

미용실 재 방문과 인구통계학적 특성과의 상관관계

지 정 훈 · 최 근 희*

동강대학 피부미용과 · 신흥대학 뷰티아트 디자인과*

끊임없이 변화하는 산업 환경 하에서 나타나는 공통점은 다름 아닌 생존하느냐 도태하느냐의 과도한 경쟁 속에 돌입해 있다는 것이다. 따라서 뷰티관련 산업분야도 이처럼 과다경쟁에서 살아남기 위해서는 차별화된 다양한 전략을 구사하지 않으면 안 되는 현실에 직면해 있다.

따라서 본 연구의 목적은 미용실을 이용하는 고객들의 미용실 재 방문요인을 미용 경영적 측면에서 이론적으로 고찰하고 인구통계학적인 특성에 따라 미용실을 재 선택하는데 어떠한 차이점이 있는지를 실증연구를 통하여 분석함으로써 이러한 연구결과를 토대로 효율적인 고객관리와 미용경영을 통하여 보다 경쟁력 있는 미용실을 운영하는 근거자료로 활용하고자 한다.

연구방법은 광주광역시에 거주하는 미용실 재 방문자 200명을 대상으로 1년 동안 같은 미용실을 이용한 고객들의 인구통계학적 특성과 재 방문요인과의 상관관계를 설문을 통해 조사한 다음 수집된 설문지를 부호화(Coding)하여 SPSS(Statistical Package for the Social Science)통계패키지를 활용함으로써 표본의 인구학적 특성과 각 문항에 대한 응답을 “빈도분석(Frequency Analysis)”으로 그 분포를 알아보았고, 분산분석(ANOVA) 및 회귀분석(Regression)을 수행하였다. 재 방문요인은 기술적 요인, 종업원 요인, 서비스 요인, 시설 요인, 위치 요인, 청결성 요인, 가격 요인, 인지도 요인, 기타 요인으로 분류하였으며 몇 가지 인구 통계학적인 특성들에 분석한 결과는 다음과 같다.

남·여별 재 방문 요인의 차이는 기술적 요인의 하나인 ‘머릿결 보호능력’에서 남·여의 가장 많은 차이를 보였으며 주로 여성들이 머릿결 보호에 관심이 많고 남성은 그에 비해 머릿결은 재 방문하는데 있어 큰 중요 요인이 아님을 알 수 있다.

이와는 반대로 남성들은 ‘종업원의 호감 가는 외모’와 ‘집과 가까운 거리’를 여성들에 비해 높게 평가 하였으며 여성들은 집과의 거리는 중요 요인이 아님을 보여준다.

결혼여부에 따른 차이는 기혼의 경우 먼저 ‘편리한 주차시설’과 ‘주변의 평판’이 가장 많은 차이를 보였으며 미혼은 ‘주변의 평판’을 높게 평가 했고 기혼은 ‘편리한 주차 시설’을 미혼에 비해 높게 평가 하였다. 이는 경제적으로 조금 더 여유가 있는 기혼에 비해 미혼은 차량을 소유한 사람이 많지 않은 이유로 사료된다.

연령별 차이는 시설 요인의 항목 중 ‘편리한 주차시설’에서 차이가 나타났는데 10대나 20대는 고려 요인이 아니라고 평가된 반면 30대, 40대 이상에선 재 방문요인 중의 하나가 될 수 있음을 보여준다. 이는 10대나 20대에 비해 그 이상의 연령들은 자가용을 소유하고 있을 확률이 높기에 이와 같은 결과가 나왔으리라 사료된다.

학력에 따른 재 방문 요인의 차이는 기타를 제외한 고졸 학력과 대학 재학, 그리고 대학 졸업을 비교 해 보면 기술적 요인의 항목 중에 ‘유행스타일 연출능력’과 ‘머릿결 보호능력’을 대학 재학생들은 높게 평가한 반면에 대학 졸업자들은 상대적으로 다소 낮은 평가를 하였으며 시설 요인에서 각 학력에

* Corresponding Author: keunhee_2002@hanmail.net

따라 많은 차이가 나타났다.

직업에 따른 차이는 전체적으로 차이가 나타나는 서비스 품질요인과 구체적인 항목을 보면 기술적 요인에서 '유행스타일 연출능력', '머릿결 보호능력' 으로 나타났고 시설요인에서는 '안정된 매장분위기', '세련된 인테리어', '현대적시설과 최신장비', '편안한 휴식 공간', '편리한 주차시설' 등이고 청결성 요인은 '미용기구 및 용구의 청결' 로 나타났으며 가격 요인에서는 '시술에 맞는 적당한 가격', '정확한 요금명시', '저렴한 가격' 으로 나타났고, 유명도 요인에서는 '주변의 평판' 이 직업별로 차이가 나타남을 볼 수 있다. 월 소득에 따른 차이로는 서비스 요인의 항목 중에서는 '직원들의 친절성' 에서 월 소득 100만원 이하는 평균값 4.37로 가장 높은 평가를 하였고 200 ~ 300만원 이하는 평균값 3.65로 다른 소득자들에 비해 가장 낮은 평가로 나타났다. 시설요인 중 '안정된 매장분위기' 와 '세련된 인테리어', '편안한 휴식 공간' 은 저 소득자가 고소득자보다 높은 결과로 나타났으며 '편리한 주차시설' 은 이와는 반대로 가장 낮은 평가가 나왔고 고소득자에선 상당히 높은 평가가 나타남을 알 수 있다.

주거 형태에 따른 차이는 시설 요인 중 '현대적 시설과 최신장비' 에서 다소 차이가 나타났다. 이러한 결과들을 종합하여 볼 때 고객들이 미용실을 재 선택할 때 시설적인 요인 보다는 인적 요인이 더 크게 좌우됨을 알 수 있었다. 즉 현장에서 종업원과 고객과의 상호 작용이 필연적인 미용서비스의 특성을 볼 때 종업원의 직무만족이 고객 만족과 자연스럽게 이어진다는 사실을 명심하고 미용경영자들은 종업원들의 복지와 인성 및 서비스 정신 교육과 개발에 힘써야 할 것으로 사료된다.