

미용종사자의 업무가치감이 직무만족을 매개로 서비스 생산성에 미치는 영향

서선민¹, 고경숙^{2*}

¹원광디지털대학교 한방미용예술학과 겸임교수, ²원광대학교 자연과학대학 뷰티디자인학부 교수

The Effects of Work Value of Beauty Industry Workers on Service Productivity Through Job Satisfaction

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 미용종사자의 업무가치감이 직무만족을 매개로 서비스 생산성에 미치는 영향을 실증적으로 분석한 연구이다. 연구결과 서비스 생산성에 영향을 미치는 요인을 실시한 결과는 업무가치감이 높고, 직무만족이 높을수록 서비스생산성이 높아짐을 알 수 있다. 또한 가치충족인식, 내재적만족, 업무가치인식, 자기가치인식, 외재적 만족이 높을수록 서비스생산성이 높아짐을 알 수 있었다. 또한 미용종사자의 업무가치감이 직무만족을 매개로 서비스향상에 미치는 영향을 알아본 결과 $|Z|=15.057$ 로 Z 값이 1.96보다 큰 값을 보여 sobel test에서도 직무만족의 매개효과는 유의한 것으로 나타났다. 본 연구 결과를 토대로 미용종사자들이 스스로 자신의 업무가 의미있고, 가치 있으면 보람되다고 인지할 수 있도록 내적동기를 상승시키고 일 자체에서 오는 만족감, 내재적 직무만족을 향상시킴으로서 서비스 생산성을 극대화 시킬 수 있을 것으로 기대한다.

주제어 : 미용종사자, 업무가치감, 내재적만족, 외재적만족, 직무만족, 서비스생산성

Abstract This study empirically analyzed the effect of work value of beauty industry workers on service productivity through job satisfaction. First, according to the result of investigating factors that make effect on service productivity, it was identified that service productivity increases when work value and job satisfaction are higher. Also, it was identified that service productivity increases when awareness of satisfying values, intrinsic satisfaction, recognition of work value, recognition of self-value, and extrinsic satisfaction are higher. Fourthly, as a result of investigating the effects of work value of beauty industry workers on service improvement through job satisfaction, it was identified that the mediating effect of job satisfaction was also significant in the sobel test as Z value of $|Z|=15.057$ showed a greater value than 1.96. Based on the results of this study, it is expected that inner motivation can be increased for beauty industry workers to recognize that their work is meaningful and worthwhile and service productivity can be maximized by improving the satisfaction and intrinsic job satisfaction that come from work itself.

Key Words : Beauty Industry Worker, Work Value, Intrinsic Satisfaction, Extrinsic Satisfaction, Job Satisfaction, Service Productivity

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

Received March 3, 2022

Accepted May 20, 2022

Revised April 11, 2022

Published May 28, 2022

1. 서론

급변하는 서비스 산업 내에서 서비스에 대한 고객의 요구는 점점 다양해지고 기대수준은 점차적으로 높아지고 있다. 제조업의 경우 제품에 대한 규격과 형식이 사전에 정해져 있어 고객의 눈높이나 기대욕구가 대체로 정해져 있게 되는 반면, 미용 서비스에 대한 고객의 욕구는 일정한 규격이나 품질의 형식 등이 정해져 있지 않은 경우가 대부분이기 때문에 그 기대만큼 다양하게 나타난다[1]. 이러한 고객들의 니즈에 부합하는 서비스 제공은 기업의 성공핵심요소로서 가장 중요하게 대두되고 있다. 특히 미용 산업 중 헤어분야는 인적자원에 대한 의존도가 매우 높은 노동집약적인 서비스 산업이며, 그 중 헤어분야에 종사하고 있는 헤어종사자들은 고객과의 접점시간이 가장 길며 고객 만족과 성장에 가장 큰 영향을 미치기 때문에 인적자원관리가 중요하다[2,3].

헤어디자이너는 인간 생활을 아름답고 편리하게 하기 위한 예술과 과학이 결합한 창조물로서 의식적 조형행위이며, 단순한 기술이란 인식에서 벗어나 예술적 감각과 고도의 테크닉이 필요한 전문직이란 인식이 확산되고 있다. 미용에 대한 욕구가 높아지면서 미용의 전문화 필요성도 새롭게 인식되어 고도로 발전하고 있는 산업사회의 한 영역으로서 미용은 중요한 몫을 담당하고 있다[4].

최근 우리나라는 서비스산업의 비중이 확대되면서 서비스업의 생산성까지 관심이 높아지고 있는 실정이다. 특히 일본과 중국의 사이에서 우리경제의 돌파구로 서비스산업에서 찾아보고자 하는 만큼 서비스산업, 서비스생산성의 대한 관심이 높아지고 있다. 서비스생산성을 높이는 가장 직접적이고도 확실한 방법은 서비스 제공자의 경쟁력을 이는 것이 될 것이다. 서비스제공자의 경쟁력을 높일 수 있는 방법으로는 서비스제공에 대한 보상이 적절하게 주어져야 할 것이며 무엇보다 서비스제공자의 직무와 사명감 그리고 역량이 관건이 될 것이다[5]. 조직원이 회사에서 가장 중요한 것은 본인이 맡고 있는 업무이며, 본인이 담당하는 일이 가치가 있다고 판단되면 조직과 사회에서 본인을 가치 있는 존재라고 인지하게 된다.

업무 가치는 본인이 업무에 대한 태도와 행동을 결정짓게 하는 중요한 요소로서 조직원들의 본인 업무에 대한 긍정적인 가치를 인지하고 경험하게 되면 자신의 일에 대해 만족하여 더욱 열심히 업무에 매진하고 노력하는 태도를 보이게 되며 직무만족으로 연결될 가능성

이 매우 높아지고 이는 다시 그 직원으로부터 서비스를 받는 고객에게도 고스란히 전달되어 고객만족으로 연결될 개연성이 매우 높다. 특히 일에 대한 가치감은 일반직종 보다 전문직 종사자의 경우 삶의 주관심사가 일을 중심으로 초점이 더 맞춰져 있기 때문에 이들에게 보다 중요하게 나타난다고 강조했다[6]. 뿐만 아니라 조직원의 업무에 대한 만족은 환경 뿐 아니라 개인의 다양한 내적특성에 영향을 받는다고 하였다[7].

지금까지의 기존 선행연구들을 살펴본 바, 직무만족에 영향을 미치는 변수들에 대한 연구가 증가하고 있으며, 직무환경이나 직무특성, 직무교육 및 직무스트레스 등의 객관적인 변수들로 이루고 있다[8-10]. 이에 본 연구는 객관적 요인이 아닌 심리특성이 미치는 영향에 대해 연구하고자 한다. 특히 업무가치감에 초점을 맞춘 연구는 미미한 실정이며, 미용종사자의 업무가치감과 직무만족에 대한 연구는 찾아보기 힘들다는 점에서 이 연구의 의의를 찾을 수 있다. 또한 서비스업종에서 서비스 주체자인 조직원스스로의 만족 없이는 서비스의 질적 향상을 통한 고객 만족 등 서비스 생산성을 높일 수 없기 때문에 조직원의 직무만족에 대한 관심이 점차 높아지고 있음을 인식하고[11], 미용종사자의 업무가치감이 직무만족과 서비스 생산성에 미치는 영향을 살펴보고자한다.

2. 이론적배경

2.1 업무 가치감

일 가치감이란, 개인이 일을 통해서 경험하게 되는 심리적 상태로서, 자신이 담당하는 일이 가치가 있고, 자신이 소속된 조직 내에서 필요한 존재라는 인지적인 평가 및 그에 따른 긍정적인 정서적 경험을 포함하는 개념이다[12]. 긍정적인 정서적 경험과 가치의 인식은 조직원의 행복감과 심리적 안녕에 유의미한 영향을 미친다[13-14]. Hackman 외[15]은 개인의 내적 동기부여, 직무만족도 향상과 수행의 질적 향상을 위해서는 조직원들이 본인의 업무가 가치 있고 중요함을 인지해야 한다고 주장하고 있으며, 본인의 일에 대한 유의미한 인식이 직무몰입에 직접적인 영향과 더불어 인지된 역할행동을 통해 간접적인 영향을 미친다고 하였으며[16]. 긍정적 정서의 상태가 본인의 미래수행에 관해 더욱 긍정적 기대를 갖게 함으로써 조직원의 동기를 향상시킨다고 하였다[17].

2.2 직무만족

직무만족은 생산성 향상과 조직에 대한 충성심, 대인관계, 책임감 등과 상당한 관련이 있기 때문에, 구성원의 직무만족을 위하여 노력을 하는 기업은 구성원의 근속, 충성심 등의 장기적인 혜택을 받을 수 있다[18]. 직무경험 평가에 의해 발생하므로 자신의 욕구와 가치에 의해 평가되기도 하며, 실제로 얻는 보상 즉, 임금, 승진, 고용안정, 작업환경, 또는 성취감, 자아실현, 업무자체에 대한 보람 등으로 느끼게 된다. 이러한 이유로 직무만족은 조직의 생산성과 직접 관련이 되기 때문에 경영학적으로 매우 중요하게 다뤄져 온 개념이다[19]. 구성원의 직무 만족의 정도는 자신의 직무에 대해 갖게 되는 긍정적인 정서 상태 뿐 만 아니라 조직의 목표에 중요한 영향력을 미친다고 할 수 있다.

2.3 서비스생산성

서비스는 물리적인 제품이나 구조물과 같은 형태로 나타나는 것이 아니고 생산되는 동시에 소비되며, 편의성, 적시성, 즐거움, 안락함, 건강함 등과 같은 형태로 나타나 부가가치를 제공해주는 모든 경제활동으로 정의될 수 있다[20]. 이에 서비스에 있어 미용은 인간의 기본적인 욕구인 의식주를 만족시키는 재화를 직접 생산해 내지 못하지만 인간의 심리적 욕구를 만족시키고 인간의 생산의욕을 높이 향상시키는데 있다.

서비스생산성에 대한 개념적 정의를 보자면 생산된 서비스에 대한 투입물의 비율이라고 하거나[21]. 서비스산물을 생산하기 위해 사용된 인적 물적 자원을 포함하는 모든 자원의 투입에 대한 서비스의 질적측면이 포함된 산출의 비율이라고 한다[22].

3. 연구방법 및 절차

3.1 연구모형 및 가설검정

3.1.1 연구모형

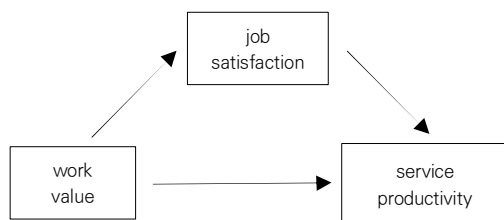


Fig. 1. Research Model

3.1.2 연구가설

연구목적에 따른 연구모형에 기준하여 다음과 같은 가설을 설정하였다.

가설 1: 일반적 특성에 따른 업무가치감, 직무만족, 서비스생산성에 차이가 있을 것이다.

가설 2: 업무가치감, 직무만족과 서비스생산성은 상관이 있을 것이다.

가설 3: 미용종사자의 업무가치감은 직무만족을 매개로 서비스생산성에 영향을 미칠 것이다.

3.2 연구대상

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

Table 1. General characteristics of study subjects

		frequency	%
age	under 20 years old	28	(5.8)
	20-29 years old	299	(62.2)
	30-39 years old	113	(23.5)
	40-49 years old	34	(7.1)
	over 50 years old	7	(1.5)
gender	male	127	(26.4)
	woman	354	(73.6)
education	less than high school	111	(23.1)
	college graduation/attending	268	(55.7)
	university graduation/attending(4 years)	93	(19.3)
	graduate school and above	9	(1.9)
Total cosmetology experience	less than a year	75	(15.6)
	1 year or more and less than 3 years	124	(25.8)
	3 year or more and less than 5 years	119	(24.7)
	5 year or more and less than 10 years	81	(16.8)
	more than 10 years	82	(17.0)
number of employees	2 people or less	8	(1.7)
	3 or more and 5 or less	74	(15.4)
	6 or more and 10 or less	102	(21.2)
	11 or more and 15 or less	101	(21.0)
	16 people or more	196	(40.7)
	Total	481	(100.0)

연구대상은 355명으로 연령은 20세미만 28명(5.8%), 20~29세 299명(62.2%), 30~39세 113명(23.5%), 40~49세 34명(7.1%), 50대이상 7명(1.5%)로 20~29세가 가장 많았으며 성별은 남성 127명(26.4%), 여성 354명(73.6%)로 여성이 남성의 2.8배정도로 나타났다. 최종학력은 고등학교 졸업이하 111명(23.1%), 전문대졸업/재학 268명(55.7%), 대졸/대재(4년제) 93명(19.3%), 대학원이상 9명(1.9%)로 전문대졸업/재학이 가장 높게 나타났다. 총 미용경력 1년미만 75명(15.6%), 1~3년 미만 124명(25.8%), 3~5년 미만 119명(24.7%), 5~10년 미만 81명(16.8%), 10년 이상 82명(17.0%)로 1~3년 미만이 가장 높게 나타났다. 직원수는 2인 이하 8명(1.7%), 3~5인 이하 74명(15.4%), 6~10인 이하 102명(21.2%), 11~15인 이하 101명(21.0%), 16인 이상 196명(40.7%)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 11월 01일부터 11월 25일까지 총 520부의 설문지를 배포하여 수거된 490부의 설문지 중 분석에 사용되기 불충분하다고 판단되는 9부의 설문지를 제외한 481부가 최종 분석 자료로 사용되었다.

3.3.2 표본크기

표본의 크기는 ANOVA, 회귀분석을 위해 G Power 3.1 프로그램을 이용하여 효과크기 .20, 검정력 .95, 유효값 .05로 산출된 F기각역 2.39, 총 표본크기 470명으로, 탈락률을 고려하여 490명을 임의표집 하였다. 490명의 설문지 중 응답이 불완전한 9명의 자료를 제외한 총 481명(98.2%)의 설문지를 연구자료로 분석하였다. 따라서 본 연구대상자로 선정된 481명은 연구에 필요한 표본의 수를 충족하였다.

3.3.3 연구도구 및 신뢰성

대상자의 인구사회학적 특성은 총 5문항으로 연령, 성별, 학력, 총근무경력, 직원수를 묻는 문항으로 구성하였다.

미용종사자의 업무가치감은 13문항, 직무만족은 16문항, 서비스생산성은 7문항으로 총 36문항으로 구성되었다. 문항은 '전혀 그렇지 않다' 1점부터 '매우 그렇다', 5점으로 Likert 척도로 측정하였으며, 점수가 높을수록 미용종사자의 업무가치감, 직무만족, 서비스생산성이 높음을 의미한다. 미용종사자의 업무가치감 신뢰도계수 Cronbach's α 가 .95, 하위요인 업무가치인식 3문항으로 신뢰도계수는 .87, 자기가치인식 3문항으로 신뢰도계수 .89, 가치충족인식 7문항으로 신뢰도계수 .93로서 문항 간의 내적 일관성이 확보되었다. 직무만족 신뢰도계수 Cronbach's α 가 .95, 직무만족 하위요인 외재적 만족 7문항으로 신뢰도계수 Cronbach's α 가 .91, 직무만족 하위요인 내재적 만족 9문항으로 신뢰도계수 Cronbach's α 가 .94로서 문항 간의 내적 일관성이 확보되었다. 서비스 생산성 신뢰도계수 Cronbach's α 가 .93로서 문항 간의 내적 일관성이 확보되었다.

3.3.4 분석 방법

수집된 자료는 IBM SPSS Statistics 26.0 통계프로그램과 AMOS 26을 이용하여 분석하였다.

자료분석에 사용된 구체적인 통계 기법은 다음과 같다.

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

2) 일반적 특성에 따른 미용종사자의 업무가치감, 직무만족과 서비스생산성에 차이가 있는지를 알아보기 위하여 독립표본 t-test와 일원분산분석(one-way ANOVA)을 실시하였다. 분산분석이 유의한 경우 사후분석을 실시하였으며 사후분석으로는 Scheffe의 사후검정을 실시하였다. 정규성과 등분산성을 만족하지 않은 경우는 비모수 검정(Kruskal-Wallis의 H)을 실시하여 같이 제시하였다.

3) 업무가치감, 직무만족과 서비스생산성의 상관관계를 알아보기 위해 상관분석(Pearson Correlation Analysis)을 실시하였다.

4) 미용종사자의 업무가치감은 직무만족을 매개로 서비스생산성에 미치는 영향을 알아보기 위해 회귀분석(Regression Analysis)과 Sobel 검정을 실시하였다. 연구도구의 내적 신뢰도는 Cronbach's α 를 산출하였으며 유의수준 α 는 .05이하로 하였다.

4. 결과 및 고찰

4.1 일반적 특성에 따른 미용종사자의 업무가치감, 직무만족과 서비스생산성에 차이

4.1.1 일반적 특성에 따른 미용종사자의 업무가치감에 차이

일반적 특성에 따른 미용종사자의 업무가치감에 차이를 독립 표본 t-검정 또는 분산분석을 실시한 결과 Table 2과 같다.

일반적 특성에 따른 미용종사자의 업무가치감에 차이를 분석한 결과 연령($F=8.431, p<.001$), 최종학력($F=6.637, p<.01$), 근무경력($F=10.332, p<.001$)과 직원수($F=9.932, p<.001$)에서 유의한 차이를 보였다. 구체적으로 살펴보면, 연령은 20세 미만에 비해 50세 이상이 높게 나타났으며 학력은 고졸이하에 비하여 대학 원이상의 미용종사자의 업무가치감이 유의하게 높게 나타났다.

Table 2. Differences in work value according to general characteristics

		work value		work value recognition		self-worth		value satisfaction recognition	
		M	SD	M	SD	M	SD	M	SD
age	under 20 years old	3.80	(.70)	3.80	(.79)	3.60	(1.00)	3.89	(.70)
	20-29 years old	3.87	(.67)	3.96	(.69)	3.59	(.95)	3.95	(.70)
	30-39 years old	4.20	(.62)	4.21	(.64)	4.04	(.79)	4.27	(.63)
	40-49 years old	4.31	(.67)	4.42	(.72)	4.19	(.95)	4.32	(.67)
	over 50 years old	4.35	(.78)	4.38	(.91)	4.38	(.78)	4.33	(.79)
	F(p)	8.431***	($\langle\langle.001$)	6.507***	($\langle.001$)	8.081***	($\langle\langle.001$)	6.364***	($\langle\langle.001$)
gender	male	4.06	(.72)	4.08	(.76)	3.87	(.96)	4.14	(.71)
	woman	3.95	(.67)	4.04	(.69)	3.71	(.93)	4.02	(.69)
	t(p)	1.543	.124	.543	.588	1.637	.102	1.598	.111
education	less than high school	3.77a	(.65)	3.83a	(.73)	3.46a	(.92)	3.89a	(.66)
	college graduation/attending	4.00a,b	(.68)	4.06a,b	(.71)	3.81a,b	(.92)	4.06a,b	(.70)
	university graduation/attending (4 years)	4.13a,b	(.65)	4.22a,b	(.59)	3.86a,b	(.97)	4.21a,b	(.71)
	graduate school and above	4.44b	(.61)	4.56b	(.90)	4.33b	(.69)	4.44b	(.57)
	F(p)	6.637***	($\langle\langle.001$)	7.181***	($\langle.001$)	5.658**	(.001)	4.727**	(.003)
Total cosmetology experience	less than a year	3.64a	(.62)	3.71a	(.69)	3.29a	(.88)	3.75a	(.65)
	1 year or more and less than 3 years	3.86a,b	(.66)	3.94a,b	(.70)	3.62a,b	(.93)	3.93a,b	(.67)
	3 year or more and less than 5 years	4.09b,c	(.65)	4.11b,c	(.67)	3.88b,c	(.93)	4.18b,c	(.67)
	5 year or more and less than 10 years	4.09b,c	(.64)	4.16b,c	(.65)	3.87b,c	(.80)	4.15b,c	(.69)
	more than 10 years	4.22c	(.71)	4.33c	(.70)	4.04c	(.99)	4.25c	(.72)
	F(p)	10.332***	($\langle.001$)	9.583***	($\langle.001$)	8.351***	($\langle.001$)	7.800***	($\langle.001$)
number of employees	2 people or less	3.89a,b	(.71)	3.79a	(.87)	3.92a,b	(.85)	3.93	(.65)
	3 or more and 5 or less	4.36b	(.67)	4.35b	(.69)	4.31b	(.79)	4.39	(.68)
	6 or more and 10 or less	3.92a,b	(.66)	3.90a,b	(.73)	3.77a,b	(.83)	4.00	(.66)
	11 or more and 15 or less	4.09a,b	(.69)	4.18a,b	(.70)	3.78a,b	(1.01)	4.18	(.66)
	16 people or more	3.82a	(.63)	3.96a,b	(.66)	3.51a	(.92)	3.90	(.70)
	F(p)	9.932***	($\langle.001$)	6.852***	($\langle.001$)	10.811***	($\langle.001$)	7.997***	($\langle.001$)

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

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).

근무경력은 1년미만에 비하여 3년이상, 1년~3년미만에 비해 10년이상의 미용종사자의 업무가치감이 유의하게 높게 나타났다. 직원수는 16인이상에 비하여 3인~5인이하의 미용종사자의 업무가치감이 유의하게 높게 나타났다.

일반적 특성에 따른 미용종사자의 업무가치감 하위요인 업무가치인식의 차이를 분석한 결과 연령($F=6.507, p<.001$), 최종학력($F=7.181, p<.001$), 근무경력($F=9.583, p<.001$)와 직원수($F=6.852, p<.001$)에서 유의한 차이를 보였다. 구체적으로 살펴보면, 연령은 20세 미만에 비해 40~49세가 높게 나타났으며 학력은 고졸 이하에 비하여 대학원이상의 미용종사자의 업무가치감 하위요인 업무가치인식이 유의하게 높게 나타났다. 근무 경력은 1년미만에 비하여 3년이상, 1년~3년미만에 비해 10년이상의 미용종사자의 업무가치감 하위요인 업무가치인식이 유의하게 높게 나타났다. 직원수는 2인 이하에 비하여 3인~5인이하의 미용종사자의 업무가치감 하위요인 업무가치인식이 유의하게 높게 나타났다.

일반적 특성에 따른 미용종사자의 업무가치감 하위요인 자기가치인식의 차이를 분석한 결과 연령($F=8.081, p<.001$), 최종학력($F=5.658, p<.01$), 근무경력($F=8.351, p<.001$)와 직원수($F=10.811, p<.001$)에서 유의한 차이를 보였다. 구체적으로 살펴보면, 연령은 20세~29세에 비해 50세이상이 높게 나타났으며 학력은 고졸이하에 비하여 대학원이상의 미용종사자의 업무가치감 하위요인 자기가치인식이 유의하게 높게 나타났다. 근무 경력은 1년미만에 비하여 3년이상, 1년~3년미만에 비해 10년이상의 미용종사자의 업무가치감 하위요인 자기가치인식이 유의하게 높게 나타났다. 직원수는 16인이상에 비하여 3인~5인이하의 미용종사자의 업무가치감 하위요인 자기가치인식이 유의하게 높게 나타났다. 일반적 특성에 따른 미용종사자의 업무가치감 하위요인 가치충족인식의 차이를 분석한 결과 연령($F=6.364, p<.001$), 최종학력($F=4.727, p<.01$), 근무경력($F=7.800, p<.001$)와 직원수($F=7.997, p<.001$)에서 유의한 차이를 보였다. 구체적으로 살펴보면, 연령은 20세 미만에 비해 50세이상이 높게 나타났으며 학력은 고졸이하에 비하여 대학원이상의 미용종사자의 업무가치감 하위요인 가치충족인식이 유의하게 높게 나타났다. 근무 경력은 1년미만에 비하여 3년이상, 1년~3년미만에 비해 10년이상의 미용종사자의 업무가치감 하위

요인 가치충족인식이 유의하게 높게 나타났다. 직원수는 16인이상에 비하여 3인~5인이하의 미용종사자의 업무가치감 하위요인 가치충족인식이 높게 나타났다.

4.1.2 일반적 특성에 따른 미용종사자의 업무가치감에 차이 일반적 특성에 따른 직무만족의 차이

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

일반적 특성에 따른 직무만족의 차이를 분석한 결과 연령($F=6.891, p<.01$), 성별($t=1.973, p<.05$), 학력($F=4.791, p<.01$), 근무경력($F=4.365, p<.01$)와 직원수($F=5.514, p<.001$)에서 유의한 차이를 보였다. 구체적으로 살펴보면, 연령은 20~29세에 비해 40세~49세가 높게 나타났으며 성별은 남자의 직무만족이 유의하게 높게 나타났다. 학력은 전문대졸/재학 이하에 비해 대학원이상의 직무만족이 유의하게 높게 나타났다. 근무 경력은 3년미만에 비하여 10년이상의 직무만족이 유의하게 높게 나타났다. 직원수는 6~10인이하에 비하여 3인 ~ 5인이하의 직무만족이 높게 나타났다.

일반적 특성에 따른 직무만족 하위요인 외재적 만족의 차이를 분석한 결과 연령($F=5.602, p<.001$), 성별($t=2.084, p<.05$), 학력($F=3.634, p<.05$), 근무경력($F=3.090, p<.05$)와 직원수($F=6.108, p<.001$)에서 유의한 차이를 보였다. 구체적으로 살펴보면, 연령은 20~29세에 비해 50세 이상이 유의하게 높게 나타났으며 성별은 남자의 직무만족 하위요인 외재적 만족이 유의하게 높게 나타났다. 학력은 전문대졸/재학 이하에 비해 대학원이상의 직무만족 하위요인 외재적 만족이 유의하게 높게 나타났다. 근무 경력은 1년미만에 비하여 10년이상의 직무만족 하위요인 외재적 만족이 유의하게 높게 나타났다. 직원수는 6인~10인이하에 비하여 3인~5인이하의 직무만족 하위요인 외재적 만족이 유의하게 높게 나타났다.

일반적 특성에 따른 직무만족 하위요인 내재적 만족의 차이를 분석한 결과 연령($F=6.432, p<.001$), 학력($F=4.568, p<.01$), 근무경력($F=5.346, p<.001$)와 직원수($F=3.863, p<.01$)에서 유의한 차이를 보였다. 구체적으로 살펴보면, 연령은 20~29세에 비해 40~49세가 높게 나타났으며 학력은 전문대졸/재학 이하에 비해 대학원 이상의 직무만족 하위요인 내재적 만족이 유의하게 높게 나타났다. 근무 경력은 1년미만에 비하여 10년이상

의 직무만족 하위요인 내재적 만족이 유의하게 높게 나타났다. 직원수는 16인이상에 비하여 3인~5인이하의 직무만족 하위요인 내재적 만족이 높게 나타났다.

4.1.3 일반적 특성에 따른 서비스생산성의 차이

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

일반적 특성에 따른 서비스생산성의 차이를 분석한 결과 연령(F=8.698, p<.001), 최종학력(F=10.035,

p<.001), 근무경력(F=10.333, p<.001)와 직원수(F=7.014, p<.001)에서 유의한 차이를 보였다. 구체적으로 살펴보면, 연령은 20세 미만에 비해 50세 이상의 서비스생산성이 높게 나타났다. 학력은 대졸/대재(4년제)이하에 비하여 대학원이상의 서비스생산성이 유의하게 높게 나타났다. 근무경력은 1년미만에 비하여 3년 이상, 1~3년미만에 비해 10년이상의 서비스생산성이 유의하게 높게 나타났다. 직원수는 2인이하에 비하여 3인~5인이하의 서비스생산성이 유의하게 높게 나타났다.

Table 3. Differences in job satisfaction according to general characteristics

		job satisfaction		extrinsic satisfaction		intrinsic satisfaction	
		M	SD	M	SD	M	SD
age	under 20 years old	3.81	(.69)	3.76	(.73)	3.86	(.73)
	20~29 years old	3.77	(.65)	3.68	(.69)	3.84	(.71)
	30~39 years old	3.93	(.64)	3.78	(.75)	4.04	(.65)
	40~49 years old	4.32	(.63)	4.22	(.71)	4.40	(.63)
	over 50 years old	4.29	(.79)	4.29	(.75)	4.29	(.84)
	F(p)	6.891***	(.001)	5.602***	(.001)	6.432***	(.001)
gender	male	3.95	(.70)	3.87	(.75)	4.02	(.73)
	woman	3.82	(.65)	3.71	(.71)	3.90	(.70)
	t(p)	1.973*	.049	2.084*	.038	1.635	.103
education	less than high school	3.72a	(.66)	3.63a	(.70)	3.78a	(.73)
	college graduation/ attending	3.85a	(.64)	3.75a	(.70)	3.94a	(.68)
	university graduation/attending (4 years)	3.96a,b	(.70)	3.86a,b	(.76)	4.04a,b	(.72)
	graduate school and above	4.44b	(.70)	4.33b	(.97)	4.52b	(.57)
	F(p)	4.791**	(.003)	3.634*	(.013)	4.568**	(.004)
Total cosmetology experience	less than a year	3.68a	(.63)	3.67a	(.70)	3.68a	(.66)
	1 year or more and less than 3 years	3.79a	(.66)	3.71a,b	(.67)	3.85a,b	(.74)
	3 year or more and less than 5 years	3.86a,b	(.64)	3.70a,b	(.71)	3.99a,b	(.69)
	5 year or more and less than 10 years	3.87a,b	(.62)	3.73a,b	(.74)	3.98a,b	(.63)
	more than 10 years	4.09b	(.72)	4.01b	(.80)	4.15b	(.73)
	F(p)	4.365**	(.002)	3.090*	(.016)	5.346***	(.001)
number of employees	2 people or less	3.90	(.59)	3.79	(.63)	3.99	(.60)
	3 or more and 5 or less	4.05	(.69)	3.95	(.72)	4.13	(.75)
	6 or more and 10 or less	3.66	(.65)	3.53	(.68)	3.77	(.74)
	11 or more and 15 or less	4.00	(.64)	3.94	(.70)	4.05	(.68)
	16 people or more	3.80	(.65)	3.70	(.73)	3.88	(.67)
	F(p)	5.514***	(.001)	6.108***	(.001)	3.863**	(.004)

*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 4. Differences in service productivity according to general characteristics

		service productivity	
		M	SD
age	under 20 years old	3.81	(.75)
	20~29 years old	3.92	(.66)
	30~39 years old	4.24	(.63)
	40~49 years old	4.37	(.62)
	over 50 years old	4.41	(.75)
F(p)		8.698***	((.001)
gender	male	4.10	(.68)
	woman	4.00	(.68)
t(p)		1.359	.175
education	less than high school	3.79a	(.69)
	college graduation/ attending	4.05a	(.66)
	university graduation/attending(4 years)	4.17a	(.64)
		4.76b	(.32)
F(p)		10.035***	((.001)
Total cosmetology experience	less than a year	3.72a	(.68)
	1 year or more and less than 3 years	3.89a,b	(.65)
	3 year or more and less than 5 years	4.09b,c	(.70)
	5 year or more and less than 10 years	4.12b,c	(.59)
	more than 10 years	4.32c	(.62)
F(p)		10.333***	((.001)
number of employees	2 people or less	3.80a	(.85)
	3 or more and 5 or less	4.37b	(.68)
	6 or more and 10 or less	3.93a,b	(.70)
	11 or more and 15 or less	4.08a,b	(.72)
	16 people or more	3.93a,b	(.59)
F(p)		7.014***	((.001)
		28.595***†	((.001)

*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).

4.2. 업무가치감, 직무만족과 서비스생산성의 상관관계
미용종사자의 업무가치감, 직무만족과 서비스생산성의 상관관계를 알아보기 위해 상관분석을 실시한 결과 Table 5과 같다.

업무가치감은 서비스생산성($r=.788, p<.001$), 직무만족($r=.788, p<.001$)순으로 유의한 정적 상관이 있는 것으로 나타났다. 직무만족은 업무가치감($r=.749, p<.001$), 서비스생산성($r=.661, p<.001$)순으로 유의한 정적 상관이 있는 것으로 나타났다. 서비스생산성은 업무가치감($r=.757, p<.001$), 직무($r=.628, p<.001$)순으로 유의한 정적 상관이 있는 것으로 나타났다. 따라서, 업무가치감과 서비스생산성은 각각 가장 유의한 정적 상관이 있는 것으로 나타났으며, 직무만족은 업무가치

감과 가장 유의한 정적상관이 있는 것으로 나타났다.

4.3 서비스생산성에 영향을 미치는 요인

서비스생산성에 영향을 미치는 요인을 알아보기 위해 업무가치감과 직무만족을 독립변수로, 서비스생산성을 종속변수로 다중회귀분석을 실시한 결과는 Table 6과 같다. 회귀모형은 유의하게 나타났으며 ($F=414.768, p<.001$), 모형의 설명력을 나타내 주는 수정된 결정계수($Adj R^2$)는 63.4%로 나타났다

서비스생산성에 영향을 미치는 요인으로는 업무가치감($B=.65, t=15.883, p<.001$), 직무만족($B=.19, t=4.609, p<.001$)이 유의하게 나타났다. 서비스생산성에 업무가치감($\beta=.65$)이 가장 크게 영향을 미치는 요인

으로 나타났으며 다음으로 직무만족($\beta=.19$)로 나타났다. 즉, 업무가치감이 높고, 직무만족이 높을수록 서비스생산성이 높아짐을 알 수 있었다.

서비스생산성에 영향을 미치는 요인을 알아보기 위해 업무가치감 하위변인과 직무만족 하위변인을 독립 변수로, 서비스생산성을 종속변수로 다중회귀분석을 실시한 결과는 회귀모형은 유의하였으며($F=180.480$, $p<.001$), 모형의 설명력을 나타내 주는 수정된 결정계수($Adj R^2$)는 65.2%로 나타났다.

서비스생산성에 영향을 미치는 요인으로는 업무가치감 하위변인 업무가치인식($B=.22$, $t=5.245$, $p<.001$),

자기가치인식($B=.10$, $t=3.489$, $p<.01$), 가치충족인식($B=.30$, $t=6.271$, $p<.001$), 직무만족 하위변인 외재적 만족($B=-.07$, $t=-1.970$, $p<.05$) 내재적만족($B=.30$, $t=6.423$, $p<.001$)이 유의하게 나타났다.

서비스생산성에 가치충족인식($\beta=.31$), 내재적만족($\beta=.31$)이 크게 영향을 미치는 요인으로 나타났으며 다음으로 업무가치인식($\beta=.23$), 자기가치인식($\beta=.13$), 외재적 만족($\beta=-.08$)로 나타났다. 즉, 가치충족인식, 내재적 만족, 업무가치인식, 자기가치인식, 외재적 만족이 높을수록 서비스생산성이 높아짐을 알 수 있었다.

Table 5. Correlation between work value, job satisfaction, and service productivity

	work value	work value recognition	self-worth	value satisfaction recognition	job satisfaction	extrinsic satisfaction	intrinsic satisfaction	service productivity
work value	1							
work value recognition	.858**	1						
p	0.000							
self-worth	.840**	.613**	1					
p	0.000	0.000						
value satisfaction recognition	.952**	.763**	.676**	1				
p	0.000	0.000	0.000					
job satisfaction	.735**	.650**	.611**	.695**	1			
p	0.000	0.000	0.000	0.000				
extrinsic satisfaction	.598**	.537**	.513**	.552**	.912**	1		
p	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000			
intrinsic satisfaction	.752**	.659**	.613**	.721**	.945**	.726**	1	
p	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000		
service productivity	.786**	.707**	.631**	.751**	.664**	.507**	.706**	1
p	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	

** $p<.01$

Table 6. Factors influencing service productivity

variable	B	SE	β	t	p	VIF	statistic
(constant)	0.72	0.12		6.023	<.001		F=414.768*** $R^2=.634$ Adj $R^2=.633$
work value	0.65	0.04	0.65	15.883***	<.001	2.18	
job satisfaction	0.19	0.04	0.19	4.609***	<.001	2.18	
(constant)	0.68	0.12		5.623	<.001		F=180.480*** $R^2=.655$ Adj $R^2=.652$
work value	0.22	0.04	0.23	5.245***	<.001	2.62	
work value recognition	0.10	0.03	0.13	3.489**	.001	2.03	
self-worth	0.30	0.05	0.31	6.271***	<.001	3.29	
value satisfaction recognition	-0.07	0.04	-0.08	-1.970*	.049	2.16	
extrinsic satisfaction	0.30	0.05	0.31	6.423***	<.001	3.19	
intrinsic satisfaction							

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

4.4 미용종사자의 업무가치감이 직무만족을 매개로 서비스향상에 미치는 영향

미용종사자의 업무가치감이 직무만족을 매개로 서비스향상에 미치는 영향을 알아보기와 3단계 회귀분석을 실시한 결과는 Table 7과 같다. 또한 매개효과 검정을 위해 Sobel test를 실시하였다.

매개효과 검증을 위한 Baron & Kenny 방법:3단계 결과를 보면, 1단계에서 업무가치감이 직무만족에 유의한 영향($\beta=.74, p<.001$)을 미치는 것으로 나타나 첫 번째 조건이 만족되었다. 2단계에서 업무가치감이 서비스향상에 유의한 영향($\beta=.79, p<.001$)을 미치는 것으로 나타나 두 번째 조건이 만족되었다. 3단계에서 업무가치감과 직무만족을 동시에 투입하여 서비스향상에 미치는 영향을 살펴본 결과 직무만족은 유의한 영향($\beta=.19, p<.001$)을 미치는 것으로 나타났으며 업무가치감도 유의한 영향($\beta=.65, p<.001$)을 미치는 것으로 나타나 세 번째 조건이 만족되었다.

마지막으로 업무가치감이 서비스향상에 미치는 영향이 2단계보다 3단계에서 통계적으로 유의하게 감소($|\beta|$ 값 비교; $.79 > .65$)하여 업무가치감과 서비스향상에서 직무만족이 부분매개 하는 것으로 볼 수 있다.

업무가치감과 서비스향상의 관계에서 직무만족의 매개효과의 유의성 검증하기 위해 sobel test를 실시하였다. 그 결과 $|Z|=15.057$ 로 Z값이 1.96보다 큰 값을 보여 sobel test에서도 직무만족의 매개효과는 유의한 것으로 나타났다. sobel test결과는 Table 8과 같다.

Table 8. Sobel test result

independent variable	dependent variable	dependent variable	Sobel test
work value	job satisfaction	service improvement	15.057

Table 7. Effect of work value of beauty industry workers on service improvement through job satisfaction

step	independent variable	dependent variable	β	t	R^2	F
1 (independent variable > parameter)	work value	job satisfaction	.74	23.737	.541	563.452
2 (independent variable > dependent variable)	work value	service improvement	.79	27.848	.62	775.52
3 (independent variable, parameter > dependent variable)	work value	service improvement	.65	15.883	.634	414.768
	job satisfaction	service improvement	.19	4.609		

*** $p<.001$

5. 결론 및 제언

오늘날 미용산업에서 서비스 생산성 즉 성과는 가장 중요한 연구 과제이다. 미용업계는 조직원이 스스로 자신의 가치를 인식하고 자기개발을 통해 가치감을 향상시킬 수 있도록 적절한 근무환경 조성과 동기부여로 직무만족도를 높여 서비스 생산성을 극대화 하고자 노력하고 있다.

따라서 본 연구는 미용종사자의 업무가치감(업무가치인식, 자기가치인식, 가치충족인식)이 직무만족(외재적 직무만족, 내재적 직무 만족)과 서비스 생산성에 미치는 영향에 대해 연구하였다. 연구결과 첫 번째, 일반적 특성에 따른 업무가치감은 연령, 최종학력, 근무경력, 직원수에서, 직무만족은 연령, 성별, 학력 근무경력, 직원수에서, 서비스생산성은 연령, 최종학력, 근무경력, 직원수에서 유의한 차이를 보였다. 두 번째, 업무가치감, 직무만족과 서비스생산성의 상관관계에서는 업무가치감은 서비스생산성, 직무만족은 업무가치감, 서비스생산성은 업무가치감으로 유의한 정적 상관이 있는 것으로 나타났다. 이는 종사자의 직무만족이 낮으면 서비스생산성의 저하를 가져오며, 이러한 낮은 서비스생산성은 고객불만을 이야기 한다고 한 Bitner[23]의 연구 결과를 뒷받침한다. 결과적으로 직무만족, 업무가치감, 서비스생산성은 각각의 대상에 관련성이 있음을 나타냈다. 세번째, 서비스 생산성에 영향을 미치는 요인을 실시한 결과는 업무가치감이 높고, 직무만족이 높을수록 서비스생산성이 높아짐을 알 수 있었다. 이는 업무를 통해 존중받고 가치 있다고 느낄 때 일 가치감이 향상되고 직무만족이 커지며 곧 서비스 생산성향상과 직결된다는 김민희, 방현령[24]의 선행연구 결과와도 일맥상통한다.

또한 가치충족인식, 내재적만족, 업무가치인식, 자기 가치인식, 외재적 만족이 높을수록 서비스생산성이 높아짐을 알 수 있었다. 이는 직무의 내재적 가치가 주는 만족도 또한 직무성과로 연결되는 조직원의 동기부여에 긍정적인 영향을 끼친다는 Herzberg, Mausner & Snyderman[25]의 견해와도 일치한다. 네 번째, 미용종사자의 업무가치감이 직무만족을 매개로 서비스향상에 미치는 영향을 알아본 결과 $|Z|=15.057$ 로 Z값이 1.96보다 큰 값을 보여 sobel test에서도 직무만족의 매개효과는 유의한 것으로 나타났다. 본 연구 결과를 토대로 미용종사자들이 스스로 자신의 업무가 가치있고, 보람된 일이라고 인지할 수 있도록 내적동기를 상승시켜 업무자체에서 오는 만족감과 내재적 직무만족에도 향상된 결과를 나타낼 수 도록하며 이를 통해 서비스 생산성에도 긍정적인 영향을 최대화 시킬 수 있을 것으로 기대한다.

미용종사자 개인의 심리적 특성인 업무가치감에 초점을 맞춘 연구가 매우 드문 실정에서 미용종사자의 업무가치감과 직무만족에 대한 연구를 통해 미용종사자의 업무가치감이 직무만족과 서비스 생산성에 미치는 영향에 대해 실증함으로써 학문적으로 시사하는 바가 클 것으로 기대한다. 결론적으로 미용종사자의 서비스 생산성을 향상시키기 위해 조직원 스스로가 자신의 업무가 의미 있고 가치 있으며 보람된다고 인지하여 내적 동기를 상승시킴으로써 직무만족에 긍정적 영향을 끼치게 되어 업무자체에서 오는 만족감, 성취감, 즐거움, 확신감 등 내재적 직무만족을 향상시키는 것이 서비스 생산성을 높이는데 매우 중요하다고 증명되었다. 이를 바탕으로 미용업계에서는 직무환경을 개선하여 미용종사자가 주체적이며 자발적인 참여를 할 수 있도록 함으로써 서비스 생산성의 질을 높이고 경영성과를 높일 수 있는 방안 또한 모색한다면 경쟁력을 높일 수 있을 것이라 기대한다.

REFERENCES

- [1] M. Y. Lee. (2020). *The Effects of Flight Attendants' Perceived Value of Work(PVW) on Service Productivity through Job Satisfaction*, Master's thesis. Korea Aerospace University, Goyang.
- [2] H. R. Wang. (2017). *The Effects of Work Environment and Leisure Use on Job Satisfaction and Job Stress of Beautician*. Master's Thesis. Seokyeong University, Seoul.
- [3] M. O. Park. (2010). *Study on the Degree of Self-Esteem, Social Perception and Satisfaction of Beauty Artist's Occupation*. Master's Thesis, Hansung University, Seoul.
- [4] M. O. Park & = H. J. Choi. (2010). A study on the Degree of Self-Esteem, Social Perception and Satisfaction of Beauty Artist's Occupation. *Journal of the Korean society of cosmetology*, 16, (3), 845-855
- [5] S. A. Choi. (2015). *A Study on the Relationship between Service Training and Service Productivity*. Master's Thesis. Korea Aerospace University, Goyang.
- [6] L. H. Orzack, (1959). Work as a " central life interest" of professionals. *Social Problems*, 7(2), 125-132. DOI : 10.2307/799163
- [7] J. R. Hackman & G. R. Oldham. (1975). Development of job diagnostic survey. *Journal of Applied psychology*, 60, 159-170. DOI : 10.1037/h0076546
- [8] J. E. Park. (2017). *Mediating effect of organization commitment on the relationship among human resources management, knowledge sharing, and job satisfaction in beauty service industry*. The Graduate School Seokyeong University, Seoul
- [9] K. I. Kim. (2020). The Effect of Compensation Recognition on Job Satisfaction and The Effect of Compensation Recognition on Job Satisfaction and Organizational Immersion of Beauty Service Workers. *The Korea Beauty Art Management Association*, 14(4), 53-71
- [10] H. R. Wang. (2017). *The Effects of Work Environment and Leisure Use on Job Satisfaction and Job Stress of Beautician*. Master's Thesis. Seokyeong University, Seoul.
- [11] J. L. Heskett, T. O. Jones, G. W. Loveman, W. E. Sasser & L. A. Schlesinger. (1994), Putting the Service Profit Chain to Work. *Harvard Business Review*, 72(2), 164-174
- [12] D. Oh. (2004). Effect of Perceived Value of Work(PVW) on Job Effectiveness, *Korean Journal of Industrial and Organizational Psychology*, 17(3), 375-399.
- [13] M. Jahoda. (1982). *Employment & unemployment: A social - psychological analysis*. Cambridge:

- Cambridge University press.
- [14] P. Warr. (1987). *Work, unemployment and mental health*. Oxford : Clarendon press
- [15] J. R. Hackman. & G. R. Oldham. (1975). Development of job diagnostic survey. *Journal of Applied psychology*, 60, 159-170.
DOI : /10.1037/h0076546
- [16] L. H. Chusmir. (1982). Job commitment and the organizational woman, *Academy of Management Review*, 7(4), 595-602.
DOI : 10.5465/amr.1982.4285252
- [17] R. Kavanagh & G. H. Bower. (1985). Mood and self-efficacy: Impact of joy and sadness on perceived capabilities. *Cognitive Therapy and Reserch*, 9, 507-525.
- [18] L. Jerome & B. H. Kleiner. (1995). *Employee morale and its impact on service: What companies do to create a positive service experience*. Managing Service Quality.
- [19] K. H. Cho. (2001). *Study on the impact of justice, organizational commitment, job satisfaction and organizational effectiveness*. Doctoral dissertation. Hoseo University.
- [20] Y. S. Kim. (2006). *Development and application of The Customized Learning System for e-Learning*. Master's Thesis. Gyeong-in National University of Education, Incheon.
- [21] Y. J. Lee. (2004). *The characteristics of filial piety behavior which middle school students perceive and an effect which the communication between parents and children has on filial piety behavior*. Master's Thesis. Sung-san Hyo Graduate School, Incheon.
- [22] S. L. Berman, A. C. Wicks, S. Kotha & T. M. Jones. (1999). Does Stakeholder Orientation Matter? The Relationship Between Stakeholder Management Models and Firm Financial Performance. *Academy of Management Journal*, 42(5), 488-506.
DOI : 10.5465/256972
- [23] M. J. Bitner. (1990). Evaluating Service Encounters: The Effects of physical Surrounding and Employee Responses. *Journal of Market ing*, 54(2), 69-82.
DOI : 10.1177/002224299005400206
- [24] M. H. Kim & H. R. Bang. (2018). The influence of perceived value of work on job satisfaction and turnover intention of care workers in nursing homes : mediating effect of caring emotions. *Korean journal of gerontological social welfare*. 73(3), 83-112.

- [25] Y. S. Park. (1988). Two Dimensions in Job-Factors : Individual Satisfaction and Organizational Profit. *Journal of Korean Psychological Association*, 4(1), 473-498.

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 속(Kyoung-Sook Ko)

[정회원]



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