

Determinanta cech zewnętrznych wpływających na model osobowy podologa w opinii słuchaczy szkół kosmetycznych o profilu podologicznym

Determinant of external features affecting a podiatrist's personal model in the view of attendants of schools for beauty specialists with podiatry profile

I WSTĘP

Zadaniem podologa jest diagnoza oraz przeprowadzenie, zgodnie z kompetencjami, zabiegu podologicznego likwidującego dolegliwości kończyn dolnych. Powinien posiadać on wiedzę i umiejętności pozwalające na wykonywanie zabiegów również u osób dotkniętych chorobami skóry, przemiany materii (np. cukrzyca) czy stawów. Świadomość podologa na temat zagrożeń epidemiologicznych i higieny w gabinecie pozwala na zapewnienie najlepszej opieki klientom [1].

Podologa powinna cechować umiejętność korzystania z udogodnień, jakie daje postęp naukowo-techniczny, otwarta postawa, życzliwa osobowość, chęć pomocy w zakresie specjalistycznej pielęgnacji kończyn dolnych. Specjalizacja ta wymaga uznania tymczasowości wiedzy, zmienności i dynamiki życia. Podolog dostosowuje się do zmian, przewiduje je i odpowiednio modeluje zakres swoich kompetencji zawodowych i osobowych.

Profesjonalna opieka i odpowiednie zalecenia w pielęgnowaniu stóp mogą być zapewnione przez odpowiednio wyszkolonego podologa, o określonych cechach osobowościowych.

I STRESZCZENIE

Wizerunek podologa jest ważnym elementem wspomagającym jego działania w zakresie profesjonalnej pielęgnacji i terapii kończyn dolnych.

Celem pracy było zweryfikowanie wśród słuchaczy szkół kosmetycznych o profilu podologicznym czynników mających wpływ na sylwetkę podologa oraz ukazanie jego pożądanego modelu osobowego. W wyniku przeprowadzonego badania wyszczególniono i zaprezentowano cechy zewnętrzne, jakimi powinien charakteryzować się podolog.

Słowa kluczowe: podolog, wizerunek, model osobowy podologa, cechy zewnętrzne

I METODOLOGIA BADAŃ

I Materiał i metodyka

W pracy sformułowano następujący główny problem badawczy: jaki jest pożądaný model osobowy podologa?

Wyloniono zmienne przed przystąpieniem do badań i określono ich wskaźniki (tabela 1).

I Podstawowa terminologia

W badaniu przyjęto następujący sposób uznania poszczególnych zmiennych:

I Zmienna globalna

Pożądaný model osobowy podologa

Definicja: model osobowy podologa stanowi system komponentów, na który składają się cechy osobiste i zewnętrzne podologa, cechy intelektualne, usposobienie, cechy woli i charakteru, które polegają na specyficznym dla niego ujmowaniu i rozumieniu pracy zawodowej.

I Zmienna szczegółowa

Cechy zewnętrzne stanowią ważną cechę składającą się na model osobowy podologa. Staranny wygląd oraz estetyczny, modny ubiór stanowią o atrakcyjności podologa i ułatwiają mu nawiązywanie kontaktów z klientami. Podolog stanowi pośrednio wzór

Monika Sekita-Pilch^{1,2}

¹ Kierunek: podologia, trychologia, kosmetologia estetyczna, dietetyka, Akademia MSP Ochrony Zdrowia i Urody z siedzibą w Gorzowie Wielkopolskim ul. Targowa 9/101 66-400 Gorzów Wielkopolski
M: +48 506 615 971
E: dyrektor@akademiasmp.eu
² Szkoła Kosmetyki Profesjonalnej ul. Targowa 9/401 66-400 Gorzów Wielkopolski

» 244

I ABSTRACT

Podiatrist's image is an essential element supporting the activity in the scope of professional care and therapies of lower limbs.

The aim of the thesis was to verify the overall factors that affect a profile of a podiatrist and to depict his/her required personal model. As a result of the conducted research and its findings, external features of the personal model of a podiatrist have been presented.

Key words: podiatrist, image of podiatrist, podiatrist's personal model, external features

otrzymano / received

10.02.2017

poprawiono / corrected

17.03.2017

zaakceptowano / accepted

24.05.2017

Tabela 1 *Zmienne szczegółowe badania*

Zmienne szczegółowe	Wskaźniki/wypowiedzi słuchaczy określające pożądane cechy podologa
Osobiste cechy zewnętrzne	<ul style="list-style-type: none"> - prawidłowa budowa ciała, zgrabna sylwetka - wypięgnięte stopy - zdrowy - dba o swój wygląd zewnętrzny - odznacza się wysoką kulturą życia codziennego i pracy zawodowej

Źródło: *Opracowanie własne*

dla klienta i dlatego nie należy rezygnować z tych walorów zewnętrznych, które dają mu możliwość oddziaływania na klientów. Wysoko ceni się te walory, które zostały wypracowane przez człowieka, jego kulturalny sposób bycia i maniery, czystość i dbałość o wygląd zewnętrzny, ubiór i uczesanie.

Zgodnie z zakresem pracy podologa, celem badań było określenie poszczególnych kompetencji zaszeregowanych do osobowościowych i cech fizycznych (zmiennych szczegółowych) w profesji podologa w opinii słuchaczy szkół kosmetycznych o profilu podologicznym. Założono, iż specjaliści sektora usługowego przywiązują do kompetencji osobowościowych (badana w artykule: determinanta – cechy zewnętrzne) składających się na model osobowy podologa bardzo dużą wagę. Założono, iż w profesji podologa równie ważne są kompetencje profesjonalne, jak i kompetencje tzw. „miękkie” osobowe.

Do realizacji celu badań zastosowano metodę sondażu diagnostycznego oraz ankietowanie. Badania przeprowadzono w oparciu o autorski kwestionariusz ankiety. Kwestionariusz ten podzielono na pięć części, w których uszeregowano zarówno kompetencje osobowościowe, jak i cechy fizyczne. W niniejszym artykule przedstawione zostały wyniki badań pierwszej determinanty modelu osobowego podologa.

I Organizacja i przebieg badań

Autorka przeprowadziła badania osobiście. Na wstępie ustaliła ich cel oraz zgromadziła potrzebną literaturę, dokonała jej analizy, interpretacji i oceny. Po wysunięciu problemu badawczego i sformułowaniu hipotezy sporządziła koncepcję badań.

I Charakterystyka badanych

Pierwszy etap obejmował przeprowadzenie badań wśród populacji słuchaczy Akademii MSP Ochrony Zdrowia i Urody w Gorzowie Wielkopolskim. Badaniami zostało objętych 60 losowo wybranych słuchaczy (tabela 2). W okresie od stycznia 2017 do lutego 2017 roku otrzymali oni ankiety w czasie zajęć prowadzonych przez uczących ich nauczycieli – wykładowców.

Do oceny kompetencji (cech) osobowościowych podologa (KOP) wykorzystano ankietę dotyczącą opinii poszczególnych słuchaczy. Porównano stanowiska słuchaczy w zakresie ważności poszczególnych kompetencji osobowościowych i cech fizycznych wpływających na profesję podologa.

Tabela 2 *Dane społeczno-demograficzne badanej populacji*

Lp.	Badana zmienna	Udział procentowy [%]
1.	Płeć - chłopak - dziewczyna	1 99
2.	Rok (klasa) - I - II	36 64
3.	Wiek - 20-25 - 26-35 - 35-50	38 34 28

Źródło: *Opracowanie własne*

Badania zostały przeprowadzone na terenie miasta Gorzowa Wielkopolskiego.

I Charakterystyka badanych

Słuchaczy rekrutowano spośród trzech grup wiekowych. W grupie wiekowej słuchaczy do 25 lat plasowało się 38% słuchaczy, do 35 lat – 34%, natomiast do 50 lat – 28%.

Przynależność do poszczególnych klas stanowiła wizerunek wiekowy słuchaczy.

Etap drugi badań miał na celu zebranie opinii osób korzystających z usług podologicznych dotyczących kompetencji osobowościowych podologa. Badaniami zostało objętych 30 losowo wybranych klientów gabinetów podologicznych w styczniu 2017 roku. Warunki ekonomiczne oraz społeczno-demograficzne badanych klientów były podobne.

I PODOLOG – CHARAKTERYSTYKA ZAWODU

Podolog to zawód asystenta medycznego. Pracuje według wskazań lekarza, zgodnie z zasadami objętymi ogólną wiedzą medyczną [2]. W Niemczech podolog zaliczany jest do zawodów medycznych i określany mianem medyczna pielęgnacja nóg – *medizinische Fußpflege*. Rozgraniczony został z zawodem pedikiurzystki – *Fußpflege* – profesją, która zajmuje się pielęgnacją kończyn dolnych. W Polsce zawód podologa został wpisany na listę wykonywanych zawodów pod nr 323014 jako praktykujący niekonwencjonalne lub kompletarne metody terapii [3].

Podolog pomaga prawidłowo dbać o kończyny dolne i utrzymać stopy w stanie zdrowia. Specjalizuje się w poprawianiu ogólnej kondycji fizycznej kończyn dolnych. Specjaliści z zakresu podologii włączają się do pracy w systemie opieki zdrowotnej [4]. Często bywa pierwszą osobą, z którą chory ma kontakt, a w zakresie swojego działania kieruje pacjenta do lekarza odpowiedniej specjalizacji w celu ustalenia diagnozy i leczenia [5].

Podolog pośredniczy w relacjach między pacjentem a lekarzem (diabetologiem, chirurgiem plastykiem, dermatologiem, reumatologiem i ortopedą), rehabilitantem, a także producentem specjalistycznego obuwia ortopedycznego. Ważnymi aspektami w działalności podologa, oprócz doboru odpowiednich środków i procedur zabiegowych w przypadku już istniejących dolegliwości, współpracy z odpowiednimi lekarzami (co podwyższa zaufanie i daje pewność, że pacjent nie zostanie sam ze swoim problemem), zapobieganiu nawrotom zmian patologicznych w obrębie stóp czy edukacji klientów są kompetencje osobowościowe składające się na pożądany model osobowy podologa.

Kompetencje określane są w *Słowniku języka polskiego* jako zakres czyjejś wiedzy, umiejętności lub odpowiedzialności [6].

Termin kompetentny definiowany jest jako uprawniony, upewnomocniony do działania, do wydawania decyzji, mający podstawy, kwalifikacje do wypowiedzania sądów i ocen [6].

Kompetencje odnoszą się do osoby, są wynikiem zintegrowania pewnej liczby umiejętności opanowanych na tyle sprawnie i świadomie, aby osiągnąć możliwość swobodnego, refleksyjnego, mądrego i odpowiedzialnego podejmowania jakichś działań.

W nawiązaniu do łacińskiego słowa *competentia*, kompetencję rozumie się z zasady jako posiadanie wiedzy umożliwiające wydawanie sądu, wypowiedzanie autorytatywnego zdania, zakres zagadnień, o których dana osoba może wyrokować, gdyż dysponuje odpowiednimi wiadomościami i doświadczeniami. Kompetentnym jest więc człowiek, który do określonych działań ma odpowiednie przygotowanie [7].

Profilaktyka i zapobieganie następstwom wielu problemów zdrowotnych w obszarze kończyn dolnych, sprawne wykonywanie procedur zabiegowych, edukacja klienta przed niewłaściwymi metodami pielęgnacji kończyn dolnych – to najważniejsze kompetencje podologa.

I KOMPETENCJE OSOBOWOŚCIOWE

Kompetencje osobowościowe oraz społeczne należą do umiejętności „miękkich” i stanowią przewagę konkurencyjną na rynku usług [8]. Problemem jest wskazanie najważniejszych kompetencji (cech) osobowościowych w zawodzie podologa. Badania w tym zakresie częściej koncentrują się na stwierdzeniach ogólnikowych niż konkretnych wynikach opartych o próby badawcze.

Do cech (kompetencji) osobowościowych, uznanych przez słuchaczy szkół kosmetycznych o profilu podologicznym w Gorzowie Wielkopolskim za podstawowe i konieczne w działalności podologicznej, zaliczyć można: wytrwałość, cierpliwość, wyrozumiałość, optymizm, żywe usposobienie, sumienność, pracowitość, uczciwość, rzeczowość.

Rejestr pożądaných kompetencji osobowościowych podologa stale wzrasta. Nasuwają się w związku z tym charakterystyczne wnioski. Po pierwsze świadczy to o wzroście świadomości osób zajmujących się zabiegami podologicznymi o swojej roli, o zadaniach, które mają spełnić poprzez swoją działalność, o celach, jakie przyświecają zabiegom podologicznym. Po drugie, można też wywnioskować wzrost wymagań w stosunku do specjalisty ze strony społeczeństwa, które docenia sprawę specjalistycznej pielęgnacji stóp i podnosi w związku z tym pozycję samego podologa.

Ten wpływ osobowości podologa polega przede wszystkim na tym, że zachowanie podologa, jego stosunek do klienta, jego styl działania zdeterminowane są w dużej mierze przez jego kompetencje osobowościowe składające się na model osobowy. Znaczenie osobowości podologa staje się jak najbardziej oczywiste, gdy weźmie się pod uwagę cele i zadania stawiane podologii. Najogólniej ujmując – dotyczą one trafnej diagnozy, prawidłowego doboru narzędzi pracy, umiejętnego przeprowadzenia zabiegu podologicznego i kształtowania osobowości podologicznej klientów. Chodzi w nich o kształtowanie pewnych stałych cech osobowych. Warto dodać, że istnieje ogólna zgodność co do tego, że kto chce z powodzeniem kształtować pewne cechy u innej jednostki, powinien je sam posiadać.

W określaniu kompetencji osobowych podologa wprowadzić można również skalę uczuć, stopniując emocjonalne ustosunkowanie podologa do klienta. Wymienić tu należy sympatię i przychylność. Praca podologa najczęściej bierze swój początek z sympatii i przychylności do zabiegów z zakresu pielęgnacji stóp.

I WNIOSKI

W pracy zaprezentowane zostały kompetencje osobowościowe (grupy cech), które są częścią składową osobowości lub kształtują model osobowy podologa, według słuchaczy Akademii MSP Ochrony Zdrowia i Urody w Gorzowie Wielkopolskim.

Istnieje wiele czynników i okoliczności, które determinują interakcję podologa i klienta. Kształtują one pozytywny stosunek klienta do podologa bądź niechęć. W relacjach między podologiem a klientem można mówić również o stosunku obojętności.

Analiza weryfikująca cechy zewnętrzne wykazała, że słuchacze uznają wygląd zewnętrzny podologa za ważny w jego pracy, często decydujący o sympatii klienta do podologa. Ważę harmonijnego wyglądu trudno przecenić, uznając fakt, że wizualne sygnały, jakie wysyłamy światu swoim wyglądem, często mogą pomóc, lub co gorsza – zaszkodzić. Według badanych słuchaczy cechy zewnętrzne podologa wskazują na styl życia, oczekiwania lub potrzeby, sygnalizują skłonność do zdrowego stylu życia, uprawiania sportu, elegancji lub awangardy, budują także konkretny wizerunek podologa roztaczającego wokół siebie aurę zaufania.

Słuchacze wskazali konkretne cechy zewnętrzne, które szczególnie zwracają ich uwagę i które sobie szczególnie cenią.

Z rozkładu procentowego rozpatrywanej zależności wynika, że 86% badanej populacji zdecydowanie zwraca uwagę na wygląd zewnętrzny podologa (rys. 1). 11% badanych osób wygląd zewnętrzny podologa uważa za cechę, na którą zwraca się uwagę. Na wygląd zewnętrzny podologa nie zwraca uwagi – 1% badanej populacji. Wśród słuchaczy byli również tacy, którzy nie ustosunkowali się do postawionego problemu 1% badanej populacji.

Interpretacja wyników badań wskazuje, że zdecydowanie większość słuchaczy zwraca uwagę na wizerunek zewnętrzny podologa, co stanowi o wysokiej pozycji tej zmiennej jako determinanty modelu osobowego podologa.

Analiza przeprowadzonych badań pozwoliła na sporządzenie spisu najbardziej pożądaných cech, jakie podolog powinien posiadać. Słuchacze w 84% uznali, że modny i estetyczny ubiór w pracy podologa to najistotniejsza cecha jego wyglądu zewnętrznego. Jako następne w katalogu cech mających znaczenie dla wizerunku zewnętrznego podologa słuchacze przyjęli:

- uczesanie – 4 %
- sylwetka – 2%
- dłonie – 8%
- makijaż – 1%
- zapach – 1%.

Dalsza analiza potwierdziła opinię respondentów o znaczeniu modnego i estetycznego ubioru jako cechy wizerunku zewnętrznego. Słuchacze, oceniając cechy składające się na wygląd zewnętrzny, przypisali ubiorowi w pracy najwyższą notę. Tym samym potwierdzona została teza o istotnym wpływie tej cechy dla kształtowania wizerunku zewnętrznego podologa.

Słuchacze uznali wartość danej cechy ubioru podologa jako:

- modny i estetyczny – 46%
- estetyczny – 42%
- nie ma znaczenia – 8%
- raczej nie ma znaczenia – 4%
- osoby niezdecydowane – 0% (rys. 2).

Analiza wyników badań wykazała, że obok modnego i estetycznego ubioru podologa słuchacze zwrócili uwagę na dłonie i staranne uczesanie. Ładne i wypięgnięte dłonie, a także gustownie ozdobione paznokcie są, jak się okazało, wśród badanej populacji słuchaczy ważnym elementem dłoni podologa. Na paznokciach odbija się obraz zdrowia zarówno fizycznego, jak i psychicznego. Przyglądając się paznokciom, można zorientować się, w jaki sposób człowiek radzi sobie ze stresem i do jakiego stopnia dba o detale. Paznokcie obgryzione, połamane, nierównej długości, z odprysniętym lakierem często świadczą o nerwowości, nadmiernym stresie i zmniejszonym poczuciu potrzeby wywierania dobrego wrażenia i utrzymywania pozytywnych kontaktów z klientem.

92% badanej populacji wykazało, że dłonie i estetyczne uczesanie to cecha współczesnego podologa.

Słuchacze wyrazili opinię, iż zwracając uwagę na wygląd dłoni, można sprawdzić, czy podolog dba o swój wizerunek. Zauważyć można, że kosmetyka upiększająca jest istotna również dla słuchaczy, ponieważ umożliwia „zachowanie (...) estetycznego i zadbanego wyglądu, w ten sposób wpływając istotnie na ustrój nerwowy, samopoczucie, życie osobiste i rodzinne, a także na wyniki pracy zawodowej” [9].

Słuchacze zwrócili również uwagę na uczesanie podologa. Zdrowe, czyste włosy to jeden z najważniejszych elementów urody. Faktem jest, iż włosy stanowią integralną część wyglądu zewnętrznego. „Kiedy włosy wyglądają niekorzystnie, nie ma mowy o dobrym samopoczuciu i zadowoleniu z własnego wyglądu” [10]. Staranny wygląd zaczyna się od góry, czyli włosów, a jedną z ich zalet jest to, że niewielka tylko zmiana uczesania powoduje dużą zmianę w wyglądzie podologa i wpływa na jego profesjonalizm.

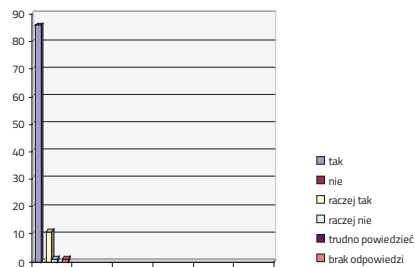
Ceny usług i produktów kosmetycznych uległy obniżeniu, przez co stały się bardziej dostępne. Współczesna kosmetyka jest nieodłącznym elementem życia codziennego, dlatego też cechy

w wizerunku podologa stanowią o indywidualizacji podkreślającej to, co jest charakterystyczne dla podologa. Jedną z podstaw wizerunku zewnętrznego podologa są cechy właściwe tylko jemu, które różnią go od innych. Różnice te odnoszą się do cech psychicznych, ale także do cech fizycznych, jak budowa ciała, rysy

twarzy i ich stałości (rys. 3). Realizacja potrzeby bycia jednostką niepowtarzalną pozwala na uzyskanie komfortu psychicznego i zadowolenia, na które ma wpływ nasz wygląd zewnętrzny. Poczucie zadowolenia jest niezbędne człowiekowi, aby aktywnie żył i pracował, wpływa na kształtowanie wizerunku podologa. Jest nieodzownym warunkiem podtrzymywania naturalnej, pozytywnej postawy wobec życia, a według M. Kofty i T. Szustrowej jest jakby zagwarantowaną w kontrakcie na życie minimalną radością, która czyni człowieka gotowym do podjęcia kolejnych wyzwań, jakie niesie los [11].

Słuchacze identyfikują podologa również ze sposobem bycia i manierami, co zdaniem respondentów stanowi cechę determinującą wizerunek zewnętrzny podologa. Własna praca i dbałość o wygląd zadaniem badanych słuchaczy są wymownym potwierdzeniem głoszonych prawd, że obowiązkiem każdego podologa mającego kontakt z klientem jest dbałość o kulturę osobistą, czystość, swój wizerunek i manierę oraz swój sposób bycia. Wśród badanych nie znalazł się ani jeden słuchacz, który uznałby, że kultura osobista jest nieistotna w pracy podologa. Większość, tj. 91% badanej populacji uznało, że kultura osobista to determinanta wizerunku zewnętrznego podologa, natomiast 8% badanej populacji skłoniło się do takiego stwierdzenia (tabela 3). Pozostali respondenci stanowili grupę różnicowaną.

Manierę i sposób bycia podologa zostały ocenione przez 73% badanej populacji za niezbędną cechę wizerunku zewnętrznego podologa. Zdaniem badanych słuchaczy są one niezbędnym elementem życia, ponieważ każdy musi dbać o swój sposób bycia i manierę wpływające na pozytywne relacje z klientami. Natomiast 24,3% badanej populacji skłoniło się do uznania tej cechy za determinującą. Wśród słuchaczy znaleźli się tacy, którzy uznali, że raczej nie należy traktować tej cechy jako istotnej dla kształtowania wizerunku zewnętrznego (1%). 0,7% nie potrafiło zidentyfikować jej znaczenia, natomiast 1% badanych nie udzieliło odpowiedzi.



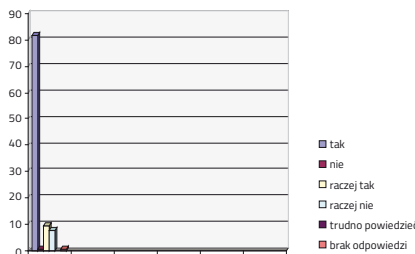
Rys. 1 Wygląd zewnętrzny podologa jako determinanta modelu osobowego podologa Źródło: Opracowanie własne



Rys. 2 Modny i estetyczny ubiór jako cecha wyglądu zewnętrznego podologa Źródło: Opracowanie własne



Rys. 3 Zadbane dłonie i estetyczne uczesanie jako cechy podologa Źródło: Opracowanie własne



Rys. 4 Dbałość podologa o wizerunek zewnętrzny w opinii respondentów Źródło: Opracowanie własne

Tabela 3 Kultura osobista jako determinanta wizerunku osobistego podologa z podziałem na płeć

Płeć	Kultura osobista					
	A	B	C	D	E	F
Mężczyzna	0,5%	0	0,5%	0	0	0
Kobieta	90,5%	0	7,5%	0	0,4%	0,6%
Razem	91%	0	8%	0	0,4%	0,6%

Źródło: Opracowanie własne

A – tak, B – nie, C – raczej tak, D – raczej nie, E – trudno powiedzieć, F – inne

To, kim jest, co myśli o świecie i otaczających go klientach podolog, jak ocenia sam siebie, jaki tryb życia prowadzi – to tylko niektóre sygnały, jakie komunikuje swoimi manierami, mimiką, głosem, sposobem gestykulacji. Nie wykonując również najmniejszego ruchu, przekazuje klientom bardzo dużo informacji, które są odbierane na różnych poziomach podświadomości i świadomości klientów, którzy decydują się na korzystanie z jego usług podologicznych. To, co sygnalizuje podolog, ma decydujący wpływ na reakcje klientów w stosunku do niego (tabela 4).

Istotna jest również ocena respondentów na temat dbałości o wygląd zewnętrzny.

Słuchacze wyrazili opinię na temat podologów:

- dbają o swój wygląd zewnętrzny 82%
- raczej dbają o wygląd zewnętrzny 9,5%
- nie dbają o swój wygląd zewnętrzny 0,5%
- raczej nie dbają o swój wygląd zewnętrzny 7,7%
- nie udzieliło odpowiedzi 0,3%.

Wygląd zewnętrzny był i jest zawsze dla człowieka bardzo istotny. Zewnętrzny wizerunek podologa w bezpośrednich kontaktach z klientami kształtuje wiele czynników: ubiór, sylwetka, fryzura, także zapach, mimika i gestykulacja. Ludzie dbają o swój wizerunek, gdyż potrzeba samoreprezentacji jest ważna w bezpośrednim kontakcie z klientem w gabinecie podologicznym.

Cechy zewnętrzne są charakterystycznymi symbolami podologa i stanowią o wysokim stopniu zainteresowania wśród badanych słuchaczy (rys. 4).

Analiza wyników badań wykazała, że cechy, które słuchacze uznają za determinujące wizerunek zewnętrzny podologa, to:

- wysoka kultura życia codziennego – 56 osób wskazało na tę cechę jako pożądaną w wizerunku podologa,
- troska o wygląd zewnętrzny – 52 osoby wskazały na tę cechę jako pożądaną w wizerunku podologa,
- sprawność fizyczna – 49 osób wskazało na tę cechę jako pożądaną w wizerunku podologa.

Według badanych respondentów sprawność fizyczna stwarza warunki do pokonywania trudów, jakie pojawiają się w obcowaniu z klientem, natomiast zdrowie zapewnia podologowi ciągły z nimi kontakt.

Tabela 4 Maniery i sposób bycia jako determinanta wizerunku zewnętrznego podologa z podziałem na płeć

Płeć	Maniery i sposób bycia					
	A	B	C	D	E	F
Mężczyzna	0,5%	0	0,5%	0	0	0
Kobieta	72,5%	0	23,8%	1%	0,7%	1%
Razem	73%	0	24,3%	1%	0,7%	1%

Źródło: Opracowanie własne

A – tak, B – nie, C – raczej tak, D – raczej nie, E – trudno powiedzieć, F – inne

Analiza wyników badań pozwala stwierdzić, że wizerunek zewnętrzny podologa zajmuje istotne miejsce w konstrukcji modelu osobowego podologa. Cechy zewnętrzne podologa to zmienne, która miała zdaniem respondentów zdecydowaną przewagę w kształtowaniu wizerunku i modelu osobowego podologa.

PODSUMOWANIE

W wyniku przeprowadzonych badań wśród populacji słuchaczy szkół kosmetycznych o profilu podologicznym w zakresie cech zewnętrznych podologa nasuwają się następujące wnioski:

1. Wygląd zewnętrzny stanowi ważną cechę osobowości podologa. Staranny wygląd oraz estetyczny ubiór stanowią o profesjonalizmie podologa i ułatwiają mu nawiązywanie kontaktów z klientami, szczególnie przy pierwszej wizycie w gabinecie podologicznym.
2. Podolog odpowiada za siebie, za to, co sobą wypracował. Mniejszą ponosi odpowiedzialność np. za to, że jest ociężały, mało atrakcyjny, ale obciąża go brak dbałości o wizerunek zewnętrzny, jak i nieporządek w najbliższym otoczeniu, czyli na stanowisku pracy.
3. Wysoko ceni się te walory zewnętrzne, które zostały wypracowane przez podologa, jego kulturalny sposób bycia i maniery, schludność, czystość i estetykę, a także dbałość o swój wizerunek, wygląd zewnętrzny, ubiór i uczesanie. Wyniki potwierdziły słuszność hipotezy, że wygląd zewnętrzny stanowi determinantę modelu osobowego podologa. Zarówno cechy zewnętrzne, jak i kultura osobista uznane zostały przez respondentów za bardzo istotne w osobowości podologa.

LITERATURA

1. <http://www.podoterapia.pl> [dostęp z dnia 14.01.2017].
2. J. Duda: *Zawód podologa w Europie*, Gabi.net 05, 2008, 22-23.
3. K. Zielińska: *Kilka słów o podologii – czyli jak dbać o swoje stopy*, Think, 1(17), 2014, 105-118.
4. H. Grabicka: *Podologia – zawód przyszłości* [w:] H. Grabicka, S. Nowicka, J. Szczurczak, L. Zawadzka: *Wykłady podologiczne. Skrypt dla słuchaczy szkół kosmetycznych, Część 1*, wyd. Boxpol, Słupsk 2015, 8-9.
5. M. Sokołowska-Wojdyło, E. Woś-Wasilewska (Eds.): *Podologia w praktyce, wybrane zagadnienia*, Gdańsk 2015, 7-8.
6. S. Skorupka, H. Auderska, Z. Łempicka: *Mały słownik języka polskiego PWN*, Warszawa 1996, 291.
7. W. Furmanek: *Kompetencje – próba określenia pojęcia*, Edukacja Ogólnotechniczna, 7, 1997, 14.
8. P. Smółka: *Generator charyzmy. Kreowanie osobowości menagera*, Warszawa 2007, 100.
9. M. Kędra: *Młodsza niż metryka*, Warszawa 1997, 6.
10. L.F. Mc Carthy: *Uroda bez tajemnic*, Warszawa 1997, 141.
11. M. Kofta, T. Szustrowa: *Złudzenia, które pozwalają żyć*, Warszawa 1991, 229.