

## 계약학과 학생의 장기근속 유도를 위한 방안 (피부미용 전공)

김윤정, 홍미숙\*  
명지전문대학 뷰티매니지먼트과

### A Study on the Long-term Work Guidance of Contract Students (Skin Care Major)

Yun-Jung Kim, Mi-Sook Hong\*  
Division of Beauty Management, Myongji College

**요약** 본 연구는 피부미용 계약학과 학생의 직무 만족 및 이직 의도에 대한 요인을 분석하고 장기근속을 유도할 방안을 제시하는 데 그 목적이 있다. 이를 위해 피부미용 계약학과 학생 260명에 대한 설문조사 자료를 토대로 SPSS 통계 프로그램을 이용하여 빈도 분석과 다중 회귀분석을 실시하였다. 주요 결과는 다음과 같다. 첫째, 계약학과 학생들은 인턴십 기간 충분한 실무훈련을 통해 업무에 대한 자신감을 느끼고 본인의 포지션에서 직무수행의 권한위임을 받음으로써 직무 만족도가 높았다. 둘째, 계약학과 학생들에게 직무 향상을 위한 정기적인 기술교육은 직무수행에 대한 자신감과 직업에 대한 확신을 주었고 이는 장기근속을 유도했다. 셋째, 계약학과 학생들에게 계약기간 업무능력에 따라 공정하게 성과급, 포상, 승진 기회 등 보상 제도를 적용해 업무능력 향상의 동기부여를 줌으로써 이직 의도를 줄였다. 이에 본 연구는 피부미용 계약학과 학생들에게 직무수행의 권한 위임, 직무수행에 대한 확신, 그리고 능력에 따른 보상 제도를 적용함으로써 직무 만족 및 이직률 감소와 장기근속까지 끌어낼 수 있음을 시사한다.

**Abstract** This study analyzed the factors related to the job satisfaction and turnover rate of students in the skin care contract department, and suggested ways to enhance long-term employee retention. Frequency analysis and multiple regression analysis were performed using the SPSS statistical program and based on the survey data of 260 skin care contract students. The main results were as follows. First, contract students had high job satisfaction because of sufficient in-service training during the internship and also received the authority to perform the job duties of their positions. Second, the regular technical education for the job of contract students gave them confidence in job performance and job confidence, which led to long-term employee retention. Third, contractual students' turnover was reduced by applying compensation such as incentives, awards, and promotion opportunities in accordance with their work performance. Therefore, the results of the study suggest that compensation based on job performance, and the confidence in job performance of skin care contract students, can lead to increased job satisfaction, a reduced turnover rate and better long-term employee retention.

**Keywords** : Compensation System, Contract Department, Delegation, Intention of Turnover, Job Performance, Job Satisfaction, Long-Term Work

## 1. 서론

현재 마련된 경제시장의 정책들은 주로 인력양성에 집중되어 있으며, 이렇게 양성된 인력을 어떻게 활용할 것인가에 대한 정책적 대안들은 마련되지 못하고 있다.

### 1.1 연구의 목적

\*Corresponding Author : Mi-Sook Hong(Myongji Coll.)

email: hms19@naver.com

Received September 2, 2019

Accepted December 6, 2019

Accepted October 1, 2019

Published December 31, 2019

능력 중심 정책의 최종 목적이 능력과 숙련을 갖춘 근로자들을 채용하기 위한 것이라면 이제는 인적 자원 활용에 대해 정책적인 관심을 기울일 시기가 왔다[1]. 이러한 인적 자원을 지속적으로 관리하고 개발·활용하는 중요한 방법이 직무교육이다.

직무교육은 개인의 발전과 기업의 이념, 비전을 공유하며 장기적 안정 속에 오랜 직무근속이 이어진다. 조직구성원들의 직무에 부합한 교육과 기회를 제공하여 높은 직무 만족을 줌으로써 장기근속까지 연결시킬 수 있다.

규모가 약 23조 원 이상을 상회하고 있는 미용 산업의 지속적인 발전은 시장의 양적 성장뿐 아니라 고객들의 기대 수준의 향상과 함께 질적 성장이 필요하다. 미용산업 현장에서 실제로 원하는 인재를 발굴하고 이를 유지하는 데에 큰 어려움을 겪고 있다. 해가 갈수록 가속화되는 미용대학의 입학생 수 미달 문제까지 추가되어 맞춤형 전문 인력이 필요한 산업체의 어려움은 더욱 확대되었다.

이에 때마침 정부에서 기업은 맞춤형 전문 인력 양성으로 기업경쟁력을 제고시킬 수 있고, 대학은 입학정원의 충원을 가능하게끔 하고자 '계약학과'를 법령에 따라 제도화하였다[2].

대학에서 '계약학과'라는 학위제도의 운영을 통해 미용 산업의 취업난과 인력난의 두 가지 요건을 만족시키고자 하였으나, 계약학과 학생들의 계약기간 중도탈락과 계약기간 종료 후 이직률 발생으로 인력난은 해결되지 못했다.

미용서비스 산업의 활성화는 꾸준한 전문 인력 충원이 기본이며, 전문 인력의 장기근속은 미용산업 시장의 최대 이윤을 창출하는 기반이 될 수 있다.

본 연구는 피부미용산업 현장에서 문제되고 있는 인력난 중 계약학과 학생들과 관련지어 살펴보고, 그 원인에 대한 해결방안을 찾고자 한다.

## 1.2 관련 연구

계약학과는 다목적의 산업교육 기관이 산업체와 계약에 의하여 설치·운영되는 학부, 학과를 말하며, 산업교육 시행법 제2조 제2호에 속한다[2].

각 기업체는 자체적으로 직무교육을 시행하고 있으나 대부분의 기업체에서 전문성 부족, 교육인프라 취약으로 한계에 직면하고 있다. 이에 대한 대안으로서 기업체들이 대학교에 정규 학위 과정을 위탁, 운영하는 계약학과 제도가 늘어나고 있으며, 고교 졸업자 및 재직자의 경우 자

신의 능력을 개발함과 동시에 학위취득도 할 수 있어 좋은 반응을 얻고 있다.

대학과 기업의 부담을 줄여줄 수 있고, 학과 설치 및 운영 계약 체결이 어려운 중소기업의 참여를 활성화하기 위해 국가 지방자치단체, 사업주 단체가 다수의 중소기업과 공동으로 대학에 학과 설치 및 운영 계약을 체결하여 이를 지원할 수 있도록 하였다.

기업이 계약학과 설치·운영을 위해 제공하는 시설, 기자재 등의 현물 비용을 산업체의 부담 교육비 일부로 인정하며, 기업·지자체 시설 등 기업이 편리한 장소에 계약학과를 설치하고, 운영할 수 있도록 허용함으로써 근무손실 없이 수업 참여가 가능하다.

대학에 설치·운영되는 계약학과는 채용조건형과 재교육형으로 나눌 수 있다. 채용조건형은 기업이 채용을 조건으로 학자금 지원계약을 체결하고 특별한 교육과정의 운영을 대학에 요구하는 것을 말한다. 재교육형은 기업이 근로자의 재교육, 직무능력 향상을 위하여 경비의 전부 또는 일부를 부담하면서 대학에 교육을 의뢰하는 것을 말한다.

계약학과는 '산업교육 진흥 및 산학협력 촉진에 관한 법률' 제8조에 의거, 산업교육 기관과 국가 지방자치단체 또는 산업체 등이 체결하여 설립하며, 교육과학기술부 장관의 인가가 필요하다.

입학 자격 및 선발 기준의 경우 '산업교육 진흥 및 산학협력 촉진에 관한 법률' 시행령 제7조 제4항에 의거하고 있으며, 해당 기관에서 정한 구체적인 기준에 따라 입학 자격이 정해지고 일반전형 또는 특별전형에 의하되 구체적인 사항은 학칙을 기반으로 학생선발이 이루어진다.

계약학과와 교육 과정은 산업교육 진흥 및 산학협력 촉진에 관한 법률 시행령 제7조에 따라 학칙이 정하는 바에 의하여 운영되고 있으며, 그 과정 및 수업연한은 재학생의 학위 취득이나 학력 인정 기간의 최소한 이상이여야 한다.

교육 과정과 관계되는 근무경력을 가진 경우 졸업학점의 1/5 범위 안에서 인정될 수 있으며, 재직근로자는 계약학과를 통해 고등학교 과정, 전문학사, 학사, 석사, 박사학위에 해당하는 학력 및 학위를 취득할 수 있다.

학생정원의 경우, '산업교육진흥 및 산학협력촉진에 관한 법률' 시행령 제7조 제5항에 의거하여 당해 학년의 전체 입학 학생 수 또는 전체 입학학생 정원의 10분의 1을 초과할 수 없다.

계약학과는 기업의 다양한 인력 수요에 교육기관이 탄

력적으로 대응해 개설되었는데, 2017년 채용조건형 16개교 19개 학과, 재교육형 101개교 343개 학과로 개설되었다.

학교 종류별로 살펴보면 2017년 전문대학(3년제)에서는 18개, 전문대학(2년제)에서는 40개, 대학교(4년제)에서는 300개의 계약학과를 설치·운영 중으로 전문대학이나 산업대학보다 대학교(4년제)에서 계약학과를 더 많이 설치·운영하고 있다[2].

인턴부터 시작해 정규직이 되기까지 시간이 오래 걸리는 '미용 분야'에서는 취업과 대학이 연계되는 '계약학과'가 절실히 필요하며, 이에 많은 미용 대학에서는 대학 입학과 함께 취업까지 보장되는 계약학과를 많이 개설하고 있다.

현재 전문대에서 운영되고 있는 피부미용 관련 계약학과는 경남정보대, 경북대, 경인여대, 계명문화대, 구미대, 동의과학대, 명지전문대, 부천대, 수원여대, 인천재능대, 전주비전대, 정화예술대, 혜전대 등과 같다[3].

### 1.3 연구의 필요성

미용산업은 전문 인적자원에 매우 의존하고 있으며, 전문 인력의 장기근속은 미용산업의 활성화 및 이윤창출에 주요한 기반이 되고 있다.

계약학과는 체계화된 교육을 통해 전문 인력을 양성하고 양성된 전문 인력을 현장에 지원한다는 좋은 취지를 가지고 있다. 그러나 미용대학 계약학과 학생의 중도탈락과 이직률의 발생은 갈수록 늘어나고 있으며, 미용산업 현장의 인력난을 가속화 시키고 있다[3].

전문 인력의 장기근속을 위한 조건으로 여러 가지 요소가 있으나 선행연구를 참고하여 본 연구는 내부마케팅과 직무만족의 연관성을 살피고, 이어 직무만족이 이직의도와 장기근속에 미치는 영향을 알아보고자 하였다.

직무 만족은 조직구성원이 직무를 수행하면서 느끼는 정서적 반응이다. 조직구성원의 개인적인 능력과 자질 및 업무의 성격에 따라 직무 만족의 정도가 달라지며 이것이 조직구성원의 기대성취를 예측하는 데 중요한 지표가 된다[4].

직무 만족은 종업원의 기대를 일정 수준 이상으로 충족시켜서 나타나는 반응이며, 이는 행동으로 표출되기보다 심리적인 상태로, 종업원이 가지고 있는 가치나 신념 등과 밀접한 연관성이 있다.

장기근속은 사회복지와 행정 분야에서 등장한 개념으로 근로자의 고용유지, 생활 유지 등 직업안정의 넓은 의

미를 포함하고 있다. 장기근속을 위해 근로자는 취업을 준비할 때부터 본인의 적성과 능력에 맞는 직업을 선택한다. 그리고 원하는 직장에 취업할 수 있게 고용노동부 정보를 제공받는다.

장기근속을 위한 근무환경의 개선은 근로자에게 직무 만족, 결근율 및 이직률을 감소시키고 업무의 질을 향상시키는 계기가 될 수 있다. 장기근속은 근로자의 안정된 직장생활 유지를 기초로 하며, 기업의 생산성 증대와 기업의 경쟁력을 제고 할 수 있다.

이직은 조직구성원이 조직 외부로의 이동을 의미하지만 동시에 구성원의 지역 간의 이동, 직업 간의 이동 그리고 산업 간의 이동을 뜻하기도 한다.

선행연구[5]에서 이직 의도를 현재 다니고 있는 자신의 직장을 떠나거나 직업을 바꾸려는 생각이나 계획도 포함한다고 정의하였다. 이직으로 바로 실행되는 것은 아니지만 이직 의도 자체만으로 조직에 부정적인 영향을 미치기 때문이다.

내부마케팅은 종업원이 외부고객에게 제공하는 서비스 품질과 직결되므로 그 구성요인의 선정은 매우 중요하다. 내부마케팅에 관한 구성요인과 관련된 실증적 선행연구를 정리하면 다음과 같다. 내부마케팅 구성요인 중에서 교육 훈련, 복리후생, 커뮤니케이션, 내부고객의 태도 변화 등 4가지 요인이 서비스 품질 및 외부고객의 재구매 행동에 영향을 미친다[6].

최근 미용 서비스산업에서 경쟁업체와 차별화된 생존 전략을 위해 연구되고 있는 분야 중 하나가 바로 내부마케팅이다. 이것은 제조업이나 유통업과는 달리 인적 자원에 매우 의존하고 있는 미용 서비스산업에 필수적이다.

최근에는 외부마케팅의 중요성과 함께 외부고객과 직접적인 접촉 기회가 많은 조직원을 만족시켜 고객과의 상호관계의 질을 높이는 것 또한 중요하다 보고 있다. 이에 많은 조직이 고객의 개념을 확대해 조직에 속한 구성원들을 내부고객으로 인식하고 이들을 대상으로 내부마케팅의 중요성에 대한 인식을 확대해 가고 있다.

선행연구[7]에서 고객 만족을 위해 종업원 직무만족이 선행되어야 하며, 인적 자원의 의존도가 높은 미용서비스업에서는 조직의 경쟁력 확보 및 종업원들의 직무 만족을 지향하기 위해 내부마케팅이 반드시 필요하다고 하였다.

이에 본 연구는 피부미용업체의 내부마케팅과 직무 만족의 상관성을 알아보고, 나아가 계약학과 학생의 이직의도에 미치는 요인 및 장기근속을 유도할 수 있는 방안에 대해 살펴보려고 한다.

## 1.4 연구문제

본 연구는 일과 학업을 병행하는 피부미용전공 계약학과 학생들에게 직무 만족과 장기근속 및 이직 의도에 영향을 미치는 요인을 살펴본다.

피부미용 산업 발전을 저해할 수 있는 이직률을 줄이고 이윤 창출을 높일 수 있는 직무만족 및 장기근속을 위한 방안을 제시하는데 그 목적을 두고 있다.

이러한 연구 목적을 달성하기 위해 하부목적을 다음과 같이 두었다.

첫째, 계약학과 학생들에게 직무수행의 권한위임은 직무 만족에 영향을 미치는가?

둘째, 계약학과 학생들에게 직무수행에 대한 자신감과 직업에 대한 확신은 장기근속에 영향을 미치는가?

셋째, 계약학과 학생들에게 성과급, 포상, 승진 기회 등 보상제도의 적용은 이직 의도에 영향을 미치는가?

## 2. 연구 방법

### 2.1 연구 대상

본 연구는 계약학과의 설치현황을 참고하여 서울과 경기도 지역 중심의 전문대학 피부미용 전공 계약학과 학생을 대상으로 2019년 06월 01일부터 06월 30일까지 총 275부의 설문지를 배포한 후 부실기재된 것을 제외한 260부를 최종분석에 사용하였다.

### 2.2 자료 분석방법

피부미용 계약학과 학생 260명에 대한 설문조사 자료를 토대로 SPSS 통계 프로그램을 이용하여 빈도 분석과 다중 회귀분석을 실시하였다.

### 2.3 측정 도구

#### 2.3.1 임파워먼트 척도

임파워먼트 척도는 총 8문항으로 구성되어 있다. 즉, 직무수행의 독립성, 직무수행의 자율성, 업무에 대한 결정권, 업무에 대한 통제력, 문제 해결 능력, 직무능력에 대한 확신, 업무 수행 능력, 업무에 대한 영향력으로 구성되었다.

각 문항은 '전혀 그렇지 않다(1점)'에서 '매우 그렇다(5점)'까지 5점 척도로 제시하였고, 점수가 높을수록 임파워먼트가 높음을 의미한다. 척도의 신뢰도 계수인

Cronbach's  $\alpha$ 는 0.905로 매우 높은 신뢰도를 나타냈다.

#### 2.3.2 교육훈련 척도

교육 훈련 척도는 총 5문항으로 구성되어 있다. 즉, 교육 훈련 이수 장려, 직무 관련 다양한 교육프로그램 운영, 가치 있는 교육 훈련 프로그램, 교육 이수 후 고객 요구 이해 가능, 교육 훈련의 제공 정도로 구성되었다.

각 문항은 '전혀 그렇지 않다(1점)'에서 '매우 그렇다(5점)'까지 5점 척도로 제시하였고, 점수가 높을수록 교육 훈련 사향이 높음을 의미한다. 척도의 신뢰도 계수인 Cronbach's  $\alpha$ 는 0.905로 매우 높은 신뢰도를 나타냈다.

#### 2.3.3 보상제도 척도

보상제도 척도는 총 4문항으로 구성되어 있다. 즉, 업무실적에 따른 평가제도, 다양한 복지 제도, 승진 기회, 성과급 제도로 구성되었다.

각 문항은 '전혀 그렇지 않다(1점)'에서 '매우 그렇다(5점)'까지 5점 척도로 제시하였고, 점수가 높을수록 보상제도 사향이 높음을 의미한다. 척도의 신뢰도 계수인 Cronbach's  $\alpha$ 는 0.906으로 매우 높은 신뢰도를 나타냈다.

#### 2.3.4 조직 구성원 간의 관계 척도

조직 구성원 간의 관계 척도는 총 12문항으로 구성되어 있다. 즉, 상급자와 인간적 친밀감, 상급자와 같은 직장에서 업무 만족, 상급자에 대한 신의, 내 업무수행에 대한 상급자의 만족, 나에게 대한 상급자의 신뢰, 나의 잠재력에 대한 신뢰, 상급자와의 업무수행 의견일치, 동료와 인간적 친밀감, 동료와 같은 직장에서 업무 만족, 동료에 대한 신의, 나에게 대한 동료의 신뢰, 동료와의 업무수행 의견일치로 구성되었다.

각 문항은 '전혀 그렇지 않다(1점)'에서 '매우 그렇다(5점)'까지 5점 척도로 제시하였고, 점수가 높을수록 조직 구성원 간의 관계가 좋음을 의미한다. 척도의 신뢰도 계수인 Cronbach's  $\alpha$ 는 0.949로 매우 높은 신뢰도를 나타냈다.

#### 2.3.5 일·학업의 균형 척도

일·학업의 균형 척도는 총 3문항으로 구성되어 있다. 즉, 일과 학업에 대한 성취감, 상사·교수가 바라는 역할 수행 능력, 주변인들의 일·학업 능력 인정으로 구성되

었다.

각 문항은 '전혀 그렇지 않다(1점)'에서 '매우 그렇다(5점)'까지 5점 척도로 제시하였고, 점수가 높을수록 일·학업의 균형이 좋음을 의미한다. 척도의 신뢰도 계수인 Cronbach's  $\alpha$ 는 0.913으로 매우 높은 신뢰도를 나타냈다.

### 2.3.6 직무만족 척도

직무 만족 척도는 총 12문항으로 구성되어 있다. 즉, 업무를 통한 성취감, 적성 적합성, 업무 성과 만족도, 업무 발전 가능성, 업무량 정도, 고객 응대 능력, 업무 융통성, 급여 수준 만족, 팀워크 만족, 업무 만족, 근무환경 만족으로 구성되었다.

각 문항은 '전혀 그렇지 않다(1점)'에서 '매우 그렇다(5점)'까지 5점 척도로 제시하였고, 점수가 높을수록 직무 만족이 높음을 의미한다. 척도의 신뢰도 계수인 Cronbach's  $\alpha$ 는 0.916으로 매우 높은 신뢰도를 나타냈다.

### 2.3.7 이직의도 척도

이직 의도 척도는 총 2문항으로 구성되어 있다. 즉, 현재 업무의 중단 의지, 이직 의도로 구성되었다.

각 문항은 '전혀 그렇지 않다(1점)'에서 '매우 그렇다(5점)'까지 5점 척도로 제시하였고, 점수가 높을수록 이직 의도가 높음을 의미한다. 척도의 신뢰도 계수인 Cronbach's  $\alpha$ 는 0.945로 매우 높은 신뢰도를 나타냈다.

## 3. 연구 결과

### 3.1 연구대상자의 일반적 특성

연구 대상자의 일반적 특성을 살펴보면 Table 1에서 보는 바와 같다.

전문대학 피부미용 계약학과 학생 260명(100.0%)으로 성별은 여학생 242명(93.1%), 남학생 18명(6.9%)이었고, 연령은 20~24세 240명(92.3%), 25~29세 20명(7.7%)이었다. 학년은 1학년 162명(62.3%), 2학년 98명(37.7%)이었고, 현 직장 근무연수는 1년 미만 9명(3.5%), 1년 이상~2년 미만 119명(45.8%), 2년 이상~3년 미만 103명(39.6%), 3년 이상~4년 미만 26명(10.0%), 4년 이상 3명(1.2%)이었다. 직종/직위는 스파숍·피부관리실/관리사 124명(47.7%), 병원/관리사 128명(49.2%), 스파

숍·피부관리실/관리직 7명(2.7%), 병원/관리직 1명(0.4%)이었고, 종업원 수는 5인 이상~10인 미만 70명(26.9%), 10인 이상~20인 미만 113명(43.5%), 20인 이상~30인 미만 77명(29.6%)이었다.

Table 1. General characteristics of subjects

(N=260)

		N	%		N	%
Gender	Male	18	6.9	The profession /position	Spa-Esthetic/Esthetician	124 47.7
	Female	242	93.1		Medical/Esthetician	128 49.2
Ages	20 ~ 24y	240	92.3	Number of employees	Spa-Esthetic/Esthetician/Manager	7 2.7
	25 ~ 29y	20	7.7		Medical / Manager	1 .4
Grade	1st	162	62.3	Salary (thousand won)	5≤N≤10	70 26.9
	2nd	98	37.7		11≤N≤20	113 43.5
A working period	6month ~1y	9	3.5	The profession /position	21≤N≤30	77 29.6
	1y ~ 2y	119	45.8		900 ~ 1,200	9 3.5
	2y ~ 3y	103	39.6		1,200 ~ 1,500	119 45.8
	3y ~ 4y	26	10.0		1,500 ~ 1,800	92 35.4
	4y~	3	1.2		1,800 ~ 2,200	33 12.7
						2,200 ~ 2,500
All		260	100	All		260 100

### 3.2 측정도구의 요인 분석

내부마케팅 요소 즉, 임파워먼트, 교육 훈련, 보상제도, 조직구성원 간의 관계, 일·학업의 균형, 직무 만족 척도를 변수를 간소화하고, 이후 회귀분석을 수행하기 위해 요인분석을 하였다.

구체적으로 수집된 자료가 요인분석에 적합한지 확인하기 위하여 Kaiser-Meyer-Olkin(KMO)와 Bartlett의 구형성 검증을 시행하였다. 그리고 요인분석을 위해 주성분으로 직각 회전(varimax)을 사용하였다.

첫째, Table 2에서 임파워먼트 요인분석 결과, KMO 값은 .875로 확인되었으며, Bartlett의 검정  $X^2=1837.324(p<.001)$ 로 본 자료가 요인분석을 시행하기에

적절한 것으로 나타났다.

문항별 공통성이 0.3 미만인 문항은 없었으며 요인별 고유킳(eigen value)이 1.0 이상인 요인은 2개로 확인되었다. 요인적재량은 .783~.944로 나타났다. 전체 설명된 비율은 79.495%였으며 2개의 요인이 도출되었다. 직장 내에서 임파워먼트 1(직무수행의 권한위임)으로 '2-1~2-5' 문항이고, 임파워먼트 2(직무수행의 확신)로 '2-6~2-8' 문항으로 구성되었다.

Table 2. Empowerment factor analysis

Question	Delegation of Performance	Confidence in performance
2-1. I have independence in performance.	.944	
2-2. I have autonomy in deciding how to do my job.	.938	
2-3. I can decide how to work myself.	.916	
2-4. I have a lot of control over what happens at work.	.867	
2-5. I can solve any problems that arise at work.	.783	
2-6. I am confident of my job skills.		.832
2-7. I'm getting better at doing my job.		.825
2-8. My job performance is an important job at work.		.810
Eigen value	4.857	1.502
Variance (cumulative)(%)	60.715	79.495
Kaiser-Meyer-Olkin(KMO)	.875	
Bartlett	1837.324(df=28, p<.001)	

둘째, Table 3에서 보는 바와 같이 교육 훈련 요인분석 결과, KMO 값은 .791로 확인되었으며, Bartlett의 검정  $X^2=1045.493(p<.001)$ 로 본 자료가 요인분석을 시행하기에 적절한 것으로 나타났다. 문항별 공통성이 0.3 미만인 문항은 없었으며 요인별 고유킳(eigen value)이 1.0 이상인 요인은 1개로 확인되었다. 요인적재량은 .750~.912로 나타났다. 전체 설명된 비율은 73.860%였으며 교육훈련의 가치로 1개의 요인이 도출되었다.

셋째, Table 4에서 보는 바와 같이 보상제도 요인 분석 결과, KMO 값은 .715로 확인되었으며, Bartlett의 검정  $X^2=990.336(p<.001)$ 로 본 자료가 요인분석을 시행하기에 적절한 것으로 나타났다. 문항별 공통성이 0.3 미만인 문항은 없었으며 요인별 고유킳(eigen value)이 1.0 이상인 요인은 1개로 확인되었다. 요인적재량은 .820~.927로 나타났다. 전체 설명된 비율은 79.275%였으며 1개의 요인이 도출되었다.

Table 3. Education training factor analysis

Question	Value of Training
3-1. My workplace has a variety of training programs related to the job.	.912
3-2. I think the training program at my workplace is very valuable.	.902
3-3. I helped to understand the client's position after training at work.	.871
3-4. I think the current level of education and training at work is sufficient.	.853
3-5. My workplace encourages me to complete a variety of training.	.750
Eigen value	3.693
Variance (cumulative)(%)	73.860
Kaiser-Meyer-Olkin(KMO)	.791
Bartlett	1045.493(df=10, p<.001)

Table 4. Compensation system factor analysis

Question	Compensation system
4-1. My job is fair and gives me a chance for promotion.	.927
4-2. My workplace has a systematic evaluation of performance.	.910
4-3. My workplace is covered by various incentives.	.901
4-4. My workplace runs various welfare systems.	.820
Eigen value	3.171
Variance (cumulative)(%)	79.275
Kaiser-Meyer-Olkin(KMO)	.715
Bartlett	990.336(df=6, p<.001)

넷째, Table 5에서 보는 바와 같이 조직 구성원 간의 관계 요인분석 결과, KMO 값은 .884로 확인되었으며, Bartlett의 검정  $X^2=5179.025(p<.001)$ 로 본 자료가 요인분석을 시행하기에 적절한 것으로 나타났다.

문항별 공통성이 0.3 미만인 문항은 없었으며 요인별 고유킳(eigen value)이 1.0 이상인 요인은 2개로 확인되었다. 요인적재량은 .830~.937로 나타났다. 전체 설명된 비율은 86.2%였으며 2개의 요인이 도출되었다. 조직구성원 간 관계 1(상급자와의 관계)으로 '5-1~5-7' 문항, 조직구성원 간 관계 2(동료와의 관계)로 '5-8~5-12' 문항으로 구성되었다.

Table 5. Organizational Membership factor analysis

Question	Relationship with senior	Relationship with colleagues
5-1. I like to work at the same job as my superiors.	.914	
5-2. I humanly like my superior.	.914	
5-3. My superior knows my potential.	.876	
5-4. My superior is satisfied with what I have done.	.875	
5-5. I and my superiors agree with each other on the task.	.868	
5-6. My superior trusts me no matter what decision I make.	.862	
5-7. My superior is one of the faithful and reliable.	.830	
5-8. I humanly like my colleagues.		.937
5-9. It is good to work at the same workplace as my colleagues.		.936
5-10. I and my colleagues agree with each other on the job.		.922
5-11. My colleague is one of the trusted and reliable people.		.911
5-12. My colleagues trust me no matter what decision I make.		.906
Eigen value	7.795	2.549
Variance (cumulative)(%)	64.958	86.200
Kaiser-Meyer-Olkin(KMO)	.884	
Bartlett	5179.025(df=66, p<.001)	

다섯째, Table 6에서 보는 바와 같이 일·학업의 균형 요인분석 결과, KMO 값은 .696로 확인되었으며, Bartlett의 검정  $X^2=690.093(p<.001)$ 로 본 자료가 요인 분석을 시행하기에 적절한 것으로 나타났다.

문항별 공통성이 0.3 미만인 문항은 없었으며 요인별 고유티값(eigen value)이 1.0 이상인 요인은 1개로 확인되었다. 요인적재량은 .881~.963으로 나타났다. 전체 설명된 비율은 86.460%였으며 1개의 요인이 도출되었다.

Table 6. Work and Study balance factor analysis

Question	Work and Study Balance
6-1. I am doing well in balance with what my boss and professor expect from me in work and study.	.963
6-2. My colleagues and schoolmates say I am doing my job and school well.	.944
6-3. I feel fulfilled in the process of solving work and study at the same time.	.881
Eigen value	2.594
Variance (cumulative)(%)	86.460
Kaiser-Meyer-Olkin(KMO)	.696
Bartlett	690.093(df=3, p<.001)

여섯째, Table 7에서 보는 바와 같이 직무만족 요인 분석 결과, KMO 값은 .865로 확인되었으며, Bartlett의 검정  $X^2=2601.124(p<.001)$ 로 본 자료가 요인 분석을 시행하기에 적절한 것으로 나타났다.

Table 7. Job satisfaction factor analysis

Question	Job suitability	Satisfied with salary	Job performance
7-1. I feel fulfilled in my work.	.847		
7-2. My job is good teamwork.	.827		
7-3. My job performance is high compared to my peers.	.800		
7-4. My job suggests potential for me for the future.	.725		
7-5. My workplace is the right environment for job performance.	.713		
7-6. My job fits my aptitude.	.692		
7-7. I am flexible in solving problems at work.	.595		
7-8. My salary is good compared to other occupations with the same education and experience as me.		.920	
7-9. I am satisfied with my current salary.		.907	
7-10. I have a lot of work, which interferes with my personal time outside of work.			.816
7-11. I get recognition from the customer.			.706
7-12. I am satisfied with my job performance.			.580
Eigen value	6.485	1.581	1.134
Variance (cumulative)(%)	54.039	67.212	76.660
Kaiser-Meyer-Olkin(KMO)	.865		
Bartlett	2601.124(df=66, p<.001)		

문항별 공통성이 0.3 미만인 문항은 없었으며 요인별 고유티값(eigen value)이 1.0 이상인 요인은 3개로 확인되었다. 요인적재량은 .580~.920으로 나타났다. 전체 설명된 비율은 86.5%였으며 3개의 요인이 도출되었다. 직무 만족 1(직무의 적합성)으로 '7-1~7-7' 문항, 직무 만족 2(보수 만족)로 '7-8~7-9' 문항, 그리고 직무 만족 3(직무 수행 능력)로 '7-10~7-12' 문항이 구성되었다.

### 3.3 내부마케팅이 직무만족에 미치는 영향

내부마케팅이 직무 만족에 미치는 영향을 확인하기 위하여 입력 방법에 의한 다중 회귀분석을 Table 8과 같이 실시하였다.

직무 만족은 3개의 요인으로 분석되어 종속변수를 각 직무 만족 1(직무의 적합성)으로 '7-1~7-7', 직무

만족 2(보수 만족)로 '7-8~7-9', 그리고 직무 만족 3(직무수행 능력)로 '7-10~7-12'로 두어 다중 회귀분석을 실시하였다. 그리고 회귀분석을 실시하기 위하여 종속변수의 자기 상관은 Durbin-Watson 지수를 이용하였고 독립변수 간 다공선성은 VIF지수를 이용하였다.

분석의 결과, Durbin-Watson 지수가 직무의 적합성에서 1.256, 보수 만족에서 1.280, 직무수행능력에서 1.519로 종속변수는 자기상관이 없는 독립적이다. 독립변수 간 VIF지수는 1.667~2.989로 다중공선성이 없는 것으로 나타났다. 회귀모형의 설명력을 Adj R<sup>2</sup>으로 살펴보면 직무의 적합성이 .622로 가장 설명력이 높았고, 그 다음으로 보수 만족(Adj R<sup>2</sup>=.392), 직무수행능력(Adj R<sup>2</sup>=.353) 순으로 높았다. 분석 결과의 설명은 직무의 적합성에 대해서 실시하였다.

Table 8. Multiple regression analysis of the internal marketing and job satisfaction(Stepwise selection method) (N=260)

	Job suitability		Satisfied with salary		Job performance	
	B	$\beta$	B	$\beta$	B	$\beta$
Constant number	.002		-.005		-.004	
Empowerment1 (Delegation of Performance)	.306	.306***	-.223	-.223**	.342	.341***
Empowerment2 (Confidence in performance)	.267	.267***	.402	.402***	.487	.487***
Education training	-.103	-.103**	.204	.204***	.103	.102
Compensation system	.215	.216***	.464	.464	-.233	-.233**
Organizational Membership1 (relationship with senior)	.177	.177***	-.258	-.257**	-.274	-.273**
Organizational Membership1 (relationship with senior)	.177	.177***	-.258	-.257**	-.274	-.273**
Organizational Membership2 (relationship with colleagues)	-.018	-.018	-.028	-.028	-.110	-.109*
Work and Study Balance	.131	.132***	.064	.064	.058	.058
R2	.632		.392		.353	
Adj R2	.622		.375		.335	
F	61.531***		23.132***		19.596***	
VIF	1.667~2.989		1.667~2.989		1.667~2.989	

\*p<.10, \*\*p<.05, \*\*\*p<.01

직무의 적합성을 종속변수로 하는 경우 내부마케팅 요소 중에서 임파워먼트 1(직무수행의 권한위임), 임파워먼트 2(직무수행의 확신), 보상제도, 조직구성원 간 관계 1(상급자와의 관계), 일-학업 균형, 교육 훈련 순으로 영향을 미쳤다.

### 3.4 내부마케팅이 장기근속에 미치는 영향

내부마케팅이 장기근속에 미치는 영향을 확인하기 위하여 입력 방법에 의한 다중회귀분석을 Table 9와 같이 실시하였다. 그리고 회귀분석을 실시하기 위하여 종속변수의 자기상관은 Durbin-Watson 지수를 이용하였고 독립변수 간 다공선성은 VIF지수를 이용하였다.

분석의 결과, Durbin-Watson 지수가 1.700이므로 종속변수는 자기 상관이 없는 독립적이다. 독립변수 간 VIF지수는 1.667~2.989로 다중공선성이 없는 것으로 나타났다.

장기근속에 영향을 미치는 요소는 임파워먼트 2(직무수행의 확신)( $\beta=.499$ ,  $p<.01$ ), 보상제도( $\beta=.322$ ,  $p<.01$ ), 임파워먼트 1(직무수행의 권한위임)( $\beta=.203$ ,  $p<.01$ ) 순으로 나타났다.

Table 9. Multiple regression analysis of the internal marketing and long term work(Input method) (N=260)

Independent variable	B	$\beta$	t	p-value	VIF	R2	Adj R2	F
Constant number	2.228		66.362	.000				
Empowerment2 (Confidence in performance)	.472	.499	10.890	.000	1.667	.684	.675	77.709***
Organizational Membership1 (relationship with senior)	-.017	-.018	-.389	.697	1.787			
Education training	-.031	-.033	-.574	.567	2.594			
Empowerment1 (Delegation of Performance)	.193	.203	3.689	.000	2.411			
Compensation system	.306	.322	5.425	.000	2.798			
Organizational Membership2 (relationship with colleagues)	-.021	-.022	-.484	.629	1.681			
Work and Study Balance	.069	.073	1.184	.238	2.989			

\*p<.10, \*\*p<.05, \*\*\*p<.01



### 3.5 내부마케팅이 이직의도에 미치는 영향

내부마케팅이 이직 의도에 미치는 영향을 확인하기 위하여 입력 방법에 의한 다중 회귀분석을 Table 10과 같이 실시하였다. 그리고 회귀분석을 실시하기 위하여 종속 변수의 자기상관은 Durbin-Watson 지수를 이용하였고 독립변수 간 다공선성은 VIF지수를 이용하였다.

분석의 결과, Durbin-Watson 지수가 1.369이므로 종속변수는 자기 상관이 없는 독립적이다. 독립변수 간 VIF지수는 1.667~2.989로 다중공선성이 없는 것으로 나타났다.

이직 의도에 영향을 미치는 요소는 보상제도( $\beta = -.400, p < .01$ ), 임파워먼트 1(직무수행의 권한위임)( $\beta = -.331, p < .01$ ), 조직구성원 간 관계 1(상급자와의 관계)( $\beta = -.193, p < .01$ ), 임파워먼트 2(직무수행의 확신)( $\beta = -.130, p < .10$ ) 순으로 나타났다.

Table 10. Multiple regression analysis of the internal marketing and turnover intention(Input method) (N=260)

Independent variable	B	$\beta$	t	p-value	VIF	R2	Adj R2	F
Constant number	.002		.042	.967				
Empowerment1 (Delegation of Performance)	-.331	-.331	-6.330	.000	1.667	.588	.577	51.233***
Organizational Membership1 (relationship with senior)	-.193	-.193	-3.567	.000	1.787			
Education training	.007	.007	.113	.910	2.594			
Work and Study Balance	.021	.021	.339	.735	2.411			
Empowerment2 (Confidence in performance)	-.130	-.130	-1.919	.056	2.798			
Organizational Membership2 (relationship with colleagues)	.075	.075	1.428	.154	1.681			
Compensation system	-.401	-.400	-5.713	.000	2.989			

\*p<.10, \*\*p<.05, \*\*\*p<.01

## 4. 논의 및 결론

### 4.1 논의

본 연구결과를 바탕으로 다음과 같은 논의를 하고자 한다.

첫째, 내부마케팅은 직무 만족에 영향을 주었고, 내부마케팅 중 가장 높게 영향을 미치는 요소는 임파워먼트였다.

본 연구에서 임파워먼트는 직무수행의 권한위임과 직무수행에 대한 확신으로 나누어 조사하였는데 이 중 자신에게 주어진 직무수행에 대한 권한위임이 높을수록 직무 만족이 높았다.

이는 선행연구[8]의 직무수행의 권한위임은 나의 직무를 수행하는 데 있어서 독립성이 있어 스스로 일하는 방식을 결정할 수 있고, 직장에서 일어나는 일에 대해 통제할 수 있어 업무 중 발생하는 어떤 문제라도 해결할 수 있다는 점에서 부분 일치한다.

상사의 지시 없이 스스로 일하는 방식을 결정할 수 있고, 직장에서 일어나는 일에 대해 중요한 영향력을 갖고 있다는 생각은 나의 직무수행에 매우 높은 만족을 줄 수 있다. 직장 내에서 주어진 역량이 높아질수록 자부심이 높아지며, 직무를 수행하는 자신의 능력을 믿게 되고 이는 직무에 관한 의사결정에 영향을 끼친다는 연구결과[9]와도 부분 일치한다.

계약학과 학생들은 고등학교 졸업 후 바로 입사하여 자신의 역량과 상관없이 직장 내 포지션을 얻는 상황이다. 실제적으로 직무수행에 대한 권한위임을 받기엔 업무 능력상 불가하다.

입사 후 업무를 수행하면서 개인적 업무능력의 향상에도 불구하고 계약 기간 동안 정해진 포지션에서 획일적인 업무수행만 허용되어 있다. 그로 인해 계약학과 학생들이 업무에서 느끼는 자부심이 낮고 직무수행 만족감도 갖기 어렵다.

계약학과 학생들이 인턴십 기간 충분한 실무훈련을 통해 적합한 포지션을 찾고, 직무수행의 권한 위임을 받음으로써 업무에 대한 자부심이 높아질 수 있을 것이라 생각한다.

둘째, 내부마케팅은 장기근속에 영향을 미쳤다. 내부마케팅 요소 중 임파워먼트는 직무수행의 권한위임과 직무수행에 대한 확신으로 나누어 조사하였다. 이 중 자신의 직무수행에 대한 확신이 높을수록 장기근속의 의지가 가장 높았다.

자신의 직무수행에 대한 확신은 직무에 대한 긍정심리의 의미를 담고 있다. 직무수행의 확신에서 오는 긍정심리는 이직 의도에 영향을 주었으며 결국 직무 만족과 장기근속에 효과가 있다는 연구결과[10]와 부분 일치하였다.

피부비용 계약학과 학생은 실무경험이 부족한 상태로

고등학교를 졸업하고 곧바로 입사한 상태이며, 일과 학업을 병행하면서 계약 기간을 유지해야하므로 소극적인 자세로 직무에 임하는 경우가 대부분이다.

계약학과 학생은 계약 기간이 끝난 후 미래의 직업에 대해 정확한 확신을 세우지 못하고 있다는 점에서 현재 맡은 업무에 대한 확신은 매우 중요하다. 그러나 고등학교 때 배운 기초 실무교육을 기반으로 처음부터 자신의 포지션을 찾기 어려운 상황으로 업무에 대한 확신을 가질 수 없을 것이다.

자신만의 포지션을 찾고 업무에 대한 확신을 가질 수 있다면 미래의 직업으로 설계하고 장기근속까지 연계할 수 있을 것이라 생각한다.

셋째, 내부마케팅은 이직 의도에 영향을 주었고, 내부마케팅 중 보상제도가 이직 의도에 가장 큰 영향을 주었다. 보상제도 중 임금은 특히 직무 불만을 나타내는 대표적 요소로 이직 결정에 가장 중요한 기준이 되며, 이직이나 잔류의도에 직접적인 영향을 미쳤다는 연구결과 [11,12]와 부분 일치하였다.

이직 의도에 미치는 요인을 개인적인 요인, 환경적 요인으로 구분하며, 환경적 요인은 내부마케팅의 요소 중 보상제도가 포함되는 요인이다.

보상제도는 계약학과 학생들이 일과 학업을 병행하는 학생이므로 물질적 보상에 대한 만족도가 더 절실할 수 있음을 고려해야 한다.

계약학과 학생들은 채용조건에서 등록금의 일부를 업체에서 지원받는 조건이며, 계약 기간 동안 임금동결과 업무성과에 대한 성과급 및 승진체계에서 제외되는 경우가 대부분이다. 이러한 체계는 계약학과 학생들에게 3년이라는 계약 기간 동안 업무성취감이 상실되고 계약 기간 종료 후 희망적이지 못한 느낌으로 이직률의 발생을 가져올 수 있다.

피부미용 계약학과 학생들은 업무에 대한 역량이 고객을 통한 서비스 만족으로 바로 연계된다. 따라서 직무수행의 권한위임이 중요하고 그만큼 직무만족도가 크게 느껴질 것이다. 자신의 역량이 충분히 발휘되더라도 그에 따른 보상체계가 이루어지지 않는 계약조건은 학생들이 업무성취감을 느끼기 어렵고 따라서 직무만족도가 높을 수 없는 상황이다.

피부미용 계약학과 학생들이 업무를 수행하는 과정에서 업무에 대한 자신감과 확신은 직무 만족에서 나올 수 있다. 그로 인해 계약 기간이 종료된 후 장기근속까지 유도할 수 있을 것이다.

## 4.2 결론

본 연구의 결과와 논의를 통해 얻은 결론은 다음과 같다.

첫째, 내부마케팅은 직무 만족에 영향을 주었고, 내부마케팅 중 가장 높게 영향을 미치는 요소는 임파워먼트였으며, 그중 직무수행의 권한위임이었다.

계약학과 학생들의 자존감은 피부미용전공 대학 졸업생들보다 자존감이 낮은 편이므로 직무수행에 있어서 자신의 업무에 대해 자신감과 자부심을 느끼게 하는 것이 중요하겠다.

피부미용은 업무의 특성상 기술 습득이 대부분이므로 인턴십 기간 충분한 실무훈련을 통해 본인에게 적합한 포지션을 찾게 하고 직무 수행의 권한을 부분 위임함으로써 피부미용전문가로서 역량을 높여준다.

직무수행에 상사의 지시 없이 스스로 결정하여 문제를 해결하는 방법과 일하는 방식을 결정하는 방법을 직접 습득할 수 있도록 1일 결정권자라는 리더 역할의 기회를 준다.

인턴십 기간 후 조퇴시간 계약학과 학생이 예약된 고객관리차트를 살피고 당일 고객에게 가장 적합한 피부관리방법을 제안하도록 한다. 제안한 관리방법에 이상이 없을 시 해당 고객을 직접 관리할 수 있게 한다.

직무수행의 권한위임을 현장 특성에 맞게 주 1~2회로 정하고 이를 고정적으로 시행하면서 점차 잠재역량을 끌어내어 직무에 대한 자신감과 확신을 느끼게 한다. 이를 계약 기간 지속적으로 시행한다면 직무의 권한위임으로 인식되어 계약 기간 종료 후 장기근속에도 긍정적인 영향을 미칠 수 있을 것이라 기대한다.

둘째, 내부마케팅은 장기근속에 영향을 미쳤다. 내부마케팅 요소인 임파워먼트 중 직무수행에 대한 확신이 높을수록 장기근속의 의지가 가장 높았다.

직무수행에 대한 확신은 자신의 포지션에 주어진 업무를 처리해가는 과정이 점점 더 능숙해지면서 고객이 만족하는 서비스와 연계되어 업무성과로 이어진다. 성과에 맞는 보상적 지원 즉, 인센티브나 승진에 대한 기회가 주어짐으로써 현재 내가 맡은 직무를 매우 중요하다고 생각할 수 있다.

계약학과 학생이 소속된 산업체가 본사의 체계적인 운영으로 이루어져 있고, 업무수행의 추가 기술적인 특성임을 고려하여 본사에서 각 지점의 계약학과 학생들에게 기술향상을 위한 기술교육을 월 1회 정기적으로 시행한다. 기술교육 후 현장 팀원들에게 피드백을 받은 후 조인

과 격려를 통해 기술 직무에 대한 자신감과 확신을 가지 고 수행할 수 있도록 한다.

자신의 업무내용에 대한 확신은 자신의 미래를 설계할 수 있는 직업에 대한 확신으로 이어지고 장기근속의 가장 기본적인면서 필수적인 조건이 될 수 있을 것으로 사료된다.

셋째, 내부마케팅은 이직 의도에 영향을 주었고, 내부마케팅 중 보상제도가 이직 의도에 가장 큰 영향을 주었다.

현재 계약학과 학생들은 최저임금제를 적용할 뿐 정규직에게 적용되는 성과급(인센티브), 상여금, 승진 등의 보상체계를 시행하지 않고 있다.

계약 기간 성과급(인센티브), 승진 등의 보상체계를 동결시키지 않고 능력에 따라 성과급(인센티브) 및 상여금을 정규직의 몇 % 상한기준을 정해 적용시킨다. 능력에 따른 보상제도는 능력 우수자가 되고 싶다는 업무 향상의 동기 부여를 고취하는 계기가 될 것이다.

그리고 현장 직위 서열로 대부분 가장 막내 역할인 계약학과 학생들에게 근로시간 외의 보상 없는 근로시간 연장을 근절한다. 이는 계약학과 학생의 중도하차 감소는 물론 계약 기간 종료 후 이직률 발생 또한 줄어 들 것으로 기대한다.

지금까지 연구문제로 다룬 직무 만족과 이직의도, 장기근속은 서로 유기적 관계를 보였다. 내부마케팅의 요소로 직무의 권한위임과 보상제도는 직무 만족과 장기근속의 공통 요소로 상호연관성을 보여주었다. 직무수행의 확신은 직무만족으로 이어졌고, 미래 직업에 대한 믿음으로 이직의도를 줄이고 장기근속까지 이어질 수 있다.

현재 전반적인 피부미용산업의 시장 활성화에는 심각한 경쟁 구도로 어려움이 많다. 더불어 높은 이직률과 직원 채용의 어려움은 시장 활성화를 저해하는 결과를 가중화시키고 있다.

해마다 많은 피부미용 관련 교육기관에서 전문 인력을 지속적으로 배출하고 있지만 인력 부족은 늘 피부미용산업의 시장 활성화를 저해하고 있다.

본 연구는 피부미용 계약학과 학생들을 대상으로 내부마케팅 요인이 직무 만족, 이직률, 장기근속에 미치는 영향을 알아보고, 피부미용 산업 내에서 이직률 감소 및 장기근속을 위한 전략적 활용 방안을 찾아보고자 하였다.

현재 많은 피부미용 산업체에서 계약학과 학생을 인력 충원 하고 있는 상황임에도 피부미용 계약학과에 관한 선행연구가 많이 이루어지지 않았다. 따라서 연구의 객관적 근거자료 활용에 어려움이 있었다.

향후 피부미용 계약학과 학생들에 대한 다양한 연구가 필요한 실정이며, 본 연구는 피부미용 계약학과 학생들의 현실적인 문제를 파악하고, 장기근속 유도를 위한 기초자료로 활용될 수 있기를 기대한다.

## References

- [1] S. Y. Choi, *A Study on the Relationship Between Human Resource Development and Job Satisfaction in Social Welfare Organization*, Master's thesis, E-Wha Woman's University of Social Welfare, Seoul, Korea, pp.20-22, 2003.
- [2] D. S. Lim, Regulations for Establishment and Operation of Contract Department, Ministry of Education, Korea, Available From: <https://www.moe.go.kr/boardCnts/fileDown.do?m=0404&s=moe&fileSeq=edfcbd346506807a8fa24dd276be01af>(accessed Mar. 09, 2018)
- [3] H. S. Nam, Awareness Level in High School Students on Beauty Contract Department and System : Focusing on Vocational High School Students, *The Korean Society of Cosmetology*, Vol.23, No.1, pp. 211-222, 2017.
- [4] Y. S. Na, *A Study on Factors Affecting the Long-Term Employment of Foreign Professionals at Corporations in Korea*, Ph.D. Dissertation, Soong-Sil University of Business, Seoul, Korea, pp.29, 2014.
- [5] M. S. Yoon, H. J. Lee, Moderating Effects of Organizational Support between the Anger and Turnover Intention among Employees, *Korean Academy of Human Resource Management*, Vol.22, No.1, pp.249-265, 2015.
- [6] Y. H. Kim, Evaluation of Customer-Orientedness of Public Service Charter program in Local Government. *Korean policy sciences review*, Vol.9, No.4, pp. 361-384, 2005.
- [7] H. O. Chae, *The Effects of internal marketing, job satisfaction and organizational commitment of beauty salon employees on customer orientation*, Ph.D. Dissertation, Gwang-Ju Woman's University of Beauty Science, Seoul, Korea, pp.63-66, 2014.
- [8] H. S. Kim, *The effects of empowerment on job satisfaction and organizational commitment in skin care service employees*, Ph.D. Dissertation, Dong-Shin University of Beauty Science, Seoul, Korea, pp.25-27, 2016.
- [9] O. H. Lee, *The Influence that The empowerment of Staffs in Beauty Service Industry has an effect on Work Satisfaction and the Quality of Service*, Ph.D. Dissertation, Seokyeong University of Beauty Art, Seoul, Korea, pp.14-15, 2012.
- [10] K. H. Cha, *A Study on Mediation Effect of Long-term*

*Empolyment in Positive Psychology, Job Satisfaction and Management Performance of Beauty Workers*, Ph.D. Dissertation, Seokyeong University of Beauty Art, Seoul, Korea, pp.11-21, 2018.

- [11] S. H. Choi, *Studies on job stress, satisfaction and change intention of female beauty professionals of twenties*, Ph.D. Dissertation, Seokyeong University of Beauty Art, Seoul, Korea, pp.47-49, 2017.
- [12] S. J. Kim, *The Influence of the Internal Marketing upon Job Satisfaction and Turnover Intention in the Students for the Beauty-related Contract-based Department*, Ph.D. Dissertation, Dong-Yang University of Business, Seoul, Korea, pp.7, 2017.

---

김 윤 정(Yun-Jung Kim)

[정회원]



- 2003년 2월 : 중앙대학교 의약식품 대학원 의약식품학과 (향장학석사)
- 2013년 2월 : 전남대학교 응용생물공학부 농화학과 (농화학박사)
- 2008년 3월 ~ 현재 : 명지전문대학 뷰티매니지먼트과 교수

<관심분야>

직업교육프로그램

---

홍 미 숙(Mi-Sook Hong)

[정회원]



- 2011년 8월 : 중앙대학교 의약식품 대학원 의약식품학과 (향장학석사)
- 2016년 11월 ~ 2017년11월 : (주)클라우드그라운드 교육사업부 부장
- 2012년 7월 ~ 현재 : 명지전문대학 뷰티매니지먼트과 교수
- 2016년 3월 ~ 현재 : (주)뷰티르샤 피부학과 교육 자문위원

<관심분야>

직업교육프로그램