

샵 창업 시 중요사항에 따른 피부관리샵 운영 특성 및 직업만족도

김봉섭¹, 이재남^{2*}

¹건국대학교 대학원 휴먼이미지학과, ²건국대학교 산업대학원 향장학과

A Study on The Characteristics of Aesthetic Salon Operation and Job Satisfaction by Important Aspects in Launching Aesthetic Salon Business

Bong-Sub Kim¹, Jae-Nam Lee^{2*}

¹Dept of Human of image Graduate School, Konkuk University

²Dept. of Cosmetology Graduate School, Engineering Konkuk University

요약 본 연구는 샵 창업 시 중요사항에 따른 피부관리샵 운영 특성 및 직업만족도에 대한 차이를 살펴보고, 보다 나은 소규모 피부관리샵 운영을 위한 기초자료를 제공하고자 하였다. 연구대상은 현재 전국 각 지역에서 소규모 피부관리샵을 운영중인 원장들을 대상으로 2016년 1월~ 3월의 기간을 두고 설문조사를 실시하였다. 연구결과, 샵 창업 시 교통수단 및 주차편리성을 중요사항으로 생각한 운영자들이 오랜 근무년수, 샵 운영기간, 높은 월 고정수입, 최고수익의 비율이 각각 가장 높았다. 직업만족도($F=3.223$, $p<.05$)에서는 창업 시 중요사항으로 유동인구를 중요하게 생각하는 운영자가 가장 높았고 ($M=4.11$), 투자비용을 중요하게 생각하는 운영자의 직업만족도가 가장 낮았다($M=3.41$). 세부적으로 직업 재선택 의향 ($F=2.960$, $p<.05$)에서는 교통수단 및 주차편리성($M=3.95$)을 샵 창업 시 중요하게 생각하는 운영자가 가장 높았다. 따라서 샵 창업 시 중요사항에 따른 안정적인 운영을 위해서는 유동인구가 많고, 교통수단 및 주차 편의성이 높은 위치와 고객 접근성으로 고객의 접근성과 직업만족도를 높이는 것이 필요할 것이다. 또한 후속 연구에서는 운영특성에 따른 마케팅 전략에 관한 지속적인 노력과 연구가 수반되어야 할 것으로 사료된다.

Abstract The purpose of this study was to investigate the differences in the characteristics of the aesthetic salon operation and job satisfaction according to important considerations in opening aesthetic salons as well as to provide basic data for improving the operation of the salons. Toward this aim, a questionnaire survey was conducted for owners of small aesthetic salons across South Korea from January- March, 2016. Results were as follows: Among those who identified means of transportation and parking convenience as key considerations in launching aesthetic salon businesses, length of service, length of business operation, monthly fixed revenue and proportion of the highest profit were highest. Job satisfaction ($F=3.223$, $p<.05$) was highest ($M=4.11$) among those that responded 'floating population' as a primary component in launching aesthetic salon businesses, and lowest among owners who mentioned 'cost of investment' ($M=3.41$). Specifically, job mobility ($F=2.960$, $p<.05$) was the highest among respondents who selected means of transportation and parking convenience ($M=3.95$) as key criteria in launching aesthetic salon business. For the stable operation of an aesthetic salon, a location with high floating population, good transportation, parking convenience, high levels of customer access, and job satisfaction are critical factors. In addition, future studies should examine marketing strategies by operating characteristics.

Keywords : small aesthetic salons, transportation, parking convenience, Job satisfaction, reselect the job, accessibility

*Corresponding Author : Jae-Nam Lee(Konkuk Univ.)

Tel: +82-2-450-3596 email: jn386@konkuk.ac.kr

Received November 16, 2017

Revised (1st December 15, 2017, 2nd January 12, 2018)

Accepted February 2, 2018

Published February 28, 2018

1. 서론

우리나라는 1980년대 말부터 다이어트와 건강, 피부 관리에 대한 소비자의 관심에 따라 소규모 피부관리실(피부관리샵)이 출현하게 되었고, 현대인들의 미적 욕구를 충족시켜 주며 오늘날에 이르렀다.

최근의 국내 피부미용 시장은 인터넷쇼핑 및 홈쇼핑의 발달로 화장품 및 개인용 미용기기의 수요가 증가하고 있으며, 나날이 대형업체나 프랜차이즈 형태가 늘어가고 있는 추세이다. 이렇듯 피부미용 시장은 외형과 규모면에서 놀라운 발전을 가져왔으나, 사회 전반적인 부익부 빈익빈 현상에 의해 대형과 소형, 고가관리실과 저가관리실로 규모와 관리비용에서 극과 극으로 분류된 형태를 보인다[1]. 이러한 피부미용시장에서 소규모 피부관리샵이 유지되고 발전하기 위해서는 합리적인 경영관리를 통한 서비스품질 향상과 효율적인 인력관리 또한 함께 이루어져야 한다. 실제로 경쟁력을 갖추지 못한 피부관리샵들의 폐업이 속출하고 있으며[2], 현재 우리나라의 피부미용 기본 시장인 소규모 동네 피부관리샵은 장기적인 경기침체와 불경기로 인한[1] 경영악화로 안정성이 크게 위협받고 있는 상황이다. 또한 피부미용 국가자격증이 도입된 이후 더욱 무분별한 창업으로 양적팽창을 가져왔고, 이로 인한 경쟁이 심화됨에 따라[3] 관리단가가 하락, 국내의 화장품의 원가상승, 소셜커머스 및 홈쇼핑 발달 등으로 가계의 불안정한 수입구조를 만들었다.

국가통계청[4]에서 제시하여 주고 있는 시도 종사자 규모별 피부미용업의 산업체수를 보면 2011년이 14,232개, 2012년 15,363, 2013년 15,511개, 2014년에는 15,618개로 매년 증가 추세를 보이고 있다. 또한 1~4인의 종사자를 두고 운영되고 있는 소규모 피부미용업종 사업체 수도 2011년 13,781개, 2012년 14,814개, 2013년 14,968개, 2014년 15,038개로 전국적으로 피부미용업의 사업체가 증가함에 따라 소규모 피부미용업의 수도 증가하고 있다는 것을 알 수 있다. 이러한 현상은 불안정한 수입구조의 문제점 해결을 위해 인건비 감소를 최우선으로 직원을 감축시킨 1인 관리샵 형태의 소규모 운영이 증가하고 있다는 것이다.

이러한 피부미용 시장이 증가하고 있는 실정에서도 고객들은 합리적인 가격과 서비스품질 및 서비스 등의 모든 면에서 높은 만족감을 줄 수 있는 피부관리샵을 선택하고 있다. 하지만 불특정 다수를 대상으로 전신 즉 피

부와 모발 등의[5] 인체를 관리하는 업종인 만큼 오랜 현장 실무 경험과 전문성을 갖추기[6], 고객들이 만족할 수 있는 비용의 시설킨리와 프로그램이 체계화된 소규모 피부관리샵은 많지 않은 상황이다[7].

따라서 소규모 피부관리샵은 고객들의 욕구와 만족감 향상을 위해 서비스 경영개선이 필요하다. 세분화되고 과학적인 분석으로 급변하고 있는 경영환경과 고객성향에 발맞춰 능동적인 대처로 향상된 서비스 품질을 제공할 수 있어야 한다.

피부관리샵에 나타나는 서비스품질 요인은 전문성과 점포이미지로 분류된다[8]. 피부관리샵의 경영성과는 전문화된 기술력 못지않게 서비스 이용과정의 편리성인 피부관리샵의 위치, 주차의 용이성, 교통수단의 편의성, 투자비용 등의 물리적 환경 및 전반적인 서비스품질 등이 고객만족의 중요 요소 중에 하나이며(9), 샵 창업 시 고려해야 할 요소이다. 이러한 요소들은 지속적으로 고객을 유지할 수 있는 선행변수로 시장에서의 경쟁적 우위를 가질 수 있는 중요한 요인이다. 그러므로 이를 피부관리샵 운영에 잘 적용할 수 있다면 어려운 상황 속에서도 분명히 성공적인 소규모 피부관리샵 운영을 이끌어갈 수 있을 것이다[7].

현재까지 피부관리실(피부관리샵)에 대한 선행논문으로는 피부미용실 서비스의 고객만족도[10], 피부관리실 이용실태 및 개선에 관한 연구[11], 피부관리샵 이용 행태와 고객서비스만족도 및 선호도[12][13], 여성들의 피부관리실 이용행태와 서비스 이용만족도에 관한 연구[13] 등의 이용실태 및 고객만족도에 관한 연구들이 주를 이루고 있으며, 창업 시 피부관리샵 운영에 관한 연구는 미미한 실정이다.

따라서 본 연구는 전국 각 지역에서 현재 소규모 피부관리샵을 운영하고 있는 원장들을 대상으로 설문조사를 통해 샵 창업 시 중요사항에 따른 피부관리샵 운영 특성 및 직업만족도에 대한 차이를 살펴보고자 한다. 또한 창업을 희망하는 피부미용종사자들에게 올바른 정보를 제공해줌으로써 보다 안정적인 소규모 피부관리샵 창업과 운영을 위한 기초자료를 제공하고자 한다.

2. 이론적 배경

2.1 직업만족도

피부미용업은 인적 의존도가 높은 사업인 만큼 종사자의 태도와 노력이 고객만족을 이끌어 내는 요인이 된다. 때문에 피부미용 종사자의 직업만족은 서비스의 질적 향상으로 이어지고 직업성취를 높이게 되며, 종사자 개인적으로는 생활만족도를 높이는 요인으로 작용하게 된다[14].

직업만족도에 대한 최근 개념을 살펴보면, Shin[15]은 조직 구성원들이 직무를 수행하는 과정이나 결과에서 심리적, 사회적, 환경적 상황의 복합적인 작용요인에 의하여 직무에 대한 욕구충족과 이에 대한 관심의 열의 그리고 호의의 제도라고 정의하였다.

Hwang[16]은 자신이 수행하는 직무의 내용, 역할에 따른 욕구충족 결과를 평가하여 얻는 기쁨, 정서 등의 총체적인 감정 상태라고 정의 하였다. 또한 Lee[17]는 창업가나 노동자가 수행하는 직무에 어느 정도 몰두하고 있는 열의와 업무를 수행하면서 얻는 행복에 대한 만족도라고 정의 하였다. 이렇듯 직업만족에 대한 정의를 종합해 보면 직무만족은 한 개인이 직무에서 원하는 것과 실제 얻는 것과의 비교를 나타내는 개념으로 파악하고 있기 때문에 직업만족은 주관적 개념이라는 것이다[14].

피부미용사는 다른 전문 직종에 비해 근무시간, 휴일수, 임금, 복리후생 등 여러 조건이 열악함에도 불구하고, 독자적인 창업을 하여 결혼 후에도 자영업 형태로 계속적인 유지를 할 수 있다. 이러한 이유로 인해 많은 피부미용사들의 직업만족이 높은 것으로 알려져 있다[18].

이렇듯 피부미용사들은 현재 상태에 영향을 미치는 것 뿐 아니라, 직업에 대한 자부심으로 미래에 대한 기대가 직무만족[19] 나아가 직업만족도에 영향을 미치는 것을 알 수 있다. 따라서 경영자들은 근무환경 등에 많은 투자와 배려, 체계적인 관리시스템으로 근무환경을 개선하여[14] 피부미용사들이 직업에 대한 자부심과 미래가치를 갖고 직업만족도를 향상시킬 수 있도록 해야 한다. 직업만족감이 충만할 때 원장과 구성원인 피부미용사는 일에 대한 보람을 갖고[17] 적극적인 자신의 직업에 임할 수 있다.

2.2 업무만족도

업무만족도는 일반적으로 개인이 조직 내에서 맡고 있는 업무를 수행하면서 욕구와 필요를 충족시켰을 때 느끼는 만족정도를 의미한다[20].

학자들은 업무만족을 개인의 감정, 신념, 태도, 성취

감과 같은 심리적 측면을 중시한 정의와 보상 등에 대한 인지수준을 기준으로 하여 업무만족을 정의하고 있다[21].

대부분의 경영자들은 업무만족이 구성원의 성과에 결정적 영향을 미친다고 보고 하였고, 개인이 직무에 만족할 때 외부환경 변화에 대해 긍정적이며[22], 업무에 만족하는 종사자는 능률적이고 창의적이므로 생산성 제고에 크게 기여한다고 하였다.

피부미용 산업에 있어서는 서비스 생산자인 원장 및 피부미용사의 업무만족이 그들의 생산물인 서비스의 질에 결정적인 영향을 미치는 요소로 작용한다[23]. 또한 피부미용 종사자의 직업준중감이 높아지면 피부미용인의 업무 만족도가 상승하고[24], 업무환경개선이 서비스의 질과 고객서비스 향상을 초래하여 샵 매출 증가, 직원들의 급여상승 효과를 가져오며 업무만족도를 높인다[25].

업무환경이 업무만족에 미치는 영향을 살펴보면 근무조건, 직업안정성, 조직 환경, 등 업무 환경과 관련한 요인들이 업무만족에 영향을 미친다. 이러한 업무만족의 결과는 피부미용 종사자의 이직의도에 영향을 있다[26, 27]. 이직의도는 직무(업무)수행에서 자신의 직무에 대해 감정적으로 표출하는 일종의 정서적인 반응으로[28] 직무만족이 높을수록 이직의도가 낮다[29]. 따라서 이는 직업의식과 자부심, 직장 내 인적관계, 적절한 직업 환경이 무엇보다 피부미용사들이 건강하게 오랫동안 업무를 수행하는데 있어 중요한 요인이라는 것을 알 수 있다[17].

3. 연구방법

3.1 연구대상 및 방법

본 연구는 전국 각 지역에서 현재 소규모 피부관리샵을 운영중인 1인 관리실 원장과 직원 1~2명을 두고 운영하는 원장들 200여명을 연구대상으로 선정하였다. 자료 조사는 설문을 통하여 진행하였고 자기기입식 설문지 기법을 이용하였다. 이후 설문지는 연구자가 작성자에게 직접 회수하는 방법을 이용하여 2016년 1월~3월의 기간을 두고 자료를 수집하였다.

3.2 설문지 구성

본 연구를 위한 설문지의 설문 문항은 선행논문이나

현실적 상황을 고려하여 연구자가 개발한 문항을 연구 취지에 맞게 수정 보완하여 사용 하였다.

피부관리샵 운영자의 일반적 특성 문항은 선행 연구자 Kim[30]의 연구에서 4문항을 참고 하였고, 피부관리샵 운영특성 문항은 선행 연구자 Gang[25]의 3문항, Jung[1]의 3문항, Lee[31]의 1문항, 연구자 개발 3문항을 참고하여 수정 보완 하였다. 또한 샵 창업 시 중요사항 문항은 선행 연구자 Park와 Ji[32]의 3문항, Jung[1]의 연구 2문항을 참고 하였고, 직업만족도 문항은 선행 연구자 Choi[33]의 1문항, Kim[19]의 1문항, 연구자 개발 1문항을 참고하여 수정 보완하여 사용 하였다.

3.3 측정도구

본 연구는 선행논문이나 현실적 상황을 고려하여 연구의 목적에 맞게 제작한 설문지를 사용 하였으며, 측정도구의 타당성/신뢰성을 검증하였다.

신뢰성의 측정방법은 동일한 측정도구를 동일한 대상에 시간을 달리하여 적용결과를 비교하는 검증-재검증, 항목분할 측정치의 상관도, 내적 일관성 등이 있다[2]. 본 연구에 사용된 측정도구 신뢰성은 Cronbach's α 계수를 이용하여 분석하였다. 일반적으로 신뢰도의 척도인 Cronbach's α 값에 대한 통일된 절삭(cut-off) 기준은 없으나 예비적 조사연구에서 Cronbach's α 계수가 0.5~0.6 정도면 인정할 수 있는 수준이며, 0.7 이상이면 신뢰성이 인정된다고 하였다[32]. 본 연구의 직업만족도에 대한 문항의 신뢰성을 평가한 결과, 신뢰도 계수는 0.943으로 나타나 높은 수준의 신뢰성이 인정되는 것으로 볼 수 있다(Table 1).

Table 1. Reliability of Job Satisfaction

Classification	Number of questions	Cronbach's α
Job satisfaction	3	0.943

3.4 자료통계 분석

본 연구를 수행하는데 있어 측정된 자료는 SPSS WIN. 21.0 (Statistical Package for Social Science)을 이용하여 다음과 같이 그 결과를 분석하였다.

첫째, 피부관리샵 운영자의 일반적 특성과 피부관리샵 운영 특성, 샵 창업 시 중요사항을 알아보기 위하여 빈도분석(Frequency analysis)을 실시하였다.

둘째, 직업만족도 대한 신뢰도는 Cronbach's 의 α 계수로 판단하였다.

셋째, 샵 창업 시 중요사항에 따른 피부관리샵 운영 특성의 차이를 살펴보기 위하여 카이스퀘어 검정(χ^2)을 실시하였다.

넷째, 샵 창업 시 중요사항에 따른 직업만족도 차이를 알아보기 위하여 일원변량분석(one-way ANOVA)을 실시하였으며, Scheffe의 다중범위 검정(Scheffe's multiple range test)을 통하여 $p < .05$ 에서 유의한 차이를 검정하였다. 본 연구의 실증분석은 모두 유의수준 5%에서 검증하였다.

4. 연구결과

4.1 연구대상자의 일반적 특성

피부관리샵 운영자의 일반적 특성을 빈도분석(Frequency Analysis)을 통해 살펴본 결과는 <Table 2>과 같다. 연구대상자 213명의 일반적인 특성을 파악한 결과에서 성별은 '여성' 195명(91.5%), '남성'이 18명(8.5%) 으로 나타났고, 연령은 '40-50세 미만'이 98명(46.0%), '30-40세 미만'이 73명(34.3%), '50세 이상'이 128명(3.1%), '20-30세 미만'이 14명(6.6%) 순으로 나타났다. 결혼상태는 '미혼'이 78명(36.6%), '기혼'이 135명(63.4%)으로 나타났고, 학력은 '4년제 졸업'이 27.7%, '대학원졸업'이 25.4%, '전문대졸업'이 23.5%, '고졸'이 22.5% 순으로 조사되었다.

Table 2. Aesthetic Salon Owners' General aracristics

Classification		frequency (N)	percent age (%)
Sex	female	195	91.5
	male	18	8.5
Age	20-30 years under	14	6.6
	30-40 years under	73	34.3
	40-50 years under	98	46.0
	50 years Over	28	13.1
marital status	single	78	36.6
	married	135	63.4
Education	Primary school graduate	2	.9
	High school graduate	48	22.5
	Graduated college	50	23.5
	Four-year graduation	59	27.7
	Graduate school graduation	54	25.4
All		213	100.0

Table 3. Characteristics of Aesthetic Salon Operation

Classification		frequency (N)	percentage (%)
Working years	Less than 3 years	40	18.8
	Less than 3-5 years	30	14.1
	Less than 5-7 years	26	12.2
	Less than 7-10 years	27	12.7
	More than 10 years	90	42.3
Number of times shop moved	number 0	68	31.9
	number 1	50	23.5
	number 2	39	18.3
	number 3	32	15.0
	More than 4	24	11.3
Reason for migration (All=145)	Local move	37	25.5
	Because of the competition	8	5.5
	Expand Before	38	26.2
	personal issues	54	37.2
	Etc	8	5.5
Monthly fixed income	Less than 150 Yuan	20	9.4
	Less than 150-300 Yuan	76	35.7
	Less than 300-500 Yuan	62	29.1
	Less than 500-700 Yuan	10	4.7
	Over 700 Yuan	45	21.1
Highest return	Less than 10-300 Yuan	32	15.0
	Less than 300-500 Yuan	44	20.7
	Less than 500-700 Yuan	32	15.0
	Less than 700-1000 Yuan	32	15.0
	More than 1000 Yuan	73	34.3
Number of employees	none	106	49.8
	1-2 people	82	38.5
	3-4 people	25	11.7
The shop is running	Rising sales	52	24.4
	Expand new customers	44	20.7
	Service Satisfaction	87	40.8
	technique	16	7.5
	Relationship with Employees	14	6.6
Shop operation period	Less than 1 year	22	10.3
	Less than 1-3 years	58	27.2
	Less than 3-5 years	42	19.7
	Less than 5-7 years	28	13.1
	Less than 7-10 years	22	10.3
	More than 10 years	41	19.2
Main customer's skin care frequency	Twice a week	27	12.7
	Once a week	144	67.6
	Once every two weeks	12	5.6
	Once a month	4	1.9
	One time when you think	24	11.3
	Etc	2	.9
Customer's skin care time zone	10 am - 12 am	58	27.2
	12:00 - 2:00 pm	2	.9
	2:00 - 4:00 pm	20	9.4
	4-6 pm	20	9.4
	6-9 pm	89	41.8
	After 9 pm	2	.9
	Etc	22	10.3
	All	213	100.0

4.2 피부관리샵 운영 특성

피부관리샵 운영 특성에 대하여 빈도분석(Frequency analysis)을 통해 살펴본 결과는 <Table 3>와 같다. 피부 미용관리실 근무년 수는 ‘10년 이상’이 90명(42.3%)으로 가장 많았고, ‘3년 미만’ 40명(18.8%), ‘3-5년 미만’ 30명(14.1%), ‘7-10년 미만’ 27명(12.7%), ‘5-7년 미만’ 26명(12.2%) 순으로 나타났다. 피부관리샵을 운영하며 이전한 횟수는 ‘0번’이 68명(31.9%), ‘1번’은 50명(23.5%), ‘2번’은 39명(18.3%), ‘3번’은 32명(15.0%), ‘4번 이상’은 24명(11.3%) 순으로 나타났다. 이전 이유로는 ‘개인 사정’이 54명(37.2%)으로 가장 많았고, ‘확장이전’이 38명(26.2%), ‘지역이동’이 37명(25.5%), ‘경쟁이 심해서’와 ‘기타’는 각각 8명(5.5%)으로 나타났다. 현재 고정 월 수입은 ‘150-300만원 미만’이 76명(35.7%), ‘300-500만원 미만’ 62명(29.1%), ‘700만원 이상’이 45명(21.1%), ‘150만원 미만’이 29명(9.4%), ‘500-700만원 미만’이 10명(4.7%) 순으로 나타났다. 최고수익은 ‘1000만원 이상’이 70명(34.3%)으로 가장 많았고, ‘300-500만원 미만’이 44명(20.7%), ‘100-300만원 미만’과 ‘500-700만원 미만’, ‘700-1000만원 미만’이 각각 32명(15.0%) 순으로 나타났다. 직원 수는 직원이 없는 1인 샵 운영자가 106명(49.8%)로 가장 많았고, ‘1-2명’이 82명(38.5%), ‘3-4명’이 25명(11.7%) 순이었으며, 일하면서 가장 보람을 느꼈던 적은 ‘서비스 만족’이 87명(40.8%), ‘매출상승’이 52명(24.4%), ‘신규고객 확대’가 44명(20.7%) 순이었고, ‘테크닉’은 16명(7.5%), ‘직원들과의 관계’는 14명(6.6%)이었다. 피부관리샵 운영 총 기간은 ‘1-3년 미만’이 58명(27.2%), ‘3-5년 미만’ 42명(19.7%), ‘10년 이상’ 41명(19.2%), ‘5-7년 미만’ 28명(13.1%), ‘1년 미만’과 ‘7-10년 미만’이 각각 22명(10.3%) 순으로 나타났다. 주 고객의 피부관리 빈도는 ‘주 1회’가 67.6%로 가장 많았고, ‘주 2회’는 27명(12.7%), ‘생각날 때 한번 씩’은 24명(11.3%)이었으며, 고객의 피부관리 시간대는 ‘오후 6-9시’가 89명(41.8%), ‘오전 10시-12시’가 58명(27.2%) 이었고, ‘기타’는 22명(10.3%)으로 나타났다.

4.3 샵 창업 시 중요사항

샵 창업 시 중요사항을 빈도분석(Frequency Analysis)으로 살펴본 결과는 <Table 4>와 같다. 샵 창업 시 가장 우선적으로 생각한 것은 ‘상권’이 46.9%로 가장 많았고, 이어서 ‘주차의 용이성’이 19.2%, ‘유동인구’가 14.1%,

‘투자비용’이 12.2%, ‘교통수단의 편의성’이 7.5% 순이었다.

Table 4. Important Aspects in Launching Aesthetic Salon Business

Classification	frequency (N)	percentage (%)
Important Aspects in Launching Aesthetic Salon Business	Floating population	30 14.1
	Commercial	100 46.9
	Convenience of transportation	16 7.5
	Ease of parking	41 19.2
	Cost of investment	26 12.2
All	213	100.0

4.4 직업만족도

직업만족도 대한 신뢰도를 Cronbach’s α 의 계수로 판단하여 살펴본 결과는 <Table 5>와 같다.

직업만족도 전체의 평균은 3.83으로, ‘직업에 대한 자부심’(M=3.92), ‘업무 만족’(M=3.88), ‘직업 재선택 의향’(M=3.69) 순으로 직업만족도가 높았다.

Table 5. Confidence in Job Satisfaction

Classification	Mean	SD
task satisfaction	3.88	1.13
Job satisfaction		
Pride in a job	3.92	1.07
intention to reselect the job	3.69	1.13
Job satisfaction	3.83	1.05

4.5 연구문제 검증

4.5.1 창업 시 중요사항에 따른 피부관리샵 운영 특성의 차이

샵 창업 시 중요사항에 따른 피부관리샵 운영 특성의 차이를 살펴보기 위하여 카이스케어 검정(χ^2)을 실시한 결과는 <Table 6>와 같다. 샵 창업 시 중요사항에 따른 근무년수($\chi^2=38.286, p<.001$)와 샵 이전 이유($\chi^2=22.296, p<.01$), 월 고정수입($\chi^2=23.758, p<.01$), 최고수익($\chi^2=51.475, p<.001$), 직원 수($\chi^2=16.976, p<.01$), 샵을 운

영하며 느낀 보람($\chi^2=25.693, p<.05$), 샵 운영기간($\chi^2=41.637, p<.001$)의 차이는 유의미한 것으로 나타났다. 그러나 샵 이전 횟수, 주 고객의 피부관리 빈도, 피부관리 시간대의 차이에서는 유의미하지 않은 것으로 나타났다($p>.05$).

근무년수($\chi^2=38.286, p<.001$)의 샵 창업 시 중요사항이 유동인구와 상권, 교통수단 및 주차 편리성인 운영자는 ‘10년 이상’이 각각 40.0%, 44.0%, 45.6%로 가장 높았고, 투자비용인 운영자는 ‘3년 미만’이 46.2%로 가장 높았다. 샵 이전 이유($\chi^2=22.296, p<.01$)로 샵 창업 시 중요사항이 유동인구인 운영자는 ‘확장이전’과 ‘개인사정’이 각각 36.4%이었고, 상권과 투자비용이 중요한 운영자는 ‘개인사정’이 각각 40.6%, 75.0%로 높았으며, 교통수단 및 주차 편리성이 중요한 운영자는 ‘지역이동’이 34.9%로 가장 높은 것으로 나타났다. 월 고정수입($\chi^2=23.758, p<.01$)이 유동인구와 상권이 중요한 운영자는 ‘300만원 미만’이 각각 46.7%, 54.0%이었고, 교통수단 및 주차 편리성이 중요한 운영자는 ‘700만원 이상’이 33.3%로 가장 높았으며, 투자비용이 중요한 운영자는 ‘300만원 미만’과 ‘300-500만원 미만’이 각각 46.2%로 월 고정수입이 가장 높았다. 최고수익($\chi^2=51.475, p<.001$)으로 유동인구와 상권, 교통수단 및 주차 편리성이 중요한 운영자는 ‘1000만원 이상’이 각각 40.0%, 28.0%, 47.4%로 가장 높았고, 샵 창업 시 중요사항이 투자비용인 운영자는 ‘100-300만원 미만’이 53.8%로 가장 높았다. 직원 수($\chi^2=16.976, p<.01$)의 샵 창업 시 중요사항이 유동인구인 운영자는 ‘없음’과 ‘1-2명’이 각각 40.0%이었고, 상권과 투자비용이 중요한 운영자는 ‘없음’이 각각 54.0%, 61.5%로 가장 높았으며, 교통수단 및 주차 편리성이 중요한 운영자는 ‘1-2명’이 56.1%로 가장 높은 것으로 나타났다. 샵을 운영하며 느낀 보람($\chi^2=25.693, p<.05$)의 샵 창업 시 중요사항이 유동인구와 상권, 교통수단 및 주차 편리성인 운영자는 ‘서비스 만족’이 각각 53.5%, 42.0%, 33.3%로 가장 높았고, 투자비용이 중요한 운영자는 ‘신규고객 확대’와 ‘서비스 만족’이 각각 38.5%로 가장 높았다. 샵 운영기간($\chi^2=41.637, p<.001$)에 대해 샵 창업 시 중요사항이 유동인구와 상권, 투자비용인 운영자는 ‘3년 미만’이 각각 46.7%, 36.0%, 61.5%로 가장 높았으며, 교통수단 및 주차 편리성이 중요한 운영자는 ‘10년 이상’이 36.8%로 가장 높은 것으로 나타났다.

Table 6. Differences in the Characteristics of Aesthetic Salon Operation by Important Aspects in Launching Aesthetic Salon Business

Classification	Floating population		Commercial		transportation /Parking Convenience		Cost of investment		All		$\chi^2(p)$	
	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%		
Working years	Less than 3 years	4	13.3	16	16.0	8	14.0	12	46.2	40	18.8	38.286** * (.000)
	Less than 3-5 years	8	26.7	12	12.0	8	14.0	2	7.7	30	14.1	
	Less than 5-7 years	6	20.0	6	6.0	10	17.5	4	15.4	26	12.2	
	Less than 7-10 years	0	0.0	22	22.0	5	8.8	0	0.0	27	12.7	
	More than 10 years	12	40.0	44	44.0	26	45.6	8	30.8	90	42.3	
Number of times shop moved	number 0	8	26.7	36	36.0	14	24.6	10	38.5	68	31.9	10.742 (.294)
	number 1	10	33.3	20	20.0	12	21.1	8	30.8	50	23.5	
	number 2	2	6.7	18	18.0	15	26.3	4	15.4	39	18.3	
	More than 3	10	33.3	26	26.0	16	28.1	4	15.4	56	26.3	
Reason for migration	Local move	4	18.2	18	28.1	15	34.9	0	0.0	37	25.5	22.296** (.008)
	Expand Before	8	36.4	16	25.0	12	27.9	2	12.5	38	26.2	
	personal issues	8	36.4	26	40.6	8	18.6	12	75.0	54	37.2	
	Etc	2	9.1	4	6.3	8	18.6	2	12.5	16	11.0	
Monthly fixed income	Less than 300 Yuan	14	46.7	54	54.0	16	28.1	12	46.2	96	45.1	23.758** (.005)
	Less than 300-500 Yuan	6	20.0	26	26.0	18	31.6	12	46.2	62	29.1	
	Less than 500-700 Yuan	0	0.0	6	6.0	4	7.0	0	0.0	10	4.7	
	Over 700 Yuan	10	33.3	14	14.0	19	33.3	2	7.7	45	21.1	
Highest return	Less than 100-300 Yuan	2	6.7	12	12.0	4	7.0	14	53.8	32	15.0	51.475** * (.000)
	Less than 300-500 Yuan	10	33.3	22	22.0	8	14.0	4	15.4	44	20.7	
	Less than 500-700 Yuan	4	13.3	16	16.0	12	21.1	0	0.0	32	15.0	
	Less than 700-1000 Yuan	2	6.7	22	22.0	6	10.5	2	7.7	32	15.0	
	More than 1000 Yuan	12	40.0	28	28.0	27	47.4	6	23.1	73	34.3	
Number of employees	none	12	40.0	54	54.0	24	42.1	16	61.5	106	49.8	16.976** (.009)
	1-2 people	12	40.0	32	32.0	32	56.1	6	23.1	82	38.5	
	3-4 people	6	20.0	14	14.0	1	1.8	4	15.4	25	11.7	
The shop is running	Rising sales	2	6.7	32	32.0	14	24.6	4	15.4	52	24.4	25.693* (.012)
	Expand new customers	8	26.7	16	16.0	10	17.5	10	38.5	44	20.7	
	Service Satisfaction	16	53.3	42	42.0	19	33.3	10	38.5	87	40.8	
	technique	2	6.7	8	8.0	6	10.5	0	0.0	16	7.5	
Relationship with Employees	2	6.7	2	2.0	8	14.0	2	7.7	14	6.6		
Shop operation period	Less than 3 years	14	46.7	36	36.0	14	24.6	16	61.5	80	37.6	41.637** * (.000)
	Less than 3-5 years	2	6.7	22	22.0	14	24.6	4	15.4	42	19.7	
	Less than 5-7 years	4	13.3	18	18.0	6	10.5	0	0.0	28	13.1	
	Less than 7-10 years	2	6.7	12	12.0	2	3.5	6	23.1	22	10.3	
	More than 10 years	8	26.7	12	12.0	21	36.8	0	0.0	41	19.2	
Main customer's skin care frequency	Twice a week	4	13.3	12	12.0	9	15.8	2	7.7	27	12.7	19.398 (.079)
	Once a week	22	73.3	72	72.0	28	49.1	22	84.6	144	67.6	
	Less than once a week	2	6.7	6	6.0	8	14.0	0	0.0	16	7.5	
	One time when you think	2	6.7	10	10.0	10	17.5	2	7.7	24	11.3	
	Etc	0	0.0	0	0.0	2	3.5	0	0.0	2	0.9	
Customer's skin care time zone	10 am - 12 am	6	20.0	30	30.0	18	31.6	4	15.4	58	27.2	14.255 (.114)
	12:00 - 6:00 pm	8	26.7	22	22.0	8	14.0	4	15.4	42	19.7	
	After 6 pm	10	33.3	44	44.0	23	40.4	14	53.8	91	42.7	
	Etc	6	20.0	4	4.0	8	14.0	4	15.4	22	10.3	
All		30	100.0	100	100.0	57	100.0	26	100.0	213	100.0	

Table 7. Differences in Job Satisfaction by Important Aspects in Launching Aesthetic Salon Business

Classification	Floating population (N=30)		Commercial (N=100)		transportation/Parking Convenience (N=57)		Cost of investment (N=26)		F	p	
	M	SD	M	SD	M	SD	M	SD			
job satisfaction	task satisfaction	4.20 a	1.00	3.78 ab	1.09	4.07 ab	1.24	3.46 b	1.10	2.840*	.039
	Pride in a job	4.27 a	.94	3.82 ab	1.02	4.11 ab	1.22	3.54 b	.95	3.073*	.029
	intention to reselect the job i	3.87 ab	1.17	3.60 ab	1.08	3.95 a	1.22	3.23 b	.91	2.960*	.033
job satisfaction	4.11 a	.99	3.73 ab	.98	4.04 ab	1.19	3.41 b	.95	3.223*	.024	

* p<.05, Scheffe's test : a>b

4.5.2 창업 시 중요사항에 따른 직업만족도의 차이

샵 창업 시 중요사항에 따른 직업만족도의 차이를 알아보기 위해 일원변량분석(one-way ANOVA)을 실시하고, Scheffe의 다중범위 검정(Scheffe's multiple range test)을 통하여 살펴본 결과는 <Table 7>와 같다. 직업만족도는 샵 창업 시 중요사항으로 유동인구(M=4.11), 교통수단 및 주차 편리성(M=4.04), 상권(M=3.73), 투자비용(M=3.41) 순으로 유동인구를 중요하게 생각하는 운영자의 직업만족도가 가장 높았고, 투자비용을 중요하게 생각하는 운영자의 직업만족도가 가장 낮은 것으로 나타났다(F=3.223, p<.05). 세부적으로 ‘업무만족’(F=2.840, p<.05)’과 ‘직업에 대한 자부심’(F=3.073, p<.05)은 유동인구를 중요하게 생각하는 운영자가 가장 높았고, ‘직업 재선택 의향’(F=2.960, p<.05)은 교통수단 및 주차 편리성을 샵 창업 시 중요하게 생각하는 운영자가 가장 높은 것으로 나타났다.

5. 고찰

본 연구는 샵 창업 시 중요사항에 따른 피부관리샵 운영의 특성 및 직업만족도에 대한 차이를 살펴보았다. 피부관리샵 창업 시 중요사항으로는 유동인구와 상권, 교통수단 및 주차 편리성, 투자비용을 비교하였는데, 교통수단 및 주차편리성이 중요한 운영자는 근무년수가 ‘10년 이상’ 이 45.6%로 가장 높았고, 샵 운영기간 ‘10년 이상’이 36.8%로 가장 높았다. 또한 교통수단 및 주차 편리성이 중요한 운영자는 월 고정수입이 ‘700만원 이상’이 33.3%로 가장 높았고, 최고수익이 ‘1000만원’ 이

상이 각각 47.4%로 가장 높았다. 이러한 분석 결과를 통해 본 연구에서는 샵 창업 시 가장 유효하게 작용하는 요인은 교통수단 및 주차편리성으로 나왔으며, 그러한 위치에서 샵을 운영하는 운영자들은 오랜 근무년수와 샵 운영기간, 높은 월 고정수입과 최고수익의 비율이 높아 비교적 안정적인 운영을 하고 있다는 것을 알게 되었다.

Lee[12]의 연구에서도 회사원, 전문직 및 공무원은 피부관리실 이용 시 교통의 편리성의 선호도가 33.3%로 교통의 중요성이 높게 나타났고, Hwang[34]의 미용 서비스업의 입지 특성에 관한 연구에서도 상권과 접근성이 용이할수록 피부관리실의 매출이 2000만원 이상으로 높게 나타났다. 이는 샵 창업 시 안정적인 이윤창출과 매출 증진을 위해서는 위치적인 것이 중요한 요인으로 작용할 수 있음을 의미한다.

샵 창업 시 중요사항에 따른 직업만족도의 차이를 살펴본 결과에서 직업 만족도(F=3.223, p<.05)는 샵 창업 시 중요사항으로 유동인구를 중요하게 생각하는 운영자의 직업만족도가 가장 높았고(M=4.11), 투자비용을 중요하게 생각하는 운영자의 직업만족도가 가장 낮았다(M=3.41). 세부적으로 ‘업무 만족’(F=2.840, p<.05)’과 ‘직업에 대한 자부심’(F=3.073, p<.05)은 유동인구를 중요하게 생각하는 운영자가 가장 높았고, ‘직업 재선택 의향’(F=2.960, p<.05)은 교통수단 및 주차 편리성을 샵 창업 시 중요하게 생각하는 운영자가 가장 높았다. 이러한 본 연구 결과, Cho[35]의 연구에 의하면 피부미용 종사자의 근무형태 중 직장의 위치는 도심(변화가)에 위치(52%)한 경우가 직업만족도가 높은 것으로 나타났고, Park와 Ji[32]의 연구에서는 실외편의성인 교통수단 및 주차시설의 편의성 등이 높아지면 고객만족은 0.247 상

승되어 고객만족에 영향을 미치는 것으로 나타났으며, 고객만족이 높을수록 점포에 대한 선호도나 재방문의도가 높아짐을 밝혔다. 또한 Park[36]의 연구에서는 고객이 서비스에 만족할수록 재 구매 충성도가 함께 높아진다고 보고하였다.

이렇듯 선행 논문들에서 보는 바와 같이 직장의 위치가 변화기에 위치하여 유동인구가 많고, 교통수단 및 주차시설의 편의성이 높아져 고객만족과 재방문율이 상승되며, 고객이 서비스에 만족할수록 재구매 충성도가 높아져 샵 운영에 안정적인 이윤창출과 매출증진을 가져올 수 있음에 운영자의 직업만족도가 높게 나타남을 알 수 있었다. 따라서 본 연구결과와 같이 샵 창업 시 중요사항에 따른 안정적인 운영을 위해서는 유동인구가 많고, 교통수단 및 주차 편의성이 높은 위치를 파악하고 선점하여 고객의 접근성을 높이는 것이 중요할 것이며, 그로 인한 이윤창출과 매출증진을 통해 운영자의 직업만족도를 향상시킬 수 있을 것으로 사료된다.

6. 결론 및 제언

본 연구는 창업 시 중요사항에 따른 피부관리샵 운영자의 운영 특성을 유동인구와 상권, 교통수단 및 주차 편의성, 투자비용으로 중요사항을 분류하여 설문을 진행한 결과, 샵 창업 시 교통수단 및 주차편리성을 중요사항으로 생각한 운영자들이 오랜 근무년수와 샵 운영기간, 높은 월 고정수입과 최고수익의 비율이 높았다. 이러한 결과 교통수단 및 주차가 편리한 곳이 전반적으로 보았을 때 안정적인 운영을 하고 있음을 알 수 있었다. 이와 비교하여 샵 창업 시 중요사항이 투자비용인 운영자는 근무년수가 '3년 미만'이 46.2%로 가장 높게 나왔고, 샵 운영기간도 '3년 미만'이 61.5%로 가장 높게 나왔으며, 월 고정수입과 최고수익의 측면에서도 크게 높지 않은 수익률을 나타냈다. 이를 통하여 투자비용과 성공적인 운영의 상관관계가 크지 않음을 알 수 있었다. 또한 샵 창업 시 중요사항에 따른 직업 만족도에서 업무만족과 직업에 대한 자부심은 유동인구가 중요하고, 직업 재선택 의향은 교통수단 및 주차 편의성이 높을수록 운영자의 직업만족도가 높은 것을 알 수 있었다. 이는 유동인구와 교통 및 주차편리성이 운영자의 직업만족도에 큰 상관관계가 있음을 알 수 있다.

따라서 샵 창업 시 중요사항에 따른 안정적인 운영을 위해서는 유동인구가 많고, 교통수단 및 주차 편의성이 높은 위치를 파악하여 선점함으로써 고객의 접근성을 높이는 것이 필요할 것이다. 또한 그로 인한 안정적인 이윤창출과 매출증진을 통해 소규모 피부관리샵 운영자의 직업만족도를 향상시키는 것이 필요할 것이다.

이상의 본 연구결과를 토대로 이를 보완하는 후속 연구를 위한 제언은 다음과 같다.

첫째, 본 연구는 샵 창업 시 중요사항에 따른 피부관리샵 운영 특성 및 직업만족도에 대하여 운영자를 대상으로만 조사하였다. 그러나 소규모 피부관리샵 운영에는 구성원이자 보조인인 피부관리사가 1~4 인 소속되어 있는 경우가 있어 다양하게 조사할 수 있는 방안을 강구할 필요가 있다.

둘째, 본 연구는 전국 각 지역에서 현재 소규모 피부관리샵을 운영 중인 운영자를 대상으로 조사하였다. 그러나 적은 표본 수(200여명)로 설문조사가 이루어져 일반화하기에 부족함이 있다는 것에 한계점을 느끼며, 차후 소규모 피부 관리실 운영자들의 전문적인 운영 실태와 적용사례가 확산될 수 있도록 지속적인 연구가 필요할 것이다.

셋째, 소규모 피부관리샵의 작업 형태는 1:1의 작업형태이다. 서비스품질 및 서비스 등의 모든 면에서 고객에게 높은 만족감을 제공하여 점포에 대한 선호도와 재방문을, 나아가 충성고객이 될 수 있도록 다각적인 방법 모색 등의 연구가 필요할 것이다.

넷째, 피부관리샵 매출증대를 위한 운영특성에 따른 마케팅 전략(인터넷, 소셜커머스 등을 활용한 홍보)에 관한 지속적인 노력과 연구가 수반되어야 할 것으로 사료되며, 본 연구를 통하여 소규모 관리실 운영자들의 창업과 안정적인 운영에 도움이 됨으로써 피부미용 산업 발전에 토대가 되기를 기대한다.

References

- [1] Jung -Hae Jung, "Under standing of Emotional Marketing for Managers in Small-size Skin care Shops", Master's Thesis, Konkuk University, p. 1, 2015
- [2] Gwang-Ik Choi, "The study on effects of service marketing activities of skin-care shops on customer satisfaction and revisit", Master's Thesis, Kyunghee University, p. 1, 2010.

- [3] Seon-Bok. Jeon, "A Study on the Effects of Solely Operated Beauty Salon's Relational Benefits on Recommendation and Defection Intentions: Mediating Effects of Customer Satisfaction", *Journal of Digital Convergence*, vol. 14, no. 1, pp. 413-425, 2016. DOI: <http://dx.doi.org/10.14400/JDC.2016.14.1.413>
- [4] National Statistical Office, "2010~2014 Number of industries in skin and beauty industry by city and province size" <http://www.kostat.go.kr>
- [5] Myung-Won Joo, Sung-Nam Kim, "Aanalysis on the working environment and health-safety awareness of beauty workers", *Journal of the Korea Academia-Industrial cooperation Society*, vol. 16, no. 3, pp. 1725-1731, 2015. DOI: <http://dx.doi.org/10.5762/KAIS.2015.16.3.1725>
- [6] Mi-Ran Jeon, Yong-Mi Jin, "Analysis on Current Status of One-man Salons Retraining", *The Research Journal of Korean Society Beauty Art*, vol. 9, no. 4, pp. 7-11, 2015.
- [7] Hyun-Jung Park, "A study on Improvements Assignment of Skin Care Room on The Basis of Degree of Customer's Satisfaction and Use Tendency", Master's Thesis, Sookmyung Woman's University, p. 2, 2010.
- [8] Kyung-Hee Park, Eun-Ah Lee, Chae-Jung Han, Pil-Koo Han, "A Study on the Effects of Service Quality on Customer Satisfaction", *Journal of The Korean Society of Cosmetology*, vol. 14, no. 2, pp. 646-657, 2008.
- [9] Jeong-Yeon Park, Jeong-Hun Ji, "The Effect of Indoor and Outdoor Convenience in Esthetic Shop on Customer Satisfaction and Word-of Mouth Intention-Focused On Gwangju" *Journal of the Korean Society of Design Culture*, vol. 20, no. 4, p. 286, 2014.
- [10] Young-He Kang, "A Study on Customers' Satisfaction Level of the Service Esthetics Salon", Master's Thesis, Daegu Universit, pp. 1-89, 2006.
- [11] Hyun-Jung Park, "A study on Improvements Assignment of Skin Care Room on The Basis of Degree of Customer's Satisfaction and Use Tendency", Master's Thesis, Sookmyung Woman's University, pp. 1-116, 2010.
- [12] Jung-eu Lee, "Shop skin care and customer service satisfaction, usage patterns and preferences", Master's Thesis, Gachon University, pp. 1-107, 2014.
- [13] Dal-Nim Yoon, "A study on the use of skincare clinics and service satisfaction in women", Master's Thesis, Sookmyung Women's University, pp. 1-105, 2015.
- [14] Woe-suk Choi, "The Effect of Stress and Working Environment on Job Satisfaction and Life Satisfaction of Skin Beauticians", Master's Thesis, Keymyung University. pp. 11-18, 2011.
- [15] Nam-cheol Shin "A study on relationship among teachers' the psychological well-being, the job satisfaction, the job involvement about the effectiveness of school organization", Doctorate thesis, Changwon University, pp. 1-135, 2003.
- [16] Soo-Hyun Hwang, "Job satisfaction of nutrition teacher in elementary school in Seoul", Master's Thesis, Dankook University, pp. 1-72, 2009.
- [17] Jung-Yoon Lee, "The Effects of Skin Beauticians' Job Environments, Health Conditions and Job Esteems of their Job Satisfactions", Master's Thesis, SeoKyeong University, pp. 1-95, 2016.
- [18] young-Hee Kim, "The Study on How Internal Marketing of Esthetic Salons Influence Employees' Job Satisfaction", Master's Thesis, Chosun University, pp. 1-60, 2004.
- [19] Jung-Yoon Lee, In-Hee Lee, "The Effects of Job Environment and Job Esteem on Job Satisfaction in Skin Beauticians", *Journal of the Korea Academia-Industrial cooperation Society*, vol. 17, no. 4, pp. 573-586, 2016. DOI: <http://dx.doi.org/10.5762/KAIS.2016.17.4.573>
- [20] Seon-Hui Shin, Hyul-Ra Choi, Seon-Myung Kim, "Impact on the Degree of Labor turnover of Professional Self-concept and Emotional labor: A Case of Female Children's Hospital Nurses", *Journal of the Korea Contents Association*, vol. 16, no. 5, pp. 375-383, 2016. DOI: <https://doi.org/10.5392/JKCA.2016.16.05.375>
- [21] Dong Hyun Ha, Eun-Ah, Park "A Study on the Job Satisfaction and the Turnover Intention of the Employee in the Bakery Industry: Based On the Governance Structure", *International Journal of Tourism and Hospitality Research*, vol. 22, no. 1, pp. 385-401, 2007.
- [22] Byung-Chul-Choi, Sun-Kyu-Lee, "A Study on the influence of the Transformational Dynamics of Venture to Organizational Commitment and Job Satisfaction at the Convergence age-Moderating Effect of the Position Type", *Journal of Digital Convergence*, vol. 14, no. 6, pp. 219-235, 2016. DOI: <http://dx.doi.org/10.14400/JDC.2016.14.6.219>
- [23] Seung-Shin Jeon, "The Effects of Aesthetician's environment and satisfaction on professional consciousness", *Korean Journal of Aesthetic Society*, Vol. 6. no. 4, pp. 19-27, 2008.
- [24] Jung-Yoon Lee, "The Effects of Skin Beauticians' Job Environments, Health Conditions and Job Esteems of their Job Satisfactions", Master's Thesis, SeoKyeong University, pp. 1- 95, 2016.
- [25] Yun-Suk Gang, "The Influence of Job Environment on Job Stability of Skin Beauticians", Master's Thesis, Konkuk University, pp. 1-61, 2012.
- [26] Seo-Yoon J0, "The Effects of Working Environment on Job Satisfaction and Turnover Intention of Skin Beauticians", Master's Thesis, Seokyeong University, p. 39, 2014.
- [27] Jung-Yoon Lee, In-Hee Lee, "The Effects of Job Environment and Job Esteem on Job Satisfaction in Skin Beauticians", *Journal of the Korea Academia-Industrial cooperation Society vol. 17*, no. 4, pp. 573-586, 2016. DOI: <http://dx.doi.org/10.5762/KAIS.2016.17.4.573>
- [28] Je-Min Moon, Byung - Keun Jung, "Structural Relationship among Professionalism of Elementary School Sport Instructors, Job Burnout and Turnover Intention", *Journal of Digital Convergence*, vol. 14, no. 5, pp. 527-539, 2016. DOI: <http://dx.doi.org/10.14400/JDC.2016.14.5.527>
- [29] Eun-Jung Lee, "Assessing the Lmpacts of Job insecurity Job Satisfaction and Relationship with customers on Intention of Retention of Employees in Social Enterprises", *The Journal of Digital Policy & Management*, vol. 11, no. 12, pp. 832-843, 2013. DOI: <http://dx.doi.org/10.14400/JDPM.2013.11.12.835>

- [30] So Youn Kim, "The Study on Relation ship Marketing Strategy for Small Size Skin Care Shop to Induce Customer's Revis", Master's Theseis, Konkuk Universit, pp. 1-47, 2012.
- [31] Eun Kyung Lee, "Positive Analysis of Consumer's Behavior in Selecting Skin Care Shops by its Attributes - Including Consumer Variables-", Master's Theseis, Yong In Universit, pp. 1-70, 2009.
- [32] Jeong-Yeon Park, Jeong-Hun Ji, "The Effect of Indoor and Outdoor Convenience in Esthetic Shop on Customer Satisfaction and Word-of Mouth Intention-Focused On Gwangju", *Journal of the Korean Society of Design Culture*, vol. 20, no. 4, pp. 286-295, 2014.
- [33] Woe-Suk Choi, "The Effect of Stress and Working Environment on Job Satisfaction and Life Satisfaction of Skin Beauticians", Master's Thesis, Keymyung University. pp. 91-95, 2011.
- [34] Mun-Sun Hwang, "A study on locational characteristics in beauty service business", Master's Thesis, Chung Ang University, pp. 64-67, 2010.
- [35] Eun - Jung Cho, "A study of the professionalism and job satisfaction of estheticians", Master's Thesis, Sungshin Women's University, pp. 34-36, 2010.
- [36] Jong-Soon Park, "Relations between customer satisfaction, store loyalty and word-of-mouth in beauty service", Master's Thesis, Kyung Hee University, pp. 1-74, 2005.

이 재 남(Jae-Nam Lee)

[정회원]



- 2011년 8월 : 건국대학교 대학원 미생물공학과 (이학박사)
- 2017년 3월 ~ 현재 : 건국대학교 산업대학원 향장학과 조교수

<관심분야>

향장미용, 메디컬, 화장품

김 봉 섭(Bong-Sub Kim)

[정회원]



- 2016년 8월 : 건국대학교 산업대학원 향장학과 (향장학석사)
- 2016년 9월 ~ 현재 : 건국대학교 대학원 휴먼이미지학과 (박사과정)
- 2017년 8월 ~ 현재 : (주) 바로바디 대표

<관심분야>

체형관리, 향장미용, 휴먼이미지