

## 뷰티산업에서 프랜차이즈의 내부마케팅이 직무만족에 미치는 영향

김현주<sup>1</sup>, 신동화<sup>2\*</sup>

<sup>1</sup>서경대학교 뷰티테라피&메이크업학과 겸임교수, <sup>2</sup>오산대학교 뷰티&코스메틱계열 교수

### The Influence of Pre-Chase's Internal Marketing on Job Satisfaction in the Beauty Industry

Hyun-Joo Kim<sup>1</sup>, Dong-Hwa Shin<sup>2\*</sup>

<sup>1</sup>Adjunct Professor, Dept. of Beauty Terrapy & Make-up, Sogang University

<sup>2</sup>Professor, Dept. of Beauty & Cosmetics, Osan University

**요약** 뷰티산업은 고객을 대면하면서 서비스를 제공하여야 하는 특성상 종업원들의 감정적 스트레스가 높은 직업 중 하나이다. 따라서 뷰티산업 종업원들을 내부고객으로 인지하고, 적절한 내부마케팅(교육훈련, 보상시스템, 권한 위임, 경영층지원)을 통하여 직무에 대한 만족을 높여준다면, 종업원들이 외부고객에게도 다양하고 만족스러운 서비스를 제공함으로써 매출액이 극대화되고, 이직률이 낮아진다는 명제를 기초 자료로 활용하고자 4가지 가설을 수립하고, 뷰티산업 피부미용 프랜차이즈 종사자들을 대상으로 2018년 11월 1일부터 12월 30일 동안 설문지 320부를 회수하여 AMOS 21.0, SPSS 22.0 프로그램을 이용하여 빈도분석, 신뢰도 분석, 확인적 요인분석, 상관분석, 경로분석 등으로 처리하였다. 그 결과 교육훈련은 직무만족에 영향을 미치지 않는 것으로 나타났으나, 보상시스템, 권한위임, 경영층지원은 정(+)의 영향을 미치는 것으로 나타났다. 따라서 뷰티산업도 내부마케팅을 강화하여 종업원들의 정신적 스트레스와 직무에 대한 만족도를 높여야 한다고 사료된다.

**주제어** : 뷰티산업, 프랜차이즈, 내부마케팅, 직무만족, 서비스

**Abstract** Working in the beauty industry accompanies high emotional stress because of the need to provide face-to-face customer service. Therefore, beauty industry employees should be recognized as internal customers and job satisfaction should be enhanced through appropriate internal marketing (education and training, compensation system, delegation, management support). With this preceded, it could lead to employees providing various satisfactory services to external customers, ultimately resulting in maximized sales and lower turnover rate. Four hypotheses were established to support this proposition, and 320 copies of questionnaires were collected from Nov. 1 to Dec. 30, 2018 targeting the beauty industry franchise workers which were analyzed through frequency analysis, reliability analysis, confirmatory factor analysis, correlation analysis, route Analysis and the like, using programs AMOS 21.0 and SPSS 22.0. As a result, education and training did not affect employees' job satisfaction, but the compensation system, delegation, and management support had a positive(+) effect.

**Key Words** : Beauty industry, Franchise, Internal marketing, Job satisfaction, Service

\*Corresponding Author : Dong-Hwa Shin(3527shin@hanmail.net)

Received November 8, 2019

Revised December 6, 2019

Accepted December 20, 2019

Published December 28, 2019

## 1. 서론

한국보건산업진흥원에 의하면 뷰티산업이란 인체를 아름답고 건강하게 만들기 위해 제공되는 서비스와 뷰티산업을 위해 필요한 화장품, 미용기기, 미용용품 등을 생산, 제조, 개발하는 뷰티제조 산업으로 나뉜다[1]. 최근 뷰티산업은 헤어미용뿐만 아니라 피부, 네일 메이크업 등으로 세분화 되면서 급속한 다변화를 이루고 있다. 따라서 뷰티 기업들이 대형화되고 관련 프랜차이즈 업체들이 확대 되면서 점포수에 비해 높은 시장 점유율을 보이고 있다[2]. 이는 중소 규모의 뷰티기업도 조직화 될 수 있으며 각종 시스템과 기술, 교육, 고객관리를 체계화, 고급화, 전문화함으로 기술 위주에서 미용경영 시대로 발전하고 있음을 말한다[3]. 이러한 뷰티산업은 경영을 기본으로 직원교육과 서비스, 시설, 인테리어까지 체계적으로 구축해 나아가며[4] 고객을 만족시키는 산업으로 종업원들의 역할이 중요한 시기이다. 그러나 고객을 만족시키는 서비스를 완성하는데 걸림돌은 뷰티분야 종사자들의 높은 이직률이다[5].

뷰티산업은 고객을 대면하면서 서비스를 제공해야 하는 특성상 종업원의 감정을 조절해야 하는 감정노동자로서 잦은 이직으로 인하여 하락되는 서비스 품질은 뷰티산업의 성장에도 큰 영향을 미치고 있다. 따라서 업체는 종업원들을 내부 고객으로 인지하고 직원에게 초점을 맞춰 그들의 욕구를 충족시키는 직원만족을 위한 내부마케팅이 중요시 되어야 한다[6].

본 연구는 뷰티산업에서 프랜차이즈의 내부마케팅이 직무만족에 미치는 영향을 분석하여 프랜차이즈 내부마케팅의 기초자료를 제공하고, 종업원들의 직무만족 프로그램을 발전시키기 위한 기초자료로 제공할 수 있도록 제안하고자 한다.

## 2. 이론적 배경

### 2.1. 뷰티산업의 현황

현대사회의 발전은 여성들의 사회적 진출을 증가시켰고, 정보화, 세계화, 및 소셜 미디어의 발달로 남녀노소의 아름다움에 대한 욕구가 다양화 되었다. 따라서 뷰티산업 또한 급속히 발전하고 뷰티산업 종사자의 인재 개발과 구인, 구직에 큰 변화를 가져오고 있다[7].

현재 뷰티산업은 헤어, 피부, 네일, 메이크업 분야인 뷰티서비스산업과 화장품 관련 제조 유통산업, 뷰티기

기산업, 등으로 나눌 수 있다.

뷰티산업은 아름다움과 타인과의 정서적 소통에 대한 욕구를 충족시키기 위한 유무형의 상품을 판매하는 산업이다[8].

최근 힐링, 웰빙, 감성소비 등 새로운 키워드로 급성장 하는 신 성장 사업으로 의료 또는 관광 등과 융합하면 경제적인 효과를 기대할 수 있고, 해외시장에서도 발전가능성이 있는 산업이다.

보건복지부에서 2017년 발표한 화장품 시장규모에 의하면 2013년에 104억불이었는데 2015년에는 116억불, 2016년에는 120억불로 지속적으로 발전하였다. 또한 2017년 전 세계 뷰티&퍼스널케어 시장 규모는 2012년부터 2017년까지 연평균 1.5%의 성장률을 보였다. 한국 시장은 전년대비 0.9% 성장으로 미국, 중국, 일본 등과 함께 꾸준히 발전하고 있으며, 앞으로도 지속적인 발전을 보여줄 것이다[9]. 이러한 발전에는 전세계적인 K팝 열풍도 뷰티산업의 발전을 가속화 시키고 있다고 사료된다.

### 2.2. 뷰티산업의 프랜차이즈

소비자들의 소득수준 향상에 따른 소비 트렌드가 형성되고 기업들은 이러한 트렌드에 맞춰 대형화 체계화를 바탕으로 미용 프랜차이즈가 급격히 성장하였다[10].

프랜차이즈는 가맹본부와 가맹점의 계약이 체결되면 가맹본부가 정하는 모든 운영방법을 지원받아 사업경험이 없더라도 성공적인 사업을 할 수 있는 안정적인 창업방법이다[11].

우리나라의 프랜차이즈 업종 구분은 외식, 서비스, 도소매로 분류하며, 뷰티산업은 서비스 업종인 미용 분야로 1993년 프랑스의 자끄테상주 미용실이 최초의 프랜차이즈이다[3].

2011년 공정거래위원회에서 발표한 내용에 의하면 뷰티와 관련된 119,139개의 사업체 중 2,154개가 프랜차이즈 업체이고, 이중 헤어는 전체 99,706개 중 1,301개 이며, 피부는 전체 14,232개 중 690개, 기타 5,201개 중 163개의 업체가 프랜차이즈로 발표되었다. 이는 뷰티산업이 꾸준히 발전하고 있으며, 이에 따른 프랜차이즈도 꾸준히 성장하는 추세라 할 수 있다.

### 2.3. 내부마케팅

1970년대 처음 등장한 내부마케팅은 고객을 대면하

면서 서비스를 제공하는 종업원들의 역할이 중요시되기 때문에 내부고객인 종업원들에게 양질의 서비스를 제공하여 직업적 만족도를 높여 줌으로서 외부고객에게 최상의 서비스를 제공할 수 있다. 따라서 종업원들을 위한 내부마케팅은 경영을 성공적으로 이끌어 가기 위한 전략으로 중요한 부분이다[12].

Kwon은 내부마케팅의 목표를 종업원들의 고객지향적 사고를 고취시켜 외부고객에게 만족스러운 서비스를 제공함으로써 이윤획득과 조직의 성과향상을 높일 수 있다고 하였다[13].

Choi의 연구에서는 뷰티산업 종업원들의 조직소속감과 직무만족을 상승시켜 고객지향적 사고를 확립하면 업무성과도 높아지고 나아가 이직률도 낮출 수 있다고 하였다[14].

위 연구들을 바탕으로 내부마케팅은 교육훈련, 보상시스템, 권한위임, 경영충지원 등으로 구성되며 이러한 요인들이 종업원들에게 제공될 때 직업적 만족도는 높아질 것이며 따라서 외부고객에 대한 우수한 서비스가 제공되고 이는 성공적으로 경영을 이끌 것이라 사료된다.

#### 2.4. 직무만족

충분하다는 뜻과 충족한 결과를 의미하는 직무만족은 종업원들이 본인의 직무에 대해서 가지고 있는 감정적 반응과 태도를 의미한다[15].

1950년대부터 조직의 운영 성과를 평가하는데 중요한 지표인 직무만족은[16] 개인의 태도, 신념, 가치, 요구 등 직무에 갖는 긍정적 정서 상태이고, 이에 영향을 주는 요인은 임금, 승진, 동료, 복리후생, 작업조건 등이다[17].

Kim의 연구에 의하면 종업원의 신념, 욕구, 태도 등 직무와 관련하여 갖는 감정태도라 하였고, Lee는 종업원들이 조직 내에서 느끼는 긍정적 상태, Kim은 전체적 직무를 수행함에 있어 느끼는 감정 상태라고 정의하였다[18-20].

위의 연구를 종합하면 기업과 종업원 모두 목표실현과 성공을 위해 직무만족은 꼭 필요한 부분이다[21].

따라서 기술과 전문성을 겸비해야 하는 뷰티산업 종업원들은 회사의 정책, 임금, 보상, 성취감, 자아실현 등을 직무만족 구성요인으로 인지하였다[7].

### 3. 연구방법

#### 3.1. 자료수집 및 연구방법

본 연구의 설문 구성은 내부마케팅의 교육훈련, 경영자지원, 권한위임, 보상시스템이 직무성과, 직무만족, 직무몰입, 감성지능에 대한 선행논문을 바탕으로 설문지법을 활용하여 조사하였다[7].

설문지는 내부마케팅의 교육훈련 5문항, 보상시스템 5문항, 권한위임 5문항, 경영충지원 5문항과 직무만족 6문항과 인구통계학적 특성 10문항 등 총36개의 측정문항으로 구성되었으며, 뷰티산업 피부미용 프랜차이즈 종사자들을 대상으로 2018년 11월 1일부터 12월 30일 동안 설문지 500부를 배포하여 413부가 회수되었고, 불성실한 응답자를 제외한 320부를 이용하였다. 수집된 자료는 AMOS 21.0, SPSS 22.0프로그램을 이용하여 빈도분석, 신뢰도 분석, 확인적 요인분석, 상관분석, 경로분석 등으로 처리하였다.

#### 3.2. 연구의 가설 및 모형

본 연구는 내부마케팅인 교육훈련, 보상시스템, 권한위임, 경영충지원이 직무만족에 미치는 영향에 대해서 가설을 설정하였다.

- 가설 1. 교육훈련은 직무만족에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.
- 가설 2. 보상시스템은 직무만족에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.
- 가설 3. 권한위임은 직무만족에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.
- 가설 4. 경영충지원은 직무만족에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

본 연구의 가설검증 모형도는 Fig. 1과 같다.

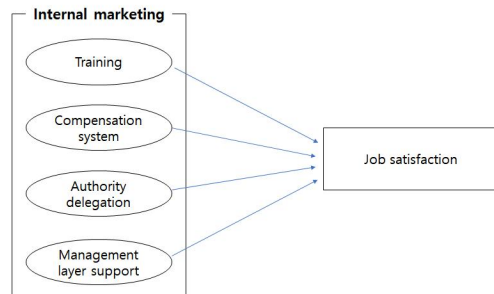


Fig. 1. Research model diagram

#### 4. 실증분석

##### 4.1. 인구통계학적 특성

인구통계학적 특성에 대한 응답자들의 내용은 Table 1과 같다. 연령은 20대가 300명으로 93.8%, 30대가 13명으로 4.0%, 40대는 7명으로 2.2%로 나타났으며, 총 경력은 1년 미만은 80명으로 25.0%, 1~3년 미만은 164명으로 51.3%, 3~5년 미만은 53명으로 16.6%, 5년 이상은 23명으로 7.1%로 조사되었다. 월급은 100~200만원 미만은 241명으로 75.3%, 200~300만원 미만은 65명으로 20.3%, 300만원 이상은 14명으로 4.4%로 조사되었다. 샵 형태는 프랜차이즈가

320명으로 100%로 나타났으며, 직급은 실장이 87명으로 27.2%, 팀장은 65명으로 20.3%, 관리사는 168명으로 52.5%로 인구통계학적 결과는 Table 1과 같다.

##### 4.2. 측정도구의 신뢰성 검증

신뢰성 검증을 위해 Cronbach's  $\alpha$  계수를 이용하여 내적 일관성을 파악 하였다. 측정도구에 대한 신뢰성을 판단하는 Cronbach's  $\alpha$  계수가 일반적으로 0.6 이상이며 신뢰도가 충분하다고 간주하고 있다[22]. 분석결과 Cronbach's  $\alpha$  값이 0.928에서 0.945로 0.6 이상으로 신뢰성검증 결과는 Table 2와 같다.

Table 1. Demographic characteristics

	Sortation	Frequency (order)	Percentage (%)
Age	20 yrstd old	300	93.8
	30 years old	13	4.0
	40 years old	7	2.2
Total career	Less than a year	80	25.0
	Less than 1 tn 3 years	164	51.3
	Less than 3 tn 5 years	53	16.6
	More the five years	23	7.1
Monthly salary	1-2 million won	241	75.3
	200-300 million won	65	20.3
	more than 3 million won	14	4.4
Shop form	Franchise	320	100.0
position	Manager	87	27.2
	Team leader	65	20.3
	Management company	168	52.5
	Total	320	100

Table 2. Reliability verification results

Organization concept	Number of questions	Cronbach's $\alpha$
Internal marketing	education and training	0.938
	compensation system	0.928
	delegation	0.936
	management support	0.945
Job satisfaction	6	0.930

##### 4.3. 측정도구의 타당성 검증

본 연구는 연구모형의 구성개념별로 확인적 요인분석을 하였다. 확인적 요인분석이란 가설이 설정되면 자료에서 나타나는 관계를 설명하고 표현하는 기법으로 연구자의 지식과 이론을 바탕으로 한 결과로 가설형식을 모형화하여 원소의 값을 제약하는 것이다[23].

각 개별적 구성개념별로 활용한 설문항목을 확인적 요인분석한 결과 각 요인들의 적합도가 만족할 수준이었으나, 전체적 모형의 적합도를 높이기 위한 수정지수(modification indices)를 참고하여 교육훈련 2번, 보상시스템 1번, 직무만족 5, 6번을 제거하여 최적상태로 구성하였다. 이와 같이 요인분석을 통한 타당성 분석 검증 결과는 다음의 Table 3과 같다.

Table 3. Factor load as a result of verification factor analysis

Organization concept	Category	Factor load	Standardized estimates	Standard deviation	t
education and training	education and training 1	1.000	0.803	-	-
	education and training 3	1.000	0.839	0.058	17.142***
	education and training 4	1.132	0.913	0.059	19.149***
	education and training 5	1.038	0.876	0.057	18.199***
compensation system	compensation system 2	1.000	0.861	-	-
	compensation system 3	0.965	0.868	0.050	19.49***
	compensation system 4	0.978	0.832	0.053	18.283***
	compensation system 5	0.932	0.808	0.053	17.50***
delegation	delegation 1	1.000	0.868	-	-
	delegation 2	1.020	0.896	0.046	22.32***
	delegation 3	0.970	0.827	0.051	19.183***
	delegation 4	1.036	0.869	0.049	21.031***
	delegation 4	0.998	0.861	0.048	20.669***
management support	management support 1	1.000	0.902	-	-
	management support 2	0.975	0.892	0.040	24.419***
	management support 3	0.976	0.889	0.040	24.218***
	management support 4	0.990	0.885	0.041	23.971***
	management support 5	0.988	0.836	0.047	21.103***
Job satisfaction	Job satisfaction 1	1.000	0.824	-	-
	Job satisfaction 2	1.086	0.849	0.061	17.847***
	Job satisfaction 3	1.036	0.903	0.054	19.252***
	Job satisfaction 4	0.839	0.776	0.053	15.705***

\* p(0.05, \*\* p(0.01, \*\*\* p(0.001

#### 4.4. 상관관계분석

두 구성개념의 AVE값과 상관계수 제곱을 비교하여 AVE값이 상관계수 제곱보다 큰 가를 알아보는 방법이다. 이때 AVE값은 표준화된 요인부하량을 제공한 값의

평균을 의미하는데 그 값이 0.5 이상이면 집중타당성을 갖는다[24]. 본 연구는 AVE값이 상관계수의 제곱값보다 크기 때문에 판별타당도를 입증할 수 있으며, 상관관계 분석결과는 Table 4와 같다.

Table 4. Correlation between factors

	education and training	compensation system	delegation	management support	Job satisfaction
education and training	0.736				
compensation system	0.764** (0.58)	0.662			
delegation	0.525** (0.27)	0.753** (0.56)	0.711		
management support	0.583** (0.33)	0.732** (0.53)	0.771** (0.59)	0.754	
Job satisfaction	0.618** (0.38)	0.807** (0.65)	0.731** (0.53)	0.716** (0.51)	0.678

( ) 안은 상관계수의 제곱값, 대각선은 평균분산추출 값(AVE)

\*\* : 상관계수는 0.01 수준(양쪽)에서 유의함.

\*\*\* : 상관계수는 0.001 수준(양쪽)에서 유의함.

#### 4.5. 가설검증

본 연구는 뷰티산업에서 프랜차이즈의 내부마케팅이 직무만족에 미치는 영향을 확인한 결과이다.

보상시스템, 권한위임, 경영충지원은 높아질수록 직무만족도 또한 높아지는 것으로 나타났으나, 교육훈련

은 직무만족에 영향을 미치지 않는 것으로 나타났다.

가설 1은 교육훈련은 직무만족에 정(+)의 영향을 미칠 것이라는 가설은 기각되었다(Estimate=0.023, C.R.=0.317, p=0.751).

가설 2는 보상시스템은 직무만족에 정(+)의 영향을

미칠 것이라는 가설은 채택되었다(Estimate=0.513, C.R.=5.282, p=0.001).

가설 3은 권한위임은 직무만족에 정(+)의 영향을 미칠 것이라는 가설은 채택되었다(Estimate=0.200, C.R.=2.697, p=0.007).

가설 4는 경영충지원이 직무만족에 정(+)의 영향을 미칠 것이라는 가설은 채택되었다(Estimate=0.167, C.R.=2.389, p=0.017). 또한 직무만족에 영향을 주는 요인으로는 보상시스템, 권한위임, 경영충지원, 순으로

나타났으며, 가설검증결과는 Table 5와 같다.

Chae의 연구에서도 보상시스템, 권한위임, 경영충지원은 직무만족에 정(+)의 영향을 미친다고 하였고[25], Lee와 Kim도 내부마케팅이 직무만족에 정(+)의 영향을 미친다고 하여 본 연구와 일치하는 결과를 얻었다[26,27]. 따라서 내부마케팅은 종업원들의 직무를 만족시키며 나아가 외부고객에 대한 우수한 서비스를 제공하게 되므로 충성고객을 확보하는데 중요한 요소라 할 수 있다.

Table 5. Hypothesis Verification Results

Hypothesis	Path	Estimate	S.E.	C.R.	p	Adoption status
H1-1	education and training→ Job satisfaction	0.023	0.074	0.317	0.751	Reject
H1-2	compensation system→ Job satisfaction	0.513	0.097	5.282***	0.001	Adoption
H1-3	delegation→ Job satisfaction	0.200	0.074	2.697**	0.007	Adoption
H1-4	management support→ Job satisfaction	0.167	0.070	2.387*	0.017	Adoption

\* p(0.05, \*\* p(0.01, \*\*\* p(0.001

## 5. 결론

본 연구는 선행된 논문들을 통하여 내부마케팅의 개념을 파악하고 뷰티산업에서 프랜차이즈 시스템의 구조와 특성 및 현황을 정확하게 인지하여 뷰티산업에서 프랜차이즈 시스템에 내부마케팅을 정립하고 강화하기 위한 프로그램을 설계하고자 연구를 수행 하였다.

본 연구의 대상자는 뷰티산업 피부미용 프랜차이즈 종사자들을 대상으로 2018년 11월 1일부터 12월 30일 동안 설문지 500부를 배포하여 413부가 회수되었고, 불성실한 응답자를 제외한 320부를 이용하였다.

본 연구의 결과는 다음과 같다.

조사대상자에 대한 분석 결과 연령은 20대가 300명으로 93.8%로 나타났으며, 총 경력은 1년 미만은 80명으로 25.0%, 1~3년 미만은 164명이고, 샵 형태는 프랜차이즈가 320명으로 100%로 나타났으며, 직급은 실장이 87명으로 27.2%, 팀장은 65명으로 20.3%, 관리사는 168명으로 52.5%로 개념별 측정항목들의 내적일관성은 Cronbach's  $\alpha$ 값을 검증하여 신뢰성 분석을 실시한 결과, 교육훈련은 0.938, 보상시스템은 0.928, 권한위임은 0.936, 경영충지원은 0.945, 했습 니다는 0.930으로 신뢰도 수준이 모두 0.6이상으로

높은 신뢰도가 나타나고 있다.

측정항목의 타당성 검증은 확인적 요인분석을 통하여 요인적 재량이 낮은 교육훈련 2번, 보상시스템 1번, 직무만족 5, 6번을 제거한 후 타당성 분석 검증을 하였다.

본 연구의 가설검증 결과 교육훈련은 직무만족에 정(+)의 영향을 미칠 것이라는 가설1은 기각되었고, 보상시스템은 직무만족에 정(+)의 영향을 미칠 것이라는 가설2는 채택되었다. 또한 권한위임은 직무만족에 정(+)의 영향을 미칠 것이라는 가설 3도 채택되었다. 마지막으로 경영충지원이 직무만족에 정(+)의 영향을 미칠 것이라는 가설 4도 채택되었다. 따라서 뷰티산업에서 프랜차이즈 시스템의 경영자들은 직무만족을 높일 수 있도록 내부마케팅에 중요성을 인지하고 전략적이고 구체적인 프로그램을 구축하여 경쟁력 있는 우수한 인재를 선발하고 확보한다면 종업원들의 이직률은 낮아질 것이며 나아가 기업의 매출에도 영향을 미칠 것으로 사료된다.

REFERENCES

- [1] Korea Health Industry Promotion Agency. (2012). *A Study on the Beauty Industry Policy*. 17 Seoul : HanKuk
- [2] J. H. Kim. (2015). *A Study on the Intermediation Effect of the Quality of Franchise Relationship in the Leadership and Performance of an Education Instructor at the Allegiance Headquarters of the Beauty Franchise*. Doctoral dissertation. Seoul Venture Graduate School. Seoul.
- [3] J. H. Ji & H. J. Kim. (2009). An Empirical Study on the Cost and Profit of Domestic Beauty Shop Franchise Start-up : Based on the type of operation, experience in operation, and the number of employees. *Journal of the Korean Society of Beauty and Beauty*, 15(3), 803-814.
- [4] H. W. Lee & M. Y. Kim. (2014). A study on the Conceptual System of Beauty Service and the Satisfaction of Beauty Service. *Journal of the Korean Society of Beauty and Beauty*, 20(1), 127-137.
- [5] M. H. Moon & B. S. Sung. (2012). A Case Study on improving the yield to enhance the beauty industry in the operation room. *Journal of the Korean Society for Skin and Beauty*, 10(4), 901-909.
- [6] D. Y. Lee. (2008). *The effects of Internal Marketing Factors and Internal Customer Satisfaction on External Marketing Performance*. Doctoral dissertation. Gongju University. Chungcheongnam-do.
- [7] H. J. Kim. (2018). *The Influence of Internal Marketing in the Franchise Beauty Industry on Job Satisfaction, Job Immersion and Job Performance*. Doctoral dissertation. Dong Yang University. Gyeongsangbuk-do Province.
- [8] R. S. Kim. (2011). *Policy Network Analysis on the Promotion of Beauty Industry*. Doctoral dissertation. Hoseo University. Chungcheongnam-do.
- [9] J. S. Yoo. (2018). Current status of cosmetics industry in China. Cheongju : Korea Health Industry Promotion Agency.
- [10] S. I. Park. (2009). *A study on the Factors Affecting the Performance of Domestic Franchise Business*. Doctoral dissertation. Konkuk University. Seoul.
- [11] C. Y. Han. (2017). *The Effect of Food Franchise System on the Loyalty of the Allegiance Point : Adjustment Effect of Supervisor Capacity*. Doctoral dissertation. Sangji University. Gangwon-do.
- [12] C. S. Bae. (2013). *A study on the Influence of Internal Marketing of Jewelry on Job Stress, Job Satisfaction and Customer Orientation*. Doctoral dissertation. Kyonggi University. Gyeonggi-do.
- [13] H. J. Kwon. (1995). *A study on the Decision of Product Policy and the Segmentation Strategy for the Internal Customers of the Company : Focusing on the compensation policy of advertising agency employees*. Doctoral dissertation. Sungkyunkwan University. Seoul.
- [14] Y. J. Choi. (2016). *The Effect of Internal Marketing and Job Stress on Job Satisfaction and Customer Orientation in the Beauty Industry*. Doctoral dissertation. Dong Yang University. Gyeongsangbuk-do Province.
- [15] S. Y. Kim. (2010). *A Study on the Relationship between Career Management and Job Satisfaction, Job Immersion and Customer-Orientedness of Hotel Workers*. Doctoral dissertation. Dongmyeong University. Busan.
- [16] Y. J. Kim. (2017). *A Study on the Social Responsibility of Travel Agents : Focusing on organization immersion, job satisfaction, organizational civic behavior, and customer orientation*. Doctoral dissertation. Jeonju University. Jeonju.
- [17] E. A. Locke. (1976). The nature and causes of job satisfaction. In *Dunnette, M. D. (Ed.), Handbook of industrial and organizational psychology*, Rand McNally, Chicago, IL, 1297-349.
- [18] J. K. Kim. (2016). *A Study on the Job Satisfaction and Organization Immersion of the Commander-in-Chief in the Reserve Army*. Doctoral dissertation. Hanseo University. Seoul.
- [19] C. C. Lee. (2016). *A Study on the Effect of Job Characteristics, Personal Characteristics, and Family Support Satisfaction of Retired Public Servants*. Doctoral dissertation. Seoul Christian University. Seoul.
- [20] Y. M. Kim. (2017). *The Structural Relationship between the Coaching Leadership, Organization Culture, Empowerment of Infant Teachers, Teacher Effectiveness and Job Satisfaction of the Director*. Doctoral dissertation. Dong-A University. Busan.
- [21] J. H. Kim. (2015). *Causal Relationship between Internal Marketing and Organizational*

*Immersion, Organization Trust, Job Satisfaction, and Customer-Oriented Attributes in Welfare Facilities for the Disabled.* Doctoral dissertation. Chonnam National University. Chonnam.

- [22] G. H. Lee & C. G. Lee. (2002). Comparative Study on the predictive validity of the Demand Forecasting Technique for using the model of growth curve. *Seo Kang Management Debgate*, 13(2), 195-228.
- [23] H. S. Sung & J. S. Jung. (2011). Effect of CRM on Customer Satisfaction, Switching Costs, and Customer Loyalty : Focused on the beauty service industry. *Journal of the Korean Society for Skin and Beauty*, 9(3), 1-16.
- [24] H. S. Lee & J. I. Choi & J. H. Lim. (2004). Brand Attitudes on Consumer Purchasing Behavior : Role in Consumer-Brand Relations. *Consumer studies*, 15(2), 85-108.
- [25] H. O. Chae. (2014). *Effect of Internal Marketing, Job Satisfaction, and Organization Immersion on Customer-Orientedness of Beauty Shop Workers.* Doctoral dissertation. Gwangju Women's University. Gwangju.
- [26] J. H. Lee. (2012). The Effect of the Exchange Relationship of the Caddy of Golf Club on Job Satisfaction and Service Performance. *The humanities and social sciences*, 51(2), 279-289.
- [27] J. H. Kim. (2017). Effects of Internal Matement Activities on Self-Efficiency, Job Satisfaction, and Transfer Attitude of Food and Beverage Workers in Tourism Resort. *A Study on Food Management*, 20(2), 309-329.

김 현 주(Hyun-Joo Kim)

[정회원]



- 2018년 8월 : 동양대학교 경영학 박사
- 2015년 6월 ~ 현재 : 서경대학교 뷰티테라피&메이크업 겸임교수
- 관심분야 : 피부, 화장품
- E-Mail : dorage7@hanmail.net

신 동 화(Dong-Hwa Shin)

[정회원]



- 2015년 8월 : 건국대학교 생물공학 이학박사
- 2018년 3월 ~ 현재 : 오산대학교 뷰티&코스메틱전공 교수
- 관심분야 : 피부, 화장품
- E-Mail : 3527shin@hanmail.net