího make-upu, protože společnost dávala větší důraz na eleganci a vznešenost. Největší vliv na start vývoje výroby kosmetických produktů na tváře měl buddhistický mnich, který v roce 692, představil červený olovnatý prášek, ten byl po čase vyměněn za yeonji, červeně zbarvený make-up ze světlice barvířské [1], [2].

Pro vytvoření jemné, hladké a bledé pleti obličejové lidé používali zesvětlující pudr, čím světlejší pleť tím byl člověk považován za krásnějšího. Ke světlé pleti používali kontrastní make-up již zmíněný tzv. yeonji, kterým byly zdobeny rty nebo tváře. Pro vytvoření úhledného vzhledu s iluzí vysokého čela, si trhali obočí, které poté vykreslili směsicí z bavlníkového květu, pálených sezamových semínek nebo popela z dubu a buku, kterou nazývali meemook. Lidé dbali také na čistotu těla, pravidelnými koupelemi. Ti, kteří si nemohli dovolit vany doma, docházeli na koupel do buddhistických chrámů. Velkou tradici u žen tvořily dlouhé vlasy, které si dekorovaly zdobnými doplňky. Pro jejich ošetření používaly květy kamélie a bobule ze stromů dřínu [1], [3].

Přechod do jiné dynastie sebou přinesl několik změn. V dynastií Goryeho (918–1392), se vše točilo kolem elegance. Aby se ženy z vládnoucí třídy odlišily od pracujících žen, které v té době nosily těžké barevné make-upy, nanášely si pouze tenké vrstvy make-upu, což je nutilo se více zajímat o péči o pleť. Na dobových obrazech a portrétech ze slavností se

vyobrazuje líčení tzv. gonji, kdy si červený make-up yeonji nanášeli i na čelo a bradu. Velká změna proběhla hlavně v úpravě obočí, které měli lidé husté a obloukovité, jeho délku upravovali podle délky oka. V této době také měly ženy více práv a stávaly se nezávislejšími. Změny nastaly s příchodem nové dynastie [3], [4].

Během dynastie Joseon (1392–1910) tvořil konfucianismus základ korejské společnosti filozofie založená na různých ctnostech definovaných pro muže i ženy. Tyto ideály jsou považovány za vznešené, hluboce ovlivňující kulturu. Ženy dávaly větší důraz na elegantní jemný vzhled a těžký extravagantní make-up se dostával do pozadí. Respektovaly tři nastavená kritéria. První z nich Sambaek neboli „trojí bělmo“ představovalo, zdůraznění bílých zubů, bělosti kůže a očního bělma. Samheuk, „trojí černo“ bylo definováno, potřebou černých vlasů, černého obočí a tmavé barvy zorniček. A poslední Samhong nebo také „trojí červen“ spočívala ve vzhledu červených tváří, červených rtů a barvených nehtů. Tyto praktiky byly přeneseny v určité míře i do současné společnosti [5].

Velkou roli hrála i kosmetika pečující o pleť. Hladká a jemná pleť bez nedokonalostí utvářela standard, kterého chtěl dosáhnout každý. Za tímto účelem bylo připravováno mýdlo z vody smíchané s práškem z mungo fazolí, sójových bobů nebo červených fazolí. Z rostlinných šťáv byly vyráběny pleťové vody. Pro zesvětlení pigmentových skvrn byl používán meruňkový a broskvový olej. Spousta těchto zmiňovaných kosmetických kroků a rituálů je mimo jiné uvedena v knize „Gyuhap Chongseo“, sepsanou Yi Bingheogak v roce 1809. Kniha, byla považována za ženskou encyklopedii. V další knize „Dongui bogam“, kterou v letech 1539–1615 napsal Heo Jun, jsou postupy o zdravotních praktik, ale jsou zde k nalezení i informace týkající se kosmetiky. Lze tedy konstatovat podobnost současnosti s minulostí v péči o zdravý vzhled pokožky [3], [5].

1.2 Současnost a vývoj trhu korejské kosmetiky

Jižní Korea se řadí mezi deset největších světových trhů s kosmetikou, přičemž přibližně polovina celkových příjmů tohoto odvětví pochází z prodeje produktů péče o pleť. Mezi nejvýznamnější společnosti působící na korejském trhu patří Amorepacific a LG Household & Health Care, které zaznamenaly výrazný nárůst zisků, a to zejména díky expanzi na zahraniční trhy [6].

Společnost Amorepacific byla založena v roce 1945 a postupem času se stala jedním z největších hráčů na korejském trhu s kosmetikou. Zaměřuje se na využití přírodních ingrediencí a klade důraz na vysokou kvalitu svých produktů. Firma investuje do inovací

a neustále rozšiřuje své působení na mezinárodní úrovni. Podle deníku *Maeil Business Newspaper* [6] zaznamenaly zahraniční podniky společnosti Amorepacific v uplynulém roce meziroční nárůst tržeb o 20,6 %. Poprvé za sledované období překonal objem prodeje v Americe tržby v Číně. Společnost rovněž expandovala v Evropě, kde oznámila otevření obchodu své značky Sulwhasoo v Paříži. Pod Amorepacific spadá několik významných kosmetických značek, mezi něž patří například LANEIGE, INNISFREE, Sulwhasoo, HERA a mnoho dalších [7].

O dva roky později, v roce 1947, vznikla značka Lucky Chemical Industrial Corporation, součást skupiny LG, která uvedla na trh první kosmetický produkt „Lucky Cream“. Firma se původně zaměřovala na výrobu mýdel, detergentů a zubních past. V dubnu 2001 se od LG Chemical oddělila LG Household & Health Care a následně se stala druhou největší kosmetickou společností v Jižní Koreji. Na rozdíl od Amorepacific měla stále největší podíl tržeb v Číně, kde zaznamenala nárůst o 12,5 %, více než v předchozím roce. Mezi její klíčové značky patří The Whoo, THE FACE SHOP, BEYOND, SU:M37, belif a další. Společnost plánuje expanzi na Blízký východ, do Severní Ameriky a Japonska [6], [8].

Na jihokorejském kosmetickém trhu působí i několik významných zahraničních společností, které zde expandovaly v reakci na rostoucí poptávku po kosmetických produktech. Mezi ty hlavní patří například francouzská společnost L'Oréal, která zde zaujímá významné postavení a nabízí široké portfolio produktů zahrnující péči o pleť, vlasovou kosmetiku a dekorativní kosmetiku. Podobně i americká značka Estée Lauder si vybudovala silnou pozici na korejském trhu, zejména díky svým pleťovým krémům a make-upovým produktům. Dalším významným zahraničním subjektem je japonská společnost Shiseido, která je značně populární díky své specializaci na péči o pleť a anti-agingové produkty. Korejský kosmetický trh je známý svou vysokou konkurencí, ale i otevřeností vůči novým globálním značkám, které zde hledají příležitosti pro růst [9].

I přesto, že tito velikáni dominují korejskému trhu, se na evropský trh dostávají i menší tzv. emerging nebo indie brands, jsou to menší, ale rychle rostoucí kosmetické firmy, které často začínaly původně jako online firmy a dnes vytvářejí globální trendy v oblasti K-beauty. Podle dostupných údajů z článku deníku *el5* [10] se export korejské kosmetiky do Evropy za posledních sedm let zdesateronásobil, přičemž v roce 2017 dosáhl hodnoty 92,5 milionu eur (přes 2,4 miliardy korun). V České republice se korejská kosmetika stává stále dostupnější, a to nejen prostřednictvím specializovaných internetových obchodů, jako je

například Korejská krása, ale i v běžných drogeriích, například v síti ROSSMANN a DM. A právě menší kosmetické firmy zde hrají klíčovou roli, neboť jejich produkty tvoří významnou část sortimentu [11].

Mezi nejvýznamnější značky korejské kosmetiky dostupné na českém trhu patří Beauty of Joseon, která se specializuje na hydratační esence, séra a krémy. Tyto produkty jsou vhodné pro všechny typy pleti, přičemž zvláště vyhovují jedincům usilujícím o svěží a rozjasněný vzhled. Další významnou značkou je Roun Lab, zaměřená na kosmetiku, která si získala popularitu díky svým přírodním ingrediencím a čistým, jednoduchým složením. Značka si zakládá na vývoji produktů, které jsou efektivní a šetrné k pokožce, a její filozofie spočívá v péči o pleť prostřednictvím kvalitních přírodních složek. Značka SKIN1004 je známá jako hypoalergenní a přírodní kosmetika. Její název „1004“ je v korejštině homonymem pro slovo „anděl“, což symbolizuje poslání značky být "andělem" pro pokožku svých zákazníků. Kromě těchto značek se na českém trhu prosazují i další korejské kosmetické firmy, které si díky inovativním složením a vysoké kvalitě produktů získávají rostoucí popularitu mezi spotřebiteli [12], [13].

1.3 Porovnání korejské kosmetiky s jinými trhy

Přístupy západních a východních zemí k péči o pleť se výrazně liší. Přestože korejská kosmetika tvoří významnou součást asijského trhu, postupně si nachází své místo i v zemích západního světa. Její filozofie péče o pleť se však v mnoha ohledech liší od tradic jiných zemí, jako jsou Japonsko, Spojené státy americké nebo evropské státy.

Klíčový rozdíl spočívá především ve filozofii samotné péče. Korejská kosmetika klade důraz na prevenci a dlouhodobou hydrataci pokožky, přičemž využívá víceukrokové rutiny, typicky desetistupňovou péči o pleť. Tato rutina je založena na vrstvení jemných produktů s vysokým obsahem aktivních látek. Oproti tomu péče o pleť v USA či Evropě bývá zpravidla jednodušší, více funkčně orientovaná a zaměřená na řešení konkrétních problémů, jako je akné, suchost pokožky či vrásky. Lidé v těchto regionech často upřednostňují efektivní řešení za přijatelnou cenu a nejsou obvykle ochotni investovat vyšší částky do preventivní péče. Japonská kosmetika je korejské v některých ohledech blízká, zejména důrazem na přirozenost a jednoduchost, nicméně její rutina neobsahuje tolik kroků. Typickými složkami jsou například rýžová voda a fermentované látky, přičemž celkové složení bývá minimalistické a vysoce snášenlivé [14], [15], [16].

Další rozdíl lze pozorovat v ideálu krásy. V Jižní Koreji je hluboce zakořeněn standard světlé, hladké a bezchybné pleti („glass skin“), která je považována za symbol zdraví, úspěchu a společenského postavení. V Japonsku je preferován ideál označovaný jako „mochi skin“, tedy pružná a vláčná pleť, inspirovaná tradičním dezertem mochi. Naopak v západních zemích a USA se často klade důraz na maskování nedokonalostí pleti pomocí líčidel, přičemž opálený vzhled pleti je zde obecně považován za atraktivní [17], [18].

Marketing korejských kosmetických značek je silně ovlivněn popkulturou, zejména prostřednictvím K-popu a televizních seriálů (K-drama). Výrobky jsou často propagovány známými osobnostmi a influencery, přičemž obaly bývají hravé, barevné a vizuálně atraktivní. Západní značky se v posledních letech více zaměřují na témata inkluzivity, genderové neutrality a udržitelnosti.

Závěrem je třeba zdůraznit, že každá pokožka má své individuální potřeby a nelze jednoznačně určit, která kosmetika je nejlepší. Výběr vhodné péče závisí také na životním stylu, zdravotním stavu a dalších osobních faktorech jednotlivce.

2 NETRADIČNÍ LÁTKY CHARAKTERISTICKÉ PRO KOREJSKÝ KOSMETICKÝ PRŮMYSL

V korejské kosmetice kromě využívání látek přírodního původu s přibývajícím klientelou, roste i poptávka po inovativnějších, luxusnějších a zajímavějších produktech. Díky tomu se dostávají do povědomí látky, které by mohly mít přínosné účinky a potencionální aplikace v kosmetických přípravcích. Přírodní zdroje, nabízejí nespočet výhod pro vzhled a péči o pokožku, nejčastějšími účinky jsou hydratace, antiaging vlastnosti a antihyperpigmentace. Díky velkému počtu ingrediencí ve složení formulací je náročnější hodnocení bezpečnosti na rozdíl od jednotlivých složek [19], [20].

2.1 Látky živočišného původu

Na rozdíl od běžné kosmetiky, která často využívá syntetické složky nebo rostlinné extrakty, zooceutické přípravky čerpají z biologicky aktivních látek živočišného původu, které mohou mít specifické účinky na pokožku. Tyto látky lze rozdělit do tří hlavních kategorií: přísady získané z hmyzu, složky pocházející ze suchozemských zvířat a látky získávané z mořských živočichů. Díky svému přírodnímu původu jsou tyto látky často biologicky kompatibilní s lidskou pokožkou, což může přispět k lepší vstřebatelnosti a účinnosti. Avšak nesmí se opomenout etické aspekty a možné alergické reakce [21].

2.1.1 Hlemýždí mucin

Z látek živočišného původu je v dnešní době už poměrně známý hlemýždí mucin neboli šnečí hlen, či sliz, produkováný měkkýši jako je *Achatina fulica* (oblovka žravá) nebo *Cornu aspersum* (hlemýžď kropenatý, také hlemýždíček kropenatý). Mucin se z hlemýžďů získává několika způsoby, nejzákladnějším je sběr přirozeně vylučovaného hlenu, tento způsob je sice nejšetrnější, ale pro průmyslovou výrobu nevhodný, proto se šneci musí stimulovat, ať už tupým předmětem, vodním sprejem nebo elektřinou. Při použití elektřiny dokáže jeden šnek vyprodukovat 3 až 6 ml hlenu. Jsou tu ale i nehumánní způsoby, a to odstranění ulity nebo použití ozonu, při těchto praktikách, šnek zahyne [20], [22].

Mucin je v kosmetice vyhledáván pro své mikrobiální a regenerační schopnosti. Je tvořen z 90–99,7 % vodou, zbytek jsou bílkoviny, polysacharidy a řada malých molekulárních látek, jako je allantoin, kyselina glykolová a hyaluronová, vitaminy a minerály. [23]

Jeho první používání bylo pro zmírnění popálenin a dermatitidy způsobených ozářením. Od té doby bylo provedeno několik laboratorních a klinických studií, např. studie vedená Kim Yongeunem a spol. z roku 2021 [24] zjistila mnoho pozitivních dermatologických účinků na myši kůži při aplikaci šnečího mucinu. Jeho antioxidačními účinky podporuje proliferaci, migraci a přežívání keranocytů a také přeskupování aktinového cytoskeletu fibroblastů. Studie také prokázaly, zlepšování vrásek, textury pleti a může hrát roli při snižování kožních projevů stárnutí [24].

Korejská značka COSRX vytvořila řadu kosmetiky obsahující právě šnečí mucin, z níž nepopulárnější se stal krém Advanced Snail 92 All in one creame viz Obrázek 1, který obsahuje 92 % filtrátu ze šnečího mucinu.

*Složení: **Snail Secretion Filtrate**, Betaine, Caprylic/Capric Triglyceride, Cetearyl Olivat, Sorbitan Olivat, Cetearyl Alcohol, Carbomer, Arginine, Dimethicone, Sodium Polyacrylate, Phenoxyethanol, Sodium Hyaluronate, Stearic acid, Allantoin, Panthenol, Xanthan Gum, Ethyl Hexanediol, Adenosine*



Obrázek 1 Krém Advanced Snail 92 All in one creame, včetně složení
(zdroj: [25])

2.1.2 Oslí mléko

Oslí mléko bylo využíváno Kleopatrou už ve starověkém Egyptě, ale v dnešní době je nejvíce populární v Asii. Nejen, že je prospěšné pro tělo, má i blahodárné účinky na kůži. Obsahuje velkou řadu vitaminů, jako je vitamin A, B1, B2 a D, esenciální mastné kyseliny, proteiny, minerály, aminokyseliny a řadu dalších látek. Látky působí na hydrataci a regeneraci pokožky, také jako prevence proti stárnutí díky antioxidačním a kolagen stimulujícím účinkům. Díky obsahu antibakteriálních sloučenin, jako jsou lysozym a laktoferin, je inhibován růst choroboplodných bakterií na kůži a tím i snížena míra kožních infekcí, to vše činí oslí mléko ideální v pomoci proti akné, ekzémům, lupence a problémům spojeným s kožní infekcí. Nejčastěji využívané produkty s oslím mlékem jsou mýdla a plet'ové krémy. Velkým problémem této složky je nedostatečný výzkum a vývoj, také nízká produkce farem a poptávka na trhu [20], [26], [27].

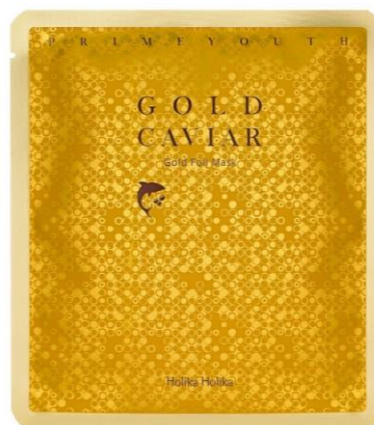
2.1.3 Extrakt z jiker lososa, kaviárový extrakt

Poměrně dražší složkou může být extrakt z jiker lososa neboli, kaviárový extrakt obsahující řadu nenasycených mastných kyselin, bílkoviny, DNA a RNA, vitaminy a minerály prospěšné pro zdraví pokožky. Extrakt má nespočet příznivých účinků na pleť, zároveň by neměl způsobovat podráždění kůže a je vhodnou složkou pro lidi s citlivější pletí. Studie publikovaná Lonne G. a spol. roku 2013 [28], testovala tento extrakt v 1 % a 5 % koncentracích na 50 lidech a ukázalo se, že extrakt z jiker lososa výrazně zlepšil vzhled pokožky, měl vliv na pigmentaci, vrásky, jas pleti, zarudnutí a hydrataci. Yoshino A. a kol. se zabývali výzkumem [29], který realizoval testy s extraktem *in vitro*, zjistili jeho příznivý vliv na stimulaci kolagenu v buňkách. Extrakt obsahuje spoustu multifunkčních látek, příkladem může být astaxanthin. Je to látka, která kromě protizánětlivých a antioxidačních účinků se podílí na fotoochraně, pružnosti a hydrataci pokožky. Tím, že se v extraktu nachází několik látek zaměřujících se na stejné molekulární procesy, jsou urychleny buněčné reakce [20], [28], [29].

Extrakt je získáván z ryb, proto mohou nastat komplikace pro lidi, trpícími alergií na ryby a mořské živočichy. Ovšem při použití nižších koncentrací jako tomu bylo u studie [28], je vysoká pravděpodobnost minimalizace nežádoucích kožních reakcí.

Holika holika je jihokorejská značka, která mimo jiné vyrábí hydratační pláténkovou masku Prime Youth Gold Caviar s extraktem z kaviáru viz Obrázek 2.

Složení: *Water/Aqua, Caviar Extract, Glycerin, Butylene Glycol, 1,2-Hexanediol, Niacinamide, Lonicera Japonica (Honeysuckle) Flower Extract, Zanthoxylum Piper Fruit Extract, Citrus Paradisi (Grapefruit) Fruit Extract, Hydrogenated Lecithin, Dimethicone, Sucrose Palmitate, Xanthan Gum, Carbomer, Colloidal Gold, Disodium Edta, Punica Granatum Fruit Extract, Panax Ginseng Callus Culture Extract, Brassica Napus Sprout Extract, Yeast Extract, Adenosine, Sodium Hydroxide, Sodium Hydroxide, Sodium Hyaluronate, Phenoxyethanol, Fragrance.*



Obrázek 2 Hydratační pláténková maska Prime Youth Gold Caviar, včetně složení
(zdroj: [30])

2.1.4 Propolis

Propolis nebo také včelí lepidlo je přírodní pryskyřičná látka obdobná vosku. Propolis má rostlinný původ a nachází se na růstových vrcholech a výhonech rostlin, kde slouží k jejich ochraně. Za rok včely nasbírají 150 až 200 g propolisu a jeho kvalita se odvíjí od místa sběru včel. Byl využíván už po staletí v medicíně pro své pozitivní účinky a dnes se hojně využívá nejen v korejské kosmetice [31].

Látka obsahuje pryskyřice a rostlinné balzámy, mezi nimiž dominují kyselina skořicová a její deriváty, společně s kyselinou kumarovou, prenylovanými sloučeninami, artemillinem C, tvoří 50 % obsahu. Směs také obsahuje 30 % včelího vosku, 10 % silic, 5 % včelího pylu a zbylých 5 % připadá na minerály, polysacharidy, proteiny, aminokyseliny, aminy, amidy a organické zbytky. Také významnou složkou jsou flavonoidy, některé z hlavních flavonoidů a fenolických esterů, působí antimikrobiálně, antioxidačně a protizánětlivě. Propolis má mírné anestetické účinky a díky své vysoké antioxidační aktivitě se přípravky obsahující propolis mohou řadit i jako ochrana před slunečním zářením. Také působí ochranně a pomáhá předcházet nebo zmírňovat rozvoj některých kožních onemocnění, jako je akné [32]. Tuto látku by neměly využívat osoby s pylovou alergií, mohlo by dojít k reakcím.

Jako konkrétní kosmetický přípravek s obsahem propolisu byl vybrán Glow Serum: Propolis + Niacinamide (Obrázek 3) od značky Beauty of Joseon.

Složení: **Propolis Extract**, Dipropylene Glycol, Glycerin, Butylene Glycol, Water, Niacinamide, 1,2-Hexanediol, Melia Azadirachta Flower Extract, Melia Azadirachta Leaf Extract, Sodium Hyaluronate, Curcuma Longa (Turmeric) Root Extract, Ocimum Sanctum Leaf Extract, Theobroma Cacao (Cocoa) Seed Extract, Melaleuca Alternifolia (Tea Tree) Extract, Centella Asiatica Extract, Corallina Officinalis Extract, Lotus Corniculatus Seed Extract, Calophyllum Inophyllum Seed Oil, Betaine Salicylate, Sodium Polyacryloyldimethyl Taurate, Tromethamine, Polyglyceryl-10 Laurate, Caprylyl Glycol, Ethylhexylglycerin, Dextrin, Pentylene Glycol, Octanediol, Tocopherol, Xanthan Gum, Carbomer



Obrázek 3 Glow Serum: Propolis + Niacinamide, včetně složení
(zdroj: [33])

2.2 Látky rostlinného původu

Dnes už více využívané jsou látky rostlinného původu, které jsou získávány z různých druhů stromů, keřů či bylin. Jejich účinky se využívají už po staletí, a jejich poptávka v kosmetice stále roste. Specifickými zástupci pro korejskou oblast jsou bambus, zelený čaj, ženšen a další.

2.2.1 Bambus

Bambus patří k nejrychleji rostoucím rostlinám, v Asii je využíván už po celá staletí a stal se součástí mnoha kultur. Bambus díky rychlému růstu a toleranci k méně příznivé půdě představuje dobrého kandidáta k zalesňování, využívání ke zmírnění ekologických problémů a dopadů průmyslu. Díky svým vlastnostem se bambus stal i surovinovým zdrojem kosmetického průmyslu. Obsahuje totiž flavonoidy, vitaminy, glykosidy, minerály a proteiny. Lze ho využívat v několika formách jako prášek či extrakt. Bambusová vlákna jsou skvělou alternativou do peelingů pro exfoliaci pleti [34], [36].

Je to velice účinný antioxidant a bylo zjištěno že zabráňuje fotostárnutí a fotokarcinogenezi [36]. *In vitro* studie od Choi Moon-Heeho a spol. [37] dokazuje, že extrakt z bambusu působí inhibičně na enzymovou aktivitu syntetizující melanin, což z něj činí účinné zesvětlovací činidlo. Hydratuje pleť a působí příznivě na vlasy a nehty, díky vysokému obsahu křemíku [34]. Bambusový extrakt je v současnosti v Koreji užíván především perorálně, můžeme ho ale nalézt i v tonerech a pudrech. Právě značka Eborian, vytvořila přípravek Zmatňující a hydratační pleťové mléko s obsahem bambusového extraktu viz Obrázek 4.

Složení: *Aqua/Water, Alcohol, Glycerin, Butylene Glycol, **Phyllostachis Bambusoides Extract**, Ophiopogon Japonicus Root Extract, Salixalba (Willow) Bark Extract, Diospyroskaki Leaf Extract, **Phyllostachis Bambusoides Juice**, PEG-40 Hydrogenated Castoroilsilica, Panthenol, PPG-26-Buteth-26, Zinc Gluconate, Zinc Oxide, Propanediol, Allantoin, Magnesium Aluminum Silicate, Ethylhexylglycerin, Disodium EDTA, Beta-Glucan, Phenoxyethanol, Parfum/ Fragrance, Geraniol, Linalool.*



Obrázek 4 Pleťové mléko s obsahem bambusového extraktu, včetně složení (zdroj: [38])

2.2.2 Zelený čaj

Asie je známá pro svoji konzumaci čaje, přímo zelený čaj má podle předpokladů působit proti stárnutí, protizánětlivě a také pomoci při hubnutí nebo zlepšení kvality vlasů. Obsahuje fenolické látky, flavonoidy a antioxidanty, kofein, barviva, vitaminy a minerální prvky. Konkrétně u katechinových derivátů byly prokázány jejich protistárnoucí a protinádorové účinky. Účinně také pronikají do kůže a mohou katalyzovat proliferaci a funkci fibroblastů a tím zvyšovat obsah elastinu a kolagenu. Látky z extraktu, jako je kofein a polyfenoly, mohou stimulovat a zlepšovat mikrocirkulaci pokožky. Efekt je využíván na pomoc při celulitidě, zlepšuje okysličení tkání a urychluje spalování tuků v buňkách. Také díky polyfenolům pohlcujícím radikály, jsou zpomalovány zánětlivé procesy v kůži. Extrakt ze zeleného čaje pomáhá chránit pleť proti účinkům ultrafialového záření. Disponuje průkaznými bělícími účinky při snižování projevů hyperpigmentace [34], [39].

Produkty s extraktem ze zeleného čaje jsou doporučovány pro zlepšení vlastností vlasů, jsou vhodné i pro citlivou a alergickou pokožku. Čajové nálevy se už dlouhou dobu používají jako obklady, které se přikládají například po bodnutí hmyzem nebo ke zklidnění svědění a pálení v okolí očí [34]. Jako zástupce byl vybrán produkt od korejské značky A'pieu, tato hydratační pláténková maska s mlékem se zeleným čajem viz Obrázek 5.

Složení: *Water, Butylene Glycol, Glycerin, Mineral Oil, PEG-40 Stearate, Cetearyl Alcohol, Stearic Acid, Sorbitan Sesquioleate, Camellia Sinensis Leaf Extract, Milk Extract, Carbomer, Phenoxyethanol, Triethanolamine, 1,2-Hexanediol, Caprylyl Glycol, Fragrance, Illicium Verum (Anise) Fruit Extract, Disodium EDTA, Hamamelis Virginiana (Witch Hazel) Extract*



Obrázek 5 Hydratační pláténková maska se zeleným čajem, včetně složení
(zdroj: [40])

2.2.3 Ženšen

Přírozenou domovinou pravého ženšenu je Korea, Sibiř a Čína, je mu také přezdíváno „kořen života“. Ovšem v dnešní době už rozlišujeme různé druhy ženšenu podle místa výskytu. U kořenů ženšenu musí být dodržovány přísné podmínky skladování, aby si kořen zachoval své prospěšné látky. Sklízí se poté, co rostlina roste 3–6 let, následně se vaří v páře 2–3 hodiny při teplotě 98–100 °C. Obsahuje látky jako jsou aminokyseliny, polysacharidy,

vitaminy, ale hlavní složkou jsou glykosidy, nazývané ginsenosidy. Ty se nachází nejvíce v červeném korejském ženšenu. Díky vědeckým výzkumům [41] bylo zjištěno, že červený ženšen má protistárnoucí, protizánětlivé, antimelanogenní a imunomodulační účinky [34].

Extrakt z ženšenu, konkrétně látky ginsenosid Rb1 a gintonin, stimuluje uvolňování složek pro zdraví pokožky jako je kyselina hyaluronová, kolagen a další. Také se prokázala indukovaná inhibice tvorby melaninu, což má za příčinu bělicí účinek na kůži. Prokázán byl také protizánětlivý a antioxidační efekt a snížení poškození buněk způsobené UV zářením [42]. Nedávné studie vedená Lee Na-Eungem a kol. [43] se zabývaly růstem ochlupení u myši a bylo zjištěno, že smícháním extraktu z červeného ženšenu a minoxidilu, což je látka, která se využívá k léčbě při padání vlasů, se zvýšila hustota a pevnost chlupů a folikulů, oproti samotnému minoxidilu.

Produkt obsahující velké množství jednotlivých variant využití ženšenu je Ginseng Cleansing Oil od již zmíněné korejské značky Beauty of Joseon, viz Obrázek 6.

Složení: *Glycine Soja (Soybean) Oil, Cetyl Ethylhexanoate, Sorbeth-30 Tetraoleate, Isododecane, Olea Europaea (Olive) Fruit Oil, Camellia Japonica Seed Oil, Hydrogenated Coconut Oil, Octyldodecanol, Polybutene, Caprylic/Capric Triglyceride, Water, Tocopherol, Salvia Officinalis (Sage) Oil, **Panax Ginseng Seed Oil(1000 ppm)**, Artemisia Vulgaris Oil, Ocimum Basilicum (Basil) Oil, Corylus Avellana (Hazelnut) Seed Oil, Nigella Sativa Seed Oil, Butylene Glycol, **Panax Ginseng Berry Extract(1.1 ppb)**, Glycerin, 1,2-Hexanediol, Methylpropanediol, **Panax Ginseng Root Extract(0.3 ppb)**, Ethyl Hexanediol, **Panax Ginseng Extract(0.1 ppb)**, **Panax Ginseng Leaf/Stem Extract(0.1 ppb)**, Ethylhexylglycerin*



Obrázek 6 Ginseng Cleansing Oil, včetně složení
(zdroj: [44])

2.2.4 Lékořice

Lékořice (*Glycyrrhiza*) je druh bylinné rostliny, ze které se nejvíce využívají oddenky a kořeny, ty jsou očištěny, nalámány na menší části a usušeny, ovšem některé látky byly identifikovány i v listech rostliny. Složky obsažené v lékořici, jako jsou aminy, steroly a také bylo izolováno přes 400 fotochemikálií, mezi které patří saponiny, flavonoidy, chromeny, kumariny a další, působí proti stárnutí pleti, zesvětlují, mají antioxidační význam. Potencionálně by mohly pomáhat proti akné díky svým protizánětlivým účinkem a jsou využívány také v péči o vlasy. Nejčastěji se mluví o hyperpigmentačním účinku, bylo

prokázáno, že glabridin, látka obsažená v lékořici, inhibuje UVB – indukovanou pigmentaci a tyrozinázu a tím zabraňuje tvorbě pigmentu, také má antimikrobiální a antikarcinogenní účinky. Stále probíhá testování látky, ale projevila se i určitá toxicita a je nutné dbát na opatrnost v požívání například během těhotenství [45].

Extrakt z lékořice se často nachází v plátkových maskách, podobně jako od značky Missha – zklidňující plátková maska se zeleným čajem viz Obrázek 7.

Složení: *Water, DipropyleneGlycol, Glycereth-26, Glycerin, Propanediol, 1,2-Hexanediol, Butylene glycol, Sodium Carbomer, Allantoin, Hydroxyethyl cellulose, Coptis Japonica Root Extract, Glycyrrhiza Glabra (Licorice) Root Extract, Zingiber Officinale (Ginger) Root Extract, Camellia Sinensis Leaf Extract, Ethylhexylglycerin, Dipotassium Glycyrrhizate, Disodium EDTA, Polyglyceryl-10 Myristate, Polyglyceryl-10 Laurate, Sodium Hyaluronate, Olea Europaea (Olive) Fruit Oil, Citrus Aurantium Dulcis (Orange) Oil, Beta-Glucan, Citrus Aurantium Bergamia (Bergamot) Fruit Oil, Copaifera Officinalis (Balsam Copaiba) Resin, Cymbopogon Martini Oil, Lavandula Hybrida Oil, Salvia Sclarea (Clary) Oil*



Obrázek 7 Plátková maska se zeleným čajem, včetně složení
(zdroj: [46])

3 ŽIVOTNÍ STYL – TREND K-BEAUTY

Pro Korejce, je vzhled jejich pleti prioritou. Jak ženy, tak i muži se starají o svou pleť nejen kosmetickými přípravky. Používají i slunečníky a různé jiné pokrývky, aby se chránili před UV zářením, také pijí antioxidační čaje, aby si zachovali co nejdéle mladistvý vzhled. K péči o pleť jsou vychováni už od dětství, platí pro ně pravidlo „prevence je lepší jak léčba“ a „dokud je člověk zdravý, tak je jednodušší a nejvýhodnější udržovat nejen své tělo, ale i pleť“. Děti v Koreji se učí rutinám dávno před tím, než mají nějaké problémy s pletí, od peelingů, hydrataci pleti až po užívání ochranných faktorů [47], [48].

Oproti přístupu evropské populace, pro kterou je směrodatné dosažení spíše matného vzhledu pleti, v Koreji se snaží dosáhnout lesklého, nikoli mastného vzhledu. Krom ranní a noční péče, si přes den opakovaně aplikují hydratační krémy, používají obličejové mlhy a také někteří se nebojí chodit po ulici i s plátkovými maskami na obličej. Korejská kosmetika je dostupná, nejen cenově. Na každém rohu jsou obchody, kde si můžete koupit kosmetický produkt. Ty jsou často v krásném či roztomilém obalu, aby byl umocněn celkový zážitek z jejich používání [48], [14].

I když se vše převážně točí kolem kosmetiky, nemůžeme pominout, jak velkou část v Koreji tvoří plastické operace a estetické úpravy.

3.1 Trendy a rutiny

3.1.1 Desetikroková rutina

Velký fenomén, který se dostává do povědomí lidí je desetikroková péče o pleť, avšak nelze říct, že by byla běžnou rutinou každé korejské ženy, základním konceptem je navrhnout rituál péče o pleť, který je oddělený od rutinního líčení. Korejsko-americká kosmetička, Charlotte Cho ji mimo jiné detailně popisuje ve své knize *The little book of skin care: Korean beauty secrets for healthy, glowing skin* (2015). Desetikroková péče obvykle zahrnuje následující kroky: (1) čištění na bázi oleje, (2) čištění na bázi vody, (3) exfoliaci, dále (4) použití tekutých nebo krémových produktů včetně tonika, (5) esence a (6) sérum nebo ampule, použití (7) pleťové masky, (8) očního krému a (9) hydratačního krému a (10) zakončení aplikací opalovacího krému přes den nebo nočního krému na noc [14], [49].

Rutina začíná tzv. „dvojitým odličením“, které v prvním kroku kombinuje odličovač na oči a olejový čistič. Nejprve se odstraní oční make-up, jako je řasenka, oční linky, stíny nebo tužka na oči. Poté se celý obličej dočistí olejovým čističem, který se nanáší na suchou jemně

navlhčenou pleť. Olejové čističe jsou vhodné i pro mastnou pleť, protože účinně rozpouštějí nečistoty na bázi oleje, jako je kožní maz, sunscreen, smog nebo zbytky make-upu [14].

Druhým krokem je dočištění pleti čisticím přípravkem na vodní bázi, který má obvykle krémovou konzistenci nebo při kontaktu s vodou vytváří pěnu. Ji-yeon Yu a spol. se věnovali studii [50], která zkoumala účinnost těchto čističů na ženách při odličování make-upu po dlouhých hodinách nošení. Výsledky ukázaly, že olejový čistič lépe udržuje přirozenou mastnost a pH pleti, zatímco čistič na vodní bázi je účinnější při hydrataci, avšak v obou případech byla pleť zbavena veškerých kosmetických látek. Dvojitý čištění, tedy zajišťuje důkladné odstranění všech nečistot a připravuje pleť na další péči a aplikaci aktivních látek [14], [49].

Exfoliace je třetím, důležitým krokem, jelikož odstraňuje odumřelé kožní buňky, podporuje regeneraci a přispívá k jasnějšímu a rovnoměrnějšímu tónu pleti. Současně zlepšuje strukturu pokožky a umožňuje lepší vstřebávání následně aplikovaných produktů. Frekvence exfoliace závisí na individuálním stavu pleti a typu exfoliačního přípravku. Zatímco některé osoby zařazují exfoliaci do své rutiny jednou až dvakrát týdně, jiným postačí jednou měsíčně. Existují dvě základní metody exfoliace – mechanická a chemická. Mechanická exfoliace využívá abrazivní částice, například cukrové peelingy, nebo speciální nástroje, jako jsou kartáčky se štětinami. Tento způsob exfoliace fyzicky odstraňuje odumřelé kožní buňky pomocí tření. Naproti tomu chemická exfoliace pracuje se složkami, jako je kyselina mléčná nebo salicylová, které rozpouštějí odumřelé buňky bez potřeby mechanického zásahu. Peeling je vhodné také aplikovat na rty, jemná exfoliace rtů pomáhá udržet jejich hebkost a zajišťuje lepší přilnavost rtěnky [14].

Čtvrtým krokem v péči o pleť je aplikace toneru, který je často opomíjen, přesto hraje důležitou roli při hydrataci a zklidnění pokožky. V korejské kosmetice se jsou preferována hydratační tonika namísto těch obsahujících alkohol, který by mohl pleť nadměrně vysušovat. Tato tonika jsou vhodná pro všechny typy pleti a obsahují zvlhčující složky, které pomáhají udržovat pleť svěží a hydratovanou. Díky těmto vlastnostem se korejským tonerům často přezdívá „osvěžující“. Aplikace se provádí buď pomocí vatového tamponu, kterým se jemně přetře celý obličej a krk, nebo vklepáním produktu přímo rukama pro lepší vstřebání [14], [49].

Další fáze péče o pleť, zahrnující esence, ampule a séra, představuje individuální krok, který není nezbytnou součástí rutiny, ale může být přizpůsoben specifickým potřebám pleti. Esence, které jsou typické především pro korejský trh, spolu s ampulemi a séry obsahují

koncentrované aktivní složky zaměřené na řešení konkrétních kožních problémů. Tyto produkty se převážně používají stejným způsobem a mohou pomáhat při léčbě akné, zmenšování pórů nebo redukci vrásek, čímž přispívají k celkovému zlepšení kvality pleti [14].

Pláténkové masky, jakožto sedmý krok, představují významný a charakteristický prvek péče o pleť v asijských zemích. Jejich účinnost spočívá v omezení odpařování vody a prodlouženém kontaktu s pokožkou, což umožňuje hlubší absorpci živin a hydratace ve srovnání s běžnou aplikací krému nebo séra. Obecně se doporučuje jejich použití přibližně dvakrát týdně, avšak u osob s velmi suchou pletí může být frekvence vyšší. Nejčastěji se vyskytují dva druhy masek, z bavlněného materiálu (mikrovlákna) nebo z gelu (hydrogelu). Jsou nejen účinné a prokazatelně krátkodobě hydratují pleť, ale mají i terapeutický účinek [14].

S rostoucí popularitou těchto masek se rozšířil trend jejich ponechání na pleti i během spánku. Studie Yixin Wang a kol. [51] však zkoumala krátkodobé kožní reakce na lidech po aplikaci pláténkových masek a prokázala, že jejich používání po dobu delší než doporučených 15–25 minut může vést k nežádoucím účinkům, jako je zarudnutí a zvýšená suchost pokožky.

Osmý a devátý krok péče o pleť se zaměřuje především na hydrataci, která je klíčová pro udržení zdravé pokožky. Správná hydratace pomáhá předcházet dehydrataci, podporuje pružnost pleti a napomáhá regeneraci kožní bariéry. Při výběru hydratačního krému je důležité zohlednit typ pleti a její specifické potřeby, ať už se jedná o suchou, mastnou, smíšenou nebo citlivou pokožku. Zvláštní pozornost je třeba věnovat také očnímu okolí, které je obzvláště jemné a náchylné k tvorbě vrásek, a proto vyžaduje speciální péči v podobě očních krémů s lehkou texturou a šetrným složením [14], [49].

Po důkladné hydrataci následuje závěrečný krok ranní rutiny péče o pleť – aplikace sunscreensu, který poskytuje ochranu před škodlivými účinky slunečního záření. Zatímco v západních zemích je často kladen důraz na dosažení opáleného vzhledu, v asijských kulturách je naopak preferována co nejsvětlejší pleť. Pravidelné používání opalovacího krému je zásadní pro prevenci předčasného stárnutí pokožky, pigmentových skvrn a dalších negativních dopadů UV záření. Pro zajištění účinné ochrany je doporučeno aplikovat krém několikrát denně, zejména při dlouhodobém pobytu venku. Zvýšená pozornost by měla být věnována jeho používání po absolvování dermatologických zákroků, kdy je pokožka citlivější a náchylnější k poškození [14].

3.1.2 "Glass skin"

S deseti krokovou rutinou je úzce spojený i termín "Glass skin", jedná se o označení specifického vzhledu pleti. "Glass skin" by měla být hladkou, bezchybnou, zářivou pokožkou podobající se čistému a nedotčenému povrchu skla. Termín pochází z korejského výrazu „yuri pibu“, což v překladu znamená „skleněná kůže“. Popularitu si tento trend získal především prostřednictvím sociálních médií. Dosažení efektu „Glass skin“ je založeno na konceptu známém jako „skin flooding“, který klade důraz na intenzivní hydrataci pleti prostřednictvím vrstvení hydratačních a vyživujících produktů. Kromě správné péče o pleť hraje klíčovou roli také zdravý životní styl, zahrnující dostatečný spánek, vyváženou stravu a nízkou úroveň stresu [52], [53].

Tento přístup k péči o pleť přináší řadu výhod. Kromě estetického hlediska přispívá vysoká úroveň hydratace k udržení účinnější bariérové funkce kůže, která ji následně chrání před vnějšími toxiny a škodlivými vlivy prostředí. Správně hydratovaná pokožka také lépe vstřebává základní živiny z produktů na péči o pleť. Mezi důležité složky v péči patří kys. hyaluronová, niacinamidy a vitamin C [53].

3.1.3 Muži a kosmetika

Péče o pleť nebyla v korejské kultuře výhradně doménou žen, ale historicky se týkala i mužů. Na rozdíl od západních zemí, kde muži tradičně nevěnovali péči o pleť takovou pozornost, u korejských mužů hraje vzhled důležitou roli, to vše umocňuje to, že v Koreji nyní vládne populární idolové K-popu. Jižní Korea dominuje rychle rostoucímu globálnímu trhu s pánskou kosmetikou, přičemž představuje téměř čtvrtinu celkových tržeb v segmentu péče o pleť. Mužská pokožka je totiž obecně silnější a mastnější než ženská, což vyžaduje specifickou péči. Korejská kosmetika pro muže se zaměřuje na tyto odlišnosti [54], [55].

Studie zaměřená na sběr informací z odborných článků a rozhovorů (především s muži) o fenoménu používání kosmetiky mezi jihokorejskými muži poukazuje na význam péče o pleť v této společnosti. Jedním z faktorů, který přispěl k rozšíření mužských kosmetických produktů, je povinná dvouletá vojenská služba, během níž vojáci čelí náročným podmínkám ovlivňujícím stav jejich pleti. V reakci na tuto skutečnost uvedla jihokorejská značka Amorepacific na trh speciální řadu kosmetických přípravků s ochranným faktorem SPF 50, které jsou šetrné k pokožce a zároveň poskytují vysokou ochranu [54], [55], [56].

Dokonalý vzhled je v jihokorejské společnosti často spojován s úspěchem, ať už v osobním životě, nebo v kariéře. Sebevědomí, které upravený vzhled poskytuje, motivuje muže nejen k používání kosmetiky, ale také k investicím do estetických procedur a plastických operací, které by jim dodali západní vzhled. Jižní Korea se podle údajů Mezinárodní společnosti estetické plastické chirurgie řadí mezi země s nejvyšším počtem plastických operací na obyvatele. Mezi nejčastěji prováděné zákroky patří blefaroplastika, tedy chirurgická úprava očních víček, jejímž cílem je vytvoření definovaného záhybu na víčku [56].

3.1.4 Plastické operace

Ačkoli moderní korejské technologie pronikají i do kosmetického průmyslu, dlouhodobě zakořeněný konzervatismus nadále ovlivňuje genderová očekávání a kulturní hodnoty společnosti. V posledních desetiletích dochází v Jižní Koreji k výraznému nárůstu estetických plastických operací, což je důsledkem nejen rostoucí poptávky, ale i dostupnosti specializovaných lékařů. Každoročně zde do praxe vstupuje přibližně 100 nových plastických chirurgů, čímž se toto odvětví neustále rozšiřuje [57].

Plastické operace v Jižní Koreji jsou ve srovnání s jinými zeměmi finančně dostupnější. To je způsobeno vysokou konkurencí a rozšířeností estetických zákroků, které jsou běžně dostupné i na místech, jako jsou nákupní centra. Tento trend vede k částečné banalizaci plastické chirurgie, která je stále častěji vnímána jako běžná a výhodná investice do vzhledu. Operace jsou natolik společensky přijímané, že se v některých případech stávají dokonce darem k maturitě, na Vánoce či narozeniny [57], [58].

Ideál krásy, propagovaný médii a zábavním průmyslem, upřednostňuje světlou pleť, velké oči, malý nos a štíhlý obličej ve tvaru písmene „V“. Tento standard krásy ovlivňuje nejen individuální rozhodování, ale i pracovní prostředí, kde je vzhled často považován za důležitý faktor při hledání zaměstnání a romantických vztahů. Mezi nejčastější plastické operace patří dvojité operace víček, která slouží k vytvoření záhybu na očním víčku a optickému zvětšení očí. Dalším populárním zákrokem je tzv. V-line operace, která zahrnuje zúžení čelisti a vytvoření štíhlejšího obličejového tvaru. Korejci také často podstupují rhinoplastiku, tedy úpravu nosu, která se zaměřuje na zvýšení nosního můstku a zjemnění tvaru nosu. U mužů to také můžou být plastiky těla, které simulují maskulinní tvary. Mezi neinvazivními zákroky jsou pak oblíbené procedury zaměřené na zesvětlení

pleti, jako jsou laserové terapie a injekční aplikace „skin boosters“, které zajišťují jasnější a mladistvější vzhled pokožky [58].

Navzdory obrovské popularitě plastické chirurgie v Jižní Koreji se objevuje i kritika a lidé kteří proti tomuto trendu protestují. Společenský tlak na dosažení ideálního vzhledu může vést k psychickým problémům a nízkému sebevědomí u těch, kteří nesplňují nastavené standardy krásy. Dále existuje riziko komplikací či nepovedených zákroků, které mohou mít negativní dopad na fyzické i psychické zdraví pacientů. I přesto vše zůstává plastická chirurgie v Jižní Koreji významným fenoménem [59].

4 CÍL PRÁCE

Bakalářská práce kromě teoretické části zahrnuje také dotazníkové šetření, které se vztahuje k tématům probíraným v teoretické části. Cílem šetření bylo analyzovat odpovědi respondentů, zda využívají produkty korejské kosmetiky, co ovlivňuje jejich rozhodování při nákupu produktů, jaké mají povědomí o korejských značkách a zjistit o netradičních ingrediencích obsažených v kosmetických produktech.

Byly formulovány tyto hypotézy:

H1: Ženy mají větší povědomí o korejské kosmetice.

H2: S korejskou kosmetikou se lidé nejčastěji seznamují skrz sociální síť.

H3: Nejčastěji používaným produktem korejské kosmetiky jsou pleťové masky.

H4: Nejznámější značkou korejské kosmetiky dle respondentů je Beauty of Joseon.

H5: Většina respondentů si je vědoma přítomnosti netradiční aktivní látky jako je šnečí sliz v korejské kosmetice.

II. PRAKTICKÁ ČÁST

5 METODIKA A ORGANIZACE DOTAZNÍKOVÉHO ŠETŘENÍ

5.1 Struktura dotazníku

Dotazník (Příloha P I) byl sestaven z následujících částí:

1. úvodu,
2. otázek mapujících socioekonomické znaky respondentů,
3. funkčních otázek zaměřených na a) produkty a značky korejské kosmetiky, b) složení a netradiční látky v korejské kosmetice, c) povědomí a používání korejského trendu „deseti krokové rutiny“, d) dostupnost a spokojenost s korejskou kosmetikou.

V úvodní části byl respondent seznámen s cílem dotazníkového šetření. Bylo zde uvedeno, že dotazník je zcela anonymní a získané odpovědi budou využity výhradně pro účely této práce. Součástí úvodu bylo také poděkování za účast a uvedení kontaktních údajů autora, včetně jména a e-mailové adresy.

Následně byla zařazena demografická část (otázky 1–5), v níž byli respondenti dotazováni na pohlaví, věk, místo bydliště, sociální skupinu a měsíční výdaje na kosmetiku. Otázky 6–11 byly zaměřeny na obecné povědomí o korejské kosmetice, znalost konkrétních značek a používání těchto produktů. Další část dotazníku se věnovala trendu deseti krokové kosmetické rutiny a netradičním složkám v produktech (otázky 12–16), následně byla zkoumána spokojenost respondentů s korejskou kosmetikou a její dostupnost na trhu.

Pokud respondent odpověděl „NE“ na kontrolní otázku „Slyšeli jste o korejské kosmetice?“, jeho odpovědi nebyly zahrnuty do celkových výsledků.

5.2 Realizace dotazníkového šetření

Průzkum byl realizován formou online internetového dotazníku, který byl zajištěn zcela anonymně. Dotazník byl distribuován prostřednictvím sociálních sítí, jako jsou Instagram a Facebook, a také sdílením mezi jednotlivci v okolí. Cílovou skupinou byli lidé seznámení s tématikou korejské kosmetiky, bez ohledu na pohlaví a věk respondentů.

Celkem se dotazníkového šetření zúčastnilo 141 respondentů, z nichž 6 bylo vyřazeno kvůli nesouvisejícím odpovědím. Do analýzy tak bylo zahrnuto 135 odpovědí, přičemž 125 respondentů tvořily ženy (93 %) a 10 respondentů muži (7 %).

5.3 Statistické zpracování získaných dat

Třídění proměnných, statistické vyhodnocení pomocí relativních četností a převedení do grafů bylo provedeno, pomocí Microsoft 365 – Exel (verze 2503).

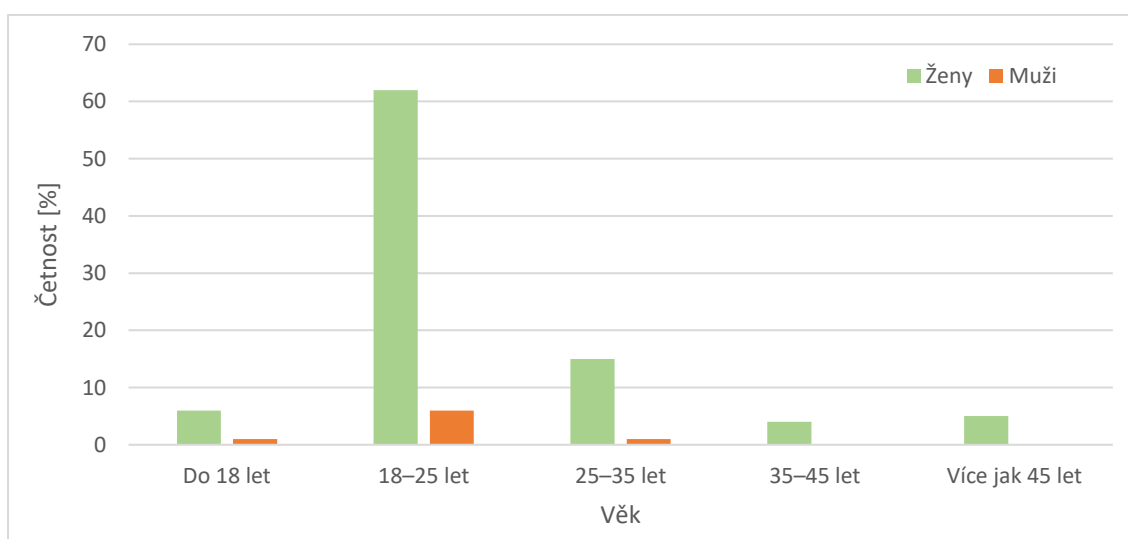
6 VÝSLEDKY A DISKUSE DOTAZNÍKOVÉHO ŠETŘENÍ

6.1 Socioekonomická část

Věk (Obrázek 8)

Ze souboru je patrné, že nejpočetnější skupinou respondentů jsou ženy ve věku 18–25 let, které tvoří 62 % všech dotazovaných. Naopak muži v této věkové kategorii představují pouze 6 %. Další významnou skupinu tvoří ženy ve věku 25–35 let s podílem 15 %, zatímco muži v této věkové skupině dosahují pouze 1 %. V ostatních věkových kategoriích je zastoupení respondentů nižší. Ženy ve věku nad 45 let tvoří 5 % respondentů, přičemž muži v této skupině nejsou zastoupeni. Ve věkové kategorii 35–45 let činí podíl žen 4 % a mužů 1 %.

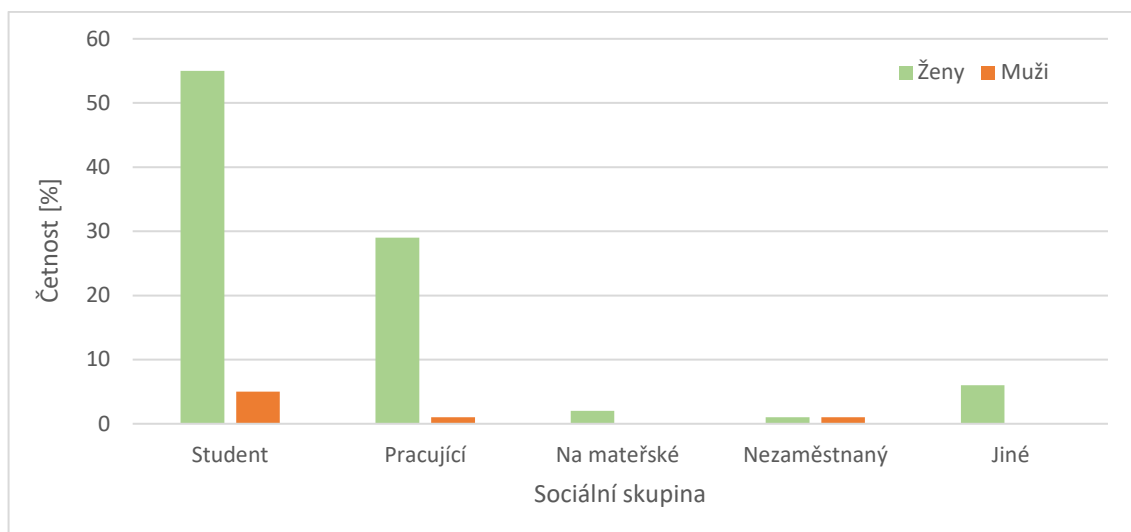
Z uvedených údajů je patrné, že mezi respondenty převažují ženy, zejména v mladších věkových kategoriích.



Obrázek 8 Věkové skupiny

Sociální skupina (Obrázek 9)

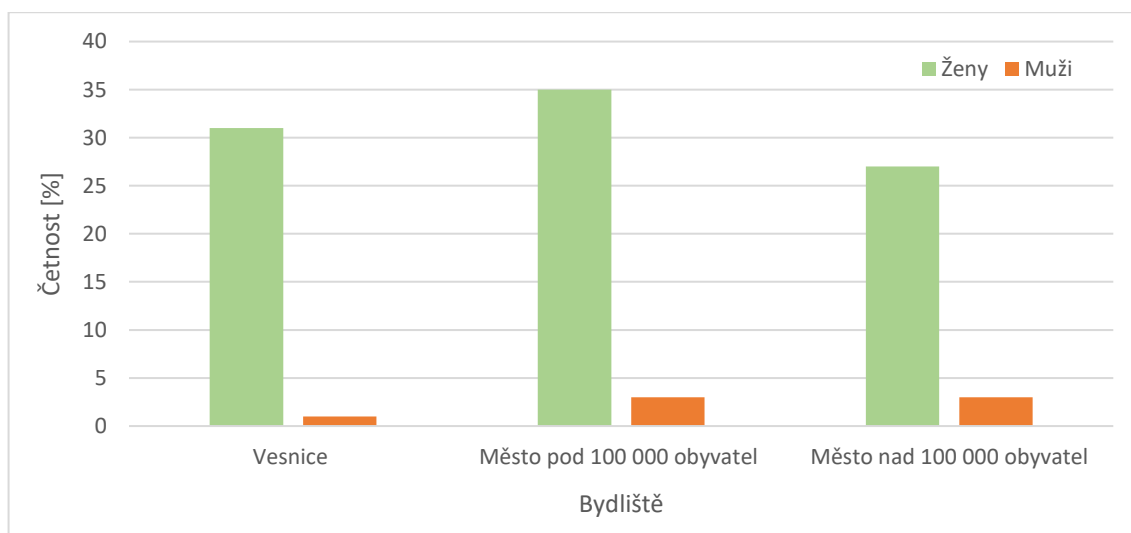
Největší skupinu respondentů tvoří studenti, kde ženy představují 55 % a muži 5 %. Další významnou kategorií jsou pracující ženy s podílem 29 %, zatímco pracující muži tvoří 1 %. Ve skupině respondentů na mateřské dovolené se vyskytují pouze ženy s podílem 2 %. Mezi nezaměstnanými jsou zastoupeni shodně ženy i muži, každý s podílem 1 %. Ve skupině „Jiné“ se nachází 6 % žen, přičemž muži v této kategorii nejsou zastoupeni. Ze 6 % tvoří 2 % živnostníci a zbývajících 4 % představují kombinaci již zmíněných sociálních skupin, jako jsou živnostník a student, živnostník na mateřské nebo pracující student.



Obrázek 9 Sociální skupina

Bydliště (Obrázek 10)

Z grafu je patrné, že rozdělení respondentů podle místa bydliště vykazuje pouze malé procentuální rozdíly. Ve městě s populací do 100 tisíc obyvatel žije 35 % žen a 3 % mužů. Ve městě nad 100 tisíc obyvatel bydlí shodně 3 % mužů, avšak pouze 27 % žen. Na vesnici má bydliště z celkového počtu respondentů 31 % žen a 1 % mužů.

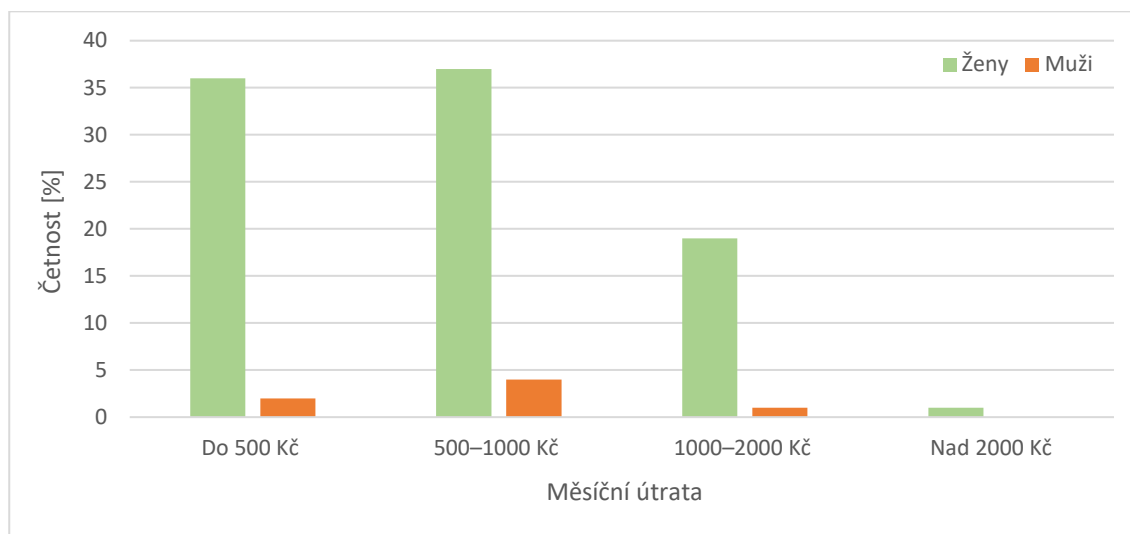


Obrázek 10 Místo bydliště

Měsíční výdaje (Obrázek 11)

Nejvíce překvapivým zjištěním je vysoké zastoupení mužů v kategorii měsíční výdaje 500–1000 Kč, které činily 4 %, zatímco u žen to bylo 37 %. Významné zastoupení mezi ženami měla také kategorie výdaje do 500 Kč, kde tvořily 36 %, zatímco u mužů představovaly pouze 2 %. Částku v rozmezí 1000–2000 Kč za kosmetiku měsíčně utratí

19 % žen a 1 % mužů. Více než 2000 Kč měsíčně utratí pouze 1 % žen, zatímco muži v této kategorii nebyli zastoupeni.

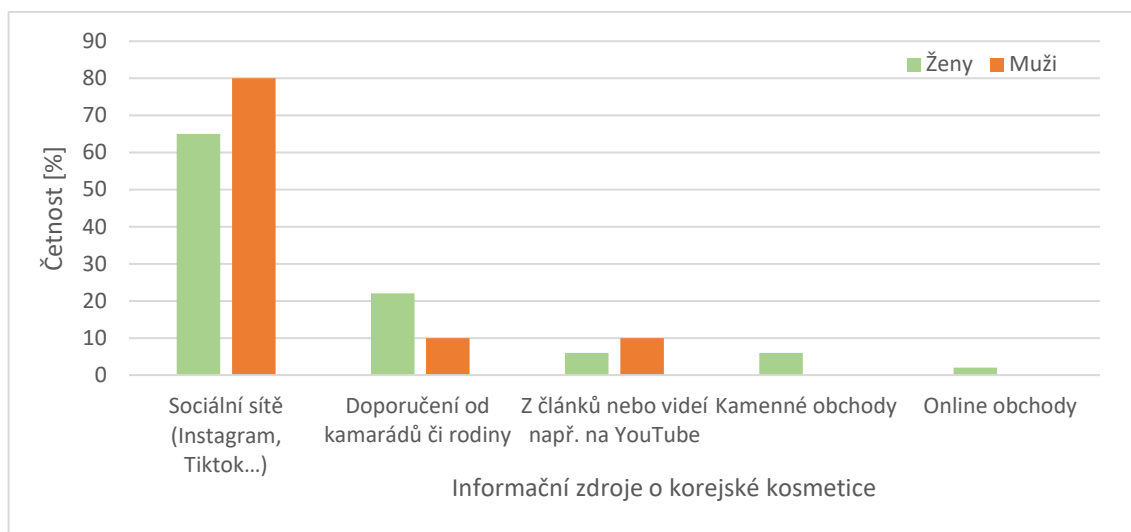


Obrázek 11 Měsíční výdaje za kosmetiku

6.2 Povědomí a kritéria pro používání korejské kosmetiky

Odkud jste se primárně o korejské kosmetice dozvěděl/a? (Obrázek 12)

Z grafu je patrné že sociální sítě jako je Instagram, Tiktok a další, jsou nejvýznamnějším zdrojem informací ohledně korejské kosmetiky, tuto možnost uvedlo 80 % z mužských a 65 % ženských respondentů. Druhým nejčastějším zdrojem jsou doporučení od přátel či rodiny 22 % za ženy, u mužů tuto možnost označilo 10 % stejně jako u možnosti článků a videí. Se stejnými výsledky u žen se setkaly články nebo videa a překvapivě kamenné obchody, které činily 6 %. Nejnižší zastoupení mají online obchody, které zmínily pouze 2 % žen, a muži je rovněž jako kamenné obchody neuváděli.

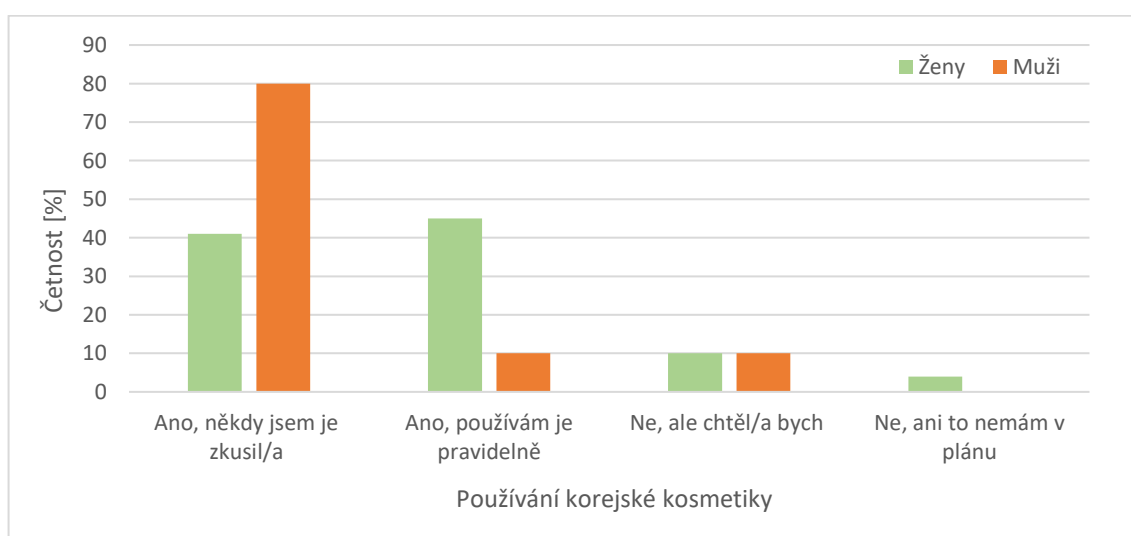


Obrázek 12 Informační zdroje o korejské kosmetice

Používáte produkty korejské kosmetiky? (Obrázek 13)

Z dat vyplývá, že korejská kosmetika je mezi ženami mnohem populárnější než mezi muži. Nejvíce žen (45 %) uvedlo, že korejskou kosmetiku používají pravidelně, zatímco mezi mužskými respondenty tuto odpověď zvolilo pouze 10 %. Dalších 41 % žen odpovědělo, že korejskou kosmetiku někdy vyzkoušely, oproti většinovým 80 % mužů.

Zájem o vyzkoušení v budoucnu vyjádřilo 10 % žen i mužů. Pouze 4 % respondentek uvedlo, že korejskou kosmetiku nevyužívá a ani nemá v plánu ji používat, tito respondenti byli pro následující otázky o produktech korejské kosmetiky vyřazeni z šetření, z důvodu nevhodících se okolností.

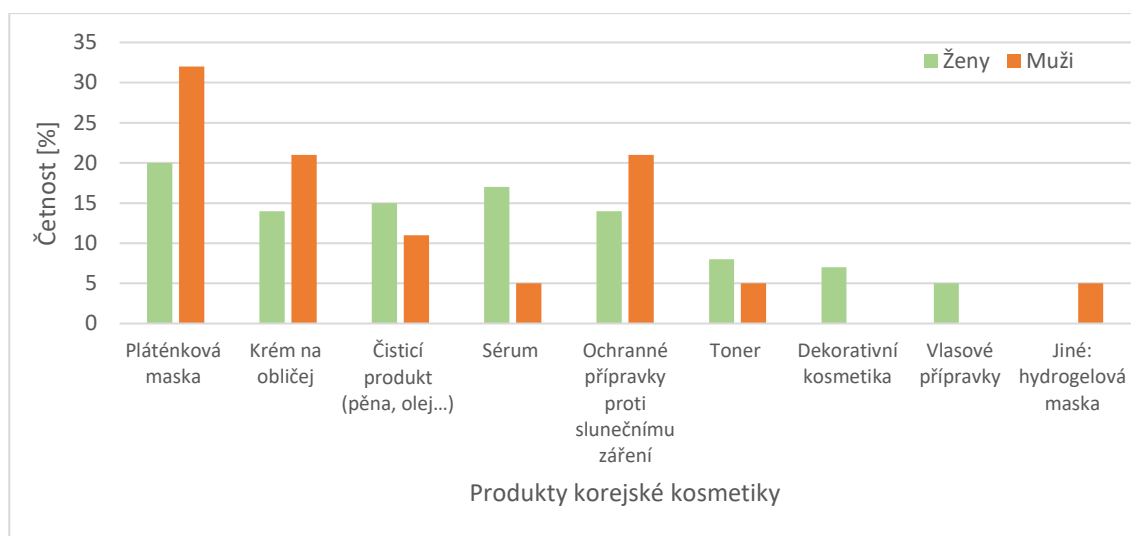


Obrázek 13 Frekvence používání korejské kosmetiky

Jaký produkt jste použil/a, nebo používáš? (Obrázek 14)

Z předešlé otázky můžeme počítat, že na tuto otázku odpovídalo 90 % mužských respondentů a 86 % ženských respondentek.

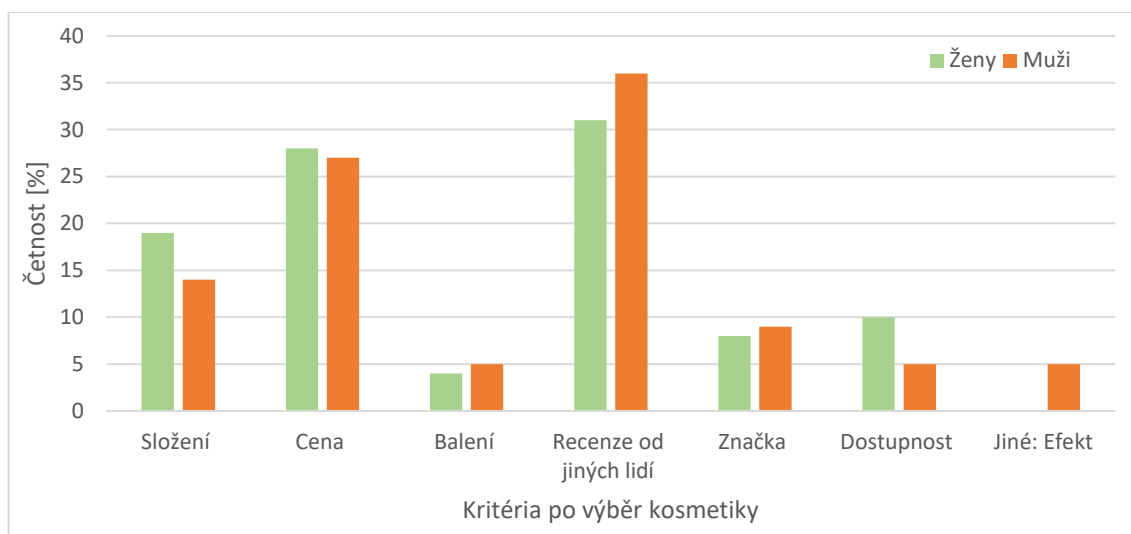
Nejčastěji zmiňovaným produktem jsou pláténkové masky, které používá/použilo 32 % mužů a 20 % žen. Dále potom séra, která jsou výrazně populárnější mezi ženami (17 %) než mezi muži (5 %), stejně jako ochranné přípravky proti slunečnímu záření, které používá 14 % žen a 21 % mužů. Krémy na obličej – uvedlo 21 % mužů a 14 % žen. Čisticí produkty (např. pěny nebo oleje) využívá 15 % žen a 11 % mužských respondentů. Tonery označilo 8 % žen a 5 % mužů, dekorativní kosmetiku 7 % žen, zatímco muži tuto kategorii, obdobně jako vlasové přípravky nezmínili vůbec. Ty uvedlo 5 % respondentek, 5 % mužských dotazovaných zaznačilo do možnosti jiné ještě hydrogelovou masku.



Obrázek 14 Používání produktů korejské kosmetiky

Výběr produktu určuje? (Obrázek 15)

Na základě předchozího grafu je patrné, že jak cizí lidé, tak známí mají největší vliv na povědomí o produktech. Není proto překvapivé, že při výběru produktu respondenti nejčastěji zohledňují recenze od ostatních uživatelů – uvedlo je 31 % respondentek a dokonce 36 % respondentů. Druhým nejdůležitějším faktorem je cena, kterou zvolilo 28 % žen a 27 % mužů. Následuje složení výrobku, které je důležité pro 19 % žen a 14 % mužů. U ostatních kritérií se procenta pohybovala řádově níže, u balení zvolilo tuto možnost 4 % žen a 5 % mužů. Značka kosmetiky je důležitá pro 8 % žen a 9 % mužů. Dostupnost zmínilo 10 % žen a 5 % mužů. Objevila se i také možnost jiné – efekt, kterou uvedlo 5 % z mužů.

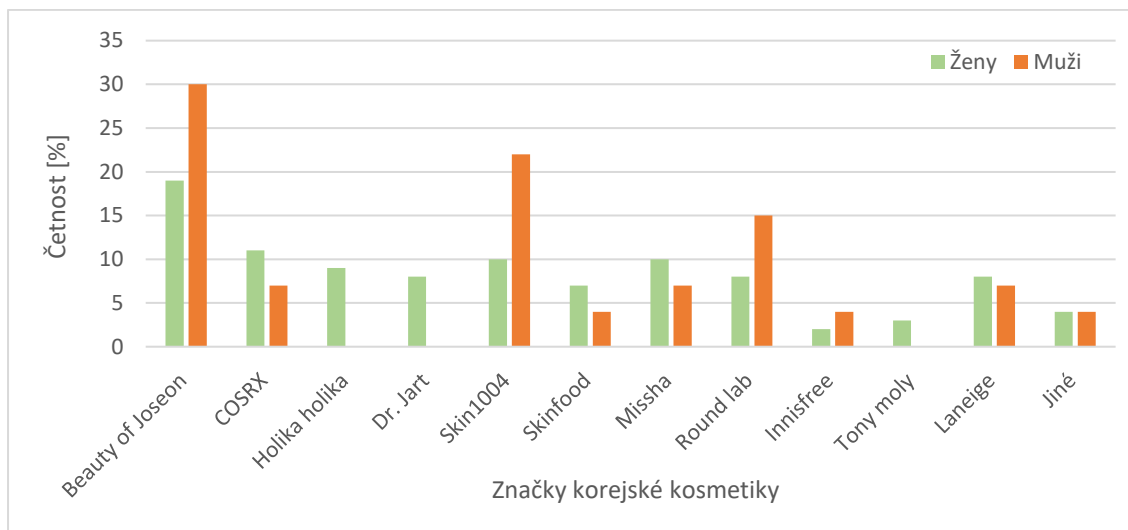


Obrázek 15 Kritéria výběru korejské kosmetiky

Jakou značku korejské kosmetiky znáte? (Obrázek 16)

Dle grafu je nejznámější značkou Beauty of Joseon, kterou zná 30 % respondentů, překvapivě mezi ženami je to 19 %. Značku Skin1004 označilo 22 % mužských respondentů a 10 % ženských. COSRX, zná 11 % respondentek, oproti 7 % mužů. Třetí neznámější firmou je Round Lab známý u 10 % žen a 8 % mužů. Missha a Innisfree jsou také velmi preferované značky, přičemž Misshu zná 7 % žen a 4 % mužů, zatímco Innisfree 8 % žen a 2 % mužů. Některé značky jsou téměř neznámé mezi muži. Například Dr. Jart a Tony Moly mají nulové povědomí u mužských respondentů, zatímco u respondentek je to 8 % a 3 %. Podobně značka Holika Holika má pouze 9 % zastoupení u žen. Laneige má srovnatelné povědomí mezi oběma pohlavími, kdy ji zná 8 % žen a 9 % mužů.

Několik respondentů uvedlo i možnost jiné, která u obou pohlaví činila 4 % u mužských respondentů se objevila korejská značka BioDance. U žen 2 % tvořila značka Anua, ostatní 2 % zastupují značky jako Erborian, Ecobe, HaruHaru, Dr. Athlea, Skin79, Clio, značka Tirtir a Belif.



Obrázek 16 Povědomí o korejských značkách

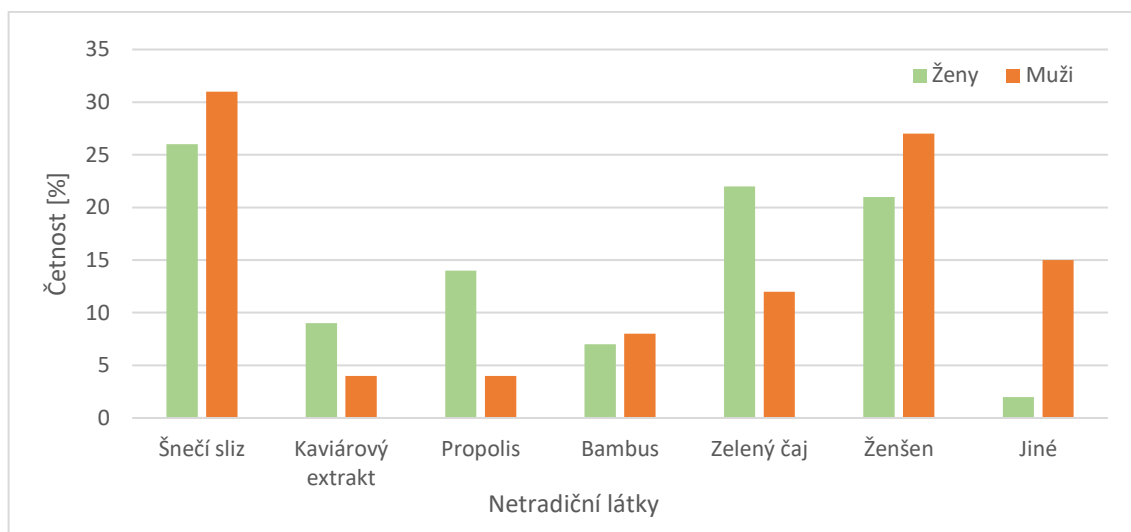
6.3 Trendy korejské kosmetiky

Které aktivní netradiční látky jste zaznamenal/a v korejské kosmetice? (Obrázek 17)

Nejčastěji zaznamenanou účinnou látkou u obou pohlaví byl šnečí sliz, který uvedlo 31 % mužů a 26 % žen. Druhou nejčastěji zmiňovanou látkou byl ženšen, uváděný 27 % mužů a 21 % žen. Následoval zelený čaj, který byl častěji zastoupen u žen (22 %) než u mužů (12 %). Látky jako propolis a kávový extrakt preferovaly více ženy (14 % a 9 %) než muži (shodně 4 %). V případě bambusu byly odpovědi shodné – uvedlo jej 7 % žen a 8 % mužů.

V rámci kategorie „jiné“, kterou zvolilo 15 % mužů a 2 % žen, se nejčastěji objevovala látka *Centella asiatica* (Pupečník asijský), která tvořila 2 % odpovědí v obou skupinách. Tato látka je například hojně zastoupena v produktech značky SKIN1004 [60]. Mezi další uváděné složky patřily granátové jablko, nízkomolekulární kolagen, adenosin, probiotika a filtrát z kvasinek *Galactomyces*.

Filtrát z kvasinek *Galactomyces* představuje jednu z inovativních a zajímavých složek. Jedná se o fermentovaný extrakt, který byl poprvé uveden na trh již v 70. letech 20. století japonskou značkou SK-II, kde sloužil jako hlavní aktivní látka. Tento extrakt je bohatý na vitaminy, aminokyseliny a minerální látky, což mu propůjčuje významné hydratační, regenerační a rozjasňující účinky na pleť. Od té doby vzrostl zájem jak ze strany vědecké komunity, tak kosmetického průmyslu o využití nejen bakteriálních filtrátů, ale i fermentačních procesů rostlinného původu. Cílem těchto výzkumů bylo ověřit, zda fermentace zvyšuje schopnost produkce biologicky aktivních sloučenin, a tím i celkový kosmetický účinek dané suroviny [61].

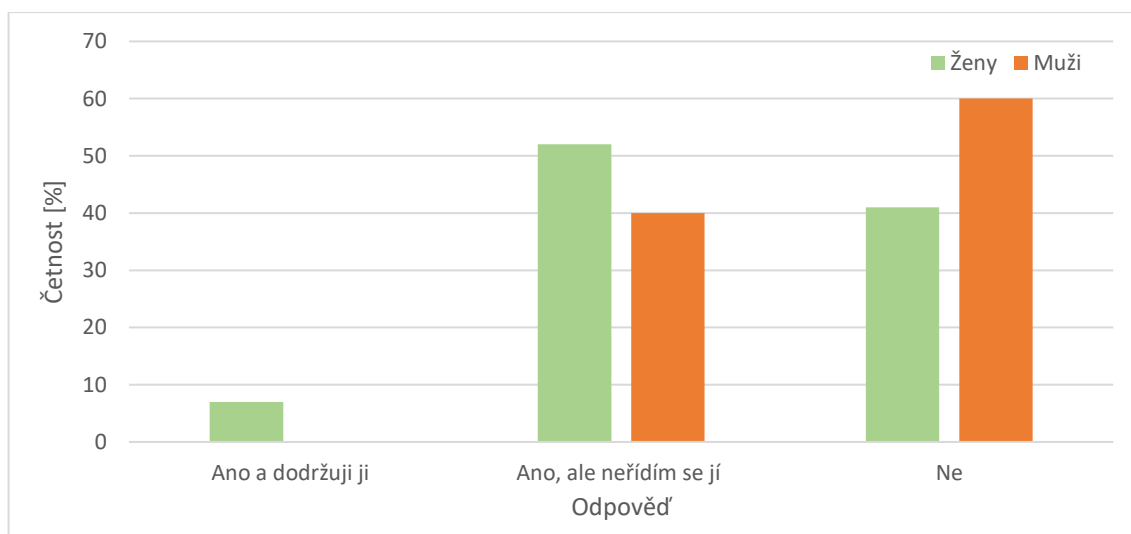


Obrázek 17 Netradiční látky v korejské kosmetice

Máte povědomí o „desetikrokové rutině“ kosmetického ošetření? (Obrázek 18)

Z výsledků vyplývá, že pouze 7 % žen uvedlo, že tuto rutinu znají a skutečně ji dodržují, zatímco žádný muž se k dodržování nepřihlásil. Většina respondentů uvedla, že rutinu znají, ale nedodržují ji striktně – konkrétně 52 % žen a 40 % mužů. V odpovědi „ne“ – tedy ti, kteří tuto rutinu neznají nebo ji nedodržují, takto se vyjádřilo 60 % mužů, a 41 % žen.

Při porovnání odpovědí žen, které dodržují tuto rutinu, na otázku „Všimly jste si zlepšení své pleti po používání korejské kosmetiky?“ bylo zjištěno, že 78 % respondentek zaznamenalo výrazné zlepšení pleti, zatímco 22 % uvedlo mírné zlepšení. Žádné negativní odpovědi nebyly zaznamenány.

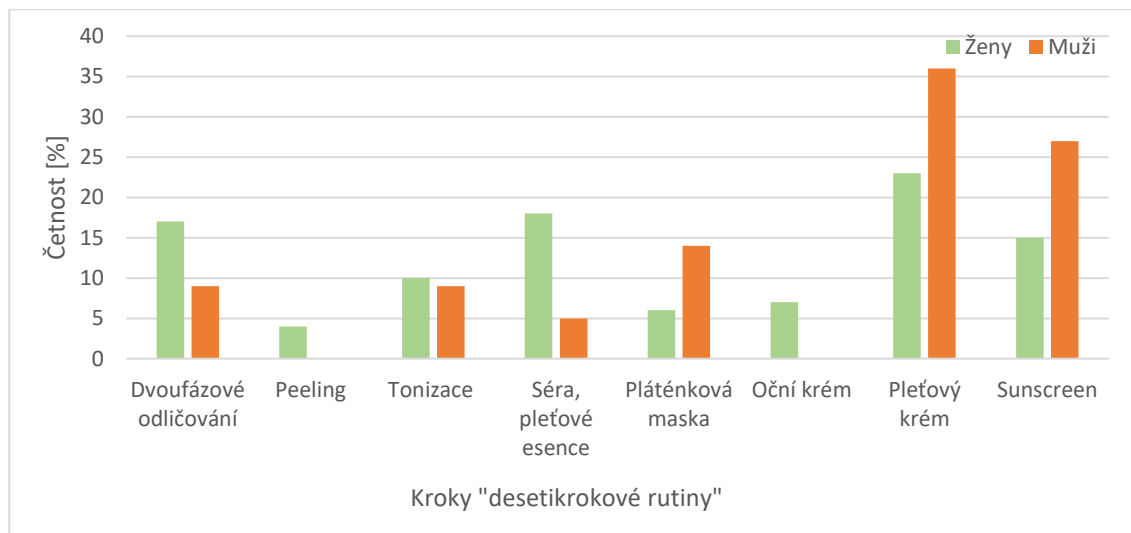


Obrázek 18 Dodržování „desetikrokové rutiny“

Které kroky zahrnuje tvá každodenní rutina? (Obrázek 19)

Ačkoli desetikroková rutina pochází z Koreje, její dodržování nevyžaduje výhradní použití korejských produktů.

Nejčastěji uváděným krokem bylo nanášení pleťového krému, které uvedlo 36 % mužů a 23 % žen. Druhým nejčastěji zmiňovaným krokem byla aplikace opalovacího krému (sunscreen), který překvapivě používá 27 % mužů a 15 % žen. Dvoufázové odličení zařazuje do své rutiny 17 % žen a 9 % mužů. Séra a pleťové esence mají výrazné zastoupení zejména u žen (18 %), zatímco u mužů je tento krok součástí rutiny pouze v 5 % případů. Oční krém uvedlo 7 % žen a peeling 4 %, přičemž žádný z mužů tyto kroky neuváděl. Tonery používá 10 % žen a 9 % mužů. Naopak pláténkové masky jsou častěji součástí rutiny mužských respondentů (14 %) než ženských (6 %).



Obrázek 19 Každodenní kosmetické rutina dle kroků „desetikrokové rutiny“

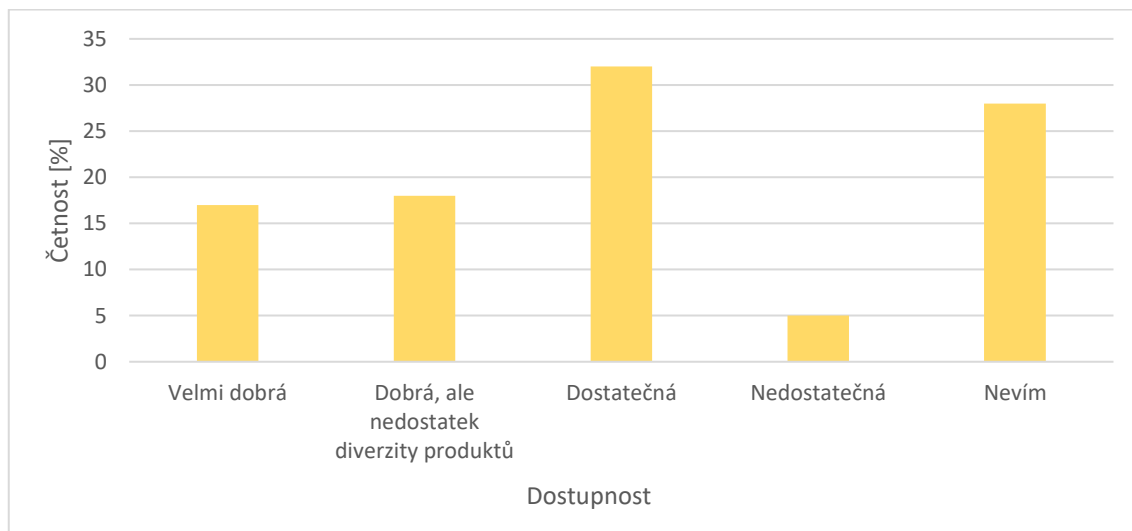
6.4 Spokojenost respondentů

V tomto případě nebylo provedeno rozdělení respondentů podle pohlaví, jelikož hodnocena byla celková spokojenost uživatelů s korejskou kosmetikou.

Jaká je dostupnost korejské kosmetiky v ČR? (Obrázek 20)

Největší podíl respondentů (32 %) považuje dostupnost korejské kosmetiky za „dostatečnou“. Druhá nejčastější odpověď je „nevím“ (28 %), což ukazuje na poměrně vysoký podíl lidí, kteří se nejspíš zase tak o korejskou kosmetiku nezajímají. Odpověď „dobrá, ale nedostatek diverzity produktů“ označilo 18 % respondentů, 17 % uvedlo, že

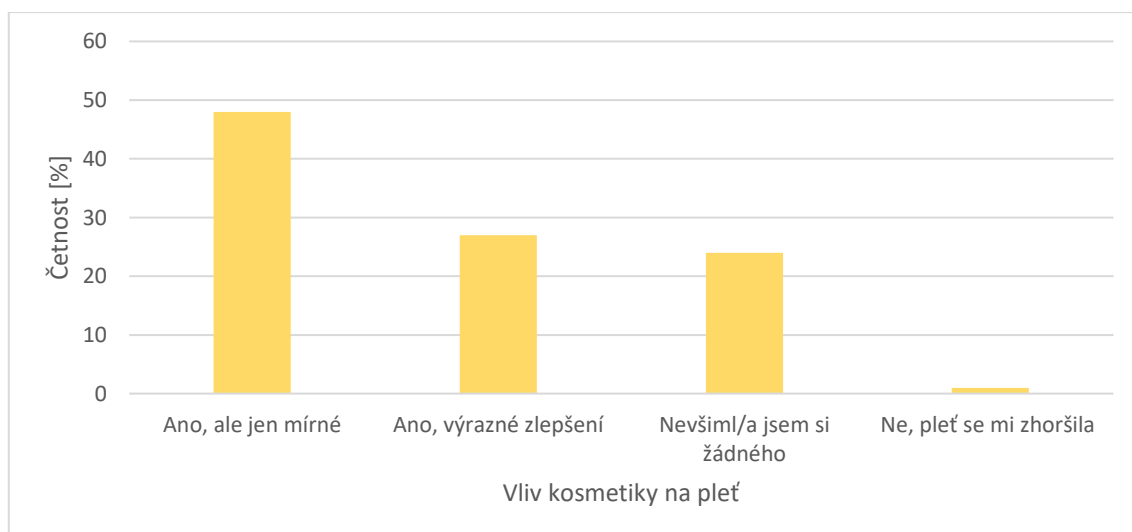
dostupnost je „velmi dobrá“. Nejmenší podíl odpovědí (5 %) zaznamenala možnost „nedostatečná“, což naznačuje, že pouze malá část respondentů pociťuje výrazné problémy s dostupností korejské kosmetiky na českém trhu.



Obrázek 20 Dostupnost korejských produktů na českém trhu

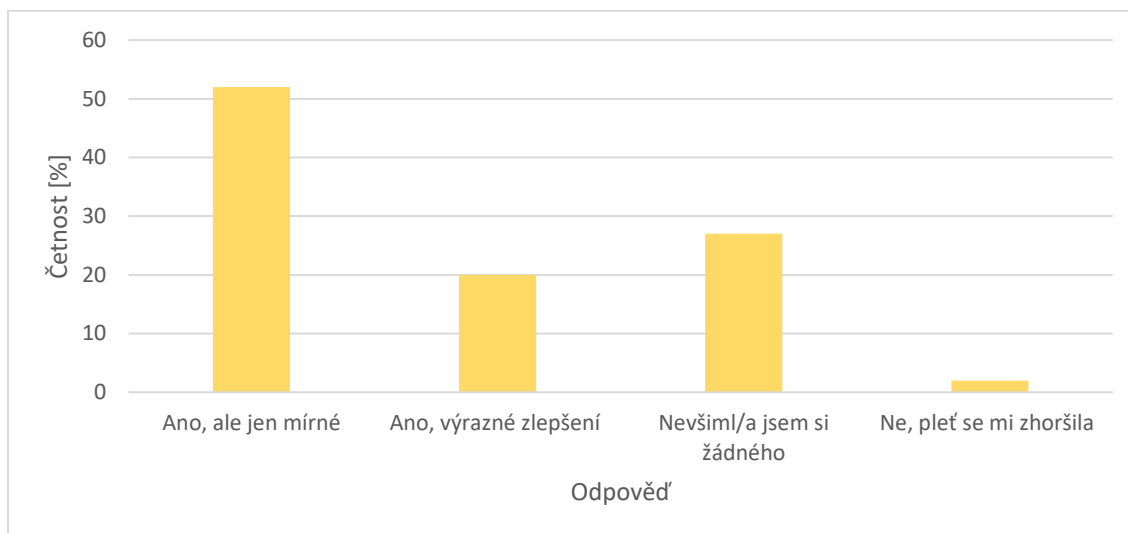
Všimli jste si zlepšení své pleti po užívání korejské kosmetiky? (Obrázek 21)

Z celkového počtu respondentů nejčastější odpovědí bylo „Ano, ale jen mírné“ zlepšení pleti, kterou zvolilo 48 % respondentů. Výrazné zlepšení pleti zaznamenalo 27 % respondentů. Dalších 24 % uvedlo, že si žádné změny nevšimlo, což značí neutrální zkušenost s používáním korejské kosmetiky. Pouze 1 % respondentů uvedlo, že se jim po používání kosmetiky pleť zhoršila.

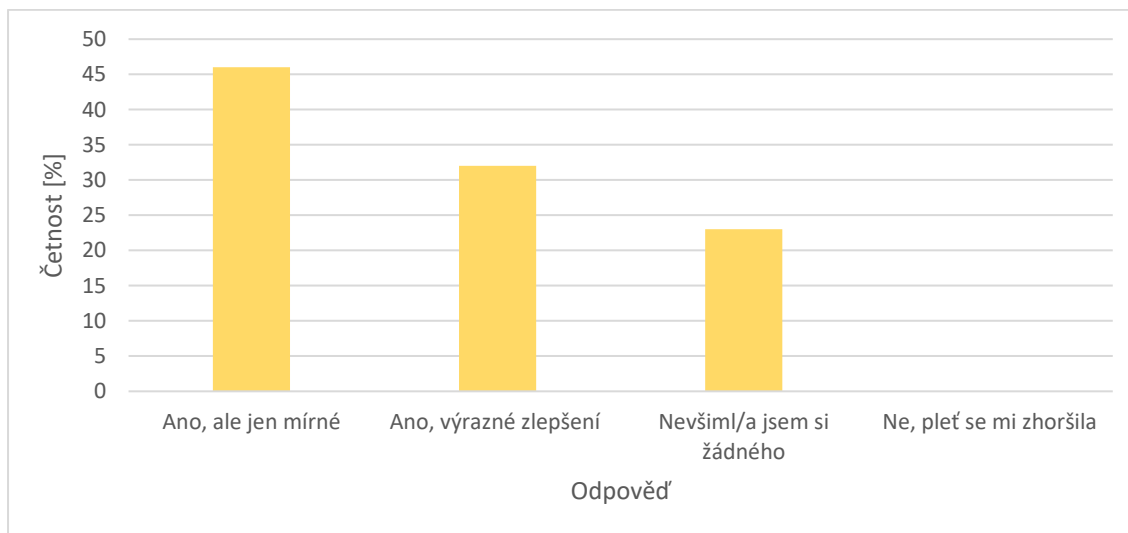


Obrázek 21 Vliv korejské kosmetiky na pleť

Při porovnání, zda respondenti sledují složení s účinností produktů korejské kosmetiky, si lze všimnout že respondenti, co při výběru produktu sledují i jeho složení, mají lepší zkušenost s jeho vlivem na jejich pleť a nezaznamenali žádné zhoršení. Průměrně mají produkty spíše pozitivní a neutrální vliv (Obrázky 22 a 23).



Obrázek 22 Vliv korejské kosmetiky na pleť bez ohledu znalosti složení při výběru produktu



Obrázek 23 Vliv korejské kosmetiky na pleť znalosti složení při výběru produktu

ZÁVĚR

Práce se zabývala průzkumem současného fenoménu korejské kosmetiky. V teoretické části byla popsána historie vývoje korejské kosmetiky, přičemž bylo zjištěno, že v korejské kultuře byla vždy kladena vysoká pozornost na péči o zevnějšek a využívání přírodních složek. Právě tento přístup pravděpodobně přispívá k rostoucí atraktivitě korejské kosmetiky na globálním trhu. Bylo také zjištěno, že mezi největší korejské kosmetické firmy patří Amorepacific a LG Household & Health Care, jak je ovlivňován trh s korejskou kosmetikou a jaké značky se prodávají v České republice. Bylo rovněž popsáno, jak se asijské země liší v péči o pleť oproti západním, přičemž bylo porovnáváno Jižní Korea, Japonsko a západní země (Spojené státy a evropské státy).

Korejská kosmetika je charakteristická používáním netradičních účinných látek. Mezi živočišné složky patří například šnečí mucin, extrakt z jiker lososa, propolis či oslí mléko. Z rostlinných složek jsou časté bambus, zelený čaj, ženšen nebo lékořice. Mnohé z těchto látek mají historické kořeny v tradiční medicíně a obsahují aktivní složky s prokázaným účinkem proti stárnutí pleti, hyperpigmentaci a působí antioxidačně. Dále bylo rozebráno několik populárních korejských trendů, které se díky sociálním sítím rozšířily celosvětově, jako je desetikroková rutina, „glass skin“ a nebyl opomenut ani trend plastických operací, které jsou v Koreji velmi běžné.

V praktické části byl pomocí dotazníkového šetření proveden průzkum u českých uživatelů korejské kosmetiky. Cílem bylo zjistit, jaké povědomí mají čeští respondenti o korejské kosmetice. Získaná data od 135 validních respondentů umožnila potvrdit či vyvrátit stanovené hypotézy. Hypotéza H1, že ženy mají větší povědomí o korejské kosmetice, byla potvrzena – 93 % respondentů tvořily ženy, přičemž většina z nich korejskou kosmetiku aktivně používá nebo ji již vyzkoušela. Příčinou tohoto potvrzení může být skutečnost, že muži se dodnes tolik o kosmetiku nezajímají nebo používají jen základní hygienické přípravky. Hypotéza H2, týkající se nejčastějšího zdroje informací, byla rovněž potvrzena – sociální sítě hrají klíčovou roli, zejména Instagram a TikTok. Hypotéza H3, že nejčastěji používaným produktem jsou pleťové masky, se potvrdila u mužů, avšak u žen byly oblíbenější jiné produkty, jako séra a krémy. Hypotéza H4 o značce Beauty of Joseon byla potvrzena – šlo o nejznámější značku mezi respondenty. Hypotéza H5 byla rovněž potvrzena – nejčastěji uváděnou netradiční látkou byl šnečí sliz. I přesto, že jde o nejznámější netradiční látku, bylo zaznamenáno několik záporných hodnocení při používání produktů s touto složkou, proto by bylo vhodné provést testy účinnosti a jejich vlivu na pleť.

Výsledky zároveň ukázaly, že respondenti, kteří se při výběru kosmetiky orientují podle složení, mají s její účinností lepší zkušenosti. Většina uživatelů zaznamenala buď mírné, nebo výrazné zlepšení pleti a lidé, kteří korejskou kosmetiku používají nebo ji vyzkoušeli, jsou s ní spokojeni, což svědčí o pozitivním vnímání korejské kosmetiky.

I přesto, že je korejská kosmetika stále populární převážně u mladých lidí, podle výsledků lze vidět, že své místo si nachází i mezi staršími, a celkové povědomí o ní je poměrně vysoké. Spokojenost s jejími účinky je spíše pozitivní. Tyto poznatky mohou být cenné pro firmy zaměřující se na prodej korejské kosmetiky na českém trhu, zejména pokud jde o cílení marketingu.

SEZNAM POUŽITÉ LITERATURY

- [1] ASIA SOCIETY. The History of Korean Beauty Part 1: Silla Dynasty. Online. *New York: Asia Society*. 2021. Dostupné z: <https://asiasociety.org/korea/history-korean-beauty-part-1-silla-dynasty> [cit. 2025-04-05]
- [2] KIM, Hyung-eun. Ancient makeup used by royals to make faces shine: Cosmetics discovered in tombs give glimpse into history of beauty. Online. *Korea JoongAng Daily*. 2017. Dostupné z: <https://koreajoongangdaily.joins.com/2017/01/15/koreanHeritage/Ancient-makeup-used-by-royals-to-make-faces-shine-Cosmetics-discovered-in-tombs-give-glimpse-into-history-of-beauty/3028666.html> [cit. 2025-04-05]
- [3] BEIGIC. The Cultural History of Korean Beauty & Cosmetics. Online. *BEIGIC*. 2024. Dostupné z: <https://beigic-global.com/blogs/blog/the-cultural-history-of-korean-beauty-cosmetics> [cit. 2025-04-05]
- [4] ASIA SOCIETY. The History of Korean Beauty Part 2: Goryeo Dynasty. Online. *New York: Asia Society*. 2021. Dostupné z: <https://asiasociety.org/korea/history-korean-beauty-part-2-goryeo-dynasty> [cit. 2025-04-05]
- [5] ASIA SOCIETY. The History of Korean Beauty Part 3: Joseon Dynasty. Online. *New York: Asia Society*. 2020. Dostupné z: <https://asiasociety.org/korea/history-korean-beauty-part-3-joseon-dynasty> [cit. 2025-04-05]
- [6] CHOI Mun-hee. Global Cosmetics Companies Expanding in Korea. Online. *Business Korea*. 2024. Dostupné z: <https://www.businesskorea.co.kr/news/articleView.html?idxno=221388&utm> [cit. 2025-03-08]
- [7] AMOREPACIFIC GROUP. Sulwhasoo. Online. *Amorepacific Group*. 2024. Dostupné z: <https://www.apgroup.com/int/en/brands/sulwhasoo.html> [cit. 2025-03-08]
- [8] LG HOUSEHOLD & HEALTH CARE. Brand List – Beautiful. Online. *LG Household & Health Care*. 2024. Dostupné z: <https://www.lghnh.com/global/brand/list.jsp?type=BEAUTIFUL> [cit. 2025-03-08]
- [9] KIM, Hyeonjeong. Foreign cosmetic brands strengthen presence in South Korea. Online. *Maeil Business Newspaper*. 2024. Dostupné z: <https://www.mk.co.kr/en/economy/11240143> [cit. 2025-03-08]

- [10] ČABANOVÁ, Adéla. Jižní Korea patří mezi největší exportéry kosmetiky, tamní firmy chtějí uspět i v Česku. Online. *E15*. 2018. Dostupné z: <https://www.e15.cz/byznys/obchod-a-sluzby/jizni-korea-patri-mezi-nejvetsi-exportery-kosmetiky-tamni-firmy-chteji-uspet-i-v-cesku-1337648> [cit. 2025-03-08]
- [11] KOREJSKÁ KRÁSA. Korejská kosmetika a péče o pleť. Online. *Korejská krása*. 2024. Dostupné z: <https://www.korejskakrasa.eu/> [cit. 2025-03-08]
- [12] EXTRAFIT, Redakce. Nejoblíbenější korejské kosmetické značky. Online. *Extrafit*. 2024. Dostupné z: <https://extrafit.cz/nejoblibenejsi-korejske-kosmeticke-znacky> [cit. 2025-03-08]
- [13] ROSSMANN. Korejská kosmetika – Skin1004. Online. *Rossmann*. 2024. Dostupné z: <https://www.rossmann.cz/obsah/korejska-kosmetika/Skin1004> [cit. 2025-03-08]
- [14] CHO, Charlotte Little Book of Skin Care: Korean Beauty Secrets for Healthy, Glowing Skin. New York: *HarperCollins Publishers Inc*, 2015 ISBN: 9780062416384
- [15] CHUANG, Shun-Chi; WU, Chia-Huei a LIAO, Li-Lin. *Impact of Culture on the Pursuit of Beauty: Evidence from Five Countries*. Online. ResearchGate. 2018. Dostupné z: https://www.researchgate.net/publication/326047350_Impact_of_Culture_on_the_Pursuit_of_Beauty_Evidence_from_Five_Countries [cit. 2025-05-01]
- [16] SHIKŌ BEAUTY. *The Japanese Beauty Industry: Trends and Statistics in 2024 and Beyond*. Online. Shikō Beauty. 2024. Dostupné z: <https://shikobeauty.com/pages/japanese-beauty-industry-statistics> [cit. 2025-05-01]
- [17] BEAUTY PLAZA. What is Korean skincare? Online. *Beauty Plaza*. 2024. Dostupné z: <https://www.beautyplaza.com/blog/what-is-korean-skincare/> [cit. 2025-03-08]
- [18] JAPAN WITH LOVE. *What Is Mochi Skin And Everything You Need To Know*. Online. Japan With Love. 2024. Dostupné z: <https://japanwithlovestore.com/blogs/blogs/mochi-skin> [cit. 2025-05-01]
- [19] MANFUL, Maame Ekuia; AHMED, Lubna a BARRY-RYAN, Catherine. *Cosmetic Formulations from Natural Sources: Safety Considerations and Legislative Frameworks in the European Union*. Online. *Cosmetics*. 2024, roč. 11, č. 3. ISSN 2079-9284. Dostupné z: <https://doi.org/10.3390/cosmetics11030072> [cit. 2025-03-08]

- [20] JUHÁSZ, Margit LW; LEVIN, Melissa K a MARMUR, Ellen S. The use of natural ingredients in innovative Korean cosmeceuticals. Online. *Journal of Cosmetic Dermatology*. 2018. ISSN 1473-2130. Dostupné z: <https://doi.org/10.1111/jocd.12492> [cit. 2024-11-10]
- [21] CRISTIANO, Luigi a Manuela GUAGNI. Zooceuticals and Cosmetic Ingredients Derived from Animals. Online. *Cosmetics*. 2022, roč. 9, č. 1, s. 1-14. ISSN 2079-9284. Dostupné z: [doi:10.3390/cosmetics9010013](https://doi.org/10.3390/cosmetics9010013) [cit. 2022-08-26]
- [22] ZHU, Kehan, ZHANG, Zhiyi, LI, Guanqiang, SUN, Jiangcen, GU, Tianyi et al. Extraction, structure, pharmacological activities and applications of polysaccharides and proteins isolated from snail mucus. Online. *International Journal of Biological Macromolecules*. 2024, roč. 258. ISSN 0141-8130. Dostupné z: <https://doi.org/10.1016/j.ijbiomac.2023.128878> [cit. 2025-03-09]
- [23] WALUGA-KOZŁOWSKA, Ewa; JASIK, Krzysztof; DZIADECKA-WCISŁO, Dominika; POL, Przemysław; KUZNIK-TROCHA, Kornelia et al. Snail mucus - a natural origin substance with potential use in medicine. Online. *Acta Poloniae Pharmaceutica - Drug Research*. 2021. ISSN 0001-6837. Dostupné z: <https://doi.org/10.32383/appdr/145377> [cit. 2024-11-02]
- [24] KIM, Yongeun; SIM, Woo-Jin; LEE, Jeong-seok a LIM, Tae-Gyu. Snail mucin is a functional food ingredient for skin. Online. *Journal of Functional Foods*. 2022, roč. 92. ISSN 1756-4646. Dostupné z: <https://doi.org/10.1016/j.jff.2022.105053> [cit. 2025-03-08]
- [25] NOTINO. COSRX Advanced Snail 92 All in One – intenzivní regenerační krém se šnečím extraktem. Online. *Notino*. 2024. Dostupné z: <https://www.notino.cz/cosrx/advanced-snail-92-all-in-one-intenzivni-regeneracni-krem-se-snecim-extraktem/p-16121751/> [cit. 2025-03-09]
- [26] BHARDWAJ, ANURADHA; PAL, YASH; LEGHA, RAM AVTAR; SHARMA, PARVATI; NAYAN, VARIJ et al. Donkey milk composition and its therapeutic applications. Online. *The Indian Journal of Animal Sciences*. 2022. ISSN 0367-8318. Dostupné z: <https://doi.org/10.56093/ijans.v90i6.104972> [cit. 2024-11-10]
- [27] BHAIKAV, Prasad. Nutritional and Health Benefits of Donkey Milk. Online. *Journal of Food Science and Nutrition Therapy*. 2020. ISSN 2641-3043. Dostupné z: <https://doi.org/10.17352/jfsnt.000022> [cit. 2024-11-10]

- [28] LØNNE, G. K.; GAMMELSÆTER, R. a HAGLERØD, C. Composition characterization and clinical efficacy study of a salmon egg extract. Online. *International Journal of Cosmetic Science*. 2013. ISSN 0142-5463. Dostupné z: <https://doi.org/10.1111/ics.12071> [cit. 2024-12-02]
- [29] YOSHINO, A. a kol. Extrakty z vajec lososa Chum indukují upregulaci kolagenu typu I a mají antioxidační účinky na kultury lidských dermálních fibroblastů. Online. *Clinical Interventions in Aging*. 2016. Dostupné z: <https://doi.org/10.2147/CIA.S102092> [cit. 2025-03-09]
- [30] NOTINO. Holika Holika Prime Youth Gold Caviar – kaviárová hydratační maska se zlatem. Online. *Notino*. 2024. Dostupné z: <https://www.notino.cz/holika-holika/prime-youth-gold-caviar-kaviarova-hydratacni-mask-a-se-zlatem/p-16051016/> [cit. 2025-03-09]
- [31] KUROPATNICKI, Andrzej K.; SZLISZKA, Ewelina a KRÓL, Wojciech. Historical aspects of propolis research in modern times. Online. *Evidence-Based Complementary and Alternative Medicine*. 2013. Dostupné z: <https://doi.org/10.1155/2013/964149> [cit. 2025-03-09]
- [32] BURDOCK, G. A. Review of the biological properties and toxicity of bee propolis (propolis). Online. *Food and Chemical Toxicology*. 1998. Dostupné z: [https://doi.org/10.1016/s0278-6915\(97\)00145-2](https://doi.org/10.1016/s0278-6915(97)00145-2) [cit. 2025-03-09]
- [33] NOTINO. Beauty of Joseon Glow Serum Propolis & Niacinamide – regenerační a rozjasňující sérum. Online. *Notino*. 2024. Dostupné z: <https://www.notino.cz/beauty-of-joseon/glow-serum-propolis-niacinamide-regeneracni-a-rozjasnujici-serum/p-16116934/> [cit. 2025-03-09]
- [34] HU, Sophia; WOLFE, Sophia; LAUGHTER, Melissa a SADEGHPOUR, Mona. The Use of Botanical Extracts in East Asia for Treatment of Hyperpigmentation: An Evidenced-Based Review. Online. *Journal of Drugs in Dermatology*. 2020. ISSN 1545-9616. Dostupné z: <https://doi.org/10.36849/JDD.2020.4776> [cit. 2024-11-08]
- [35] SINGH, Vinay Kumar. Bamboo in Cosmetics. Online. *PharmaTutor*. 2024. Dostupné z: <https://www.pharmatutor.org/pharmapedia/bamboo-in-cosmetics> [cit. 2025-03-09]
- [36] CHOI, Hwan-Seok; KIM, Gwui-Cheol a SHIN, Hyun-Jae. Comparison of Antimicrobial and Antioxidant Activities by Different Extraction Methods in Korean

Bamboos. Online. *KSBB Journal*. 2012. ISSN 1225-7117. Dostupné z:

<https://doi.org/10.7841/ksbbj.2012.27.2.131> [cit. 2025-03-08].

[37] CHOI, Moon-Hee; YANG, Seung-Hwa; PARK, Won-Keun a SHIN, Hyun-Jae.

Bamboo Lignin Fractions with In Vitro Tyrosinase Inhibition Activity Downregulate

Melanogenesis in B16F10 Cells via PKA/CREB Signaling Pathway. Online. *International*

Journal of Molecular Sciences. 2022. ISSN 1422-0067. Dostupné z:

<https://doi.org/10.3390/ijms23137462> [cit. 2025-03-08].

[38] NOTINO. Erborian Bamboo – pleťové mléko pro stažení pórů a matný vzhled pleti.

Online. *Notino*. 2024. Dostupné z: [https://www.notino.cz/erborian/bamboo-pletove-mleko-](https://www.notino.cz/erborian/bamboo-pletove-mleko-pro-stazeni-poru-a-matny-vzhled-pleti/)

[pro-stazeni-poru-a-matny-vzhled-pleti/](https://www.notino.cz/erborian/bamboo-pletove-mleko-pro-stazeni-poru-a-matny-vzhled-pleti/) [cit. 2025-03-09].

[39] KOCH, Wojciech; ZAGÓRSKA, Justyna; MARZEC, Zbigniew a KUKULA-KOCH,

Wirginia. Applications of Tea (*Camellia sinensis*) and Its Active Constituents in

Cosmetics. Online. *Molecules*. 2019. ISSN 1420-3049. Dostupné z:

<https://doi.org/10.3390/molecules24234277> [cit. 2024-11-11].

[40] KOSCO. A'PIEU Green Tea Milk One Pack 21 g. Online. *Kosco*. 2024. Dostupné z:

<https://www.kosco.cz/p/a-pieu-green-tea-milk-one-pack-21g> [cit. 2025-03-09]

[41] KIM, Ji-Hun; LEE, Rami; HWANG, Sung-Hee; CHOI, Sun-Hye; KIM, Jong-Hoon et

al. Ginseng and ginseng byproducts for skincare and skin health. Online. *Journal of*

Ginseng Research. 2024, roč. 48, č. 6, s. 525-534. ISSN 12268453. Dostupné

z: <https://doi.org/10.1016/j.jgr.2024.09.006>. [cit. 2024-11-11]

[42] MENG, Hong; LIU, Xin-Ke; LI, Jia-Rui; BAO, Tu-ya a YI, Fan. Bibliometric

analysis of the effects of ginseng on skin. Online. *Journal of Cosmetic Dermatology*. 2022,

roč. 21, č. 1, s. 99-107. ISSN 1473-2130. Dostupné z: <https://doi.org/10.1111/jocd.14450>.

[cit. 2024-11-11]

[43] LEE, Na-Eun; PARK, Sang-Deuk; HWANG, Hongik; CHOI, Sun-Hye; LEE, Ra Mi et

al. Effects of a gintonin-enriched fraction on hair growth: an in vitro and in vivo study.

Online. *Journal of Ginseng Research*. 2020, roč. 44, č. 1, s. 168-177. ISSN 12268453.

Dostupné z: <https://doi.org/10.1016/j.jgr.2019.05.013>. [cit. 2025-03-10]

[44] NOTINO. Beauty of Joseon Ginseng Cleansing Oil. Online. *Notino*. 2024. Dostupné z:

<https://www.notino.cz/beauty-of-joseon/ginseng-cleansing-oil/p-16155754/> [cit. 2025-03-

09]

- [45] CERULLI, Antonietta; MASULLO, Milena; MONTORO, Paola a PIACENTE, Sonia. Licorice (*Glycyrrhiza glabra*, *G. uralensis*, and *G. inflata*) and Their Constituents as Active Cosmeceutical Ingredients. Online. *Cosmetics*. 2022, ISSN 2079-9284. Dostupné z: <https://doi.org/10.3390/cosmetics9010007>. [cit. 2024-11-11]
- [46] NOTINO. Missha Airy Fit Green Tea – zklidňující plátýnková maska s hydratačním účinkem. Online. *Notino*. 2025. Dostupné z: <https://www.notino.cz/missha/airy-fit-green-tea-zklidnujici-platynkova-mask-a-s-hydratacnim-ucinkem/p-15869427/> [cit. 2025-03-10]
- [47] MATULOVA, Kateřina. Asijská krása: Za skvělou pletí Korejek je tvrdá práce. Online. *Heroine*. 2024. Dostupné z: <https://www.heroine.cz/styl/2338-asijska-krasa-za-skvelou-pleti-korejek-je-tvrda-prace> [cit. 2025-03-09]
- [48] JANSÁ, Petr. Asijská krása. Online. *Koreankosmetika.cz*. 2024. Dostupné z: <https://www.koreankosmetika.cz/user/documents/upload/Asijska%CC%81%20kra%CC%81sa.pdf> [cit. 2025-03-09]
- [49] KOCOS BEAUTY. Co je to korejská desetikroková rutina péče o pleť a jak ji zvládnout? Online. *Kocos Beauty*. 2024. Dostupné z: <https://www.kocosbeauty.cz/blog/co-je-to-korejska-desetikrokov-a-rutina-pece-o-plet-a-jak-ji-zvladnout/> [cit. 2025-03-09]
- [50] YU, Ji-Yeon; JANG, A-Young a CHANG, Byung-soo. Comparative Analysis of skin Condition after Using Cleansing Oil and Cleansing Water for removing Facial Makeup. Online. *Medico-Legal Update*. 2019, roč. 19, č. 2. ISSN 0971-720X. Dostupné z: <https://doi.org/10.5958/0974-1283.2019.00230.5>. [cit. 2025-02-06]
- [51] WANG, Yixin; CAO, Yuegang; HUANG, Xiaodong; ZHANG, Mu; HU, JiaFeng et al. Short-term skin reactions and changes in stratum corneum following different ways of facial sheet mask usage. Online. *Journal of Tissue Viability*. 2024, roč. 33, č. 4, s. 831-839. ISSN 0965206X. Dostupné z: <https://doi.org/10.1016/j.jtv.2024.06.012>. [cit. 2025-02-06].
- [52] MURDEN, Kiana. Glass skin trend. Online. *Vogue*. 2024. Dostupné z: <https://www.vogue.co.uk/article/glass-skin-trend> [cit. 2025-03-09]
- [53] LIKAMI. 'Glass Skin': věda za trendem. Online. *Likami*. 2023. Dostupné z: <https://likami.com/blog/glass-skin-the-science-behind-the-trend> [cit. 2025-03-09]
- [54] KOCOS BEAUTY. Korejská kosmetika pro muže. Online. *Kocos Beauty*. 2024. Dostupné z: <https://www.kocosbeauty.cz/blog/korejska-kosmetika-pro-muze/> [cit. 2025-04-01].

- [55] FUJITA, Akiko. South Korean Men Cosmetics-Crazed. Online. *ABC News*. 2013. Dostupné z: <https://abcnews.go.com/blogs/lifestyle/2013/05/south-korean-men-cosmetics-crazed/> [cit. 2025-04-01]
- [56] SHARMA, Shivali Kaushik a SHWETHA, D. An in-depth analysis of why the South Korean market targets their men for the cosmetic industry more than their women. Online. *International Journal of Advance Research and Development*. 2018. Dostupné z: <https://www.ijarnd.com/manuscripts/v3i1/V3I1-1173.pdf> [cit. 2025-04-01].
- [57] KWAK, Jasmine. The Influence of Western Culture on Plastic Surgery Consumption in South Korea. Online. *ResearchGate*. 2021. Dostupné z: https://www.researchgate.net/publication/351904415_The_Influence_of_Western_Culture_on_Plastic_Surgery_Consumption_in_South_Korea [cit. 2025-04-01]
- [58] MENDYVASII.CZ. Korejský ideál krásy. Online. *Mendyvasii.cz*. 2025. Dostupné z: <https://www.mendyvasii.cz/korejsky-ideal-krazy/> [cit. 2025-04-01].
- [59] E15.CZ, redakce. Touha po kráse vede Jihokorejky i k rizikovým operacím. Online. *e15.cz*. 2013. Dostupné z: <https://www.e15.cz/magazin/touha-po-krase-vede-jihokorejky-i-k-rizikovym-operacim-992237> [cit. 2025-04-01].
- [60] SKIN1004. About Skin1004. Online. *Skin1004*. [bez data]. Dostupné z: <https://www.skin1004.com/> [cit. 2025-04-05].
- [61] MA, Yu Jin a KIM, Min Ji. Evaluation of Anti-Wrinkle Efficacy of a Cosmetic Containing Fermented Extracts of Plant Origin: A Randomized, Double-Blind, Placebo-Controlled Clinical Trial. Online. *Applied Sciences*. 2024, roč. 14, č. 9, s. 3902. ISSN 2076-3417. Dostupné z: <https://doi.org/10.3390/app14093902> [cit. 2025-04-05].

SEZNAM OBRÁZKŮ

Obrázek 1 Krém Advanced Snail 92 All in one creame, včetně složení	19
Obrázek 2 Hydratační pláténková maska Prime Youth Gold Caviar, včetně složení.....	20
Obrázek 3 Glow Serum: Propolis + Niacinamide, včetně složení	21
Obrázek 4 Pleťové mléko s obsahem bambusového extraktu, včetně složení.....	22
Obrázek 5 Hydratační pláténková maska se zeleným čajem, včetně složení	23
Obrázek 6 Ginseng Cleansing Oil, včetně složení	24
Obrázek 7 Plátýnková maska se zeleným čajem, včetně složení.....	25
Obrázek 8 Věkové skupiny	36
Obrázek 9 Sociální skupina.....	37
Obrázek 10 Místo bydliště	37
Obrázek 11 Měsíční výdaje za kosmetiku	38
Obrázek 12 Informační zdroje o korejské kosmetice.....	39
Obrázek 13 Frekvence používání korejské kosmetiky	39
Obrázek 14 Používání produktů korejské kosmetiky	40
Obrázek 15 Kritéria výběru korejské kosmetiky	41
Obrázek 16 Povědomí o korejských značkách	42
Obrázek 17 Netradiční látky v korejské kosmetice	43
Obrázek 18 Dodržování „desetikrokové rutiny“	43
Obrázek 19 Každodenní kosmetické rutina dle kroků „desetikrokové rutiny“	44
Obrázek 20 Dostupnost korejských produktů na českém trhu.....	45
Obrázek 21 Vliv korejské kosmetiky na pleť	45
Obrázek 22 Vliv korejské kosmetiky na pleť bez ohledu znalosti složení při výběru produktu	46
Obrázek 23 Vliv korejské kosmetiky na pleť znalosti složení při výběru produktu.....	46

SEZNAM PŘÍLOH

Příloha P I: Dotazník

PŘÍLOHA P I: DOTAZNÍK

Dotazník – Princip korejské kosmetiky jako životní styl

Milý účastníku, předem děkuji za vyplnění dotazníku, který je součástí praktické části mé bakalářské práce vypracované v oboru Biomateriály a kosmetika Fakulty technologické na Univerzitě Tomáše Bati ve Zlíně. Vyplnění Vám zabere maximálně 10 minut. Vaše odpovědi budou zcela anonymní a budou zpracovány jako průzkum.

V případě dalších dotazů mě kontaktujte na e-mail: b_pelcova@utb.cz

Děkuji za Váš čas a odpovědi, Barbora Pelclová.

1. Vaše pohlaví:
 - ☐ Žena
 - ☐ Muž
2. Váš věk:
 - ☐ Do 18 let
 - ☐ 18–25 let
 - ☐ 25–35 let
 - ☐ 35–45 let
 - ☐ Více jak 45 let
3. Vaše místo bydliště:
 - ☐ Město nad 100 000 obyvatel
 - ☐ Město pod 100 000 obyvatel
 - ☐ Vesnice
4. Jste:
 - ☐ Pracující
 - ☐ Student
 - ☐ Na mateřské
 - ☐ Nezaměstnaný
 - ☐ Jiné
5. Kolik měsíčně utratíte za kosmetiku:
 - ☐ Do 500 Kč
 - ☐ 500–1000 Kč
 - ☐ 1000–2000 Kč
 - ☐ Nad 2000 Kč
6. Slyšeli jste o korejské kosmetice?
 - ☐ Ano
 - ☐ Ne
7. Odkud jste se primárně o korejské kosmetice dozvěděl/a?
 - ☐ Sociální síť (Instagram, TikTok...)
 - ☐ Kamenné obchody
 - ☐ Online obchody
 - ☐ Doporučení od kamarádů či rodiny
 - ☐ Z článků nebo videí (např. YouTube)
 - ☐ Jiné
8. Používáte produkty korejské kosmetiky?
 - ☐ Ano, používám je pravidelně
 - ☐ Ano, někdy jsem je zkusil/a
 - ☐ Ne, ale chtěl/a bych
 - ☐ Ne, ani to nemám v plánu
9. Jaký produkt jste použil/a? (výběr více možností)
 - ☐ Pláténková maska
 - ☐ Krém na obličej
 - ☐ Čisticí produkt (pěna, olej...)
 - ☐ Sérum
 - ☐ Ochranné přípravky proti slunečnímu záření
 - ☐ Toner
 - ☐ Dekorativní kosmetika
 - ☐ Vlasové přípravky
 - ☐ Jiné

10. Výběr produktu určuje: (výběr více možností)
- ☐ Složení
 - ☐ Cena
 - ☐ Balení
 - ☐ Recenze od jiných lidí
 - ☐ Značka
 - ☐ Dostupnost
 - ☐ Jiné
11. Jakou značku korejské kosmetiky znáte? (výběr více možností)
- ☐ Beauty of Joseon
 - ☐ COSRX
 - ☐ Holika Holika
 - ☐ Dr. Jart
 - ☐ Skin1004
 - ☐ Skinfood
 - ☐ Missha
 - ☐ Round Lab
 - ☐ Innisfree
 - ☐ Tony Moly
 - ☐ Laneige
 - ☐ Jiné
12. Věnujete pozornost složení produktu?
- ☐ Ano
 - ☐ Ne
13. Které aktivní netradiční látky jste zaznamenal/a v korejské kosmetice? (výběr více možností)
- ☐ Šnečí sliz
 - ☐ Kaviárový extrakt
 - ☐ Propolis
 - ☐ Bambus
 - ☐ Zelený čaj
 - ☐ Ženšen
 - ☐ Jiné
14. Máte povědomí o „desetikrokové rutině“ kosmetického ošetření?
- ☐ Ano a dodržuji ji
 - ☐ Ano, ale neřídím se jí
 - ☐ Ne
15. Které kroky zahrnuje vaše každodenní rutina? (výběr více možností)
- ☐ Dvoufázové odličování
 - ☐ Peeling
 - ☐ Tonizace (používání toneru)
 - ☐ Séra, pleťové esence
 - ☐ Pláténková maska
 - ☐ Oční krém
 - ☐ Pleťový krém
 - ☐ Ochrana před slunečním zářením
16. Jaká je dostupnost korejské kosmetiky v ČR?
- ☐ Velmi dobrá
 - ☐ Dostatečná
 - ☐ Dobrá, ale nedostatek diverzity produktů
 - ☐ Nedostatečná
 - ☐ Nevím
17. Všimli jste si zlepšení své pleti po užívání korejské kosmetiky?
- ☐ Ano, výrazné zlepšení
 - ☐ Ano, ale jen mírné
 - ☐ Nevšiml/a jsem si žádného
 - ☐ Ne, pleť se mi zhoršila
18. Jak jste spokojen/a s korejskou kosmetikou?
- ☐ Velmi spokojený/á
 - ☐ Spokojený/á
 - ☐ Nespokojený/á