

## 뷰티 프랜차이즈 산업에서 내부마케팅이 종사자들의 직무몰입에 미치는 영향

신동화<sup>1</sup>, 김현주<sup>2\*</sup>

<sup>1</sup>건국대학교 일반대학원 생물공학과 박사, <sup>2</sup>서경대학교 뷰티테라피&메이크업학과 겸임교수

### The effect of Internal Marketing on Job Commitment of Workers in the Beauty Franchise Industry

Dong-hwa Shin<sup>1</sup>, Hyun-joo Kim<sup>2\*</sup>

<sup>1</sup>Doctor, Department of Biotechnology, Graduate School of Konkuk University

<sup>2</sup>Adjunct Professor, Dept. of Beauty Terrapy & Make-up, Sogang University

**요약** 뷰티산업은 어려운 사회적 환경에도 지속적으로 발전하였고 과정에 소규모 뷰티업들은 점차 대형화된 뷰티프랜차이즈 상태로 급성장 하였다. 따라서 뷰티산업에 종사하는 종사자들에게 다양한 내부마케팅이 필요하다고 사료되어 본 연구를 진행하였으며 종사자들에게 어떠한 내부마케팅이 직무몰입에 큰영향을 미치는지 알아보기 위해 2021년 2월 1일부터 2021년 3월 31일까지 설문지 250부 중 220부를 수집하여 spss 22.0으로 빈도분석, 신뢰도분석, 요인분석, 상관분석, 다중회기분석한 결과 연구 가설로 세운 4가지 모두 영향을 미치는 것으로 나타났으며, 그중 종사자들이 가장 만족하는 내부마케팅은 보상시스템이었고 직무몰입에 가장 큰 영향을 미치는 것으로 나타났다. 따라서 내부마케팅은 종사자가 원하는 실질적 내부마케팅이 계획 되어야 한다고 사료된다.

**주제어** : 뷰티산업, 프랜차이즈, 내부마케팅, 보상시스템, 직무몰입

**Abstract** The beauty industry continued to develop despite the difficult social environment, and in the process, small-scale beauty businesses grew rapidly into large-scale beauty franchises. Therefore, this study was conducted because it was considered that various internal marketing is necessary for workers in the beauty industry. In order to find out what kind of internal marketing has a great effect on job immersion for workers, from February 1, 2021 to March 2021 By the 31st, 220copies out of 250 questionnaires were collected and frequency analysis, reliability analysis, factor analysis, correlation analysis, and multiple regression analysis were performed with spss 22.0. Satisfying internal marketing was a reward system and it was found that it had the greatest influence on job commitment. Therefore, it is considered that the actual internal marketing that workers want should be planned.

**Key Words** : Beauty industry, Franchise, Internal marketing, Compensation system, Job commitment

#### 1. 서론

뷰티산업은 인간이 가지고 있는 아름다움에 대한 욕구를 기반으로 지속적인 경제발전과 높아진 생활수준 그리고 K뷰티 열풍으로 꾸준히 성장하는 추세이다[1]. COVID-19 사태로 전반적인 경제가 침체국면으로 접어

든 시기에도 뷰티산업은 지속적인 성장을 거듭하게 되었다. 따라서 소규모 뷰티업은 점차 대형화되고 관련된 뷰티프랜차이즈 산업 또한 다양한 형태로 급성장 하였다. 과거에는 기술 위주로 제공하던 뷰티산업에서 최근 뷰티프랜차이즈 산업으로 고객의 아름다움을 추구하고

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

Received May 30, 2021

Accepted August 20, 2021

Revised July 14, 2021

Published August 28, 2021

다양한 정보와 안락한 서비스를 제공하는 산업으로 변모하였다[2]. 이러한 프랜차이즈 산업은 개방과 동시에 양적으로 성장하면서 종업원들의 역할도 매우 중요시 되었다. 그러나 업무에 대한 불만족과 종사자들의 관리 소홀로 이직률이 높아지고 이는 서비스 품질저하와 수익률 감소로 나타난다[3].

뷰티프랜차이즈 산업에서 종업원들의 이직률에 집중하여 내부에서도 직원에게 초점을 맞춘 내부마케팅이 중요시 되었다[4].

뷰티프랜차이즈 산업의 성공에 중요한 요인은 내부 마케팅이고 이는 직원의 만족도를 높여준다. 직원의 만족은 직무에 몰입할 수 있는 계기가 되고 뷰티프랜차이즈 산업의 성공에 큰 영향을 미친다.

이에 본 연구는 뷰티프랜차이즈 종사자들에 대한 내부마케팅이 직무몰입에 미치는 영향을 분석하여 뷰티프랜차이즈 내부마케팅의 기초자료로 제공하고, 종사자들의 직무몰입 프로그램을 다양화 시키기 위한 기초자료로 제공하고자 한다.

## 2. 이론적 배경

### 2.1. 뷰티프랜차이즈 산업

뷰티산업의 성장세에 발맞추어 기업들의 대형화와 서비스를 중심으로 뷰티프랜차이즈 산업이 급격히 성장하였다.

Franchising은 프랑스의 'Freedom from Servitude'에서 유래된 '자유를 준다'라는 뜻으로 권한, 권리, 면책, 특권 중의 한 가지 의미 또는 전체를 포함한 복합적 의미이다[5].

뷰티프랜차이즈 산업은 '감각, 기쁨 등의 근원적 체험에서 미적 디자인, 체험, 감동, 조직, 교육, 상품관리, 세련미 등 다양한 체험과 소비 그리고 고객의 만족까지도 모두 포함된 산업을 말한다[6].

2019년 통계청 프랜차이즈 조사 결과에 의하면 프랜차이즈 가맹점이 21만 6천개, 종사자는 84만 8천명으로 전년 대비 2.6%, 3.9% 증가하였다[7].

다양한 프랜차이즈 산업 중 하나인 뷰티프랜차이즈 산업도 꾸준히 성장하고 있으며, 앞으로도 지속적인 성장을 보여줄 것으로 사료된다. 이를 기반으로 뷰티프랜차이즈 산업은 국내 뿐만 아니라 K팝 열풍과 함께 전세계적으로 발전될 것으로 사료된다.

### 2.2. 내부마케팅

외부 고객을 중심으로 하던 마케팅에서 경쟁사 간의 치열한 경쟁구도 속에 내부 고객인 종업원의 만족도를 위한 마케팅이 점차 중요시 되고 있다. 특히 뷰티분야는 서비스를 기반으로 외부고객을 직면하기 때문에 내부 고객인 종업원이 양질의 서비스를 제공할때 외부 고객의 만족을 이끌어 낼 수 있어 전략적인 내부 마케팅이 중요시 되고 있다[8]. 즉 종업원의 만족도와 동기부여 상승을 위해 양질의 서비스를 제공하면 조직의 목표를 달성할 수 있으므로, 내부마케팅의 중요성이 증시되고 있다.

내부마케팅은 조직의 구성원을 고객으로 인지하고, 종업원에게 필요한 동기부여와 만족도를 상승시켜 서비스 품질을 확보하고 기업의 성공을 위해 종업원을 대상으로 다양한 방법의 마케팅 활동이다[9].

Kwon은 조직 구성원의 고객 지향적 사고를 통하여 외부고객의 만족을 통한 조직의 성과를 향상시킬 수 있다고 하였다[10].

Choi의 연구에서는 종업원들의 소속감과 직무만족을 상승시켜, 고객 지향적 사고를 확립하여 업무성과를 높이고, 종업원의 이직률을 감소시키고 하는 포괄적 마케팅으로 정의하였다[11].

위 선행연구를 바탕으로 내부마케팅은 교육훈련과 보상시스템 그리고 경영충지원, 권한위임 등으로 구성되며 위 요인들이 조직의 종업원들에게 제공될 때 직무에 대한 몰입도가 높아질 것이며, 외부고객에게 만족스러운 서비스를 제공하여 성공적 경영을 이룰 것으로 사료된다.

### 2.3. 직무몰입

직무몰입의 개념은 조직내 종업원이 주어진 업무를 열의와 애착을 가지고 적극적으로 수행하게 되면 목표한 성과에 도달할 수 있는 것으로 조직 구성원들의 노동의 질을 결정하는데 중요한 요소이다[12]. 따라서 단순한 개념의 일 자체가 아니고 어떠한 조건과 원인에 따라 직무에 대한 몰입도가 다르다는 것이다[13].

선행연구에 따르면 직무몰입은 1947년 Allport의 연구에서 조직 내 종업원이 자신의 의무와 화합에서 자존심, 자율, 자애, 명성과 같은 참여도라 하였다[14]. 2005년 하영자는 직무몰입이 높은 종사자는 직무와 직무에 대한 성과를 삶의 중요한 부분으로 인지 하였다[15]. 또한 김수명(2017)은 종업원이 근무하는 조직이나 기업에 대한 애착을 자신과 동일시 하는 정도로 정

의 하였고[16], 김병오(2017)은 조직의 구성원들이 본인의 직무에 열의를 가지고 헌신과 열중하는 정도로 정의 하였다[17].

직무의 몰입은 종사자의 열의와 열중 그리고 자신과도 동일시 될 만큼 개인의 욕구를 충족시키며 매출증대, 고객창출, 목표달성 등에 영향을 미친다고 사료된다. 따라서 본 연구는 전문적 기술을 바탕으로 서비스를 제공하는 뷰티산업 종사자들을 대상으로 직업에 대한 만족과 자기 효능감, 직업에 대한 자부심, 근속, 애착 등을 직무 몰입의 요인으로 구성하였다.

### 3. 연구방법

#### 3.1. 자료수집 및 연구방법

본 연구는 내부마케팅(교육훈련, 보상시스템, 권한위임, 경영층지원)인 직무몰입, 직무만족, 감성지능, 직무성과에 대한 선행논문을 기초로 본 연구에 적합하게 수정 및 보완하여 구성하였다.

설문지 문항은 내부마케팅의 교육훈련, 보상시스템, 권한위임, 경영층지원은 각각 5문항, 직무몰입도 5문항, 인구통계학적 특성 6문항으로 구성하였으며, 뷰티산업의 프랜차이즈 종사자들을 대상으로 2021년 2월 1일부터 2021년 3월 31일 까지 설문지 250부를 배포하여 227부가 회수되고, 불성실 응답자 27부를 제외한 200부를 이용하여 수집된 자료는 SPSS 22.0 프로그램으로 빈도분석, 신뢰도 분석, 요인분석, 상관분석, 다중회귀분석 등으로 진행하였다.

#### 3.2. 연구의 가설 및 모형

본 연구의 가설은 내부마케팅인 교육훈련, 보상시스템, 권한위임, 경영층지원이 직무몰입에 미치는 영향으로 설정하였다.

- 가설 1. 교육훈련은 직무몰입에 유의한 영향을 미칠 것이다.
- 가설 2. 보상시스템은 직무몰입에 유의한 영향을 미칠 것이다.
- 가설 3. 권한위임은 직무몰입에 유의한 영향을 미칠 것이다.
- 가설 4. 경영층지원은 직무몰입에 유의한 영향을 미칠 것이다.

본 연구의 가설검증 모형도는 Fig. 1과 같다.

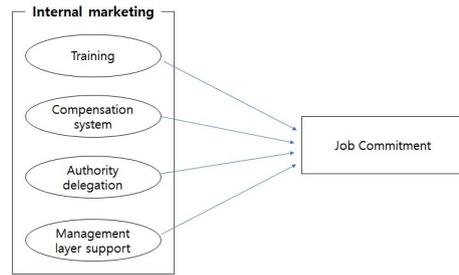


Fig. 1. Research model diagram

## 4. 분석결과

### 4.1. 조사대상자의 인구통계학적 특성

조사대상자의 인구통계학적 특성에 대한 빈도분석 결과 다음의 Table 1과 같다.

성별은 남자가 6명으로 3.0%, 여자가 194명으로 97.0%를 차지하여 조사대상자 대부분이 여자로 조사되었다. 연령은 20대가 185명으로 92.5%, 30대가 8명으로 4.0%, 40대가 7명으로 3.5%로 나타났으며, 학력은 고졸 이하가 8명으로 4.0%, 전문대졸(재학)이 156명으로 78.0%, 대졸(재학)이 32명으로 16.0%, 대학원졸(재학)은 4명으로 2.0%를 차지하는 것으로 나타났다. 경력은 1년 미만인 50명으로 25.0%, 1~3년 미만이 102명으로 51.0%, 3~5년 미만이 32명으로 16.0%, 5년 이상이 16명으로 8.0%를 차지하였다. 직원 수는 1~3명 미만이 3명으로 1.5%, 3~5명 미만이 20명으로 10.0%, 5~7명 미만이 50명으로 25.0%, 7명 이상이 127명으로 63.5%를 차지하였으며, 직급에서는 실장(매니저)이 54명으로 27.0%, 팀장(중간관리자)이 41명으로 20.5%, 관리사가 105명으로 52.5%를 차지하는 것으로 조사되었다.

### 4.2. 측정도구의 타당성 및 신뢰도 검증

본 연구에 사용한 측정항목들에 대한 타당성 검증을 위해 탐색적 요인분석을 실시하였으며, 신뢰도 검증을 위해 Cronbach's Alpha 계수를 산출하였다.

요인분석 결과, 내부마케팅 요인은 교육훈련, 보상시스템, 권한위임, 경영층지원의 4개 요인으로 추출되었고, 직무몰입은 단일 요인으로 추출되었다. 요인분석 과정에서 5번 측정항목 내부마케팅의 보상시스템인 '고객평가를 직원의 보상에 반영하는 제도가 시행된다'는 다른 요인에 적재되어 제거하였다. 요인분석을 통해 추출된 각 요인들의 요인적재량이 모두 0.6 이상으로 나타

나 측정항목들의 타당성이 검증되었다. 내부마케팅 요인인 교육훈련, 보상시스템, 권한위임, 경영충지원에 대한 전체 누적 분산은 79.00%로 높은 분산 설명력을 나타내고 있으며, 요인적재량도 0.680~0.884의 분포를 나타내고 있다. 직무몰입은 측정항목의 요인적재량이 모두 0.8 이상으로 나타났으며, 분산 설명력은 78.98%

로 나타났다. 또한 본 연구에 사용한 측정항목들의 내적 일관성을 검증하는 신뢰도 분석에서는 Cronbach's Alpha 계수가 모두 0.9 이상으로 매우 높게 나타나고 있다. 요인분석과 신뢰도 분석을 통해 측정항목의 타당성 및 신뢰도를 검증한 분석 결과는 다음의 Table 2와 같다.

**Table 1. Demographic Characteristics**

Division		Frequency(persons)	Ratio(%)
Gender	Man	6	3.0
	Woman	194	97.0
Age	20's	185	92.5
	30's	8	4.0
	40's	7	3.5
Education	Less than High School	8	4.0
	Junior College Graduate(current student)	156	78.0
	University Graduate (student)	32	16.0
	Graduate School(current student)	4	2.0
Career	Less than 1 year	50	25.0
	Less than 1 ~ 3 years	102	51.0
	Less than 3 ~ 5 years	32	16.0
	More than 5 years	16	8.0
Number of Employees	Less than 1 ~ 3 people	3	1.5
	Less than 3 ~ 5 people	20	10.0
	Less than 5 ~ 7 people	50	25.0
	7 or more	127	63.5
Rank	Chief(Manager)	54	27.0
	Team Leader(Middle manager)	41	20.5
	Manager	105	52.5
Sam		200	100.0

**Table 2. Validation of validity and reliability**

Factors of Measurement		Factor load	Eigen value	Variance explained(%)	Cronbach's Alpha	
L n t e r n a l  M a r k e t i n g	Educaion and Training	Giving Current Education and Training Opportunities	0.884	3.977	20.930	0.937
		Completion of various education and training	0.864			
		Education and training related to duties	0.850			
		The value of education and training programs	0.772			
		Education and Training Help in Work	0.726			
	Compensation system	Fair compensation and rewards	0.854	3.273	17.229	0.919
		Providing incentives	0.848			
		Fair treatment and promotion	0.829			
		Appropriate Compensation System	0.680			
	Delegation of Authority	Allow employee initiative	0.871	4.040	21.262	0.935
		Allow autonomy in decision making	0.844			
		Allow employees to make personal judgments	0.828			
		Trust Employee Judgment	0.808			
	Support for the Management Class	Encouraging Originality	0.806	3.720	19.581	0.906
		Seamless interactive information flow	0.817			
		Encouraging employees	0.810			
Employee involvement in decision making		0.803				
Open communication		0.801				
Easy access to management	0.779					
KMO: 0.907, Bartlett's test $\chi^2$ : 3383.109, p= 0.000						
Job commitment	I'm proud of what I do	0.938	3.949	78.982	0.931	
	Attachment to my work	0.928				
	Continue with what you are doing	0.896				
	Important in my life	0.868				
	My work means more than money	0.808				
KMO: 0.868, Bartlett's test $\chi^2$ : 883.195, p= 0.000						

### 4.3. 상관분석

연구가설을 검증하기 전에 변수들 간의 관련성 정도와 방향을 파악하기 위해 상관분석을 실시하는 것이며, 변수들 간의 영향관계를 의미하는 것은 아니다. 따라서 본 연구에 사용된 변수들 간의 연관성을 파악하기 위해 변수 간의 상관 혹은 공분산의 계산에 의해 가장 널리 사용되는 피어슨 적률상관계수(Pearson's product moment correlation coefficient)를 사용하여 상관분석을 실시하였다.

본 연구의 상관분석 결과 모든 상관계수가 1보다 낮게 나타나 구성개념 간의 판별타당성이 확보되었으며, 상관분석 결과는 다음의 Table 3과 같다.

### 4.4. 가설검증

피부미용 프랜차이즈 내부마케팅인 교육훈련, 보상시스템, 권한위임, 경영층지원이 직무몰입에 유의한 영향을 미칠 것이다 라는 연구가설을 검증한 결과, 내부마케팅 요인이 직무몰입에 대한 설명력이 41.8%로 나

타났으며 회귀모형의 F값이 유의수준(p=0.000) 하에서 34.657의 값을 보이고 있다. 세부 내역을 살펴보면, 내부마케팅 요인인 보상시스템(t=4.964, p<0.001), 권한위임(t=3.150, p<0.01), 경영층지원(t=2.214, p<0.05), 교육훈련(t=2.075, p<0.05) 모두 직무몰입에 유의한 영향을 미치는 것으로 분석되었으며, 독립변수인 내부마케팅 요인 중에서 직무몰입에 가장 많은 영향을 미치는 요인은 보상시스템( $\beta=0.311$ )으로 나타났다. 이로써 가설 1, 2, 3, 4는 모두 채택되었으며, 가설 검증결과는 다음의 Table 4와 같다.

## 5. 결론

본 연구는 내부마케팅의 선행논문을 기반으로 내부마케팅의 개념을 이해하고 뷰티산업에 대한 프랜차이즈의 시스템과 구조 그리고 특성 및 현황을 명확하게 파악하여 뷰티프랜차이즈 산업에 내부마케팅을 강화하기 위한 다양한 프로그램을 설계하고자 연구를 진행 하였다.

Table 3. Correlation Analysis

Sortation	Education and Training	Compensation system	Delegation of Authority	Support for the management class	Job commitment
Education and Training	1				
Compensation system	0.610**	1			
Delegation of Authority	0.430**	0.554**	1		
Support for the management class	0.439**	0.307**	0.363**	1	
Job commitment	0.492**	0.474**	0.492**	0.508**	1

Note:Correlation coefficient is significant at \*\*:p<0.01 level(both sides)

Table 4. Impact of internal marketing on job commitment

Dependent variable	Independent variable	Nonstandard coefficient		Standardized coefficient	t	p	Collinearity statistic	
		B	Std. error	Beta			TOL	VIF
Job commitment	(Constant)	0.141	0.425		0.322	0.740		
	Education and Training	0.176	0.085	0.153	2.075	0.039*	0.553	1.809
	Compensation system	0.411	0.083	0.311	4.964	0.000***	0.768	1.301
	Delegation of Authority	0.214	0.068	0.215	3.150	0.002**	0.648	1.544
	Support for the management class	0.156	0.071	0.169	2.214	0.028*	0.516	1.938

R<sup>2</sup>= 0.418, Modified R<sup>2</sup>= 0.406, F= 34.657, p= .000

\* : p<.05, \*\* : p<.01, \*\*\* : p<.001

본 연구를 위한 대상자는 뷰티산업 중 피부미용 직종의 프랜차이즈 종사자들을 대상으로 2021년 2월 1일부터 2021년 3월 31일 까지 설문지 250부를 배포하여 227부가 회수되었고, 불성실 응답자 27부를 제외한 200부를 이용하였다.

본 연구 결과는 다음과 같다.

조사대상자의 인구통계학적 특성을 빈도분석한 결과 전체 200명 중 남자는 6명으로 3.0%, 여자는 194명으로 97.0%로 나타났다. 이는 직업의 특성상 남자보다 여자의 분포가 높은 것으로 사료되며, 연령은 20대가 185명으로 92.5%로 나타났고, 학력은 전문대졸(재학)이 156명으로 78%, 경력은 1~3년 미만이 102명으로 51%, 직원 수는 7명 이상이 127명으로 63.5%로 나타났으며, 직급에는 관리사가 105명으로 52.5%로 나타났다.

타당성과 신뢰도 검증에서는 탐색적 요인분석과 Cronbach's Alpha 계수를 활용하였고, 내부마케팅에 대한 요인분석시 보상시스템 5번 측정항목이 다른 요인에 적체 되었으므로 제거하고 분석한 결과 모두 0.6 이상, 단일 요인으로 추출된 직무몰입도 0.8 이상임으로 타당성이 검증되었다. 신뢰도 또한 0.9이상으로 나타났다.

본 연구의 가설검증 결과는 가설 1, 2, 3, 4 모두 직무몰입에 영향을 미쳤으며, 이중 가장 많은 영향을 미친 요인은 보상시스템으로 나타났다. 따라서 지속적으로 발전하는 뷰티프랜차이즈 산업은 규모도 중요하지만 종사자들이 만족할 만한 조직적 체계와 종사자들을 위한 다양한 내부마케팅이 뷰티프랜차이즈 시스템을 견고하게 발전시키고 종사자가 자신의 직무에 몰입할 수 있다고 사료된다. 이러한 구조를 갖춘 뷰티프랜차이즈는 우수한 인재를 선발할 수 있으며, 종사자의 잦은 이직률 또한 낮출 수 있을 것으로 사료된다. 나아가 이러한 모든 변화는 기업의 매출에도 큰 영향을 미칠 것으로 사료된다.

## REFERENCES

- [1] I. S. Park. (2021). Structural Relationship Analysis of Internal Marketing, Job Satisfaction, and Customer Orientation. *Convergence Knowledge Society : convergence Knowledge Society Existence Paper 9(1)*, 65-73
- [2] N. Y. Kim. (2011). *Influence of Job Training in the Beauty Franchise Industry on the Employees' Satisfaction and Performance*. A master's thesis. Sejong University. Seoul.
- [3] M. H. Moon & B. S. Sung. (2012). A Case Study on improving the yield to enhance the beauty industry in the operating room. *Journal of the Korean Society for Skin and Beauty*. 10(4). 901-909.
- [4] 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.
- [5] S. I. Park. (2009). *A study on the Factors Affecting the Performance of Domestic Franchise Business*. Doctoral dissertation. Konkuk University. Seoul.
- [6] S. W. Hwagn. (2009). Current status of beauty industry in Korea. *A Study on the Advancement of Beauty Industry related to Nail and Make-up*. Korea Health Industry Promotion Agency.
- [7] Bureau of Economic Statistics, Department of Industrial Statistics. (2020). *Franchise(Branchise) Survey Results(Correction)*. Daejeon. Statistics Korea.
- [8] 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.
- [9] H. J. Kim. (2016). *A Study on the Organizational Performance of the Internal Marketing and Emotional Intelligence*. Doctoral dissertation. Mokpo National University. Mokpo.
- [10] 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.
- [11] 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.
- [12] H. R. Choi. (2015). *A Study on the Effect of Quality Management System Awareness toward Job Involvement, Organizational Commitment, Organizational Citizenship Behavior and Job Performance*. Doctoral dissertation. Seokyeong University. Seoul.
- [13] J. W. Choi. (2016). *A Study on the Effects of Interpersonal Skills and Job Stress on Job Immersion of Social Welfare Facilities Workers*.

Doctoral dissertation. Yonsei University. Seoul.

- [14] Allport. G. and Postman. L. (1947). *The Psychology of Rumor*. Holt, Rinehart and Winston. New York.
- [15] Y. J. Ha. (2005). *Prediction of satisfaction, achievement, and level of job immersion in online job education using motivational spokesmen and self-regulation learning performance of public officials*. Doctoral dissertation. Ewha womans University. Seoul.
- [16] S. M. Kim. (2017). *A Study on the Effect of Organizational Fairness and fLeaders' Decision-Making Form on Job Immersion and Organizational Immersion*. Doctoral dissertation. Inje University. Gimhae.
- [17] B. O. Kim. (2017). *The Relations between Job Demand and Job Satisfaction of Rail Employees, Mediated Effect of Organization-Based Self-Esteem and Job Involvement*. Doctoral dissertation. Seoul Hanyoung University. Seoul.

신 동 화(Shin Dong Hwa)

[정회원]



- 2015년 8월 : 건국대학교 생물공학  
이학박사
- 2020년 2월 ~ 현재 : (주) 바크로  
교육이사
- 관심분야 : 피부, 화장품
- E-Mail : 3527shin@hanmail.net

김 현 주(Kim Hyun Joo)

[정회원]



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