

한·중 항공사 승무원 유니폼의 이미지 평가

소 적 천 · 이 미 숙⁺

전남대학교 의류학과 박사과정 · 전남대학교 의류학과 교수⁺

Evaluation of the Image of Korean · Chinese Airline Crew's Uniforms

Chiqian Shao · Mi Suk Lee⁺

Doctoral Course, Dept. of Clothing and Textiles Chonnam National University

Professor, Dept. of Clothing and Textiles, Chonnam National University⁺

(투고일: 2014. 7. 30, 심사(수정)일: 2014. 8. 22, 게재 확정일: 2014. 9. 11)

ABSTRACT

The purpose of this research is to prepare basic data necessary to develop uniform design by examining the uniforms of Korean and Chinese airline crew. Advanced research, various literature materials related to uniform, as well as a survey on the images portrayed by the different uniforms of the airlines were used as research method, and this was used to investigate its functions and components. The survey was conducted in Incheon International Airport and Gwangju airport from September 1st to 30th of 2013, - targeting 350 people consisting of Koreans, Chinese, and other nationalities who have the experience of using Korean and Chinese aircraft. The research findings are summarized as follows. First, the images of the uniforms were classified into 5 elements: attractiveness, activity, noticeability, femininity, and traditionality. The analysis showed that Korean uniforms, except for Jin Air, received high marks overall, while the Chinese uniforms received lower marks compared to their Korean counterparts. Second, the results were analyzed based on the nationality of the respondents. In regards to Korean airline crews, attractiveness, activity, noticeability, femininity, and traditionality showed statistical significance with Korean respondents, while the significance was seen in attractiveness, activity, femininity, and traditionality for the Chinese respondents. Femininity was the only feature with any significance for the third nation respondents. On the other hand, with regard to Chinese airline crew's uniform, Korean respondents showed statistical significance in the following features: attractiveness and traditionality, while the Chinese and the third nation respondents did not show any statistical significance in any of the elements.

Key words: China airline(중국 항공사), flight attendant(승무원), image evaluation(이미지 평가), Korea airline(한국 항공사), uniform image(유니폼 이미지)

본 논문은 석사학위 청구논문의 일부임.

This research was supported in 2013 by the MOE(The Ministry of Education), Republic of Korea, under the BK21 plus project (S13HR15D0801) supervised by the NRF(National Research Foundation of Korea).

Corresponding author: Lee, Mi Suk, e-mail: ms1347@chonnam.ac.kr

I. 서론

오늘날 국민소득 수준 향상과 여가시간의 확대에 따른 해외여행의 증가 등으로 인해 항공기 이용은 매우 일상적인 것이 되고 있다. 이러한 항공기 이용의 증가와 더불어 각국의 항공사들 간 경쟁이 치열해지면서 각 항공사들은 항공시장의 영역확대와 고객유치를 위해 자사의 브랜드 이미지 개선과 서비스 차별화에 전력을 기울이고 있다.¹⁾ 항공기 이용승객들의 보다 즐겁고 안전한 여행을 위해 각 항공사가 제공하는 서비스는 그 항공사의 이미지를 결정하는 중요한 요소이다. 그리고 서비스 제공과정에서 고객과의 대면시간이 가장 길고 다양한 업무를 수행하는 것은 객실 승무원이며, 특히 그들의 유니폼은 항공사의 기업 이미지(Corporate Image)와 직결되는 움직이는 기업 아이덴티티(Corporate Identity: C.I) 역할을 한다. 항공사 승무원의 유니폼은 기업 자체의 이미지뿐만 아니라 국가의 이미지와 문화정체성을 구축하고 전달하는데 있어서도 매우 효과적인 수단이다.²⁾ 따라서 항공사 승무원의 유니폼은 항공기라는 제한된 작업 공간에서 작업의 효율성을 높이기 위한 기능성 수반은 물론, 타 항공사와 구별되는 차별화된 디자인으로 항공사의 정체성과 기업의 신뢰성을 전달할³⁾ 뿐만 아니라 자국의 이미지도 전달할 수 있어야 한다.

지금까지 항공사 승무원 유니폼에 관한 선행연구로는 항공사 승무원 유니폼의 기호체계 연구, 항공사의 이미지 마케팅 전략을 위한 유니폼 교체사례에 관한 연구, 국내·외 항공사 승무원 유니폼 디자인과 이미지 비교 연구 및 디자인 개발에 관한 연구가 있었고, 최근에 저가 항공사의 등장에 따라 저비용 항공사 승무원 유니폼에 관한 연구들이 진행되었다. 이와 같이 한국과 중국 항공사 승무원의 유니폼 이미지를 비교·분석하고, 그 결과를 토대로 유니폼 디자인을 개발한 연구는 이루어지지 않았다. 이에 본 연구의 목적은 한국과 중국 항공사 승무원이 착용하고 있는 유니폼의 이미지 평가에 관한 설문조사를 통해 유니폼 디자인 개발에 필요한 기초자료를 마련하고자 하는데 있다. 연구방법은 유니폼에 관련된 선행연구

및 각종문헌 자료를 통해 유니폼의 기능과 구성요소 및 항공사 승무원 유니폼 관련 연구 동향을 고찰한 다음, 한국과 중국 항공사의 승무원 유니폼 이미지에 관한 설문조사를 실시하였다.

II. 이론적 배경

1. 유니폼의 기능과 구성요소

유니폼이란 일정한 형식에 의해 정해진 일정 양식의 복장으로, 특정집단에 속해 있는 구성원들을 위해 특별히 고안, 채택되어진 독특한 디자인을 가진 제복을 말한다.⁴⁾ 유니폼에서 요구되는 특성은 크게 상징성, 기능성, 심미성, 경제성 등을 들 수 있는데⁵⁾, 본 연구에서는 항공사 승무원 유니폼 이미지 평가와 연관이 있는 상징성, 기능성, 심미성에 대해서 살펴보았다.

첫째, 상징성은 기업의 정체성과 이미지를 나타내는 것으로, 유니폼은 소속집단의 역할과 임무에 적합한 형태, 성격과 외관을 갖추어야 한다.⁶⁾ 따라서 항공사 승무원의 유니폼 또한 항공사의 독자적 이념과 개성, 경영자의 자세, 종사자의 의식을 통일된 형태와 색채 등으로 시각화하여 상징성을 나타내야 한다.⁷⁾ 둘째, 기능성은 유니폼이 직업의 목적을 수행하기 위한 기능적 측면이 고려되어 제작되어야 한다는 것을 의미한다. 항공사 승무원 유니폼은 특히 기내라는 한정된 공간에서 업무를 수행하는 경우가 많기 때문에 업무 동작과 활동량, 기내 환경, 피복 위생학적 측면을 고려하여 기능성이 가미된 디자인, 패턴 구성, 소재가 요구된다.⁸⁾ 셋째, 심미성은 사람이 아름답고 적합한 옷을 착용하면 심리적 만족감을 갖게 되고, 이에 근거한 서비스는 고객으로 하여금 긍정적인 평가로 이어지는 것⁹⁾과 관련이 있는 것이다. 항공사 유니폼이 심미성을 갖추기 위해서는 항공기의 외부 및 기내의 인테리어와 조화로워야 하며, 항공사의 전체적인 이미지와 잘 어울리는 색상이어야 한다.¹⁰⁾

이상에서 살펴본 바와 같이 승객과 직접적인 접촉을 통해 서비스를 담당하는 항공사 승무원 유니폼은

항공기라는 제한된 작업공간에서의 작업의 효율성을 높이기 위한 기능성 수반은 물론, 기업의 상징성을 나타내야 할 뿐만 아니라 타 항공사와 구별되는 차별성이 있어야 하고, 승무원들이 미적 감각을 충족시킬 수 있도록 폐셔너블하면서도 아름답게 디자인되어야 한다.

2. 항공사 승무원 유니폼 관련연구

앞에서 언급한 것처럼 지금까지 항공사 유니폼에 관한 선행연구는 항공사 승무원 유니폼의 상징적인 측면을 파악한 복식 기호체계 연구, 항공사의 이미지 마케팅 전략을 위한 유니폼 교체사례에 관한 연구, 국내·외 항공사 승무원 유니폼 디자인과 이미지 비교 연구, 항공사 승무원 유니폼 디자인 개발에 관한 연구, 저비용 항공사 승무원 유니폼에 관한 연구 등이 진행되었다.

먼저, 유니폼의 기호체계 및 교체사례에 대한 연구를 살펴보면 한명숙은 항공사 여승무원 유니폼에 대한 기호체계 연구¹¹⁾에서 기호와 같은 역할로서의 복식이 사회현상 속에서 어떻게 나타나고 인지되어지는가를 기호학의 이론을 바탕으로 규명하고 그 구조를 밝히고자 대한항공과 아시아나항공 승무원 유니폼을 대상으로 분석하였는데, 대한항공과 아시아나항공 승무원의 유니폼은 하나의 복식기호로 모두 국가상징인 전통문양을 이용하여 한국적 이미지를 표현한다고 하였다. 한편, 임해민은 항공사의 이미지 마케팅 전략을 위한 유니폼 교체사례에 관한 연구¹²⁾에서 현대사회 유니폼은 단순히 어떤 집단의 구성원들을 묶어주거나 다른 집단과 한 눈에 구별해주는 기본적인 용도에서 벗어나 기업발전의 전략적 도구로 사용되고 있다고 지적하였다. 한편, 이화진 외¹³⁾는 항공기를 이용해 본격적이 있는 500명에게 11개 항공사의 여승무원 유니폼에 관한 이미지를 연구를 통해 항공사 여승무원 유니폼의 이미지는 매력성, 여성성, 주목성, 활동성 등의 4개 요인으로 구성되며, 매력성과 여성성이 주요한 요인이고, 활동성이 높으면 여성성과 매력성이 낮게 평가되고 있음을 밝혔다. 이미숙¹⁴⁾은 항공서비스 평가 전문기관인 스카이트렉스(Skytrax)에서 선정한 3~5 Star의 148개 항공사를 대상으로 항공사 여승무원 유니폼의 색상, 색조 및 색채 이미지를 분석한 결

과, 다양한 색조의 PB 계열과 v 색조의 R 계열의 색상을 메인 컬러로 사용하면서 서브 컬러 또는 액센트 컬러는 색채대비가 크게 나타나는 화이트와 v, lt 색조 등의 R, YR, Y 계열, 다양한 색조의 PB 계열 등의 색채를 활용하고 있고, 유니폼 이미지는 다이나믹한, 모던한, 화려한, 경쾌한, 클래식한 이미지에 집중되고 있음을 밝혀냈다. 그리고 한·중·일 항공사 승무원 유니폼의 색채 특성 및 이미지를 비교 분석한 소적진, 이미숙¹⁵⁾의 연구에 의하면 삼국 모두 무채색이 가장 많이 사용되었고, 그 다음으로는 한국은 R, YR/Y, GY, B/PB/P, 중국은 R/PB, RP, YR/Y/GY, BG/P, 일본은 RP, R/P/PB, Y/BG 순으로 사용되었으며, 색조에 있어서는 한국은 W, lt, 중국은 W, 일본은 W, v, 유니폼의 배색 이미지는 한국은 클래식 이미지, 캐주얼/프리티/엘레강스/시크 이미지, 중국은 캐주얼 이미지, 다이나믹/고저스/시크/쿨캐주얼/덴디 이미지, 일본은 덴디 이미지, 캐주얼/고저스 이미지 순으로 많이 나타났다.

이 외에 국가 브랜드 이미지 향상을 위해 전통 이미지나 한국적 이미지를 활용한 항공사 승무원 유니폼 디자인 개발에 관한 연구로, 이신영¹⁶⁾은 아시아나항공 유니폼에 대한 만족도와 유니폼의 실용성에 대한 특성을 파악하기 위해 150명을 대상으로 설문조사를 실시해서 도출한 디자인 선호도를 토대로 아시아나항공 승무원의 유니폼 디자인을 개발하였고, 정나니¹⁷⁾는 세계 대표적 항공사들의 유니폼 디자인을 비교분석한 다음, 대한항공이 추구하는 기업이미지를 토대로 대한항공의 새로운 유니폼 디자인을 개발하였으며, 강지영¹⁸⁾은 전통복식을 응용한 세계 항공사의 승무원 유니폼과 국내항공사의 유니폼 현황을 살펴보고 이를 토대로 한국 전통한복을 응용, 활동성과 심미감이 가미된 아시아나항공의 승무원 유니폼을 디자인하였다. 또한, 이기오¹⁹⁾는 국내 항공사, 아시아 항공사, 해외 항공사 각각 7개씩의 항공사를 선정하여 승무원 유니폼의 특성을 디자인, 형태, 색상, 배색, 패턴 등으로 분류하여 각 항공사 유니폼의 장단점을 파악한 다음, 대통령 전용기 여승무원의 유니폼을 디자인하였다. 민소정²⁰⁾은 국내·외 항공사의 승무원 유니폼을 비교하여 어떻게 전통적인 이미지를 표현

하였는지 고찰한 다음, 한국적인 디자인 모티브를 활용해서 승무원 유니폼 디자인 개발을 시도하였다.

최근에는 저비용 항공사가 기존의 대형 항공사와 차별화된 전략으로 시장을 형성하게 되면서 저비용 항공사에 관한 연구가 활발히 진행되었는데, 남궁주리²¹⁾는 저비용 항공사의 승무원 유니폼 특성, 즉 상징성, 적합성, 심미성이 직원에 대한 인지적 이미지와 항공사에 대한 정서적 이미지에 미치는 영향관계 및 직원에 대한 인지적 이미지와 항공사에 대한 정서적 이미지가 항공사 애호도에 미치는 영향관계에 대해 설문조사를 실시해서 승무원 유니폼이 직원에 대한 인지적 이미지와 항공사에 대한 정서적 이미지에 영향을 주는 것을 밝혔고, 김가영²²⁾은 이스타항공 승무원을 대상으로 승무원의 업무와 내용, 환경, 현재 유니폼의 만족도와 개선점을 반영하여 유니폼 디자인을 개발하였다.

III. 연구방법 및 절차

1. 자극물 제작

한·중 항공사 승무원의 유니폼 이미지 평가를 위한 자극물은 인천국제공항에 취항하는 한국과 중국의 항공사 중에서 승객 수용율이 높은 항공사(한국 항공사: 대한항공, 아시아나항공, 제주항공, 이스타항공, 진에어 / 중국항공사: 중국국제항공, 중국동방항공, 중국남방항공, 심천항공, 산둥항공)의 슈트를

Adobe Photoshop 7.0과 Adobe Illustrator CS 3 프로그램을 활용하여 동일한 조건의 신체, 포즈, 얼굴의 모델에 각 항공사 유니폼을 착장시켜 <표 1>과 같이 일러스트레이션으로 제작하였다.

2. 조사대상

본 연구의 조사대상은 항공기를 이용해 본 경험이 있는 한국인, 중국인, 제3국인 총 317명이었다. 응답자의 인구 통계적 특성은 성별 분포는 남성 94명(29.7%), 여성 223명(70.3%)이었고, 연령은 20대 185명(58.4%), 30대 75명(23.7%), 40대 이상이 57명(18%), 국적은 한국인 115명(36.3%), 중국인 123명(38.8%), 제3국인 79명(24.9%)이었고, 학력은 고졸 이하 및 전문대 졸업이 62명(19.6%), 4년제 대학졸업이 166명(52.4%), 대학원 졸업 이상이 89명(28.1%)이었으며, 직업은 직장인 147명(46.4%), 학생 155명(48.9%), 주부 15명(4.7%)으로 나타났다.

3. 척도의 구성

한·중 항공사 승무원 유니폼의 이미지 평가를 위한 척도의 구성은 먼저, 패션 전공자를 대상으로 한

<표 1> 한·중 항공사 승무원 유니폼의 사진 자극물

한국 항공사					중국 항공사				
대한항공	아시아나항공	제주항공	이스타항공	진에어	중국국제항공	중국동방항공	남방항공	심천항공	산둥항공
									

- 저자 제작

공사 승무원 유니폼에서 떠오르는 이미지를 자유언어연상기법을 사용하여 총 48개의 형용사를 추출한 다음, 이 중 빈도수가 높고 유사한 의미를 지닌 형용사를 범주화하였다. 이를 선행연구와 국어사전을 참고로 반의어를 추출하여 총 33개의 형용사 쌍을 수집하였고, 한국인 학생과 중국인 학생 각각 30명씩을 대상으로 예비조사를 해서 최종 28개의 형용사 쌍으로 이루어진 5점 의미미분척도를 구성하였다.

4. 자료수집 및 분석방법

한·중 항공사의 승무원 유니폼 이미지 평가를 위한 자료수집은 2013년 9월 1일부터 30일까지 인천국제공항과 광주광역시에서 항공기를 이용해 본 경험이 있는 한국인, 중국인, 제 3국인을 대상으로 설문조사를 실시하였는데, 응답자 1인당 1개의 자극물을 무작위로 할당하여 질문지에 응답하게 하였다. 총 350부의 질문지를 배포하여 335부를 회수하였으며, 회수된 질문지 중 응답이 불완전한 것을 제외한 317부를 최종분석에 이용하였다. 항공사 승무원 유니폼 이미지의 차원분류와 이미지 평가의 차이, 국적에 따른 항공사별 승무원 유니폼 이미지 평가의 차이를 파악하기 위해 SPSS for windows 20.0 통계 Package를 이용해서 주성분 요인분석, 일원배치 분산분석(one-way ANOVA)을 실시하였으며, 사후검정으로 Duncan-test를 하였다.

IV. 분석결과 및 논의

1. 한·중 항공사 승무원 유니폼 이미지의 차원

한·중 항공사 승무원 유니폼에 대한 이미지의 차원을 분류하기 위하여 28쌍의 형용사 쌍으로 구성된 자료를 Varimax 회전법을 사용하여 주성분 요인분석을 실시한 결과, 28쌍의 형용사중 6쌍의 형용사가 설명력과 신뢰도를 저해시키는 것으로 나타나 이 문항들을 제외한 나머지 22문항을 재분석하였고, 그 결과는 <표 2>와 같다.

고유치(eigenvalue) 1이상의 5개 요인이 도출되었

으며, 각 요인의 신뢰도 계수(Cronbach's α)는 각각 .90, .77, .67, .69, .72으로 나타나 문항 간 내적 일관성이 확보되었다. 또한 각 요인들이 설명한 총 변량은 64.172%로 나타났다. 요인 1은 전체 변량의 33.297%를 설명하였고, 이 요인에는 세련된 - 촌스러운, 지적인 - 지적이지 않은, 매력적인 - 매력적이지 않은, 예쁜 - 예쁘지 않은, 보기 좋은 - 보기 싫은, 아름다운 - 아름답지 않은, 멋있는 - 멋없는, 고급스러운 - 천박한, 트렌디한 - 클래식한, 단정한 - 단정하지 않은 총 10개의 형용사 쌍이 포함되어 '매력성'으로 명명하였다. 요인 2는 전체 변량의 10.377%를 설명하였고, 이 요인에는 편안한 - 불편한, 자연스러운 - 부자연스러운, 활동적인 - 비활동적인, 적극적인 - 소극적인 총 4개의 형용사 쌍이 포함되어 '활동성'으로 명명하였다. 요인 3은 전체 변량의 8.227%를 설명하였고, 이 요인에는 독특한 - 평범한, 눈에 띄는 - 눈에 띄지 않은, 장식적인 - 심플한 총 3개의 형용사 쌍이 포함되어 '주목성'으로 명명하였다. 요인 4는 전체 변량의 6.744%를 설명하였고, 이 요인에는 여성적인 - 남성적인, 부드러운 - 딱딱한, 엘레강스한 - 스포티브한 총 3개의 형용사 쌍이 포함되어 '여성성'으로 명명하였다. 요인 5는 전체 변량의 5.528%를 설명하였고, 이 요인에는 전통적인 - 비전통적인, 민속적인 - 비민속적인 총 2개의 형용사 쌍이 포함되어 '전통성'으로 명명하였다.

2. 한·중 항공사 승무원 유니폼에 관한 이미지 평가

한·중 항공사에 따른 승무원 유니폼 이미지 평가의 차이를 파악하기 위해 one-way ANOVA를 실시하고, 사후검정으로 Duncan-test를 한 결과는 <표 3>과 같다. 즉, 10개의 항공사간 전체적인 유니폼 이미지 평가에서 통계적으로 유의한 차이($F=2.918$, $p<.01$)가 있었고, 이미지 요인에서도 항공사간 유의한 차이(매력성: $F=6.001$, $p<.001$; 활동성: $F=7.899$, $p<.001$; 주목성: $F=2.362$, $p<.05$; 여성성: $F=5.512$, $p<.001$; 전통성: $F=3.903$, $p<.001$)가 있는 것으로 나타났다. 전체적으로 5개 이미지 요인에 대해 가장 높은 평균을 보인 항공사는 한국 항공사인 제주항공

〈표 2〉 한·중 항공사 승무원 유니폼의 이미지 차원

요인	이미지 형용사 쌍	요인 1	요인 2	요인 3	요인 4	요인 5
요인 1 매력성	세련된 - 촌스러운	.791	.136	.016	.076	.004
	지적인 - 지적이지 않은	.779	-.046	-.028	.120	.122
	매력적인 - 매력적이지 않은	.774	.093	.311	.097	-.037
	예쁜 - 예쁘지 않은	.737	.135	.166	.274	-.013
	보기 좋은 - 보기 싫은	.712	.304	.070	.177	-.043
	아름다운 - 아름답지 않은	.687	.096	.281	.364	.041
	멋있는 - 멋없는	.654	.241	.329	-.044	-.095
	고급스러운 - 천박한	.622	-.096	.139	.351	.113
	트렌디한 - 클래식한	.621	.113	.387	.068	-.086
	단정한 - 단정하지 않은	.617	.076	-.240	.173	.266
요인 2 활동성	편안한 - 불편한	.155	.820	-.024	.120	.027
	자연스러운 - 자연스러운	.246	.735	-.106	.208	.086
	활동적인 - 비활동적인	-.055	.731	.233	-.116	.013
	적극적인 - 소극적인	.143	.669	.305	.026	-.028
요인 3 주목성	독특한 - 평범한	.245	.131	.751	.034	.089
	눈에 띄는 - 눈에 띄지 않은	.091	.202	.740	.166	.092
	장식적인 - 심플한	.194	-.108	.518	.443	.124
요인 4 여성성	여성적인 - 남성적인	.248	.080	.148	.789	.081
	부드러운 - 딱딱한	.125	.410	-.021	.676	-.101
	엘레강스한 - 스포티브한	.384	-.081	.172	.610	.193
요인 5 전통성	전통적인 - 비전통적인	.045	.020	-.031	.077	.866
	민속적인 - 비민속적인	.010	.044	.249	.045	.844
	고유치	7.325	2.283	1.810	1.484	1.216
	총 변량(%)	33.297	10.377	8.227	6.744	5.528
	누적 변량(%)	33.297	43.674	51.901	58.644	64.172
	신뢰도 계수(α)	.909	.774	.665	.687	.724

(M=3.53)의 유니폼이었으며, 그 다음은 아시아나항공(M=3.48), 이스타항공(M=3.46), 대한항공(M=3.45), 중국동방항공(M=3.33), 남방항공(M=3.21), 산둥항공(M=3.21), 중국국제항공(M=3.18), 진에어항공(M=3.12), 심천항공(M=3.02) 순으로 나타났다. 이와 같이 총 10개의 항공사의 유니폼 이미지 평가에서 진 에어를 제외한 한국의 4개 항공사의 유니폼 이미지가 높게 평가된 반면, 중국 항공사의 유니폼 이미지는 상대적으로 낮게 평가되었음을 알 수 있다.

5개의 이미지 요인에 따른 항공사별 차이를 보면, 먼저 매력성 요인에서 가장 높은 평가를 받은 항공사는 제주항공(M=3.76)이었고, 그 다음은 아시아나

항공(M=3.69), 대한항공(M=3.67), 중국동방항공(M=3.62) 등의 순이었으며, 심천항공(M=2.99)이 가장 낮게 평가되었다. 활동성 요인에서 가장 높은 평가를 받은 항공사는 진에어(M=4.20)였고, 그 다음은 제주항공(M=3.31), 아시아나항공(M=3.23), 대한항공(M=3.18) 등의 순이었으며, 심천항공(M=2.88)은 활동성 요인에서도 가장 낮은 평가를 받았다. 주목성 요인에서 가장 높은 평가를 받은 항공사는 이스타항공(M=3.52)이었고, 그 다음은 대한항공(M=3.30), 남방항공(M=3.21), 심천항공(M=3.19) 등의 순이었으며, 산둥항공(M=2.78)이 가장 낮게 평가를 받았다. 여성성 요인에서 가장 높은 평가를 받은 항공사

<표 3> 한·중 항공사 승무원 유니폼에 관한 이미지 평가의 차이

	한국 항공사					중국 항공사					F-value
	대한항공	아시아나항공	제주항공	이스타항공	진에어	중국국제항공	중국동방항공	중국남방항공	심천항공	산둥항공	
매력성	3.67 (.63) A	3.69 (.68) A	3.76 (.63) A	3.59 (.76) A/B	3.01 (.53) D	3.25 (.74) B/C/D	3.62 (.49) A	3.18 (.74) C/D	2.99 (.81) D	3.42 (.64) A/B/C	6.001***
활동성	3.18 (.74) B/C	3.23 (.59) B/C	3.31 (.88) B	3.16 (.74) B/C	4.20 (.60) A	3.16 (.72) B/C	3.11 (.72) B/C	3.17 (.74) B/C	2.88 (.67) C	3.12 (.63) B/C	7.899***
주목성	3.30 (.76) A/B	3.16 (.84) A/B/C	3.13 (.90) A/B/C	3.52 (.73) A	2.94 (.69) B/C	2.86 (.56) B/C	3.08 (.86) A/B/C	3.21 (.93) A/B/C	3.19 (.75) A/B/C	2.78 (.94) C	2.362*
여성성	3.77 (.74) A/B	3.63 (.77) A/B/C	3.92 (.72) A	3.49 (.73) B/C/D	2.86 (.70) E	3.38 (.66) B/C/D	3.23 (.83) C/D/E	3.43 (.86) B/C/D	3.17 (.60) D/E	3.31 (.81) C/D	5.512***
전통성	2.67 (.81) B	3.17 (.80) A/B	2.88 (.91) A/B	3.25 (1.1) A	2.16 (.79) C	3.06 (.71) A/B	2.86 (.96) A/B	3.16 (.79) A/B	2.92 (1.0) A/B	2.84 (1.0) A/B	3.903***
전체	3.45 (.53) A/B	3.48 (.55) A	3.53 (.62) A	3.46 (.49) A	3.12 (.34) B/C	3.18 (.50) A/B/C	3.33 (.50) A/B/C	3.21 (.62) A/B/C	3.02 (.53) C	3.21 (.57) A/B/C	2.918**
순위	4위	2위	1위	3위	9위	8위	5위	6위	10위	6위	-

* $p < .05$, ** $p < .01$, *** $p < .001$ 수준에서 유의함.
ABCD는 Duncan의 사후분석 결과

는 제주항공(M=3.92)이었고, 그 다음은 대한항공(M=3.77), 아시아나항공(M=3.63), 이스타항공(M=3.49) 등의 순이었으며, 여성성 이미지가 가장 낮게 평가된 항공사는 진에어(M=2.86)로 나타났다. 마지막으로, 전통성 요인에서 가장 높은 평가를 받은 항공사는 이스타항공(M=3.25)이었고, 그 다음으로 아시아나항공(M=3.17), 남방항공(M=3.16), 중국국제항공(M=3.06) 등의 순이었으며, 가장 낮은 평가를 받은 항공사는 진에어(M=2.16)였다.

이상에서 살펴 본 바와 같이, 전체적으로 한국 항공사의 유니폼 이미지가 중국 항공사의 유니폼 이미지에 비해 상대적으로 더 매력적이고 활동성과 주목성이 높으며, 훨씬 더 여성스러운 이미지로 평가되는 것에 비해, 중국 항공사의 유니폼은 전통성 이미지를 제외하고 전체적으로 한국 항공사에 비해 낮은 평가

를 받고 있음을 알 수 있다. 이는 한국 항공사의 승무원 유니폼이 세련되고 아름다우며 고급스럽고 멋있을 뿐만 아니라 유니폼을 통해 적극적이고 활동적인 서비스 이미지를 제공하면서도 여성의 엘레강스하고 부드러운 이미지도 잘 표현하고 있는 반면, 중국 항공사 유니폼의 경우는 중국을 상징하고 중국의 전통적인 이미지를 잘 표현하고는 있지만, 한국 항공사의 유니폼에 비해 덜 매력적이고 아름다움이 떨어지며 덜 세련되었을 뿐만 아니라 유니폼으로 부자연스러워 보인다는 것을 의미한다.

항공사별로 승무원 유니폼의 이미지 평가를 살펴 보면, 2005년부터 지안프랑코 페레(Gianfranco Ferré)가 디자인한 유니폼을 착용하고 있는 대한항공은 '우아하고 세련되면서도 편안함' 이미지를 컨셉²³⁾으로 한 것과 같이 본 연구에서도 매력성과 여성성이 높

게 평가되었다. 아시아나항공의 승무원 유니폼은 한국의 대표적인 문화상품 10가지에 포함될 정도로 한국의 전통문양인 색동문양과 그레이와 브라운 컬러를 이용해 화사하고 고급스러운 여성미와 단아한 한국의 아름다움을 표현한 것²⁴⁾과 같이, 본 연구에서도 매력성, 여성성, 전통성이 높게 평가되었다. 젊고 신선한 이미지를 나타내고자 한 제주항공²⁵⁾의 승무원 유니폼은 본 연구에서 매력성과 주목성이 가장 높게 평가되었다. 이화진 외²⁶⁾의 연구에서 스타일의 독창성과 색상, 문양에 있어 전통성이 나타날 때 시선 유도의 효과가 크게 일어난다고 지적한 것처럼, 실루엣과 배색에 있어 강렬한 인상을 주는 이스타항공의 승무원 유니폼²⁷⁾은 본 연구에서도 주목성과 전통성이 가장 높게 평가되었다. 플로셔츠, 진 팬츠와 캠퍼스화로 구성된 진에어의 승무원 유니폼은 매력성, 주목성, 여성성, 전통성에서는 낮게 평가된 반면 활동성에서는 가장 높게 평가되었다. 이는 이화진 외²⁸⁾의 연구에서 바지 스타일의 유니폼 착용에 대한 부정적인 평가가 지양되어야 한다고 지적하면서 활동성을 위해서는 바지, 원피스, 투피스 순서로 디자인 계획을 세우는 것이 필요하다고 언급한 것과 일치하는 것이다.

한편, 중국국제항공의 승무원 유니폼은 2003년에 프랑스 오트쿠튀르 디자이너인 올리비에 라피두스(Olivier Lapidus)가 디자인한 것으로, 중국의 국기컬러와 전통적 의상을 현대화시켜 중국의 대표항공 유니폼²⁹⁾으로 자리 잡고 있는데, 본 연구에서도 여성성과 전통성이 다소 높게 평가되었다. 2013년 5월부터 크리스티앙 라크로와(christianacroix)가 디자인한 유니폼을 착용하고 있는 중국동방항공은 차별하면서 프로페셔널한 분위기에 여성의 우아함과 편안한 이미지를 나타냈는데³⁰⁾, 본 연구에서는 다른 항공사들에 비해 매력성과 주목성이 다소 높게 평가된 반면, 활동성과 전통성은 다소 낮게 평가되었다. 2006년 8월에 교체된 남방항공의 승무원 유니폼은 프랑스 디자이너 스테파니 솔(Stephane Soh)이 우아함, 친절함, 활발함을 컨셉으로 디자인한 것³¹⁾과 같이 본 연구에서도 다른 항공사에 비해 활동성과 여성성이 다소 높게 평가되었다. 심천항공의 승무원 유니폼은

2007년 2월부터 착용된 것으로 세련된, 젊은, 활발한, 깔끔함을 컨셉으로 디자인³²⁾되었지만, 본 연구에서는 다른 항공사에 비해 매력성과 활동성이 가장 낮게 평가되었다. 마지막으로 산둥항공의 승무원 유니폼은 단정하고, 지적인, 세련된 이미지를 컨셉으로 한 것과 같이 본 연구에서는 다른 항공사에 비해 매력성과 여성성이 다소 높게 평가되었다.

3. 응답자 국적에 따른 한·중 항공사 승무원 유니폼의 이미지 평가

응답자들의 국적에 따른 한·중 항공사 승무원 유니폼의 이미지 평가의 차이를 one-way ANOVA와 Duncan-test를 통하여 분석한 결과는 <표 4>, <표 5>와 같이 나타났다.

먼저 한국인 응답자를 대상으로 한국 항공사 승무원 유니폼 이미지 평가의 차이를 분석한 결과, 전체적 이미지에서 항공사간 유의한 차이는 없었으나 각 이미지 요인별로는 통계적으로 유의한 차이가 있는 것으로 나타났다. 즉 한국인의 경우, 매력성($F=2.780, p<.05$), 활동성($F=8.526, p<.001$), 주목성($F=3.715, p<.05$), 여성성($F=3.378, p<.05$), 전통성($F=7.059, p<.001$) 요인에서 항공사간 통계적으로 유의한 차이가 있는 것으로 나타났다. 구체적으로 5개의 이미지 요인에 따른 항공사별 차이를 살펴보면, 먼저 매력성 요인에서 가장 높은 평가를 받은 항공사는 대한항공($M=3.75$)이었고, 그 다음으로 제주항공($M=3.49$), 이스타항공($M=3.42$), 아시아나항공($M=3.37$) 순이었으며, 진에어($M=2.88$)가 가장 낮게 평가되었다. 활동성 요인에서 가장 높은 평가를 받은 항공사는 진에어($M=4.00$)였고, 그 다음으로 이스타항공($M=3.13$), 대한항공($M=2.93$), 아시아나항공($M=2.88$) 순이었으며, 제주항공($M=2.73$)이 가장 낮게 평가되었다. 주목성 요인에서 가장 높은 평가를 받은 항공사는 이스타항공($M=3.41$)이었고, 그 다음으로 대한항공($M=3.18$), 진에어($M=2.89$), 아시아나항공($M=2.79$) 순이었으며, 제주항공($M=2.30$)이 가장 낮게 평가되었다. 여성성 요인에서 가장 높은 평가를 받은 항공사는 대한항공($M=3.64$)이었고, 그 다음으로 제주항공($M=3.48$), 아시아나항공($M=3.38$), 이스타항공($M=$

〈표 4〉 응답자 국적에 따른 한국 항공사 승무원 유니폼의 이미지 평가

요인	항공사	한국 항공사					F-value	평균
		대한항공	아시아나 항공	제주항공	이스타 항공	진에어		
한국인	매력성	3.75 (.56) A	3.37 (.56) A/B	3.49 (.67) A	3.42 (.84) A/B	2.88 (.57) B	2.780*	3.37 (.69)
	활동성	2.93 (.67) B	2.88 (.35) B	2.73 (.59) B	3.13 (.72) B	4.00 (.59) A	8.526***	3.14 (.73)
	주목성	3.18 (.72) A	2.79 (.69) A/B	2.30 (.74) B	3.41 (.88) A	2.89 (.67) A/B	3.715*	2.93 (.81)
	여성성	3.64 (.64) A	3.38 (.72) A	3.48 (.62) A	3.10 (.57) A/B	2.78 (.61) B	3.378*	3.27 (.68)
	전통성	2.32 (.82) B	3.19 (.86) A	2.23 (.88) B	3.65 (1.1) A	2.17 (.78) B	7.059***	2.75 (1.1)
	전체	3.38 (.46)	3.19 (.35)	3.07 (.50)	3.34 (.47)	3.00 (.35)	1.685	3.20 (.44)
	순위	1위	3위	4위	2위	5위	-	-
중국인	매력성	3.75 (.51) A	3.87 (.75) A	3.88 (.67) A	3.76 (.65) A	3.11 (.36) B	3.754***	3.67 (.65)
	활동성	3.57 (.62) B	3.68 (.73) B	3.87 (.82) B	3.40 (.80) B	4.52 (.51) A	4.934***	3.81 (.79)
	주목성	3.48 (.76)	3.30 (1.1)	3.64 (.78)	3.51 (.70)	3.00 (.75)	1.232	3.39 (.81)
	여성성	4.00 (.69) A/B	3.63 (.69) B/C	4.28 (.52) A	3.87 (.85) A/B	3.18 (.54) C	5.004***	3.80 (.75)
	전통성	3.00 (.62) A	3.50 (.71) A	3.27 (.81) A	3.15 (1.1) A	2.27 (.83) B	3.938***	3.02 (.90)
	전체	3.65 (.38)	3.69 (.70)	3.85 (.62)	3.62 (.54)	3.28 (.27)	2.097	3.62 (.53)
	순위	3위	2위	1위	4위	5위	-	-
제3외국인	매력성	3.41 (.89)	3.94 (.64)	3.90 (.47)	3.60 (.80)	3.06 (.75)	2.164	3.62 (.75)
	활동성	2.84 (.80)	3.25 (.37)	3.23 (.84)	2.88 (.62)	3.96 (.57)	3.562	3.20 (.73)
	주목성	3.17 (.85)	3.50 (.63)	3.37 (.51)	3.67 (.57)	2.90 (.69)	1.722	3.36 (.67)

여성성	3.54 (.91) A	3.93 (.87) A	3.93 (.81) A	3.50 (.53) A	2.43 (.90) B	4.541**	3.53 (.93)
전통성	2.56 (.94)	2.80 (.72)	3.10 (.74)	2.85 (1.0)	1.93 (.79)	2.156	2.70 (.89)
전체	3.22 (.73)	3.65 (.47)	3.64 (.46)	3.40 (.43)	3.41 (.37)	2.492	3.41 (.53)
순위	5위	1위	2위	4위	3위	-	-

* $p<.05$, ** $p<.01$, *** $p<.001$ 수준에서 유의함.
ABCD는 Duncan의 사후분석 결과

3.10) 순이었으며, 진에어(M=2.78)가 가장 낮게 평가되었다. 전통성 요인에서 가장 높은 평가를 받은 항공사는 이스타항공(M=3.65)이었고, 그 다음으로 아시아나항공(M=3.19), 대한항공(M=2.32), 제주항공(M=2.23) 순이었으며, 진에어(M=2.17)가 가장 낮게 평가되었다.

다음으로 중국인 응답자를 대상으로 한국 항공사 승무원 유니폼의 이미지 평가의 차이를 분석한 결과, 전체적 이미지에서 항공사간 유의한 차이는 없었으나 매력성(F=3.754, $p<.01$), 활동성(F=4.934, $p<.01$), 여성성(F=5.004, $p<.01$), 전통성(F=3.938, $p<.01$) 이미지 요인에서 항공사간 유의한 차이가 있는 것으로 나타났다. 구체적으로 4개의 이미지 요인에 따른 항공사별 차이를 살펴보면, 먼저 매력성 요인에서 가장 높은 평가를 받은 항공사는 제주항공(M=3.88)이었고, 그 다음으로 아시아나항공(M=3.87), 이스타항공(M=3.76), 대한항공(M=3.75) 순이었으며, 진에어(M=3.11)가 가장 낮게 평가되었다. 활동성 요인에서 가장 높은 평가를 받은 항공사는 진에어(M=4.52)였고, 그 다음으로 제주항공(M=3.87), 아시아나항공(M=3.68), 대한항공(M=3.57) 순이었으며, 이스타항공(M=3.40)이 가장 낮게 평가되었다. 여성성 요인에서 제주항공(M=4.28)은 가장 높은 평가를 받았고, 그 다음으로 대한항공(M=4.00), 이스타항공(M=3.87), 아시아나항공(M=3.63) 순이었으며, 진에어(M=3.18)가 가장 낮게 평가되었다. 전통성 요인에서 가장 높은 평가를 받은 항공사는 아시아나항공(M=3.50)이었고, 그 다음으로 제주항공(M=3.27), 이스타항공(M=3.15), 대한항공(M=3.00) 순이었

며, 진에어(M=2.27)가 가장 낮게 평가되었다.

마지막으로 제 3국인 응답자(미국, 영국, 러시아, 말레이시아, 인도, 프랑스, 캐나다 등)를 대상으로 한국 항공사 승무원 유니폼의 이미지 평가의 차이를 분석한 결과는, 전체적 이미지에서 항공사간 유의한 차이는 없었으나 여성성(F=4.541, $p<.01$) 요인에서 항공사간 통계적으로 유의한 차이가 있는 것으로 나타났다. 여성성 요인에서 가장 높은 평가를 받은 항공사는 아시아나항공과 제주항공(M=3.93)이었고, 그 다음은 대한항공(M=3.54), 이스타항공(M=3.50) 순이었으며, 진에어(M=2.43)가 가장 낮게 평가되었다.

이상으로 한국 항공사의 승무원 유니폼 이미지 평가에 대해 분석한 결과, 유니폼의 매력성과 여성성 요인에서 한국인 응답자는 대한항공의 유니폼을 가장 높게 평가한 반면, 중국인 응답자는 제주항공의 유니폼을 가장 높게 평가하였다. 반면, 제 3국인 응답자의 경우는 매력성 요인에서는 항공사별로 유의한 차이가 나타났지 않았고 여성성 요인에서만 아시아나항공의 유니폼을 가장 높게 평가하였다. 이와 같이 국적에 따라 선호하는 유니폼의 이미지에 차이가 있음을 알 수 있다. 그러나 한국인, 중국인, 제 3국인 응답자 모두 활동성 요인에서는 진에어의 승무원 유니폼을 가장 높게 평가하였다.

국적에 따른 중국 항공사 승무원 유니폼의 이미지 평가의 차이를 살펴보면, 한국인 응답자는 매력성(F=5.217, $p<.01$)과 전통성(F=2.896, $p<.05$) 요인에서 유의한 차이가 있는 것으로 나타났지만, 중국인과 제 3국인 응답자의 경우는 모든 이미지 요인에서 통계적으로 유의한 차이가 나타나지 않았다. 한국인 응

한·중 항공사 승무원 유니폼의 이미지 평가

<표 5> 응답자 국적에 따른 중국 항공사 승무원 유니폼의 이미지 평가

항공사		중국 항공사					F-value	평균
		중국국제 항공	중국동방 항공	중국남방 항공	심천항공	산둥항공		
한국인	매력성	3.03 (.70) A	3.36 (.56) A	2.88 (.62) A	2.15 (.65) B	3.05 (.68) A	5.217**	2.92 (.73)
	활동성	3.18 (.71)	2.92 (.61)	3.02 (.56)	2.60 (.71)	2.88 (.66)	1.077	2.92 (.65)
	주목성	3.03 (.64)	2.94 (.91)	2.88 (.98)	3.33 (.94)	2.64 (1.0)	.820	2.95 (.91)
	여성성	3.23 (.47)	2.72 (.79)	3.15 (.84)	2.73 (.75)	2.69 (.81)	1.321	2.90 (.76)
	전통성	3.40 (.78) A	2.67 (.91) A/B	3.14 (.90) A	2.75 (.95) A/B	2.33 (.44) B	2.896*	2.84 (.87)
	전체	3.12 (.50)	3.07 (.45)	2.97 (.57)	2.53 (.52)	2.85 (.59)	2.060	2.91 (.55)
	순위	1위	2위	3위	5위	4위	-	-
중국인	매력성	3.32 (.78)	3.72 (.28)	3.48 (.69)	3.33 (.58)	3.53 (.44)	.975	3.48 (.58)
	활동성	3.10 (.79)	3.23 (.75)	3.23 (.83)	3.14 (.41)	3.38 (.58)	.470	3.17 (.68)
	주목성	2.67 (.45)	2.95 (.68)	3.47 (.87)	3.21 (.37)	2.75 (1.0)	2.503	3.01 (.76)
	여성성	3.31 (.69)	3.28 (.72)	3.53 (.85)	3.30 (.32)	3.44 (.57)	.325	3.37 (.64)
	전통성	2.79 (.58)	2.58 (.81)	3.13 (.74)	3.41 (.89)	3.33 (.96)	2.360	3.03 (.84)
	전체	3.14 (.52)	3.32 (.25)	3.41 (.60)	3.28 (.25)	3.37 (.39)	.691	3.31 (.42)
	순위	5위	3위	1위	4위	2위	-	-
제3외국인	매력성	3.90 (.28)	3.80 (.54)	3.00 (1.4)	3.46 (.47)	3.74 (.60)	1.189	3.64 (.59)
	활동성	3.38 (.53)	3.48 (.74)	3.63 (1.2)	2.88 (.80)	3.10 (.60)	1.070	3.19 (.59)
	주목성	3.17 (.71)	3.40 (1.0)	3.50 (.71)	3.03 (.90)	3.00 (.75)	.396	3.17 (.85)
	여성성	4.50 (.24)	3.77 (.70)	4.33 (.47)	3.47 (.42)	3.90 (.55)	2.229	3.79 (.60)
	전통성	3.00 (.71)	3.45 (1.0)	3.50 (.71)	2.55 (1.0)	2.85 (1.4)	.948	2.99 (1.1)
	전체	3.70 (.29)	3.65 (.64)	3.41 (.96)	3.21 (.45)	3.46 (.54)	.868	3.46 (.56)
	순위	1위	2위	4위	5위	3위	-	-

* $p < .05$, ** $p < .01$, *** $p < .001$ 수준에서 유의함.

ABCD는 Duncan의 사후분석 결과

답자를 대상으로 구체적으로 이미지 요인에 따른 항공사별 차이를 살펴보면, 먼저, 매력성 요인에서 가장 높은 평가를 받은 항공사는 중국동방항공(M=3.36)이었고, 그 다음으로 산둥항공(M=3.05), 중국국제항공(M=3.03), 남방항공(M=2.88) 순이었으며, 심천항공(M=2.15)이 가장 낮게 평가되었다. 전통성 요인에서 가장 높은 평가를 받은 항공사는 중국국제항공(M=3.40)이었고, 그 다음으로 남방항공(M=3.14), 심천항공(M=2.75), 중국동방항공(M=2.67) 순이었으며, 산둥항공(M=2.33)이 가장 낮게 평가되었다.

V. 결론

유니폼은 복잡하게 변해가는 현대사회에 있어서 기업을 대표할 수 있는 얼굴이다. 특히 항공사 승무원의 유니폼은 기업, 즉 항공사의 이미지뿐만 아니라 국가의 이미지를 알리는데 가장 효과적인 상징물이라고 할 수 있으므로 항공사 유니폼 이미지에 관한 연구가 필요하다. 이에 본 연구에서는 한국과 중국 항공사 승무원이 착용하고 있는 유니폼 이미지에 관한 설문조사를 실시하였고, 연구결과를 요약하면 다음과 같다.

첫째, 한·중 항공사 유니폼의 이미지 차원은 매력성, 활동성, 주목성, 여성성, 전통성 등의 5개 요인으로 분류되었고, 한국과 중국 항공사 승무원 유니폼 이미지 평가의 차이를 분석한 결과, 진에어를 제외한 한국 항공사의 유니폼 이미지가 높게 평가된 반면에, 중국 항공사의 승무원 유니폼 이미지는 상대적으로 낮게 평가되었다. 즉 한국항공사의 유니폼 이미지가 중국항공사보다 상대적으로 더 매력적이고 활동성과 주목성이 높으며, 훨씬 더 여성스러운 이미지로 평가된 반면, 중국 항공사의 유니폼은 전통성 요인 부분에서 좀 더 중국 고유의 전통적 특색을 지닌 것으로 평가되었다.

둘째, 응답자들의 국적에 따른 항공사 승무원 유니폼의 이미지 평가의 차이를 분석한 결과, 한국 항공사의 승무원 유니폼에 대해서 한국인 응답자는 매력성, 활동성, 주목성, 여성성, 전통성, 중국인 응답자

는 매력성, 활동성, 여성성, 전통성, 제 3국인 응답자는 여성성에서 유의한 차이가 있는 것으로 나타난 반면, 중국 항공사의 승무원 유니폼에 대해서 한국인 응답자는 매력성과 전통성에서 유의한 차이가 있는 것으로 나타났지만 중국인과 제 3국인 응답자의 경우는 모든 이미지 요인에서 통계적으로 유의한 차이가 나타나지 않았다. 그리고 한국 항공사의 승무원 유니폼 이미지 평가에 대해 분석한 결과, 유니폼의 매력성과 여성성 요인에서 한국인 응답자는 대한항공의 유니폼을 가장 높게 평가한 반면, 중국인 응답자는 제주항공의 유니폼을 가장 높게 평가하였다. 한편, 제 3국인 응답자의 경우는 매력성 요인에서는 항공사별로 유의한 차이가 나타났지 않았고 여성성 요인에서만 아시아나항공의 유니폼을 가장 높게 평가하였다. 이와 같이 국적에 따라 선호하는 유니폼의 이미지에 차이가 있음을 알 수 있다. 그러나 한국인, 중국인, 제 3국인 응답자 모두 활동성 요인에서는 진에어의 승무원 유니폼을 가장 높게 평가하였다. 중국 항공사 승무원 유니폼의 이미지 평가의 차이를 분석한 결과, 한국인 응답자는 중국국제항공의 승무원 유니폼을 전통성 요인에서 가장 높게 평가하였고 매력성 요인에서도 비교적 높게 평가하였다. 이와 같이 국적이 다른 응답자가 인지하는 이미지 평가가 다소 차이가 있음에도 불구하고 공통적으로 심천항공의 승무원 유니폼에 대해서 모두 낮게 평가했다는 것은 이 항공사의 승무원 유니폼에 대한 디자인의 개선이 필요한 것으로 판단된다.

본 연구의 한계점은 항공사 승무원 유니폼 이미지 평가를 위한 자극물 제작 시 슈트 차림의 이미지만을 선정하였고 실물이 아닌 사진자료를 사용한 점에 있을 수 있다. 그러나 본 연구의 의의는 한·중 항공사 승무원 유니폼 이미지 평가에 한국인과 중국인뿐만 아니라 제 3국인을 포함시킴으로써 승무원 유니폼 디자인 개발을 위한 실증적인 기초자료를 마련한 점에서 찾을 수 있다. 따라서 본 연구결과를 토대로 후속연구에서는 국적에 상관없이 이미지 평가가 모두 낮게 나온 심천항공과 같은 중국 항공사 승무원의 유니폼 디자인 개발을 시도해 보고자 한다.

참고문헌

- 1) 정재철, 박선경, 민소정 (2012), 한국적 이미지를 활용한 항공사 여승무원 유니폼 디자인 연구, *한국패션디자인학회지*, 12(1), p. 56.
- 2) 이미숙 (2010), 항공사 여승무원 유니폼의 색채 특성과 이미지, *대한가정학회지*, 48(3), p. 2.
- 3) 김가영, 나현신 (2012), 저비용 항공사 승무원 유니폼 개발, *한국디자인포럼*, 36, p. 151.
- 4) 남윤자, 김경인, 이윤정 (1997), 유니폼 실태 조사와 디자인 개선을 위한 연구(1), *복식*, 21(2), pp. 455-470.
- 5) 유니폼의 특성에 대해서 정나니, 이신영, 민소정, 김가영은 상징성, 기능성, 심미성, 경제성을 강조하였고, 이민주, 이창선은 상징성, 기능성, 심미성을 갖추어야 한다고 하였다.
- 6) 이민정 (2003), 오리엔탈리즘을 응용한 유니폼 디자인 연구, *한국의류산업학회지*, 5(5), p. 5.
- 7) 김가영 (2012), 저비용 항공사 승무원 유니폼 개발: 이스타항공을 중심으로, 서울여자대학교 대학원 석사학위논문, p. 12.
- 8) 김가영, 나현신, *op. cit.*, p. 153.
- 9) 임송미, 이미숙 (2012), 유니폼의 C.I 적용 현황 및 색채이미지에 관한 연구: 지방자치단체의 시청민원실 유니폼을 중심으로, *한국디자인문화학회지*, 17(1), p. 519.
- 10) 남궁주리 (2012), 저비용 항공사 승무원 유니폼의 고객지각이 직원에 대한 인지적 이미지와 항공사에 대한 정서적 이미지, 항공사 애호도에 미치는 영향, 세종대학교 대학원 석사학위논문, p. 22.
- 11) 한명숙 (1999), 복식의 기호체계 연구: 항공사 승무원 유니폼을 중심으로, *복식*, 7(6), pp. 867-868.
- 12) 임해민 (2005), 항공사의 이미지 마케팅 전략을 위한 유니폼 교체 사례에 관한 연구: 승무원 유니폼을 중심으로, *커뮤니케이션디자인학연구*, (19), pp. 29- 38.
- 13) 이화진, 김윤경, 이경희 (2005), 항공사 여승무원 유니폼에 관한 이미지 연구, *한국의류학회지*, 29(9, 10), pp. 1265-1273.
- 14) 이미숙, *op. cit.*, pp. 125-134.
- 15) 소적천, 이미숙 (2013), 한·중·일 항공사 승무원 유니폼의 색채 특성과 이미지 비교 분석, *패션비즈니스*, 17(6), pp. 111-124.
- 16) 이신영 (2002), 항공사 승무원 유니폼 디자인 연구: 아시아나 항공사를 중심으로, 이화여자대학교 대학원 석사학위논문, pp. 1-126.
- 17) 정나니 (2000), 대한항공 객실 승무원의 유니폼 개발을 위한 연구, 이화여자대학교 대학원 석사학위논문, pp. 1-127.
- 18) 강지영 (2008), 한복을 응용한 항공기 승무원 유니폼 디자인 연구, 성신여자대학교 대학원 석사학위논문, pp. 1-151.
- 19) 이기오 (2011), 대통령 전용기 여승무원 유니폼 디자인 개발 연구, 중앙대학교 대학원 석사학위논문, pp. 1-107.
- 20) 민소정 (2011), 국가 브랜드 이미지 향상을 위한 유니폼 디자인 연구: 한국적 이미지의 여성 승무원 유니폼을 중심으로, 국민대학교 대학원 석사학위논문, pp. 1-104.
- 21) 남궁주리, *op. cit.*, pp. 1-87.
- 22) 김가영, *op. cit.*, pp. 1-59.
- 23) 자료검색일 2013. 10. 29, https://kr.koreanair.com/global/zh_cn/about/who-we-are2.html
- 24) 자료검색일 2013. 10. 20, <http://cn.flyasiana.com/C/ko/homepage.do?menuId=005004003000000&menuType=CMS>
- 25) 자료검색일 2013. 10. 10, <http://recruit.jejuair.net/main.jsp>
- 26) 이화진, 김윤경, 이경희, *op. cit.*, p. 66.
- 27) 자료검색일 2013. 10. 29, <http://www.eastarjet.com.tw/>
- 28) 이화진, 김윤경, 이경희, *op. cit.*, p. 63.
- 29) “民航職業服裝發展歷程”, 자료검색일 2013. 11. 30, <http://www.china.com.cn/chinese/2002/Dec/253450.htm>
- 30) 자료검색일 2013. 9. 21, http://www.ceair.com/about/dhxw/t201352_8619.html
- 31) “南航空姐身着7000元/套新制服亮相美麗動人”, 자료검색일 2013. 11. 30, <http://big5.southcn.com/gate/big5/www.southcn.com/news/gdnews/nanyuetuijian/200608230822.htm>
- 32) “新起点新騰飛 深圳航空正式啓用‘大鵬’新標志”, 자료검색일 2013. 11. 30, <http://business.sohu.com/20060426/n243005242.shtml>