

뷰티왁싱 요법에 대한 추구혜택이 재이용의도에 미치는 영향

백원진^{1*}, 한채정²

¹영산대학교 미용예술대학원 박사과정, ²영산대학교 미용예술학과 부교수

The Effect of Pursuit Benefit of Beauty Waxing on Reuse Intention

Won-Jin Baek^{1*}, Chae-Jeong Han²

¹Student, Dept. of Beauty Art, Graduate school of Beauty Art, Youngsan University

²Associate Professor, Dept. of Beauty Art, Graduate school of Beauty Art, Youngsan University

요약 본 연구는 성인 남녀를 대상으로 소프트 왁싱, 하드 왁싱 슈가링에 대한 추구혜택이 재이용의도에 미치는 영향에 대해서 알아 보는 것에 목적이 있으며 이를 통해 왁싱을 처음 접하는 일반인들에게 유용한 정보가 되는 것에 연구의 의의가 있다. 연구방법으로는 부산과 영남권에 거주하는 17세 ~ 40대 왁싱 경험이 있는 남녀 422명을 대상으로 연구자가 직접 설문지를 진행하였으며 분석방법은 교차분석, 독립표본 t-검정, 상관분석, 선형회귀분석, 복수응답은 Multiple response test를 이용하여 자료를 분석하였다. 연구결과에서는 왁싱 추구혜택이 재이용의도에 미치는 영향에 대한 결과를 살펴보면 부위별 왁싱 추구 점수, 왁싱 혜택 총 점수($r=0.389$, $p<0.001$) 및 재이용의도 총 점수($r=0.214$, $p>0.001$)와 유의한 양의 상관성을 보였으며, 부위별 왁싱추구혜택 및 재이용의도의 관련성을 보면 바디(팔, 다리)를 제외 한 항목들을 유의한 양의 관련성을 나타내었다. 왁싱 추구혜택이 재이용의도에 미치는 영향에 대한 결과를 살펴보면 페이스 왁싱, 브라질리언 왁싱 및 왁싱 혜택 총 점수 모두 재이용의도에 유의한 영향을 주는 것으로 나타났다. 연구의 내용을 통해 아직 슈가링의 인지도는 낮으나 호의적인 감정 및 재이용의도가 높고 예민한 부위일수록 추구하는 것을 알 수 있었다. 따라서, 왁싱을 접하는 소비자들에게 유용한 정보를 제공하고 향후 왁싱 관련 연구의 기초자료를 제공할 수 있을 것으로 기대한다.

주제어 : 소프트왁싱, 하드왁싱, 슈가페이스트, 왁싱, 슈가링

Abstract The aim of the study is to investigate the effect of the benefit of soft waxing, hard waxing, and sugaring waxing on intention to reuse in Korean adults, and to provide useful information to people who are new to waxing. As a research method, from May 1, 2019 to August 30 (17 weeks), we surveyed 422 subjects between 10 and 40 years old who lived in Busan and Yeongnam area and experienced waxing. In statistical analysis, Cronbach's alpha was calculated for reliability test, and Chi-squared test, independent t-test, correlation analysis and linear regression analysis were used. Multiple responses were analyzed using multiple response test. In the result of the effect of waxing benefit on intention to reuse, there was a significant positive correlation of waxing seeking score by body part, total waxing benefit score($r=0.389$, $p<0.001$), and total score of intention to reuse ($r=0.214$, $p>0.001$) with intention to reuse. There was also a significant positive correlation between waxing benefit by body part and intention to reuse, except arms and legs. In the result of the effect of waxing benefit on intention to reuse, face waxing ($\beta=0.106$, $p<0.001$), Brazilian waxing ($\beta=0.221$, $p<0.001$) and total waxing benefit score ($\beta=0.321$, $p<0.001$) had a significant effect on intention to reuse. In the present study, awareness of sugaring waxing was low but favor and intention to reuse were strong, and the subjects sought sugaring waxing for sensitive body parts. Thus, would provide useful information for consumers new to waxing, and also basic information for studies on waxing.

Key Words : SoftWax, Hard Wax, Sugar paste, Waxing, Sugaring waxing

*Corresponding Author : Won-Jin Baek(vdnjswls@naver.com)

Received August 11, 2020

Accepted September 20, 2020

Revised September 6, 2020

Published September 28, 2020

1. 서론

오늘날 패션의 다양화, 개성화가 빠르게 진행됨에 따라 젊은 여성들 사이에서 과감한 노출 패션 현상이 나타나고 있다. 이러한 패션을 수용하기 위해 신체의 털을 제거하여 피부 톤을 밝게 보이게 하는 미용 제모인 왁싱에 대한 관심이 높아지고 있는 추세이다[1]. 2015년도에 한 결혼정보업체 에서 '결혼 후 가장 싫을 것 같은 애인의 변화'에 대해서 설문조사를 전국20~30대 미혼 남녀 425명(여 219명, 남 206명)을 대상으로 실시 하였고 '결혼 후 정말 싫을 것 같은 애인의 변화에 대해서는 남성이 '외모 변화 와 체중 증가(39.3%)'를 택했으며, 여성은 50%가 '아내라는 존재에 무뎠아지는 모습을 1위로 꼽았고, '체중 증가, 외모 변화(11.9%)'순이었다. '결혼 후 꼭 지켜주었으면 하는 것'에 대한 질문에는 남성은 '외모와 몸매(33.5%)'를 여성의 경우에는 '진심이 담긴 대화(56.6%)'를택했다. 이어 여성은 '외모와 몸매(16.9%)', '위생, 청결(9.6%)'를 남성은 '위생, 청결(25.2%)'를, 차례로 답했다[2]. 설문조사에서 보이는 것처럼 위생, 청결은 외모관리에 중요한 자리로 자리잡고 있다. 최근에는 자신의 외모를 가꾸는데 시간과 비용을 많이 들이는 남성들이 늘고 있으며, 미디어의 발달로 가장장적이고 터프하며 여성적인 것이 남성의 미가 아니라 이제는 섬세하고 부드러운 이미지, 깨끗한 피부가 남성의 아름다움의 한 부분으로 자리를 잡았으며, 뷰티왁싱을 통하여 깨끗한 인상을 가지려는 남성들이 늘고 있다. 이러한 현상으로 인하여 왁싱시장의 관심도도 점차 증가하고 있다[3].이처럼 여성들 뿐만이 아니라 남성들 또한 미에 대한 관심도가 높아지고 있고, 패션, 미용 등의 외모관리에 아낌없이 투자하는 남성들을 일컫는 말로 그루밍족(grooming)[4]이라는 신조어도 생겨났다. 외모관리에 남성들이 관심을 많이 가지게 되면서 여성들의 관심이었던 왁싱분야에도 남성들이 관심을 가지게 되었다. 예로 들어 흔히 미디어를 보면 남성 연예인들이 쉽게 왁싱, 브라질리언 왁싱에 대해서 얘기하는 것을 볼수 있는 것 처럼 이제는 왁싱이 여성들의 분야가 아닌 남성, 여성 상관없는 분야로 보여진다. 하지만 왁싱 시장은 점차 커지고 있으나, 왁싱에 대한 잘못된 지식이나 시술방법, 왁싱 시술 후 처리 방법, 홈 케어, 마케팅 등이 부족하게 보여진다. 따라서 본 연구는 외모관리 중 왁싱이 하나의 중요한 요인으로서 소프트 왁스, 하드 왁스, 슈가 페이스트의 왁싱에 대한 추

구혜택, 재이용의도에 대해 알아보고자 하며, 본 연구가 향후 왁싱의 인식을 확산시키고, 왁싱 산업의 기초 자료로 제공 하고자 한다. 또한 왁싱을 처음 접하는 일반인들에게 유용한 정보가 되는 것에 기대해 보며 왁싱이 미용산업에 큰 가치를 창출하고 활성화 시키는데 연구의 의의가 있다.

2. 이론적 배경

2.1 왁싱

왁싱이란 왁스를 녹여 신체에 불필요한 털의 모근까지 제거하는 것을 말한다. 왁싱은 털만 제거하는 것이 아니라 피지, 묵은 각질, 등 함께 제거함으로써 인체에 청결함을 더해준다. 일반면도와는 다르게 모근까지 제거하므로 다음 모의 성장이 느려지며, 새로 자라게 되는 모근은 굵기도 가늘어지며 그 수 또한 감소한다[5]. 원시에는 털은 신체를 보호하는 역할로 사용되었으나 현대에는 털이 지저분한 이미지를 주면서 불필요한 존재가 되고 왁싱에 대한 관심도가 높아졌다. 현재에는 왁싱 1인샵도 많이 늘어나고 있는 추세이며 여성들의 매끈한 피부를 표현하기 위해 페이스 왁싱, 바디 왁싱 등의 수요가 높아지고 있다. 또한 모공은 피지선의 피지분비와 밀접한 관계가 있으므로 불필요한 털은 간혹 불쾌한 냄새를 유발하고는 하는데, 대부분 아포크린선(대한선)에 위치한 부분들의 왁싱을 통해 위생과 청결을 목적으로 시술하는 것을 말하며[6], 많은 임신부들이 출산 전 산부인과에서 행하는 제모행위에 대해 수치심을 느끼는 상황들이 생기면서 임신부들의 브라질리언 왁싱 또한 수요가 상당히 높아지고 있다.

2.1.1 왁싱(Waxing) 의 종류

1) 소프트 왁스 (Soft Wax)

소프트 왁스를 이용한 소프트 왁싱은 70~90도 이상 고온에 녹이면서 하는 왁싱을 말하는 것으로서 메탈 스틱이나 나무스틱을 이용하여 왁싱 할 부위에 얇게 바른 후 머슬린천 및 부직포천을 이용하여 제모를 제거하는 왁싱을 말한다[7].

2) 하드 왁스(Hard Wax)

하드 왁스를 이용한 하드 왁싱은 왁스의 주성분은 밀랍성분으로 두꺼운 털을 제거하기 좋은 왁스이다. 40~60℃의 온도에서 녹는 왁스로써 제모 부위에 일정한

두게로 두껍게 발라서 일정한 시간이 흐른 후에 마르면 왁스 자체를 뜯어낸다[8].

3) 슈가 페이스트(Sugar Paste)

슈가링은 먹을 수 있는 천연 설탕을 이용한 제모방법을 뜻한다. 인체의 온도와 유사한 36℃ ~ 40℃ 정도의 뜨겁지 않은 슈가를 손으로 직접 털어서 털의 성장 반대방향으로 밀착시켜 털의 성장 방향으로 뽑아내는 제모방법을 자극이 적은 신개념 왁싱 방법이다[6].

2.2 왁싱 추구혜택의 개념

추구혜택이란 소비자의 주관적인 욕구로써 특정 제품의 속성과 관련하여 느끼게 되는 욕망이나 욕구로 볼 수 있으며, 이는 제품사용과 관련해 자신이 원하는 주관적 보상을 얻길 기대하는 긍정적인 결과로 볼 수 있다[9]. 소비자가 제품을 구매하는 이유는 제품에서 얻고자 하는 혜택 때문이고, 소비자가 추구하는 혜택은 제품을 사용하는 상황과 소비자 특성에 따라 달라질 수 있고 언제나 일정한 것이 아니다. 또한 독립적인 것이 아닌 상호관련성을 지니고 있거나 특정 소비활동에서 결합되어 나타낼 수도 있다[10].

2.3 왁싱재이용의도의 개념

재이용의도란 특정 제품이나 서비스를 다시 이용하고자 하는 의지로 제품의 재구매의도와 유사한 변수이며, 고객 유지가 기업 입장에서 바라보는 용어라면 재이용의도는 고객 입장에서 바라보는 용어이다[11]. 소비자의 이성적인 계산도 작용하지만, 동시에 충동, 즉흥적 등에 의해 구매행동이 발생할 수 있으며, 결국 구매행동은 소비자들의 만족을 위한 행동이라 할 수 있고 결정적으로 이러한 만족은 소비자들의 재구매의도에 큰 영향을 미칠 수 밖에 없다[12].

3. 연구대상 및 기간

본 연구는 부산지역과 영남권에 거주하고 미용왁싱 경험이 있는 17세 이상 ~ 40세 이하 성인 남성, 여성 450명을 대상으로 5월 01일부터 8월 30일 까지 총 17주 동안 설문을 진행하였다. 설문 방식은 모바일 설문 및 연구자가 직접 샵을 방문하여 지면 설문을 통해 설문을 받았으며 불성실 하게 답한 28부를 제외한 422부를 연구의 통계자료로 사용되었고 소프트 왁싱, 하드

왁싱 및 슈가링에 대한 추구혜택 및 재이용의도에 대한 조사를 진행 하였다.

3.1 측정 도구

본 조사연구의 설문지는 이미림(2016), 신은화(2018), 손주연(2018), 조수경(2014), 정현숙(2013), 손혜숨(2016), 안정려(2015), 이경숙(2012), 오천환(2007) 연구의 측정 도구를 토대로 하여 본연구자가 연구 목적에 맞게 수정, 보완하여 하였으며, 조사 대상자의 일반적 사항에 관한 6개 문항, 왁싱 이용 조사 7개 문항, 왁싱 기본 지식에 관한 12개 문항, 추구혜택 문항 24문항, 재 이용의도 18문항 해서 총 67문항으로 되어있다.

3.2 자료 분석

본연구의 자료분석은 SPSS 25.0(Statistical Package for the Social Science ver.25.0)를 사용하였다.

문항내적 일관성 신뢰도를 살펴보기 위해 Cronbach's α 계수를 이용하여 신뢰도를 분석하였다. 성별에 따른 일반적 특성, 왁싱 이용실태 및 추구, 왁싱 종류 및 선택 이유는 교차분석(chi-square test)을 통하여 그 차이를 비교하였으며, 남녀의 왁싱 관심도, 왁싱 기본 지식, 왁싱 추구혜택 점수 및 왁싱 재이용의도 점수 비교는 독립표본 t-검정(independent t-test)를 통해 그 차이를 검증하였다. 복수응답을 허용한 설문항목은 Multiple response test를 이용하여 비교하였다.

왁싱의 추구, 혜택 및 재이용의도의 관련성은 상관분석(Pearson's correlation analysis)를 이용하였으며, 선형회귀분석(Linear regression analysis)를 통해 왁싱 추구하고 왁싱 혜택이 재이용의도에 미치는 영향을 살펴보았다. 모든 통계치의 유의수준은 $p < 0.05$ 수준에서 실시되었다.

4. 결과

4.1 조사대상자의 일반적 특성

성별에 따른 조사대상자의 일반적 특성은 Table 1에 제시하였다. 전체 대상자 중 20대가 남자에서는 43.2%, 여자에서는 55.0%로 가장 많았다($p=0.092$). 남자와 여자의 직업으로 남자는 전문직이 29.1%, 여자는 학생이 24.5%로 가장 많았고, 성별에 따라 직업 종류에 유의한 차이를 보였다($p < 0.001$). 월 평균 소득 역

시 성별에 따라 차이를 보였는데 300만원 이상인 대상자가 남자는 30.0%, 여자는 8.2%로 남녀간 유의한 차이가 나타났다($p < 0.001$).

Table 1. general characteristics of the subjects

Total (n=422)	male (n=213)	female (n=209)	$\chi^2(p)$	
age group	teemager	18(8.5)	13(6.2)	6.433 (0.092)
	twenteen	92(43.2)	115(55.0)	
	trigenerian	82(38.5)	61(29.2)	
	forty	21(9.9)	20(9.6)	
job(n=421)	student	41(19.2)	51(24.5)	22.203 (0.001)
	service	50(23.5)	47(22.6)	
	office	30(14.1)	25(12.0)	
	profession	62(29.1)	45(21.6)	
	homemaker	0(0.0)	17(8.2)	
	beside	30(14.1)	23(11.1)	
monthly income(n=421)	less than 1 million won	36(16.9)	50(24.0)	37.124 (0.001)
	over 1 million won~less than 2 million won	43(20.2)	55(26.4)	
	over 2 million won~less than 3 million won	55(25.8)	54(26.0)	
	over 3 million won	64(30.0)	17(8.2)	
	beside	15(7.0)	32(15.4)	

1) : N(%)

P-value were measured by chi-square test.

4.2 왁싱 재이용의도

왁싱의 재이용의도에 대한 결과는 Table 2에 나타내었다.

성별에 따른 왁싱 재이용의도 점수를 비교한 결과, ‘현재 이용 중인 왁싱 샵을 지속적으로 계속 이용한다’의 항목에 남자가 4.2±0.9점, 여자가 3.7±1.1점으로 남자가 여자에 비해 유의하게 높은 점수를 나타내어 현재 이용샵에 대한 지속인 이용 의지를 보였다($p < 0.001$). 또한, 남자에서 왁싱의 주기적 이용 점수 역시 여자에 비해 유의하게 높았다($p = 0.001$). 왁싱 재이용의도에 대한 총 점수는 남자 4.1±0.8점, 여자 3.9±0.8점으로 성별에 따라 유의한 차이를 나타내었다($p = 0.002$).

Table 2. waxing reuse intention

	male (n=213)	female (n=209)	t(p)
Continue to use waxing shop that is currently in use.	4.2±0.9	3.7±1.1	<0.001
I want to maintain a lasting relationship with the waxer in the waxing shop.	4.0±0.8	3.8±1.0	0.054
would you recommend waxing to your acquaintances?	4.3±0.8	4.1±0.8	0.060
We plan to use waxing regularly.	4.3±0.9	4.0±0.9	0.001
I will continue to use the waxing shop even if the environment is good or the price of the waxing procedure is slightly higher than that of other shops.	3.9±1.2	3.7±1.0	0.224
Total score for Waxing Reuse Intention	4.1±0.8	3.9±0.8	0.002

왁싱별 재이용의도를 성별에 따라 살펴본 결과는 Table 3에 나타내었다. 소프트왁싱에 대한 재이용의도와 호의적 감정 점수는 여자가 남자에 비해 유의하게 높았으며(각각 $p < 0.001$), 하드 왁싱에 대한 재이용의도 및 호의적 감정에는 성별에 따른 차이가 없었다. 반면, 슈가링의 경우 재이용의도와 호의적 감정 점수가 여자에 비해 남자가 유의하게 높은 점수를 나타내었다(각각 $p < 0.001$).

Table 3. Intention of reuse by waxing

		male (n=213)	female (n=209)	t(p)
Soft waxing	Intention of reuse	2.9±1.0	3.4±0.8	<0.001
	favorable feeling	2.9±1.0	3.5±0.8	<0.001
Hard waxing	Intention of reuse	3.3±0.9	3.4±0.8	0.140
	favorable feeling	3.3±1.0	3.5±0.9	0.184
Sugaring	Intention of reuse	4.2±0.9	3.8±0.9	<0.001
	favorable feeling	4.2±0.9	3.9±0.9	<0.001

4.3 왁싱 추구 및 혜택이 재이용의도에 미치는 영향

4.3.1 추구, 혜택 및 재이용의도의 관련성

왁싱의 추구, 혜택 및 재이용의도의 관련성에 대한 결과를 Table 4. 에 제시하였다. 왁싱 추구 총 점수는 각 부위별 왁싱 추구 점수, 왁싱 혜택 총 점수($r = 0.389$,

$p<0.001$) 및 재이용의도 총 점수($r=0.214$, $p<0.001$)와 유의한 양의 상관성을 보였다. 부위별 왁싱 추구 점수와 혜택 및 재이용의도의 관련성을 살펴본 결과, 페이스 왁싱 추구, 겨드랑이 왁싱 추구 및 브라질리언 왁싱 추구 점수는 왁싱 추구 총 점수, 왁싱 혜택 총 점수 및 재이용의도 총 점수와 유의한 양의 관련성을 나타냈으나, 바디(팔, 다리) 왁싱 추구 점수는 재이용의도 총 점수와는 관련성을 보이지 않았다.

Table 4. Relationship between Waxing Pursuit, Benefits and Reuse Intent

	1	2	3	4	5	6	7
1=total score for waxing pursuit	1	0.488***	0.535***	0.841***	0.365***	0.389***	0.214***
2= Face Waxing Pursuit		1	0.206***	0.159**	0.115*	0.396***	0.280***
3= pursuit of armpit waxing			1	0.256***	0.057	0.295***	0.109*
4=pursuit of body(arm, leg) waxing				1	0.021	0.153**	-0.025
5= Brazilian Waxing Pursuit					1	0.283***	0.412***
6= Waxing Benefits Total Score						1	0.422***
7= Reuse Intended Total Score							1

4.3.2 왁싱 추구 및 혜택이 재이용의도에 미치는 영향
 왁싱 추구 및 혜택이 재이용의도에 미치는 영향은 Table 5 와 같다. Model 1은 왁싱 추구 점수가 재이용의도에 미치는 영향을 살펴본 결과이며, Model 2는 왁싱 추구하고 왁싱 혜택이 모두 고려된 최종 선행 회귀 모델이다.

왁싱 추구 점수 중 페이스 왁싱($\beta=0.178$, $p<0.001$)과 브라질리언 왁싱 점수($\beta=0.269$, $p<0.001$)가 높을수록 재이용의도가 높아지는 경향을 보였으며, 왁싱 혜택 점수까지 고려된 최종 모델에서는 페이스 왁싱($\beta=0.106$, $p<0.001$), 브라질리언 왁싱($\beta=0.221$, $p<0.001$) 및 왁싱 혜택 총 점수($\beta=0.321$, $p<0.001$) 모두 재이용의도 점수에 유의한 영향을 주는 것으로 나타났다.

Table 5. Effect of Waxing Pursuit and Benefits on Reuse Intention

	Model 1		Model 2	
	β	S.E.	β	S.E.
(Constant)	1.28***	0.13	0.39	0.20
waxing pursuit				
face waxing	0.178***	0.033	0.106**	0.034
armpit	0.046	0.035	-0.001	0.034
body(arm,leg) waxig	-0.025	0.013	-0.029	0.013
brazilian waxing	0.269***	0.030	0.221***	0.030
Waxing Benefits Total Score			0.321***	0.053
R ²	0.484		0.542	
F	31.464		33.986	
p-value	<0.0001		<0.0001	

5. 결론

5.1 연구결과

본 연구는 성인 남,녀를 대상으로 소프트 왁싱, 하드 왁싱 슈가링에 대한 추구혜택이 재이용의도에 미치는 영향에 대해서 알아보는 것에 목적이 있으며 이를 통해 소비자들의 현황을 파악하여 왁싱산업에 기초자료를 제공하며, 왁싱을 처음 접하는 일반인들에게 유용한 정보가 되는것에 기대해 보며 왁싱이 미용산업에 활성화를 시키는데 의의가 있다. 연구내용 및 방법으로는 왁스 종류에 따라 추구 및 추구 혜택이 재이용의도에 미치는 영향에 대해 살펴보고 추구혜택, 재이용의도 그리고 왁싱에 대한 선행연구를 고찰하기 위하여 문헌연구가 이루어졌으며 이를 바탕으로 부산지역과 영남권에 거주하는 10 ~ 40대 왁싱 경험이 있는 남,녀 422명을 대상으로 소프트 왁싱, 하드 왁싱, 슈가링의 추구혜택 및 재이용의도에 대해 조사연구를 실시 하였다. 연구 결과는 다음과 같다.

첫째, 조사대상자들의 일반적 특성을 분석한 결과 남성 213명, 여성 209명 으로 20대가 남자에서는 92명 (43.2%), 여자에서는 115(55.0%)로 가장 많았으며, 직업은 남자는 전문직 62명(29.1%), 여자는 학생 51(24.5%)로 가장 많았고 성별에 따라 유의한 차이가 나타났음을 알 수 있다. 또한 월 평균 소득 역시 성별에 따라 차이를 보였는데 300만원 이상인 대상자가 남자는 64명(30.0%), 여자는 17명(8.2%)로 남녀간 유의한

차이가 나타났다.

둘째, 왁싱 추구 혜택에서 부위별 왁싱 추구는 남자는 브라질리언 왁싱이 3.8 ± 1.2 로 가장 높고 여자는 바디(팔, 다리) 왁싱이 4.1 ± 3.7 로 높았고 부위별 추구하는 왁스 종류는 페이스 왁싱시 추구하는 왁스는 슈가로 남자163명(76.5%), 여자117명(56.0%)으로 가장 높았고, 거드랑이 왁싱은 하드 왁스로 남자181명(85.0%), 여자120명(57.7%)으로 높았고, 바디(팔 다리) 왁싱은 소프트 왁스로 남자163명(76.5%), 여자98명(47.6%)로 높았고, 브라질리언 왁싱은 슈가로 남자163명(76.5%), 여자98명(47.6%)로 높게 나타난 것을 알 수 있다. 그리고 남자와 여자의 왁싱 혜택 점수를 비교한 결과 왁싱이 기본적인 예의라고 생각한다는 점수에 여자는 3.1 ± 1.0 으로 보통이상으로 나타난 반면, 남자는 2.8 ± 1.1 점으로 '그렇지 않다.'에 가까운 점수로 나타나 성별에 따른 유의한 차이를 보였으나 다른 문항들을 성별에 따라 차이가 없었다.

셋째, 왁싱 재이용의도를 살펴본 결과, 왁싱 재이용의도 총 점수는 남자 4.1 ± 1.2 , 여자 3.9 ± 1.0 으로 성별에 따른 유의한 차이를 나타냈고 왁싱별 재이용의도는 슈가링이 남자 4.2 ± 0.9 여자가 3.8 ± 0.9 로 높았으며 호의적 감정 또한 남자 4.2 ± 0.9 여자 3.9 ± 0.9 로 높게 나타났다. 왁싱샵 이용 시 중요하게 생각 하는 부분에서 남자는 '왁싱 관리샵의 위생 수준'이 4.6 ± 0.6 로 가장 높았고 여자는 '왁싱 관리샵의 위생 수준'과 '관리사의 전문성 및 기술력'이 4.5 ± 0.7 로 높게 나타난 것을 볼 수 있다.

넷째, 왁싱 추구혜택이 재이용의도의 관련성의 결과를 살펴 보면 부위별 왁싱 추구 점수, 왁싱 혜택 총 점수 ($r=0.389$, $p<0.001$) 및 재이용의도 총 점수($r=0.214$, $p>0.001$)와 유의한 양의 상관성을 보였으며, 부위별 왁싱 추구혜택 및 재이용의도의 관련성을 보면 바디(팔, 다리)를 제외한 항목들을 유의한 양의 관련성을 나타내었다.

다섯째, 왁싱 추구혜택이 재이용의도에 미치는 영향에 대한 결과를 살펴 보면 페이스 왁싱($\beta=0.106$, $p<0.001$), 브라질리언 왁싱($\beta=0.221$, $p<0.001$) 및 왁싱 혜택 총 점수($\beta=0.321$, $p<0.001$) 모두 재이용의도에 유의한 영향을 주는 것으로 나타났다.

결과적으로 아직 국내에는 슈가링 보다 기존의 소프트 왁싱과 하드왁싱의 인지도가 높지만 페이스 및 브라질리언의 경우 같이 예민 부위에는 천연재료가 중심인

슈가링의 추구가 높은 것을 볼 수 있다.

연구의 내용을 통해 아직 국내에는 슈가링 보다 기존의 왁싱 방법이 인지도가 더높게 나타나는 것을 볼 수 있다. 하지만 슈가링의 호의적인 감정이 높게 나타나고 예민한 부위일수록 슈가링의 추구가 높은 것을 볼 때 이제는 소비자들이 약한 피부 일수록 안전한 재료로 만들어진 왁스를 찾는다는 것을 알 수 있다.

과거에는 왁싱을 네일샵, 메이크업샵, 미용실 등 기타 여러곳에서 시술을 받았지만 현재에는 왁싱 전문 관리샵에서 왁싱을 많이 받는 것으로 나타나고 왁싱샵의 선택시 전문성 및 기술력 그리고 위생 수준의 결과가 높은 것으로 보아 이제는 왁싱 또한 전문지식을 가진 왁서들에게 왁싱을 받는 것으로 보여진다. 따라서 소비자들에게 정확한 정보를 제공하고, 니즈를 파악하여 왁서들이 안전한 왁싱 방법을 사용함으로써 왁싱을 처음 접하는 소비자들에게 긍정적인 이미지를 주고 뷰티 왁싱산업에 기초자료로 하고자 본 연구자는 제시하고자 한다.

5.2 연구의 제한점 및 제언

본 연구의 결과 인구통계학적 특성이 왁싱의 추구혜택 및 재이용의도와 소비자들이 왁싱샵을 선택할 때 고려하는 요소들을 분석했다는 점에서 여러 가지 시사점을 주고 있다.

첫째, 연구를 통해 아직은 슈가링의 인지도가 기존의 왁싱보다 낮지만 호의적인 감정이 높은 것으로 볼 때 왁싱에 대한 보다 정확한 정보를 미디어 매체나 다른 매체들을 통해 소비자들에게 제공할 필요성이 보인다.

둘째, 연구결과에서 보면 남,녀모두 위생을 중요시 여기는 것을 볼 때 미용왁싱 전문샵에서는 정확한 기술 및 숙련도와 항상 위생과 청결을 유지하도록 노력해야 될것으로 보인다.

셋째, 다양한 프로그램 및 프로모션이 필요하다고 보여진다. 연구 결과에서 지인을 통해 왁싱을 접하였고, 왁싱을 지인에게 추천하려는 의지가 높아 보이는 것으로 나타나는 만큼 왁싱샵의 마케팅 프로그램이 더욱 강화될 필요성이 나타난다.

이러한 시사점들과 연구결과에도 불구하고 본 연구는 연구 방법과 범위에서 한계점들이 있다.

첫째, 본 연구는 연구대상자들의 연령대가 골고루 분포되어있지 않고 설문외의 연구 대상을 부산지역과 영남 지역으로 한정되어 진행되었기 때문에 우리나라 전체

를상대로 일반화 하기에는 한계가 있다. 그러므로 향후 연구대상에서 연령대와 지역등을 더 확대하여 인구통계학적 특성에 대한 고른 분포를 가진 연구가 필요하다.

둘째, 본 연구에서는 422명 대상으로 연구를 진행하였으나, 이를 토대로 평균화 하기는 어렵다. 따라서 향후 연구에서는 보다 많은 표본을 활용한 진행이 필요하다.

셋째, 본 연구는 왁싱 경험이 있는 대상자들로 연구를 진행하였다. 개인별로 왁싱의 경험, 왁싱샵의 환경, 관리사들의 역량에 대한 차이로 대상자들의 경험에 차이가 있기 때문에 향후 연구에서는 다양한 방법으로 측정하고 분석하여 변수들 사이의 관계를 파악해야 할 것이다.

넷째, 본 연구는 왁싱에 대한 선행연구가 부족하여 연구의 결과와 충분한 비교고찰을 하지 못하였다. 그럼에도 왁싱 경험이 있는 17세 이상 ~ 40대 남성, 여성을 대상으로 소프트 왁싱, 하드 왁싱, 슈가링의 추구혜택 및 추구혜택이 재이용의도에 미치는 영향을 분석함으로써 향후 왁싱 연구와 왁싱산업의 기초 자료로 사용될 것에 의의를 둔다.

REFERENCES

[1] E. H. Shin. (2016). *Comparison of Satisfaction, Revisit Intention and Recommendation Intention after Soft Waxing and Sugaring*. Master's Degree Claims Paper. Sookmyung Women's University. seoul.

[2] Maeil Business Newspaper. (2015). 'What's the change in your least favorite lover after marriage?(Online). <http://www.mk.co.kr>

[3] J. Y. Son. (2018). *The Preference and Satisfaction of Adult Men with a Cosmetic Waxing Experience*. Master's Degree Claims Paper. Kosin University. busan.

[4] <https://terms.naver.com/entry.nhn?docId=1263367&cid=40942&categoryId=31630>

[5] M. R. Lee (2016). *A Study on Perception of Esthetic Waxing in Adults and Side Effect Factor*. Master's Degree Claims Paper. Changwon National University. changwon.

[6] J. H. Woo. (2018). *Research of skin reaction from method of waxing in soft-waxing and sugaring*. Master's Degree Claims Paper. Daejeon University. Daejeon.

[7] H. K. Oh. (2016). *Awareness about Waxing and Effects of Geranium on Skin after Waxing*.

Master's Degree Claims Paper. Konkuk University. Seoul.

[8] E. H. Shin. (2016). *Comparison of Satisfaction, Revisit Intention and Recommendation Intention after Soft Waxing and Sugaring*. Master's Degree Claims Paper. Sookmyung Women's University. Seoul.

[9] J. P. Peter & J. C. Olson. (1987). *Consumer behavior: Marketing strategy perspectives*. Homewood: Irwin Inc. pp.105-116.

[10] O. H. Lee & K. H. Kim. (2003). Benefits Segmentation and Knitwear Purchasing Behavior. *Journal of the Korean Society of Clothing and Textiles*. 27(6), 601-611.

[11] S. S. Ahn. (2018). The Effect of Service Authenticity on Customer Satisfaction and Word-of-Mouth and Reuse Intentions - Focused on Airline Services -. *Journal of the Korean Air Management Association* 16(1), 91-105.

[12] L. J. Yong. (2019). *Effects of Relationship Marketing in Hair salons on Reuseability -Based on the effects of customer trust-*. Master's Degree Claims Paper. Seokyuong University. Seoul.

백 원 진(Won-Jin Baek)

[정회원]



- 2018년 2월 : 영산대학교 미용예술학과 (학사)
- 2020년 2월 : 영산대학교 대학원 (피부전공 석사)
- 2020년 3월 ~ 현재 : 영산대학교 대학원 (미용학 박사 과정)

· 관심분야 : 왁싱, 피부, 미용교육
· E-Mail : vdnjswls@naver.com

한 채 정(Chae-Jeong Han)

[정회원]



- 2009년 2월 : 건국대학교 대학원 (생물공학)
- 2006년 ~ 현재 : 영산대학교 미용예술학과 부교수
- 관심분야 : 피부, 아로마
- E-Mail : beautyhans@naver.com