



K-Beauty-opas korealaisen kosmetiikan myyjille

Reetta Pekkarinen

2025 Laurea



Laurea-ammattikorkeakoulu

K-Beauty-opas korealaisen kosmetiikan myyjille

Reetta Pekkarinen
Kauneudenhoitoala
Opinnäytetyö
Toukokuu, 2025

Reetta Pekkarinen

K-Beauty-opas korealaisen kosmetiikan myyjille

Vuosi

2025

Sivumäärä 41

Tämän opinnäytetyön aiheena oli korealainen kosmetiikka, eli K-Beauty. Kehittämispinnäytetyön tarkoitus oli laajentaa toimeksiantajan kosmetiikkamyymyjien tietämystä korealaisesta kosmetiikasta. Tavoitteena oli toteuttaa myyjille suunnattu käytännöllinen opas, jota voidaan hyödyntää yrityksen eri tarpeissa. Opas soveltuu sekä nykyisten myyjien ammattitaidon vahvistamiseen että tueksi uusien myyjien perehdyttämiseen. Toimeksiantajana toimi GlowStation, joka on Suomessa ja Euroopassa toimiva korealaisen ja japanilaisen kosmetiikan myyntiin keskittyvä yritys.

Opinnäytetyössä toteutettiin esitietona toiminut kyselytutkimus toimeksiantajayrityksen työntekijöille. Kyselyssä kerättiin tietoa siitä, mitkä K-Beauty aihealueet kiinnostavat heitä, millaista tietopohjaa he kaipaavat asiakastyön tueksi sekä millaisia haasteita he kohtaavat myyntitilanteissa. Näiden tulosten pohjalta laadittiin selkeät aihealueet oppaan toteutukseen.

Opinnäytetyön teoriaosuudessa tutustuttiin korealaisen kosmetiikan historiaan, siihen pohjautuviin kauneusihanteisiin sekä K-Beauty leviämiseen ilmiöksi. Lisäksi opinnäytetyössä esiteltiin kyselytutkimuksen perusteella valittuja raaka-aineita, joita olivat rohtosammakonputki, riisi, etanamusiini, sekä retinoidit. Myös korealaisen kosmetiikan trendejä ja tulevaisuuden näkymiä käsiteltiin opinnäytetyössä. Teoriaosuus toimi pohjana toteutetulle K-Beauty-oppaalle. Valmis opas toteutettiin sähköisessä muodossa Canva-alustalla.

Asiasanat: korealainen kosmetiikka, K-Beauty, K-Beauty-opas, raaka-aineet, ihonhoito

Reetta Pekkarinen

K-Beauty guide for Korean cosmetics beauty advisors

Year 2025

Pages

41

This thesis covered the topic of Korean cosmetics, also known as K-Beauty. The objective of the development-oriented thesis was to expand the knowledge of the client's beauty advisors about Korean cosmetics. The aim of the thesis was to create a practical guide tailored for beauty advisors that can be utilized for the client's various needs. The guide is suitable for strengthening the expertise of current beauty advisors as well as for supporting the induction of new employees. The client of this thesis was GlowStation, a company specializing in the sales of Korean and Japanese cosmetics in Finland and Europe.

The thesis involved a survey among the employees of the client company, which served as a preliminary data collection. The aim of the survey was to collect information about which K-Beauty topics interest the beauty advisors, what kind of knowledge they need to support customer service, and what kind of challenges they face in sales situations. Based on the survey results, theme areas were selected for the content of the guide.

The theoretical part of the thesis explored the history of Korean cosmetics, the beauty ideals rooted in that history, as well as the rise of K-Beauty as a global phenomenon. In addition, based on the survey findings, selected ingredients were presented: Centella asiatica, rice, snail mucin and retinoids. The thesis also covered trends and the future of Korean cosmetics. This theoretical framework served as the foundation for the practical K-Beauty guide, which was created in digital format using the Canva online graphic design tool.

Keywords: K-Beauty, Korean cosmetics, skincare, K-Beauty guide, ingredients

Sisällys

1	Johdanto	6
2	Toimeksiantaja GlowStation	6
3	Esitutkimus oppaan sisällöstä	7
3.1	Tarkoitus ja tavoite	7
3.2	Määrällinen tutkimus.....	7
3.3	Laadullinen tutkimus.....	8
3.4	Tutkimuksen luotettavuus	8
3.5	Vastausten analysointi	9
4	K-Beauty: mitä se on?	12
4.1	Korealainen kauneusihanne	13
4.2	Korealainen ihonhoitorutiini	14
4.3	K-Beauty: historiasta nykypäivään	15
4.4	Länsimaisen ja korealaisen kosmetiikan eroja.....	16
5	K-Beauty-trendit ja innovaatiot	17
5.1	Hanbang.....	17
5.2	PDRN.....	18
5.3	Tulevaisuus	18
6	Ainesosat.....	19
6.1	Rohtosammakonputki	19
6.2	Riisi	20
6.3	Etana	21
6.4	Retinoidit	22
7	Oppaan toteutus	24
7.1	Sisältö	25
7.2	Hyödynnettävyys.....	27
8	Pohdinta	28
	Lähteet	30
	Kuviot.....	37
	Kuvat.....	38
	Taulukot.....	39
	Liitteet	40

1 Johdanto

Korealainen kosmetiikka on noussut valtavaan kansainväliseen suosioon 2000-luvun aikana. Tämä ilmiö, K-Beauty, pitää sisällään korealaisia kauneusihanteita, ihonhoidon rutiineja sekä kulttuuria ja historiaa. K-Beauty tunnetaan erityisesti innovatiivisista pakkauksistaan, uniikeista koostumuksistaan sekä laadukkaista raaka-aineistaan. Tämän vuoksi se houkuttelee erityisesti kuluttajia, jotka etsivät tehokkaita, mutta edullisia ratkaisuja ihonhoitoonsa. Korealaiset tuotteet ja kauneusrutiinit ovat vakiinnuttaneet asemansa muiden länsimaiden tavoin myös Suomessa.

Ilmiön nopea kasvu ja kuluttajien perehtyneisyys ovat lisänneet myös kosmetiikkamyymälöiden tarvetta syventyä aiheeseen. Opinnäytetyötä varten toteutetaan kyselytutkimus korealaisen kosmetiikan myyjille, jonka tarkoituksena on saada ymmärrystä siitä, millaista tietoa korealaisen kosmetiikan parissa työskentelevät myyjät kaipaavat tuekseen asiakastilanteessa. Lisäksi halutaan kartoittaa, mitkä teemat kiinnostavat myyjiä henkilökohtaisesti ja millaisia haasteita K-Beautyyn myymiseen liittyy. Tutkimuksen tavoite on rajata oppaaseen sellaiset aihealueet, joista myyjät hyötyvät mahdollisimman paljon.

Opinnäytetyössä esitellään, mitä K-Beauty tarkoittaa ilmiönä sekä käydään läpi korealaisen kauneuskulttuurin historiaa ja siihen pohjautuvia kauneusihanteita. Nämä ihanteet vaikuttavat Koreassa vahvasti yhä edelleen. Opinnäytetyössä esitellään lisäksi korealaista ihonhoitorutiinia sekä yleisimpiä korealaisessa kosmetiikassa käytettäviä raaka-aineita. Opinnäytetyössä käydään läpi myös K-Beautyyn trendejä ja ilmiön tulevaisuutta.

Näiden aihealueiden pohjalta opinnäytetyön tavoitteena on luoda selkeä ja käytännöllinen opas korealaisen kosmetiikan parissa työskenteleville myyjille. Oppaan tarkoituksena on kehittää myyjien osaamista ja tietotaitoa entistä korkeammalle. Opas tarjoaa johdatuksen K-Beautyyn historiaan ja taustoihin, sekä käsittelee keskeisimpiä korealaisen kosmetiikan raaka-aineita ja trendejä. Opas toimii monipuolisena tiedonlähteenä kokeneemmille myyjille, mutta sitä voidaan hyödyntää myös koulutusmateriaalina uusien myyjien perehdytyksessä.

2 Toimeksiantaja GlowStation

GlowStation on Euroopassa toimiva korealaisen ja japanilaisen kosmetiikan jakelija. Yrityksellä on kivijalkamyymälöitä Suomessa, Virossa, Ruotsissa, Saksassa sekä Ranskassa. (Haapaniemi 2025.) Myymälöiden lisäksi toiminnassa on myös verkkokauppa. GlowStationin tavoitteena on tuoda kuluttajille laadukkaita ja tehokkaita tuotteita, jotka ovat helposti

saatavilla. Yritys tarjoaa laajan valikoiman ihonhoitotuotteita, meikkejä sekä hiustenhoito- ja vartalonhoitotuotteita. Myytävät tuotteet valitaan aina huolellisesti ja valikoimasta löytyy sekä tunnettuja että nousevia K-Beauty-brändejä. (GlowStation.com 2025.)

3 Esitutkimus oppaan sisällöstä

3.1 Tarkoitus ja tavoite

Opinnäytetyötä varten toteutettiin kyselytutkimus (liite 1), jossa yhdisteltiin sekä määrällisiä että laadullisia kysymyksiä. Kyselyn tarkoituksena oli kerätä tietoa siitä, mistä aiheista ja raaka-aineista erityisesti korealaisen kosmetiikan myyjät halusivat tietoa oppaaseen. Lisäksi tutkimuksella haluttiin selvittää, mistä aihealueista myyjät ovat itse kiinnostuneita ja millaista tietoa he kokevat tarvitsevansa asiakastilanteiden tueksi. Kyselytutkimuksen tavoitteena oli laatia oppaalle selkeät aihealueet vastausten perusteella.

Kysely laadittiin Google Forms -alustalla ja lähetettiin kaikille GlowStationin Suomen myymälöissä toimiville myyjille sähköisesti täytettäväksi. Kysely mahdollisti vastaajille lisäksi ideoiden esittämisen ja auttoi näin rajaamaan aihealueita myyjille hyödyllisiksi. Kyselyyn vastaaminen oli vapaaehtoista ja tapahtui anonyymisti. Vastausaikaa oli noin kaksi viikkoa. Kyselyyn saatiin kahdeksan vastausta, mikä osoitti, että kaikki oletetut osallistujat myös vastasivat kyselyyn.

Kyselyssä oli 9 kysymystä, joista 4 oli monivalintakysymyksiä ja 5 avoimia kysymyksiä. Kyselyä laadittaessa pyrittiin huomioimaan, että ensimmäiset monivalintakysymykset innostaisivat vastaajia ja houkuttelisivat heitä vastaamaan laajemmin myös avoimiin kysymyksiin. Kyselyn alussa kysyttiin myyjien omia mielenkiinnon kohteita korealaiseen kosmetiikkaan liittyen. Sen jälkeen selvitettiin, millaisia haasteita myyjät kokevat asiakastilanteessa ja millaista tietoa he halusivat tuekseen. Lopussa vastaajat saivat esittää omia näkemyksiään ja ehdotuksiaan avoimesti.

3.2 Määrällinen tutkimus

Määrällinen eli kvantitatiivinen tutkimus käsittelee tutkittavaa ilmiötä numeroiden ja tilastojen avulla. Tutkimuksen tarkoituksena on selittää tai kuvata ihmistä tai luontoa koskevia asioita ja ilmiöitä. Tutkittava tieto, eli laadullinen aineisto, saadaan numeroina tai muutetaan numeeriseen muotoon. Tulokset esitellään numeerisessa muodossa, mutta niitä tulkitaan lisäksi myös sanallisesti. (Vilka 2007, 14, 19.)

Yksi määrällisen tutkimuksen muodoista on kartoittava tutkimus, jonka tavoitteena on etsiä tutkimukseen uusia näkökulmia. Kartoittavalla tutkimuksella voidaan selvittää ilmiöstä

esimerkiksi keskeisiä teemoja ja luokkia. Toisin kuin selittävässä ja vertailevissa tutkimuksissa, kartoittavassa tutkimuksessa ei aseteta hypoteeseja. (Vilkkä 2007, 20, 24.) Yleinen määrällisen tutkimuksen menetelmä on Survey-tutkimus, jossa tietoa kerätään kyselylomakkeen avulla. (Hirsjärvi, Remes & Sajavaara 2006.) Kyselyssä kaikilta tutkimukseen osallistuvilta kysytään samat asiat samassa järjestyksessä. Kysely sopii aineiston keräämiseen erityisesti silloin, kun tutkittavat ovat hajallaan tai heitä on paljon. (Vilkkä 2007, 28.)

Hyvä kyselylomake mittaa sitä, mikä on tutkimussuunnitelmassa määritelty mitattavaksi. Onnistuneessa kyselyssä vastaaja on kiinnostunut aihepiiristä, kysymykset ja vastaustapa on muotoiltu selkeästi ja sisältö on informoitu vakuuttavasti. Kyselyssä voidaan käyttää sekä monivalintakysymyksiä että avoimia kysymyksiä. Monivalintakysymyksissä tavoitellaan kysymysten ja vastausten vertailumahdollisuutta, kun taas avoin kysymys tavoittelee spontaaneja mielipiteitä. (Vilkkä 2007, 63-67.)

3.3 Laadullinen tutkimus

Laadullinen eli kvalitatiivinen tutkimus tarkoittaa yksinkertaisimmillaan jonkin aineiston tai analyysin kuvaamista (Eskola & Suoranta 1998, 9). Laadulliselle tutkimukselle ominaista on, että tutkimusilmiötä tarkastellaan kohdehenkilöiden näkökulma huomioiden. Erityisesti henkilöiden tunteet ja ajatukset ovat painoarvossa ja tutkimuksen aikana pyritään ymmärtämään, millaisen merkityksen henkilöt antavat tutkimuksen kohteelle. (Juuti & Puusa 2020, 7.) Laadullisessa tutkimuksessa tavoitellaan usein aiheen syvällisempää ymmärrystä tilastojen sijaan. Jos tutkimukseen vastaajilla on aiheeseen liittyvää kattavaa kokemusta, voi aineisto tällöin olla määrällistä tutkimusta pienempi. (Tuomi & Sarajärvi 2018, 98.)

Laadullista tutkimusta voidaan toteuttaa monenlaisien menetelmien avulla. Menetelmä kuvaa sitä, millä tavalla aineistoa kerätään tutkimuksen toteuttamista varten, (Juuti & Puusa 2020, 7.) Yksi yleisimmistä laadullisen tutkimuksen menetelmistä on kysely. Kun tutkitaan erityisesti henkilön aikeita ja ajatuksia, sopii kysely menetelmäksi parhaiten. Tyypillisesti kyselyssä kohdehenkilöt vastaavat henkilökohtaisesti heille annettuun kyselylomakkeeseen. Kyselylomakkeeseen vastaaminen voidaan toteuttaa esimerkiksi valvotussa ryhmätilanteessa, tai lomake voidaan lähettää vastaajille sähköisesti. Tällaisen menetelmän etuna on erityisesti aineiston helppo kvantifiointi. (Tuomi & Sarajärvi 2018, 60-63.) Usein kyselytutkimuksen aineiston keruun aikana aineisto tarjoaa tutkijalle myös uusia tai odottamattomia näkökulmia, mikä auttaa tutkimuskysymyksen tarkentamisessa (Juuti & Puusa 2020, 68).

3.4 Tutkimuksen luotettavuus

Tutkimuksen kokonaisvaltaista luotettavuutta voidaan käsitellä sen uskottavuuden ja eettisyyden avulla. Jos yksikin näistä osa-alueista jää toteutumatta, on koko tutkimus epäonnistunut. Uskottavassa tutkimuksessa aineisto on kerätty ja analysoitu huolellisesti,

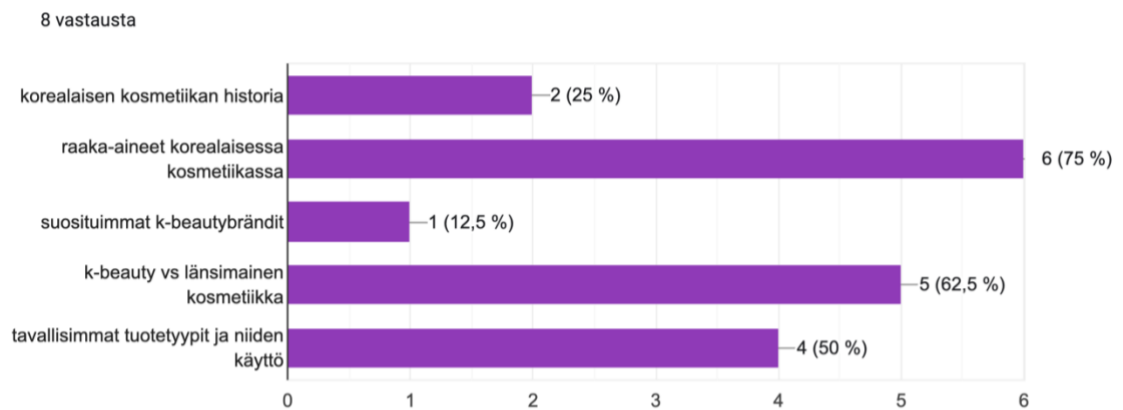
jotta ulkopuolinen lukija voi olla vakuuttunut tutkimuksen asianmukaisuudesta. (Juuti & Puusa 2020, 158.) Lisäksi hyvän tutkimuksen piirteenä on usein eettinen kestävyys. Esimerkiksi vastuulliset ja oikeat toimintatavat tukevat tätä vaatimusta. (Tuomi & Sarajärvi 2018, 108.) Tutkimuksella pyritään saamaan aikaan positiivisia asioita, eikä tutkimus saa aiheuttaa vaaraa tai haittaa kohdehenkilöille (Juuti & Puusa 2020, 158). Määrällisessä tutkimuksessa on tärkeää noudattaa tietosuojalakeja ja tutkimusaineistoa tulee käsitellä asianmukaisella tavalla (Vilkkä 2007, 95).

Toisen henkilön ajatusmaailmaa ja kokemuksia on mahdotonta ymmärtää juuri sellaisina, kuin henkilö itse ne kokee (Juuti & Puusa 2020, 7). Koska tutkimuksen kohteena ovat muut ihmiset ja heidän näkemyksensä, voi aineistoa olla vaikea tulkita ja ymmärtää. Tämän vuoksi tieteellisesti ajateltuna laadullinen tutkimus on saanut myös kritiikkiä. Lisäksi jo aineiston hankintavaiheessa tulee huomioida, että tutkijan esiyymmärrys aiheesta sekä tarkasteltavat käsitteet voivat ohjailta tutkijan havaintoja. (Juuti & Puusa 2020, 90.)

3.5 Vastausten analysointi

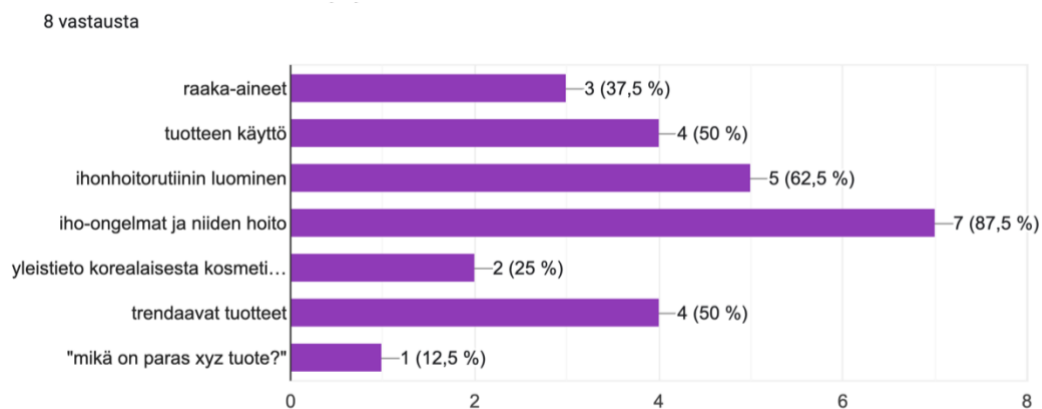
Sisällönanalyysi on perusmenetelmä, jota yleisimmin käytetään laadullisen tutkimuksen aineiston analysoimiseen. Tässä menetelmässä tutkittavasta ilmiöstä pyritään muodostamaan tiivis ja helposti ymmärrettävä kuvaus johtopäätöksiä varten. Aineiston dokumenttien sisältö kuvataan sisällönanalyysissä auki sanallisesti. Sisällön erittely sen sijaan tarkoittaa sitä, kun dokumentin aineisto kvantifioidaan. (Tuomi & Sarajärvi 2018, 86-87.) Kvantifioinnissa lasketaan, kuinka monta kertaa sama vastaus esiintyy aineistossa (Tuomi & Sarajärvi 2018, 97.) Sisällön erittely on hyvä apuväline sekä laadullisen että määrällisen tutkimuksen sisällönanalyysissä. (Tuomi & Sarajärvi 2018, 86-87.) Tässä opinnäytetyössä tehdyn kyselyn tehtävänä oli toimia alustavana pohjana oppaalle. Tämän vuoksi aineiston analyysi toteutettiin kyselytutkimukseen painottuvaa opinnäytetyötä kevyemmin.

Ensimmäisessä kysymyksessä (kuvio 1) pyydettiin vastaajaa valitsemaan, mikä vaihtoehtoista kiinnostaa häntä eniten. Suurin osa, 6 vastaajaa, oli kiinnostunut raaka-aineista korealaisessa kosmetiikassa. Tämä kertoo siitä, että vastaajat haluavat ymmärtää tuotteiden koostumusta ja ainesosien toimintaa enemmän. Viisi vastaajista oli kiinnostunut korealaisen ja länsimaisen kosmetiikan eroista. Näin ollen K-Beauty ei nähdä vain ohi menevänä trendinä, vaan itsenäisenä ilmiönä. Lisäksi puolet vastaajista ovat kiinnostuneet konkreettisesti tuotteiden käytöstä. Tämä voi johtua siitä, että korealainen monivaiheinen ihonhoitorutiini voi tuntua epäselvältä ilman selkeitä ohjeita.



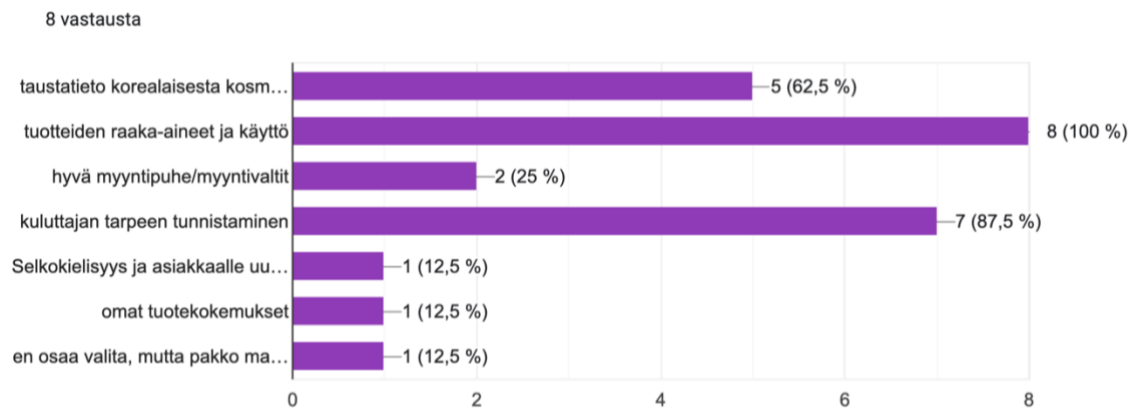
Kuvio 1: Kysymys 1: Mikä näistä kiinnostaa sinua eniten?

Toisella kysymyksellä (kuvio 2) selvitettiin sitä, minkälaisia kysymyksiä vastaajat ovat saaneet asiakkailta. Seitsemän kahdeksasta vastaajasta valitsi iho-ongelmat ja niiden hoidon. Viideltä vastaajista asiakkaat olivat kysyneet myös ihonhoitorutiinin luomisesta. Tämä kertoo siitä, että asiakkailla on tarpeena saada myyjältä ammattitaitoista apua juuri hänen tarpeisiinsa. Puolet vastaajista olivat saaneet kysymyksiä pinnalla olevista tuotteista ja tuotteiden käytöstä. Tämä viittaa siihen, että kuluttajalla on lukuisia vaihtoehtoja, joihin hän kaipaa ratkaisuja myyjältä.



Kuvio 2: Kysymys 2: Mistä aiheista asiakkaat kysyvät sinulta eniten?

Kolmas kysymys (kuvio 3) käsitteli sitä, mitkä ominaisuudet ovat vastaajien mielestä tärkeitä kosmetiikkamyymälälle. Kaikki vastaajat olivat sitä mieltä, että raaka-ainetietous ja tuotetietous on tärkeää. Lisäksi kuluttajan tarpeen tunnistaminen (7 vastaajaa) ja taustatieto korealaisesta kosmetiikasta (5 vastaajaa) nousivat tärkeimmiksi ominaisuuksiksi. Kysymyksessä oli mahdollista lisätä myös omia vastauksia, mutta niitä tuli vain muutama. Näin ollen ne eivät olleet kovin merkittävässä roolissa opasta ajatellen.



Kuvio 3: Kysymys 3: Mikä/mitkä ominaisuudet ovat mielestäsi tärkeimpiä korealaisen kosmetiikan myyjälle?

Neljäs kysymys oli avoin kysymys, jonka avulla selvitettiin, mitkä raaka-aineet ovat vastaajien mielestä tällä hetkellä ajankohtaisia. Kysymyksen tarkoituksena oli rajata opinnäytetyössä ja oppaassa läpi käytäviä ainesosia. Jopa 6 vastaajista kirjoitti vastaukseen retinoidit tai retinolin. Rohtosammakonputki eli centella näyttäytyi vastauksissa 5 kertaa. Etanauute esiintyi vastauksissa kolmesti ja riisiuute kaksi kertaa. Nämä vastauksien yhdenmukaisuudet ovat merkittäviä, sillä kysymykseen ei vastattu valmiiden vaihtoehtojen perusteella.

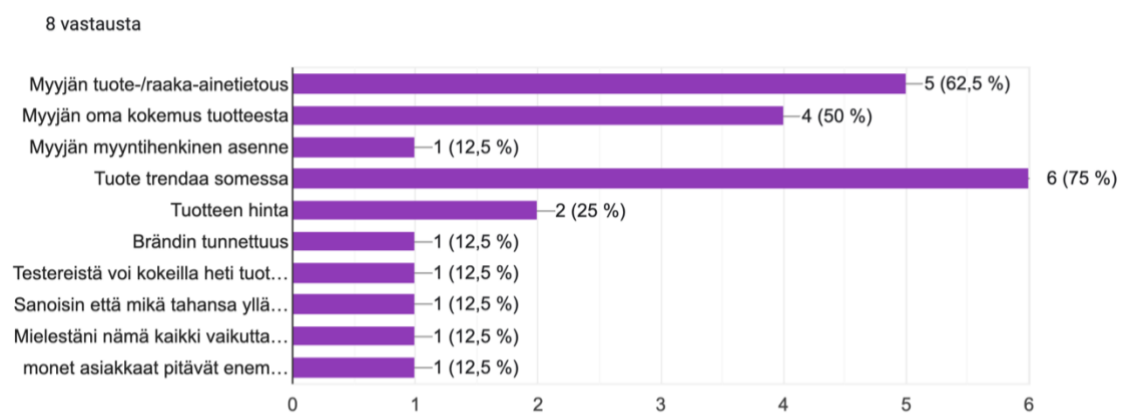
Viidennessä kysymyksessä selvitettiin, mitkä trendit ovat vastaajien mielestä tällä hetkellä tai tulevaisuudessa pinnalla. Kysymyksen tarkoituksena oli selvittää, miten myyjien tietotasoa voisi parantaa jo ennakoivasti tulevien trendien varalta. Avoin kysymys sai vaihtelevia vastauksia, eikä yksittäistä trendiä noussut merkittävästi esille. Kaksi vastaajaa oli luetellut pinnalla olevia kosmetiikkabrändejä.

Kuudes kysymys käsitteli vastaajien kokemia haasteita kosmetiikkamyynnin työssä. Avoin kysymys antoi tilaa pidemmälle vastaukselle. Näin pyrittiin selvittämään laajemmin, liittyvätkö haasteet nimenomaan tiedon puutteeseen. Myös tässä kysymyksessä vastaukset vaihtelivat hieman. Kuitenkin kolme vastaajista mainitsi asiakkaan tarpeen tunnistamisen, sekä oikeanlaisten tuotteiden löytämisen haastavaksi. Tämä kertoo siitä, että kosmetiikan myyminen voi olla usein monimutkaista ja vaatii paljon taustatietoa sekä ihotyypeistä, tuotteista että raaka-aineista.

Seitsemännessä kysymyksessä vastaajat saivat kirjoittaa, miten korealainen kosmetiikka eroaa heidän mielestään länsimaisesta kosmetiikasta. Kysymyksen tarkoituksena oli ensisijaisesti kerätä uusia näkökulmia opasta varten. Kolme vastaajista mainitsi, että korealainen kosmetiikka on kehittyneempää ja innovatiivisempää. Kaksi vastaajaa toi esille hinta-laatusuhteen, mutta ei avannut vastausta sen enempää. Näiden vastausten perusteella oppaaseen

haluttiin liittää myös taustatietoa siitä, miksi korealainen kosmetiikka on edistynyttä länsimaiseen verrattuna.

Kahdeksas kysymys (kuvio 4) oli monivalintakysymys, jossa selvitettiin, mitkä seikat vaikuttavat vastaajien mielestä eniten asiakkaan ostopäätökseen. 6 vastaajista oli huomannut, että tuotteen näkyvyys sosiaalisessa mediassa vaikuttaa päätökseen. Viisi vastaajaa koki, että myyjän tuotetietoudella on merkitys ostopäätöksen teossa. Neljän mielestä myös myyjän oma kokemus tuotteesta voi vaikuttaa ostopäätökseen. Sen sijaan myyjän myyntihenkinen asenne sai vain yhden äänen. Kysymykseen oli mahdollista lisätä omia vastauksia, jotka eivät kuitenkaan olleet yhtenäisiä eikä niitä sen vuoksi huomioitu oppaassa.



Kuvio 4: Kysymys 8: Mikä/mitkä seikat vaikuttavat mielestäsi eniten asiakkaan ostopäätökseen?

Lopussa annettiin vastaajille vapaa sana, minkä avulla pyrittiin saamaan vastaajien omat ehdotukset kuuluviin. Vastauksissa esille nousivat niin ikään raaka-ainetietous ja kokemus tuotteiden käytöstä. Näiden lisäksi korealaisen kulttuurin ja kauneuskäsityksien merkitys tuli ilmi.

Kyselyn perusteella tietoa kaivattiin erityisesti raaka-aineista, tuotteiden käytöstä sekä länsimaisen ja korealaisen kosmetiikan eroista. Vastauksista voidaan päätellä, että kosmetiikkamyjillä on tarve syventää osaamistaan erityisesti tuotteiden kokonaisvaltaisesta toiminnasta ja vaikutuksista, sekä tiedon soveltamisesta asiakkaan tarpeisiin. Myös taustatietoa korealaisesta kosmetiikasta kaivataan näiden tietojen tueksi.

4 K-Beauty: mitä se on?

K-Beauty viittaa terminä eteläkorealaiseen kosmetiikkaan ja tarkemmin eteläkorealaiseen ihonhoitoon (Straits Research 2024). K-kirjain sanan edessä edustaa Koreassa valmistettua tai

suunniteltua tuotetta (Yoo 2020). Korealaiset tavoittelevat ennen kaikkea terveen näköistä ihoa, minkä vuoksi ihonhoitoon panostetaan muuta kosmetiikkaa enemmän (Park & Thompson 2015). Meikit ovat vain apuna luomassa illuusiota virheettömästä ihosta (Fredman 2029).

Korealainen kosmetiikka tunnetaan erityisesti edullisesta hinnastaan sekä korkeasta laadustaan. Innovatiiviset tuotekeksinnöt pitävät K-Beautybrändejä pinnalla vuodesta toiseen ja kilpailu merkkien välillä on kovaa. (Straits Research 2024.) Uniikit, houkuttelevat pakkaukset ovat myös ominaisia korealaiselle kosmetiikalle, sillä niiden avulla brändit pyrkivät erottumaan edukseen kilpailun keskellä (Park & Thompson 2015).

Kauneusala on kasvanut suureksi osaksi Korean taloutta. Se kattaa jopa 3 % Korean bruttokansantuotteesta ja luo yli miljoona työpaikkaa maan laajuisesti. Ala kasvaa vuosittain 8,1 % vauhdilla. (AB Blog 2024.) Vuonna 2025 K-Beauty-markkinoiden arvioidaan ylittävän 12,5 miljardin dollarin rajan. Vuoteen 2029 mennessä markkinoiden odotetaan nousevan 16,15 miljardiin dollariin vuosittaisen kasvun ollessa 6,6 %. (The Business Research Company 2024.)

4.1 Korealainen kauneusihanne

K-Beautyn muodostuminen ilmiöksi juontaa juurensa Korean vahvoista kauneuskäsityksistä ja perinteistä. Ihoa on Koreassa pidetty varjeltavana omaisuutena, josta täytyy pitää erityisen hyvää huolta. (Yoo 2020.) Ihon kuntoa on pidetty merkittävänä tekijänä kauneuden ja vaurauden määrittelemisessä ja täydellinen ulkonäkö saattoi toimia myös suoraan menestyksen mittarina (Kokko 2019; Yoo 2020.) Ulkonäön on ajateltu vaikuttavan myös henkilön sisäiseen olemukseen. Tämän vuoksi sekä miehet että naiset omistautuivat ulkonäölleen ja kulttuuri ihonhoidon ja kosmetiikan ympärille syntyi. (Beigic 2024.)

Perinteisen korealaisen kauneusihanteen mukaan ihon tulee olla kuulas ja täyteläisen kosteutettu. Tällainen iho tunnetaan paremmin nimityksellä glass skin, eli lasi-iho. Ihon tulee siis näyttää tasaiselta lasipinnalta, eikä siinä näy iohuokosia tai sävyvirheitä. (Fredman 2019.) Muita nimityksiä tavoitellulle iholle ovat esimerkiksi chok chok, joka tarkoittaa kosteaa, sekä kkul-gwang, joka viittaa hunajaisen kiiltävään ihoon. Täydellisin iho voidaan ihanteen mukaan kuitenkin saavuttaa ainoastaan pitkän ja omistautuneen rutiinin avulla, johon kuuluu ihonhoidon lisäksi myös terveelliset elämäntavat. Tämä täysin virheetön, ”pilvetön iho” tunnetaan nimellä malgeun pibu. (Kokko 2019.)

Täydellisen ihon lisäksi kauneusihanne pitää sisällään tiukat standardit myös kasvojen piirteille. Esimerkiksi suuret silmät, sirot piirteet sekä V:n muotoiset kasvot kuuluvat näihin vaatimuksiin. Nämä ihanteet ovat Koreassa muovautuneet pitkän aikavälin tuloksena ja ovat sekoitus sekä aasialaisia että länsimaisia vaikutteita. Tähän vaikuttaa suurelta osin myös muutokset korealaisten näkemyksistä identiteettiin ja itseilmaisuun. Vahvat ihanteet luovat

kuitenkin suurta painetta etenkin nuorissa korealaisissa ja jopa 82 % työnhakijoista uskoo ulkonäkönsä vaikuttavan työpaikan saamiseen. (AB Blog 2024.)

Paineiden myötä Etelä-Korea on noussut kärkikahinoihin eniten kauneustoimenpiteitä tekevien maiden listalla. Korealaisista naisista joka viides on käynyt leikkauksessa. Leikkaukset, kuten ihonhoitokin, aloitetaan hyvin nuorena ja niillä pyritään vaikuttamaan ulkonäön lisäksi myös sosiaaliseen statukseen. Tästä huolimatta leikkauksista puhuminen on edelleen koreassa julkinen tabu. (Kokko 2019.)

4.2 Korealainen ihonhoitorutiini

Jopa kansainvälisesti itse tuotteitakin suosituimmaksi on noussut korealainen monivaiheinen ihonhoitorutiini (Wood 2016). Termin ”10-vaiheinen korealainen ihonhoitorutiini” lanseerasi vuonna 2014 korealaisamerikkalainen kauneudenhoidon asiantuntija Charlotte Cho. Hänen tarkoituksenaan oli selkeyttää monivaiheisen rutiinin ymmärtämistä amerikkalaisille kuluttajille ja termi jäi voimaan siitä lähtien. (Yoo 2020.) 10-vaiheisen rutiinin (taulukko 1) tarkoituksena on luoda ihonhoidosta rituaalin kaltainen, nautinnollinen ja iloa tuova kokemus (Kokko 2019; Yoo 2020).

Taulukko 1: 10-vaiheinen ihonhoitorutiini (Yoo 2020, Hubbard 2021).

Vaihe	Tuotekategoria	Tarkoitus
1	Öljypohjainen puhdistus	Liuottaa aurinkovoiteen, meikin ja öljyn iholta
2	Vesipohjainen puhdistus	Puhdistaa jäljelle jääneen lian
3	Kuorinta	Poistaa kuolleita ihosoluja
4	Kasvovesi	Kosteuttaa ja tasapainottaa ihon pH:ta
5	Hoitoneste/essence	Tehokosteuttaa ja suojaa ihoa
6	Seerumi/ampulli	Hoitaa valittua iho-ongelmaa
7	Kangasnaamio	Seerumia sisältävä tehohoito, ei tarpeen päivittäin
8	Silmänympäryvoide	Hoitaa silmänympäryksen herkempää ihoa
9	Kosteusvoide	Lukitsee kosteuden iholle
10 aamu	Aurinkovoide	Suojaa ihoa auringon UV-säteiltä
10 ilta	Yönaamio	Tehokosteuttaa ihoa yön aikana

Rutiinin pääperiaatteet ovat huolellinen puhdistus, maksimaalinen kosteus sekä ihon suojaaminen UV-säteiltä (Fredman 2019). Tavallisesti rutiinissa on 5-12 vaihetta, jotka toistuvat aamuin illoin. Lähes jokaisessa vaiheessa suuressa osassa on ihon kosteuttaminen, joka toteutetaan kerrostamalla iholle erityisesti vesimäisiä tuotteita. Öljyt ovat tässä tarkoituksessa harvinaisempia. Useiden vaiheiden ansiosta rutiini on helppo räätälöidä ihon tarpeiden sekä esimerkiksi sääolosuhteiden mukaiseksi. Jokainen rutiinin tuote voi toimia erillisenä täsmätuotteena tiettyä ongelmaa varten. Näin ollen iho-ongelman vaihtuessa koko rutiinia ei tarvitse muuttaa, vaan siihen voidaan lisätä juuri tätä ongelmaa hoitava tuote. (Park & Thompson 2015.)

4.3 K-Beauty: historiasta nykypäivään

Kosmetiikan alkuperä ulottuu Koreassa jo aikaan ennen ajan laskua, kolmen kuningaskunnan aikakaudelle vuosiin 57 eaa.-668 (Park & Thompson 2015). Tällöin erityisesti Silla-kuningaskunnassa meikkaaminen liitettiin sielun puhtauteen - mitä enemmän meikkiä, sitä puhtaampana henkilö näyttäytyy muiden silmissä. Sen sijaan Goguryeon ja Baekjen kuningaskunnissa meikkaaminen oli nousemassa suosioon sosiaalisesta statuksesta riippumatta. Ihanteena olivat pyöreät kasvot ja ohuet kulmakarvat. Vuonna 668 Sillan kuningaskunta otti vallan Korean niemimaasta ja Kiinan innoittamana meikkaaminen muuttui näyttävämmäksi. Kiinnostus luksustuotteisiin kasvoi suuresti etenkin naisten keskuudessa. (Beigic 2024.)

Erityisesti kasveja ja yrttejä hyödynnettiin erilaisten ihonhoitotuotteiden ja meikkien valmistuksessa. (Beigic 2024.) Mung-pavusta saatavaa jauhetta sekoitettiin veden kanssa saippuaksi, sillä pavun sisältämä saponiini toimi tehokkaana puhdistusaineena. Kasveista, kuten kurpitsan varresta saatavia uutteenä käytettiin voiteiden valmistuksessa ja kasvien siemenuutteet hyödynnettiin tuotteissa liuottimina. Risiini- ja kameliaöljyt olivat suosittuja hiusöljyinä, sillä ne tuoksuvat miedosti ja olivat muita öljyjä vähemmän tahmeita. Aprikoosi- ja persikkaöljyjen uskottiin sen sijaan häivyttävän ihon pigmenttimuutoksia. Meikeissä suosiossa oli erilaiset kulmakarvavärit, sekä huuli- ja poskipunat. Indigosta saatavaa väriainetta käytettiin kulmakarvoihin, kun taas saflori toimi punana huulissa ja poskissa. (Ah-young 2013.)

Vuonna 692 Korean kosmetiikkateollisuus mullistui, kun lyijyjauhe otettiin käyttöön. Sen myötä puuterien ja poskipunien valmistaminen kehittyi merkittävästi. Goryeo-dynastian (v. 918-1392) aikana innostus kosmetiikkaa kohtaan kasvoi, sillä tuolloin myös pronssista valmistetut peilit yleistyivät. Meikkitekniikoita voitiin hioa entistä hienostuneemmiksi. (Beigic 2024.)

Joseon-dynastian aikakautena (v. 1392-1910) Koreassa vallitsi alun perin Kiinassa syntynyt kungfutselaisuus (Beigic 2024; National Geographic 2025). Kungfutselaisen filosofian periaatteena toimivat hyvät käytöstavat ja nuhteeton moraalit (National Geographic 2025). Etenkin naisten tuli noudattaa eleganttia, hillittyä ja vaatimatonta tyyliä. Meikin tuli olla siisti ja huoliteltu ja sitä käytettiin vain vähän. (Beigic 2024.) Lisäksi naisille suunnattu Gyuhap Chongseo, eli naisen käsikirja, julkaistiin vuonna 1809. Se sisälsi useita ohjeita esimerkiksi kosmetiikan ja hajusteiden käytöstä. Joseon-dynastiassa Gisaeng-naiset olivat merkittävässä roolissa meikkitrendien muodostumisessa (Beigic 2024.) Gisaengit olivat alemman yhteiskuntaluokan naisia, joista koulutettiin ammattiesiintyjä ylemmän luokan juhliin ja tilaisuuksiin (Asia Society 2025). Gisaeng-meikin kulmakivet, tarkasti määritellyt kulmakarvat sekä hehkuva iho, vaikuttavat yhä edelleen Korean kauneushanteeseen. (Beigic 2024.)

1800-luvun loppupuolella korealainen kulttuuri otti vaikutteita länsimaisista kulttuureista. Sen mukana ilmaantui uusia meikkityylejä ja -tuotteita ja korealainen kosmetiikkakulttuuri kehittyi yhä enemmän massakulutusta kohti. Ensimmäinen massavalmistukseen päässyt tuote oli Bakgabun-puuteri, joka nousi myyntimenestykseksi vuonna 1915. Sen sisältämä lyijy aiheutti kuitenkin romahduksen myynteihin ja tilalle kehitettiin nopeasti uusia, samankaltaisia tuotteita. 1920-luvulla korealaisen kosmetiikan kehitys pysähtyi japanilaisten brändien ottaessa vallan markkinoista, mutta elpyi Korean vapautuessa Japanin siirtomaavallan alta. Kuitenkin vuonna 1950 käynnistynyt Korean sota latisti toimialaa jälleen. Vasta vuoden 1961 lakimuutos, joka kielsi ulkomaalaisten tuotteiden myymisen, antoi uutta tilaa korealaisen kosmetiikka-alan kehittymiselle. (Ah-young 2013.)

1990-luvun lopulla Korean populaarikulttuuri levisi räjähdysmäisesti etenkin Itä-Aasiaan ja Kiinaan, sekä myöhemmin myös muualle maailmaan. Tätä korealaisen kulttuurin aaltoa kutsutaan Hallyu-ilmiöksi. Musiikin, elokuvien ja ruokakulttuurin tavoin myös korealainen kauneuskulttuuri sai kiinnostusta kansainvälisesti. (Kim 2015.) Yoonin, Songin ja Kangin (2020) mukaan jakelukanavien kehitys on ollut keskeinen osa Korean kosmetiikkamarkkinoiden kasvussa. 2000-luvun alulla yhden brändin myymälät, kuten Missha, nousivat suosioon ja houkuttelivat kuluttajia edullisilla tuotteillaan. Muutamia vuosia myöhemmin monibrändimyymälät, kuten Olive Young, alkoivat saada enemmän tilaa markkinoilla tarjoten laajemman valikoiman tuotteita.

4.4 Länsimaisen ja korealaisen kosmetiikan eroja

Ihon hoitaminen nähdään Koreassa osana terveellistä elämäntyyliä, aivan kuten liikunta ja ruokavaliokin (Metrus 2024). Ihonhoito Koreassa perustuu ensisijaisesti ongelmien ennaltaehkäisyyn ja ihon suojaamiseen. Aurinkovoide on tässä suuressa roolissa. (Hubbard 2021.) Sen sijaan länsimaisessa tyyliässä ihon hoitaminen aloitetaan yleensä vasta silloin, kun

ongelmia on jo ilmennyt (Yoo 2020). Länsimainen kuluttaja etsii usein yhtä, nopean ratkaisun antavaa tuotetta, mutta korealaiset luottavat mieluummin johdonmukaiseen rutiiniin (Metrus 2024).

Länsimainen ihonhoitorutiini on tavallisesti melko lyhyt; vaiheina ovat yksi puhdistusaine, kasvovesi, seerumi ja kosteusvoide. Erityisesti puhdistusaine on tärkeässä asemassa ja sitä käytetään myös hoitamaan iho-ongelmia. Korealaisessa rutiinissa puhdistuksen tarkoitus on sen sijaan vain poistaa kasvoilta öljyä ja likaa. Seerumit ja hoitonesteet ovat Koreassa suuremmassa painoarvossa ja niitä käytetään kerrostaen. (Seoul Cosmetic Surgery 2025.)

Koreassa yleistä on, että miehet hoitavat ihoaan. Lisäksi myös meikkaaminen on tavallista miesten keskuudessa. Opensurveyn tutkimuksen mukaan 20-30-vuotiaista miehistä jopa yksi neljästä käyttää meikkiä. 84 % miespuolisista yliopisto-opiskelijoista kertoi käyttävänsä monia ihonhoitotuotteita, kuten kasvovesiä ja voiteita. (Kim, Ju, Song, Zhang & Kim 2022.) Jungin (2022) mukaan miesten meikkituotteet ovat kehittyneet entistä edistyneemmiksi ja erityisesti miesidolit ja -näyttelijät ovat esillä kosmetiikkamainoksissa. Deublerin, Swaney-Stueven ja Koppelin (2021) tutkimuksen mukaan amerikkalaiset miehet haluavat ihonhoitoonsa sen sijaan helppoja, nopeita ja tehokkaita ratkaisuja. Tuotteilta toivotaan kevyitä, huomaamattomia koostumuksia, jotka imeytyvät ihoon nopeasti. Edulliset ja helposti saatavilla olevan tunnetut brändit vetosivat amerikkalaisiin miehiin eniten. (Deubler ym. 2021.)

Tuotekehitys sekä -tutkimus ovat Koreassa edistyneemmällä tasolla. Koska ihonhoidolla on Koreassa niin suuri kysyntä, voidaan kosmetiikan valmistamiseen ja tutkimukseen panostaa laajasti. Lisäksi korealaiset hyödyntävät tuotteissaan paljon luonnollista alkuperää olevia, hellävaraisia raaka-aineita. Vahvempien raaka-aineiden, kuten esimerkiksi kuorivien happojen, pitoisuudet tuotteissa ovat länsimaihin verrattuna pienempiä. Tuotteiden käyttökokemukseen panostetaan suuresti ja miellyttävä koostumus on ensi sijassa tuotteen tehokkuuden kanssa. Kaikesta huolimatta korealainen kosmetiikka on hintatasoltaan usein edullisempaa länsimaiseen kosmetiikkaan verrattuna. (Yeppo&Soonsoo 2025a.)

5 K-Beauty-trendit ja innovaatiot

5.1 Hanbang

Hanbang-ihonhoito on korealainen ihonhoitosuuntaus, jossa perinteinen korealainen lääketiede yhdistyy modernin tieteen kanssa. Hanbangissa pääasiallisena tavoitteena on ihon kokonaisvaltainen hyvinvointi, ei niinkään tiettyjen iho-ongelmien hoitaminen. Hanbang-kosmetiikan ensisijainen tarkoitus on toimia ikääntymisen merkkejä ehkäisevänä. Tavallisesta kosmetiikasta poiketen Hanbang-tuotteita ei luokitella ihotyyppien perusteella. (The Monodist 2025.) Tyypillisiä Hanbang-ainesosia ovat esimerkiksi gingseng, rohtosammakonputki

(centella) sekä riisi (Yeppo&Soonsoo 2025b). Tunnettuja Hanbang-kosmetiikkabrändejä ovat muun muassa Beauty of Joseon, Sulwhasoo, Pyunkang Yul sekä The History of Whoo (Style Story 2024).

5.2 PDRN

PDRN on saanut Etelä-Koreassa suosiota etenkin toimenpiteissä käytettäessä (Gould 2025). PDRN (polydeoksiribonukleotidi) on lohien DNA:sta saatava ainesosa, joka omaa ihoa uudistavia, parantavia ja kirkastavia ominaisuuksia. Pistostoimenpiteissä PDRN:aa käytetään kollageenin tuotannon lisäämiseen, pigmenttimuutosten häivyttämiseen sekä esimerkiksi ihokudoksen muodostumisen edistämiseen. (Shetty 2025).

De Caridin ym. (2014) tutkimuksessa PDRN-aineesoa sisältävää geeliä verrattiin hyaluronihappoa sisältävään geeliin haavan parantamisessa. 45 päivän aikana PDRN:aa käyttäneistä henkilöistä 60 %:lla haava oli parantunut kokonaan. Saman ajanjakson aikana heidän haava-alueensa keskimääräinen pienentyminen oli 67 %. Hyaluronihappoa käyttäneistä haava parantui kokonaan vain 22 %:lla ja tulehtunut alue pienentyi keskimääräisesti 34 %. Ainesosan toiminta perustuu PDRN:n kykyyn vaikuttaa adenosiniin A2A-reseptoriin ja stimuloida näin solujen uudistumista. (De Caridi ym. 2014.)

5.3 Tulevaisuus

Vuonna 2024 K-Beautyn trendeiksi ovat nousseet erityisesti hydrogeelinaamiot, kasvovesilaput sekä aurinkovoiteet (Allen 2025, Murden 2025). Korealainen kosmetiikka tunnetaan innovatiivisista aurinkovoiteistaan, joissa yhdistyvät sekä tehokkaat ainesosat että miellyttävä koostumus. Kosmetiikka-alan asiantuntijan ja toimittajan Michelle Leen mukaan aurinkovoiteiden suosio jatkaa kasvuaan myös tulevaisuudessa. (Murden 2025.) Allenin (2025) Cosmetics Business -raportin mukaan kasvovesilappujen suosion uskotaan kasvavan vuonna 2025 erityisesti kansainvälisellä tasolla. Myös hydrogeelinaamioiden suosio on kasvussa, sillä ne tarjoavat tavallista naamiota edistyneempiä tuloksia ja ylellisemmän käyttökokemuksen. Sosiaalinen media ja erityisesti TikTok ovat suuressa osassa vaikuttamassa trendien leviämiseen. (Allen 2025.)

Landing Internationalin toimitusjohtaja ja kosmetiikka-alan kokenut asiantuntija Sarah Chung Park (Murden 2025) arvioi, että ”peili-iho” (mirror skin) on kasvattamassa suosiotaan jo ennestään tutun ”lasi-ihon” (glass skin) ylitse. Kummassakin tavoitellaan tasaista ja kirkasta ihoa, mutta peili-ihossa lopputulos on entistäkin näkyvämpi. Erityisesti kasvovedet ja hoitonestet ovat peili-ihon kulmakiviä. Leen (Murden 2025) mukaan myös meikissä haetaan tervettä, luonnollista lopputulosta ja meikkien formulat sisältävät runsaasti ihonhoidollisia ainesosia. Erityisesti mattapintainen, ”blurrattu” meikkityyli on suosiossa Koreassa.

Sungshinin naisten yliopiston kauneusteollisuuden laitoksen professori Ju-duck Kimin (No 2025) mukaan teknologian yhdistäminen kauneudenhoitoon on seuraava tulevaisuuden suuntaus K-Beauty kehittämisessä. Etenkin globaalilla tasolla se tarjoaa uusia mahdollisuuksia sekä kuluttajille että yrityksille, kun halutaan päästä kohti entistä personoidumpia ratkaisuja. Esimerkiksi kotona käytettävät ihonhoitolaitteet, kuten Medicuben Booster Pro, ovat saaneet laajalti näkyvyyttä Koreassa. Tekoälyyn perustuvat ihokonsultit tai sen avulla toimivat peilit ovat myös olleet jo käytössä esimerkiksi Consumer Electronics Show -tavaramessuilla tammikuussa 2025. (No 2025.)

6 Ainesosat

6.1 Rohtosammakonputki

INCI: Centella Asiatica

Rohtosammakonputki, eli centella asiatica, on pieni, alun perin trooppisesta Aasiasta kotoisin oleva ruohovartinen kasvi (CABI 2017). Se toimii ihonhoidossa antioksidanttina, tulehdusta ehkäisevänä sekä antimikrobisena ainesosana (Ratz-Lyko, Arct & Pytkowska 2016).

Parantavien ominaisuuksiensa ansiosta rohtosammakonputkea on käytetty kansanlääketieteessä yleislääkkeenä jo 3000 vuotta sitten. Perinteisen aasialaisen lääketieteen mukaan rohtosammakonputkea suositellaan erityisesti palovammojen, haavojen ja ihottumien hoitoon. (Bylka, Znajdek-Awiżeń, Studzińska-Sroka & Brzezińska 2013.)

Rohtosammakonputken uute sisältää runsaasti bioaktiivisia aineita, kuten flavonoideja, aminohappoja ja sokereita (Studzińska-Sroka, Majchrzak-Celińska, Zalewski & Żmudzki 2013). Tärkeimpiä kasvista saatavia ainesosia ovat kuitenkin terpenoidit (asiaticoside, madecassoside, asiatic acid ja madecassic acid), jotka edistävät erityisesti ihon paranemisprosessia (Bylka ym. 2013). Useiden tutkimuksien mukaan nämä terpenoidit lisäävät merkittävästi tyypin I kollageenin tuotantoa, sekä solujen välissä olevan fibronektiinin määrää ihossa. Tämä puolestaan vähentää tulehdusreaktiota ja edistää haavaa korjaavien epiteelisolujen muodostumista. Lisäksi terpenoidit edistävät hyaluronihapon muodostumista ihossa. (Studzińska-Sroka ym. 2013.)

Rohtosammakonputken sisältämät sokerit, kuten glukoosi ja ramnoosi, pystyvät sitomaan itseensä vettä. Tämän vuoksi rohtosammakonputken uutteella on havaittu myös ihoa kosteuttavia ja transepidermaalista veden haihtumista (TEWL) ehkäiseviä ominaisuuksia. Tutkimukset osoittavat, että neljän viikon aikana 5 % rohtosammakonputkiuutetta sisältävä emulsio ehkäisi kosteuden haihtumista iholta jopa 18 %. Tulos on merkittävä, kun tätä emulsiota verrataan emulsioon, joka ei sisällä uutetta. (Ratz-Lyko ym. 2016.) Lisäksi uutteella on havaittu olevan ihon oksidatiivista stressiä lievittäviä ominaisuuksia. Oksidatiivinen stressi

tarkoittaa antioksidanttien ja vapaiden radikaalien epätasapainoa ihossa ja se yhdistetään usein ihon ennenaikaiseen ikääntymiseen. Näin ollen rohtosammakonputkea voidaan pitää myös ikääntymisen merkkejä ehkäisevänä ainesosana. (Health Editorial Team 2024.)

Rohtosammakonputki sopii käytettäväksi ihonhoitorutiinin jokaiseen vaiheeseen. Sitä voidaan käyttää sekä aamulla että illalla. (Health Editorial Team 2024). Ihotautien apulaisprofessori Mona Goharan mukaan (Health Editorial Team 2024) centellaa voidaan hyödyntää erityisesti ihoärsytyksen ehkäisemisessä, esimerkiksi retinoidien käytön yhteydessä. Yleisimpiä rohtosammakonputkiuutetta sisältäviä tuotteita ovat puhdistusaineet, kasvovedet, seerumit ja voiteet. (Health Editorial Team 2024.)

6.2 Riisi

INCI: Oryza Sativa

Jo vuosisatojen ajan riisi on tunnettu erityisesti ihoa parantavista sekä antioksidanttisista ominaisuuksistaan. Riisi on yksi Aasian tärkeimmistä ravinnon lähteistä, mutta siitä saatavia ainesosia hyödynnetään myös ihon hoidossa. (Marto ym. 2018.) Kosmetiikassa käytettävät riisiöljyt ja -uutteet ovat sivutuotteita, jota saadaan riisin kiillotuksen tuloksena. Prosessissa ruskeasta riisistä poistetaan uloin kerros, jolloin saadaan valkoista riisiä. (Chen L., Chen I., Chen P., & Huang 2018.) Tämä poistettu kerros, riisilese, sisältää runsaasti iholle hyödyllisiä ainesosia, minkä vuoksi riisilesettä hyödynnetään erityisesti ihon kuivumisen ja ikääntymisen merkkien ehkäisyyn (Chen L. ym. 2018; Orthoefer 2025).

Fermentointi on yleinen tapa lisätä riisileseen ihonhoidollisia hyötyjä. Tässä prosessissa raaka-aine pilkotaan pienempiin osiin erilaisten mikro-organismien, kuten esimerkiksi maitohappobakteerien avulla. Näitä fermentoinnin tuloksena saatavia bioaktiivisia osia ovat esimerkiksi peptidit, aminohapot, orgaaniset hapot, polyfenolit, polysakkaridit, vitamiinit ja mineraalit. Peptidit ja aminohapot stimuloivat kollageenin tuotantoa, toimivat ihon rakennuspalikoina sekä edistävät ihon elastisuutta. Orgaaniset hapot, kuten maitohappo, kuorivat ihoa hellävaraisesti sekä edistävät näin ihon uusiutumista ja kirkastumista. Polyfenolit toimivat antioksidanttisina suojaajina, kun taas polysakkaridit humektantteina, eli ihoa kosteuttavina. Vitamiinit ja mineraalit edistävät ihon luonnollista hyvinvointia ja korjaavat sen suojamuuria. Näin ollen riisileseen fermentointi lisää sen suojaavia ja parantavia ominaisuuksia, tekee siitä hellävaraisemman iholle sekä parantaa bioaktiivisten aineiden imeytymistehoa. (Yang, Hu, Wu, Guo & Wang 2025.)

Chenin ym. (2018) mukaan fermentoitu riisilese on turvallinen ja tehokas ainesosa, jolla on erityisesti antioksidanttisia sekä ihoa kirkastavia ja kosteuttavia ominaisuuksia. Tutkimuksen mukaan jo 10 mg/ml riisilesettä sisältävä liuos omaa merkittäviä antioksidanttisen vaikutuksen, sillä se kykeni neutraloimaan 23,9 % vapaita radikaaleja. Kun liuos sisälsi 100

mg/ml riisilesettä, vapaita radikaaleja neutraloitui jopa 64,6 %. C-vitamiiniin verrattuna riisilese poisti 71,4 % vapaita radikaaleista.

30 päivän tutkimuksissa havaittiin, että 15 % fermentoitua riisilesettä sisältävä liuos paransi ihon kosteustasapainoa 20,48 %. Samalla liuksella oli lisäksi 5,35-prosenttisesti ihoa kirkastava ominaisuus. Kun liuksessa oli riisilesettä 20 %, kykeni se parantamaan ihon kosteustasapainoa jopa 44,31 % verran. Sama liuos kirkasti ihoa 9,92 %. (Chen ym. 2018.) Lisäksi riisileseellä havaittiin olevan kyky hidastaa melaniinisynteesiä, jonka liikatuotannosta ihon pigmenttiläiskät aiheutuvat (Chen ym. 2018; De Pietro 2025).

Riisiä sisältäviä tuotteita voidaan käyttää ihonhoidossa päivittäin. Esimerkiksi seerumit ja voiteet ovat helppo tapa lisätä riisiä ihonhoitorutiiniin. Erilaiset riisiä sisältävät naamiot toimivat tehohoitavina ja voivat elvyttää väsynyttä ihoa. Riisiä voi löytää lisäksi myös puhdistusöljyissä ja hiustenhoidossa pehmentävänä ja ravitsevana ainesosana. (Basu 2024.)

6.3 Etana

INCI: Snail Mucin, Snail Secretion Filtrate

Perinteisessä korealaisessa lääketieteessä etanaa on hyödynnetty parantavien ja uudistavien ominaisuuksiensa vuoksi. Sen uskottiin lievittävän palovammoja, haavoja ja erilaisia tulehduksia. 1900-luvulla etana yleistyi myös kosmetiikassa, mutta suurempaan suosioon se nousi 1980-luvulla. Tuolloin korealaiset viljelijät huomasivat käsiensä ihon olevan erityisen pehmeä etanoiden käsittelyn jäljiltä, mistä kiinnostuneet kosmetiikkabrändit alkoivat lisätä etanan musiinia myös ihonhoitotuotteisiin. (Sytheon 2025.)

Etanan erittämä musiini on kirkasta, kullanruskeaa nestettä, jonka pH-arvo on 4,80 (Wargala, Zalewska, Slawska & Kot 2023). Etanat erittävät erilaista musiinia eri tarpeisiin, kuten liikkumiseen, kiinnittymiseen ja suojaamiseen. Myös musiinin laatu vaihtelee eri etanalajien välillä. (McDermott ym. 2021). Kosmetiikassa etanoiden liikkumiseen erittämää musiinia ei juurikaan hyödynnetä, sillä se koostuu 99-prosenttisesti vain vedestä (Rashad, Sampo, Cataldi & Zara 2025). Sen sijaan kosmetiikassa käytettävä musiini on pakumpaa ja vaahtomaista, jota etana erittää suojakseen. Yleisimmin kosmetiikassa käytettyä musiinia, kryptosiinia, saadaan ruskeasta puutarhaetanasta. (Wargala ym. 2023; Laura 2019.)

Hermostuneessa tilassa ollessaan etana myrkyttää erittämänsä musiinin (Wargala ym. 2023). Tämän vuoksi yrityksiltä vaaditaan yhä enemmän avoimuutta siitä, millä tavoin musiinia kerätään etanoista. Lisäksi etanafarmien täytyy kiinnittää erityistä huomiota etanoiden ravintoon ja elinympäristöön, jotta etanapopulaatiot pysyvät terveinä. Musiininkeräysmenetelmiä on useita, joista osa on kuitenkin etanoille täysin harmittomia. (Rashad ym. 2025.) Esimerkiksi Mullerin menetelmässä (kuvio 5) aikuiseksi kasvaneet etanat

asetetaan keräyslaitteeseen, jossa ne saavat otsonisuihkun, joka herättää ja puhdistaa etanat. Tämän jälkeen etanoita suihkutetaan happoliuksella, joka stimuloi musiinin erittymistä ilman stressireaktiota. Lopuksi musiini kerätään puhdistettavaksi ja etanat päästetään vahingoittumina takaisin elinoloihinsa. (Rashad, Sampo, Cataldi & Zara 2023.)



Kuvio 5: Mullerin menetelmä (Rashad ym. 2023)

Etanan musiini sisältää lukuisia iholle hyödyllisiä ainesosia. Näitä ovat esimerkiksi allantoiini, kollageeni, elastiini, hyaluronihappo, glykolihappo, peptidit ja proteiinit sekä vitamiinit. (Wargala ym. 2023.) Sen sisältämä hyaluronihappo toimii tehokkaana humektanttina, joka sitoo itseensä kosteutta. Allantoiini rauhoittaa ihoa ja edistää ihon paranemisprosessia. Kollageeni ja elastiini parantavat ihon elastisuutta ja ehkäisevät ryppyjen muodostumista yhdessä muiden proteiinien kanssa. Glykolihappo kuorii ihoa ja edistää sen uusiutumisosia. (Rashad ym. 2025.) Näin ollen musiinilla on niin kosteuttavia ja rauhoittavia kuin ikääntymisen merkkejä ja tulehdusta ehkäiseviä ominaisuuksia (Wargala ym. 2023).

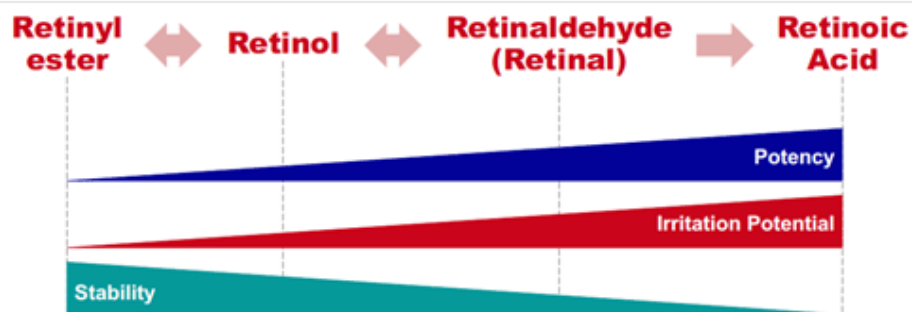
Waluga-Kozlowskan ym. (2022) tutkimuksen mukaan etanan musiini edistää ihon fibroblastien elinvoimaisuutta. Fibroblastit ovat soluja, jotka edistävät sidekudoksen muodostumista ja näin ollen myös ihon paranemisprosessia. Lisäksi ne erittävät kollageenia, joka ylläpitää kudosten rakennetta. (Sidransky 2025.) 24 tunnin aikana 15 µl/ml etanamusiinia sisältänyt liuos nosti solujen elinvoimaisuuden 104 prosenttiin. Kun musiinin pitoisuus oli 70 µl/ml, oli solujen elinvoimaisuus 147 %. Etanan musiinia voidaan siis hyödyntää ihoa uudistavana ja haavaa parantavana ainesosana. (Waluga-Kozlowska ym. 2022.)

6.4 Retinoidit

INCI yleisimmät: Retinol, Retinal, Retinyl Palmitate, Retinyl Acetate

Retinoideilla tarkoitetaan aineita, jotka on johdettu A-vitamiinista tai joilla on A-vitamiinin kaltaisia biologisia ominaisuuksia (Motamedi, Chehade, Sanhera & Grewal 2022). Retinoideja on hyödynnetty kosmetiikassa ensiksi vain aknen hoitoon, mutta myöhemmin niiden käyttötarkoitukset ovat laajentuneet (Riahi, Bush & Cohen 2016). Retinoideja käytetään lisäksi esimerkiksi ikääntymisen merkkien sekä hyperpigmentaation ehkäisemiseen (Motamedi ym. 2022).

Retinoidit voidaan jakaa neljään pääluokkaan, joita ovat retinyyliesterit, retinoli, retinaldehydi sekä retinoiinihappo (Motamedi ym. 2022). Iholla retinoidit muuttuvat aina A-vitamiinin aktiiviseen muotoon, eli retinoiinihapoksi. Kuvio 6 osoittaa retinoidien muuntautumisosprosessin; retinyyliesterit hydrolysoituvat retinoliksi, retinoli hapettuu retinaldehydiksi ja aldehydi hapettuu lopulta retinoiinihapoksi. Mitä useampi muuntautumisvaihe tarvitaan, sitä hitaampi vaikutus retinoidilla on. Näin ollen retinyyliesterit, kuten retinyylipalmitaatti, ovat sekä hellävaraisin että stabiilein A-vitamiinin muoto. Retinoli (retinol) ja retinaldehydi (retinal) ovat potentiaalisempia ihoärsytyksen aiheuttajia, mutta tehokkaampia toimivuudeltaan. (Farris 2022.) Voimakkain muoto on retinoiinihappo eli tretinoiini, jota käytetään vain reseptillä saatavissa lääkevoiteissa (Farris 2022; Motamedi ym. 2022).



Kuvio 6: Retinoidien muuntautumisosprosessi (Farris 2022)

Iholla retinoidit edistävät solujen uudistumista sekä stimuloivat kollageenin ja elastiinin muodostumista (Farris 2022). Kafin ym. (2007) tutkimuksessa 0,4 % retinolia sisältävää voidetta levitettiin paikallisesti yli 80-vuotiaiden tutkimushenkilöiden käsivarsiin kolme kertaa viikossa 24 viikon ajan. Toiselle samanlaiselle tutkimushenkilöiden ryhmälle levitettiin lumevoidetta, joka ei sisältänyt retinolia. Tuloksista huomattiin, että retinolia käyttäneillä ryppejen määrä väheni keskimäärin 1,64 yksikköä. Lumehoitoa saaneilla määrä väheni vain 0,08 yksikköä. Retinoliryhmässä myös ihon karheus ja yleinen kunto paranivat. Karheus väheni 0,53 yksikköä retinolilla, mutta ei muuttunut lumetuotteella. Kokonaisuudessaan ikääntyneen ihon kunto retinoliryhmällä parani 1,25 yksikköä. Lumehoidolla kunto parani vain 0,06 yksikköä. Näin ollen voitiin todeta, että retinolilla on iholle levitettynä merkittäviä ihon

kuntoa parantavia sekä ikääntymisen merkkejä ehkäiseviä ominaisuuksia. Tutkimuksessa huomattiin lisäksi, että 0,4 % retinolin biologista aktiivisuutta voidaan verrata 0,1 % retinoiinihappoon. (Kafi ym. 2007.)

Koreassa retinoidien käyttö ei ole saanut länsimaiden kaltaista suosiota. Medicuben brändimanageri Lyla Changin (Metrus 2024) mukaan korealaiset kuluttajat valitsevat yleensä hellävaraisia ainesosia, jotka eivät tavallisesti ärsytä ihoa. Retinoidit nähdään hieman voimakkaampina ainesosina, joita käytetään vasta viimeisenä vaihtoehtona. Monet korealaiset brändit ovat kuitenkin alkaneet valmistaa retinoid-tuotteita kansainvälisiä markkinoita varten. (Metrus 2024.) Kehittyneemmällä teknologialla on pystytty luomaan hellävaraisia, mutta tehokkaita formuloita ja retinoidit ovat saaneet tilaa myös K-Beautyssa (Gould 2025).

7 Oppaan toteutus

Sisältöstrategiatoimisto Differon johtava sisältöstrategi Mira Oivan (2017) mukaan hyvä opas vastaa kohderyhmän kysymyksiin ja on sisällöltään sekä kiinnostava että vakuuttava. Oppaalla tulee aina olla selkeä tavoite. Kun laaditaan opasta, on tärkeää määritellä, kenelle opas ollaan tekemässä ja missä tilanteessa opasta tullaan lukemaan. Näiden pohjalta opas kohdennetaan jo otsikosta alkaen kohderyhmälle. (Oiva. 2017.) Oppaan kohderyhmänä toimivat GlowStationin kosmetiikkamyymälät. Oppaan tavoite oli kehittää myyjien ammattitaitoa ja tarjota uutta tietoa korealaisesta kosmetiikasta asiakastilanteiden tueksi.

Oppaan sisällön tulee olla monipuolista ja rakenne kiinnostavaa. Tekstin joukkoon voidaan lisätä esimerkkejä, taulukoita ja listoja tätä tukemaan. Oppaan alussa on hyvä olla kuvaus siitä, mitä oppaassa käsitellään ja kenelle opas on tarkoitettu. Näin lukija saadaan kiinnostuneeksi jo ennen varsinaisen oppaan lukemista. Myös selkeä sisällysluettelo heti oppaan alussa auttaa lukijaa hahmottamaan kokonaisuuden paremmin. Sisällöllisesti tärkeämpää on pureutua syvälle rajattuun aiheeseen, kuin kertoa pintapuolisesti kaikesta. Hyvä opas antaa konkreettista tietoa ja ratkaisuja lukijalleen. (Oiva 2017.)

Oppaan toteutuslueksi valikoitui Canva. Canva on Melanie Perkinsin vuonna 2013 lanseeraama digitaalisen sisällön suunnitteluun tarkoitettu alusta. Canva on helppokäyttöinen ja monipuolinen alusta, joka tarjoaa mahdollisuuden monenlaisien sisältöjen toteutukseen. (Perez, 2013.) Koska oppaasta ei ollut tarkoitusta järjestää erillistä koulutustilaisuutta, tarvittiin sen tekemiseen alusta, jolla oppaan lähetys onnistuisi hyvin myös sähköisessä muodossa. Väriksi valittiin toimeksiantajan teemaväri laventeli ja fontista haluttiin selkeä ja helposti luettava. Oppaan visuaalisessa ilmeessä (kuva 1) mukailtiin toimeksiantajan minimalistista tyyliä. Opas toteutettiin pystysuunnassa, jotta sen lukeminen esimerkiksi älypuhelimella olisi helppoa.



Kuva 1: Oppaan kansilehti

7.1 Sisältö

Koska tarkoituksena on, että opas tarjoaa tietoa usealta eri osa-alueelta, on aiheiden rajaus tärkeää. Oppaan aiheet tarkentuivat ennen opinnäytetyötä tehdyn kyselytutkimuksen perusteella. Opas sisältää (kuva 2) johdatuksen K-Beautyyn sen historian, kauneusihanteiden ja tunnuspiirteiden kautta. Tämän lisäksi oppaassa käsitellään yleisimpiä raaka-aineita ja tuotteita, korealaista ihonhoitorutiinia, ihon tarpeita sekä K-Beauty-trendejä.

SISÄLLYS

- ◆ **K-Beauty: mitä se on?**
 - Korealainen kauneusihanne
 - Korealainen ihonhoitorutiini
 - K-Beautyn historia
 - Länsimaisen ja korealaisen kosmetiikan eroja
- ◆ **Ainesosat**
 - Rohtosammakonputki
 - Riisi
 - Etana
 - Retinoidit
- ◆ **Ihon tarpeet**
 - Kuiva iho
 - Rasvoittuva iho
 - Herkkä iho
 - Ikääntyvä iho
- ◆ **Tuotetyypit ja brändit**
- ◆ **Trendit ja innovaatiot**
- ◆ **K-Beautyn tulevaisuus**

Kuva 2: Oppaan sisällyssivu

Korealaisen kosmetiikan historia ja kauneuskäsitykset halutaan tuoda oppaassa selkeästi esille heti alussa. Näin lukija saa ymmärryksen siitä, mitä K-Beauty tarkoittaa kokonaisuutena ilmiönä. Osa-alue on laaja, joten sitä halutaan oppaaseen kuitenkin tiivistää. Mielenkiinnon ylläpitämistä varten yksityiskohdat, kuten historiassa käytetyt kauneusrutiinit ja ainesosat halutaan kuitenkin sisällyttää oppaaseen. Aihealueen tueksi oppaaseen lisätään havainnollistavia kuvia.

Oppaassa käsitellään lisäksi korealaista ihonhoitorutiinia ja tuotteiden käyttöä sekä tuotteiden soveltuvuuksia eri ihotyypeille. Koska oppaan tarkoituksena on tuoda varmuutta asiakastilanteisiin, myös toimeksiantajan valikoimassa olevia brändejä ja tuotteita esitellään esimerkkien muodossa. Myös länsimaisen ja korealaisen kosmetiikan eroja esitellään oppaassa, sillä kyselyn perusteella aiheesta kysytään usein asiakkaiden toimesta.

Raaka-aineiksi valikoituivat lopulta kyselyssä eniten esille nousseet rohtosammakonputki, riisi, etanamusiini sekä retinoidit. Näistä kolme ensimmäistä ovat tavallisia korealaisessa kosmetiikassa. Sen sijaan retinoidit ovat saaneet innoituksen länsimaista ja ovat korealaisessa kosmetiikassa varsin uusi ainesosa. Raaka-aineita (kuva 3) haluttiin käsitellä oppaassa kattavasti. Tämän vuoksi tietoa haluttiin lisätä väljemmin usealle sivulle, jotta tekstin

seuraaminen olisi mielekästä. Tärkeimpien sanojen lihavoitua käytettiin hyödyksi visuaalisen muistikuvan muodostamiseksi. Liian tieteellinen informaatio haluttiin jättää oppaasta pois, jotta teksti on ymmärrettävää.



Kuva 3: Esimerkki oppaan raaka-ainesivuista

K-Beauty-myyjän on hyvä olla ajan tasalla siitä, mikä erottaa korealaisen kosmetiikan muusta kosmetiikasta. Tämän vuoksi oppaaseen liitetään osio, jossa kerrotaan, millaisia trendejä korealainen kosmetiikka on nostanut pinnalle ja mitä trendejä on mahdollisesti tulossa tulevaisuudessa. Tämä osio lisätään vasta oppaan loppupäähän, sillä oppaan muiden aiheiden läpi käyminen auttaa trendien ymmärtämisessä.

7.2 Hyödynnettävyys

Opasta voidaan käyttää yrityksen moniin erilaisiin tarpeisiin. Koska opas toteutetaan PDF-muodossa, sen lähettäminen onnistuu helposti myös vuosia myöhemmin. Opas soveltuu tukimateriaaliksi uuden myyjän perehdytykseen, ammattitaidon syventämiseen tai esimerkiksi

myyjien koulutustilaisuuksiin. Opasta on mahdollista sekä esitellä suuremmalle yleisölle että lukea yksityishenkilön toimesta.

Oppaan historia- ja raaka-aineosuudet ovat paikkaansa pitäviä myös tulevaisuudessa. Sen sijaan trendit ja tämän hetken suosituimmat tuotteet muuttuvat nopealla tahdilla. Tieto näistä voi kuitenkin auttaa tulevaisuuden lukijaa ymmärtämään ilmiötä kokonaisuutena, vaikka samat trendit eivät olisikaan enää pinnalla. Lisäksi on hyvä huomioida, että raaka-aineista tehdään jatkuvasti uusia tutkimuksia, minkä seurauksena myös tieto niistä voi muuttua tulevaisuudessa.

8 Pohdinta

Korealainen kosmetiikka on noussut suureen suosioon kauneusmarkkinoilla.

Kosmetiikkamyymien on perehdyttävä aiheeseen nopeasti, mutta aiheeseen ei aina ole tarjolla selkeää, suomen kielistä tietoa. Kehittämistyön tavoitteena oli luoda käytännöllinen opas, joka vastaa toimeksiantajan korealaisen kosmetiikan myyjien tarpeita. Tarkoituksena oli syventää myyjien ammattitaitoa sekä selkeyttää K-Beauty-ilmion ymmärtämistä.

Esikyselyn avulla kartoitettiin myyjien kiinnostuksen kohteita ja tiedon tarpeita. Kyselyn pohjalta valikoituivat oppaassa käsiteltävät aiheet. Koska kysely toimi alustavana ja lähetettiin ennestään tutuille henkilöille, oli kysymykset esitetty suhteellisen rennosti. Kyselyssä olisi voinut olla enemmän kysymyksiä ja ne olisivat voineet olla vieläkin tarkempia. Moni kysymys oli avoin, jolloin vastaukset vaihtelivat toisistaan paljon. Näin ollen yhtenäisen tiedon kerääminen oli haastavampaa. Kysely auttoi kuitenkin aiheiden rajauksessa paljon ja selkeytti ymmärrystä myyjien toiveista oppaan suhteen.

Opinnäytetyön toteutus oli monivaiheinen ja vaati jatkuvaa aiheen rajausta sekä olennaisen tiedon tunnistamista. Korealaisen kosmetiikan historia on hyvin laaja ja kulttuurilla on suuri vaikutus siihen, mitä K-Beauty tänä päivänä on. Ajoittain oli haastavaa tunnistaa, mitkä seikat kulttuurihistoriassa ovat erityisesti kosmetiikkamyymän näkökulmasta tärkeitä. Lisäksi aiheesta saatavilla oleva tieto oli suurelta osin korean kielistä. Tämä hankaloitti luotettavan tiedon hakemista ja pitkitti opinnäytetyöprosessia.

Kyselyn avulla opinnäytetyössä käsiteltävät raaka-aineet valikoituivat helposti. Jokainen raaka-aine oli kosmetiikassa yleisesti käytetty, minkä vuoksi tietoa löytyi runsaasti. Myös tieteellisiä tutkimuksia löytyi jokaisesta ainesosasta, riisistä hieman niukemmin. Tärkeää oli, että raaka-aineista kerättävä tieto vastaisi nimenomaan kosmetiikkamyymän tarvetta ja olisi helppo liittää oppaaseen. Siksi opinnäytetyössä keskityttiin erityisesti raaka-aineiden ihovaikutuksiin ja esimerkiksi kemiallisen rakenteen kuvaaminen päätettiin rajata pois.

Valmis opas oli onnistunut ja se vastaa myyjien tarpeisiin. Sisältö tarjoaa selkeää ja kattavaa taustatietoa korealaisesta kosmetiikasta, mikä hyödyttää myyjiä kokonaisuuden ymmärtämisessä. Lisäksi raaka-aineista onnistuttiin lisäämään oppaaseen tietoa mielenkiintoisella ja visuaalisesti innostavalla tavalla. Oppaan tarkoitus on toimia sekä uusien että nykyisten myyjien tiedonlähteenä. Tämän vuoksi oppaassa tuli ottaa huomioon lukijan mahdollinen kokemattomuus korealaisesta kosmetiikasta. Tietoa haluttiin kuitenkin tuoda esille syvällisemmin kuin kuluttajille suunnatussa oppaassa, jotta myyjän ammattitaito korostuu asiakastilanteessa.

Jatkokehityksessä opasta voitaisiin laajentaa, tai siihen voitaisiin tehdä lisäosia esimerkiksi muista hyödyllisistä raaka-aineista. Näitä voisivat olla esimerkiksi kyselyssä esiintynyt viherkameleonttiuute (heartleaf) tai niasiiniamidi. Myös nopeasti vaihtuvat trendit olisi hyvä lisätä oppaan jatkoksi tasaisin väliajoin. Oppaasta olisi mahdollista tehdä myös kuluttajille suunnattuja versioita, joissa aiheita tiivistetään yksinkertaisempaan muotoon. Tällaisia tietoisuuksia voisi toteuttaa esimerkiksi toimeksiantajan Instagram-sivuilla.

Toimeksiantajan palautteen mukaan yhteistyö ja oppaan toteuttaminen sujuivat moitteitta. Palautteen mukaan tietoa on kerätty oppaaseen laajasti ja oppaassa näkyi tekijän kiinnostus aihetta kohtaan. Toimeksiantaja hyödyntää opasta esimerkiksi perehdytysmateriaalina uusien myyjien kohdalla, sekä muistin virkistämiseen vanhojen työntekijöiden kanssa. Kohderyhmänä toimineet kosmetiikkamyymälät pitivät opasta selkeänä ja helposti ymmärrettävänä. Myymälät kertoivat oppineensa uutta tietoa esimerkiksi raaka-aineista ja niiden keräysmenetelmistä. Myyjien palautteen perusteella tuote-esimerkkejä pidettiin hyödyllisinä ja visuaalista ilmettä miellyttävänä. Kokonaisuudessaan kehittämistyö ja valmis opas onnistuivat tavoitteissaan.

Lähteet

Julkaisemattomat lähteet:

Haapaniemi, H. 2025. GlowStation. Haastattelu. 29.4.2025.

Painetut lähteet:

Fredman, V. 2019. Täydellinen iho: opas korealaiseen ihonhoitoon. EU: WSOY.

Hirsjärvi, S., Remes, P. & Sajavaara, P. 2006. Tutki ja kirjoita. 12. painos. Jyväskylä: Gummerus Kirjapaino Oy.

Kokko, K. 2019. Kuulaan kaunis: korealainen ihonhoito. Helsinki: Gummerrus Kustannus Oy.

Park, C., Thompson, K. 2015. Korean Beauty Secrets: A Practical Guide to Cutting-Edge Skincare & Makeup. Skyhorse Publishing. New York.

Sähköiset lähteet:

AB Blog. 2024. Korean Beauty Standards: A Fresh Perspective.

<https://abplasticsurgerykorea.com/ab-blog/korean-beauty-standards-a-fresh-perspective>

Ah-young, C. 2013. Tracing history of cosmetics. The Korea Times.

<https://www.koreatimes.co.kr/lifestyle/travel-food/20130131/tracing-history-of-cosmetics>

Allen, J. 2025. Cosmetics Business reveals the top 5 K-beauty trends of 2020 in new report. Cosmetics Business. Viitattu 6.5.2025. <https://cosmeticsbusiness.com/cosmetics-business-reveals-the-top-5-k-beauty>

Asia Society. The History of Korean Beauty Part 4: Gisaeng, Forgotten Artist. Viitattu 17.4.2025 <https://asiasociety.org/korea/history-korean-beauty-part-4-gisaeng-forgotten-artists>

Basu, S. 2024. Rice Bran Extract For Beauty: Benefits, Uses, And Precautions Of This Staple Skincare Ingredient. Netmeds.com. Viitattu 4.5.2025. <https://www.netmeds.com/health-library/post/rice-bran-extract-for-beauty-benefits-uses-and-precautions-of-this-staple->

[skincare-ingredient?srsId=AfmBOoph0x4hH_p9eelh_V1wsP2c2GurA1l7d8zlAvB4mwwObFQsYuel](#)

Beigic 2024. The Cultural History of Korean Beauty and Cosmetics. <https://beigic-global.com/blogs/blog/the-cultural-history-of-korean-beauty-cosmetics>

Bylka, W., Znajdek-Awizeń, P., Studzińska-Sroka, E. ja Brzezińska, M. 2013. Centella asiatica in cosmetology. Postępy Dermatologii i Alergologii. 2013/1 s. 46-49. <https://pubmed.ncbi.nlm.nih.gov/24278045/>

CABI 2017. Centella asiatica (Asiatic pennywort). Invasive Species Compendium. Internet Archiven. Viitattu 21.4.2025. <https://web.archive.org/web/20170723222636/https://www.cabi.org/isc/datasheet/12048>

Chen, L. H., Chen, I.C., Chen, P.Y., Huang, P.H. 2018. Efficacy of Rice Bran Fermentation In Cosmetics and Skin Care Products. Bioscience Journal vol. 34, no. 4, s. 1102-1113. Viitattu 3.5.2025 <https://seer.ufu.br/index.php/biosciencejournal/article/view/39976>

De Caridi, G., Massara, M., Acri, I., Zavettieri, S., Grande, R., Butrico, L., de Franciscis, S., Serra, R. 2014. Trophic effects of polynucleotides and hyaluronic acid in the healing of venous ulcers of the lower limbs: a clinical study. International Wound Journal <https://onlinelibrary.wiley.com/doi/epdf/10.1111/iwj.12368>

De Pietro, M. 2025. Causes of dark spots on the skin and how to treat them. Medical News Today. Viitattu 4.5.2025. <https://www.medicalnewstoday.com/articles/324833>

Deubler, G., Swaney-Stueve, M., Koppel, K. 2021. Using in-depth interviews to explore perceptions and opinions in men's skin care. Journal of Sensory Studies, 37(1). Viitattu 6.5.2025. <https://doi.org/10.1111/joss.12716>

Eskola, J., Suoranta, J. 1998. Johdatus laadulliseen tutkimukseen. E-kirja. Tampere: Vastapaino.

Farris, P. 2022. Supplement Article: Retinol: The Ideal Retinoid for Cosmetic Solutions. Journal of Drugs in Dermatology 21(7), 4-10. Viitattu 10.5.2025. <https://pubmed.ncbi.nlm.nih.gov/35816071/>

GlowStation.com 2024. Viitattu 29.4.2025 https://glowstation.com/?gad_source=1&gad_campaignid=21181179093&gbraid=0AAAAACQ4FbuCI4kuAdFfUIBgmRQNdzD5h&gclid=Cj0KCQjw8cHABhC-ARIsAJnY12yO-L54NA0JQOADnDKEqiCzMdDzXdDby4Swyn2ghYMHwd1hADWjAKgaAt4PEALw_wcB

Gould, W.R. 2025. 10 K-Beauty Trends Taking Skincare to the Next Level in 2025.

Realsimple.com. Viitattu 5.5.2025. <https://www.realsimple.com/k-beauty-trends-8784307>

Health Editorial Team 2024. Health Benefits of Centella Asiatica (Gota Kola) Health.com.

Viitattu 21.4.2025. <https://www.health.com/beauty/skincare/ingredient-spotlight-centella-asiatica>

Hubbard, A. 2021. Korean Skin Care Routine: All the Steps From A To Z. Healthline. Viitattu

29.4.2025. <https://www.healthline.com/health/beauty-skin-care/korean-skincare-routine>

Jung, G. 2023. Men Who Wear Make-up: Young Korean Men's Masculinity Management in the Neoliberal Korea. *Critical Sociology*, 49(7-8), 1269-1288. Viitattu 6.5.2025.

<https://doi.org/10.1177/08969205231160295>

Juuti, P., Puusa, A. 2020. E-kirja. Gaudeamus.

Kafi, R., Kwak, H., Schumacher, W. ym. 2007. Improvement of Naturally Aged Skin With Vitamin A (Retinol). *Arch Dermatol.*, 143(5), 606-612. Viitattu 10.5.2025.

<https://jamanetwork.com/journals/jamadermatology/fullarticle/412795>

Kim, B. 2015. Past, present and Future of Hallyu (korean Wave). *American International Journal of Contemporary research*, 5(5). Viitattu 5.5.2025.

https://d1wqtxts1xzle7.cloudfront.net/118235049/Past_Present_and_Future_of_Hallyu_Korean-libre.pdf?1726475644=&response-content-disposition=inline%3B+filename%3DPast_Present_and_Future_of_Hallyu_Korean.pdf&Expires=1746464575&Signature=HetqNwFBoE-utFX1I~5TmVP0qMmTvdjimNqy0bc1MN25PkiiX4V~0rHgrw6XcDfhhXiqNNlg9alRylFvxCYfQj2WSpGc0xNSvS71oiN30QD355Y6Qxxpx7wclMijH3isLJNIDYXMQBfGnJZNhG0b4natAfH9Aelqu8UvGqrd8c9VbkCYJ3hdBMN4lyvPmF2uZk4MCUuszMX1lWc4kycwFi0yOtpiks1-8B-Eknql7oafyYK6-4nWgHwo71jvW-LwGAPRPjW~KMER8X7detrAG~Q4WNRWNTXamOBPh2H6dCPTV3-4qzjprP9Nral5a34XtMY0L6fg6y5fNTfNCRtzzAg_&Key-Pair-Id=APKAJLOHF5GGSLRBV4ZA

Kim, K., Ju, H., Song, Y., Zhang, J., Kim, G. 2022. A Study on the Use of Cosmetics by Male Consumers in South Korea, China, and Japan and the Direction for Development. *Journal of Convergence for Information Technology*, 12(4), 303-315. Viitattu 6.5.2025.

<https://koreascience.kr/article/JAKO202212662099417.pdf>

Laura, H. 2019. The Benefits of Snail Mucin In Skin Care. *Sciencebecomesher.com*. Viitattu

4.5.2025. <https://www.sciencebecomesher.com/benefits-of-snail-mucin/>

- Marto, J., Neves, A., Goncalves, L. M., Pinto, P., Almeida, C., Simoes, S. 2018. Rice Water: A Traditional Ingredient with Anti-Aging Efficacy. MDPI Cosmetics, 5(2), 26. Viitattu 3.5.2025
<https://doi.org/10.3390/cosmetics5020026>
- McDermott, M., Cerullo, A.R., Parziale, J., Achrak, E., Sultana, S., Ferd, J., Samad, S., Deng, W., Braunschweig, A.B., Holford, M. 2021. Advancing Discovery of Snail Mucins Function and Application. Frontiers in Bioengineering and Biotechnology, 9, 734023. Viitattu 4.5.2025.
<https://www.frontiersin.org/journals/bioengineering-and-biotechnology/articles/10.3389/fbioe.2021.734023/full>
- Mintel 2025. Korean Beauty Trend Continue to Capture Consumers in APAC. <https://www.mintel.com/insights/beauty-and-personal-care/korean-beauty-trends-continue-to-capture-consumers-in-apac/>
- Motamedi, M., Chehade, A., Sanghera, R., Grewal, P. 2022. A Clinician's Guide to Topical Retinoids. Journal of Cutaneous Medicine and Surgery, 26(1), 71-78. Viitattu 9.5.2025.
<https://journals.sagepub.com/doi/pdf/10.1177/12034754211035091>
- Murden, K. 2025. 7 K-Beauty Trends That Will Be Huge in 2025. Vogue. Viitattu 5.5.2025. <https://www.vogue.com/article/k-beauty-trends-2025>
- National Geographic 2025. Confucianism. Viitattu 17.4.2025
<https://education.nationalgeographic.org/resource/confucianism/>
- No, K. 2025. A look at K-beauty's tech-infused future. The Korea Herald. Viitattu 8.5.2025.
<https://www.koreaherald.com/article/10402821>
- Oiva, M. 2017. Eri sisältölajit, osa 2: koukuttava opas. Differo. Viitattu 7.5.2025.
<https://www.differo.fi/blogi/eri-sisaltolajit-osa-2-koukuttava-opas>
- Orthofer, F.T., Eastman, J. 2005. Rice bran oil. Bailey's industrial oil and fat products, 2(7), 265-389. Viitattu 3.5.2025.
https://web.archive.org/web/20170313044434id_/http://s3.amazonaws.com/zanran_storage/uqu.edu.sa/ContentPages/114077305.pdf
- Perez, S. 2013. Backed By \$3 Million In Funding, Canva Launches A Graphic Design Platform Anyone Can use. Techcrunch.com. Viitattu 7.5.2025.
<https://techcrunch.com/2013/08/26/backed-by-3-million-in-funding-canva-launches-a-graphic-design-platform-anyone-can-use/>
- Rashad, M., Sampo, S., Cataldi, A., Zara, S. 2023. Biological activities of gastropods secretions: snail and slug slime. Natural Products and Bioprospecting, 13(1), 42. Viitattu

3.5.2025.

https://www.researchgate.net/publication/375409850_Biological_activities_of_gastropods_secretions_snail_and_slug_slime

Rashad, M., Sampo, S., Cataldi, A., Zara, S. 2025. From Nature to Nurture: The Science and Applications of Snail Slime in Health and Beauty. *Journal of Cosmetic Dermatology*, 24(2).

Viitattu 4.5.2025. <https://onlinelibrary.wiley.com/doi/full/10.1111/jocd.70002>

Ratz-Lyko, A., Arct, J. ja Pytkowska, K. 2016. Moisturizing and Antiinflammatory Properties of Cosmetic Formulations Containing Centella asiatica Extract. *Indian Journal of Pharmaceutical Sciences*. Vol. 78(1) s. 27-33. Viitattu 4.5.2025.

<https://www.ijpsonline.com/articles/moisturizing-and-antiinflammatory-properties-of-cosmetic-formulations-containing-centella-asiatica-extract.pdf>

Riahi, R., Bush, A., Cohen, P. 2016. Topical Retinoids: Therapeutic Mechanisms in the treatment of Photodamaged Skin. *American Journal of Clinical Dermatology*, 17, 265-276.

Viitattu 9.5.2025.

https://storage.prod.researchhub.com/uploads/papers/2021/05/26/Topical-Retinoids-Therapeutic-Mechanisms-in-the-Treatment-2016_dqQVNgB.pdf

Seoul Cosmetic Surgery 2025. Korean Skincare Versus Western Skincare. Viitattu 6.5.2025.

<https://seoulcosmeticsurgery.com/korean-skincare-versus-western-skincare/>

Shetty, R. 2025. PDRN. Drrashmishetty.com. Viitattu

5.5.2025. <https://drrashmishetty.com/pdrn/>

Sidransky, E. 2025. Fibroblast. National Human Genome Research Institute. Viitattu 5.5.2025.

<https://www.genome.gov/genetics-glossary/Fibroblast>

Straits Research 2024. Reports: K-Beauty Products Market Size, Share and Forecast to 2030.

Viitattu 6.5.2025. <https://straitresearch.com/report/k-beauty-products-market>

Studzińska-Sroka, E., Majchrzak-Celińska, A., Zalewski, P. ja Żmudzki, P. 2013. Centella asiatica in Dermatology: An Overview'. Viitattu 21.4 2025.

https://www.researchgate.net/publication/259628115_Centella_asiatica_in_Dermatology_An_Overview

Style Story 2024. Best Hanbang Beauty Brands To Try. Viitattu 4.5.2025.

<https://stylestory.com.au/blogs/style-story/best-hanbang-beauty-brands-to-try-draft>

Sytheon 2025. The Rise of Snail Mucin: A Skincare Sensation and Its Alternatives. Viitattu 4.5.2025. <https://sytheonltd.com/the-rise-of-snail-mucin-a-skincare-sensation-and-its-alternatives/>

The Business Research Company 2024. K-Beauty Products Global Market Report 2024. Viitattu 5.5.2025. https://www.thebusinessresearchcompany.com/report/k-beauty-products-global-market-report?utm_source=chatgpt.com

The Monodist 2025. Hanbang and Traditional Korean Skincare. Viitattu 3.5.2025 <https://themonodist.com/introduction-to-korean-hanbang-skincare/#part-2-the-basics-of-traditional-korean-medicine>

Tuomi, J., Sarajärvi, A. 2018. Laadullinen tutkimus ja sisällönanalyysi. E-kirja. Helsinki: Tammi.

Vilka, H. 2007. Tutki ja mittaa: Määrällisen tutkimuksen perusteet. E-kirja. Helsinki: Tammi.

Waluga-Kozłowska, E., Jasik, K., Wcisło-Dziadecka, D., Pol, P., Kuźnik-Trocha, K., Komosińska-Vassev, K., Olczyk, K., Waluga, M., Olczyk, P. and Zimmermann, A. 2022. Snail mucus - a natural origin substance with potential use in medicine. Acta Poloniae Pharmaceutica - Drug Research, 78(6), 793-300. Viitattu 5.5.2025 https://www.researchgate.net/profile/Przemyslaw-Pol/publication/359361920_Snail_mucus_-_a_natural_origin_substance_with_potential_use_in_medicine/links/627b4021107cae29199bb0c3/Snail-mucus-a-natural-origin-substance-with-potential-use-in-medicine.pdf

Wargala, E., Zalewska, A., Slawska, M., Kot, I. 2023. Snail mucus as an innovative ingredient used in the cosmetology and medical industry. Aesth Cosmetol Med, 12(2), 45-49. Viitattu 4.5.2025. <https://aestheticcosmetology.com/wp-content/uploads/2023/04/ACM-2023-02-v9-Kot-ENG.pdf>

Wood, D. 2016. K-Beauty: The exhausting skin-care regimen that may be worth the effort. The Wall Street Journal. Viitattu 19.4.2025. <https://www.wsj.com/articles/k-beauty-the-exhausting-skin-care-regimen-that-may-be-worth-the-effort-1459970031>

Yang, F., Hu, Y., Wu, M., Guo, M., Wang, H. 2025. Biologically Active Components and Skincare Benefits of Rice Fermentation Products: A Review. MDPI Cosmetics, 12(1), 29. Viitattu 3.5.2025 <https://www.mdpi.com/2079-9284/12/1/29>

Yeppo&Soonsoo 2025a. Korealaisen ja länsimaisen kosmetiikan erot. Viitattu 12.5.2025.

<https://www.yepo.fi/blogs/artikkelit/korealainen-vs-lansimainen-kosmetiikka?srsId=AfmBOoqpHAjB93cOTF90RgASt1b4Xky58ZklQNs8whb3UFzbC7sTZzCV>

Yeppo&Soonsoo 2025b. Hanbang and Traditional Korean Skincare. Viitattu

3.5.2025 <https://yepposoonsoo.se/en/blogs/articles/hanbang>

Yoo, J.K. 2020. Rituals and Myths of Korean Skin Care Practices: The Emergence of K-beauty in the Global Marketplace. Journal of The Korean Society of Costume Vol. 70, No.5 s. 45-61.

Viitattu 19.4.2025.

https://www.researchgate.net/publication/346742318_Rituals_and_Myths_of_Korean_Skin_Care_Practices_The_Emergence_of_K-beauty_in_the_Global_Marketplace

Yoon, S.H., Song, S.Y., Kang, M.S. 2020. The Growth and Change of Korean Cosmetics Market in Distribution Structure. Journal of Distribution Science, 18(1), 5-13. Viitattu 6.5.2025.

<https://koreascience.kr/article/JAKO202014862061069.pdf>

Kuviot

Kuvio 1: Kysymys 1: Mikä näistä kiinnostaa sinua eniten?	10
Kuvio 2: Kysymys 2: Mistä aiheista asiakkaat kysyvät sinulta eniten?.....	10
Kuvio 3: Kysymys 3: Mikä/mitkä ominaisuudet ovat mielestäsi tärkeimpiä korealaisen kosmetiikan myyjälle?	11
Kuvio 4: Kysymys 8: Mikä/mitkä seikat vaikuttavat mielestäsi eniten asiakkaan ostopäätökseen?.....	12
Kuvio 5: Mullerin menetelmä (Rashad ym. 2023)	22
Kuvio 6: Retinoidien muuntautumisprosessi (Farris 2022)	23

Kuvat

Kuva 1: Oppaan kansilehti	25
Kuva 2: Oppaan sisällyssivu	26
Kuva 3: Esimerkki oppaan raaka-ainesivuista	27

Taulukot

Taulukko 1: 10-vaiheinen ihonhoitorutiini (Yoo 2020, Hubbard 2021).	14
---	----

Liitteet

Liite 1: Kyselylomake.....3

Liite 1: Kyselylomake

Kysely tulevasta K-beauty -oppaasta

Hei! Tämä lyhyt kysely on suunnattu GlowStarin kosmetikkamyylle. Tarkoituksena on kartoittaa tulevan K-beauty -oppaan aihealueita ja myyjien toiveita oppaaseen liittyen. Kysely toteutetaan anonymyminä. Kiitos kaikille vastaajille -3

1. Mikä näistä kiinnostaa sinua eniten?

Valitse kaikki sopivat vaihtoehdot

- korealaisen kosmetiikan historia
- raaka-aineet korealaisessa kosmetiikassa
- suositummat k-beautybrändit
- k-beauty vs länsimainen kosmetiikka
- tavallisimmat tuotetyypit ja niiden käyttö

2. Mistä aiheista asiakkaat kysyvät sinulta eniten?

Valitse kaikki sopivat vaihtoehdot

- raaka-aineet
- tuotteen käyttö
- iho-ohjeet/ruutujen luominen
- iho-ongelmat ja niiden hoito
- yleiset korealaisesta kosmetiikasta
- trendaavat tuotteet
- Muu: _____

3. Mikä/mitkä ominaisuudet ovat mielestäsi tärkeimpiä korealaisen kosmetiikan myyjälle?

Valitse kaikki sopivat vaihtoehdot

- taustatieto korealaisesta kosmetiikasta ja brändeistä
- tuotteiden raaka-aineet ja käyttö
- hyvä myyntipuhelu/myyntivaist
- kuluttajan tarpeen tunnistaminen
- Muu: _____

4. Mikä/mitkä raaka-aineet ovat mielestäsi tällä hetkellä pinnalla?

5. Mikä/mitkä k-beautytrendit ovat mielestäsi ajankohtaisia nyt tai lähitulevaisuudessa?

6. Mikä on mielestäsi haastavinta kosmetikkamyynnin työssä?

7. Miten korealainen kosmetiikka eroaa mielestäsi länsimaisesta kosmetiikasta?

8. Mikä/mitkä seikat vaikuttavat mielestäsi eniten asiakkaan ostopäätökseen?

Valitse kaikki sopivat vaihtoehdot

- Myyjän tuote-/raaka-ainetietous
- Myyjän oma kokemus tuotteesta
- Myyjän myyntihenkisen asenne
- Tuote trendaa somessa
- Tuotteen hinta
- Brändin tunnettuus
- Muu: _____

9. Vapaa sana :)

Esim: Mitä aiheita toivoisit oppaassa käsiteltävän? Muuta erityishuomioita k-beautyta liittyen? Mitä myyjän tulisi ehdottomasti tietää? Muuta?
