

지속가능한 미용전공 프로보노 활성화 방안에 관한 연구

윤진숙

서경대학교 미용학과 강사

A Study on the ProBono Activation Plan for Sustainable Beauty

Jin-Suk Yoon

Lecturer, SKU Arts Institute, Seokyeong University

요 약 본 연구는 뷰티프로보노활동의 영향요인을 분석하고, 관련활동이 지속적으로 이루어지기 위한 방안을 모색하고자 하는데 목적을 두고 있다. 본 연구에서는 연구모형과 가설을 설정하고, 수도권지역 미용전공자 701명의 설문분석을 실시하여 주요 분석결과를 도출하였다. 첫째, 뷰티프로보노 참여동기는 뷰티기술 및 지식을 활용하기 위함이며, 주로 봉사 동아리 활동을 통하여 참여하는 것으로 밝혀졌다. 둘째, 뷰티프로보노 활동만족도는 기관의 홍보모집과 연관성이 높았다. 봉사주관기관의 신뢰도는 기관운영수준과 참여를 통한 만족도가 높을수록 신뢰하는 경향이 높았다. 셋째, 뷰티프로보노활동을 통한 만족도, 조직에 대한 신뢰도가 높을수록 활동에 대한 지속가능의지도 높은 것으로 나타났다. 뷰티프로보노 활성화방안은 다양한 홍보채널의 개발, 봉사자들에 대한 교육강화, 봉사주관기관의 투명경영 등을 제시하였다. 한편, 본 연구는 조사대상의 한정이라는 연구의 한계를 갖고 있어 향후 조사대상의 확대와 뷰티전공 대학생들을 대상으로 한 다양한 측면에서의 연구가 지속되기를 기대한다.

주제어 : 프로보노, 지속재능기부, 봉사활동, 나눔문화, 지속가능한 미용

Abstract The purpose of this study is to analyze the factors affecting the beauty Probono activities and to find ways to revitalize the related activities. In this study, the research models and hypotheses were set up, and the results of the main analysis were obtained by conducting the questionnaire analysis of 701 beauty majors in the metropolitan area. First, it was found that the participation of Beauty Probono is to utilize beauty technology and knowledge, mainly through volunteer club activities. Second, Satisfaction with beauty Probono activities was highly correlated with recruitment of service organization. The reliability of the service organization tended to be higher as the level of institutional operation and satisfaction through participation were higher. Third, satisfaction with beauty Probono activities was high, and the more trust in organization, the higher the sustainability of activities. The beauty Probono activation plan suggested the development of various public relations channels, strengthened education for volunteers, and transparent management of the volunteer organization. However, this research has limitations in the limitation of research subject, and it is expected that the study of various aspects of beauty student major students will be continued in the future.

Key Words : Probono, Sustained Talent Donation, Volunteer activities, Sharing culture, Sustainable Beauty

*본 논문은 박사학위 논문의 내용 일부를 발췌하여 정리하였음을 밝힙니다

*Corresponding Author : Jin-Suk Yoon (jshappy77@nate.com)

Received August 29, 2018

Revised October 26, 2018

Accepted November 20, 2018

Published November 28, 2018

1. 서론

최근 들어 소외계층에 대한 이해제고와 사회공감대형성을 위한 활동이 확대되고 있다.

2000년 이후 나눔 문화로 표현되는 프로보노(Pro bono)는 라틴어로 개인을 위한 것이 아닌 국가나 사회, 인류를 위하여(Pro Bono Publico)에서 유래되었으며 전문지식이나, 기술등의 재능을 가진 사람이 그것을 활용하여 공공의 이익(social goods)을 창출 하는 활동으로 더욱 주목받고 있다[1].

프로보노(ProBono)는 보상을 바라지 않는 개인이 직접 혹은 자선기관등을 통해 타인에게 정신적으로나 물질적으로 도움을 제공하는 행위를 지칭한다[2]. 인적자원 활용이라는 기능을 가진 프로보노(ProBono)는 2005년 국가자원봉사활동 기본법으로 제정되어 체계를 구축하고 국민들의 자발적인 참여를 독려하고 있다[3]. 2011년에는 프로보노(ProBono)의 확산으로 이를 위한 웹사이트[4]가 개설되어 취약한 계층을 위한 고용창출이나 사회서비스 등을 제공하는 목적으로 설립되어 운영되고 있다[5]. 따라서 프로보노(ProBono)는 사회적인문제나 사회변화등에 참여하여 사회와 소통하는 인재를 키울 수 있는 중요한 활동이라고 할 수 있다.

프로보노(ProBono)는 공동체형성이나 나눔 또는 기부 문화의 일환으로 민간단체 운동을 통하여서도 조성되고 있다. 특히 뷰티분야에서도 ‘아시아 뷰티엔젤’이라는 프로그램을 통해 다문화 가정여성들에게 메이크업과 에스 테틱 등의 노하우를 교육하고 있으며, ‘메이크업 아티스트가 간다’ 라는 프로그램을 통해 메이크업, 헤어분야 진로멘토링 등을 지원하고 있다. 이는 아름다움을 찾을 수 있도록 하는 활동으로 뷰티프로보노를 실천하고 이를 통해 소외계층에 아름다움을 전하고 있다[6]. 뿐만 아니라, 러브헤어 캠페인을 통해 항암치료부작용으로 탈모를 겪고 있으나 치료비부담으로 가발구입이 어려운 소아암환자들에게 무료로 가발을 제작지원하고 있다. 이처럼 소외계층이나 노인 및 장애우들에게 피부미용, 헤어, 메이크업, 네일아트, 화장품 등 다양한 분야에서 프로보노활동이 이루어지고 있다[7]. 이렇게 뷰티프로보노의 활동이 활발해지면서 관련연구도 다양하게 진행되어지고 있다.

이를 간략히 살펴보면 다음과 같다. Cha·Choi[8]의 연구에서는 환자들을 대상으로 미용을 통한 봉사활동현황에 대해 연구하고 지속적으로 행해지는 봉사활동의 필

요성을 언급한 바 있다. Lee[9]의 연구에서는 미용전공 학생들이 노인대상 미용봉사활동을 통하여 얻게 되는 노인에 대한 지식과 태도 등을 분석하였다. Hong[10]은 모발기부의 인식과 필요성, 활성화방안 등에 관한 연구를 통해 나눔을 위한 모발기부의 필요성을 제기하였다. Oh[11]의 연구에서는 미용전공대학생의 봉사활동은 자신에 대한 가치를 높이는 자아존중감과 상관관계(+)가 있기 때문에 봉사활동이 더욱 필요함을 강조하였다. 따라서 뷰티 프로보노의 활성화를 위한 영향요인을 파악하는 것은 중요한 의의를 갖는 만큼, 본 연구에서도 뷰티 프로보노활동의 영향요인을 살펴보고, 지속적으로 활성화하는 방안을 모색해 보고자 한다.

2. 이론적 배경

2.1 프로보노의 개념

프로보노는 라틴어로 ‘pro bono publico’를 줄인 표현으로 ‘공익을 위하여’라는 뜻을 가지고 있다. 전문직에 종사하는 사람들이 지식 또는 서비스를 무료로 제공하는 것을 말한다. 이는 미국변호사들이 사회적 약자들에게 법률서비스를 제공하면서 시작되었는데, 프로보노 개념은 연구자들에 의해 다양하게 정의되고 있다.

프로보노는 전문적인 기부에서 비전문성인 부분 즉, 재능기부로 ‘나만이 가지고 있는 기술이나 능력’을 나누는 의미로 확장되고 있다. 이 과정에서 프로보노 또는 재능기부와 동일한 개념으로 사용되면서 프로보노와 재능기부가 사회공헌활동의 새로운 트렌드가 되고 있다[12]. 또한 개인이나 기업이 가지고 있는 전문적인 기술을 비영리단체 및 사회적인 기업 등의 ‘조직’을 대상으로 제공하게 되는 전문기술기반 서비스지원활동이라고 할 수 있다. 이는 전문성과 지식을 바탕으로 지속적인 기부가 가능하다는 점에서 기존의 기부방식보다 진화한 기부모델이라 할 수 있다고 정의하고 있다[13]. Saga Ikuma[14]는 프로보노를 자원봉사활동의 하나로써, 자원봉사의 가치인 대가없이 자발적으로 참여하는 활동으로 지식이나, 기술을 가지고 강제성과 대가를 받는 활동이 아니라 자원봉사의 가치를 갖는 활동이라고 하였다. Shin[15]는 프로보노는 전문성 기부로서의 개념으로, 개인이 가진 능력과 기술을 나누는 의미로 확대되었으며, 프로보노와 재능기부가 다른 개념이 아닌 같은 개념으로 사용되어지

면서 사회공헌활동의 새로운 트렌드가 되고 있다고 말한 바 있다. Lee[16]는 미국의 변호사들이 사회적인 약자를 돕기 위해 제공되던 법률서비스에서 시작되었지만 법률 뿐만 아니라 교육계, 의료계, 경영, 전문적인기술 등의 다양한 분야에서 활동하는 전문가들이 자발적으로 행하는 봉사활동을 통칭하는 의미로 확장되었다. 즉, 비영리기관을 돕기 위한 전문적인 기술과 서비스를 의미하는 것으로 확장된 개념이라고 보았다. Shim·Park[17]은 개인이 가진 전문지식과 기술등을 살려서 보수 없이 자발적으로 지역사회에 환원하는 맞춤형활동으로 현시대의 새로운 봉사활동이라고 정의하였다.

이와 같이 프로보노개념을 정의함에 있어 연구자들의 다양한 견해가 있지만, 본 연구에서는 프로보노를 개인과 조직을 대상으로 영리를 목적으로 하지 않는 기술을 기반으로 타인에게 제공하는 자발적인 기부행위로 정의하고자 한다.

2.2 뷰티프로보노

뷰티서비스는 '인체를 아름답고 건강하게 관리하기 위해 서비스를 제공하는 것'으로 정의하고 있다. 삶의 질 향상과 국민소득증대로 인하여 아름다움에 대한 욕구가 커지고, 고령화 사회로 진입하면서 건강한 신체와 외모를 더욱 건강하고, 젊게 유지하려는 열망 또한 커지면서 관련 수요또한 증대되고 있다[18]. 이와 관련하여 뷰티프로보노의 범위와 영역은 다양하게 존재한다. 분야로는 헤어·피부·메이크업·네일뿐만 아니라 화장품만들기 등의 교육을 통하여 뷰티프로보노를 수행할 수 있다. 이렇듯 뷰티를 통한 재능기부활동은 건강한 신체와 외모를 아름답게 관리하며 유지시킬 수 있는 위한 나눔문화의 한 범주라고 볼 수 있다. 한편, 전공특성차원에서 뷰티프로보노는 외적 아름다움과 내적 아름다움을 병행하여 추구함으로써 나눔문화의 활성화에 매우 적합한 요소를 지니고 있다고 할 수 있다.

2.3 프로보노동기의 영향요인

프로보노활동은 다양한 요인을 통해 영향을 받을 수 있다. 일반적으로 기부를 하게 되는 동기는 내적요인과 외적요인으로 구분할 수 있다[19]. 인간의 모든 행동은 동기로부터 시작되며, 이는 행동을 유발하도록 지시함으로써 이를 통해 행동을 촉진시킨다. 이처럼 동기요인은 기부를 하고자 하는 의도에 어떤 형태로든 영향

을 미치고 있으며, 프로보노활동을 시작하도록 하고 활동을 보다 구체적이고 지속적인 활동으로 이어질 수 있는 원동력이다. 본 연구에서는 뷰티프로보노활동을 수행하는 개인의 내적요인과 봉사운영기관의 외적요인을 중심으로 프로보노동기의 영향요인을 살펴보고자 한다.

2.3.1 내적 개인요인

뷰티프로보노활동을 지속하게 하는 데 영향을 미치는 요인 중 내적요인에는 공동체 의식, 사회적 책임, 이타주의 등이 있다. 공동체 의식에서 의미하는 공동체란 일정한 영역 안에서 공동이 가지는 목적을 위해 유대감을 가지며 행동하고 사회와 상호작용을 하는 집단을 말한다. 공동체를 구성하는 요소는 지리적인 부분과 사회적인 상호작용, 마지막으로 공동체의 유대감등이 있다[20]. 이렇듯 공동체 의식은 '구성원들이 가지게 되는 소속감과 지리적인 부분, 인간관계의 특성과 관계되는 관계적인(relational)부분을 제시하고 있음을 알 수 있다.

한편, 선행 연구들에서 기부에 미치는 영향요인으로 사회적 책임감이 확인되었다[21]. 일반적으로 기부에 참여하는 것은 본인이 가지고 있는 사회적 가치를 촉진시키고 실현시킬 수 있다는 측면에서 책임감을 가지고 기부행동을 하게 된다. 즉, 사회를 바라보는데 있어 책임감을 많이 가지고 있을수록 기부참여도가 높아진다는 것이 연구결과로 나타나고 있다[22]. 이타주의는 상대방을 나보다 먼저 생각하는 주의로 행동의 목적을 상대방의 행복에 초점을 맞추고 있으며, 보상을 기대하지 않고 수행된다는 특징이 있다[23]. 이때 기부를 하게됨으로써 가지게 되는 행복감은 기부행동을 하게하는 다양한 요인 중 중요한 동기요인으로 밝혀져 왔다. 심리적 행복감과 기부행동간의 연관성을 밝힌 연구에 따르면 기부행동을 하게됨으로써 기부자는 죄의식의 완화와 긍정적인 기분을 갖게 되며, 자신이 도덕적인 사람으로 느끼게 되며, 이를 통해 기부행동을 지속적으로 수행하게 된다는 것이다[24]. 이와 같이 프로보노활동을 하는데 있어 내적요인은 활동에 참여할 수 있게 하는 측면에서 중요한 동기요인이라고 볼 수 있다.

2.3.2 외적 조직요인

기부참여를 이끄는 외적요인으로는 국가의 기부와 관련된 정책, 기관의 운영, 기부문화, 홍보·매체의 관리, 성과요인 등 매우 광범위하다[25]. 이와 더불어 기부에 참

여하는데 있어 중요한 동기가 되는 것은 타인으로부터 받는 기부요청이다. 대부분의 기부행동은 내적 동기가 무엇이든 타인으로부터 받는 요청에 참여하게 되는 경우가 많기 때문에 기부요청이 가장 강력한 외적동기가 된다는 것은 당연할 수 있다[26]. 실제로 기부요청을 많이 받는 사람일수록 기부참여를 더 많이 하는 것으로 보고되고 있다[27]. 따라서 프로보노활동에 있어서 외적요인은 활동참여를 유인하는 동기요인이 된다.

2.3.3 참여 만족도

프로보노활동을 하는데 있어 만족도는 봉사자의 태도나 가치, 또는 신념과 욕구, 직무와 관련하여 갖는 감정적인 태도를 말한다[28]. 일반적으로 만족은 개인이 사회 또는 조직에 대하여 가지게 되는 감정적 반응 또는 상태를 말한다. 개인의 가치나 욕구와 관련된 것으로 기대하는 것과 결과를 비교하게 되는 이성적인 본질과, 기쁨의 감정과 관련된 정서적인 본질을 포함하는 것이다[29]. 기부행동을 한 후 개인이 만족을 경험한 것에 따라 다시 기부를 하거나 타인에게 긍정적인 구진행동을 하게 됨으로써 기부행동 증가할 수 있다는 것이다[30]. 프로보노참여자들의 활동에 대한 만족도는 지속적 프로보노행동으로 이어지는 중요한 요인이 된다.

2.3.4 기관 신뢰도

신뢰는 상대의 행동에 의해 자신의 욕구가 충족될 수 있을 것이라는 믿음으로써 상대에 대한 믿음은 봉사활동 참여를 유도하는데 결정적인 영향을 줄 수 있는 중요한 요인이 된다[31]. 후원기관(조직)에 대한 '신뢰성'은 기부자의 인식 및 태도에 긍정적 영향과 부정적인 영향을 미칠 수 있다. 신뢰도는 후원을 하는데 있어 지속성 및 중단여부에 영향을 줄 수 있는 측면을 볼 때 기부의 지속여부에 대한 연구에서 중요한 요인으로 간주되고 있다[32]. 대표적인 연구자인 Sargeant·Lee는 신뢰도는 기부기관에서 후원을 지속하고자 하는 몰입도에 영향을 미치며, 몰입은 기부행동에 영향을 미치고 있음을 밝힌 바 있다[33]. Jung[34]은 신뢰는 기관이 홍보한 대로 도움이 필요한 곳에 제대로 도움이 전달될 것이라고 믿는 기관의 정직성과 공정성, 성실성과 연관이 있다고 언급하였다. Kim[35]은 기부기관의 신뢰도는 기부자들의 지속적인 관계에 있으며, 기부조직에 대한 긍정적인 믿음을 가질 수 있는 기부자의 신념이라고 정의하였다. Kim[36]은 신뢰도는 기부기관에 대한 친밀감으로 긍정적인 경험을 바

탕으로 지속적인 관계유지의도가 있으므로 기부의 확대에 있어서도 중요한 측면이 있다고 보았다. 따라서 기관 신뢰도는 기부활동을 지속적으로 하는데 있어 긍정적인 영향을 미친다는 점에서 매우 중요한 것으로 사료된다. 뷰티 프로보노활동을 통한 기부 기관의 긍정적인 체험들을 통해 기관에 대해 느끼게 되는 신뢰는 참여자들에게 긍정적인 자아감을 가질 수 있다는 측면에서 기부지속의도에 긍정적인 영향을 미친다고 볼 수 있다. 따라서 지속적인 뷰티프로보노활동을 위해서 기관신뢰도는 유의한 매개역할을 할 것으로 여겨진다.

2.3.5 지속가능한 뷰티 프로보노 행동

지속성은 일정기간동안 프로보노활동을 유지하는 것을 의미한다. 따라서 지속성은 프로보노활동이 우연적이거나 순간적인 충동적으로 참여하는 활동이 아닌 프로보노활동에 대한 계획을 가지고 일정기간 지속적으로 이루어지는 행위를 말한다[37,38]. 지속가능한 프로보노행동에 관한 선행연구를 살펴보면, Oh[39]는 봉사활동의 지속기간을 3개월이상 활동한 참여자들을 지속적인 봉사활동의 참여자라고 간주하였다. Kim[40]은 지속적으로 활동에 참여할 수 있을 것인가에 대한 의지를 기준으로 삼았다. Kim[41]은 자원봉사자들을 대상으로 참여동기와 참여강도가 지속의지에 미치는 영향을 분석하고 동기에 따라 참여시간이 다르게 나타났다는 결론을 제시하였다. 이와 같이 대부분의 연구자들은 자원봉사활동에 있어서 지속성의 주요 구성요소로는 지속적인 봉사활동기간, 의지, 자원봉사활동에의 적극적인 참여정도를 언급하고 있다. 따라서 지속가능한 뷰티프로보노행동에 있어서도 지속기간, 지속의지, 적극적인 참여여부가 중요한 영향요인이라는 것을 의미한다고 할 수 있다.

3. 연구방법

3.1 연구모형 및 가설

본 연구의 목적을 달성하기 위한 지속가능한 프로보노에 영향을 미치는 영향요인으로 내적인개인요인(이타주의, 공동체의식, 사회적책임감)과 외적인 조직요인(홍보·모집, 교육체계요인, 관리·성과요인)등으로 구분하고, 매개요인으로는 뷰티프로보노활동에 대한 만족도와 기부기관에 대한 신뢰도를 영향요인으로 구성하는 연구모형을[Fig. 1]과 같이 설정하였다.

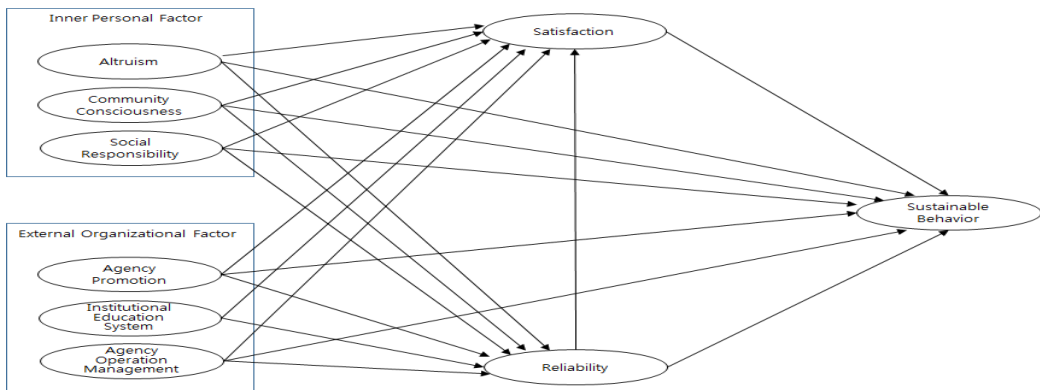


Fig. 1. Research Model

본 연구모형을 통하여 검증하고자 하는 가설은 다음과 같이 설정하였다.

- 가설1. 내적인 요인은 만족도와 기부기관 신뢰도에 긍정적인 영향을 미칠 것이다.
- 가설2. 외적인 요인은 만족도와 기부기관 신뢰도에 긍정적인 영향을 미칠 것이다.
- 가설3. 내적개인요인, 외적조직요인은 지속가능한 뷰티프로보노행동에 긍정적인 영향을 미칠 것이다.
- 가설4. 신뢰도는 프로보노활동의 만족도에 긍정적인 영향을 미칠 것이다.
- 가설5. 만족도와 기관신뢰도는 지속가능한 뷰티프로보노행동에 긍정적인 영향을 미칠 것이다.

3.2 연구대상

본 연구에서는 수도권지역으로 지역단위 연구를 수행하였다. 설문조사는 뷰티프로보노활동을 수행하고 있는 경험자들을 대상으로 2016년 7월부터 2016년 8월 까지 52일간 이루어졌고, 총 720부를 배포하여 불성실한 응답 설문지 19부를 제외한 701부를 분석에 사용하였다.

3.3 측정도구

본 연구의 실증분석을 위해 활용된 설문지의 구성은 Kim[42], Jeong[43], Lee[44], Oh[45], Lee[46]등의 연구를 바탕으로 본 연구의 목적에 맞게 수정·보완하였다. 구성요인은 내적 개인요인 3개, 외적 조직요인 3개, 만족도 요인과 신뢰도요인, 지속가능한 행동의도 1개 요인 등 총 9개로 구성되었다. 프로보노참여특성을 확인하기 위한 인구통계학적 구분은 명목척도로 구성(9개 항목)하였다. 이외의 9개 요인에 대한 항목은 리커트(Likert scales) 5점

척도를 활용하였다(1점(전혀 그렇지 않다), 5점(매우 그렇다)).

3.4 자료 분석

본 연구는 양적 연구로서 통계적 기법을 활용하여 변수간 관계성을 파악하여 가설을 검증하는 실증연구에 기반하고 있다. 이러한 분석에는 SPSS 23.0과 AMOS 21.0을 활용하였다.

4. 연구결과

4.1 인구통계학적특성

설문응답에 대한 인구통계학적 특성을 살펴보면 <Table 1>과 같다. 이를 구체적으로 살펴보면 다음과 같다. 설문에 응답한 전체 701명의 대상자의 성별을 살펴보면, 여성 453명으로 64.6%, 남성 248명으로 35.4%로 여성 응답자의 비율이 높았다. 연령은 20대는 270명으로 38.5%를 차지하였고, 40대는 211명으로 30.1%, 30대는 114명으로 16.3%, 50대 이상은 60명으로 8.6%를 차지하였으며, 10대 46명으로 6.6%로 구성되었다. 결혼여부에서는 미혼 540명으로 77.0%, 기혼은 161명으로 23.0%로 미혼이 더 많았다. 최종학력은 전문대(재학)졸업의 경우 295명으로 42.1%, 고졸은 222명으로 31.7%, 대학원 이상이 113명으로 16.1%, 대졸(재학)졸업은 71명으로 10.1% 순으로 나타났다. 종교의 경우는 무교 367명(52.4%)와 유교 334명(47.6%)가 큰 차이가 없었다. 직업은 교수/교사 244명(34.8%), 뷰티업계종사자 233명(33.2%), 학생 198명(28.2%), 기타 15명(2.1%), 가정주부 11명(1.6%) 순으로

Table 1. Demographic Characteristics of the Sample

n=701

Classification	Category	Frequency	Percentage
Gender	Male	248	35.4
	Female	453	64.6
Ages	10's	46	6.6
	20's	270	38.5
	30's	114	16.3
	40's	211	30.1
	More than 50's	60	8.6
Marriage	Single	540	77.0
	Married	161	23.0
Final Education	High school	222	31.7
	College	295	42.1
	University	71	10.1
	Graduate school	113	16.1
Religion	Have	334	47.6
	None	367	52.4
Job	Housewife	11	1.6
	Beauty worker	233	33.2
	Student	198	28.2
	Teacher/Professor	244	34.8
	Etc.	15	2.1
Monthly Income	Less than 1,000,000 won	86	12.3
	1,000,000 won ~2,000,000 won	218	31.1
	Less than 3,000,000 won	96	13.7
	More than 3,000,000 won	301	42.9

나타났고, 월소득의 경우는 300만원 이상(42.9%), 200만원미만(31.1%), 300만원미만(13.7%), 100만원미만(12.3%) 순으로 확인되었다.

4.2 뷰티프로보노 참여특성

응답자들의 뷰티프로보노참여특성에 대한 빈도를 살펴보면, 6개월미만 273명(38.9%), 6개월-1년이 160명(22.8%)이었으며, 참여횟수는 년1회 이상이 262명(37.4%)으로 가장 많았다. 참여방법에서는 비정기적이 412명(58.8%)으로 가장 많았으며, 참여대상형태를 보면 노인돕기가 271명(38.7%), 지역사회문제가 160명(22.8%)으로 많았다. 참여분야로는 헤어봉사가 380명(54.2%)가 가장 높았다. 참여방식의 경우는 동아리소속이 550명(78.5%)으로 가장 많았으며, 참여자발성으로 보면 자발적인 참여가 431명으로 61.5%를 차지하였고, 매우 자발

적 106으로 15.1%로 자발적 참여가 대부분을 차지하고 있었다. 참여채널의 경우는 학교나 학원의 경우 263명으로 37.5%를 차지하였고, 자발적 참여가 100명으로 14.4% 순으로 많았으며, 참여동기는 361명(51.5%)이 지식기술 활용을 위해서 라는 답변이 가장 많았다.

4.3 신뢰도분석

본 연구에서도 연구변수를 구성하는 문항간 신뢰도(reliability)분석을 실시하였다. 신뢰도분석은 척도를 구성하는 측정개념들이 안정적이고 일관된 결과를 나타내고 있는지 내적일관성을 나타내는 통계치이다. 본 연구에서는 일반적으로 활용되고 있는 크론바흐 알파(Cronbach's α)값을 기준으로 분석하였으며, 분석결과 전체 항목이 기준치에 부합하였다.

Table 2. Participation Characteristics of the Sample

n=701

Classification	Category	Frequency	Percentage
Participation Period	Less than 6 months	273	38.9
	6 months ~ 1 year	160	22.8
	1 year ~ 3 years	128	18.3
	More than 3 years	140	20.0
Participation Frequency	More than once a week	99	14.1
	More than once a month	103	14.7
	Once in 3 months	101	14.4
	Once in 6 months	136	19.4
	Once in year	262	37.4
Participation Way	Regularly	74	10.6
	Irregular	412	58.8
	External request	162	23.1
	Etc.	53	7.6
Participation Type	Help Children	14	2.0
	Helping the handicapped	89	12.7
	Help the Elderly	271	38.7
	Helping Neighbors	56	8.0
	Solving Community Problem	160	22.8
	Etc.	111	15.8
Participation Field	Hair	380	54.2
	Skin	91	13.0
	Nail Art	85	12.1
	Make up	87	12.4
	Mentoring Counseling	27	3.9
	Education	23	3.3
	Etc.	8	1.1
Participation Style	Personally Involved	33	4.7
	Circle Involved	550	78.5
	Service Organization	81	11.6
	With Family	7	1.0
	Etc.	30	4.3
Participating Spontaneity	Strong Request	42	6.0
	Weak Request	46	6.6
	Passively Participate	76	10.8
	Voluntary	431	61.5
	Strong Voluntary	106	15.1
Participation Channel	Friend's Invitation	137	19.5
	Service Organization	60	8.6
	Public Relation & Media	61	8.7
	Religious institution	60	8.6
	School · Academy	263	37.5
	Voluntary participation	100	14.3
	Etc.	20	2.9
Participation Motive	Solving Community Problem	22	3.1
	Participate in Valuable Work	144	20.5
	Self Development	60	8.6
	Use of Knowledge & Technology	361	51.5
	Service Spirit	33	4.7
	Interpersonal Relationships	58	8.3
	Etc.	23	3.3

Table 3. Reliability Analysis

Factor	Variable	No. of Question	Cronbach's α
Altruism	Service preference, participation, sacrifice supervision, welfare for others, conscience, sympathy, euphoria, finding opportunities	8	.86
Community Consciousness	Local member, local talent, local development, participation doctor, local interest, neighboring affection, neighborhood promotion, participation	8	.85
Social Responsibility	Responsibility Practice, Service Important, Damage Supervision, Best Responsibility, Participation Important, Responsibility Recognition, Service Responsibility, Realization of Responsibility	8	.76
Agency Promotion	tv promotion, sns promotion, agency request, poster promotion, radio promotion, placard promotion, publicity paper promotion	8	.78
Institutional Education System	Institutional education, attention education, neighborhood awareness, improvement education, education development, leadership education, promotion of participation, growth opportunity	8	.82
Agency Operation Management	Recognition, Employee Interest, Financial Support, Mutual Cooperation, Understanding Status, Compensation, Opportunity Providing, Providing Results	8	.83
Satisfaction	Learning opportunity, existence, growth moment, compensation, non-economic compensation, economic compensation, relationship satisfaction, relationship maintenance, recognition	9	.88
Reliability	Public Relations Recruitment Trust, Institutional Education Trust, Management System Trust, Compensation Trust, Role, Help, Service Trust, Institution Transparent Management	8	.85
Sustainable Behavior	Willingness to participate continuously, willingness to participate, willingness to participate, willingness to expand efforts, willingness to maintain relationship, participation in activities, willingness to participate actively, willingness to actively engage	8	.92

Table 4. Model fit analysis result

Classification	χ^2	df	χ^2/df	p	RMR	GFI	AGFI	RMSEA	TLI	CFI
Statistics	9856.47	2522	3.908	.000	.06	.67	.65	.06	.69	.71
Reference Value			≤ 3	≥ 0.05	≤ 0.08	≥ 0.9	≥ 0.8	≤ 0.08	≥ 0.9	≥ 0.9

4.4 모형분석

본 연구에서는 구조방정식연구모형에 투입될 변수들에 대하여 확인적 요인분석(CFA: confirmatory factor analysis)을 실시하기에 앞서 모형의 적합도를 확인하였으며, 그 결과는 Table 4와 같다.

본 모형의 χ^2 값은 9856.47로 유의하였으나 $p < .001$ χ^2/df 는 3.91로서 기준치인 3 이하에 다소 미달하였다. RMR은 .06으로서 기준치 0.08 미만에 부합하였다. 그러나, GFI는 .67으로서 기준치 0.9 이상에 다소 미달하였고, AGFI도 .65로서 기준치 0.8 이상에 미달하였다. RMSEA는 .06으로서 기준치 0.08 미만에 부합하였다.

다음은 증분적합지수로 이는 변수간의 상관을 설정하지 않은 모형에 비해 연구모형에 설정된 상관이 얼마나 적절한지를 나타내는데, TLI는 .69로서 기준치 0.9 이상에 미달하였고, CFI는 .71로서 기준치인 0.9 이상에 다소 미달하였다. 모형적합도 분석결과를 종합해 보면,

본 연구에서 제시한 모형은 일부는 기준에 부합하였고, 다른 일부가 기준에는 다소 미달하였으나 일반적인 평가 기준에 따라서 가설검정 활용에 있어서는 큰 무리가 없는 것으로 판단되었다.

4.5 상관분석

본 연구에서는 연구변수들간 Pearson 상관분석을 실시하였다. 먼저 뷰티프로보노활동의 만족도는 외적 조직 요인으로는 기관홍보모집(.34)과 상관이 있는 것으로 나타났다. 이를 해석해 보면, 홍보와 모집을 통한 프로보노활동의 정보를 많이 획득할수록, 뷰티프로보노활동 참여에 대한 만족도가 높은 것으로 여겨진다. 여기서 특이사항은 내적 개인요인보다 외적 조직요인이 뷰티프로보노활동의 만족도와 더 상관이 있는 것으로 나타난 점이다. 다음으로 뷰티프로보노 관련조직의 신뢰도는 운영관리에 대한 기관의 만족도가 높을수록, 활동참여를 통한 만

Table 5. Correlation analysis

	1	2	3	4	5	6	7	8	9
Altruism	1								
Community Consciousness	.15*** (.000)	1							
Social Responsibility	.17*** (.000)	.09* (.015)	1						
Agency Promotion	.07 (.063)	.19** (.000)	.09* (.021)	1					
Institutional Education System	.22*** (.000)	.08* (.029)	.11** (.004)	.17*** (.000)	1				
Agency Operation Management	.19*** (.000)	.13*** (.000)	-.02 (.592)	.21*** (.000)	.36*** (.000)	1			
Satisfaction	.18*** (.000)	.17*** (.000)	.12** (.001)	.10* (.011)	.34*** (.000)	.26*** (.000)	1		
Reliability	.16*** (.000)	.18*** (.000)	.04 (.261)	.28*** (.000)	.30*** (.000)	.42*** (.000)	.45*** (.000)	1	
Sustainable Behavior	.20*** (.000)	.25*** (.000)	.12** (.001)	.18*** (.000)	.25*** (.000)	.33*** (.000)	.56*** (.000)	.48*** (.000)	1

Table 6. Analysis of measurement model

Classification	Path	Non Standardization Coefficient	Standard error	Standardization Coefficient (directly effect)	Critical Ratio t(CR)	p
Agency Reliability	Altruism	0.05	0.03	.06	1.47	.141
	Community Consciousness	0.01	0.02	.01	0.34	.734
	Social Responsibility	-0.04	0.03	-.06	-1.35	.176
	Agency Promotion	0.17	0.05	.16	3.34***	.000
	Institutional Education System	0.16	0.04	.19	4.31***	.000
	Agency Operation Management	0.35	0.05	.40	7.47***	.000
Satisfaction	Altruism	0.07	0.04	.07	1.58	.114
	Community Consciousness	0.01	0.03	.01	0.20	.842
	Social Responsibility	0.05	0.04	.05	1.26	.208
	Institutional Education System	-0.11	0.05	-.10	-2.36*	.018
	Agency Promotion	0.34	0.07	.26	4.95***	.000
	Agency Operation Management	0.01	0.06	.01	0.09	.925
Sustainable Behavior	Reliability	0.54	0.07	.42	7.40***	.000
	Altruism	0.07	0.04	.06	1.58	.114
	Community Consciousness	0.05	0.03	.05	1.64	.101
	Social Responsibility	0.03	0.04	.02	0.61	.544
	Institutional Education System	0.03	0.05	.02	0.66	.511
	Agency Promotion	-0.13	0.07	-.08	-1.89	.059
	Agency Operation Management	0.24	0.06	.18	4.13***	.000
Satisfaction	0.61	0.05	.53	11.23***	.000	
Reliability	0.19	0.07	.13	2.74**	.006	

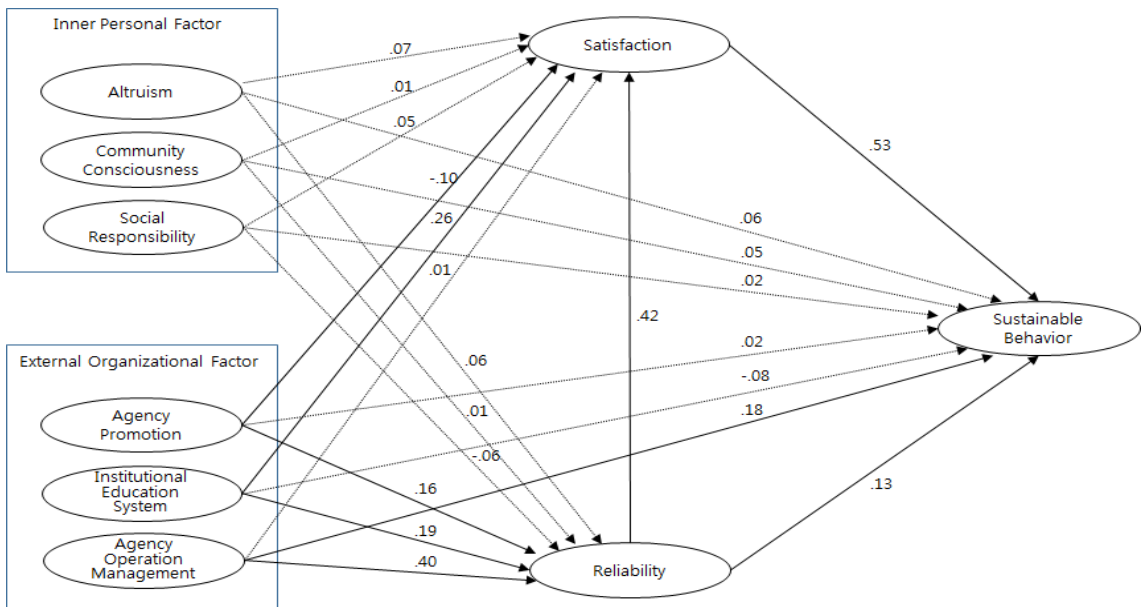


Fig. 2. Path Analysis by Research Model

족도가 높을수록 그 연관성이 매우 높은 것으로 판명되었다. 또한 지속가능행동측면에서는 프로보노활동을 통해서 얻어지는 만족도가 높을수록, 조직에 대한 신뢰도가 높을수록 그 연관성이 높은 것으로 나타났다.

4.6 연구가설의 검증

본 연구의 가설을 분석결과는 Table 6과 Fig. 2에 통합적으로 제시하였다.

첫째, 내적 개인요인인 이타주의, 공동체의식, 사회적 책임감 등은 만족도, 조직의 신뢰도, 지속가능행동에 긍정적인 영향을 미치지 않았다. 이는 내적요인은 기부자 개인이 가지고 있는 고유한 특성이기때문에 결과적인 행동과의 관계에는 크게 영향을 받지 않기 때문이라고 생각해 볼 수 있다(가설1).

둘째, 외적 조직요인인 기관교육체계, 기관홍보모집, 기관운영관리에서 조직의 신뢰도에 긍정적인 영향을 미치는 것으로 나타났다. 이 요인들이 제대로 관리되고, 운영됨으로써 조직의 신뢰도를 높일 수 있음을 확인할 수 있었다(가설2).

셋째, 지속가능한 뷰티프로보노활동에 개인 내적요인보다 외적인 조직요인이 더욱 중요하게 작용하는 것으로 나타났다. 특히 기관의 교육체계와 조직홍보모집 요인은 만족도에 긍정(+)의 영향을 미치는 것으로 나타났다(가설3).

넷째, 뷰티프로보노활동을 주관하는 기관의 신뢰감은 뷰티프로보노활동의 만족도에 긍정적인 영향을 미치는 것으로 나타났다. 이는 뷰티 프로보노 활동을 시작하기에 앞서 기관에 대해 얼마나 신뢰를 하는지에 따라 만족도의 수준이 달라질 수 있는 것으로 유추해 볼 수 있는 결과라 하겠다(가설4).

다섯째, 뷰티프로보노활동의 지속가능한행동 및 지속적인 의지에는 뷰티 프로보노활동을 통해 만족감을 얻을수록, 기관을 신뢰할수록 지속가능성이 높다는 것을 알 수 있었다. 특히 외적 조직요인으로써 기관운영관리에 대한 요소는 긍정적인 영향을 미치는 것으로 나타났다. 이러한 분석결과로 볼 때, 뷰티프로보노활동에 참여자들의 지속가능한 행동에 조직요인이 미치는 영향이 내적 개인요인보다 더 높다는 것을 확인할 수 있었다(가설5).

5. 결론

본 연구는 뷰티프로보노 활동참여자들을 중심으로 지속가능한 뷰티프로보노활동의 주요영향요인을 파악하고 활성화방안을 모색하고자 수행되었다. 본 연구의 주요결과는 다음과 같다.

첫째, 뷰티프로보노활동에 있어 참여동기는 미용기술 및 지식을 활용하기 위해 참여하는 이유가 가장 큰 것

로 나타났다. 따라서 자신의 지식과 기술의 활용위해 참여한다는 참여자의 욕구를 충족시키고 기술활용에 대한 만족도를 높이는 한편, 수혜자의 만족도도 함께 높일 수 있도록 주관기관의 역할이 더욱 중요할 것으로 사료된다. 뷰티프로보노 참여방식은 자발적이긴 하나 대부분 동아리활동을 통해 참여하는 특성을 갖는 것으로 밝혀졌으며, 주로 친구나 직장, 대학이나 학원 등의 동료들을 통한 인적관계망을 통해 참여하는 것으로 나타났다. 그리고 참여동기와 참여강도에 따라 지속의지에 미치는 영향이 다르다는 측면(Kim[39])은 금번 연구에서는 밝혀내지 못하였는 바, 이를 추후 과제로 삼고자 한다.

둘째, 뷰티프로보노활동의 만족도는 내적 개인요인보다 외적 조직요인이 뷰티 프로보노활동의 만족도와 더 높은 상관을 보였으며, 외적 조직요인으로 기관홍보(모집)활동과 연관이 높은 것으로 밝혀졌다. 홍보와 모집을 통한 프로보노활동에 대한 정보를 많이 얻을수록 참여에 대한 만족도가 높은 것으로 보여진다. 특히 뷰티프로보노조직의 신뢰도는 기관의 운영 및 관리에 대한 만족도가 높을수록, 프로보노활동을 통한 만족도가 역시 높은 것으로 나타났다. 이러한 결과는 선행연구결과들에서 밝혀진 부분과 맥을 같이 하고 있어 주목할 필요가 있겠다.

셋째, 지속가능행동은 프로보노활동을 통해 만족도가 높을수록, 조직에 대한 신뢰도가 높을수록 그 연관성이 높은 것으로 나타났다. 따라서, 뷰티프로보노활동에 대한 만족도를 높이기 위해서는 활동에 대한 지원과 교육의 확대, 인센티브확대 등의 방안들이 마련되어 확대되어야 할 것으로 기대된다. 아울러 뷰티프로보노 봉사자들에 대한 체계적인 관리가 요구되며, 봉사주관기관의 투명경영을 유지하는 방안들도 뷰티프로보노활동을 더욱 활성화시킬 수 있을 것으로 판단된다. 또한 뷰티프로보노 관련기관차원에서는 프로보노활동자들에 대한 적절한교육과 피드백, 활동에 대한 지원책 등을 고려한 관리전략을 준비하여야 할 것으로 본다. 이러한 연구결과를 종합해 볼 때, 뷰티프로보노활동은 신뢰도를 갖춘 조직이 근간을 이루어 관리되어 나아가갈 때 더욱 관련성과를 지속적으로 낼 수 있다는 것을 유추할 수 있다.

한편, 본 연구는 다음과 같은 미비점을 안고 있어 한계점 및 향후 연구방향과 활성화를 위한 실천적 제언을 제시하면 다음과 같다. 첫째, 연구대상자를 한정하였기 때문에, 연구 결과를 일반화하기에는 한계가 있는 것으로 판단된다. 향후 지역범위 확대의 필요성이 요구된다. 둘

째, 뷰티프로보노의 활성화를 위해서 청소년들의 참여가 더욱 의미가 있는 바, 뷰티를 전공하는 미용고등학교와 대학생들을 대상으로 한 프로보노활동에 관한 연구가 다양한 각도에서 이루어져 할 것이다.

REFERENCES

- [1] S. W. Kim & R. D. Kim. (2010). Cross-cultural Comparison of Culture and Donation Behavior - Using Triandis's typology of culture. *Korean Consumption Association, 13(1)*, 61-80.
- [2] S. I. Cho. (2012). A Investigation into the Actual Condition of Music Part Educational Donation in Korea. *Journal of Society for Pentecostal Studies in Korea, 4(3)*, 291-309.
- [3] J. H. Lee & H. J. Kim. (2014). The effect of Experience Received Matril Support on Volunteer Activity Durability of University Student -Revolve Around the Social Work Student. *Korean journal of youth studies, 21(1)*, 73-95.
- [4] <http://www.probonobub.org>.
- [5] S. H. Go. (2012). *Proliferation of Talent Sharing Culture by Activation of Pro Bono Movement in Jeju Region*, Jeju: Jeju Development Institute Publishing.
- [6] <http://makeupyourlife.amorepacific.com>.
- [7] <http://news.joins.com/article/19254599>.
- [8] Y. S. Cha & K. H. Choi. (2009). The Current Status of Beauty Welfare Volunteering in hospital. *Journal of The Korean Society of cosmetology, 15(4)*, 1537-1548.
- [9] E. H. Lee. (2010). Effects of the beauty volunteer program for the aged on beauty college students' knowledge and attitude toward the elderly. *Korea Beauty Design Society, 6(3)*, 235-243.
- [10] C. M. Hong. (2012). *Study on Awareness and Activation Way of Hair Donation*. Doctoral dissertation. Seokyeong University, Seoul.
- [11] Y. K. Oh. (2016). Relationship between Volunteer Work and Self-esteem and Job-esteem in Undergraduate Beauty Majous. *Journal of the Korean Society of Beauty art, 17(2)*, 93-105.
- [12] S. H. Park. (2011). *A Study on the Activation of talent donation in the field of culture and arts*. Seoul: Korean Culture and Tourism Research Publishing.
- [13] E. J. Choi & J. Y. Lee. (2012). The Case Study on the Design Pro Bono: Focused on Personal Participation. *Korean Society of Design Science, 2012(10)*. 72-73.

- [14] S. Ikuma. (2012). *Pro Bono: Advanced donation method to pursue developmental change of society*, Seoul: AG21 Publishing.
- [15] S. M. Shin. (2012). A Study on Activation of Talent Donation for Music College Students. *Korean Journal of Arts Education*, 12(3), 83-100.
- [16] E. N. Lee. (2015). *Research on what factors influence on the inclination to participation in talent donation*. Master's thesis. Seoul National University, Seoul.
- [17] M. S. Shim & J. H. Park. (2016). An Exploratory Study on Pro Bono Sustainability. *The Korea Contents Society*, 16(4), 211-223.
- [18] D. H. Lee, J. S. Kim & C. S. Yoon, (2014). A explorative study on local governments enacting regulations for beauty industry promotion regulations. *The Korean Society of Beauty Industry*, 18(1), 5-18.
- [19] B. Ryu & S. B. Kim. (2013). Effects of Motivation on Satisfaction, Trust and Sustainability of Donors. *Korean Association of Nonprofit organization Research KANPOR*, 12(1), 63-96.
- [20] H. K. Oh. (2018), *A Study on the Factors Affecting the Sustainability of Volunteer Activities by college students*. Doctoral dissertation. Kyonggi University, Kyonggi.
- [21] J. Y. Han & W. K. Lim. (2015). The Effects of Participation Motive Level of the Volunteer Activities on the Social Capital Convergence Formation of the Elderly. *Journal of Digital Convergence*, 13(6), 39-53.
- [22] P. Wierking & I. Mass. (2009). Resources that make you generous: Effects of human and social resources on charitable giving. *Social Forces*, 86(0), 1973-1996.
- [23] B. C. Kim, M. G. Choi & Y. M. Kim. (2012). The Influence of Audience Involvement in TV Donation Program on Donation Intention ; The Mediated Effects of the Perceived Behavioral Control, Moral Norm, and Altruism. *Journal of Media Economics & Culture*, 10(3), 48-88.
- [24] P. Wierking & I. Mass. (2009). Resources that make you generous: Effects of human and social resources on charitable giving. *Social Forces*, 86(0), 1973-1996.
- [25] D. K. Lee & Y. C. Song. (2012). A Study on the Factors Influencing Donation Intention: Based on the Combined Model of Planned Behavior and Motivation Theory. *The Korea Association for Public Management*, 26(3), 189-211.
- [26] R. Bekkers. (2007). Generosity and Philanthropy. *A Literature Review*, 76(0), 299-30.
- [27] P. Wierking & I. Mass. (2009). Resources that make you generous: Effects of human and social resources on charitable giving. *Social Forces*, 86(0), 1973-1996.
- [28] D. G. Kim & D. C. Kim. (2015). A study on the influence of volunteer work motivation on satisfaction and continuance : focused on moderation effects of non-economic incentives and volunteer education", *GRI REVIEW*, 17(2), 289-319.
- [29] C. Homburg, N. Koschate & W. D. Hoyer. (2006). The role of cognition and affect in the formation of customer satisfaction: A dynamic perspective. *Journal of Marketing*, 70(3), 21-31.
- [30] C. K. Byeon. (2014). The Effects of Private Donor's Motivation and Ritualization on the Donations Continuity. *Korean Association Of Nonprofit Organization Research*, 13(11), 59-85.
- [31] H. J. Huan & A. Dastmalchian. (2006). Implications of trust and distrust for organizations. *Personnel Review*, 35(4), 361-347.
- [32] J. W. Kim. (2009). Relational Continuance Intention of Donators to Nonprofit Organization. *The Korea Contents Society*, 9(8), 325-338.
- [33] S. A. Lee & S. T. Lee. (2009). A study on the Factors Influencing Individual's Giving Behavior :Focusing on the Mediating Effects of Organizational Trust and Commitment. *Journal of Korean social welfare administration*, 3(27), 69-95.
- [34] H. Y. Jung. (2007). *A study on the factors influencing giving behaviors to social welfare facilities: focusing on the amounts and duration of donation*. Doctoral dissertation. Soongsil University, Seoul.
- [35] H. S. Kim. (2008). *Factors Influencing on the Relational Continuance Intention*. Doctoral dissertation. Chonnam National University, Chonnam.
- [36] J. W. Kim. (2009). Relational Continuance Intention of Donators to Nonprofit Organization. *The Korea Contents Society*, 9(8), 325-338.
- [37] Y. S. Yoo & H. J. Son. (2009). The primary factors affecting durability of volunteering. *Korean Association of Nonprofit Organization Research, KANPOR*, 8(2), 27-57.
- [38] Y. I. Kim, Y. C. Choe & Y. J. Choi. (2015). A study on the Convergence Factors Which Influence on the Sustainability of Volunteer Activities. *Journal of Digital Convergence*, 13(10), 41-50.
- [39] H. K. Oh. (2008). *A Study on the Factors Affecting the Sustainability of Volunteer Activities by college students*. Doctoral dissertation. Kyonggi University, Kyonggi.

- [40] T. G. Kim. (2011). *A study on influential factors for the continuance of hospital volunteer activities*. Doctoral dissertation. Kosin University, Busan.
- [41] S. J. Kim. (2015). A study on Relationship between Volunteering Motives and Behaviors in Korean Museum. *Korean Association of arts Management*, 33(0), 227-255.
- [42] B. C. Kim, M. G. Choi & Y. M. Kim. (2012). The Influence of Audience Involvement in TV Donation Program on Donation Intention ; The Mediated Effects of the Perceived Behavioral Control, Moral Norm, and Altruism. *Journal of Media Economics & Culture*, 10(3), 48-88.
- [43] J. H. Jeong. (2012). *Volunteer Beauty School and Activation Status*. Master's thesis. Konkuk University, Seoul.
- [44] C. S. Lee. (2015). *The effects of beauty talent donation motives on devotion in activity, satisfaction, of it and its durability*. Master's thesis. Seokyeong University, Seoul.
- [45] H. K. Oh. (2008). *A Study on the Factors Affecting the Sustainability of Volunteer Activities by college students*. Doctoral dissertation. Kyonggi University, Seoul.
- [46] C. S. Lee. (2015). *The effects of beauty talent donation motives on devotion in activity, satisfaction, of it and its durability*. Master's thesis. Seokyeong University, Seoul.

윤진숙(Jin-Suk Yoon)

[정회원]



- 2010년 8월 : 건국대학교디자인학 석사
- 2017년 2월 : 건국대학교 뷰티디자인학박사
- 2015년 3월 ~ 현재 : 서경 대학교 미용학전공 외래강사

· 관심분야 : 화장품, 스킨케어, 재능기부, 융합인재 교육 (STEAM)

· E-Mail : jshappy77@nate.com