



Charakterystyka dostępności do usług kosmetycznych osób zamieszkujących gminy wiejskie i gminę miejską województwa pomorskiego

Characteristics of the availability of cosmetic services of people living in rural communities and municipality Pomeranian province

Judyta Staszewska^{1(A,B)}, Paulina Zabielska^{2(D,E,F)}, Artur Kotwas^{2(A,C,D,E)}

¹Sudenckie Koło Naukowe przy Katedrze i Zakładzie Zdrowia Publicznego Pomorskiego Uniwersytetu Medycznego w Szczecinie

²Katedra i Zakład Zdrowia Publicznego Pomorskiego Uniwersytetu Medycznego w Szczecinie

A – koncepcja i przygotowanie projektu badań, B – wykonanie analiz diagnostycznych, zbieranie danych, C – analiza statystyczna, D – interpretacja danych, E – przygotowanie manuskryptu, F – opracowanie piśmiennictwa, G – pozyskanie funduszy.

Autor do korespondencji: Artur Kotwas, Katedra i Zakład Zdrowia Publicznego, ul. Żołnierska 48, 71-210 Szczecin, Tel. 91 4800-972, e-mail: artur.kotwas@pum.edu.pl

STRESZCZENIE

Wstęp. W dzisiejszych czasach kluczem do sukcesu i powodzenia w życiu jest dobry, zdrowy wygląd, wypielegnowana skóra. W społeczeństwie polskim w ostatnich latach można zaobserwować wzmożone podejmowanie działań skierowanych na poprawę wyglądu fizycznego. Na przełomie kilku lat rynek kosmetyczny w Polsce uległ szybkiemu rozwojowi, wzrosło zapotrzebowanie na usługi kosmetyczne zarówno wśród mieszkańców miasta jak i gmin wiejskich.

Cel pracy. Celem pracy była charakterystyka dostępności do usług kosmetycznych osób zamieszkujących gminy wiejskie i gminę miejską województwa pomorskiego.

Materiał i metody. Badanie obejmowało 177 osób zamieszkujących teren województwa pomorskiego - mieszkańców gminy miejskiej i gmin wiejskich powiatu człuchowskiego. W procesie badawczym wykorzystano autorski kwestionariusz ankiety.

Wyniki. Występował brak istotnych różnic pomiędzy mieszkańcami gminy miejskiej i gmin wiejskich w zapotrzebowaniu na usługi kosmetyczne. Jedynie w przypadku oczyszczania manualnego twarzy, depilacji i zabiegów na dłoniach i stopach potwierdzono statystycznie ważne różnice pomiędzy badanymi. Najczęściej wybieranymi zabiegami były obejmujące kosmetykę twarzy.

Wnioski. Osoby mieszkające w mieście i mające stały dostęp do usług kosmetycznych korzystają z nich głównie raz w miesiącu. Badani zamieszkujący gminy wiejskie decydują się na skorzystanie z usług tylko przed ważnymi okazjami. Do najchętniej wybieranych zabiegów należą kosmetyka twarzy oraz manicure/pedicure. Mieszkańcy miasta częściej decydują się na zabiegi laserowe, mieszkańcy gmin wiejskich na mikrodermabrazję.

Słowa kluczowe: usługi kosmetyczne, gmina wiejska, gmina miejska

SUMMARY

Background. Nowadays, the key to success and success in life is good, healthy looking, well-groomed skin. The Polish society in recent years have seen increased take action aimed at improving physical appearance. At the turn of few years the cosmetics market in Poland has been rapid development, increased demand for beauty services, both towns folk as well as rural communities.

Objective. The aim of study was characteristics of availability of cosmetic services of people living in rural communities and municipalities Pomeranian province.

Material and methods. Audit included 177 people residing in a pomeranian province, more specifically the inhabitants of the municipality and rural communities Człuchowski. A tool in the study was authored survey.

Results. The analysis of the collected results, shows that there are no significant differences between the residents of the municipality and rural communities in the demand for beauty services. Only in the case of manual cleansing facial, hair removal and treatments for hands and feet were confirmed statistically important differences between the two. The most common treatments are including facial beauty care.

Conclusions. People living in the city and having constant access to services cosmetic use them mostly once a month. Respondents living in rural communities decide to use the services just before important occasions. For most elected treatments include cosmetic facial and manicure/pedicure. City residents often opt for laser treatments, residents of rural communities to microdermabrasion.

Keywords: cosmetic services, municipality, rural commune

WSTĘP

Zadbane ciało oraz wypielęgnowana i promieniująca zdrowiem twarz są uznawane za klucz do sukcesu a także uchodzą za oznakę powodzenia w życiu. W niniejszej pracy scharakteryzowaniu poddano usługi kosmetyczne w Polsce oraz determinanty korzystania z tych usług. Opisano również zabiegi, które wykonywane są najczęściej w gabinecie kosmetycznym. Scharakteryzowane zostały wybrane miejscowości województwa pomorskiego.

Poprzez dynamiczne przemiany społeczno-demograficzne branża kosmetyczna postrzegana jest w zupełnie inny sposób niż jeszcze kilka lat temu. Popierana przez media troska o piękne, zadbane ciało i twarz jest coraz bardziej powszechna. Rośnie konkurencja na rynku kosmetycznym, a także świadomość odbiorców, którzy stawiają coraz większe wymagania gabinetom kosmetycznym, co wymusza na właścicielach salonów prowadzenie działalności o wysokich standardach i ciągłego obserwowania rynku. Podstawą działań jest relacja z konkurencją i komunikacja z klientem [1-3].

Gabinety kosmetyczne i usługi przez nie oferowane ulegały ciągłym zmianom, ulepszeniom, powstawały nowe koncepcje i ich coraz większa specjalizacja. Z badań wynika, że największym zainteresowaniem cieszą się zabiegi odmładzające, usuwanie zbędnego owłosienia a także usługi związane z wyszczuplaniem i modelowaniem sylwetki [4, 5]. Ważnym segmentem rynku kosmetycznego stała się tzw. Generacja Y, co oznacza pokolenie milenijne nazywane także Next Generation, posiadające rozbudowany zwyczaj dbania o siebie [6]. Dane szacunkowe wskazują, że wydatki klientów salonów urody wynoszą ponad 70 miliardów Euro w ciągu roku [7]. Wśród społeczeństwa zauważalny stał się wzrost zapotrzebowania na usługi związane z urodą. Wynika ono ze światowych makrotrendów [1]. Makrotrendami są ogólne tendencje ujawniające się na tle postępu społeczno-gospodarczego, poprzez silny i szeroki wpływ wiążące się z zachowaniami społecznymi, w perspektywie czasu. Tendencje te są efektem zmian trendów demograficznych [8].

Ważnym elementem przy decyzji skorzystania z usługi jest możliwość konsultacji z odpowiednim specjalistą i właściwy dobór zabiegu kosmetycznego. Znaczące są kompetencje techniczne kosmetologa bądź kosmetyczki. Należą do nich umiejętności oraz aktualna i rzetelna wiedza [9]. Gabinet kosmetyczny to miejsce nie tylko służące poprawie wyglądu ciała i jego pielęgnacji. Jest to obszar kształtowania świadomości i zachowań prozdrowotnych klientów. Kosmetolog ze względu na swoje wykształcenie pełni rolę promotora zdrowia a atmosfera panująca podczas wizyty w salonie oraz relacje więzy i zaufania skłaniają do dzielenia się swoimi. problemami, również zdrowotnymi [10].

Najczęściej wykonywane zabiegi w gabinetach

kosmetycznych i odnowy biologicznej to zabiegi pielęgnacyjne twarzy oraz stóp i dłoni. Klienci mają również do wyboru zabiegi na ciało takie jak masaże, zabiegi wyszczuplające, depilację, zabiegi z użyciem lasera [11, 12].

Do najczęściej wykonywanych zabiegów pielęgnacyjnych twarzy należy peeling kawitacyjny, czyli oczyszczanie naskórka przy pomocy wibracji ultradźwiękowej, ma zastosowanie w przypadku cery wrażliwej. Kolejnym zabiegiem wykorzystującym ultradźwięki jest sonoforeza, czyli masaż ultradźwiękowy. Stymuluje on przepływ płynu tkankowego o komórkowego co powoduje poprawę ukrwienia skóry i umożliwia wprowadzenie w jej głąb składniki aktywne preparatu [13]. W salonach kosmetycznych jest duże zapotrzebowanie na maseczki zawierające odpowiednio dobrane do konkretnego problemu skóry składniki [14]. Pielęgnacja skóry w gabinecie obejmuje także istotne zabiegi eksfoliacji kwasami, które przez swoje działanie złuszczające powodują pobudzenie procesów odnowy komórkowej i poprawę nawilżenia [13].

Kolejnymi zabiegami wykonywanymi w gabinetach kosmetycznych są manicure i pedicure. Manicure polega na pielęgnacji płytki paznokciowej dłoni poprzez wyrównanie jej kolorytu oraz kształtu często pomalowaniu jej w celach estetycznych [15]. Pedicure to zabieg pielęgnacyjny stóp, polegający na usunięciu nadmiernie zrogowaciałego naskórka oraz wycięciu skórek, spilowaniu i pomalowaniu paznokci [16]. Henna polega na nadaniu odpowiedniego kształtu i koloru brwi poprzez usunięcie niepotrzebnych włosków oraz zafarbowaniu brwi przy użyciu barwnika pochodzenia roślinnego [17]. Depilacja to zabieg polegający na usunięciu zbędnego owłosienia [18].

Opalona skóra podnosi atrakcyjność fizyczną. Uzyskanie szybkiej, równomiernej opalenizny jest związane z częstymi wizytami w solarium. Nie ma to dobrego wpływu na skórę dlatego korzystanie z tego zabiegu z roku na rok traci na popularności [19]. Mikrodermabrazja to kosmetyczny zabieg, który polega na mechanicznym ścieraniu rogowej warstwy naskórka. Zaletą zabiegu jest mała inwazyjność i duża skuteczność, dlatego mikrodermabrazja jest często wybierana przez klientów [20]. Przedłużanie rzęs to zabieg, który polega na przyklejeniu syntetycznej rzęsy do naturalnej i pozwala na jej wydłużenie, zagęszczenie oraz pogrubienie. W celu uzyskania ciąglego efektu, uzupełnienie wykonuje się średnio co 2-3 tygodnie [21]. Wzrost prozdrowotnej świadomości oraz kreowanie wizerunku szczupłego, młodego człowieka, jako osoby odnoszącej sukces doprowadził do wzrostu popularności zabiegów wyszczuplających. Do nieinwazyjnych metod należą między innymi masaże, RF (Radio Frequency), drenaże limfatyczne, kawitację ultradźwiękową, endomasaż oraz zabiegi zimnym laserem. Zabiegi te zmniejszają objętość komórek tłuszczowych oraz ujędrniają skórę [22]. Lasery to stosunkowo nowa dziedzina medycyny, która wciąż

dynamicznie się rozwija w kosmetyce już dziś cieszy się dużą popularnością. Podstawowe zabiegi z użyciem lasera są wykonywane w gabinetach kosmetycznych pod nadzorem lekarza [23]. Obserwuje się wzmożone zapotrzebowanie na usługi, które są związane z poprawą wizerunku, urody i sylwetki. Przekłada się to na rozwój branży usług kosmetycznych.

Celem pracy była charakterystyka dostępności do usług kosmetycznych osób zamieszkujących gminy wiejskie i gminy miejskie województwa pomorskiego.

MATERIAŁ I METODY

Analizę wykonano na podstawie sondażu diagnostycznego z wykorzystaniem doboru nieprobabilistycznego, przeprowadzonego wśród mieszkańców powiatu człuchowskiego. Materiał badawczy stanowiło 177 osób zamieszkujących gminy wiejskie: Rzeczenicę, Przechlewo oraz Koczalę a także gminę miejską Człuchów. Wśród ankietowanych było 150 kobiet (85%) oraz 27 mężczyzn (15%). Korzystanie z usług kosmetycznych potwierdziły 142 osoby, w tym 136 kobiet oraz 6 mężczyzn. W badaniu brały udział osoby pełnoletnie bez ograniczenia wieku. Najliczniejszą grupą wiekową byli ludzie młodzi - 19-33 lat (42%), osoby w przedziale wiekowym 34-47 lat - 32% i najmniej liczna grupa (25%) w wieku od 48 do 61 lat. Charakterystykę badanej populacji przedstawiono w tabeli 1.

Tabela 1. Charakterystyka populacji.

Płeć	Kobieta	Mężczyzna
n (%)	150 (85%)	27 (15%)
min – max	19 – 61 lat	24 – 34 lata
wiek	X±SD	X±SD
	38,08±11,84 lat	30,83±4,12 lat
	Me	Me
	38,5 lat	32,5 lat
osoby korzystające z usług salonów	136 (77%)	6 (3%)
osoby niekorzystające z usług salonów	14(8%)	21 (17%)

Najliczniejszą grupę badanych stanowiły osoby zamieszkujące gminę Człuchów 78 (44%) oraz kolejno gminę Rzeczenica i Koczalę 34 (19%) a także Przechlewo 31 (18%). Wśród badanych, którzy korzystają z usług salonu kosmetycznego, były osoby w ilości 63 - Człuchów, Rzeczenica - 25, Koczalę - 28 oraz Przechlewo - 26 (Tab. 2).

Tabela 2. Liczba osób biorących udział w ankiecie.

	Liczba osób biorąca udział w badaniu	Liczba osób korzystająca z usług salonu kosmetycznego	Liczba osób niekorzystająca z usług salonu kosmetycznego
Człuchów	78 (44%)	63 (36%)	15 (8%)
Rzeczenica	34 (19%)	25 (14%)	9 (5%)
Koczalę	34 (19%)	28 (16%)	6 (3%)
Przechlewo	31 (18%)	26 (15%)	5 (3%)

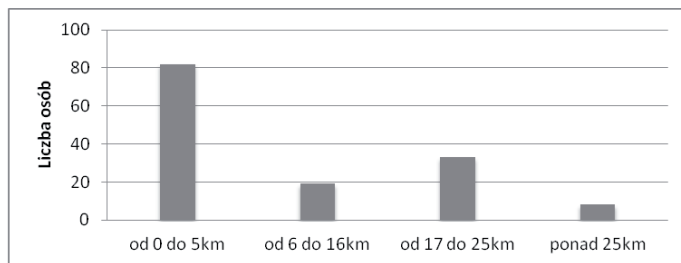
Analizy dokonano za pomocą arkusza kalkulacyjnego Microsoft Excel 2010. Za pomocą programu SPSS Statistics 18 dokonano analizy zebranych danych wykorzystując test chi kwadrat Pearsona.

Charakterystyka badanych gmin

Gmina miejska Człuchów położona jest w powiecie człuchowskim w województwie pomorskim. Dane na rok 2013 podają, że liczba mieszkańców wynosi 14385 tysięcy w tym 7463 to kobiety. Najliczniejszą część ludności stanowią osoby w przedziale wiekowym 55-59 lat. Według danych statystycznych w gminie ponad 4 tysiące osób jest zarejestrowanych jako pracujący [24]. Gmina wiejska Rzeczenica położona jest na granicy województw: pomorskiego i zachodniopomorskiego. Jej powierzchnia to ok 275 km². Obszar gminy zamieszkiwany jest przez 3712 osoby. Kobiety stanowią ponad połowę populacji (51%). Najwięcej mieszkańców to osoby w przedziałach wiekowych 20-24 lata oraz 55-59 lat. W roku 2013 liczba osób pracujących wynosiła 542 osoby, jako bezrobotni zarejestrowanych było 327 osób [25]. Gmina Koczalę położona jest w południowo-zachodniej części województwa pomorskiego. Jej powierzchnia wynosi 223km². Zamieszkuje ją 3467 ludności w tym 1735 kobiet. Liczba osób pracujących w gminie to ok. 452 osób, natomiast bezrobotnych - 333 osoby. Najliczniejszą grupę stanowią osoby w przedziale wiekowym 25-29 lat a także w wieku 55-59 lat [26]. Gmina Przechlewo leży zachodniej części województwa pomorskiego. Miejscowość o powierzchni 244km², licząca 6323 mieszkańców, liczba kobiet to 3135. Zarejestrowani pracujący to 1419, bezrobocie dotyczy 440 osób. Najwięcej ludności stanowią osoby w przedziale wiekowym 25-34 oraz 55-59 lat [27].

WYNIKI

Badanie rozpoczęto od weryfikacji, czy w miejscowości znajduje się salon kosmetyczny. 82% badanych ma dostęp do gabinetu w miejscu zamieszkania a 18% nie korzysta z usług w swojej gminie. Największa liczba osób korzystała z usług salonów znajdujących się w Człuchowie (63; 44%), Koczale (31; 22%) oraz Przechlewie (30; 21%). Część badanych wskazała, że z zabiegów korzysta w miejscowościach Chojnice (10; 7%) oraz Czarne (8; 6%). W gminie Rzeczenica nie było salonu kosmetycznego. Większość ankietowanych wybierała salony w miejscu swojego zamieszkania lub w odległości nie większej niż 5 km (82; 58%), respondenci wybierali także salony oddalone od 17 do 25 km od miejsca zamieszkania (32; 23%) oraz od 6 do 16 km (19; 13%). Najmniej liczną grupą były osoby dojeżdżające do gabinetu kosmetycznego ponad 25 km - 8 respondentów (6%) (Ryc.1).



Rycina 1. Odległość gabinetu kosmetycznego od miejsca zamieszkania.

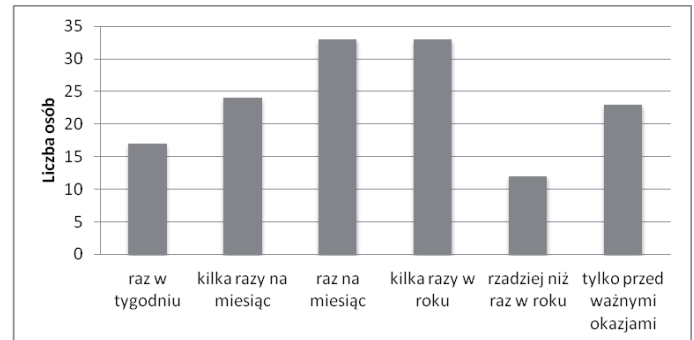
W gminie miejskiej wszyscy respondenci mieli dostęp do salonu kosmetycznego w swoim miejscu zamieszkania (63; 100%), w gminach wiejskich z usług w swojej miejscowości miały możliwość skorzystać 54 osoby (68,4%) natomiast 31,6% badanych korzystało z zabiegów poza miejscem zamieszkania (Tab. 3). Test chi kwadrat potwierdził istotność statystyczną uzyskanych wyników ($p \leq 0,05$).

Tabela 3. Zależność między miejscem zamieszkania a dostępnością do salonu kosmetycznego.

Rodzaj gminy	Salon kosmetyczny znajduje się w miejscu zamieszkania		Ogółem	Test chi kwadrat
	Tak	Nie		
Gmina miejska	n	63	0	63
	%	100%	0%	100,0%
Gmina wiejska	n	54	25	79
	%	68,4%	31,6%	100,0%
Ogółem	n	117	25	142
	%	82,4%	17,6%	100,0%

$\chi^2=24,197$
 $p=0,000$

Ankietowani korzystali z usług gabinetów kosmetycznych z różną częstotliwością. Najwięcej badanych uczęszczało do salonu raz w miesiącu (33; 23%), tyle samo badanych korzystało z usług kilka razy w roku. Kilka razy w miesiącu do gabinetu chodziło 17% respondentów. Tylko przed ważnymi okazjami na zabiegi decydowały się 23 osoby (16%). Najmniej ankietowanych korzystało z usług raz w tygodniu (17; 12%) (Ryc. 2).



Rycina 2. Częstotliwość korzystania z usług kosmetycznych w salonie.

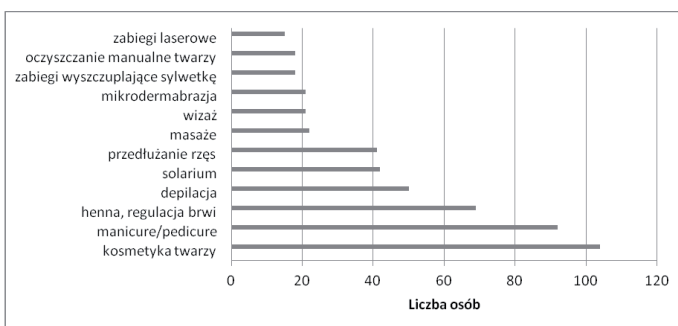
W tabeli 4 przedstawiono zależność między miejscem zamieszkania a częstością korzystania z usług kosmetycznych. W gminie miejskiej badani najczęściej decydowali się na zabiegi raz w miesiącu (30,2%). Najmniej osób stwierdziło korzystanie z usług rzadziej niż raz w roku (3,2%). W przypadku gmin wiejskich największa liczba respondentów decydowała się na skorzystanie z zabiegów tylko przed ważnymi okazjami (25,3%), najmniej osób (8,9%) udawało się do gabinetu raz w tygodniu. Istotną różnicą był fakt, że tylko 3 osoby (4,8%) zamieszkujące gminę miejską zdecydowało się na zabiegi tylko przed ważnymi okazjami, w przypadku gmin wiejskich była to znacznie większa część badanych - 25,3%. Test chi kwadrat wykazał istotność statystyczną wyników ($p \leq 0,05$).

Tabela 4. Zależność między miejscem zamieszkania a częstością korzystania z usług kosmetycznych.

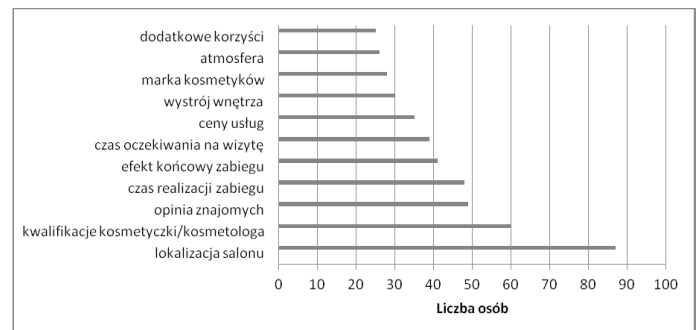
Rodzaj gminy	Częstość korzystania z usług kosmetycznych							Ogółem	Test chi kwadrat
	Raz w tygodniu	Kilka razy na miesiąc	Raz na miesiąc	Kilka razy w roku	Rzadziej niż raz w roku	Tylko przed ważnymi okazjami			
Gmina miejska	n	10	15	19	14	2	3	63	
	%	15,9%	23,8%	30,2%	22,8%	3,2%	4,8%	100,0%	
Gmina wiejska	n	7	9	18	15	10	20	79	$\chi^2=18,421$ p=0,002
	%	8,9%	11,4%	22,8%	19,0%	12,7%	25,3%	100,0%	
Ogółem	n	17	24	37	29	12	23	142	
	%	12%	16,9%	26,1%	20,4%	8,5%	16,2%	100,0%	

Najchętniej wybieranymi zabiegami kosmetycznymi była kosmetyka twarzy (104; 73%), zabiegi na dłonie i stopy - manicure i pedicure (92; 65%) oraz henna i regulacja brwi (69; 49%). Ankieterzy wskazali także depilację (50; 35%), wizyty w solarium (42; 30%) oraz przedłużanie rzęs (41; 29%). Usługami, z których respondenci korzystali z mniejszą częstotliwością były wizaż oraz mikrodermabrazja - po 11%, zabiegi wyszczuplające sylwetkę i oczyszczanie manualne twarzy - po 13% oraz zabiegi laserowe - 11% (Ryc. 3).

Najbardziej istotnym czynnikiem decydującym o wyborze salonu kosmetycznego była jego lokalizacja – 87 wskazań (61%) oraz kwalifikacje zawodowe, jakie posiada kosmetyczka / kosmolog - 60 (42%). Ankieterzy kierowali się także opinią znajomych - 49 (35%), czasem realizacji zabiegu - 48 (34%) oraz efektem końcowym zabiegu - 41 (29%). Najmniej istotnym czynnikiem dla badanych był wystrój wnętrza - 30 (21%) a także atmosfera i dodatkowe korzyści oferowane przy wyborze usługi – po 25 wskazań; 18% (Ryc. 4).



Rycina 3. Najchętniej wybierane zabiegi kosmetyczne.



Rycina 4. Czynniki decydujące o wyborze salonu kosmetycznego.

DYSKUSJA

Dokonano próby porównania wyników badań własnych z danymi dostępnymi w piśmiennictwie. Badanie jakie przeprowadzone zostało w roku 2008 przez Metelską i współautorów dotyczyło analizy preferencji i zachowań klientów gabinetów kosmetycznych w Polsce [1,2]. Obejmowało ono 118 salonów kosmetycznych znajdujących się na terenie całego kraju. Uzyskane wyniki wskazują między innymi na usługi cieszące się największym zainteresowaniem. Zabiegi pielęgnacyjne dłoni i stóp zaliczone zostały do najczęściej wykonywanych (około 29%), zabiegi pielęgnacyjne na twarz i ciało 24%. Równie często wskazywano na depilację (23,5%). Mniej popularna okazała się mikrodermabrazja (około 8%) oraz zabiegi wyszczuplające około 6%. Do najmniej popularnych usług należy laseroterapia (około 1%). W badaniu pytano również o częstość korzystania z usług gabinetów kosmetycznych. Największa ilość osób to korzystające z zabiegów regularnie, przynajmniej raz lub dwa razy w miesiącu (około 48%). Kolejną grupą byli klienci korzystający kilkanaście razy w roku (około 28%). Sklasyfikowano również osoby korzystające z usług kosmetycznych okazjonalnie (około 23%) [1, 2]. Wyniki uzyskane w badaniach własnych wskazują na kosmetykę pielęgnacyjną twarzy jako najchętniej

wybraną usługę (73%). Podobnie jak w przypadku badań Metelskiej i innych manicure i pedicure trafiły do grupy chętnie wybieranych zabiegów (65%), na depilację decyduje się 35% respondentów. Mikrodermabrazja była częściej wybieraną usługą (15%). Podobnie jak w przypadku badań z 2008 roku zabiegi z użyciem lasera były najmniej popularne wśród klientów salonów kosmetycznych (11%). Wyniki uzyskane w badaniu autorskim wskazują podobnie jak w badaniach Metelskiej i innych na największy udział osób korzystających z usług raz w miesiącu (23%). Kilka razy w roku na zabiegi decyduje się 23% ankietowanych, tylko przed ważnymi okazjami z usług korzysta 16% respondentów [3]. W badanych autorskich nie wykazano znacznych różnic pomiędzy osobami mieszkającymi w gminie miejskiej a mieszkańcami gmin wiejskich. W trakcie V Kongresu Obywatelskiego w roku 2010 podjęto temat polskiego stylu życia. Porównywano między innymi życie w mieście i na wsi. Według Podedwornej w świadomości społecznej zaobserwować można różne obrazy stylu życia na wsi. W ciągu ostatnich 30 lat doszło do istotnych zmian, pojawiły się nowe kategorie mieszkańców, którzy reprezentują nowe zawody, a także zgłaszają popyt na dotychczas niepopularne potrzeby [28].

W badaniach przeprowadzonych przez Centrum Badania Opinii Społecznej w 2013 roku stwierdzono, że polska wieś podlega dynamicznym procesom dezagrarnizacji, deruralizacji a także kształtowania nowego modelu agrarnego [29]. Ma to istotny wpływ na charakter zachowań konsumpcyjnych mieszkańców wsi. Niezależnie od miejsca zamieszkania rynek usług kosmetycznych ulega ciąglemu rozwojowi, poprzez co modyfikuje styl życia mieszkańców wsi i miast [29].

WNIOSKI

Osoby mieszkające w mieście i mające stały dostęp do usług kosmetycznych korzystają z nich głównie raz w miesiącu. Badani zamieszkujący gminy wiejskie decydują się na skorzystanie z usług tylko przed ważnymi okazjami. Do najchętniej wybieranych zabiegów należą kosmetyka twarzy oraz manicure/pedicure. Mieszkańcy miasta częściej decydują się na zabiegi laserowe, mieszkańcy gmin wiejskich na mikrodermabrazję.

PIŚMIENNICTWO

1. Metelska J., Rauer K., Kus K.: Jakość jako czynnik decydujący o powodzeniu gabinetu kosmetycznego. *Pol J Cosmetol* 2008;11(3): 174-82.
2. Metelska J., Rauer K., Nowakowska E.: Klient a rynek usług kosmetycznych. *Pol J Cosmetol* 2008;11(2): 121-39.
3. Metelska J., Matecka M.: Komunikacja jako czynnik determinujący satysfakcję klienta w salonie kosmetycznym. *Pol J Cosmetol* 2010;13(1): 10-9.
4. Cabaj-Bonicka J., Raport: Franczyza w branży fryzjersko-kosmetycznej 2010, Dostępny w: <http://www.arss.com.pl/pl/publikacje/265-raport-franczyza-w-branzy-fryzjersko-kosmetycznej-2010> [przełączany: 15.05.2015].
5. Newerli-Guz J.: Zachowanie konsumentów na rynku usług kosmetycznych- wybrane aspekty, w: Rosa G., Smalec A., Wanagos M. (red.): Konsument na rynku usług, Zeszyty Naukowe nr 64, Problemy zarządzania, finansów i marketingu nr 22, Szczecin: Wydawnictwo Naukowe Uniwersytetu Szczecińskiego, 2011.
6. Grobelna A., Marciszewska B.: Rola usług Spa & Wellness w kreowaniu pozytywnych doświadczeń konsumentów na przykładzie produktów hotelowych. *Polityki Europejskie, Finanse i Marketing* 2013;9(58): 184-95.
7. Kaleta A.: Hotelarstwo Spa i Wellness jako rozwojowy produkt przemysłu czasu wolnego – wybrane aspekty. *Zarządzanie i Finanse* 2012;1,(2): 361-71.
8. Mruk H.: Makrotrendy a zdrowie społeczne. W: Głowacka M.D. (red.): Zmiany w ochronie zdrowia. Promocja. Edukacja. Terapia. Zarządzanie, Poznań: Wyd. Uniwersytetu Medycznego im. K. Marcinkowskiego; 2006.
9. Krzysztozek J., Matecka M.: Profil wymagań kompetencyjnych w zawodzie kosmologa. *Pol J Cosmetol* 2010;13(4): 242-57.
10. Plichta D., Śpiewak R.: Edukacja zdrowotna i promocja zdrowia w gabinecie kosmologicznym. *Estetol Med Kosmetol* 2012;2(2): 44-9.
11. Woszczyk P.: Ciało, kosmetyki, ubranie... atrakcyjny wygląd w opiniach starszych kobiet. *Acta Universitatis Lodzianensis Folia Sociologica* 2009;34: 185-204.
12. Centrum Badania Opinii Społecznej, Polak zadbany - troska o sylwetkę i własne ciało, Warszawa: CBOS; 2009.
13. Noszczyk M.: Kosmologia pielęgnacyjna i lekarska. Warszawa: Wydawn. Lekarskie PZWL; 2013.
14. Lubkowska B., Grobelna B., Maćkiewicz Z.: Testing of peptides with moisturizing properties in hydrogel masks on a pig skin. *Polish Journal of Applied Chemistry* 2011;4(55): 105-13.
15. Aktere F., Ibanez J.: Necrosis, gangrene, amputation: All from a manicure? *JPRAS* 2015;1(68): 25-6.
16. Michelle S. Zhubrak, Timothy K. Fisher, David G. Armstrong: Pedal Pathology Potentiated by Personal Pedicure Procedures in the Presence of Painless Peripheral Neuropathy. *JAPMA* 2013;5(103): 448-50.
17. Anton C. de Groot: Side-effects of henna and semi-permanent 'black henna' tattoos. *Contact Dermatitis* 2013;1(69): 1-25.
18. Mróz S.: ABC D(epilacji). *Kosmologia Estetyczna* 2015;1(4): 83-4.
19. Babicka A.: „Sztuczne” znaczy „piękne” – postmodernistyczna stygmatyzacja natury. W: Wokół

- problemu płci i gender. Szczecin: Wydawn. Naukowe Uniwersytetu Szczecińskiego; 2011.
20. Kordus K., Potempa B., Śpiewak R.: Badania motywów wyboru rodzajów mikrodermabrazji oraz opinii o ich skuteczności w praktyce kosmetycznej. *Estetol. Med. Kosmetol* 2011;1(1): 21-6.
 21. Amano, Yuki MD, Sugimoto, Yuka MD, Sugita, Minoru MD: Ocular Disorders Due to Eyelash Extensions. *Cornea*, February 2012;2(31): 121-5.
 22. Kępa. A.: Kawitacja ultradźwiękowa- w redukcji nadmiaru tkanki tłuszczowej. *Kosmetol. Estet* 2012;2: 123-6.
 23. Draelos Z.D., Pugliese P.T., Lasery W: Pytrus B., Chlebus E. (red.): Fizjologia skóry teoria i praktyka. Warszawa: Wydawn. MedPharm Polska; 2014.
 24. Starostwo Człuchów, 2012, <http://www.starostwo.czluhow.org.pl/> [przełgądany: 10.06.2015]
 25. Urząd Gminy w Rzeczenicy, http://www.rzeczenica.pl/index.php?option=com_content&view=article&id=96&Itemid=95 [przełgądany: 13.05.2015].
 26. Samorząd-Gmina Koczala, <http://www.koczala.pl/samorzad/gmina-koczala/podstawowe-informacje/> [przełgądany: 13.05.2015].
 27. Urząd statystyczny w Gdańsku, http://gdansk.stat.gov.pl/vademecum/vademecum_pomorskie/portrety_gmin/powiat_czluhowski/przechlewo.pdf [przełgądany: 13.05.2015].
 28. Podedworna H.: Styl życia mieszkańców wsi. W: Polskie style życia. Między miastem a wsią. Gdańsk: V Kongres Obywatelski; 2010.
 29. Hipsz N.: Komunikat z badań: Wieś Polska - postawy, styl życia. Warszawa: Centrum Badania Opinii Społecznej; 2013., Grobelna B., Maćkiewicz Z.