

미용서비스교육이 헤어미용종사자의 고객지향성과 직무성과에 미치는 영향

서선민¹, 고경숙^{2*}

¹원광디지털대학교 한방미용예술학과 겸임교수, ²원광대학교 자연과학대학 뷰티디자인학부 교수

The Effects of Educational Satisfaction on Job Satisfaction and Organizational Commitment of Hair Beauty Service Employees -using leadership of chief managers as a mediator

Sun-Min Seo¹, Kyoung-Sook Ko^{2*}

¹Adjunct professor, Dept. of Oriental Medicinal Cosmetics & Arts, Wonkwang Digital University

²Professor, Dept. of Beauty Design, Wonkwang University

요약 본 연구는 미용서비스교육이 미용종사자의 고객지향성과 직무성과에 미치는 영향을 실증적으로 분석한 연구이다. 연구 결과 첫 번째, 서비스교육훈련, 고객지향성과 직무성과의 상관분석을 실시한 결과 서비스교육훈련은 직무성과와, 고객지향성은 서비스교육훈련과 직무성과는 서비스교육훈련과 가장 높은 유의한 정적 상관이 있는 것으로 나타났다. 두 번째, 서비스교육훈련은 고객지향성과 유의한 영향을 미치는 것으로 나타났다. 또한 서비스교육훈련은 직무성과에 유의한 영향을 미치는 것으로 나타났다. 세 번째, 서비스교육훈련과 고객지향성은 직무성과에 유의한 영향을 미치는 것으로 나타났다. 직무성과에 가장 크게 영향을 미치는 요인은 고객지향성으로 나타났으며, 고객지향성, 서비스교육훈련의 하위요인 교육환경, 교육내용, 교육강사가 높을수록 직무성과가 높아지는 것을 알 수 있다. 이러한 연구결과는 미용종사자들의 교육환경과 강사진, 교육내용이 좋을수록 고객지향적인 서비스가 높게 나타나 충성도 높은 고객의 창출로 이어지며 직무성과를 향상시킬 수 있음을 보여준다.

주제어 : 미용종사자, 미용서비스, 서비스교육훈련, 고객지향성, 직무성과

Abstract This study empirically analyzed the effects of beauty service training on customer orientation and job performance of beauty industry workers. First, as a result of the study, there were differences in service training, customer orientation, and job performance according to general characteristics, and service training showed significant differences in age, highest level of education, work experience, and number of employees, job performance in age, work experience, and number of employees, and job performance in age, academic background, work experience, and number of employees. Secondly, it was identified that service training makes a significant effect on customer orientation, the factor that makes the greatest effect on customer orientation among sub-factors of service training is educational content, and it can be seen that customer orientation increases when educational content, educational instructor, and educational environment are higher. Thirdly, it was identified that service training and customer orientation make a significant effect on job performance. These research results show that the better the educational environment, instructor, and educational content of beauty industry workers, the higher the customer-oriented service, leading to the creation of loyal customers and can improve job performance as well.

Key Words : Beauty industry worker, Beauty service, Service training, Customer orientation, Job performance

1. 서론

현대사회는 서비스 산업의 경쟁력을 높이고 서비스 품질을 향상시키려는 노력이 다방면으로 이루어지고 있

*Corresponding Author : Kyoung-Sook Ko(koks31@wku.ac.kr)

다. 그 이유는 서비스 품질의 향상이 서비스 산업의 생존과 수익성에 직결되고, 기업은 서비스 품질의 향상을 통한 경쟁력 확보만이 다른 기업들과의 경쟁우위를 지킬 수 있는 서비스 경쟁의 시대가 되었기 때문이다[1]. 이처럼 서비스 종사자들의 역할이 서비스 기업의 경쟁우위를 결정짓는 중요한 요인으로 떠오르면서 기업은 인적자원 즉, 서비스에서 고객과 직접 접촉하는 서비스 종사자들에게 관심을 가지게 되었다[2]. 다양한 서비스업 중 미용업 역시 인적자원에 대한 의존도가 매우 높으며, 헤어미용의 경우 실질적으로 고객들과의 접촉 시간이 길어 직원의 역할과 비중이 다른 서비스 산업에 비해 많은 부분을 차지하고 있다.

일반적으로 미용이라 하면 기술적인 부분만을 다루는 경우가 대부분이었으나, 인체를 대상으로 하기 때문에 성공적인 고객만족 서비스를 이끌어내기 위해서는 기술적인 면은 물론 고객의 유형, 직업, 심리까지[3] 파악하여 서비스를 제공한다. 최근 미용서비스분야의 경우, 고객과 서비스 제공자와의 관계형성이 중요 요소로 두각되고 있으며[4], 미용서비스교육은 고객을 단순 기술로써 만족시키기보다 인간적인 면으로 접근하려는 관계마케팅 이론을 적용시켜 서비스를 제공하려는 경향이 나타나고 있다[5]. 미용업계에서 서비스교육이 중요한 이유는 직원들이 서비스 매뉴얼들을 숙지하여 고객들에게 원활한 서비스를 제공함으로써 매출 증대, 고객충성도 및 재방문율을 높이는데 있다[6]. 또한 고객의 중요성 및 가치를 인식하고 종사원의 서비스마인드 및 서비스 태도를 개발함으로써 고객감동을 통해 개인은 물론 조직의 성과를 높이는 것이다[7]. 즉, 미용서비스업을 비롯한 서비스 산업의 경우 종사자의 사기와 태도가 사업의 성과에 결정적인 역할을 하기 때문에 서비스 품질을 향상시키고 고객만족을 제고시키기 위해서는 종사자를 만족시켜야한다. 이처럼 조직 내에서 고객지향성이 높은 직원들은 그렇지 않은 직원들 보다 높은 업무성과를 도출해 내고, 직무에 호의적이므로 고객과 기업 양측의 이익 추구에 기여할 수 있을 것이다[8]. 고객지향성은 직무성과 측면에서 장기적으로 고객의 잠재적인 이익까지 고려하므로 조직은 직원들의 고객지향성을 장려하여 경쟁우위를 유지하려고 한다[9].

21세기에는 인적자원개발을 통해 우수한 서비스 역량을 갖춘 인재의 확보와 육성이 중요하며, 조직의 서비스 품질을 높이기 위해서는 종사자를 만족시켜야 하고

종사자를 만족시키기 위해서는 서비스교육훈련이 지속적으로 실행되어야 고객과 사업에 결정적인 역할을 미친다. 그러나 지금까지의 선행연구를 보면 미용서비스 교육프로그램의 효과[10], 서비스교육실태를 중점으로 한 교육프로그램 제안[11], 미용 교육서비스품질이 예비 미용사의 만족 및 인지된 교육효과에 미치는 영향[12], 등 교육프로그램이나 교육효과에 대한 연구들은 있으나, 서비스교육훈련에 관한 연구나 서비스교육훈련과 고객지향성, 직무성과 등 세 가지 요인간의 영향 관계를 규명한 연구는 미비한 실정이다. 따라서 본 연구를 통하여 서비스교육훈련이 미용서비스 종사자의 고객지향성과 직무성과에 직접적인 영향 관계를 알아보고, 서비스교육훈련이 고객지향성과 직무성과에 어떠한 영향을 미치는지 실증적으로 분석하고자 한다.

2. 이론적배경

2.1 서비스교육훈련

서비스교육훈련은 고객의 중요성 및 가치를 인식하고 종사원의 서비스 마인드 및 서비스태도를 개발함으로써 고객감동을 통해 개인은 물론 조직의 성과를 높이는 것이다. 교육훈련은 구체적으로 생산성 향상, 품질개선, 인적자원 계획의 개선, 사기증가, 간접적 보상의 향상, 보건위생의 증진, 개인적 성장에 목적을 두며 전반적으로는 조직유효성의 향상에 영향을 준다[13] 교육훈련은 직원들로 하여금 전문적 능력향상 이외 태도변화를 통한직원의 성취동기를 형성시켜 근로의욕을 증진시키며 조직의 활성화를 촉구시킨다[14]. 이러한 교육훈련은 기업이 요구하는 지식 기능 태도 등을 향상시켜 현재 또는 장래에 수행해야할 직무를 효과적으로 수행하게 함으로써 기업의 목표를 달성하고자 하는 조직적인 경영관리 활동이다. 또한 조직의 성과나 효율을 증대하기 위해 직원들의 업무관련 지식과 기술을 늘리는 수단이며[15], 더 나아가 업무성과의 질과 양을 높여 직무만족과 사기를 높이는 수단이다. Schneider[16]는 서비스를 제공하는 직원들의 태도와 행동이 서비스를 제공받는 고객들의 지각에 커다란 영향을 미치기 때문에 서비스 제공자가 어떠한 태도로 업무를 수행하느냐에 따라 고객이 지각하는 품질에 차이를 보이고 있다고 하며 서비스 접점 직원들 태도의 중요성에 대해 강조하였다.

2.2 고객지향성

고객지향성은 기업경영에서 목표 고객의 욕구와 필요를 찾아서 충족시켜 줄 수 있는 제품과 서비스를 제공함으로써 고객의 만족을 극대화하여 기업의 목표를 달성하려는 고객중심 경영철학이라 할 수 있다. 고객지향성은 장기적으로 고객만족을 증가시키고 고객 불만족을 줄이려는 판매행동으로써 영업의 목적이 고객욕구충족에 있고, 장기적인 고객욕구에 초점이 있으며 판매원도 문제해결자의 역할을 함으로써 고객의 욕구와 판매자의 제공물이 일치하게 된다. 따라서 고객지향성은 판매원이 자신의 고객이 만족스러운 구매결정을 하도록 돕고자 노력함으로써 마케팅 활동을 하는 정도로 정의할 수 있다. 즉, 고객지향성은 고객지향적 사고를 말하며, 고객의 욕구를 찾아 이것을 만족시킴으로써 조직의 목표를 달성하려는 개인의 이념이라 정의할 수 있다 [16]. Saxe & Weitz [17]은 판매원이 그들의 고객에게 고객요구를 만족하게 하는 구매의사결정을 함에 있어서 구매에 도움이 되도록 노력하는 마케팅 컨셉의 수행정도라 하였다. Kelly [18]는 서비스 종사원을 대상으로 고객지향성에 미치는 영향을 조사하였는데 높은 고객지향성을 지닌 서비스 제공자는 고객의 만족을 증가시키기 위한 행동을 보였다고 주장하였다. 또한 고객지향적 행동은 서비스 제공기업과 고객사이의 장기적 관계구축을 유도하므로 매우 중요하다고 하였다.

2.3 직무성과

일반적으로 직무성과는 경쟁이 심한 사회에서 조직 내 행동이나 인적자원관리를 예측하는데 있어 흔히 사용되는 개념이며 종사자들이 조직의 목표나 과업을 달성하기 위하여 자신이 맡은 업무를 얼마나 성공적으로 수행했는지 보여주는 노력의 결과를 의미한다 [19]. 즉, 조직구성원 자신이 맡은 직무를 어떻게, 얼마나 성공적으로 수행하였느냐 [20]. 하는 성취도에 관련된 것으로 집단의 능력이나 개인의 능력을 평가하여 실무자의 직무를 판단하고 승진에 반영하기 위해 주로 사용되는 개념이다 [21]. 직무성과는 조직의 성공에 직접적으로 영향을 미치므로, 조직 관리자와 조직에 있어서 매우 중요하여 오늘날 마케팅과 인사조직에서 널리 연구되고 있는 주제로 [22]. 구성원의 직무성과는 조직관리에 있어서 유효성을 나타내는 지표로 사용되어진다. 또한 조직을 성공적으로 이끌어 나가는데 중요한 요인 중 하나로

인식되어 조직목표를 이루는 측면에서 주로 다루어진다.

3. 연구방법 및 절차

3.1 연구가설검정

연구목적에 따른 연구모형에 기준하여 다음과 같은 가설을 설정하였다.

가설 1: 일반적 특성에 따른 서비스교육훈련, 고객지향성, 직무성과에 차이가 있을 것이다.

가설 2: 서비스교육훈련, 고객지향성과 직무성과는 상관관이 있을 것이다.

가설 3: 서비스교육훈련은 고객지향성에 영향을 미칠 것이다.

가설 4: 서비스교육훈련과 고객지향성은 직무성과에 영향을 미칠 것이다.

3.2 연구대상

연구대상자의 일반적 특성을 알아보기 위해 연령, 성별, 학력, 총 미용경력, 매장 직원수에 대하여 빈도분석을 실시한 결과 Table 1과 같다.

Table 1. General characteristics of study subjects

		frequency	%
age	under 20 years old	22	(5.4)
	20~29 years old	249	(60.6)
	30~39 years old	104	(25.3)
	over 40 years old	36	(8.8)
gender	male	126	(30.7)
	woman	285	(69.3)
education	less than high school	92	(22.4)
	college graduation/attending	231	(56.2)
	university graduation/attending(4 years)	88	(21.4)
Total cosmetology experience	less than a year	59	(14.4)
	1 year or more and less than 3 years	102	(24.8)
	3 year or more and less than 5 years	104	(25.3)
	5 year or more and less than 10 years	74	(18.0)
	more than 10 years	72	(17.5)
number of employees	5 people or less	60	(14.6)
	5 or more and 10 or less	87	(21.2)
	11 or more and 15 or less	90	(21.9)
	16 people or more	174	(42.3)
		411	(100.0)

연구대상은 411명으로 연령은 20세미만 22명(5.4%), 20~29세 249명(60.6%), 30~39세 104명(25.3%), 40세이상 36명(8.8%)로 20~29세가 가장 많았으며 성별은 남성 126명(30.7%), 여성 285명(69.3%)로 여성이 남성의 2배 정도로 나타났다. 최종학력은 고등학교 졸업이하 92명(22.4%), 전문대졸업/재학 231명(56.2%), 대졸/대재(4년제)이상 88명(21.4%)로 전문대졸업/재학이 가장 높게 나타났다. 총 미용경력 1년미만 59명(14.4%), 1~3년 미만 102명(24.8%), 3~5년 미만 104명(25.3%), 5~10년 미만 74명(18.0%), 10년 이상 72명(17.5%)로 3~5년 미만이 가장 높게 나타났다. 직원수는 5인 이하 60명(14.6%), 6~10인 이하 87명(21.2%), 11~15인 이하 90명(21.9%), 16인 이상 174명(42.3%)로 16인 이상이 가장 높게 나타났다.

3.3 자료수집 및 분석방법

3.3.1 자료수집

자료의 수집 방법으로 자기기입식 설문지법이 사용되었으며, 연구문제를 해결하는데 필요한 자료를 수집하였다. 자료수집 기간은 2020년 10월 19일부터 11월 13일까지 총 430부의 설문지를 배포하여 수거된 415부의 설문지 중 분석에 사용되지 불충분하다고 판단되는 4부의 설문지를 제외한 411부가 최종 분석 자료로 사용되었다.

3.3.2 표본크기

표본의 크기는 ANOVA, 회귀분석을 위해 G Power 3.1 프로그램을 이용하여 효과크기 .23, 검정력 .97, 유효값 .05로 산출된 F기각역 2.39, 총 표본크기 400명으로, 탈락률을 고려하여 415명을 임의표집 하였다. 415명의 설문지 중 응답이 불완전한 4명의 자료를 제외한 총 411명(99.0%)의 설문지를 연구자료로 분석하였다. 따라서 본 연구대상자로 선정된 411명은 연구에 필요한 표본의 수를 충족하였다.

3.3.3 연구도구 및 신뢰성

대상자의 인구사회학적 특성은 총 5문항으로 연령, 성별, 학력, 총근무경력, 직원수를 묻는 문항으로 구성하였다. 서비스교육훈련은 13문항, 고객지향성은 4문항, 직무성과는 11문항으로 총 28문항으로 구성되었다. 문항

은 '전혀 그렇지 않다' 1점부터 '매우 그렇다', 5점으로 Likert 척도로 측정하였으며, 점수가 높을수록 서비스교육훈련, 고객지향성, 직무성과가 높음을 의미한다. 서비스훈련 신뢰도계수 Cronbach's α 가 .95, 하위요인 교육내용 3문항으로 신뢰도계수는 .88, 교육강사 5문항으로 신뢰도계수 .91, 교육환경 5문항으로 신뢰도계수 .92로서 문항 간의 내적 일관성이 확보되었다. 고객지향성 신뢰계수 Cronbach's α 가 .91, 직무성과 신뢰도계수 Cronbach's α 가 .93로서 문항 간의 내적 일관성이 확보되었다.

3.3.4 분석 방법

수집된 자료는 IBM SPSS Statistics 26.0 통계프로그램을 이용하여 분석하였다. 자료분석에 사용된 구체적인 통계 기법은 다음과 같다.

1) 일반적 특성을 알아보기 위해 빈도분석(Frequency)을 실시하였다.

2) 일반적 특성에 따른 서비스교육훈련, 고객지향성, 직무성과에 차이가 있는지를 알아보기 위하여 독립표본 t-test와 일원분산분석(one-way ANOVA)을 실시하였다. 분산분석이 유의한 경우 사후분석을 실시하였으며 사후분석으로는 Scheffe의 사후검정을 실시하였다. 집단의 크기가 30이하인 경우 정규성 검정을 실시하여 정규성을 만족하지 않는 경우와 등분산성을 만족하지 않은 경우는 비모수 검정(Kruskal-Wallis의 H)을 실시하여 같이 제시하였다.

3) 서비스교육훈련, 고객지향성과 직무성과는 상관관계를 알아보기 위해 상관분석(Pearson correlation)을 실시하였다.

4) 서비스교육훈련이 고객지향성에 미치는 영향을 알아보기 위해 회귀분석(Regression)을 실시하였다.

5) 서비스교육훈련과 고객지향성은 직무성과에 미치는 영향을 알아보기 위해 회귀분석(Regression)을 실시하였다. 연구도구의 내적 신뢰도는 Cronbach's α 를 산출하였으며 유의수준 α 는 .05이하로 하였다.

4. 결과 및 고찰

4.1 일반적 특성에 따른 서비스교육훈련, 고객지향성, 직무성과의 차이

4.1.1 일반적 특성에 따른 서비스교육훈련의 차이

일반적 특성에 따른 서비스교육훈련의 차이를 독립 표본 t-검정 또는 분산분석을 실시한 결과 Table 2과 같다. 일반적 특성에 따른 서비스교육훈련의 차이를 분석한 결과 연령(F=6.197, p<.001), 최종학력(F=4.098, p<.05), 근무경력(F=4.656, p<.01)와 직원수(F=6.479, p<.001)에서 유의한 차이를 보였다. 구체적으로 살펴보면, 연령은 29세이하에 비해 40세 이상이 높게 나타났으며 학력은 고졸이하에 비하여 대졸/대재이상의 서비스교육훈련이 유의하게 높게 나타났다. 근무경력은 1년 미만에 비하여 3~5년미만과 10년이상의 서비스교육훈련이 유의하게 높게 나타났다. 직원수는 6인~10인이하에 비하여 5인이하와 11인~15인이하, 16인이상에 비해 5인이하의 서비스교육훈련이 유의하게 높게 나타났다.

일반적 특성에 따른 서비스교육훈련 하위요인 교육 내용의 차이를 분석한 결과 연령(F=6.078, p<.001), 최종학력(F=7.5456, p<.01), 근무경력(F=5.079, p<.01)와 직원수(F=3.118, p<.05)에서 유의한 차이를 보였다. 구체적으로 살펴보면, 연령은 20세 미만에 비해 30세 이상, 20~29세에 비해 40세이상이 유의하게 높게 나타났으며 학력은 고졸이하에 비해 대졸/재학이상의 서비스교육훈련 하위요인 교육내용이 유의하게 높게 나타났다. 근무경력은 1년미만에 비하여 3년이상의 서비스교육훈련 하위요인 교육내용이 유의하게 높게 나타났다. 직원수는 6~10인이하에 비하여 5인이하의 서비스교육훈련 하위요인 교육내용이 높게 나타났다.

Table 2. Differences in work value according to general characteristics

		service training		Training content		educator		educational environment	
		M	SD	M	SD	M	SD	M	SD
age	under 20 years old	3.95a	(.75)	3.80a	(.90)	3.98a	(.75)	4.02a,b	(.75)
	20-29 years old	3.98a	(.60)	4.03a,b	(.65)	4.03a	(.63)	3.93a	(.68)
	30-39 years old	4.10a,b	(.61)	4.20b,c	(.64)	4.13a,b	(.64)	4.03a,b	(.69)
	over 40 years old	4.42b	(.52)	4.42c	(.54)	4.48b	(.52)	4.39b	(.62)
	F(p)	6.197***	(.001)	6.078***	(.001)	5.666**	(.001)	4.973**	(.002)
		18.741***†	(.001)	16.494***†	(.001)	17.920***†	(.001)	13.837***†	(.003)
gender	male	4.07	(.61)	4.11	(.66)	4.09	(.66)	4.05	(.68)
	woman	4.04	(.62)	4.09	(.67)	4.09	(.63)	3.98	(.70)
	t(p)	.546	(.585)	.383	(.702)	-.029	(.977)	.972	(.332)
education	less than high school	3.95a	(.63)	3.91a	(.70)	4.02	(.66)	3.94	(.70)
	college graduation/attending	4.03a,b	(.60)	4.10a,b	(.65)	4.07	(.64)	3.97	(.68)
	university graduation/attending(4 years)	4.20b	(.59)	4.28b	(.60)	4.22	(.61)	4.15	(.69)
	F(p)	4.098*	(.017)	7.545**	(.001)	2.446	(.088)	2.549	(.079)
Total cosmetology experience	less than a year	3.83a	(.63)	3.80a	(.71)	3.95a	(.69)	3.78a	(.66)
	1 year or more and less than 3 years	3.99a,b	(.59)	4.01a,b	(.64)	4.03a,b	(.61)	3.95a,b	(.67)
	3 year or more and less than 5 years	4.15b	(.63)	4.19b	(.66)	4.19a,b	(.65)	4.10a,b	(.73)
	5 year or more and less than 10 years	4.00a,b	(.58)	4.17b	(.62)	3.99a,b	(.63)	3.91a,b	(.66)
	more than 10 years	4.23b	(.57)	4.25b	(.62)	4.27b	(.59)	4.20b	(.65)
	F(p)	4.656**	(.001)	5.079**	(.001)	3.530**	(.008)	4.150**	(.003)
number of employees	5 people or less	4.27c	(.65)	4.26	(.70)	4.25b	(.69)	4.29b	(.67)
	5 or more and 10 or less	3.93a	(.62)	3.98	(.72)	3.95a	(.66)	3.89a	(.69)
	11 or more and 15 or less	4.19b,c	(.55)	4.19	(.57)	4.22b	(.57)	4.15a,b	(.62)
	16 people or more	3.96a,b	(.60)	4.04	(.65)	4.04a,b	(.63)	3.87a	(.69)
	F(p)	6.479***	(.001)	3.118*	(.026)	4.464**	(.004)	8.063***	(.001)

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

The fact that the letters a < b < c were displayed differently was the result of analysis in the Scheffe's homogeneous population group (p <.05), and there was a significant difference between the averages.

† If the homoscedasticity is not satisfied, perform a non-parameter test (Kruskal-Wallis H).

일반적 특성에 따른 서비스교육훈련 하위요인 교육강사의 차이를 분석한 결과 연령($F=5.666$, $p<.01$), 근무경력($F=3.530$, $p<.01$)와 직원수($F=4.464$, $p<.01$)에서 유의한 차이를 보였다. 구체적으로 살펴보면, 연령은 29세이하에 비해 40세이상의 서비스교육훈련 하위요인 교육강사가 유의하게 높게 나타났다. 근무경력은 1년미만에 비하여 10년 이상의 서비스교육훈련 하위요인 교육강사가 유의하게 높게 나타났다. 직원수는 6~10인이하에 비하여 5인이하의 서비스교육훈련 하위요인 교육강사가 유의하게 높게 나타났다.

일반적 특성에 따른 서비스교육훈련 하위요인 교육환경의 차이를 분석한 결과 연령($F=4.973$, $p<.01$), 근무경력($F=4.150$, $p<.01$)와 직원수($F=8.063$, $p<.001$)에서 유의한 차이를 보였다. 구체적으로 살펴보면, 연령은 20세~29세에 비해 40세이상의 서비스교육훈련 하위요인 교육환경이 유의하게 높게 나타났다. 근무경력은 1년미만에 비하여 10년이상의 서비스교육훈련 하위요인

교육환경이 유의하게 높게 나타났다. 직원수는 6~10인 이하와 16인이상에 비하여 5인이하의 서비스교육훈련 하위요인 교육환경이 유의하게 높게 나타났다.

4.1.2 일반적 특성에 따른 고객지향성의 차이

일반적 특성에 따른 고객지향성의 차이를 독립 표본 t-검정 또는 분산분석을 실시한 결과 Table 3과 같다.

일반적 특성에 따른 고객지향성의 차이를 분석한 결과 연령($F=4.705$, $p<.01$), 근무경력($F=5.223$, $p<.001$)와 직원수($F=4.441$, $p<.01$)에서 유의한 차이를 보였다. 구체적으로 살펴보면, 연령은 29세이하에 비해 40세 이상이 유의하게 높게 나타났으며 근무경력은 1년~3년 미만에 비하여 5년이상의 고객지향성이 유의하게 높게 나타났다. 직원수는 6인~10인이하에 비하여 5인이하의 고객지향성이 높게 나타났다.

Table 3. Differences in job satisfaction according to Customer-oriented

		Customer-oriented	
		M	SD
age	under 20 years old	4.22a	(.85)
	20~29 years old	4.31a	(.61)
	30~39 years old	4.39a,b	(.70)
	over 40 years old	4.72b	(.43)
	F(p)	4.705**	(.003)
		15.298**†	(.002)
gender	male	4.36	(.62)
	woman	4.36	(.66)
	t(p)	-.087	(.931)
education	less than high school	4.30	(.72)
	college graduation/ attending	4.34	(.64)
	university graduation/attending(4 years)	4.49	(.57)
	F(p)	2.178	(.115)
Total cosmetics experience	less than a year	4.21a,b	(.76)
	1 year or more and less than 3 years	4.17a	(.71)
	3 year or more and less than 5 years	4.43a,b	(.56)
	5 year or more and less than 10 years	4.49b	(.54)
	more than 10 years	4.51b	(.60)
		5.223***	(.001)
		17.149**†	(.002)
number of employees	5 people or less	4.52	(.67)
	5 or more and 10 or less	4.25	(.72)
	11 or more and 15 or less	4.51	(.56)
	16 people or more	4.29	(.62)
	F(p)	4.441**	(.004)

* $p<.05$, ** $p<.01$, *** $p<.001$

The different appearance of the letters a < b < c is due to a significant difference between the averages ($p <.05$) analyzed in Scheffe's homogeneous population.

† If the homoscedasticity is not satisfied, perform a non-parameter test (Kruskal-Wallis H).

4.1.3 일반적 특성에 따른 직무성공의 차이

일반적 특성에 따른 직무성공의 차이를 독립 표본 t-검정 또는 분산분석을 실시한 결과 Table 4과 같다.

일반적 특성에 따른 직무성공의 차이를 분석한 결과 연령(F=12.026, p<.001), 학력(F=8.916, p<.001), 근무경력(F=10.602, p<.001)과 직원수(F=3.651, p<.05)에서 유의한 차이를 보였다. 구체적으로 살펴보면, 연령은 20세 미만에 비해 30세 이상, 20~29세에 비해 40세 이상이 유의하게 높게 나타났으며 학력은 고졸이하에 비해 전문대졸/재학이

상의 직무성공이 유의하게 높게 나타났다. 근무경력은 1년 미만에 비하여 3년이상, 1~3년미만에 비해 10년이상의 직무성공이 유의하게 높게 나타났다. 직원수는 6~10인이하에 비하여 5인이하의 직무성공이 높게 나타났다.

4.2. 서비스교육훈련, 고객지향성과 직무성공의 상관관계
서비스교육훈련, 고객지향성과 직무성공의 상관분석을 실시한 결과 Table 5와 같다.

Table 4. Differences in service productivity according to job performance

		job performance	
		M	SD
age	under 20 years old	3.74a	(.71)
	20~29 years old	3.86a,b	(.63)
	30~39 years old	4.11b,c	(.57)
	over 40 years old	4.43c	(.63)
	F(p)	12.026***	(<.001)
		34.546***†	(<.001)
gender	male	4.06	(.66)
	woman	3.93	(.63)
	t(p)	1.820	(.069)
education	less than high school	3.77a	(.68)
	college graduation/ attending	3.97b	(.61)
	university graduation/attending(4 years)	4.16b	(.62)
	F(p)	8.916***	(<.001)
Total cosmetology experience	less than a year	3.59a	(.61)
	1 year or more and less than 3 years	3.87a,b	(.64)
	3 year or more and less than 5 years	4.07b,c	(.61)
	5 year or more and less than 10 years	4.00b,c	(.54)
	more than 10 years	4.24c	(.65)
	F(p)	10.602***	(<.001)
number of employees	5 people or less	4.11	(.67)
	5 or more and 10 or less	3.85	(.66)
	11 or more and 15 or less	4.10	(.67)
	16 people or more	3.91	(.59)
	F(p)	3.651*	(.013)

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

The fact that the letters a <b were displayed differently was the result of analysis in Scheffe's homogeneous population group (p <.05), and there was a significant difference between the averages.

† If the homoscedasticity is not satisfied, perform a non-parameter test (Kruskal-Wallis H).

Table 5. Correlation between service training, customer orientation, and job performance

	service training	education content	educator	educational environment	customer orientation	job performanc
service training	1					
education content	.851***	1				
p	<.001					
educator	.927***	.747***	1			
p	<.001	<.001				
educational environment	.937***	.677***	.795***	1		
p	<.001	<.001	<.001			
customer orientation	.639***	.595***	.607***	.566***	1	
p	<.001	<.001	<.001	<.001		
job performanc	.699***	.637***	.646***	.638***	.609***	1
p	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	

***p<.001

서비스교육훈련은 직무성과($r=.699, p<.001$)와 가장 높은 상관이 있는 것으로 나타났으며, 고객지향성($r=.639, p<.001$) 순으로 유의한 정적 상관이 있는 것으로 나타났다. 고객지향성은 서비스교육훈련($r=.639, p<.001$)와 가장 높은 상관이 있는 것으로 나타났으며, 직무성과($r=.609, p<.001$) 순으로 유의한 정적 상관이 있는 것으로 나타났다. 직무성과는 서비스교육훈련($r=.699, p<.001$)와 가장 높은 상관이 있는 것으로 나타났으며, 고객지향성($r=.609, p<.001$) 순으로 유의한 정적 상관이 있는 것으로 나타났다. 즉, 미용서비스 종사자의 서비스교육훈련은 직무성과에 긍정적인 영향을 미친다는 것을 의미하며 고객지향성은 서비스교육훈련, 직무성과에 긍정적인 영향을 미친다, 또한 직무성과 역시 서비스교육훈련, 직무성과에 긍정적인 영향을 미치는 것으로 나타났다. 이러한 결과는 자동차 영업점에서 근무하는 영업직원을 대상으로 고객지향성이 직무성과에 미치는 영향관계를 연구한 정연승 등[23]의 연구에서 고객지향성이 직무성과에 긍정적인 영향을 미친다는 연구결과와 일치하는 것으로 나타나 본 논문의 결과를 뒷받침한다.

따라서 미용서비스 현장에서 직무와 관련된 성과를 높이기 위해서는 성과결과에 대한 적절한 보상과 지속적인 서비스교육훈련이 필요하며 또한 효율적 직무를 수행하기 위해 직원들의 의사결정권을 존중해 주면서 동시에 그에 따른 책임과 권한을 주어야 할 필요성이 있다고 사료된다.

4.3. 서비스교육훈련이 고객지향성과 직무성과에 미치는 영향

4.3.1 서비스교육훈련, 고객지향성과 직무성과의 상관관계

서비스교육훈련이 고객지향성에 미치는 영향을 알아보기 위해 서비스교육훈련을 독립변인으로 고객지향성을 종속변인으로 하여 회귀분석을 실시한 결과 Table 6과 같다. 회귀모형은 유의한 것으로 나타났으며($F=281.929, p<.001$), 모형의 설명력을 나타내는 수정된 결정계수($AdjR^2$)는 .41로 나타났다. 서비스교육훈련($B=.67, t=16.791, p<.001$)은 고객지향성에 유의한 영향을 미치는 것으로 나타났다. 이러한 연구결과는 헤어미용인의 서비스교육훈련이 고객지향성에 정(+의 영향을 미치는 것으로 나타난 노인선 외 김현정, 이희찬

[24,25]의 연구결과와 일맥상통하며, 헤어미용종사자들에게 서비스교육훈련은 교육에 대한 동기부여가 되며, 인적자원관리에도 심어를 기울여야한다는 결과로 사료된다.

서비스교육훈련 하위요인이 고객지향성에 미치는 영향을 알아보기 위해 회귀분석을 실시한 결과 회귀모형은 유의한 것으로 나타났으며($F=99.371, p<.001$), 모형의 설명력을 나타내는 수정된 결정계수($AdjR^2$)는 .42로 나타났다. 서비스교육훈련 하위요인 교육내용($B=.28, t=5.019, p<.001$), 교육강사($B=.26, t=3.711, p<.001$), 교육환경($B=.15, t=2.556, p<.05$)이 고객지향성에 유의한 영향을 미치는 것으로 나타났다.

서비스교육훈련 하위요인 중 고객지향성에 가장 크게 영향을 미치는 요인은 교육내용($\beta=.29$)로 나타났으며 다음으로 교육강사($\beta=.26$), 교육환경($\beta=.16$) 순으로 나타났다.

즉, 교육내용, 교육강사와 교육환경이 높을수록 고객지향성이 높아진다.

4.3.2 서비스교육훈련이 직무성과에 미치는 영향

서비스교육훈련이 직무성과에 미치는 영향을 알아보기 위해 서비스교육훈련을 독립변인으로 직무성과를 종속변인으로 하여 회귀분석을 실시한 결과 다음 Table 7과 같다. 회귀모형은 유의한 것으로 나타났으며($F=391.446, p<.001$), 모형의 설명력을 나타내는 수정된 결정계수($AdjR^2$)는 .49로 나타났다. 서비스교육훈련($B=.73, t=19.785, p<.001$)은 직무성과에 유의한 영향을 미치는 것으로 나타났다. 이는 선행연구 박영실 [22]은 서비스교육훈련이 직원 만족도와 서비스교육품질에 유의한 영향을 미치는 것에 상응하였으며, 노인선 외[24]의 연구에서도 서비스교육훈련은 헤어미용인의 직무만족과 성과에 정(+의 영향을 미친 것으로 나타나 본 연구를 뒷받침한다.

서비스교육훈련 하위요인이 직무성과에 미치는 영향을 알아보기 위해 중회귀분석을 실시한 결과 회귀모형은 유의한 것으로 나타났으며($F=134.113, p<.001$), 모형의 설명력을 나타내는 수정된 결정계수($AdjR^2$)는 .49로 나타났다. 서비스교육훈련 하위요인 교육내용($B=.29, t=5.528, p<.001$), 교육강사($B=.21, t=3.127, p<.01$), 교육환경($B=.25, t=4.617, p<.001$)이 직무성과에 유의한 영향을 미치는 것으로 나타났다.

Table 6. The effects of service training on customer orientation

dependent variable	independent variable	B	standard error	beta	t	p	VIF	statistics
customer orientation	(constant)	1.64	.16		9.980	<.001		F=281.929*** $R^2=.408$
	service training	.67	.04	.64	16.791***	<.001	1.00	adj $R^2=.407$ DW=1.806
customer orientation	(constant)	1.52	.17		9.142	<.001		F=99.371*** $R^2=.423$
	education content	.28	.06	.29	5.019***	<.001	2.36	adj $R^2=.419$
	educator	.26	.07	.26	3.711***	<.001	3.48	DW=1.844
	educational environment	.15	.06	.16	2.556**	.011	2.84	

p<.01, *p<.001

Table 7. The effects of service training on job performance

dependent variable	independent variable	B	standard error	beta	t	p	VIF	statistics
job performanc	(constant)	1.00	.15		6.587	<.001		F=391.446*** $R^2=.489$
	service training	.73	.04	.70	19.785***	<.001	1.00	adj $R^2=.488$ DW=1.826
job performanc	(constant)	.92	.15		5.975	<.001		F=134.113*** $R^2=.497$
	education content	.29	.05	.30	5.528***	<.001	2.36	adj $R^2=.493$
	educator	.21	.07	.21	3.127**	.002	3.48	DW=1.843
	educational environment	.25	.06	.27	4.617***	<.001	2.84	

p<.01, *p<.001

서비스교육훈련 하위요인 중 직무성파에 가장 크게 영향을 미치는 요인은 교육내용($\beta=.30$)로 나타났으며 다음으로 교육환경($\beta=.27$), 교육강사($\beta=.21$) 순으로 나타났다. 즉, 교육내용, 교육환경과 교육강사가 높을수록 직무성파가 높아진다. 따라서 서비스교육훈련요인 역시 직무성파와 밀접한 관련이 있는 변수임을 알 수 있다. 김현정 외 [26]의 연구결과 서비스업종 분야에서 교육훈련의 특성인 학습자의 역량, 교육환경이 학습전이가 발생되어 이를 통해 직무성파에 정(+)의 영향을 미친다고 밝혔다. 영업사원을 대상으로 한 직무교육훈련의 내용, 강사의 역량, 과정의 목표는 고객지향성과 직무성파에 정(+)의 영향을 미치기에 인적자원성파가 있다고 하였다.

4.4. 서비스교육훈련과 고객지향성이 직무성파에 미치는 영향

서비스교육훈련과 고객지향성이 직무성파에 미치는 영향을 알아보기 위해 서비스교육훈련과 고객지향성을 독립변인으로 직무성파를 종속변인으로 하여 중회귀분석을 실시한 결과 Table 8과 같다. 회귀모형은 유의한 것으로 나타났으며($F=233.076$, $p<.001$), 모형의 설명

력을 나타내는 수정된 결정계수(Adj R^2)는 .53로 나타났다. 서비스교육훈련($B=.55$, $t=11.936$, $p<.001$)와 고객지향성($B=.27$, $t=6.218$, $p<.001$)은 직무성파에 유의한 영향을 미치는 것으로 나타났다.

서비스교육훈련 하위요인과 고객지향성이 직무성파에 미치는 영향을 알아보기 위해 중회귀분석을 실시한 결과 회귀모형은 유의한 것으로 나타났으며 ($F=117.712$, $p<.001$), 모형의 설명력을 나타내는 수정된 결정계수(Adj R^2)는 .53로 나타났다. 서비스교육훈련 하위요인 교육내용($B=.22$, $t=4.156$, $p<.001$), 교육강사($B=.14$, $t=2.132$, $p<.05$), 교육환경($B=.21$, $t=4.025$, $p<.001$)과 고객지향성($B=.26$, $t=5.912$, $p<.001$)이 직무성파에 유의한 영향을 미치는 것으로 나타났다.

직무성파에 가장 크게 영향을 미치는 요인은 고객지향성($\beta=.26$)로 나타났으며, 서비스교육훈련 하위요인 교육환경($\beta=.23$), 교육내용($\beta=.22$), 교육강사($\beta=.14$) 순으로 나타났다.

즉, 고객지향성, 서비스교육훈련의 하위요인 중 교육환경, 교육내용, 교육강사의 요인들이 높을수록 직무성파가 높아진다.

Table 8. The effects of service training and customer orientation on job performance

		B	standard error	beta	t	p	VIF	statistics
job performance	(constant)	.55	.16		3.422	.001		F=233.076***
	service training	.55	.05	.52	11.936***	<.001	1.69	$R^2=.533$ adj $R^2=.531$
	customer orientation	.27	.04	.27	6.218***	<.001	1.69	DW=1.775
job performance	(constant)	.53	.16		3.225	.001		F=117.712***
	education content	.22	.05	.22	4.156***	<.001	2.51	$R^2=.537$
	educator	.14	.06	.14	2.132*	.034	3.60	adj $R^2=.532$
	educational environment	.21	.05	.23	4.025***	<.001	2.88	DW=1.789
	customer orientation	.26	.04	.26	5.912***	<.001	1.73	

*p<.05, ***p<.001

5. 결론 및 제언

본 연구는 헤어미용인을 대상으로 서비스교육훈련이 고객지향성과 직무성공에 미치는 영향을 규명하고자 한다.

첫째, 서비스교육훈련의 차이를 분석한 결과 연령(F=6.197, p<.001), 최종학력(F=4.098, p<.05), 근무경력(F=4.656, p<.01)과 직원수(F=6.479, p<.001)에서 유의한 차이를 보였다. 일반적 특성에 따른 고객지향성의 차이를 분석한 결과 연령(F=4.705, p<.01), 근무경력(F=5.223, p<.001)과 직원수(F=4.441, p<.01)에서 유의한 차이를 보였다. 일반적 특성에 따른 직무성공의 차이를 분석한 결과 연령(F=12.026, p<.001), 학력(F=8.916, p<.001), 근무경력(F=10.602, p<.001)과 직원수(F=3.651, p<.05)에서 유의한 차이를 보였다.

두 번째, 서비스교육훈련, 고객지향성과 직무성공의 상관분석을 실시한 결과 서비스교육훈련은 직무성공(r=.699, p<.001)과 가장 높은 상관이 있는 것으로 나타났으며, 고객지향성(r=.639, p<.001) 순으로 유의한 정적 상관이 있는 것으로 나타났다. 고객지향성은 서비스교육훈련(r=.639, p<.001)과 가장 높은 상관이 있는 것으로 나타났으며, 직무성공(r=.609, p<.001) 순으로 유의한 정적 상관이 있는 것으로 나타났다. 직무성공은 서비스교육훈련(r=.699, p<.001)과 가장 높은 상관이 있는 것으로 나타났으며, 고객지향성(r=.609, p<.001) 순으로 유의한 정적 상관이 있는 것으로 나타났다.

세 번째, 서비스교육훈련(B=.67, t=16.791, p<.001)은 고객지향성에 유의한 영향을 미치는 것으로 나타났으며, 서비스교육훈련 하위요인 중 고객지향성에 가장 크게 영향을 미치는 요인은 교육내용($\beta=.29$)로 나타났

고 교육강사($\beta=.26$), 교육환경($\beta=.16$) 순으로 나타났다. 즉, 교육내용, 교육강사와 교육환경이 높을수록 고객지향성이 높아짐을 알 수 있다. 특히 서비스교육훈련의 교육내용이 고객지향성에 긍정적인 효과를 나타냈다. 또한 서비스교육훈련(B=.73, t=19.785, p<.001)이 직무성공에도 유의한 영향을 미치는 것으로 나타났으며, 서비스교육훈련 하위요인 중 직무성공에 가장 크게 영향을 미치는 요인은 교육내용($\beta=.30$)로 나타났고 교육환경($\beta=.27$), 교육강사($\beta=.21$) 순으로 나타났다. 즉, 교육내용, 교육환경과 교육강사가 높을수록 직무성공과 높아진다. 특히 서비스교육훈련의 교육내용이 직무성공에 긍정적인 영향을 미치는 것으로 나타났다.

네 번째, 서비스교육훈련(B=.55, t=11.936, p<.001)과 고객지향성(B=.27, t=6.218, p<.001)은 직무성공에 유의한 영향을 미치는 것으로 나타났다. 직무성공에 가장 크게 영향을 미치는 요인은 고객지향성($\beta=.26$)으로 나타났으며, 서비스교육훈련 하위요인 교육환경($\beta=.23$), 교육내용($\beta=.22$), 교육강사($\beta=.14$) 순으로 나타났다. 즉, 고객지향성, 서비스교육훈련의 하위요인 중 교육환경, 교육내용, 교육강사의 요인들이 높을수록 직무성공과 높아진다. 특히 서비스교육훈련 중 교육환경과 고객지향성이 직무성공에 긍정적인 영향을 미치는 것으로 나타났다.

따라서 연구결과를 종합해보면 각 변수들은 상호보완적 관계이며 서비스교육훈련을 보다 효과적으로 활용하여 종사자들의 적극적인 의식과 자부심을 향상 시켜 준다면 미용서비스 종사자의 고객지향적 사고의 강화와 한층 더 향상된 직무성공을 달성할 수 있을 것으로 예상해본다, 또한 현장 활용도에 맞도록 구성 있는 교육내

용과 교육환경을 조성한 프로그램을 운영한다면 헤어미용 종사자들의 질적 향상과 더불어 전문인력을 양성하는 기반을 마련할수 있을 것으로 사료된다, 후속연구에서는 좀더 다양한 직종의 종사자를 대상으로 변수를 고려하여 미용서비스교육이 고객지향성 및 직무성과를 높일수 있는 연구가 지속하길 바란다.

REFERENCES

- [1] I. S. Song (2012). *A study on the relationship between the vice principal's job performance and the head teacher's job efficacy in elementary schools*, Doctoral dissertation, Graduate School of Education Seoul National University of Education, p.20, Seoul
- [2] Y. M. Kim (2014). *The relationship among child care teacher's optimism, occupational stress and job satisfaction*. Doctoral dissertation, Wonkwang University Graduate School of Early Childhood Education, Iksan.
- [3] Pivot point. (1998). Peoples skill
- [4] S. W. Yoon & J. G. Ruy. (2002). A Model of Relationship Formation in Medical Service Industry. *Journal of Consumption culture*, 5(2), 1-27
- [5] B. Y. Kim & M. S. Chang. (2011). A Proposal on Franchise Beauty Salon Service Training Design, by Analyzing Current Programs. *Journal of the Korean society of cosmetology*, 17(6), 1009-1027
- [6] Y. S. Bea. (2009). A Study of how Service Education affects Service Orientation -Satisfaction in the Beauty Salon Industry. *Journal of the Korean society of cosmetology*, 15(4), 1169-1178
- [7] Y. S. Jung & C. B. Byun. (2012). A study on the influences of interpersonal relationships, attitudes, customer orientation of service employee on service performance. *Journal of Channel and Retailing*, 8, 75-89
- [8] Y. S. Park. (2010). *A Study on the Effects of Service Training on Employee Satisfaction and Service Quality*. Sookmyung Women's University Graduate School, p.115.
- [9] Y. A. Lee. (2013). Research on Relationship of Self-efficacy, Burnout, and Customer-Oriented Behavior among Consumer Counselors at Customer Satisfaction Department. *Consumer policy and education review*. 9(4), 29, 67-87
- [10] B. R. Kim. (2013). Impacts of Beauty Service Education Programs on Female Students Studying Beauty Services. *Journal of the Korean society of cosmetology*, 9(5), 775-783
- [11] A. F. Sikula & J. P. Sikula. (1979). *Rethinking present appraisal systems*. Superv Manage.
- [12] B. M. Josiam, C. J. Clements & J. S. P. Hobson. (1994). Youth travel in the USA: Understanding the spring break market. *Tourism: The state of the art*, 322-331.
- [13] P. J. Hass. (1991). A Comparison of training priorities of local government employees and their supervisors. *Public Personnel Management*, 20(2), 225.
DOI : 10.1177/009102609102000209
- [14] B. Schneider. (1973). The Perception if Organizational Climate: The Customer's View. *Journal of Applied Psychology*, 57(3), 248.
- [15] J. H. Park. (2014). A Study on the Effect of Hotel Employee's Customer Orientation on Rapport and Relationship Quality. *Journal of convention sciences*. 14, 71-85
- [16] R. Saxe & B. A. Weitz. (1982). The SOCO scale: A measure of the customer orientation of salespeople. *Journal of marketing research*, 19(3), 343-351.
DOI : 10.1177/002224378201900307
- [17] S. W. Kelly. (1992). Developing Customer Orientation among Service Employees. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 20, 27-3
DOI : 10.1177/009207039202000103
- [18] S. H. Lee. (2013). *Effects of job environmental factors on the job satisfaction and job performance of public social workers : focused on the mediating effects of perceived organizational support*. Doctoral dissertation. Department of social Welfare Graduate School Cheongju University, Cheongju.
- [19] M. K. Kwon. (2009). *A Study on the Effect of Job Attitudes on Job Performance: Focused on the Moderating Effects of Trust*. Doctoral dissertation, The Graduate School of Koonkuk University Department of Business Administration, Seoul.
- [20] B. R. Kim & Y. S. Sheen. (2018). The Effects of Internal Marketing on Customer Orientation and Job Performance. *J. Korea Soc. Beauty Art*, 19(2), 167-183.
DOI : 10.18693/jksba.2018.19.2.167
- [21] S. Brown. & R. Peterson. (1993). Antecedent sand

consequences of sales person job satisfaction : A meta-analysis and assessment of casual effects. *J. Marketing*, 30(Feb), 63-73.
DOI : 10.1177/002224379303000106

- [22] Y. S. Park. (2010). *A Study on the Effects of Service Training on Employee Satisfaction and Service Quality*. Doctoral dissertation. Sookmyung Women's University Graduate School p.115. Seoul.
- [23] Y. S. Jung & C. B. Byun. (2012). A study on the influences of interpersonal relationships, attitudes, customer orientation of service employee on service performance. *Journal of Channel and Retailing*, 8, 75-89.
- [24] I. S. No, S. Y. You & E. J. Cho. (2020). Effects of Service Education and Training for Workers in the Hair Industry on Job Satisfaction and Customer Orientation. *Journal of the korean society of cosmetology*, 26(3), 534-541.
- [25] H. J. Kim & H. C. Lee. (2017). Effect food service corporate SNS marketing activity on brand awareness, consumer satisfaction, and purchase intention. *International journal of tourism and hospitality research*, 31(11), 195-209.
- [26] A. R. Cho, C. W. Park & I. C. Tak. (2017). A Study on the Relationship between Training and Corporate Performance : Mediating Effects of Customer Orientation. *Journal of Korea Service Management Society*, 18(1), 27-46.
DOI : 10.15706/jksms.2017.18.1.002

서 선 민(Sun-Min Seo)

[정회원]



- 2013년 2월 : 원광대학교 뷰티디자인학(박사)
- 2015년 3월 ~ 현재 : 원광디지털대학교 한방미용예술학과, 겸임교수
- 관심분야 : 뷰티, 헤어
- E-Mail: ssm5328938@hanmail.net

고 경 숙(Kyoung-Sook Ko)

[정회원]



- 2008년 2월 : 대구한의대학교보건학(박사)
- 2008년 3월 ~ 현재 : 원광대학교 뷰티디자인학과, 정교수
- 관심분야 : 보건, 실험, 헤어
- E-Mail : koks31@wku.ac.kr