

## 미용경기대회 헤어 작품의 실용성과 만족도 및 작품제작에 관한 연구

김아연

한남대학교 코스메틱사이언스학과 대학원생

### A Study on the Practicality and Satisfaction of Hair Works in Beauty Contests and the Production of Works

Ayun Kim

Student, Department of Cosmetic Science, Hannam University

**요약** 본 연구에서는 2014부터 2017년까지 미용경기대회에서 출품되었던 헤어바이나이트 작품을 분석했으며, 대전·충청지역 미용업 종사자, 미용전공자 및 미용경기대회 헤어 관련 참가 경험자를 대상으로 미용경기대회 헤어 작품에 대한 살롱서의 활용성과 만족도를 설문을 통해 조사하였다. 수집된 자료는 통계 분석 소프트웨어중 하나인 SPSS 24.0을 활용하여 처리 및 분석하였다. 아울러 2019년 OMC 헤어월드대회에서 1위를 차지한 헤어바이나이트 작품을 제작하였다. 2019년 OMC 헤어월드대회에서 1위를 차지한 작품은 트렌드로 자리 잡아 이후 미용기능경기대회에서도 지속적으로 영향을 미치고 있다. 또한 이와 같은 작품 제작하는 기술은 전문적인 기능인 양성하는데 기여하고, 미용기능경기대회에 대한 관심과 참여도를 높이고 홍보와 자부심을 고취시키는 동시에, 미용인들의 기술 향상에도 필수적이라고 판단된다.

**주제어** : 미용, 헤어, 미용경기대회, 헤어바이나이트, 트렌드

**Abstract** In this study, we analyzed the Hair by Night works submitted to beauty contests from 2014 to 2017, and surveyed beauty majors, beauty industry workers, and beauty contest hair-related participants in the Daejeon and Chungcheong regions to investigate the usability and satisfaction of salons regarding beauty contest hair works through a questionnaire. The collected data were processed and analyzed using SPSS 24.0, one of the statistical analysis software. In addition, we produced the Hair by Night work that won first place at the 2019 OMC Hair World Contest. The work that won first place at the 2019 OMC Hair World Contest has become a trend and has continued to influence subsequent beauty skill contests. In addition, the technology for producing such works contributes to the training of professional craftsmen, increases interest and participation in beauty skill contests, promotes them, and promotes them with pride, while also being essential for improving the skills of hairdressers.

**Key Words** : Beauty, Hair, Beauty Contest, Hair by Night, Trend

\*Corresponding Author : Ayun Kim(ckmisy2004@naver.com)

Received August 21, 2024

Accepted September 21, 2024

Revised September 8, 2024

Published September 30, 2024

## 1. 서론

사람들은 모두 아름다워지기를 원하고 또한 그 아름다움을 표현하기 위해 끊임없이 노력한다. 헤어스타일은 비용 부담이 적으면서도 개인의 개성을 드러내는 중요한 이미지 표현 수단으로 여겨진다.[1]

미용 기능경기대회는 디자인의 창의성, 색상, 테크닉을 통해 미용인들이 창의적 능력을 표현할 수 있는 기회를 제공하며, 정신적 만족을 넘어 미용인들의 기술과 창의성 계발에 중요한 발판이 된다.[2] 또한, 기능경기대회는 국내 뷰티산업의 기술 성장과 역량 강화에 실질적으로 이바지하며, 대회에 출품된 작품을 연구하는 것은 미용 문화와 기능경기대회의 트렌드를 이해하는 데 중요한 요소로 여겨진다.

따라서 본 연구에서는 미용 기능경기대회에서 출제된 작품의 경향성을 분석하고, 이에 대한 만족도와 활용성을 조사하기 위해 2014년부터 2017년까지 국내 미용 기능경기대회에 제시된 헤어바이나이트 작품을 분석하였다.

## 2. 이론적 배경

### 2.1 미용경기대회의 개요

#### 2.1.1 OMC 헤어월드 대회

1946년, 38개국의 가맹국을 중심으로 프랑스 파리에 본부를 둔 세계 아·미용 연합(O·M·C)이 설립되었다. 이 연합이 주최하는 OMC 헤어월드 대회는 아·미용 올림픽으로도 불리며, 2년마다 회원국을 순회하며 열리는 국제적인 아·미용 대회이다.[3] OMC 헤어월드 대회는 전 세계 미용 협회 회원국을 대표하는 약 60개국의 미용 전문가들이 참가하여, 뛰어난 실력을 발휘하고 혁신적인 기술과 테크닉을 선보이는 자리로 주목받고 있다. 이 대회는 세계 헤어스타일과 트렌드를 선도하는 중요한 행사로 자리매김하고 있다.[4]

#### 2.1.2 국내 기능경기대회

국내에서 열리는 기능경기대회는 지역 대회와 전국 대회로 나누어 진행된다. 지방기능경기대회는 지역사회 내 기능 개발과 보급, 그리고 기술의 질적 향상을 도모하며, 우수한 기능인을 발굴하여 표창함으로써 기능인의 사기 진작과 근로 의욕을 높이는 것을 목표로 한다. 우리나라는 빠르게 변화하는 산업사회의 요구에 부응하고, 뛰어난 기능 인재를 발굴·육성하여 국가 발전에 기여하

기 위해 1966년 1월에 국제기능올림픽 한국위원회를 설립하였다.[5]

### 2.2 미용경기대회 경기종목 및 특성

#### 2.2.1 크리에이티브(Creative)

크리에이티브는 창의적이고 예술적인 감각을 요구하면서도 섬세한 빗질이 필요한 종목으로, 독창성과 진취적인 접근, 그리고 예술성이 돋보이는 스타일을 강조한다.[13] 처음에는 이 용어가 대중적 소비자를 의미하는 '컨슈머(Consumer)'로 불렸으나, 2004년 이탈리아 밀라노에서 열린 헤어월드 챔피언십 대회에서 OMC 관계자들의 결의로 '크리에이티브(Creative)'로 명칭이 변경되었다.[4] 크리에이티브 작품들은 커트, 컬러 작업, 드라이 몰딩, 스타일링 과정을 거치며, 특히 컬러링 과정에서 매쉬 부분을 부분적으로 하이라이트 처리하여 화려함을 강조하는 것이 특징이다.[6]

#### 2.2.2 헤어바이나이트(Hair by Night)

크리에이티브 스타일에 장식품이나 헤어피스를 더해 더욱 화려하고 독창적으로 표현하는 스타일로, 크리에이티브와 업스타일의 감각을 결합한 것을 헤어바이나이트라고 부른다. 주로 저녁 파티에 어울리는 화려한 디자인을 표현하는 데 중점을 둔다.[7] 헤어바이나이트는 커트, 컬러 작업, 헤어피스 제작, 스타일링의 순서를 거치며, 연속성과 균형을 고려하여 질감을 표현한 후, 헤어피스나 장신구를 활용해 스타일을 완성하는 것이 특징이다.[12]

#### 2.2.3 데이 스타일(Day Style)

데이 스타일은 머리를 안 묶고 자연스럽게 풀어져 있는 상태에서 시작하며, 가벼우면서도 풍성한 스타일에 지나치게 화려하거나 과도한 예술적 요소가 드러나지는 않는다. 데이 스타일은 초기에는 스트리트 패션(street fashion)으로 불렸으나, 2012년부터 공식적으로 '데이 스타일'로 명명되었다. 데이 스타일은 2010년 프랑스 헤어월드 대회까지는 모델을 대상으로 한 종목으로만 진행되었으나, 2012년 이탈리아 헤어월드부터는 마네킹 종목이 추가되면서, 이제는 마네킹 부문과 라이브 모델 부문으로 나누어 진행되고 있다.

2.2.4 이브닝 스타일(Evening Style)

이브닝 스타일은 고급스러움과 아름다움을 지닌 여성의 품격을 표현하는 스타일로, 머리를 올려 묶는 업스타일 기법을 사용한다. 이 스타일은 토탈 패션 개념에 따라 마네킹의 헤어스타일, 헤어컬러, 의상, 액세서리 등이 조화롭게 어우러져야 한다.

2.3 미용경기대회 헤어작품의 활용성

실제 행동과 외부 수행과 관련된 것으로, 학습을 통해 습득한 기술과 지식을 외부에서 효과적으로 활용하는 것을 활용이라고 한다.[8]

미용 경기대회에서 선보인 작품이 살롱 현장에서 유사한 헤어스타일이나 그 일부를 적용하여 활용할 수 있는지를 평가하는 것이다.[14, 15] 미용 경기대회에서 작품의 활용 정도는 대회 참가 전 작품 연습을 통해 얻은 지식을 얼마나 효과적으로 적용하는지에 달려 있다고 할 수 있다. 이와 연관된 연구는 소수 연구자에 의해 진행되었으며, 몇 경기대회 작품은 실제로 살롱에서 활용될 수 있는 가능성을 지닌 것으로 밝혀졌다.[9-11]

3. 미용경기대회 작품분석

3.1 헤어바이나이트

3.1.1 2014년 작품

Fig. 1은 2014년 독일 Frankfurt에서 열린 대회에서 우승을 차지한 한국의 헤어바이나이트 작품이다. 크리에이티브 작품과 연관성이 있으며, 태풍 속에서 눈을 맞은 한 송이의 아름다운 꽃을 표현한 작품이다.



Fig. 1. 2014 Frankfurt, Germany 1st place work

3.1.2 2015년 작품

Fig. 2는 주제 "축제"를 다룬 작품으로, 2015년 말레이시아에서 열린 OMC ASIAN CUP에서 수상한 작품이다. 축제에서 나팔의 아름답고 웅장한 소리에서 영감을 받아, 전통 문양인 당초 문양을 적용하여, 귀하고 우

아한 우리나라 전통미를 작품에 응용하여 연출하였다.



Fig. 2. 2015 OMC ASIAN CUP Award-winning work

3.1.3 2016년 작품

Fig. 3은 2016년 한국 Kintex에서 열린 대회에서 우승을 차지한 한국의 헤어바이나이트 작품이다. 전체적으로 크리에이티브와 유사하게 꽃의 형상으로 디자인한 작품으로, 크리에이티브가 개화하는 과정을 표현했지만, 헤어바이나이트는 꽃이 만개한 시기를 연상시키는 디자인으로 구성되었다.

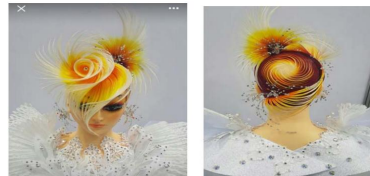


Fig. 3. 2016 KINTEX Korea No. 1 Work

3.1.4 2017년 작품

Fig. 4는 2017년 OMC 파리 헤어월드에서 선보인 봉황 작품은 용과 함께 궁궐에서 자주 사용되었던 상징으로, 고귀하고 화려한 권위와 명예를 나타내며 하늘로 날아오르는 형상을 작품으로 표현하였다. 크리에이티브는 봉황이 날개를 펼친 모습을 담았고, 헤어바이나이트는 넓고 높은 헤어피스를 사용하여 봉황의 역동적인 날갯짓을 재현하였다.



Fig. 4. 2017 OMC Paris Hair World Competition Works

## 4. 연구 방법

### 4.1 연구대상 및 기간

본 연구는 2019년 7월 8일부터 8월 8일까지 진행되었으며, 대전·충청지역의 미용업 종사자, 미용 전공자 그리고 미용 경기대회에 참가한 경험이 있는 헤어 전문가 50명을 대상으로 하였다. 본 조사는 2019년 8월 10일부터 10월 9일까지 진행되었으며, 대전·충청지역의 미용업 종사자, 미용 전공자 그리고 미용 경기대회 참가 경험이 있는 헤어 전문가 223명을 대상으로 설문조사를 실시하였다. 결측값이 포함된 설문지는 제외하고, 결과적으로 총 200부의 설문지가 분석 자료로 사용되었다.

### 4.2 설문지 구성

본 연구는 대전·충청지역의 미용업 종사자, 미용 전공자, 그리고 미용 경기대회 참가 경험자를 대상으로 연령대별 미용 경기대회 참가 현황, 심사 내용, 헤어 작품의 살롱 활용성, 대회 후 만족도, 헤어 종목별 현장 활용 도움 정도, 그리고 활용성과 만족도에 관한 통계 자료를 조사하기 위해, 설문지는 Table 1과 같이 구성되었다. 본 연구는 미용 경기대회의 헤어 작품이 살롱에서 활용되는 가능성과 만족도를 분석한 것으로, 수집한 자료는 통계 소프트웨어 중 하나인, SPSS 24.0으로 분석되었다.

Table 1. Structure of the questionnaire

Division	Number of questions	Measure	References
General questions	6	Nominal scale	Lee Hyeon-ju (2010)
Beauty contest participation status	8	Likert 5-point scale	Kim Dong-bun (2013)
Running a beauty contest	6	Likert 5-point scale	Kim Ik-hwan (2005)
Beauty contest criteria	6	Likert 5-point scale	Kim Ik-hwan (2005)
Hair product salon usability	6	Likert 5-point scale	Kang Hyun-ok (2003)
Satisfaction after beauty contest	6	Likert 5-point scale	Kim Mi-won (2009)
Hair type-based help level in using the field	10	Likert 5-point scale	Researcher

## 5. 결과 및 고찰

### 5.1 일반적 특성

#### 5.1.1 인구통계학적 특성

일반적 특성에 따르면, 총 200명의 응답자가 있으며, 이들의 특성에 따른 분포는 다음과 같다. 성별 분포를 보면, 남성은 15명(7.5%), 여성은 185명(92.5%)이었으며, 연령대별로는 20대가 5명(2.5%), 30대가 15명(7.5%), 40대가 91명(45.5%), 50대 이상이 89명(44.5%)이었다. 직업별 분포는 자영업이 89명(44.5%)으로 가장 많았고, 전문직이 80명(40.0%)으로 뒤를 이었다. 주부는 4명(2.0%), 공무원은 1명(0.5%), 학생은 3명(1.5%), 서비스/판매직은 6명(3.0%), 기타는 17명(8.5%)이었다. 월평균 소득에 따른 분포는 200만 원 미만인 사람이 40명(20.0%), 200만 원에서 400만 원 미만이 85명(42.5%), 400만 원에서 600만 원 미만이 52명(26.0%), 600만 원 이상이 23명(11.5%)이었다. 학력별로는 고등학교 졸업 이하가 57명(28.5%), 대학교 재학 또는 졸업이 97명(48.5%), 대학원 이상이 46명(23.0%)이었다. 직책별로는 원장이 166명(83.0%), 교사가 2명(1.0%), 스태프가 5명(2.5%), 디자이너가 19명(9.5%), 매니저는 1명(0.5%), 학원생은 1명(0.5%), 학생은 2명(1.0%), 기타는 4명(2.0%)이었다.

### 5.2 미용 경기대회 참가 실태

#### 5.2.1 종목 및 정보 습득 경로, 참가 이유

미용 경기대회 참가 여부를 보면, 참가 경험이 있는 응답자가 159명(79.5%)인 반면, 참가 경험이 없는 응답자는 41명(20.5%)이었다. 미용 경기대회에 참가한 159명을 대상으로 종목, 정보를 습득한 경로, 참가하는 이유를 조사한 결과는 다음과 같다. 참가 종목으로는 크리에이티브가 65명(15.2%), 헤어바이나이트가 44명(10.3%), 크리에이티브 웨이브 펌이 21명(4.9%), 트렌드컷(패션컷)이 37명(8.6%), 그래쥬에이션 컷이 13명(3.0%), 이브닝스타일이 68명(15.9%), 고전머리가 53명(12.4%), 살롱업스타일이 25명(5.8%), 드라이(결마름)가 28명(6.5%), 데이 스타일이 60명(14.0%), 기타가 14명(3.3%)이었다. 정보 습득 경로는 미용 관련 협회가 120명(75.5%)으로 가장 많았고, 미용 관련 학교 및 학원이 30명(18.9%)으로 뒤를 이었다. 기타는 6명(3.8%), 미용 관련 잡지나 신문은 2명(1.3%), 인터넷은 1명(0.6%)이었

다. 참가 이유로는 전문가 기술 향상이 81명(50.9%)으로 가장 많았으며, 다양한 대회 경험을 쌓기 위하가 37명(23.3%)으로 뒤를 이었다. 미용 전문가로 성공하기 위해가 26명(16.4%), 수상경력을 스펙으로 삼기 위하가 8명(5.0%), 교수자의 강력한 권유가 3명(1.9%), 기타는 4명(2.5%)이었다.

### 5.3 미용 경기대회 심사내용

#### 5.3.1 심사평가 기준의 인지도

심사평가 기준에 대한 인지도는 평균이 전체적으로 3.37점으로 보통인 결과값보다 약간 높은 결과를 보였다. 연령대별로 보면, 50대 이상(M=3.24)과 40대 이하(M=3.30)의 인지 수준이 유사했으며, 통계적으로 유의한 차이는 관찰되지 않았다. 월평균 소득에 따른 인지 수준은 600만 원 이상이 M=3.30, 400만 원에서 600만 원 미만인 M=3.46, 200만 원에서 400만 원 미만인 M=3.15, 200만 원 미만이 M=3.25로 나타났으며, 이들 간의 통계적 차이는 의미가 되지 않았다.

#### 5.3.2 심사기준의 공정성

심사기준의 공정성은 평균이 전체적으로 3.02점으로 보통인 결과 값 정도의 결과를 보였다. 연령대별로는 50대 이상(M=2.87)과 40대 이하(M=3.14) 사이에 공정성에 대한 인식 차이가 크지 않았다. 월평균 소득에 따른 인식에서는 600만 원 이상(M=2.78), 400-600만 원 미만(M=2.73), 200-400만 원 미만(M=3.08), 200만 원 미만(M=3.38) 소득 그룹 간에 통계적으로 유의미한 차이가 있었으며 ( $p < .05$ ), Duncan 검정을 통해 200만 원 미만 소득 그룹이 400만 원 이상의 소득 그룹보다 심사 기준을 더 공정하다고 평가한 것으로 나타났다.

### 5.4 미용 경기대회 헤어작품의 활용성

미용 경기대회 헤어작품은 예술적 능력 향상에 가장 큰 도움이 되는 것으로 평가되었으며(M=4.03), 그 다음으로 기술적 향상(M=3.99), 실무 능력의 향상(M=3.92), 살롱에서의 활용 가능성(M=3.70), 경영 관리의 도움(M=3.67), 전문화 시간 절약(M=3.67) 순으로 높은 살롱 활용 가능성을 나타내었다.

### 5.5 미용 경기대회 참가한 후 만족도

미용 경기대회 참가한 후 만족도가 가장 높았던 요소

는 새로운 경험에서 오는 활력(M=4.26)이었으며, 다음으로는 성취감(M=4.18), 자신감 증가(M=4.16), 예술적 시각과 시야 확대(M=4.15), 열정(M=4.15), 기술 향상(M=3.99) 순으로 높았다.

### 5.6 미용 경기대회 헤어종목의 현장 활용 도움 정도

미용 경기대회 헤어 종목 가운데, 살롱업스타일(M=3.92)이 가장 실무에 적합하다고 평가되었으며, 그 뒤를 이어, 드라이(M=3.88), 트렌디컷(M=3.84), 이브닝 스타일(M=3.81), 그레주에이션컷(M=3.76) 순으로 실무에 도움이 된다고 평가되었다. 반면, 고전머리(M=3.55)와 헤어바이나이트(M=3.54)는 상대적으로 현장 활용에 도움이 적다고 평가되었다.

### 5.7 미용 경기대회 작품의 활용성과 만족도, 현장 활용의 도움정도 간의 상관관계

미용 경기대회 운영은 대회의 심사내용( $r=.638, p < .01$ ), 미용 경기대회 만족도( $r=.502, p < .01$ ), 헤어작품의 살롱 활용성( $r=.460, p < .01$ ), 현장 활용의 도움 정도는 정(+)의 상관관계가 있으며( $r=.269, p < .01$ ), 통계적으로 유의미한 관계를 보였다. 대회 심사는 대회 만족도( $r=.455, p < .01$ ), 헤어작품의 살롱 활용성( $r=.520, p < .01$ ), 그리고 현장에서 활용하는 도움 정도( $r=.422, p < .01$ )와 긍정적인 상관관계를 나타냈다. 헤어작품의 활용성은 미용 경기대회 만족도( $r=.738, p < .01$ ) 및 현장에서 활용하는 도움 정도( $r=.599, p < .01$ )와 양의 상관관계를 보였으며, 미용 경기대회 만족도 또한 현장에서 활용하는 도움 정도( $r=.516, p < .01$ )와 양의 상관관계를 나타냈다.

## 6. 헤어바이나이트 작품 제작

### 6.1 제작 의도

OMC 헤어월드 대회는 전 세계에서 선발된 참가자들이 창의적인 헤어 작품을 선보이며 경쟁하는 국제 대회이다. 해당 대회에서 나온 문제는 그 해의 작품 트렌드를 설정하며, 국내에서도 해당 트렌드가 반영된 작품이 제작되는 데 영향을 미친다. 또한, 해당 연도의 작품 트렌드는 대한미용사회중앙회 미용 경기대회와 각 지방 미용 경기대회에서 트렌드로 자리잡으며, 대한미용사회중앙회 기술 강사 시험에도 반영되어 영향을 미치는 경향이 있다.

본 연구에서는 2019년 프랑스 파리에서 열린 OMC 헤어월드 대회에서 4연패를 기록한 챔피언의 헤어바이나이트 작품을 재현하고자 한다. 이 작품은 2020년도 미용 기능경기대회의 트렌드로 자리잡을 것으로 예상되며, 따라서 대회 작품으로 출전할 가능성이 높다고 예측된다. Fig. 5는 해당 작품 사진을 나타내고 있다.



Fig. 5. 2019 OMC Hair World Competition 4-time consecutive champion award winner

## 6.2 헤어바이나이트 작품 제작

Fig. 6은 제작한 헤어바이나이트 작품 사진이다.

- 헤어야세서리 : 헤어바이나이트의 형태를 구성할 때, 중앙과 좌측, 우측의 세 가지 부분으로 나누어 디자인을 완성한다.
- 마네킹 귀걸이 : 헤어바이나이트의 형태를 작품 트렌드에 맞추어 구성한다.
- 헤어 커트 : 트렌드에 맞춰 헤어바이나이트 형태의 작품을 커트하여 구성한다.
- 헤어 및 피스컬러 : 작품 트렌드에 맞춰 헤어바이나이트의 형태를 구성하고, 컬러를 적절히 선정하여 배합한다.
- 마네킹 메이크업 : 헤어바이나이트의 형태를 작품 트렌드에 맞추어 구성하고, 이에 적합한 컬러를 선정한다.
- 마네킹 의상 : 헤어바이나이트 형태 작품 트렌드에 맞추어 구성한다.
- 헤어 피스 : 헤어바이나이트 형태 작품 트렌드에 맞추어 컬러 구성 한다.
- 헤어 피스 : 헤어바이나이트 형태 작품 트렌드에 맞추어 구성 한다.
- 헤어 피스 : 헤어바이나이트 형태 작품 트렌드에 맞추어 구성 한다.



Fig. 6. A work that showcased the 2019 Hair by Night work

## 7. 결론

본 연구는 2014년부터 2017년까지의 헤어바이나이트 작품을 검토하고, 대전과 충청도 지역의 미용 전공자와 미용업 종사자, 그리고 미용 경기대회에 참여한 헤어 전문가들을 대상으로 헤어 작품의 살롱에서의 활용성과 만족도를 설문조사 방식으로 조사하였다. 수집된 자료는 SPSS 24.0 통계 소프트웨어를 활용하여 분석하였다. 추가로, 2019년 OMC 헤어월드대회에서 우승한 헤어바이나이트 작품을 제작하였다. 분석 결과는 다음과 같다. 첫째, 연구 대상자의 일반적 특성에서 여성의 비율이 92.5%를 차지했으며, 연령대별로는 40대와 50대 이상의 비율이 비슷했다. 자영업과 전문직이 가장 많이 분포하였고, 월평균 소득은 200~400만 원 미만으로 나타났다. 학력별로는 대학교 재학생 및 졸업생이 많았으며, 직책별로는 뷰티 서비스업 원장이 가장 많았다. 둘째, 미용 경기대회 참가 실태를 보면, 참가 경험자는 전체의 79.5%를 차지하며, 참가 종목으로는 이브닝 스타일이 15.9%, 크리에이티브가 15.2%로 높은 비율을 보였다. 셋째, 미용 경기대회 심사 내용에 관한 조사 결과, 심사 기준에 대한 인식은 평균 3.37점으로 나타났으며, 심사 기준의 공정성에 대한 평가는 평균 3.02점으로 나타났다. 넷째, 미용 경기대회 헤어 작품을 통해 미용 경기대회 작품은 대부분 자신에게 예술적인 능력을 향상하는데 도움이 되었다(M=4.03)로 가장 높은 수치를 보였다. 다섯째, 미용 경기대회 참가 후 만족도를 살펴본 결과, 새로운 도전에서 얻는 활력(M=4.26)이 가장 큰 만족도를 보였다. 여섯째, 미용 경기대회 헤어 종목 중 현장 활용에 미치는 도움 정도를 살펴본 결과, 살롱업스타일(M=3.91)이 가장 유용하다고 평가되었으며, 고전머리(M=3.55)와 헤어바이나이트(M=3.54)는 비교적 도움이 적은 것으로 나타났다. 일곱째, 미용경기대회 운영은 헤

어 작품의 살롱 활용성( $r=.460, p<.01$ ), 심사 내용( $r=.638, p<.01$ ), 대회 만족도( $r=.502, p<.01$ ), 그리고 현장에서의 활용 도움 정도( $r=.269, p<.01$ )와 긍정적인 상관관계를 보였다. 여덟째, 2019년 OMC 헤어월드대회에서 1위를 차지한 헤어바이나이트 작품을 더욱 강조하기 위해 헤어 악세서리, 마네킹 귀걸이, 마네킹 메이크업, 마네킹 의상, 그리고 헤어피스를 제작하였다. 이러한 결과를 보면, 미용경기대회에서의 헤어 작품 제작 기술은 전문 기능인 양성에 중요한 역할을 하고 있으며, 미용 기능경기대회에 대한 관심과 참여를 촉진하고 홍보 및 자부심을 높이는 데 기여할 뿐만 아니라, 미용인들의 기능 향상에도 필수적이라고 할 수 있다.

REFERENCES

[1] Y. S. Song (2008). Relationship among Internal Marketing, Internal Customers' Satisfaction, Service Quality, and Revisit Intention in the Beauty Service Company. *Graduate School of Paichai University*, 119.

[2] N. K. You, S. N. Kim (2007). A Study on the Hair and Beauty Skills Competition. *Journal of Beauty Art Management*, 1(3), 161-172.

[3] G. H. Gwon (2009). Analysis on Women's Fashion Items of 21C 0 · M · C Hair World. *Journal of Beauty Art Management*, 1(3), 41-48.

[4] S. M. Lee (2009). A study on hair-styles of beauty salon applying hair world championship's works. *Graduate School of Sookmyung Women's University*, 144.

[5] Y. G. Choi (2002). Research on cognition of practical teachers in technical high school for skills competition. *Korea National University of Education*, 78.

[6] O. L. You (2007). A study on the Color and Shape of Hair Style : Focused on a work of the competition after 1980. *Graduate School of Industry, Nambu University*, 86.

[7] J. H. Ha (2005). A Study on the Chignon Style. *Graduate School of Sociocultural Science, Hannam University*, 57.

[8] S. J. Oh (2015). Perception, attitude, and effects of "no-plate-waste day" of M middle and high school students in Seoul according to the stage of change model. *Graduate School of Education, Yonsei University*, 61.

[9] D. E. Park, K. S. Ko (2015). The Influence of Stress

and Body Image Scalp-Hair Management Behavior of Adolescents -Hair design Center Jobs-. *Journal of The Korean Society of cosmetology*, 21(6), 1224-1232.

[10] J. H. Jung (2017). Analysis and Practical Application of Fashion Cut Works Exhibited in Function Competition Applying Pattern Analysis Method. *Graduate School of Social and Culture·Public, Hannam University*, 107.

[11] K. R. Kim (2011). The effect of National Skills Competition hairdesign on the beauty salon business. *Graduate School of Social and Culture·Public, Hannam University*, 74.

[12] S. H. Kim (2012). Trend analysis of color Presented in the 2000's Hair by Night. *Graduate School of Design, Daegu University*, 88.

[13] H. N. Park (2015). Development in Hair Design According to Analyzing Image of Creative and Hair-by-Night. *Graduate School of Design, Daegu University*, 130.

[14] M. H. Jung (2016). A study of men's hair style with men's hairdressing from the hair design at World Skills applied. *Graduate School of Beauty Arts, Seogyeong University*, 120.

[15] J. H. Jung (2017). Analysis and Practical Application of Fashion Cut Works Exhibited in Function Competition Applying Pattern Analysis Method. *Graduate School of Social and Culture·Public, Hannam University*, 107.

김 아 연(Ayun Kim)

[정회원]



- 2018년 2월 : 건양사이버대학교 글로벌 뷰티학과(뷰티학사)
- 2020년 2월 : 한남대학교 사회문화행정 복지대학원 향장미용학과(미용학석사)
- 2023년 3월 ~ 현재 : 한남대학교 코스메틱사이언스학과 박사과정

- 관심분야 : 미용, 아용, 코스메틱
- E-Mail : ckmisy2004@naver.com