

멘토링 기능과 멘토 신뢰가 멘토링 프로그램 재참여의도에 미치는 영향: 패션관련학과 대학생을 중심으로

The Influence of the Mentoring Function and Mentor Trust on the Intention
to Reparticipate in the Mentoring Program: Focused on University Students
in Fashion Related Departments

박현희(Hyun Hee Park)

School of Business Administration, Kyungpook National University

Abstract

The purpose of this study is to investigate the influence of the mentoring function and mentor trust on the intention to reparticipate in the mentoring program, focusing on university students in fashion related departments. To achieve the purpose, research was conducted through a survey questionnaire. The questionnaire data from 223 university students in fashion related departments who experienced mentoring programs were analyzed. SPSS 18.0 and AMOS 7.0 statistical packages were used to investigate a structural model and test research hypotheses. The results derived from the analysis of the questionnaire survey were summarized as follows. First, the result showed that the mentoring function was composed of three factors: a sensitivity developmental function, psychosocial function, and fashion career developmental function. Second, the sensitivity developmental function, psychosocial function, and fashion career developmental function positively affected mentor trust. Third, the sensitivity developmental function positively affected the intention to reparticipate in the mentoring program, while the psychosocial function and fashion career developmental function did not influence the intention to reparticipate in the mentoring program. Fourth, mentor trust positively influenced the intention to reparticipate in the mentoring program. The results of the current study would be useful for the professor and university administrator who would like to establish a mentoring program in a fashion related department, by exploring the relation of mentoring function, mentor trust and the intention to reparticipate in the mentoring program.

주제어(Keywords) : 멘토링 기능(mentoring function), 멘토 신뢰(mentor trust), 멘토링 프로그램 재참여의도 (intention to reparticipate in the mentoring program), 패션관련학과(fashion related department)

I. 서론

멘토와 멘티의 관계형성에 의한 조력 및 지도체제인 멘토링은 기존의 대학에서 해왔던 일회적 효과의 지원 프로그램보다 훨씬 그 효과가 높다. 소속학과의 중요한 역할을 수행하는 교수가 멘토가 되어 재학생인 멘티와의 의미있는 관계

형성을 통해 전공학과에의 적응을 돕고 전공학과와 연계된 진로를 탐색 및 선택하여 이를 준비하는데 긍정적인 영향을 준다[4, 9].

따라서, 멘토링은 패션관련학과에서 현재 당면하고 있는 중요한 문제 중 하나인 학생 취업률 개선 및 패션관련학과 선호도 및 지원자수의 향상 등을 이끌어내기 위한 필수적인

Corresponding Author : Hyun Hee Park, School of Business Administration, Kyungpook National University, 80 Daehakro, Bukgu, Daegu, 702-701, Korea, Tel: +82-53-950-7322, Fax: +82-53-950-6247, E-mail: c21ircle@hanmail.net

© Copyright 2012, The Korean Home Economics Association. All rights reserved.

특성과 기능을 가지고 있다고 판단된다. 즉, 패션관련학과의 교수 및 선배와 후배 간에 자연스럽게 멘토관계가 형성되면 멘티의 학과 적응력이 높아질 뿐 아니라 멘티 개인의 패션 전공 관련 기술습득도 쉬워질 것이라 판단된다. 또한, 원만한 대인관계로 인해 멘토는 멘티에게 장래의 길잡이 역할을 할 수도 있으며, 멘티와의 관계형성으로 멘토 또한 자신의 능력향상이나 재학습이 이루어질 수 있을 것이다.

이와 관련하여 멘토링 기능에 관한 국내 연구들은 국외에서 개발된 질문지를 그대로 사용하여 멘토링 기능의 구성개념을 찾고 그 효과를 검증하는 방향으로 진행되어왔으며, 연구대상으로는 호텔업과 같은 서비스직 종사자들 [28], 이미 사회에 진출한 재직자들 [17], 저소득 한부모 가정 청소년 등을 대상으로 하고 있다 [5, 18, 33]. 그리고 학생을 대상으로 한 연구로는 대부분 운동선수 및 무용 전공자를 연구대상으로 한정하고 있으며 [19, 25], 패션관련학과 대학생들을 대상으로 한 멘토링 연구는 전무한 실정이다. 멘토링 기능의 내용은 산업별 또는 전공별로 차이가 있을 수 있고 주어진 환경에 따라 역동적으로 변화해 갈 수 있기 때문에 다양한 분야에서 연구대상에 따라 차별화된 멘토링 기능에 따른 결과 및 시사점을 제안하고 있으므로 기존의 멘토링 관련 연구 결과를 패션학과 학생들에게 그대로 적용시키기 어렵다고 판단된다.

그리고 멘토와 멘티의 관계설정은 멘토링의 성공을 좌우할 수 있고, 이러한 관계에서 멘토에 대한 멘티의 신뢰는 무엇보다 중요하다고 할 수 있다 [9]. 멘토에 대한 신뢰가 높을수록 멘토링의 효과성이 높아질 수 있을 것이다. 이와 관련하여 조직내의 대인간의 신뢰가 조직의 성과에 긍정적인 영향을 미칠 뿐만 아니라 멘토링 기능이 조직성과에 미치는 영향에서 신뢰를 매개한다는 사실을 보여준 몇몇 연구들이 실시되어왔다 [16, 29, 42]. 따라서 패션관련학과 교수의 입장에서 패션 멘토링을 실행할 때도 신뢰는 멘토링의 효과성을 높이는데 있어 매개변인의 역할을 할 수 있을 것이라 생각된다. 또한, 기존연구에서 교육 멘토링 프로그램의 효과성을 알아보기 위해 결과변수로서 재등록율, 학업성취도, 학교생활태도 등을 측정하고 있으나 이는 멘토링의 대상인 멘티들이 갖고 있는 프로그램의 효과성에 대한 직접적인 평가 및 인식을 반영하는 데는 미흡하다 [23, 33]. 이에 본 연구는 패션관련학과에서 멘토링 교육 경험을 갖고 있는 대학생들을 대상으로 멘토링 기능이 멘티들이 인식하는 멘토링 프로그램 재참여의도에 미치는 영향을 알아보고 이 관계에서 멘토 신뢰의 매개효과를 실증적으로 규명하고자 한다. 이는 향후 패션관련 학과에서 실행될 멘토링 프로그램의 효과성을 높이기 위한 중요한 기초자료가 될 것이라 생각된다.

II. 이론적 고찰 및 가설설정

1. 멘토링 기능

멘토링은 상이한 수준의 전문기술을 가지고 있는 두 사람들 사이의 상호작용 관계를 의미하며 [19], 최근에는 멘토링을 코칭(coaching), 카운슬링(counseling), 그리고 스폰서 활동(sponsor-ship) 등과 유사한 개념으로도 다루고 있다. 멘토링을 통해 멘토는 멘티에게 가치적이고 의미있는 업무 기회를 제공하고 교육하며 훈련시키기도 한다. 또한 코치처럼 멘티의 업무역량을 향상시킬 목적으로 구체적인 업무와 관련된 지식과 지혜를 전달하며, 멘티의 자신감을 높여주기 위해 자상한 상담가로서의 역할을 수행하기도 한다. 그리고 멘토는 멘티의 승진이나 보상, 권한형성과 같은 측면에서도 후원을 하고 있으며 멘티가 필요로 하는 욕구충족 및 문제를 해결하는데 도움을 제공해 주기도 한다 [22].

이와 관련하여 멘토링에 관한 연구들은 멘토가 수행하는 몇 개의 서로 다른 기능들이 있음을 보여주고 있는데, 멘토링 기능에 관한 초기연구에서 Kram은 멘토링 기능을 경력 관련 기능과 사회심리 기능의 두 가지로 구분하였다 [20]. 경력 관련 기능은 업무 관련 경력개발 기능으로 멘티가 조직에서 자신의 역할을 훌륭하게 수행하는데 필요한 지식을 습득하고, 승진 또는 경력발전을 준비하는 것에 초점을 두는 기능으로 후원, 노출 및 소개, 지도, 보호, 도전적 업무부여 등의 기능이 포함된다고 하였으며 사회심리 기능은 멘티가 조직생활을 하는데 심리적인 안정감을 찾도록 도와주거나 멘티의 개인적인 고민사항들에 대해 상담해주고 또한 명확성을 확립해나가도록 도와주는 역할에 초점을 두고 있는 기능으로 역할모형, 수용 및 지원, 상담 우정 등의 기능이 해당된다고 하였다. 한편, Burke, Scandura 외, Turban 외의 연구에서는 Kram이 주장한 두 가지 기능 이외에 [20], 조직 내 적절한 행동양식과 태도 등을 가르쳐 주는 것과 관련이 있는 역할모형 기능을 제안하였다. 즉, 멘티가 멘토의 전문가적인 행동들을 인정하고, 지각하며, 수용했을 때 발생하는 역할모형 기능은 사회심리 기능과는 구분되어야 한다는 것이다 [3, 37, 41].

본 연구에서는 이러한 멘토링 기능에 관한 선행연구를 중심으로 멘토링 경험이 있는 패션관련학과 대학생을 대상으로 패션 특유성을 반영한 멘토링 기능 측정도구를 개발한 Lee 외의 연구결과에 근거하여 멘토링 기능을 사회심리 기능, 패션경력개발 기능, 그리고 감성개발 기능으로 분류하여 사용하고자 한다 [26]. 사회심리기능은 멘토가 멘티의 관심사나 고민에 대해 공감해주고 관심을 가져주는 것을 말하고 패션경력개발 기능은 멘토가 다양한 공모전에 출품하는 것과 관련분야 자격증을 취득할 수 있도록 도와주고, 전공관련

현장실습을 통해서 비전을 제시해주는 것 등을 의미하며, 감성개발 기능은 멘토가 쇼핑센터나 변화가 등에 직접 가서 현재 유행을 체험하도록 조언하고, 뮤지컬, 오페라, 영화, 관련 분야의 잡지를 통해서 감성을 창의적으로 표현할 수 있도록 도와주는 것을 말한다.

2. 멘토 신뢰

지금까지 신뢰는 경영학, 심리학, 사회학, 윤리학 등의 학문분야에서 그 중요성을 공감하면서 다양한 정의와 접근법을 이용하여 다루어져왔다. 그러나, 현재까지 신뢰에 대한 개념정의에 합의를 이루지는 못하고 있으며 일반적으로 신뢰는 타인의 행위에 대한 믿음으로 위험을 기꺼이 감수하려는 의지로서의 사회 심리적 상태로 이해되고 있다[35].

마케팅 과정에서 신뢰를 확보한다면 기업과 고객과의 관계를 비교적 쉽게 장기적으로 유지시켜 나가듯이[45], 멘토링 과정에서 멘토와 형성된 신뢰가 강하면 강할수록 멘토링의 역할과 그에 따른 성과의 관련성도 높아질 것이다. 멘토링의 실행과정에서의 적절한 관계 설정은 멘토링의 성공을 좌우하는 또 다른 중요 요소들 중의 하나이며 실행과정에서 상호간의 신뢰와 배려 및 우정과 개방성 정도에 따라서 멘토링 효과의 향방이 결정됨을 주장하는 여러 연구가 있었고, 실질적으로 교수의 입장에서 멘토링을 수행할 때에는 신뢰가 가장 핵심적으로 중요하게 관리되어야 할 요인으로 인지된다[9].

Jang 외는 대학에서 진행되는 멘토링 과정에서 교수와 학생 간에 형성되는 신뢰정도가 멘토링 이후에 형성되는 학생들의 학교에 대한 만족몰입 및 충성도 형성에 영향을 미침을 실증하였으며[9], Son, Tan 외는 조직 내의 대인간의 신뢰는 조직에 여러 가지 형태로 긍정적인 영향을 미친다고 하였으며[39, 40], Ragins 외는 조직 내 중요한 사회적 관계 중의 하나인 멘토링 관계에서도 멘토와 멘티가 형성하는 신뢰의 정도에 따라 그 성과가 달라질 수 있음을 주장하였다[34].

3. 멘토링 프로그램 재참여의도

멘토링 프로그램은 세계 여러 나라에서 오랜 역사를 가지고 다양한 목적을 위해 여러 분야에서 진행되어 오고 있으며 국내의 경우도 최근 10여년 사이에 정부와 시민단체 및 기관을 중심으로 멘토링 프로그램이 활발히 진행되고 있다. 그리고 멘토링에 대한 선행연구의 대부분은 멘토링 프로그램의 긍정적 효과에 초점을 맞추고 있다[43].

한편, 재참여의도는 현재 참가하고 있는 여러 활동과 관련하여 미래에도 지속적으로 참여할 의사를 의미하는 것으로 주로 스포츠 및 레크레이션 활동과 관련하여 연구되어 왔는데, 재참여의도가 높은 사람들의 경우 스포츠 및 레크레이

션 활동에 긍정적 정서와 이미지를 가지는 것으로 보고되어 왔다[24, 27]. 멘토링 프로그램의 지속적인 참여의사를 나타내는 멘토링 프로그램 재참여의도는 멘티 입장에서 멘토링 프로그램에 대한 직접적인 평가를 반영하므로 기존 멘토링 연구에서 활용하고 있는 성과변수인 직무만족, 조직몰입, 이직 또는 포기의도, 취업률, 생활태도, 학과만족 등보다 직접적인 프로그램 성과를 측정할 수 있을 것이라 판단되어 본 연구의 결과변수로 활용하였다.

4. 멘토링 기능과 멘토 신뢰

Yeh 외는 중국 본토에서 미국으로 이민 온 23명의 고등학교 생들이 4명의 동료 고등학생들을 멘토로 만나는 멘토링 프로그램을 통해 문화적 차이를 극복해 가는 과정을 보여주었는데, 8주 동안 진행된 멘토링 프로그램에서 고등학생들은 다양한 활동과 토론에 참여하였으며, 이러한 과정을 통해 높은 상호 신뢰와 애착 관계를 형성하게 되었다고 하였다[44]. Kiffin-Petersen 외는 멘토링의 경우 조직구성원들의 믿음과 신뢰를 바탕으로 이루어지기 때문에 다른 인적자원관리 방법보다 풍부한 양과 질의 정보를 제공할 수 있다고 주장하였다[14]. 멘토링 기능이 여행사 종사자의 신뢰와 만족에 미치는 영향을 살펴본 Shin의 연구에서는 경력개발 기능과 역할모형 기능이 높아질수록 상호 신뢰는 높아지는 것으로 나타났다[38].

위의 선행 연구결과를 종합해 볼 때, 멘토링 기능은 멘토의 리더적 역할, 구성원간의 의사소통 등 멘토 신뢰의 형성에 필요한 요인들을 갖추고 있기 때문에 멘토링 기능은 멘토 신뢰의 선행변수가 될 수 있을 것으로 판단된다. 따라서 본 연구에서는 다음과 같이 가설 1-1, 가설 1-2, 그리고 가설 1-3을 설정하였다.

가설 1-1: 감성개발 기능은 멘토 신뢰에 긍정적인 영향을 미칠 것이다.

가설 1-2: 사회심리 기능은 멘토 신뢰에 긍정적인 영향을 미칠 것이다.

가설 1-3: 패션경력개발 기능은 멘토 신뢰에 긍정적인 영향을 미칠 것이다.

5. 멘토링 기능과 멘토링 프로그램 재참여의도

Chung 외는 청소년을 대상으로 멘토링 프로그램 참여의지에 영향을 미치는 요인을 알아본 결과 멘토링 필요성과 멘토링 욕구는 멘토링 프로그램 참여의지에 정(+)의 영향을 미치며 낮은 학교성적은 멘토링 프로그램 참여의지에 부(-)의 영향을 미치는 것으로 나타났다. 따라서 학교성적이 낮은 학생들을 대상으로 멘토링 프로그램을 실시할 때는 이들에 대한 동기부여가 우선되어야 한다고 하였다[6]. 국내 대기업이

청소년을 대상으로 사이버 멘토링을 적용하는 사례를 연구한 Jo 외의 연구에 따르면, 사이버 멘토링은 강제성, 구속성이 낮아 자발적인 참여가 전제되어야 하며, 온라인 접속을 통한 이용절차의 명료성이 접근성에 영향을 주어 멘토링 프로그램 참여의지에 영향을 미칠 수 있다고 하였다. 따라서, 사이버 멘토링의 효과가 극대화되기 위해서는 멘토와 멘티의 적극적인 참여의지, 지속적인 멘토와 멘티의 관심사 공유 및 상호작용이 이루어질 수 있도록 하는 지원방안 마련이 필요하다[11]. Brumskine-Labala는 멘토링을 통해 형성된 긍정적인 성인-청소년 관계는 학업 불량 청소년들의 행동을 개선하고 학업에 대한 흥미와 열정을 증진시킨다고 밝히고 있다[2]. Kim 외의 연구에서는 진로상담 프로그램을 적용받고 있는 학생이 그렇지 않은 학생보다 진로결정수준이 높게 나타나고 직업에 대한 인지정도가 높으며 대부분의 학생들이 진로결정 시 체계적인 직업정보 없이 진로를 결정하고 있는 것으로 나타났다[15].

지금까지 멘토링 기능과 멘토링 프로그램 재참여의도의 관련성을 직접적으로 살펴본 연구는 이루어지지 않았지만, 선행연구들에 따르면 멘토링 기능이 원활하게 이루어질수록 멘토링 프로그램의 효과가 긍정적인 것으로 나타나고 있으므로 멘토링 프로그램에 지속적으로 참여하고자 하는 의지 또한 높을 것이라 판단되어 다음과 같이 가설 2-1, 가설 2-2, 그리고 가설 2-3을 설정하였다.

가설 2-1: 감성개발 기능은 멘토링 프로그램 재참여의도에 긍정적인 영향을 미칠 것이다.

가설 2-2: 사회심리 기능은 멘토링 프로그램 재참여의도에 긍정적인 영향을 미칠 것이다.

가설 2-3: 패션경력개발 기능은 멘토링 프로그램 재참여의도에 긍정적인 영향을 미칠 것이다.

6. 멘토 신뢰와 멘토링 프로그램 재참여의도

Jarvenpaa 외는 신뢰와 관련된 연구에서 특정능력에 대한 신뢰는 반복되는 거래의 실행가능성을 위한 필요조건이라고 하였다[10]. Kim 외의 연구에서는 외식기업의 멘토링 기능이 조직몰입에 미치는 영향에서 상사 신뢰의 매개효과를 살펴보았는데, 상사 신뢰는 멘토링 기능 중 경력개발 기능과 지속적 몰입, 규범적 몰입간의 관계를 매개하는 것으로 나타났으며, 역할모형 기능과 정서적 몰입, 지속적 몰입, 규범적 몰입간의 관계에서도 매개조건을 충족하고 있는 것으로 나타났다[16]. Joo는 전시킨벤션 참가자가 경영관리자의 정책실행 능력과 일선 종업원의 서비스 능력을 신뢰할수록 충성도와 재방문의도가 높아진다는 것을 실증하였으며[12], Oh는 스쿠버 다이빙에서 초기 학습자들의 교육은 지도자에

의해서 이루어지며 지도자와의 신뢰가 높을 때 지도만족 및 지도효율이 높아진다고 하였다[31]. Oh 외의 연구에서는 스쿠버다이빙에 대한 위험지각과 지도자 신뢰가 재참여의도에 미치는 영향력을 알아보았는데, 개인적위험, 사회적 위험, 신체적 위험지각이 높을수록 재참여의도가 낮으며 지도자의 이타성, 능력, 개방성, 성실성, 일관성 등을 신뢰할수록 재참여의도가 높은 것으로 나타났다[32]. 이러한 맥락에서 멘토링을 실시하는 멘토에 대한 신뢰가 높을수록 멘토링 프로그램 재참여의도가 높을 것이라 판단되어 다음과 같이 가설 3을 설정하였다.

가설 3: 멘토 신뢰는 멘토링 프로그램 재참여의도에 긍정적인 영향을 미칠 것이다.

III. 연구방법

1. 연구모형

본 연구는 앞에서 선행 연구들을 토대로 개발된 연구가설들에 근거하여 세 가지 차원의 멘토링 기능이 멘토 신뢰와 멘토링 프로그램 재참여의도에 어떻게 영향을 미치는지를 알아보고자 Figure 1과 같이 연구모형을 설정하였다.

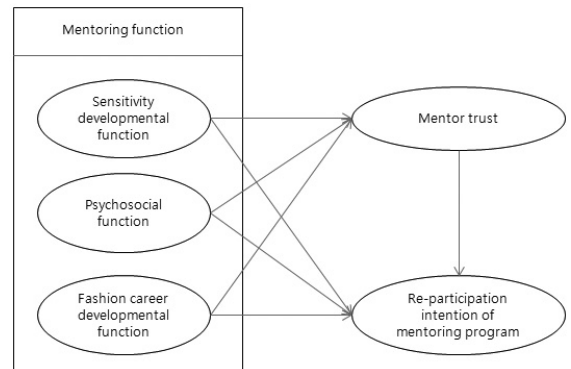


Figure 1. Research model.

2. 변인의 조작적 정의 및 측정도구

사회심리 기능은 멘토와 멘티 상호간의 신뢰와 친근감을 바탕으로 멘티가 대학생활을 함에 있어 자신감을 갖도록 도와주고 복잡한 상황에서 자아에 대해 정체성을 갖도록 하는데 도움을 주는 기능을 의미하며, 패션경력개발 기능은 멘티가 패션경력개발을 위해 자신의 역할을 적절히 그리고 훌륭하게 수행하는데 필요한 지식, 기술을 습득하고 미리 준비하도록 멘토가 도와주는 기능을 말한다. 그리고 감성개발 기능은 멘토가 멘티들이 능동적으로 현재의 유행을 직접 체험할 수 있도록 이끌어 줄 뿐만 아니라 자신의 감성을 창의적으로

Table 1.
Measurement items

Variables	Items	Related studies
Sensitivity developmental function	SDF1. My mentor advises me that it is important to experience current fashion firsthand, by looking around downtown, department stores and shopping centers etc., whenever I have time. SDF2. My mentor advises me that it is important to see and feel many things through travel. SDF3. My mentor suggests to me that I try diverse cultural experiences such as opera, musical, and movie etc. SDF4. My mentor advises me to read a lot of books and magazines, to keep myself up to date in the current fashion field. SDF5. Whenever I perform my tasks, my mentor guides me to express my sensitivity.	
Psychosocial function	PSF1. My mentor has kept information that I shared with him/her in strict confidence. PSF2. My Mentor has demonstrated good listening skills in our conversation. PSF3. My mentor has conveyed empathy for the concerns and feelings that I discussed with him/her. PSF4. My mentor has shared personal experiences as an alternative perspective to my problems. PSF5. My mentor remembers my name, and uses it frequently and is interested in my circumstances.	[26]
Fashion career developmental function	FCF1. My mentor encourages me to participate in various competitions related to my major. FCF2. My mentor encourage me to obtain certificates related to my major, computer certificates and foreign language exams etc. FCF3. My mentor encourages me to gain job experience through part-time job and/or field placement programs.	
Mentor trust	MT1. My mentor is honest and genuine. MT2. My mentor is quite credible. MT3. My mentor is sincere and faithful his work. MT4. My mentor is credible as a specialist.	[8, 30]
Intention to reparticipate in the mentoring program	RM1. If I have the opportunity to participate in the mentoring program again, I will participate in it. RM2. I would like to recommend the mentoring program that I participated in to other friends.	[13]

표현할 수 있도록 도와주는 기능을 의미한다. 멘토 신뢰란 멘티가 멘토의 성실성, 믿음직스러움, 능력 등에 대해 갖는 확신의 정도를 의미하며, 멘토링 프로그램 재참여의도는 멘티가 멘토링 프로그램에 지속적으로 참여하고자 하는 의지를 나타낸다.

연구변수의 측정항목 및 관련 연구는 Table 1과 같고, 멘토링 기능, 멘토 신뢰, 그리고 멘토링 프로그램 재참여의도는 선행연구를 기반으로 측정항목을 정제하였다[8, 13, 26, 30].

3. 자료수집 및 분석방법

본 연구에서는 멘토링 경험이 있는 패션관련학과(패션소재과, 니트디자인과, 텍스타일컬러 디자인과, 패션디자인과, 패턴메이킹과, 패션마케팅과) 대학생들을 대상으로 2011년 6월 1일부터 6월10일까지 설문조사를 수행하였으며, 총 223부의 설문지를 통계분석에 사용하였다.

연구가설을 확인하기 위하여 SPSS 18.0을 이용하여 빈도분석, 신뢰도분석, 상관관계 분석을 실시하였으며, AMOS

7.0을 활용하여 구조방정식 모형을 검증하였다.

4. 표본의 특성

표본의 특성을 살펴보면, 성별로는 여성(66.4%)이 남성(33.6%)보다 높은 비중을 차지하였고, 학년은 1학년이 131명(58.7%)을 차지하였으며, 2학년이 92명으로 41.3%를 차지하였다. 가계 월평균 수입은 200만원 미만이 29.1%, 200-300만원 미만이 27.4%, 300-400만원 미만이 23.3%를 차지하여 유사한 비율을 보여주었으며, 400만원 이상은 20.2%를 차지하였다. 전공은 텍스타일컬러 디자인과가 28.3%로 가장 높은 비율을 차지하는 것으로 나타났으며, 니트디자인과가 19.7%, 패턴메이킹과 15.7%, 패션마케팅학과 14.8%, 패션디자인과 12.1%, 패션소재과 9.4% 순으로 나타났다. 학과적응력은 교수적응, 학습적응, 학과친구적응, 그리고 환경적응의 네가지 측면에서 살펴보았는데, 평균이 4.8208, 표준편차가 1.0737로 다소 높게 나타났다.

또한, 본 연구의 연구대상은 현재 소그룹 지도 교수제를

통해 멘토링을 받고 있는 패션 전공의 대학 재학생을 대상으로 하였는데, 멘토 관계의 유형을 시간의 변화에 따라 초기단계, 발전단계, 분리단계, 재정립단계의 4가지 단계로 분류한 Kram의 정의에 기초하여 초기 단계에 해당하는 입학 후 6개월에서 12개월에 해당하는 학생들을 대상으로 하였다 [20].

IV. 실증분석

1. 측정모형의 신뢰성과 타당성분석

본 연구의 측정모형의 신뢰성을 평가하기 위해 Cronbach's α 와 복합 신뢰도(CR: Composite Reliability) 값을 분석하였다. 일반적으로 Cronbach's α 값은 0.6 이상, 복합 신뢰도 값은 0.7 이상이면 변수의 측정이 내적으로 일관성이 있다고 판단한다 [7]. 분석 결과, 전체 신뢰도를 낮추는 2개의 문항(SDF1, PSF5)을 제거한 결과 모든 연구변수의 Cronbach's α 값이 0.884 이상으로 나타났으며, 복합 신뢰도 값은 0.885 이상으로 나타나 내적일관성이 있는 것을 확인할 수 있었다(Table 2, Table 3 참조).

본 연구의 확인적 요인분석 결과는 Table 3과 같으며, 적합도 지수는 $\chi^2 = 112.446$, $df = 80$, $p = 0.10$, $\chi^2/df = 1.406$, RMR = 0.070, GFI = 0.938, AGFI = 0.907, NFI = 0.962, CFI = 0.989, RMSEA = 0.043으로 나타나 전반적으로 권장 적합기준을 만족하여 본 측정모형이 적합하다고 할

Table 2.
Result of reliability analysis

Variables	Initial item	Deleted item	Cronbach's α
Sensitivity developmental function	5	1	0.904
Psychosocial function	5	1	0.941
Fashion career developmental function	3	0	0.884
Mentor trust	4	0	0.899

수 있다. 본 연구의 집중타당도의 평가는 요인 적재량의 검토를 통해 이루어지는데, 표준화 적재치가 0.5 이상이면 집중타당도가 있다고 볼 수 있다 [1]. 두 개의 요인에 이중적재되는 2개의 문항(SDF5, MT4)을 제거한 결과, Table 3에서 보는 바와 같이 모든 연구변수의 표준화 적재치가 권장수준인 0.5 이상으로 나타나 본 연구에서 사용된 측정항목들은 집중타당성을 갖고 있음을 알 수 있다.

각 변수의 판별타당성은 각 요인의 추출된 평균 분산 값(AVE: Average Variance Extracted)이 일반적으로 0.5 이상이면 판별타당성이 있다고 평가한다 [7]. 연구변수의 판별타당성은 대각선에 표기된 각 변수의 AVE값이 그 값의 좌측과 하단에 표기된 각 변수간의 상관계수 제곱보다 클 때 존재한다 [7]. 본 연구변수의 경우, 분석결과, Table 4와 같이 모든 연구변수의 AVE가 0.5 이상임을 알 수 있으며, AVE값

Table 3.
Result of confirmatory factor analysis for measures

Construct	Items	Stand. coeff.	Non stand. coeff.	S.E.	t-value	CR	AVE
Sensitivity developmental function	SDF2*	0.839	1.000	0.872	-	0.905	0.752
	SDF3	0.904	1.058	0.518	16.778		
	SDF4	0.874	0.991	0.629	16.075		
Psychosocial function	PSF1	0.832	0.889	0.765	17.775	0.941	0.727
	PSF2	0.918	0.987	0.395	22.570		
	PSF3*	0.911	1.000	0.444	-		
	PSF4	0.917	1.014	0.422	22.511		
Fashion career developmental function	FCF1	0.885	1.110	0.677	15.807	0.885	0.575
	FCF2	0.817	0.980	0.948	14.290		
	FCF3*	0.844	1.000	0.798	-		
Mentor trust	MT1	0.873	1.093	0.513	14.912	0.900	0.795
	MT2	0.927	1.272	0.365	15.941		
	MT3*	0.797	1.000	0.788	-		
Intention to reparticipate in the mentoring program	RM1*	0.901	1.000	0.546	-	0.915	0.743
	RM2	0.936	1.014	0.344	17.082		

Model fit: $\chi^2 = 112.446$, $df = 80$, $p = 0.10$, $\chi^2/df = 1.406$, RMR = 0.070, GFI = 0.938, AGFI = 0.907, NFI = 0.962, CFI = 0.989, RMSEA = 0.043

*fixed at 1 to standardize

Table 4.
Squared correlations and AVE of constructs

Construct	Sensitivity developmental function (1)	Psychosocial function (2)	Fashion career developmental function (3)	Mentor trust (4)	Intention to reparticipate in the mentoring program (5)
(1)	0.752				
(2)	0.318	0.727			
(3)	0.357	0.370	0.575		
(4)	0.304	0.430	0.343	0.795	
(5)	0.289	0.284	0.264	0.393	0.743

Note. Bold values in the diagonal are the AVE for each construct and values at lower diagonal cells are the squared correlations among constructs.

Table 5.
Model estimation

H	Path between variables	Path coefficient		S.E.	t-value	Result
		Non stand. coeff.	Stand. coeff.			
H1-1	Sensitivity developmental function → Mentor trust	0.157	0.193	0.063	2.495*	accept
H1-2	Psychosocial function → Mentor trust	0.363	0.456	0.062	5.877***	accept
H1-3	Fashion career developmental function → Mentor trust	0.184	0.220	0.070	2.622**	accept
H2-1	Sensitivity developmental function → Intention to reparticipate in the mentoring program	0.223	0.210	0.090	2.487*	accept
H2-2	Psychosocial function → Intention to reparticipate in the mentoring program	0.084	0.080	0.093	0.901	reject
H2-3	Fashion career developmental function → Intention to reparticipate in the mentoring program	0.104	0.095	0.099	1.046	reject
H3	Mentor trust → Intention to reparticipate in the mentoring program	0.561	0.429	0.125	4.501***	accept

Model fit: $\chi^2 = 112.446$, $df = 80$, $p = 0.10$, $\chi^2/df = 1.406$, $RMR = 0.070$, $GFI = 0.938$, $AGFI = 0.907$, $NFI = 0.962$, $CFI = 0.989$, $RMSEA = 0.043$

* $p < .05$. ** $p < .01$. *** $p < .001$.

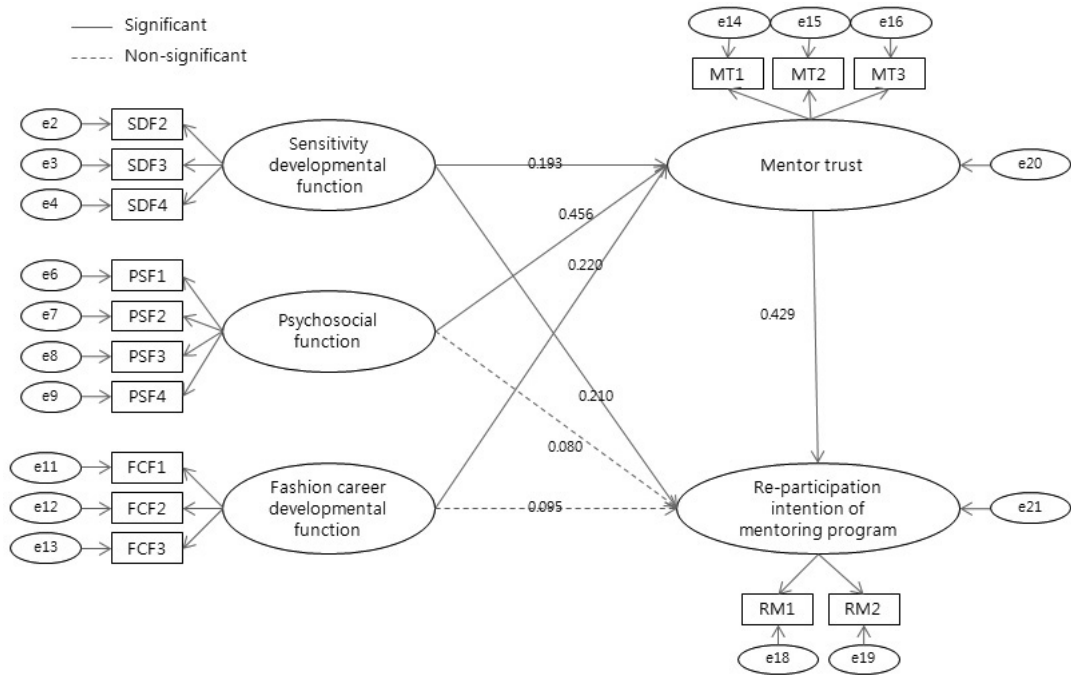
이 각 변수간의 가장 큰 상관계수 제공값보다 큰 것으로 나타나 판별타당성이 존재함을 알 수 있다.

2. 가설검증

본 연구에서는 연구가설 검증을 위하여 AMOS 7.0을 사용하였다. 본 연구에서 제안한 경로모형에 대한 경로계수와 적합도 지수는 Table 5 및 Figure 2와 같으며 경로모형의 적합도 지수는 $\chi^2 = 112.446$, $df = 80$, $p = 0.10$, $\chi^2/df = 1.406$, $RMR = 0.070$, $GFI = 0.938$, $AGFI = 0.907$, $NFI = 0.962$, $CFI = 0.989$, $RMSEA = 0.043$ 으로 나타나 전반적으로 권장수준에 만족할 만한 수준이므로 본 경로모형이 적합하다고 할 수 있다. 본 연구에서 제안한 전체 모델에 대한 가

설을 검정한 결과는 Table 5 및 Figure 2에서 보여지는 바와 같다. 전체 모델의 경로계수 값과 t값을 분석한 결과, 사회심리 기능과 패션경력개발 기능이 멘토링 프로그램 재참여의도에 미치는 영향 경로를 제외한 모든 경로에서 유의한 영향을 미치는 것으로 나타나 가설 2-2와 가설 2-3을 제외한 모든 연구가설이 채택되는 것으로 나타났다.

구체적으로 첫째, 감성개발 기능, 사회심리 기능, 그리고 패션경력개발 기능은 각각 표준화 경로계수 0.193($t_{값} = 2.495$), 0.456($t_{값} = 5.877$), 0.220($t_{값} = 2.622$)으로 멘토 신뢰에 유의한 영향을 미치는 것으로 나타나 가설 1-1, 가설 1-2, 그리고 가설 1-3은 채택되었다. 둘째, 사회심리 기능과 패션경력개발 기능은 각각 경로계수 0.080($t_{값} = 0.901$)와 0.095($t_{값} = 1.046$)로



$\chi^2 = 112.446$, $p = 0.10$, $df = 80$, $\chi^2/df = 1.406$, $RMR = 0.070$, $GFI = 0.938$, $AGFI = 0.907$, $CFI = 0.989$, $NFI = 0.962$, $TLI = 0.985$, $RMSEA = 0.043$

Figure 2. Path model (standardized coefficient).

값 = 1.046)으로 멘토링 프로그램 재참여의도에 유의한 영향을 미치지 않는 것으로 나타나 가설 2-2와 가설 2-3은 기각되었다. 그러나, 감성개발 기능은 멘토링 프로그램 재참여의도(경로계수 = 0.201, $t_{값} = 2.487$)에 유의한 영향을 미치는 것으로 나타나 가설 2-1은 채택되었다. 셋째, 멘토 신뢰는 멘토링 프로그램 재참여의도(경로계수 = 0.429, $t_{값} = 4.501$)에 유의한 영향을 미치는 것으로 나타나 가설 3은 채택되었다.

V. 결론 및 시사점

본 연구는 패션관련학과의 학과 유효성을 높이기 위한 방안으로 멘토링에 초점을 맞추어 멘토링 기능, 멘토 신뢰, 그리고 멘토링 프로그램 재참여의도간의 인과관계를 규명하였다. 이는 패션관련학과의 성과를 높이기 위한 효과적인 멘토링 프로그램 수립을 위한 기초자료를 마련하는데 도움이 될 수 있을 것이다. 본 연구의 실증분석결과 및 시사점을 요약하면 다음과 같다.

첫째, 멘토링 기능의 세가지 차원인 감성개발 기능, 사회심리 기능, 그리고 패션경력개발 기능은 멘토 신뢰에 정(+)의 영향을 미치는 것으로 나타났다. 이러한 결과는 멘토링의 사회심리 기능, 경력개발 기능이 조직구성원의 조직신뢰를 형

성하게 한다고 한 Ryu 외의 연구와 맥을 같이한다[36]. 감성개발 기능을 통해 멘토는 타 전공 학생들과 비교해 패션학과 학생들에게 중요성이 강조되는 감성을 높일 수 있는 방안을 제시하고 감성을 창의적으로 표현하도록 도와줄 뿐만 아니라 표현의 자신감도 높여줌으로써 멘토에 대한 신뢰가 형성될 수 있다고 생각된다. 또한, 인간관계에서 사회심리 기능을 통해 멘토와 멘티 상호간에 존중하고 이해하려는 마음이 유발되고, 이로 인해 멘토에 대한 신뢰가 형성되는 것으로 생각된다. 마지막으로 멘토 관계에서 멘토는 패션경력개발 기능을 통해 멘티에게 패션산업이나 기업현장에서 필요로 하는 직무를 수행하는데 필요한 요령을 가르쳐 주고, 경력발전을 위해 미리 준비하도록 지원해 줌으로서 멘토는 조직 내에서 리더의 역할을 수행하고 있으며 멘토에 대한 신뢰를 형성할 수 있다고 생각된다. 특히 사회심리 기능이 신뢰에 미치는 상대적 영향력이 감성개발 기능이나 패션경력개발 기능에 비해 큰 것으로 나타났는데, 이는 멘토와 멘티 상호간의 원만한 대인관계를 바탕으로 멘티가 대학생활을 함에 있어 자신감과 정체성을 갖도록 도와주는 것이 패션 멘토링 기능을 통한 멘토 신뢰 형성에서 가장 큰 비중을 차지함을 의미한다고 할 수 있다.

둘째, 멘토링의 감성개발 기능은 멘토링 프로그램 재참여의도에 정(+)의 영향을 미치는 것으로 나타났으나, 패션경력

개발 기능과 사회심리 기능은 멘토링 프로그램 재참여의도에 유의한 영향을 미치지 않는 것으로 나타났다. 이러한 결과는 멘토로부터 감성개발과 관련하여 멘토링을 받은 멘티가 차후 멘토링 프로그램에 재참여할 의도가 가장 높음을 나타낸다. 따라서 패션관련학과 학생들에게는 현재의 유행을 체험하도록 조언하거나 감성을 창의적으로 표현할 수 있도록 도와주는 감성개발 기능에 보다 초점을 맞추어 멘토링 프로그램을 수립하고 구체적으로 실행한다면 차후 멘토링 프로그램의 재참여의도를 높일 수 있을 것이라 생각된다.

셋째, 멘토 신뢰는 멘토링 프로그램 재참여의도에 정(+)의 영향을 미치는 것으로 나타났다. 이는 스쿠버다이빙 지도자 신뢰의 정도가 재참여의도에 미치는 영향력 정도는 하위요인인 이타성, 능력, 개방성, 성실성, 일관성 순으로 정(+)의 영향을 미친다고 한 Oh 외의 연구와 스쿠버다이빙에서 초기 학습자들의 교육은 지도자에 의해서 이루어지며 지도자와의 신뢰가 높을 때 지도만족 및 지도효율이 높아진다는 Oh의 연구결과와 일치하는 것으로 멘토에 대한 신뢰가 높을수록 멘티의 멘토링 프로그램 재참여의도가 높아진다는 것을 알 수 있다 [31, 32]. 이외에도 조직이 개인의 공헌과 성과를 인정하고 공정하게 평가할 때, 조직에 대한 신뢰가 높아지게 되고 그 결과로 구성원은 조직에 대한 협력과 충성도가 높아질 뿐만 아니라, 직무를 자발적이고 적극적으로 수행한다고 주장한 Kwon 외의 연구와도 맥을 같이한다 [21].

이러한 연구결과를 종합해보면, 멘토링 기능이 직접적으로 멘토링 프로그램 재참여의도에 영향을 미치지 보다는 멘토 신뢰를 매개하여 멘티의 멘토링 프로그램 재참여의도에 영향을 미친다는 것을 알 수 있다. 이는 멘토에 대한 신뢰가 멘토링에서 매우 중요하다는 것을 보여주는 결과이다. 즉 단순히 멘토링 기능의 실행을 통해서 멘토링 프로그램 재참여의도와 같은 멘티의 긍정적 반응을 불러일으키기는 쉽지 않으며 멘토링 기능을 수행할 때 멘토에 대한 신뢰가 형성되면 멘티의 멘토링 프로그램 재참여의도를 높이는 것이 용이하므로 멘토에 대한 신뢰를 높일 수 있는 관점에서 멘토링의 구체적인 방안수립이 이루어져야할 것이다.

이상의 연구결과를 통해 패션관련학과 학생들의 인적자원 관리에 유용한 전략적 수단으로 멘토링이 활용될 수 있음을 검증하였다. 따라서 패션관련학과 교수 및 전문가들은 위의 연구결과를 고려하여 학과 내에 전문적이고 체계적인 멘토링이 정착될 수 있도록 관심을 가지고 지원해야 하며, 이러한 노력은 교수와 학생 및 행정가 등 구성원의 개인적 발전과 패션관련학과와 성과에 효과적인 개선을 가져올 것이다.

한편 이 연구를 수행하면서 나타난 한계점과 후속연구를 위해 몇 가지 제언을 하고자 한다. 첫째, 이 연구는 연구대상을 멘토링 경험이 있는 패션관련학과 학생으로 한정하여 편

의표본추출법으로 선택하였기 때문에 연구결과를 일반화하는데 한계가 있다. 둘째, 이 연구는 자기평가 기입법을 통해 측정되었기 때문에 동일방법으로 인한 분산(common method variance)에 의해서 연구결과가 과장되었을 수 있다. 그러므로 후속 연구에서는 관리자와 동료에 의한 평가나 면담과 같이 다양한 연구방법을 병행할 필요가 있으며, 이는 변수들의 영향력을 검증하는데 있어 보다 정확한 결과를 얻을 수 있을 것으로 생각된다. 셋째, 이 연구는 멘토링 기능과 멘토 신뢰, 멘토링 프로그램 재참여의도라는 제한된 변수를 선정하였기 때문에 연구결과에서 제시한 모델이 최적이라고 하기에는 무리가 따를 수 있다. 따라서 이 연구에서 제시한 이론적 개념 외에도 패션관련학과 적응과 관련된 다양한 변수를 고려할 필요가 있다. 마지막으로 다른 전공의 학과와 비교하여 패션관련학과가 어떠한 차별성을 갖는지에 대한 향후 추가적인 연구가 수행된다면 실무적인 유용성과 학문적인 발전에 기여할 것으로 기대된다.

References

1. Bagozzi, R. P., & Yi, Y. J. (1988). On the evaluation of structural equation models. *Journal of Academy of Marketing Science*, 16(1), 74-94.
2. Brumskine-Labala, H. L. (2002). *The impact of mentoring on the academic achievement of the reluctant learner: A case study of the adult guide program at Cambridge-South Dorchester high school*. Unpublished doctoral dissertation, University of Delaware, Newark, USA.
3. Burke, R. (1984). Mentors in organizations. *Group and Organization Study*, 9, 353-372.
4. Cannister, M. (1999). Mentoring and the spiritual well-being of late adolescents. *Adolescence*, 34(136), 80-91.
5. Choi, K. I. (2008). A study on effectiveness of mentoring program with teachers as mentors for youths in single parent families. *Journal of Adolescent Welfare*, 10(1), 47-67.
6. Chung, M. S., & Nam S. H. (2005). A study on the youth's preference and willingness to participate in a mentoring program. *Korean Journal of Youth Studies*, 12(2), 26-50.
7. Fornell, C., & Larcker, D. F. (1981). Evaluating structural models with unobservable variables and

- measurement error. *Journal of Marketing Research*, 18(1), 39-50.
8. Han, S. S. (2009). *The effects of mentoring functions on new employees' trust in mentor and performances*. Unpublished master's thesis, Hanbat National University, Daejeon, Korea.
 9. Jang, H. Y., & Noh, M. J. (2011). An effect of mentoring functions on the undergraduate' involvement and adaptation: Focused on the moderating effect of trust and fairness. *Korean Business Education Review*, 26(4), 23-52.
 10. Jarvenpaa, S. L., Tractinsky, N., & Vitale, M. (2000). Consumer trust in an internet store. *Information Technology and Management*, 1(12), 45-71.
 11. Jo, H. Y., & Yang, K. M. (2010). A case study of a Korean conglomerate's cyber-mentoring program for youth: Finding its advantages and limits. *Journal of Adolescent Welfare*, 12(3), 47-77.
 12. Joo, H. S. (2007). Exhibition & convention participant's trust by relation change value, loyalty, effect getting to peak experience. *Korean Journal of Hotel Administration*, 16(1), 139-154.
 13. Kan, J. S. (2011). *A study of development of a mentoring model in the university*. Unpublished doctoral dissertation, Kangwon National University, Chuncheon, Korea.
 14. Kiffin-Petersen, S., & Cordery, J. (2003). Trust, individualism and job characteristics as predictors of employee preference of teamwork. *International Journal of Human Resource Management*, 14(1), 93-116.
 15. Kim, B. S., & Jun, J. N. (2004). The effect of the career counseling program on the young's career decision making and vocational information. *The Journal of Career Educational Research*, 17(1), 20-38.
 16. Kim, J. E., An, H. K., & Lee, E. J. (2009). The effect of mentoring functions in foodservice company on organizational commitment: Focused on mediating effect of trust toward supervisor. *Korean Journal of Food Culture*, 24(6), 739-748.
 17. Kim, M. S., & Shin, Y. J. (2005). The perceived effects of mentoring on the mentee's organizational socialization: Among the fashion merchandisers and designers. *Journal of the Korean Home Economics Association*, 43(3), 75-89.
 18. Kim, S. G., & Lee, J. K. (2007). Effectiveness of mentoring program for psychosocial adjustment of adolescents in poverty. *Korean Journal of Youth Studies*, 14(5), 75-98.
 19. Kim, S. W., & Chang, K. R. (2006). Impacts of mentoring on athletes' satisfaction and intentions to dropout. *Korean Journal of Sport Science*, 17(2), 111-122.
 20. Kram, K. E. (1983). Phases of the mentor relationship. *Academy of Management Journal*, 26, 608-625.
 21. Kwon, K. J., Eu, Y. S., & Lee, H. R. (2009). The effect of perceived organization support on chain restaurant employees' trust and job attitude. *Korean Journal of Hotel Administration*, 18(3), 153-170.
 22. Lee, I. S., Choi, S. G., & Ji, S. G. (2010). The impact of the mentoring functions on the motivation to adopt knowledge, the success of knowledge transfer. *Knowledge Management Research*, 11(3), 13-29.
 23. Lee, O. H., & Im, Y. W. (2010). Effectiveness of the peer support mentoring program for students at cyber universities: Based on the re-registration rate, academic achievement, and satisfaction level. *The Journal of Educational Information and Media*, 16(2), 315-339.
 24. Lee, S. C. (2003). Skiers' different commitment and behavioral intention to skiing according to the level of specialization. *The Korean Journal of Physical Education*, 42(5), 411-417.
 25. Lee, S. H. (2008). *Analysis of causal model on mentoring experiences and sports achievement of secondary school athletes*. Unpublished doctoral dissertation, Dankook University, Seoul, Korea.
 26. Lee, S. M., & Park, H. H. (2012). A preliminary study for developing a measure of mentoring functions scale : Focused on the clothing & textiles majoring college students. *Journal of The Korean Society for Clothing Industry*, 14(3), 390-399.
 27. Lee, Y. H., & Choi, K. R. (2006). Analyzing the relationships among participation motivation, satisfaction, and repurchasing intentions of dancesport participants. *Journal of Leisure and Recreation Studies*, 30, 99-111.

28. Lee, Y. S. (2008). A study on mentoring and adjustment to organization. *Journal of Travel Study*, 28, 41-60.
29. Mayer, R. C., Davis, J. H., & Schoorman, F. D. (1995). An integrative model of organizational trust. *Academy of Management Review*, 20(3), 709-734.
30. Morgan, R., & Hunt, S. (1994). The commitment-trust theory of relationship marketing. *Journal of Marketing*, 58(July), 20-38.
31. Oh, S. T. (2003). *The effect of trust for scuba instructor on learner's satisfaction and instructing effectiveness*. Unpublished master's thesis, Kookmin University, Seoul, Korea.
32. Oh, S. T., Lee, S. C., & Na, A. (2011). The effects of perceived risk and instructor trust on re-participation intention in scuba diving. *Journal of Leisure and Recreation Studies*, 35(2), 67-76.
33. Pang, J. H. (2004). A study on effect of mentoring program to enhance psycho social adaptability of adolescents in a low-income and single-parent family. *Journal of Social Work Practice*, 4, 113-142.
34. Ragins, B. R., Cotton, J. L., & Miller, J. S. (2000). Marginal mentoring: The effects of type of mentor, quality of relationship, and program design on work and career attitudes. *Academy of Management Journal*, 43(6), 1177-1194.
35. Rousseau, D. M., Sitkin, S. B., Burt, R. S., & Camerer, C. (1998). Not so different after all: A cross-discipline view of trust. *Academy of Management Review*, 23(3), 393-404.
36. Ryu, W. Y., & Han, K. H. (2009). Influence of mentoring on organizational trust and job satisfaction of member of sports administrative organization. *Korean Journal of Sport Management*, 14(4), 157-169.
37. Scandura, T. A., & Ragins, B. R. (1993). The effects of sex and gender role orientation on mentorship in maledominated occupations. *Journal of Vocational Behavior*, 43(2), 251-265.
38. Shin, K. H. (2010) A study of mentoring's function effects that trust & employee satisfaction in the travel agent. *Journal of Culture & Tourism Research*, 12(1), 33-49.
39. Son, S. J. (2010). The impact of proteges trust on job satisfaction and organizational commitment in formal mentoring relationships. *Journal of Human Resource Management Research*, 17(2), 29-47.
40. Tan, H. H., & Tan, C. S. (2000). Towards the differentiation of trust in supervisor and trust in organization. *Genet Soc Gen Psychol Monogr*, 126(2), 241-260.
41. Turban, D. B., & Dougherty, T. W. (1992). Influences of campus recruiting on applicant attraction to the firm. *Academy of Management Journal*, 35, 739-765.
42. Wayne, S. J., Shore, L. M., & Liden, R. C. (1997). Perceived organizational support and leader member exchange: A social exchange perspective. *Academy of Management Journal*, 40, 82-111.
43. Yang, S. M., Kim, S. H., Lee, M. H., & Kim, M. S. (2010). Case study on the effects of the mentoring program on married immigrant women. *Journal of Agricultural Extension & Community Development*, 17(2), 153-184.
44. Yeh, C. J., Ching, A. M., Okubo, Y., & Luthar, S. S. (2007). Development of a mentoring program for Chinese immigrant adolescents' cultural adjustment. *Adolescence*, 42(168), 733-747.
45. Yi, Y. J., & La, S. A. (2002). The relationship of customer satisfaction, adjusted expectation and repurchase intention: The moderating role of customer loyalty. *Journal of Consumer Studies*, 13(3), 51-78.

접 수 일	2012년 7월	6일
심사시작일	2012년 7월	10일
게재확정일	2012년 8월	13일