

블랙컨슈머 행동지각이 미용 종사자의 분노표현과 이직의도에 미치는 영향

윤수미¹, 최묘선^{2*}, 서은희³, 윤미화³

¹한성대학교 미디어디자인학과 학생, ²김포대학교 뷰티아트과 초빙교수, ³한성대학교 뷰티예술학과 학생

The effect of black consumers' perception of behavior on beauty workers' anger and intention to change jobs

Su-Mi Yun¹, Myo-Sun Choi^{2*}, Eun-Hee Seo³, Mi-Hwa Yoon³

¹Student, Dept. of media Design, Hansung University

²Lecturer, Dept. of Beauty art Course, Kimpo University

³Student, Dept. of Beauty Arts, Hansung University

요약 본 연구의 목적은 블랙컨슈머 행동지각이 미용종사자의 분노표현 및 이직의도에 미치는 영향을 분석하는 것이다. 자료 수집을 위하여 서울, 경기, 인천지역 뷰티 서비스 종사자를 중심으로 2021년 11월 1일부터 2022년 1월 31일까지 3개월 동안 400명에게 설문지를 배포하여 최종 392부가 사용되었다. 자료 분석은 SPSS 25.0 프로그램을 사용하였다. 인구통계학적 특성을 파악하기 위해 빈도분석을 수행하였다. 측정도구의 타당성을 이해하기 위해 요인분석, 신뢰도분석을 수행하였고, 상관관계분석, 회귀분석을 실시하였다. 분석한 결과 블랙컨슈머의 과도성과 억지성은 분노표출과 분노억제, 이직의도에 정(+)의 영향이 나타났으며, 분노표출과 분노조절은 이직의도에 정(+)의 영향이 나타났다. 따라서 블랙컨슈머의 과도한 문제제기나 억지성 서비스에 대한 근절방법이 필요하며, 직원들의 올바른 고객응대 방법과 스트레스 해소를 위한 프로그램이 제공되어야 할 것으로 사료된다.

주제어 : 뷰티종사자, 블랙컨슈머, 블랙컨슈머 행동지각, 분노표현, 이직의도

Abstract The purpose of this study is to analyze the effect of black consumer behavior perception on the anger expression and turnover intention of beauty workers. For data collection, the final 392 copies were used by distributing questionnaires to 400 people for three months from November 1, 2021 to January 31, 2022, centering on beauty service workers in Seoul, Gyeonggi, and Incheon. For data analysis, SPSS 25.0 program was used. Frequency analysis was performed to identify demographic characteristics, and factor analysis and reliability analysis were performed to understand the validity of the measurement tool. Correlation analysis, A regression analysis was performed. As a result of the analysis, the transient and deterrence of black consumers had a positive (+) effect on anger expression, anger suppression, and turnover intention, and anger expression and anger control had a positive (+) effect on turnover intention. Therefore, it is necessary to raise excessive problems of black consumers or eradicate forced services, and it is believed that proper customer response methods and programs for stress relief should be provided by members.

Key Words : Beauty worker, Black consumer, Behavior perception of black consumers, Expression of anger, Intention to leave

*Corresponding Author : Myo-Sun Choi(007cms@daum.net)

Received March 8, 2022

Accepted May 20, 2022

Revised April 11, 2022

Published May 28, 2022

1. 서론

팩트경제 신문에 따르면 최근 배달플랫폼 등을 이용해 음식을 주문한 고객이 다음날 식당 주인에게 환불을 요청하며 배달플랫폼에 '별점 1점'과 혹평을 남겼다. 이에 그치지 않고 배달플랫폼 측에서도 식당 주인에게 일방적인 사과와 환불을 요구했고, 결국 식당 주인은 통화를 하다 쓰러져 뇌출혈로 사망했다. 해당 사건은 '새우튀김 갑질' 사건으로 불리우며 블랙컨슈머가 사회적 문제로 대두되었다. 여기에 플랫폼 차원의 부적절 리뷰 필터링, 점수 보호, 점주의 반론권 등을 적용해야 한다는 목소리도 커지고 있다. 왕 대접 하던 고객만을 위한 시대에서 '점주도 피해자'라는 개념이 점점 확산되고 있는 가운데, 공감신문은 최근 5년간 블랙컨슈머의 민원 현황은 1,306건이나 되며, 대한상공회의소의 보고에 의하면 중소기업은 블랙컨슈머를 경험한 적이 있는 업체가 83.4%, 부당한 요구를 어쩔 수 없이 그대로 받아들이는 기업이 83.7%인 것으로 나타났다고 보도하였다.

과거의 불량고객은 단순히 제품에 관련한 불만을 제기하는 것에 국한되어 소비자와 사업자 간 분쟁을 잘 해결할 수 있었지만, 최근에는 단순한 문제를 가지고 과한 보상을 요구하거나 기업이나 제품의 이득을 알아내어 이를 나쁘게 사용하고, 심지어 인터넷 커뮤니티 상에서 다른 여러 사람에게 공모하거나 권한 등의 범죄에 가까운 블랙컨슈머가 많아지고 있다.

블랙컨슈머의 여러 행동들을 알아보면, 기업의 제품 또는 서비스 제공자에게 비협조적인 고객, 일반적인 거래상황에서 사용되는 소비행위를 방해하는 소비자의 부정적 행동과 의도적으로 기업과 다른 소비자들에게 악영향을 미쳐 기업의 업무를 방해하는 고객[1], 그리고 무상 수리 또는 무리한 보상 및 교환과 환불을 요구하거나 거짓된 억지주장을 펼치고 종업원들에게 무례하고, 기업에 대한 부정적 평가와 물리적·언어적 폭력 등을 행하는 고객[2] 등을 포함한다. 따라서 이들은 불량고객행동의 특성과 비슷하지만, 행동을 하기 전에 기만할 목적이 있었는가에 대한 행동적 특성인 의도성 또는 고의성으로 구분 짓는다[3]. 이러한 블랙컨슈머의 여러 행동적 특성으로 인해 서비스에 종사하는 다양한 사람들에게 직무스트레스, 자아존중감 상실, 우울감, 분노, 이직 등 좋지 않은 여러 영향을 끼치는 것으로 연구되고 있다.

불량 고객(deviant consumer) 또는 고객 불량 행동(deviant consumer behavior)으로 불리던 블랙

컨슈머(black consumer)에 대하여 이은경, 전중옥(2014)은 기업과 거래한 인적·물적 서비스에 대하여 보상받을 목적으로 의도적이거나 악의적이고 계획적으로 악성 민원을 제기하는 소비자라 정의할 수 있다고 하였으며[4], 이영조(2020)는 블랙컨슈머는 뷰티 종사자의 서비스는 전문성이나 숙련된 기술과는 상관없이 고객의 주관적 입장에서 서비스에 대한 만족도에 의해 판단하였다[5]. 따라서 뷰티산업은 종사자와 고객 간 분쟁의 소지가 아주 높게 나타나 다른 분야보다 뷰티산업에서 서비스 불만족 사례가 다양하게 발생하고 있으며 블랙컨슈머의 출현 가능성도 높아짐을 제시하였다. 또한 장소영(2019)은 뷰티서비스 종사자의 블랙컨슈머 행동 유형을 분석하였고[6], 마은정·고경숙(2021)은 헤어서비스 전문가의 블랙컨슈머 행동시각이 정서적 소진과 자아탄력성에 미치는 영향을 연구하였으며[7], 양진호(2019)는 블랙컨슈머 행동이 이직의도에 미치는 영향을 연구하였다[8].

뷰티 서비스 시장의 발전과 함께 인터넷 등의 온라인의 활성화로 고객이 뷰티서비스 종사자보다 미용 전문 지식을 더 많이 알고 있는 경우가 많아졌고, 이로 인하여 고객의 욕구는 더욱 다양해지며 뷰티 서비스 시장은 고객만족을 위한 치열한 서비스 경쟁으로 치달아 소비자에 대한 무조건적인 맹종을 종사자에게 요구하고 있는 실정이다. 이처럼 고객이 다양한 서비스를 요구함으로써 종사자는 자신의 감정을 억누르고 정해진 매뉴얼에 따라 서비스를 제공해야 하기 때문에, 종사자는 근무환경에서 스트레스와 분노를 경험 할 수밖에 없다. 이러한 스트레스와 분노의 요인을 제대로 관리하지 못한다면 뷰티종사자의 결근률과 이직률을 증가시키게 되며, 뷰티산업의 성과 및 생산성 향상을 기대할 수 없을 것이다.

통계청에 따르면 2020년 인구의 50.5%가 전반적으로 스트레스를 인지한다고 발표하였다[9]. 특히 미용종사자는 현장 업무 중심으로 이루어지는 고객과의 직접 서비스로 인하여 육체피로와 감정적인 스트레스를 많이 받고 있다. 이러한 직원들의 심리적 영향은 직무스트레스와 감정소진으로 연결되며 결국에는 이직을 생각하는 요인으로 자리 잡는다.

분노표현에 대하여 이경선(2010)은, 우리가 살아가면서 경험하는 감정 중에서 가장 많이 느끼는 것 중의 하나가 분노이며, 이는 대인 관계에서 여러 형태로 표출된다고 하였고[10], 권신영(2016)은 분노는 인간의 다

양한 정서 중 하나로서 인간의 생존력을 증진시키는 자기 방어 체계에 필수적인 감정이라고 정의하였다[11]. 또한, 분노는 사회적 관계를 유지·발전시키는데 긍정적으로 작용하지만 분노 표현의 빈도, 강도, 지속시간이 시기적절하게 기능하지 못한다면 신체적, 정신적, 사회적인 여러 많은 문제로 나타날 수 있다고 말하였다[12].

이직의도에 대한 선행연구를 보면, 높은 이직율은 숙련된 인력 손실로 기업에 큰 부담을 줄뿐 아니라 구성원들의 사기와 업무능력의 저하를 가져오는 물론 직무수행에 따른 불만이 반영되는 것으로 인식되므로 경영자는 이에 대한 체계적으로 관리할 필요가 있다[13]고 말하였고, 김종진(2001)은 연구직 구성원의 높은 이직률은 오랜 기간 축적된 지식의 상실은 물론 국가 경쟁우위 확보에도 큰 문제점을 주고 있다며 이직의 심각성을 강조하였으며[14], 이상동(2008)은 고객과의 접촉 빈도가 많으며 고도의 전문지식을 보유한 종사자는 조직에서 가장 중요한 핵심 자원 중의 하나라는 점을 강조하며, 지식노동을 하는 종사원이 직무스트레스로 인해 이직을 의도하는 등의 이직에 관한 연구는 고객관리만큼이나 필수적이고 중요한 문제라고 하며 이직관리의 중요성을 피력하고 있다[15].

따라서 본 연구에서는 서비스 종사자의 블랙컨슈머 행동지각이 분노표현과 이직의도에 미치는 영향을 규명하고자 함이 목적이다. 또한, 본 연구를 통하여 블랙컨슈머에 대한 해결방안과 뷰티서비스 종사자의 올바른 분노표현방법, 이직의도 해소 및 완화 등 종사자들이 지속적으로 근무할 수 있도록 직무환경 시스템 개발과 보다 효율적인 인력관리를 위한 기초자료가 될 수 있길 바란다

2. 이론적배경

2.1 블랙컨슈머

블랙컨슈머(Blackconsumer)는 블랙(Black)의 '악의 있는', '나쁜', '사악한'을 의미하는 영어 형용사와 컨슈머(consumer)의 소비자를 의미하는 명사를 결합한 신조어이다. 보통은 '블랙컨슈머'를 직역하면 '흑인소비자'가 되는데, 이는 흑인을 비하하는 의미로 사용될 수 있어 신경을 쓸 필요가 있으며[16], 블랙컨슈머라고 하는 말은 학문적으로 정의되어 불리기보다는 주로 언론에서 사용되어 왔으며, 실제 언론에서 언급하고 있는

블랙컨슈머의 사례들은 주로 업주에게 과도한 보상을 요구하거나, 기업을 상대로 약점을 공박하는 소비자, 기업이나 제품에 문제점이나 결함이 없음에도 진실되지 않은 사실을 불특정 다수에게 퍼뜨리는 소비자 등을 지칭한다[17].

2.2 분노표현

분노표현은 '몹시 분하여 성냄'이라는 사전적 의미를 가지고 있으며 인간이 경험하는 부정 정서중의 하나이다. 이러한 정서는 개인이나 조직의 다양한 측면에서 정신적 신체적으로 전혀 도움이 되지 않으며 부정적인 영향을 끼치는 것으로 나타난다.

Spielberger는 분노의 표현방법을 분노조절, 분노억제, 분노표출로 나누었고, 이 중 분노조절은 자신의 감정을 억누르는 기능적인 행동이며, 분노억제와 분노표출은 자신의 감정을 직접적으로 표현하는 역기능적인 분노표현 행동으로 분류하였다[18].

2.3 이직의도

이직의도란 직장을 옮기거나 직업의 바꿈을 의미하는 근로자의 자발적인 태도로 정의된다. 뷰티산업은 인적자원을 중심으로 서비스를 제공하는 조직으로 조직원의 정서유지가 매우 중요한 분야이다. 직원들의 이직이 많아진다면 경제적 손실은 물론 직무성과 및 조직몰입에 부정적 영향을 주며 기업의 경영에 부정적인 영향을 미치는 것으로 나타났다.

이직의 원인으로 Pigors&Myers(1981)는 첫째, 보다 좋은 다른 직무를 찾아서 둘째, 다른 사원이나 동료 때문에 셋째, 통근조건, 작업조건, 교대조건, 어려움 때문에 넷째, 결혼, 임신, 배우자 이동, 집안사정, 학교복학 때문에 일할 수 없게 되어서 다섯째, 성취감을 얻지 못해서이다[19]. 그리고 개인의 연령, 학력, 가족사항, 인성적 특성, 직업에 대한 적성, 근속연수 등이 이직에 많은 영향을 미치는 것[20], 이외의 여러 다양한 요인들이 작용한다고 할 수 있다.

3. 연구 방법

3.1 연구 모형

본 연구의 목적을 달성하기 위한 연구모형은 다음과 같이 설계하였다.

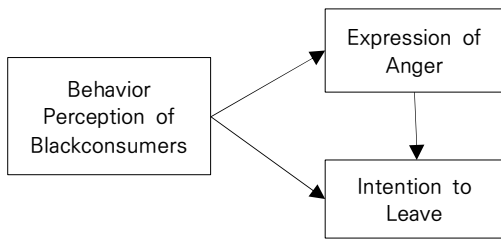


Fig. 1. Research model

3.2 조사대상 및 자료수집

본 연구의 조사 대상자는 뷰티 서비스 종사자(헤어, 피부, 네일, 메이크업) 392명이다. 자료 수집은 서울, 경기, 인천지역을 중심으로 2021년 11월 1일부터 2022년 1월 31일까지 3개월 동안 진행하였고 총 질문지 400부를 배부하여 400부를 회수하여, 회수된 질문지 중 응답내용이 불성실한 8부를 제외한 392부를 최종 분석 자료로 활용하였다.

3.3 측정도구

본 연구의 통계처리는 SPSS(Statistical Package for the Social Science) 25.0 프로그램을 사용하였다. 측정도구로 사용된 설문 문항은 선행연구를 바탕으로 인구통계학적 특성, 블랙컨슈머 행동지각, 분노표현, 이직의도에 관한 총 48개의 측정문항으로 구성하였다.

첫째, 인구통계학적 특성은 본 연구 의도에 4문항으로 구성하고 명목 척도를 사용하였다.

둘째, 블랙컨슈머 행동지각은 이은경, 이은미, 전중옥(2013)[21]의 연구를 바탕으로 본 연구 의도에 따라 수정, 보완하고 16문항으로 구성하여 등간 척도를 사용하였다.

셋째, 분노표현은 하정남(2016)[22]의 연구를 바탕으로 본 연구 의도에 따라 수정, 보완하고 24문항으로 구성하여 등간 척도를 사용하였다.

넷째, 이직의도는 홍정아(2019)[23]의 연구를 토대로 연구자의 연구의도에 따라 수정, 보완하여 4문항으로 구성되었고 등간 척도가 사용되었다.

3.4 자료처리 및 방법

본 연구는 블랙컨슈머 행동지각이 미용종사자의 분노표현과 이직의도에 미치는 영향을 검증하기 위하여 다음과 같은 분석 절차를 사용하였다.

첫째, 연구 대상자의 인구통계학적 특성을 살펴보기 위해 빈도분석(Frequency Analysis)을 실시하였다.

둘째, 측정도구의 구성개념 타당도를 검증하기 위하여 요인분석(Factor Analysis)을 실시하였으며, 측정도구의 내적 일관성을 검증하기 위해 신뢰도분석(Cronbach's α)을 실시하였다.

셋째, 각 변인간의 상호 관련성을 알아보기 위해서 상관분석(Correlation analysis)을 실시하였다.

넷째, 블랙컨슈머 행동지각이 분노표현, 이직의도에 미치는 영향을 분석하기 위해 다중회귀분석(Multi-regression analysis)을 실시하였다.

다섯째, 분노표현이 이직의도에 미치는 영향을 분석하기 위해 다중회귀분석(Multi-regression analysis)을 사용하여 분석하였다.

4. 연구 결과 및 고찰

4.1 조사대상의 일반적 특성

조사 대상자의 일반적 특성을 알아보기 위해 빈도분석을 실시한 결과는 Table 1과 같다.

Table 1. General Characteristics

Category	Division	Frequency	Percentage (%)	Accumulate percentage (%)
Gender	Man	70	17.9	17.9
	Female	322	82.1	82.1
Age	20's	52	13.3	13.3
	30's	72	18.4	18.4
	40's	116	29.6	29.6
	over 50	152	38.8	38.8
Major	Hair beauty	136	34.7	34.7
	Skin beauty	125	31.9	31.9
	Make up	62	15.8	15.8
	Nail art	50	12.8	12.8
	Others	19	4.8	4.8
Career	1~5 years	56	14.3	14.3
	6~10 years	76	19.4	19.4
	11~15 years	81	20.7	20.7
	16~20 years	84	21.4	21.4
	Over 21 years	95	24.2	24.2
	sum	392	100.0	100.0

표본은 미용종사자(헤어, 피부, 네일, 메이크업) 392명이다. 성별은 남자 70명(17.9%), 여자 322명(82.1%)이다. 연령은 20대 52명(13.3%), 30대 72명(18.4%), 40대 116명(29.6%), 50대이상 152명(38.8%)으로 조사 되

였으며 50대 이상이 가장 많은 것으로 나타났다. 전공은 헤어미용 136명(34.7%), 피부미용 125명(31.9%), 메이크업 62명(15.8%), 네일아트 50명(12.8%), 기타 19명(4.8%)로 조사되었으며 헤어미용이 가장 많이 나타났다. 경력은 1~5년 56명(14.3%), 6~10년 76명(19.4%), 11~15년 81명(20.7%), 16~20년 84명(21.4%), 21년 이상 95명(24.2%)으로 21년 이상 가장 높게 나타났다.

4.2 측정도구의 타당도 및 신뢰도 검증

본 연구의 측정도구 타당성을 검증하기 위하여 요인 분석을 실시하였다. 요인 추출방법은 주성분 분석(Principle Component Analysis)을 실시하였으며, 요인 적재치의 단순화를 위해 직교회전 베리맥스(Varimax rotation)방식을 사용하였다. 요인적재량(Factor Loading)은 0.05 이상으로 설정하였으며 변수들 간의 상관관계 행렬 적합성을 알아보고자 Bartlett의 구성형 검증을 하였다. 또한 변수 선정이 적합한지 판단하기 위해 KMO(Kaiser-Meyer-Olkin) 지수를 산출하였다.

블랙컨슈머 행동지각 측정도구의 타당성을 검증 위해 요인분석을 실시한 결과 Table 2와 같다.

Table 2. Behavioral Perception Factor Analysis of Blackconsumers

item	factor			Com monality	
	1	2	3		
Recidivism	Q 2	.850	.220	.221	.821
	Q 1	.816	.130	.223	.732
	Q 3	.791	.304	.313	.817
	Q 4	.683	.432	.255	.718
	Q 5	.604	.257	.519	.700
Transient	Q 15	.175	.870	.242	.846
	Q 14	.181	.840	.293	.825
	Q 16	.320	.772	.217	.745
	Q 13	.402	.607	.346	.650
Deterrence	Q 7	.191	.267	.832	.799
	Q 6	.204	.275	.829	.805
	Q 8	.388	.293	.699	.725
	Q 9	.398	.215	.626	.596
Eigenvalue	7.526	1.241	1.010		
Variance (%)	57.888	9.548	7.770		
Cumulative (%)	57.888	67.431	75.206		
Cronbach's α	.910	.890	.873		
Total Cronbach' α		.939			
KMO=.925 $\chi^2=3803.732$ $p<.000$					

Q: Question

측정도구에 사용된 16문항은 3개의 요인으로 추출 되었으며 전체 16문항 중 10번, 11번, 12번 문항은 요 인 적재 값 0.05를 충족하지 못하여 제거한 후 최종 12 문항이 적용되었다. KMO지수는 0.925로 표본의 적합 성이 확인되었으며, Bartlett 구성형 검증치는 $X^2=3803.732$, $p<0.000$ 으로 변수간의 상관이 선형적 관계임이 검증되었고 전체변량(total variance)은 75.206%의 설명력을 보였다. 요인분석에 적합함이 확 인된 3개의 요인은 상습성, 과도성, 억지성으로 하위요 인의 신뢰도(Cronbach's α)값은 상습성 0.910, 과도 성 0.890, 억지성 0.873으로 나타났으며 전체 신뢰도 값은 0.939로 나타나 통계적 수용 가능한 내적일치도 를 보였다.

분노표현의 측정도구의 타당성 검을 위해 요인분석 한 결과는 Table 3과 같다.

Table 3. Anger Expression Factor Analysis

item	factor			Com monality	
	1	2	3		
Expressi on of anger	Q 4	.832	-.021	-.034	.694
	Q 5	.822	.027	-.004	.677
	Q 3	.812	.070	.070	.669
	Q 2	.793	-.048	-.028	.632
	Q 6	.784	.059	.064	.622
	Q 1	.773	.109	.080	.616
	Q 8	.762	-.009	.099	.591
	Q 7	.722	.015	.038	.524
Anger control	Q 21	-.055	.834	-.047	.701
	Q 20	-.045	.819	.025	.673
	Q 24	.093	.804	-.073	.661
	Q 23	.112	.759	-.184	.622
	Q 19	-.002	.728	.200	.570
	Q 22	.085	.665	-.309	.545
	Q 18	-.065	.645	.253	.485
Anger suppress ion	Q 17	.104	.603	.285	.456
	Q 15	.010	.036	.780	.610
	Q 14	.050	-.013	.761	.582
	Q 13	.074	-.084	.757	.586
Q 16	.073	.148	.743	.580	
Eigenvalue	5.214	4.267	2.614		
Variance (%)	26.068	21.333	13.069		
Cumulative (%)	26.068	47.401	60.469		
Cronbach's α	.913	.876	.782		
Total Cronbach' α		.873			
KMO=.881 $\chi^2=3866.845$ $p<.000$					

측정도구에 사용된 24문항중 요인 적재 값을 충족하지 못한 문항 9, 10, 11, 12를 제거하고 총 20문항을 적용되었다. 20문항은 3개의 요인으로 추출되었으며 KMO 지수는 0.881로 표본의 적합성이 확인되었으며, Bartlett 구성형 검증치는 $\chi^2=3866.845$, $p<0.000$ 으로 변수 간의 상관이 선형적 관계임이 확인되었고 전체 변량(Total variance)은 60.469%의 설명력을 보였다. 요인분석에 적합함이 확인된 3개의 요인은 분노표출, 분노조절, 분노억제로 하위요인의 신뢰도(Cronbach's α)값은 분노표출 0.913, 분노조절 0.876, 분노억제 0.782로 나타났으며 전체 신뢰도 값은 0.939로 나타나 통계적 수용 가능한 내적일치도를 보였다.

이직의도 측정도구의 타당성 검증을 위해 요인 분석한 결과는 Table 4와 같다. 측정도구에 사용된 4문항 모두 요인 적재 값을 충족하여 제거 없이 최종 4문항 모두 적용되었다. 4문항은 1개의 요인으로 추출되었으며 KMO지수는 0.810으로 표본의 적합성이 확인되었으며, Bartlett 구성형 검증치는 $\chi^2=778.779$, $p<0.000$ 으로 변수간의 상관이 선형적 관계임이 확인되었고 전체 변량(Total Variance)은 71.917%의 설명력을 보였다. 하위요인의 신뢰도(Cronbach's α)값은 0.869로 나타나 통계적 수용 가능한 내적일치도를 보였다.

Table 4. Factor analysis of turnover Intention

item	factor		Commonality
	1		
Intention to leave	Q4	.886	.784
	Q2	.881	.776
	Q3	.819	.671
	Q1	.803	.645
Eigenvalue	2.877		
Variance (%)	71.917		
Cumulative (%)	71.917		
Cronbach's α			.869
Total Cronbach's α			.869
KMO=.810			$\chi^2=778.779$
			$p<.000$

4.3 블랙컨슈머의 행동지각, 분노표현, 이직의도의 상관관계분석

Table 5는 블랙컨슈머 행동지각, 분노표현, 이직의도 간의 상관관계를 분석한 결과이다. 상습성은 과도성 ($r=.660$), 억지성($r=.703$), 분노표출($r=.430$)에 통계적으로 유의한 정적(+) 상관관계를 보였으며, 과도성은

억지성($r=.661$), 분노표출($r=.503$)에 통계적 유의한 정적(+) 상관관계를 보였고, 억지성은 분노표출($r=.444$)에 통계적 유의한 정적(+) 상관관계를 보였다. 분노표출은 분노억제($r=.107$)에 통계적 유의한 정적(+) 상관관계를 보였고, 분노억제는 이직의도($r=.281$)에 통계적 유의한 정적(+) 상관관계를 나타냈다.

Table 5. Correlation Analysis

	R	T	D	EA	AC	AS	IL
R	1						
T	.660**	1					
D	.703**	.661**	1				
EA	.430**	.503**	.444**	1			
AC	.052	.038	.015	.071	1		
AS	.006	-.046	.121*	.107*	.049	1	
IL	-.042	-.083	.078	-.097	.001	.281**	1

p<.01, *p<.001

R: Recidivism
 T: Transient
 D: Deterrence
 EA: Expression of anger
 AC: Anger control
 AS: Anger suppression
 IL: Intention to leave

4.4 블랙컨슈머의 행동지각, 분노표현, 이직의도의 회귀분석

본 연구에서는 회귀분석 결과의 타당성을 검증하고자 다중공선성(Multicollinearity)을 실시하였다. 다중공선성 분석은 변수들 간의 독립성 여부를 검토하는 Durbin-Watson 검증, 공차한계(Tolerance), 분산팽창요인(VIF: Variance Inflation Factor)등을 실시하였다. 이 때 Durbin-Watson의 2에 근접할수록 변수들 간의 독립성을 확보했다고 판단하였고, VIF지수는 10미만일 때 다중공선성에 문제가 없는 것으로 기준한다.

본 연구의 결과를 다중공선성의 문제를 확인한 결과 Durbin-Watson 값은 1.506-1.974로 2에 근접하여 변수들 간의 독립성을 확보했으며 공차는 상습성 .438, 과도성 .488, 억지성 .437, VIP 값은 상습성 2.283, 과도성 2.049, 억지성 2.289로 산출되어 다중공선의 문제가 없는 것으로 확인할 수 있었다.

Table 6은 블랙컨슈머 행동지각이 노표현에 미치는 영향을 분석한 결과이다. Durbin-Watson 값은

1.506, 공차 0.438-0.488, VIP 값은 2.049-2.289로 산출되어 다중공선성의 문제가 없는 것으로 나타났다. 독립변수와 종속변수 간의 관계수(R)은 0.529이었으며 결정계수(R²)가 0.280로 산출되어 독립변인이 종속변인에 미치는 설명력은 28.0%로 나타났다. 회귀모형의 적합도 분산분석 결과 F=227.692, p<.000 수준에서 통계적 유의하게 나타나 회귀식이 적합함을 알 수 있었다. 또한 블랙컨슈머의 행동지각 요인 상승성($\beta=1.103$, $t=1.586$, $p<.000$), 과도성($\beta=.337$, $t=5.462$, $p<.000$), 억지성($\beta=.149$, $t=2.280$, $p<.000$)은 분노표출에 통계적 유의한 정적(+) 영향을 미치고 있는 것으로 드러났다. 이는 고객의 과도성과 억지성으로 인해 미용종사자는 분노를 표출하는데 상승성은 분노표출과 관련이 없다는 결론이 도출되었다.

Table 6. The Effect of Blackconsumer Behavior Perception on Anger Expression

DV	IV	B	SE	β	t	sig.	T	VIP
EA	C	1.465	.134		10.930	.000		
	R	.109	.069	.103	1.586	.113	.438	2.283
	T	.344	.063	.337	5.462	.000	.488	2.049
	D	.163	.071	.149	2.280	.023	.437	2.289
R=.529^a R²=.280 F=50.256 p<.000 D-W=1.506								
**p<.000								

DV: Dependent variable
 IV: Independent variable
 C: Constant
 T: Tolerance

Table 7은 블랙컨슈머 행동지각이 분노조절에 미치는 영향을 분석한 결과이다. Durbin-Watson 값은 1.517, 공차 0.437-0.488, VIP 값은 2.049-2.289로 산출되어 다중공선성의 문제가 없는 것으로 나타났다. 독립변수와 종속변수 간의 관계수(R)은 0.064이었으며 결정계수(R²)가 .004로 산출되어 독립변인이 종속변인에 미치는 설명력은 0.4%로 나타났다. 회귀모형의 적합도 분산분석 결과 F=.526, p<.000 수준에서 통계적 유의하게 나타나 회귀식이 적합함을 알 수 있었다. 또한 블랙컨슈머의 행동지각 요인 상승성($\beta=.074$, $t=.964$, $p<.000$), 과도성($\beta=.025$, $t=.348$, $p<.000$), 억지성($\beta=-.054$, $t=-.705$, $p<.000$)은 분노조절에 영향을 미치지 않는 것으로 나타났다. 이는 블랙컨슈머 행동지각의 하위요인인 상승성, 과도성, 억지성은 미용종사자의 분노조절에 영향관계가 없는 것으로 나타났다.

결국 고객의 상승적 문제제기나, 과도한 요구, 또한 이유 없는 억지는 미용종사자에게 있어 분노조절이 되지 않아 스트레스를 발생시킨다고 해석할 수 있다.

Table 7. Effect of Blackconsumer Behavioral Perception on Anger Control

DV	IV	B	SE	β	t	sig.	T	VIP
AC	C	2.300	.099		23.228	.000		
	R	.049	.051	.074	.964	.335	.438	2.283
	T	.016	.046	.025	.348	.728	.488	2.049
	D	-.037	.053	-.054	-.705	.481	.437	2.289
R=.064^a R²=.004 F=.526 p<.000 D-W=1.517								

***p<.000

Table 8은 블랙컨슈머 행동지각이 분노억제에 미치는 영향을 분석한 결과이다.

Table 8. The Effect of Blackconsumer Behavioral Perception on Anger Suppression

DV	IV	B	SE	β	t	sig.	T	VIP
AS	C	3.036	.122		24.829	.000		
	R	-.067	.063	-.080	-1.066	.287	.438	2.283
	T	-.159	.057	-.197	-2.778	.006	.488	2.049
	D	.267	.065	.308	4.101	.000	.437	2.289
R=.214^a R²=.046 F=6.229 p<.000 D-W=1.951								

***p<.000

Durbin-Watson 값은 1.951, 공차 0.437-0.488, VIP 값은 2.049-2.289로 산출되어 다중공선성의 문제가 없는 것으로 나타났다. 독립변수와 종속변수 간의 관계수(R)은 0.214이었으며 결정계수(R²)가 .046로 산출되어 독립변인이 종속변인에 미치는 설명력은 4.6%로 나타났다. 회귀모형의 적합도 분산분석 결과 F=6.229, p<.000 수준에서 통계적 유의하게 나타나 회귀식이 적합함을 알 수 있었다. 또한 블랙컨슈머의 행동지각 요인 상승성($\beta=-.080$, $t=-1.066$, $p<.000$), 과도성($\beta=-.197$, $t=-2.778$, $p<.000$), 억지성($\beta=.308$, $t=4.101$, $p<.000$)은 분노억제에 영향을 미치지 않는 것으로 드러났다. 이는 미용종사자에게 고객의 과도성, 억지성은 분노억제가 잘 되지만 상승성은 스트레스를 받는 요인에 대해서는 분노억제가 되지 않는 것으로 해석할 수 있다. 또한 블랙컨슈머의 행동지각 요인 중 상승성($\beta=-.080$, $t=-1.066$, $p<.000$)과 과도성($\beta=-.197$,

$t=-2.778, p<.000$ 은 분노억제에 영향을 미치지 않으나 억지성($\beta=-.308, t=4.101, p<.000$)은 분노억제에 영향을 미치지는 것으로 드러났다. 이는 고객의 상습적인 문제행동에 미용종사자의 분노억제가 되지 않는 것으로 해석할 수 있다.

Table 9는 블랙컨슈머 행동지각이 이직의도에 미치는 영향을 분석한 결과이다. Durbin-Watson 값은 1.974, 공차 0.437-0.488, VIP 값은 2.049-2.289로 산출되어 다중공선성의 문제가 없는 것으로 나타났다. 독립변수와 종속변수 간의 관계수(R)은 0.210였으며 결정계수(R^2)가 .044로 산출되어 독립변인이 종속변인에 미치는 설명력은 4.4%로 나타났다. 회귀모형의 적합도 분산분석 결과 $F=5.946, p<.000$ 수준에서 통계적 유의하게 나타나 회귀식이 적합함을 알 수 있었다. 또한 블랙컨슈머의 행동지각 요인 상습성($\beta=-.114, t=-1.522, p<.000$)은 영향관계가 없으며, 과도성($\beta=-.200, t=-2.809, p<.000$)은 억지성($\beta=.290, t=3.861, p<.000$)은 이직의도에 통계적 유의한 영향을 미치고 있는 것으로 확인되었다. 이는 블랙컨슈머의 행동 중 상습성에 대해 미용종사자는 이직의도를 생각하지 않지만, 과도성, 억지성에 대해서는 이직의도를 고려할 수 있다는 결과로 해석할 수 있다.

Table 9. Effect of Blackconsumer Behavioral Perception on Turnover intention

DV	IV	B	SE	β	t	sig.	T	VIP
IL	C	3.229	.150		21.512	.000		
	R	-.117	.077	-.114	-1.522	.129	.438	2.283
	T	-.198	.070	-.200	-2.809	.005	.488	2.049
	D	.308	.080	.290	3.861	.000	.437	2.289
R=.210 ^a R ² =.044 F=5.946 p<.000 D-W=1.974								

^{***}p<.000

Table 10은 분노표현이 이직의도에 미치는 영향을 분석한 결과이다. Durbin-Watson 값은 1.844, 공차 .984-.993, VIP 값은 1.007-1.016으로 산출되어 다중공선성의 문제가 없는 것으로 나타났다. 독립변수와 종속변수 간의 관계수(R)은 .308이었으며 결정계수(R^2)가 .095로 산출되어 독립변인이 종속변인에 미치는 설명력은 9.5%로 나타났다. 회귀모형의 적합도 분산분석 결과 $F=13.602, p<.000$ 수준에서 통계적 유의하게 나타나 회귀식이 적합함을 알 수 있었다. 또한 분노표현 요인 분노표출($\beta=-.128, t=-2.627, p<.000$), 분노조절

($\beta=.295, t=6.064, p<.000$)은 이직의도에 통계적 유의한 영향을 미치고 있는 것으로 조사 되었다. 이는 분노조절이 잘 되면 이직하고자하는 마음이 생기지 않지만 분노표출이 되고 분노를 억제하면 스트레스를 참지 못하여 이직의도까지 생각하게 된다는 것으로 해석할 수 있다.

Table 10. The Effect of Expression of Anger on Turnover Intention

DV	IV	B	SE	β	t	sig.	T	VIP
IL	C	2.435	.277		8.793	.000		
	EA	-.124	.047	-.128	-2.627	.009	.984	1.016
	AC	-.007	.075	-.005	-.096	.924	.993	1.007
	AS	.362	.060	.295	6.064	.000	.987	1.013
R=.308 ^a R ² =.095 F=13.602 p<.000 D-W=1.844								

^{***}p<.000

5. 결론 및 제언

본 연구에서 뷰티종사자를 대상으로 블랙컨슈머 행동지각이 분노표현과 이직의도에 미치는 영향을 분석한 결과는 다음과 같다.

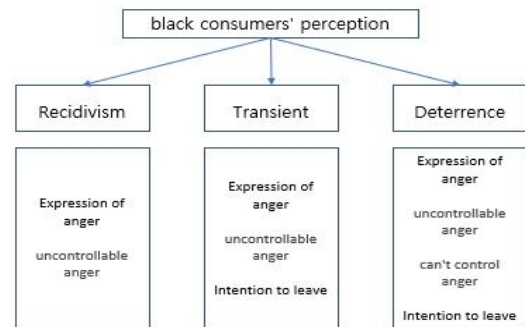


Fig. 2. The effect of black consumers' perception of behavior on beauty workers' anger and intention to change jobs Research model

첫째 블랙컨슈머 행동지각은 상습성, 과도성, 억지성 3가지 영역으로 추출되었으며 이은경(2013)[21]의 측정도구와 내용 타당도가 일치하였다. 상습성이란 서비스나 제품에 대한 불만을 습관적으로 빈번히 나타내는 것이고, 과도성이란 일반적인 상식에서 벗어난 도에 넘치는 정도를 말하며, 억지성이란 보통 정당한 이유 없이 억지를 부리는 것으로 설명한다. 분노표현은 분노표출, 분노조절, 분노억제 3개의 영역으로 추출되었으며

하정남(2016)[22]의 측정도구의 내용 타당도와 일치하였다. 분노표출이란 화가 나는 감정을 밖으로 표현하는 것이며, 분노조절이란 감정이 격해진 상태를 이성적으로 조절하는 것이고, 분노억제란 이러한 감정을 밖으로 표현하지 못하고 속으로 참고 억제하는 행동이다. 이직의도는 단일차원으로 나타나 홍정아(2019)[23]의 측정도구의 내용 타당도가 일치하였다.

둘째, 블랙컨슈머 행동지각이 분노표현에 미치는 영향을 알아본 결과, 블랙컨슈머의 행동지각의 하위요인인 상습성, 과도성, 억지성 중 과도성과, 억지성은 분노표출에 정(+)의 영향을 미치는 것으로 나타나 과도한 서비스 요구와 억지는 뷰티종사자의 분노표출을 유발하는 것으로 나타났다. 블랙컨슈머의 상습성, 과도성, 억지성은 분노조절을 하지 못하게 하는 요인으로 나타났는데, 이는 미용종사자의 블랙컨슈머 행동지각은 감정노동의 표면감정노동과 내면감정노동에 정(+)적 영향을 나타낸다는 이서운(2021)[24]의 연구와 고객 불량행동이 미용종사자의 감정노동에 영향을 미친다는 김제연(2016)의 연구를 지지한다[25]. 미용종사자는 블랙컨슈머의 행동으로 인해 분노된 감정을 조절하기 힘들었으며, 고객의 상습된 문제제기로 인해 분노표출과 분노억제에 대해 격양된 감정을 잘 조절하지 못하는 경우가 있다는 것으로 해석된다. 이는 블랙컨슈머의 과도성이 서비스 만족을 위해 종사자들은 블랙컨슈머의 요구사항의 경중에 따라 분노를 느끼더라도 이를 표출하기보다는 자신 스스로에게 돌리거나 참게 된다고 해석할 수 있다. 따라서 뷰티종사원들은 고객의 불량행동으로 발생한 스트레스 때문에 분노사고를 표현함에 있어 분노를 스스로 통제하도록 요구받고 노력한다는 하정남, 라채일(2016)의 연구와, 정기쁨(2020)의 블랙컨슈머의 행동이 미용종사자들의 직무열의와 자아존중감에 부정적인 영향을 미쳐 심각한 결과를 초래한다는 것을 뒷받침 한다[26,27].

셋째, 블랙컨슈머 행동지각이 이직의도에 영향을 알아본 결과, 블랙컨슈머의 하위요인인 과도성, 억지성은 이직의도에 정(+)의 요인으로 나타났으나, 상습성은 부(-)의 영향이 나타난 것으로 확인되었다. 도출된 결과는 블랙컨슈머의 언어나 물리적인 폭력행동은 종사자들의 스트레스나 우울증 등을 유발시키고 직장을 떠나고자 하는 의도에 직접적인 영향을 미치는 원인으로 인정되고 있어[28]. 본 연구는 선행연구 결과를 뒷받침하였다.

따라서 블랙컨슈머의 행동은 뷰티종사자들의 이직의도를 유발 시키는 요인으로 작용한다는 것을 확인하였다.

넷째, 미용종사자의 분노표현이 이직의도에 미치는 영향을 알아본 결과, 분노표현의 하위요인인 분노표출, 분노억제는 통계적 유의미하게 정(+)의 영향을 나타냈으나, 분노조절은 이직의도에 부(-)의 영향을 미치는 것을 알 수 있었다. 이는 불량한 고객으로부터 받은 행동지각은 분노조절이 잘 될수록 이직에 대한 의도가 발생하지 않는다고 해석할 수 있다. 박종철(2018)의 연구에서는 직장 내 직원들의 모욕감에 대한 지각수준이 높을수록 분노표현이 높아지며 직원들의 이직의도는 높아지는 것으로 나타나 선행논문을 뒷받침하는 결과가 도출되었다[29].

연구결과에 따른 시사점 제시는 다음과 같다.

첫째, 블랙컨슈머의 행동 근절을 위한 조치방법이 선행되어야 할 것으로 사료된다. 따라서 블랙컨슈머들의 행동에 관해 제도적으로 법제화시키며 규칙화하여 과도한 문제제기나 억지성 서비스에 대한 근절방법을 매뉴얼화 할 필요성이 있다.

둘째, 블랙컨슈머의 언어나 물리적 폭력으로 받게 되는 과도한 스트레스와 직무소진은 결국 이직까지 연결되어 조직의 해체까지 이어지게 되므로 고객에게 받는 스트레스를 최소화해야 한다. 따라서 고객과의 의사소통을 원활하게 할 수 있는 내부적 지원이 강화되어야 할 필요가 있다.

셋째, 이직의도는 기업의 성패를 좌우하는 도구이다. 조직구성원의 자아개념 손상, 모욕감에 대한 지각수준이 높을수록 분노표현이 높아지는 것으로 나타나 종사자의 자기격려의 지각을 높일 필요가 있다. 또한 직원에게 올바른 고객응대 방법과 스트레스 해소를 위한 다양한 부대시설 및 휴게시설을 마련하는 등 역량강화를 위한 프로그램이 제공되어야 할 것으로 사료된다.

마지막으로 본 연구를 통해 블랙컨슈머 행동지각이 분노표현과 이직의도에 부정적인 영향을 미치는 것을 확인할 수 있었다. 그러나 연구 참여자의 선정에 있어 수도권 지역을 대상으로 한정하였기 때문에 뷰티 종사자들에게 일반화하기에는 다소 미흡함이 있었다. 이러한 결과를 바탕으로 차후 연구에서는 블랙컨슈머 행동지각의 해결방안과 뷰티종사자들의 분노표현 및 이직의도를 향상하기 위한 체계적인 법제화 방안들이 계획되고 추진되기를 기대하며 뷰티산업 발전에 기여할 수 있길 바란다.

REFERENCES

- [1] Y. J. Lee. (2002). *Strategic Management of Bad Customers, Business essay, 36(4)*, 115-139, 119.
- [2] J. H. Suh & I. S. Song (2006) The consumer's Problematic Behaviors in the Form al Complaining Behavior. *Korean Society of Consumer Policy and Education. 2(2)*, 65-84, 80-81.
- [3] K. Y. Chung S. H. Lee & S. W. Sim. (2008). Effects of Service Unfairness on Customer Badness Intention in Casual-dining Restaurants. *Korean Journal of Hospitality & Tourism, 17(2)*, 52-70, 61.
- [4] E. K. Lee & J. O. Jeon, (2014) Evolving Black Consumer: Co-Cffending Behavior of Blackconsumers, *Korean Journal of Consumer and Advertising Psychology, 15(3)*, 435-461.
- [5] M. S. Choi, K. bb. Jung & Y. J. Lee.(2020). The Effect of Perception of Black Consumer Behavior on the Job Enthusiasm and Self-esteem of Beauty Service Workers. *Asian J Beauty Cosmetol, 18(2)*, 183-193.
DOI : 10.20402/ajbc.2020.0019
- [6] S. Y. Jang. (2019). *Type of black consumers' behavior analyzed by workers in beauty service*. The Graduate School of Art Chung Ang University, Seoul.
- [7] E. J. Ma & K. S. Ko. (2021). The Effects of Black Consumer Behavior Perception on Emotional Exhaustion and ago resiliency of Hair Service Professionals, *Journal of the Korean Applied Science and Techonlogy, 38(4)*, 974-985
DOI : 10.12925/jkocs.2021.38.4.974
- [8] J. H. Yang & H. G Kwon. (2019). The Effect of Black Consumer Behavior on Intention of Turnover: Focusing on the Mediation Effect of Psychological Contract Violation. *Journal of Digital Convergence, 17(12)*, 139-145.
DOI : 10.144400/JDC.2019.17.12.139
- [9] Korean Statistical Information Service. (*n. d.*). *Statistics Korea (Online)*. <https://kosis.kr>
- [10] K. S. Lee. (2010). The Effects of Assertiveness Training on Reduction of Anger-In and Anger-Out of College Students. Locality and Globality: *Korean Joutnal of Social Sciences, 34(2)*, 115-133.
UCI(KEPA):I1410-ECN-0102-2012-300-001723544
- [11] S. Y. Kwon. (2016). The Influence of Internalized Shame on the Anger-Out Among College Students: The Mediating Effects of Social interest. *The Journal of Welfare and Counselling Education, 5(1)*, 225-244.
- [12] J. S. Lee, H. Lee, Y. Y. Ahn & J. S. Yoo. (2010). The Effect on Intergrated up-counseling for Anger Management of University Students. *Korea Youth Research Association, 17(2)*, 131-154.
- [13] J. S. Kim. (2012). The Relationship between Organizational Commitment and Intention to Leave and the Moderating Effect of Gender and Occupation in Dae-deok Venture Enterprises. *Asia- Pacific. Journal of Business Venturing and Entrepreneurship, 7(4)*, 77-86.
- [14] J. J. Kim. (2001). *The empirical study on the turnover decision process of reserch scientist : replication of unfolding model*. Graduate School of Management, Korea University, Seoul.
- [15] S. D. Lee. (2008). The Effects of Transformational Leadership and self-Leadership on Empowerment and Job Performance of Hotel Employees. Dept. of Hotel, Tourism & Foodservice Management Graduate School, Dong Eui Uiversity, Pusan.
- [16] S. Y. Jang. (2019). *Type of blaconsume behavior nalyzed by workers in beauty service*. Major in Beauty Design Dept. of Fine Art and Design, The Graduate School of Art Chung Ang University, Seoul.
- [17] B. S. Shin. (2005). Blackconsumer Tendency upon Demographic Characteristics and the effect of Blackconsumer Tendency on Retaliation ntion and Self-Justifi cation. Self- justification. *The Korea Cont tents Society1, 5(7)*, 379-388.
- [18] C. D. Spielberger, S. S. Krasner & Solomon E.P. (1988). The experience, expression, and control of anger. In *Individual differences, stress, and health psychology (pp.89-108)*. Springer, New York, NY.
- [19] P. Pigors & C. A. Myers. (1981). *Personal Administration : A Point of View and Method*. 9thed, NewYork: Mcgraw-Hill.
- [20] M. Morbarak, J. Nissly & A. Levin. (2001). *Antecedents to retention and turnover among child welfare, social work, and other human service employee : What can we learn from past research? A review and metanalysis. Social service review, 75(4)*, 625-661.
- [21] E. K. Lee, E. M. Lee & J. O. Jeon. (2013). A Study on the Conceptualization of 'BlackConsumer Behavior' and Scale Development *J Korean Marketing*

Management Association, 18(4), 183-207.

- [22] J. N. Ha. (2016). *The Effects of Jay customers' Behavior Perceived by Hotel Employees on Anger Thought, Anger Expression and Burnout*, Dept. of Hotel and Tourism Graduate School, Honam University, Gwng-Ju.
- [23] J. A. Hong, (2019) *The Relationship Among Resilience, Job stress, Burnout, and Turnover Intention of Hairdresser*, Dept. of Beauty Graduate, Kyungil University, Kyungsan.
- [24] S. Y. Lee & Y. M. Jin. (2021). The Effects of the Perception of Black Consumer Behavior on Emotion Labor and Self- Esteem in Hair Service Employees. *J. Kor. Soc. Cosmetol.* 27(4), 889-887 DOI:https://doi.org/10.52660/JKSC.2021.27.4.880
- [25] J. Y. Kim. (2017). *The Effect of Beauty Salon Employee's Emotional Labo and Job Satisfaction from Client's Badness Behavior*. Dept. of Beauty Arts, Seokyeong University, Seoul.
- [26] J. N. Ha. & C. I. La. (2016) The Effects of Jaycustomer's Behavior Perceived by Hotel Employees on Anger Thought abd Anger Expression, *Tourism Research*, 41(3), 185-216.
- [27] M. S. Choi, K. B. Jung. & Y. J. Lee. (2020). The Effet of Perception of Black Conserner Behavior on the Job Enthusiasm and Self-esteem of Beauty Service Workers, *Asian J Beauty Cosmetol.* 18(2), 183-193.
DOI : 10.20402/ajbc.2020.0019
- [28] K. M. Park. & Z. W. Cui. (2015). A Study of Jaycustomer's Behavior Affecting Job Stress and Turnover intention of Cabin Crew:Focused on the Moderating Effects of Coping Strategies, *Journal of the Korea Aviation Management*, 13(6), 23-46.
UCI:G704-001900.2015.13.6.002
- [29] J. C. Park & B. H. Kwon. (2018) The Effects of the Employees Self Encourage ment based on Verval Violence in the Workplace of Hotel Enterprise on Anger Express and Turnover Intention. *Korean Journal of Hospitality and Tourism.* 27(3), 135-153.
DOI : 10.24992/KJHT.2018.04.27. 03.135.

윤 수 미(Su-Mi Yun)

[정회원]



- 2021년 3월 ~ 현재 : 한성대학교 미디어디자인학과 박사과정
- 2022년 3월 ~ 현재 : 한성대학교 외래교수
- 관심분야 : 미용, 매니지먼트, 통계
- E-Mail: ysoomi426@hanmail.net

최 묘 선(Myo-Sun Choi)

[정회원]



- 2020년 8월 : 동덕여자대학교 보건향장학 박사
- 2018년 2월 ~ 현재 : 김포대학교 교수
- 관심분야 : 미용, 보건, 향장, 교육, 예술, 통계 등
- E-Mail : 007cms@daum.net

서 은 희(Eun-Hee Seo)

[학생회원]



- 2022년 3월 : 한성대학교 예술대학원 뷰티예술학과 석사과정
- 2020년 12월 ~ 현재 JES 미용예술 직업전문학교 강사
- 관심분야 : 미용, 통계 등
- E-Mail : gia902@hanmail.net

윤 미 화(Mi-Hwa Yoon)

[학생회원]



- 2011년 2월 ~ 현재 : 지나헤어클럽원장
- 2022년 3월 : 한성대학교 예술대학원 뷰티예술학과 석사 과정
- 관심분야 : 미용, 통계 등
- E-Mai: vidal1010@hanmail.net