

석사학위논문

메이크업 전공자의 메이크업
미용대회 선택 요인에 대한 연구

2021년

한성대학교 예술대학원

뷰티예술학과

분장예술전공

김희진

석사학위논문
지도교수 황수민

메이크업 전공자의 메이크업 미용대회 선택 요인에 대한 연구

A study on make-up majors' makeup beauty
contest selection factors

2020년 12월 일

한성대학교 예술대학원

뷰티예술학과

분장예술전공

김 희 진

석사학위논문
지도교수 황수민

메이크업 전공자의 메이크업 미용대회 선택 요인에 대한 연구

A study on make-up majors' makeup beauty
contest selection factors

위 논문을 예술학 석사학위논문으로 제출함

2020년 12월 일

한성대학교 예술대학원

뷰티예술학과

분장예술전공

김 희 진

김희진의 예술학 석사학위 논문을 인준함

2020년 12월 일

심사위원장 _____(인)

심 사 위 원 _____(인)

심 사 위 원 _____(인)

국 문 초 록

메이크업 전공자의 메이크업 미용대회 선택 요인에 대한 연구

한 성 대 학 교 예 술 대 학 원
뷰 티 예 술 학 과
분 장 예 술 전 공
김 희 진

미용대회의 지속적 발전을 위해 대회의 기술적·예술적 수준 향상과 다양한 계층의 대회 참가가 지향되어야 하는 시점이지만, 미용대회에 참가한 전공자를 대상으로 참가자들이 지각하는 미용대회에 대한 인지도 및 태도와 만족도에 대한 연구는 아직 이루어지지 않고 있다. 따라서 본 연구는 미용대회를 종합미용대회와 메이크업 메이크업전문미용대회로 구분하여 두 가지의 대회 중 어느 것을 인지하고, 대회를 대하는 태도, 만족도, 선호도를 살펴보았으며, 대회에 대한 선호도에 직접적인 영향을 미치는 요인이 무엇인지 살펴보고 미용대회를 활성화하기 위한 시사점을 제공하는데 그 목적이 있다.

이를 위해 서울과 경기에서 메이크업을 전공한 전공자 중 메이크업 미용대회 참가자 370명을 대상으로 2020년 11월 3일부터 11월 12일까지 설문조사를 실시하였으며, 총 351부가 회수되어 본 연구의 실증적 분석 자료로 사용되었다. 또한 본 연구는 SPSS 24.0 통계 프로그램을 사용하여 빈도분석(frequency analysis), 탐색적 요인분석(exploratory factor analysis), 신뢰도

분석(reliability analysis), 기술통계분석(descriptive statistics analysis), t-검증, 상관관계 분석(correlation analysis) , 다중회귀분석(multiple regression analysis)을 실시하였다.

본 연구의 실증적 분석결과는 다음과 같다. 첫째, 종합미용대회와 메이크업전문미용대회의 대회 인지도, 대회 태도, 대회 만족, 대회 선호도의 분석 결과, 종합미용대회보다 메이크업전문미용대회의 대회 인지도, 대회 태도, 대회 만족의 평균이 높은 것으로 나타나 본 연구의 응답자들이 메이크업전문미용대회에 대해 긍정적으로 인식 또는 평가하는 것으로 확인되었다. 둘째, 종합미용대회와 메이크업전문미용대회의 대회 인지도, 대회 태도, 대회 만족, 대회 선호도 간의 차이에 대한 상관관계를 살펴보기 위하여 Pearson 상관분석을 실시하였는데, 대회 선호도 차이는 대회 만족 차이, 대회 태도 차이, 대회 인지도 차이의 순으로 매우 높은 상관관계를 보이는 것으로 나타났다. 셋째, 종합미용대회와 메이크업전문미용대회의 선호도 차이에 미치는 영향력을 살펴보기 위하여 다중회귀분석을 실시한 결과, 대회 만족 차이, 대회 태도 차이, 대회 인지도 차이는 대회 선호도 차이에 정(+)의 영향을 미쳤다.

즉, 종합미용대회와 메이크업전문미용대회의 선호도 차이를 줄이기 위해 대회 인지도 차이, 대회 태도 차이, 대회 만족 차이를 줄여야 한다. 특히 대회 만족 차이를 줄이는 것이 가장 효과적이므로, 대회 운영 상황 상 모든 차이를 줄이는 것이 어렵다면 대회 만족 차이를 줄이기 위한 노력을 가장 먼저 하여야 하고 그 다음으로 대회 태도 차이와 대회 인지도 차이를 줄이는 방향으로 전략을 수립하여야 할 것으로 사료된다. 또한 메이크업전문미용대회를 참고하여 대회 운영방식을 개선하고 대회 장소와 시설 같은 물리적 환경을 점검해보고 기존보다 더 나은 대안을 제시하는 등 다양한 측면에서의 노력이 필요하다.

【주요어】 메이크업 전공자, 메이크업 미용대회, 미용대회 선택 요인

목 차

제 1 장 서 론	1
제 1 절 연구의 필요성 및 목적	1
제 2 절 연구 문제	2
제 2 절 연구 내용	3
제 2 장 이론적 배경	4
제 1 절 미용대회의 개요	4
1) 미용대회의 개념	4
2) 미용대회 분류	5
3) 미용대회의 규모	7
제 2 절 메이크업전문미용대회	10
1) 메이크업전문미용대회 분류	10
2) 메이크업전문미용대회의 규모	12
제 3 절 선행 연구 고찰	14
제 3 장 연구방법	18
제 1 절 연구문제	18
제 2 절 변수의 조작적 정의와 측정	18
1) 인지도	18
2) 참가자 태도	19
3) 참가자 만족	19
4) 참가자 선호도	20

제 3 절 분석방법	20
1) 표본추출	20
2) 분석방법	21
 제 4 장 분석결과	 22
제 1 절 표본특성	22
제 2 절 측정도구의 타당성 및 신뢰도 검증	28
1) 대회 인지도	28
2) 대회 태도	30
3) 대회 만족	31
4) 대회 선호도	32
제 3 절 기술통계량	33
제 4 절 종합미용대회와 메이크업전문미용대회별 대회 특성 차이	35
1) 대회 인지도	35
2) 대회 태도	37
3) 대회 만족	38
4) 대회 선호도	40
제 5 절 종합미용대회와 메이크업전문미용대회별 대회 차이의 상관관계 ..	42
제 6 절 대회 선호도 차이에 미치는 영향력	43
 제 5 장 결 론	 44
 참 고 문 헌	 48
부 록	52
ABSTRACT	61

표 목 차

[표 2-1] 미용대회별 주최단체, 역사 및 규모	9
[표 2-2] 메이크업 대회별 주최단체, 역사 및 규모	13
[표 3-1] 표본과 조사설계	21
[표 4-1] 표본 특성	22
[표 4-2] 미용대회 참가 경험관련 특성	24
[표 4-3] 대회 인지도 측정도구의 요인분석 및 신뢰도 분석결과	28
[표 4-4] 대회 태도 측정도구의 요인분석 및 신뢰도 분석결과	30
[표 4-5] 대회 만족 측정도구의 요인분석 및 신뢰도 분석결과	31
[표 4-6] 대회 선호도 조사도구의 요인분석 및 신뢰도 분석결과	33
[표 4-7] 주요 변수의 특성	34
[표 4-8] 대회 인지도 차이	36
[표 4-9] 대회 태도 차이	38
[표 4-10] 대회 만족 차이	39
[표 4-11] 대회 선호도 차이	41
[표 4-12] 대회 인지도, 대회 태도, 대회 선호도 차이 간의 상관관계	42
[표 4-13] 대회 선호도에 미치는 영향	43

제 1 장 서론

제 1 절 연구의 필요성 및 목적

한국에서의 미용 산업은 고부가가치를 창출할 수 있는 미래 성장산업으로서 부각되고 있으며, 산업에서 제공하는 제품과 서비스에서 점차 고급화, 전문화, 세분화 되어가는 산업트렌드를 반영한다는 점에서 향후 발전가능성을 기대할 수 있는 산업이다. 따라서 시대의 변화에 발맞추어 전문성 있는 기술과 양질의 서비스가 꾸준히 향상·개발되어야 하고(이경숙, 2011), 사회환경과 고객들의 높은 서비스요구를 충족시키기 위해서 전문적이고 수준 높은 미용교육이 필요하다. 교육기관에서 이루어지고 있는 이론적·학문적인 뷰티 전문화 교육과 함께 실무적 전문기술을 갖춘 뷰티인들도 배출되고 있으며, 이러한 기술 및 실무능력을 인정받고 검증받을 수 있는 미용대회 역시 우리나라에서 많이 개최되고 있다. 미용대회에의 출전은 미용 전공자들의 기술 향상을 위한 교육의 방편 중 하나로서, 미용인들의 예술적 기량과 함께 창의적 디자인을 선보일 수 있는 기회가 될 수 있으며, 기술적 역량을 한 단계 높일 수 있는 계기가 된다. 여기에 미용인의 창작활동을 보다 객관적으로 평가하여 인정받는 계기가 된다. 미용대회의 참가자는 경기에서 타 참가자와 경쟁하며 직·간접적으로 배움과 교류의 기회를 가지게 되고, 궁극적으로는 본인의 기능수준의 향상뿐 아니라 우리나라의 뷰티 기술력도 전반적으로 발전하는 것에 이바지하게 되는 것이다. 매년 개최되고 있는 미용대회에 관한 정확한 통계자료를 확보하기 어렵지만 각종 미용전문 언론자료 및 대한미용사회 중앙회에서 발행하는 미용회보를 종합하여 보았을 때, 서울과 각 지방에서 수많은 지회대회가 개최되고 있었다. 미용대회 참가자는 미용교육기관에서 미용을 전공하는 학생들이 대부분을 차지했고, 실무 현장의 미용전문가들은 대회에 적극적으로 참가하지 않는 추세였다. 그러므로 미용대회의 지속적 발전을 위해 대회의 기술적·예술적 수준의 향상과 함께 다양한 계층의 대회 참가 유도가 개선되어야 할 시점이라고 볼 수 있다.

미용대회와 관련 된 선행논문을 살펴보면, 미용 기술 분석에 관한 연구로서 헤어 디자인 분석(권기형, 2019; 김정현, 김순경, 허혜순, 2012)이나 작품응용 제작(김진민, 용의진, 2018)등을 다루었으며, 국제 미용대회의 작품 경향 분석 연구는 국제기능올림픽(박하늘, 권기형, 2018)과 O.M.C 헤어월드의 종목분석(김신아, 권기형, 2016; 진영모, 임선희, 2011), 대회참가자 대상으로는 미용 전공자의 대회 참여동기(이정숙, 2012), 대회서비스 평가와 기대성과에 대한 연구(김미원, 2010; 최소영, 2011)는 전반적인 실증조사가 헤어관련 미용전공 학생들에 국한되어 있어, 메이크업 전공자의 미용대회에 선택 요인에 대한 연구는 미흡한 실정이다.

이에 본 연구는 미용대회를 참가한 메이크업 전공자들을 대상으로 종합미용대회와 메이크업전문미용대회를 비교하여, 메이크업전문미용대회의 운영방식을 개선하여 메이크업전문미용대회 활성화에 도움이 되고자한다.

제 2 절 연구 문제

본 연구는 메이크업 전공자의 미용대회에 대한 만족도와 선호도에 영향을 미치는 요인이 되는 미용대회에 대한 인지도와 태도에 대한 연구를 수행하고자 한다. 또한 미용대회를 종합미용대회와 메이크업 메이크업전문미용대회의 인지도, 태도, 만족도가 선호도에 어떠한 영향을 주는지 알아보하고자 한다.

이에 본 연구의 구체적인 연구문제는 다음과 같다.

연구문제 1. 조사대상자의 인구통계학적 특성을 알아본다.

연구문제 2. 종합미용대회와 메이크업전문미용대회 브랜드 인지도, 태도, 만족도, 선호도 측정도구의 신뢰도를 알아본다.

연구문제 3. 종합미용대회와 메이크업전문미용대회에 따른 미용대회에 대한 브랜드 인지도, 태도, 만족도, 선호도의 차이를 알아본다.

연구문제 4. 미용대회의 브랜드 인지도, 태도, 만족도, 선호도 간의 상관관계를 알아본다.

연구문제 5. 미용대회의 브랜드 인지도, 태도, 만족도가 미용대회의 선호도에 미치는 영향을 알아본다.

제 3 절 연구 내용

본 연구는 미용대회에 참가한 전공자를 대상으로 참가자들이 지각하는 미용대회에 대한 인지도 및 태도와 만족도에 미치는 영향을 알아보기 위해 문헌자료와 선행논문을 이용하여 이론적 기반을 조성하고, 선행논문을 기반으로 설문지를 측정도구로 사용해 조사하였다.

제1장은 서론으로서 연구필요성과 연구문제, 연구내용을 제시한다.

제2장은 이론적 배경으로서 선행연구를 이용하여 미용대회와 메이크업전문 미용대회의 개념과 분류, 규모를 제시하였다.

제3장은 연구방법으로 연구문제, 변수의 조작적 정의와 측정, 분석방법을 제시하였다.

제4장은 분석결과로서 표본의 특성, 측정도구의 타당성 및 신뢰도 검증, 요인분석, 신뢰도분석, 회귀분석, 비교분석 해 결과를 제시하였다.

제5장은 결론으로서 연구결과를 요약하고, 결론과 향후 연구방향을 제시하였다.

제 2 장 이론적 배경

제 1 절 미용대회의 개요

최근 많은 사람들은 시대적 변화에 따라 미적 욕구가 증가함으로써 미용에 대한 관심이 높아지고 있다. 미용대회는 미용 산업이 성장함에 따라 미용의 기술개발과 미용인의 기술역량을 향상시킬 수 있는 방편으로써 그 가치가 중요하게 인식되고 있다. 현재 미용대회는 미용 산업의 여러 분야가 공조하여 발전시킬 수 있는 요소를 지니고 있는 분야이다(이해영, 2015).

1) 미용대회의 개념

미용 산업은 인체를 건강하고 아름답게 관리하기 위한 서비스를 제공하는 산업으로서 미용 제조 산업과 미용 서비스 산업으로 경제성장과 더불어 소비자의 소비패턴이 변화하여 미용 서비스 산업이 더욱 세분화되고 전문화되면서 미용교육 분야도 함께 성장함으로써 미용 기술력은 더욱 괄목할 만한 성장을 보여 왔다(서정현, 2009).

서정현(2009)은 그의 연구에서 미용 산업의 경쟁력을 강화하기 위하여 미용인의 전문성 강화를 위한 재교육 활성화와 국내 미용 이미지 제고를 위한 홍보를 위해 미용 분야의 박람회 유치와 미용 관련 대회 등의 전략이 요구된다고 하였다.

포괄적 개념에서 미용이벤트는 다양한 형태로 미용대회, 헤어 쇼, 미용 박람회, 졸업 작품전, 미용관련 업체에서 실시하는 제품 프로모션 등이 있다(서영민, 2004). 이러한 이벤트 중, 미용대회는 많은 미용인들이 출전함으로써 개인적인 기술적·예술적 기량을 보여주고, 미용 전문인으로써의 자신감을 높일 수 있는 기회가 된다. 미용대회는 초기에 기능경기대회로서 전문인의 양성이 제대로 이루어지지 않은 상황이었고, 헤어 분야의 종목이 대부분으로 이루

어졌다. 하지만, 미용 산업의 발전과 미용교육의 다변화로 인해 미용대학과 미용전문 교육기관이 늘어나고 미용관련단체가 증가하면서 전문 미용대회가 활성화되기 시작하였다. 대회를 통해 미용인의 기술개발과 창의성개발이 더욱 촉진되었으며 기술적 역량을 발휘할 수 있는 계기가 되고 있다(이해영외, 2013).

2) 미용대회 분류

현재 개최되고 있는 종합미용대회는 크게 헤어, 피부, 네일, 메이크업등의 종목으로 구분된다. 헤어 종목의 대회는 1947년 프랑스 파리에서 시작하여 2년마다 개최되고 있는 OMC 헤어월드 챔피언십(OMC Hairworld) 대회가 그 시초이다. OMC 헤어월드 대회의 경우 OMC(Organization Mondiale de la Coiffure)에서 1947년 시작한 프랑스 파리의 대회 이후로 2년마다 개최하고 있는 대회로서, 전 세계의 아·미용인 기술 향상과 함께 업계 간 정보 교류를 그 목적으로 한다(OMC World Championship 홈페이지). 우리나라는 1972년에 뉴욕 IBS(International Beauty Show)에 참가할 선수를 선발하기 위해 (사)대한미용사회중앙회가 KBF(Korea Beauty Festival) 대회를 시작하였다(대한미용사회중앙회 홈페이지).

피부 종목의 대회는 시데스코(CIDESCO)가 개최하는 세계대회에서부터 시작되었다. CIDESCO는 스위스 취리히에 본부를 두고 1946년에 설립된 피부미용전문가들의 국제교류협회이다. 전문가들의 국제교류 활성화를 바탕으로 관련 지식이나 정보의 질적 수준 향상을 꾀하며, 최고의 피부미용인 양성을 목표로 하고, 48개의 회원국을 보유하고 있는 협회이다. 우리나라는 1984년 국제 시데스코 한국지부를 창립하고, 1986년 29번째 회원국으로 가입하였으며, 매년 대한민국 시데스코 뷰티테라피 기능경진대회를 개최하고 있다. 대한민국 시데스코 뷰티테라피 기능경진대회는 (사)한국피부미용사회중앙회와 CIDESCO한국지부가 주최 및 주관하는 대회이다. 2011년에 CIDESCO 국제 피부미용 박람회를 서울에서 개최하면서 민간기능대회를 본격적으로 시작했다고 볼 수 있다. 종목은 크게 피부미용과 속눈썹미용으로 나누어지며, 피부

미용은 얼굴관리와 바디관리로 구분된다(한국피부미용사회중앙회 홈페이지).

기능경기대회의 경우 1966년에 국제올림픽대회 한국위원회가 설립된 이후 지방기능경기대회와 전국기능경기대회가 매년 개최되고 있다. 전국기능경기대회를 살펴보면 1966년 11월 제1회 전국기능경기대회에서 출발하여 2006년 이·미용이 통합되며 헤어디자인 직종이라는 명칭 아래 대회를 개최하였으며, 2010년 전국기능경기대회에서 피부미용을 시범경기로 신설하여 실시하였다. 전국기능경기대회의 경우 17개의 시·도별 지방기능경기대회를 통해 직종별 1, 2, 3위에 입상한 선수를 선발하고 그해 5월에 원서접수를 시작한 후 9월이나 10월에 약 8일간 개최된다. 전국기능경기대회는 지역 간 기능수준의 평준화 도모와 기능존중의 인식을 조성하며, 국제기능올림픽대회 파견을 위한 국가대표 후보 선발을 목적으로 한다(한국산업인력공단, 2014). 전국기능경기대회의 피부미용 직종 과제는 얼굴기기관리, 스파전신 기기관리, 제모관리, 매니큐어, 페디큐어, 네일아트, 뷰티 메이크업의 7개 과제로, 2010년 처음 신설되었을 때부터 네일과 메이크업이 과제로 포함되었다(마이스터넷 홈페이지).

네일 종목은 1970년대 미국 내의 크고 작은 대회들을 통합하여 1980년에 국제적인 대회로 개최했던 세계 챔피언 네일 대회(The World Championship Nail Competitions)가 그 시초라고 볼 수 있을 것이다. 이 대회는 최초의 네일 무역 박람회인 WINBA(World International Nail and Beauty Association)와 함께 개최되었으며, 이후 1990년대에 북미 헤어스타일링 시상식(North American Hairstyling Awards)에서 네일이 한 부문으로 포함되면서 종합 미용대회의 형태가 등장하게 되었다. 우리나라에서 처음 개최된 네일아트 기능대회는 ASIA '97 NAIL & MAKE UP 행사로, 메이크업 경진대회와 함께 열렸다. 일본 NSJ 네일 아카데미가 주최하고 일본 네일리스트 협회가 후원하여 서울에서 열렸던 일회성 행사였지만, 이후 국내에서 네일아트 관련 기능대회가 열릴 수 있는 계기가 되었고, 1998년부터 한국네일협회가 네일아트 기능대회인 서울국제네일페어(SINAIL)를 개최하기 시작하였다(김미원, 2010, 재인용).

메이크업 종목은 1980년대부터 프랑스, 이탈리아, 오스트리아, 미국 등 서구권을 중심으로 각종 행사 및 대회가 진행되어왔다(이해미루, 2013).

IMATS(International Make-up Artist Trade Show)의 경우 1997년 미국 LA에서 시작된 세계적인 메이크업 쇼로, 현재는 3개국 6개 도시(LA, 뉴욕, 런던, 벤쿠버, 토론토, 애틀랜타)에서 매년 개최되고 있으며, 메이크업 경진대회가 함께 열린다(International Make-up Artist Trade Show 홈페이지). 헤어 종목을 중심으로 하는 대회에 메이크업 분야가 추가되기 시작한 것은 2000년대 들어서이다. OMC 헤어월드 대회는 2002년에 바디페인팅 종목만 있었던 것이, 2004년에 스테이지 메이크업 부분이 추가되었고, 국제기능올림픽대회에서는 2005년부터 피부, 네일, 메이크업이 포함된 뷰티테라피(피부미용) 종목이 정식으로 시행되었다(Worldskills). 국내에서는 2000년부터 개최된 메이크업 박람회인 아트페어 행사에서 콘테스트가 함께 개최되기 시작하였고, 앞서 언급했듯이 기능경기대회에서는 2010년부터 정식 종목으로 포함되었다.

3) 미용대회의 규모

국내외의 규모가 있는 미용대회는 대체로 헤어, 피부, 네일, 메이크업 종목을 모두 포함하고 있는 종합미용대회이다. OMC 헤어월드와 전국·지방 기능경기대회를 비롯하여 여러 협회 및 단체가 주최하는 다수의 미용대회들이 종합미용대회에 속한다(김정은, 2018).

(사)대한미용사회중앙회는 매년 국제미용페스티벌(IKBF 2019)을 개최하고 있다. 국제 미용대회에 참가할 선수를 선발하기 위해 대회를 시작하였고, 최근에 해외 선수들의 참가를 허용하기 시작하면서 KBF였던 명칭을 IKBF로 변경하였다. IKBF에서 소상공인기능경진대회를 함께 개최하고 있으며, 그 외에도 지역별 지회 또는 지부 주관으로 미용경기대회, 피부미용경진대회, 미용예술경연대회 등의 대회를 개최하고 있다(대한미용사회중앙회 홈페이지). 2019년 IKBF & 소상공인 기능경진대회에서는 일반부 및 소상공인 선수 1,100여명, 학생부 350여명, 국제부 50여명 등 총 1,500여명의 선수들이 미용경기대회에 출전하였고, 2018년에는 선수 1,000여명이 참가하였다.

KASF 국제미용기능경기대회는 (사)한국뷰티산업능력개발협회가 주최 및 주관하는 국제미용대회로, 매년 한 차례 개최되고 있다. 2002년부터 시작되었

고, 민간기능경기대회 미용부문 산업인력공단 지정 전종목기능경기대회이다 (한국뷰티산업능력개발협회 홈페이지). 전국의 대학 미용관련 학과 학생들을 비롯해 고등학교와 학원, 산업체 전문가 등이 매년 1,500~2,000여명 가량이 선수로 출전하여 참가하고 있으며, 그 중에서도 베트남, 중국 등 아시아권의 미용인들이 대거 참가한다.

한국미용기능경기대회는 2007년 1회 대회를 시작으로 연 1회 개최되는 대회이다. (사)한국미용직업교육협회와 (사)뷰티산업소상공인협회가 주최하고 (사)K뷰티연합회, (사)아시아페이스페인팅협회, (사)반영구화장미용사중앙회에서 공동주관한다. 이 대회를 통해 미용기능인의 사기진작과 함께 미용기능 장려 분위기를 조성하며, 미용기능인들의 미용기능습득을 장려하고, 산업현장의 기대에 부응하는 미용기능경기대회를 바탕으로 미용직업능력 개발 촉진을 목적으로 한다. (사)한국미용직업교육협회는 2005년부터 연 1회 국제미용기능경기대회도 개최하고 있으며 2019년에는 국내외 1,000여명이 참가하였다(한국미용직업교육협회 홈페이지).

BETA컵 국제미용기능경기대회는 (사)미용능력개발협회에서 주최하고 고용노동부, 한국산업인력공단, 국제기능올림픽대회 한국위원회가 후원하는 대회로, 2006년에 처음 개최되었다. 2018년 전국의 대학교, 전문학교, 뷰티 아카데미에서 약 600여 명의 학생들이 출전하였다.

K-뷰티월드페스티벌은 (사)세계뷰티문화산업진흥원과 한류뷰티월드페스티벌 조직위원회가 주최하고 교육부, 고용노동부, 보건복지부, 중소벤처기업부, 서울특별시, 극동방송, 인천광역시의회, 인천광역시교육청, 한국뉴욕주립대학교, 인천재능대학교가 후원하는 대회이다. 한류 K-뷰티 열풍의 영향으로 K-뷰티월드페스티벌 행사가 세계뷰티메카로 자리매김하면서 K-뷰티월드페스티벌을 통해 전세계 뷰티기술정보 교류와 K-뷰티의 제품과 기술의 우수성을 전 세계에 홍보 및 수출 촉진에 기여하고자 하는 목적으로 개최된다. 2020년에 24회를 맞이하는 행사로, 전세계 뷰티전공 교수 및 뷰티전문가 670여 명의 심사위원들과 55개국의 수천 명의 참가하는 행사이다.

헤어 종목만을 다루는 미용대회로는 (사)대한민국이용장회가 주최하는 전국헤어기능경기대회, (사)대한민국명장회가 주최하는 대한민국명장회 헤어디

자인 기능경기대회 등이 있다. 2020년에 전국헤어기능경기대회는 12회, 대한민국명장회 헤어디자인 기능경기대회는 10회 대회를 개최하였다.

피부 종목만을 다루는 미용대회는 한국피부미용사회중앙회와 CIDESCO한국지부가 주최 및 주관하는 대한민국 시데스코 뷰티테라피 기능경진대회이다. 2014년에는 1,100여명, 2019년에는 1,300여명의 선수들이 참여하였다.

네일 종목만을 다루는 미용대회로는 한국네일협회가 주최하는 서울네일엑스포(SINAIL)가 대표적이다. 1998년에 서울국제네일페어라는 명칭으로 네일아트 기능대회를 개최하기 시작하여 2020년에 22회를 맞이하였다(서울네일엑스포 홈페이지).

메이크업 종목은 대부분 종합미용대회의 한 종목으로 포함되어 있는 편이다. 따라서 메이크업 단독 종목의 대회는 찾아보기 어려우며, 바디페인팅에 특화된 소수의 대회가 개최되고 있다. 메이크업 아티스트를 위한 박람회로 시작한 IMAT은 메이크업 예술에 대한 세계적인 행사로, 메이크업 대회를 포함하고 있으며, 1997년 미국에서 처음 개최된 이후 2000년대에 유럽과 캐나다로 확장하였다.

[표 2-1] 미용대회별 주최단체, 역사 및 규모

분류	대회명	주최단체	시작년도 (주기)	규모
종합 (헤어/ 피부/ 네일/ 메이크업)	OMC Hairworld	Organization Mondiale de la Coiffure	1947(2년)	CIC(세계 이·미용 협회)와 OAI(세계 이·미용 예술기구)의 50여개 회원국이 참여
	국제코리아뷰티 페스티벌 (IKBF)	대한미용사회중앙 회	1972(1년)	2019년 1,500여명 출전
	KASF 미용기능대회	한국뷰티산업능력 개발협회	2002(1년)	매년 1,500~2,000여명 출전
	한국미용기능경기대 회	한국미용직업교육 협회	2007(1년)	2019년 국내외 1,000여명 출전
	BETA컵 미용기능대회	미용능력개발협회	2006(1년)	2018년 약 600여명 출전
	K-뷰티월드페스티벌	세계뷰티문화산업 진흥원	1997(1년)	전 세계 55개국에서 참여

분류	대회명	주최단체	시작년도 (주기)	규모
	국제기능 올림픽대회(International Youth Skill Olympics)	국제기능올림픽경 기대회 국제조직위원회	1950(2년)	50여개 이상의 국가가 참여
	지방기능경기대회	17개 시·도 기능경기위원회	1966(1년)	
	전국기능경기대회	국제기능올림픽대 회 한국위원회	1966(1년)	
헤어	전국헤어기능경기대 회	대한민국이용장회	2009(1년)	
	대한민국명장회 헤어디자인 기능경기대회	대한민국명장회	2010(1년)	
피부	시데스코 뷰티테라피 기능경진대회	한국피부미용사회 중앙회 & CIDESCO한국지 부	2011(1년)	2019년 1,300여명 출전
네일	서울네일엑스포 SI NAIL	한국네일협회	1998(1년)	
메이크업	IMATS	Key Publishing Group	1997(1년)	

출처 : 대한미용사회중앙회, 마이스터넷

제 2 절 메이크업전문미용대회

1) 메이크업전문미용대회의 분류

메이크업전문미용대회는 5개국 이상이 참가하는 국제 대회와 국내 대회로 나누어 볼 수 있다. 메이크업 단일 종목으로 구성된 국제 대회로는 대구 국제 바디페인팅 페스티벌(Daegu International Body painting Festival)과 오스트리아 월드바디 페인팅 페스티벌(World Body painting Festival)을 손꼽을 수 있다.

대구 국제 바디페인팅 페스티벌(Daegu International Bodypainting Festival; DIBF)의 경우 세계 최정상급의 바디페인팅 아티스트들이 펼치는 이벤

트로, 지역사회와 연계하여 축하공연, 불꽃놀이, 다양한 공연(노래, 춤, 마술, 그래피티 등), 무료 페이스페인팅, 네일아트 시연 등 즐길 거리를 제공하는 국제적인 축제이다. DIBF는 TBC가 주최, DIBF 조직위원회가 주관, 대구광역시 후원하는 행사로 2009년부터 시작되어 매년 시행되고 있으며, 바디페인팅 부문과 환타지메이크업 부문의 경연이 진행된다(대구 국제 바디페인팅 페스티벌 홈페이지).

오스트리아 월드바디 페인팅 페스티벌은 1998년 소수 메이크업 아티스트들의 페인팅 작업을 보여주던 이벤트에서 출발하였는데, 현재는 세계 유수의 바디페인팅 아티스트들이 서로 경쟁하는 대회로 성장하였다. 오스트리아 월드바디페인팅 페스티벌의 경우 월드바디 페인팅 페스티벌(WBF), 월드바디 페인팅 협회(WBA), 그리고 월드바디 프로덕션(WB-production)이라는 3개의 조직으로 운영되며, 그 중에서도 대회 개최 총괄을 책임지는 조직은 WBF이다. 바디페인팅 대회에서 진행되는 종목은 특수효과 메이크업(Special effects Makeup), 브러시/스폰지(World Award in brush/sponge), 페이스페인팅(Face painting), 설치예술(Installation Art Award), 아마추어부문(Amateur Award), 에어브러시(Airbrush), 그리고 UV효과(UV Effect) 등이 있다(wbf 홈페이지).

메이크업전문미용대회 국내 대회로는 기능경기대회의 피부미용 직종에 포함되는 메이크업 과제와 민간협회가 개최하는 대회가 있는데, 전체 종목에 헤어, 네일, 피부가 포함되어 있어 메이크업 종목만을 단독으로 하는 대회가 아닌 종합미용대회이다. 기능경기대회에는 뷰티 메이크업 1개 과제가 메이크업 종목에 해당하고, 민간협회에서 주최하는 대회의 메이크업 종목에는 패션메이크업, 웨딩메이크업, 캐릭터메이크업, 시대메이크업, 바디페인팅, 환타지 메이크업, 아트마스크 등의 세부종목이 있다. 국제기능올림픽대회에서 2005년부터 피부, 네일, 메이크업이 포함된 뷰티테라피(피부미용) 종목이 정식으로 시행되면서, 국내 기능경기대회에서도 2010년부터 피부미용 직종이 추가되어 메이크업 종목이 포함되었다.

(사)한국분장예술인협회에서는 매년 아트페어 메이크업 콘테스트와 무한도전 뷰티 콘테스트를 개최하고 있는데, 대표적인 대회는 아트페어 메이크업 콘

테스트이다. 아트페어 메이크업 콘테스트는 2000년부터 메이크업 박람회 행사의 일환으로 시행해온 뷰티 경진대회로, 2020년에 19회를 맞이하였다. 메이크업 대회와 함께 전문 아티스트를 초청하는 트렌드 세미나와 세계적인 아티스트 작품전시 등을 함께 진행하며, 최근 작품 스트리트 퍼레이드도 진행하기 시작하여 일반인의 많은 관심을 끌었다(한국분장예술인협회 홈페이지).

(사)한국메이크업미용사회에서는 코리아 탑 메이크업 페스티벌과 소상공인기능경진대회 및 (사)한국메이크업미용사회장배 국제미용경진대회를 시행하고 있다. 이 대회들은 2003년부터 메이크업 경진대회라는 명칭으로 한국메이크업미용사회(당시에는 한국메이크업협회)에서 박람회 및 세미나와 함께 매년 5월에 개최해 온 대회에서부터 시작되었다. 아트페어 메이크업 콘테스트와 함께 2000년대 초반의 대표적인 메이크업전문미용대회였다(한국메이크업미용사회 홈페이지).

2) 메이크업전문미용대회의 규모

국제 대회인 오스트리아 월드바디 페인팅 페스티벌은 매년 40개국 이상의 아티스트들이 참가하며, 방문객은 30,000명 이상이다. 대구국제바디페인팅페스티벌에서 진행된 메이크업 대회는 2017년에 10개국 43개팀 130명, 2018년에는 14개국(한국, 미국, 영국, 이탈리아, 독일, 뉴질랜드, 벨기에, 러시아, 우루과이 등) 56개 팀 140여 명, 2019년에는 20개국 50개 팀 200여 명이 참가하여, 해가 갈수록 대회 규모가 커지며 양적·질적 성장을 이루고 있다.

국내 대회 중 민간협회가 진행하는 메이크업 대회는 종합미용대회의 성격으로 인해 메이크업 종목만의 규모가 정확하게 파악되지 않는 실정이다. 따라서 전체 대회의 규모로 살펴보면, (사)한국분장예술인협회에서 2015년에 개최한 소상공인 메이크업 경진대회와 메이크업 아트페어의 일반부 경진대회는 소상공인 업주와 종사자 등 150여명이 참가하였고, 일반부 경진대회에는 350여명이 참가하였다.

(사)한국메이크업미용사회 중앙회가 개최하는 대회 중에는 코리아 탑 메이크업 페스티벌의 2018년 경진대회 규모만 확인할 수 있었는데, 고등부와 대

학/일반부 총 400여명의 선수가 출전하였다.

K-뷰처 미용 컨테스트는 (사)미용문화사연구협회에서 2013년부터 개최하고 있는 대회이다. 초기에는 전통미용과 현대미용의 융화 발전을 목적으로 전통화장, 전통머리, 전통문양 표현 종목 등을 집중적으로 부각시켜 실시하였지만, 2014년부터 헤어 종목이 추가되고 메이크업 종목도 일반적인 대회의 종목과 같이 세분화되었다. 문화체육관광부와 서울특별시, 여러 대학 및 직업전문학교에서 후원하고 있다(한국미용문화사연구협회 홈페이지). 2013년 처음 개최 당시에는 530명이 참가하였으나, 2014년에 헤어 종목이 추가되고 일반적인 메이크업 종목으로 진행되면서 1,500여명이 참가하였다. 이후 2015년부터 2017년까지 참가자 수는 1,600여명 수준으로 유지되었다.

K-뷰티킹메이크업페스티벌어워드는 (사)한국메이크업전문가 직업교류협회와 (사)한국뷰티스타일리스트직업기능협회가 주최 및 주관하고 고용노동부, 국제기능올림픽대회 한국위원회, 중소기업중앙회, (사)한국대중문화예술산업총연합, (사)한국직업연구진흥원이 후원하는 대회로, 2020년에 13회를 맞이하였다(한국메이크업전문가직업교류협회 홈페이지). 2019년에 1,200여명의 선수가 참가하였고, 중국, 베트남, 대만에서 참여한 선수가 약 100여명이었다.

[표 2-2] 메이크업 대회별 주최단체, 역사 및 규모

분류	대회명	주최단체	시작년도 (주기)	규모
국제 대회	오스트리아 월드바디 페인팅 페스티벌	WBF	1998(1년)	매년 40개국 이상 참가, 방문객 30,000명 이상
	대구국제바디페인 팅페스티벌	TBC	2009(1년)	2019년 20개국 50개 팀 200여명
국내 대회	아트페어 메이크업 콘테스트	중소벤처기업부 & KFME 소상공인연합회	2000(1년)	2015년 소상공인 150여명, 일반부 350여명 출전
	코리아 탑 메이크업 페스티벌	한국메이크업미용사회	2003(1년)	2018년 400여명 출전
	소상공인기능경진 대회 및 (사)한국메이크업미 용사회장배	중소벤처기업부	(1년)	

분류	대회명	주최단체	시작년도 (주기)	규모
	국제미용경진대회			
	K-뷰처 미용 컨테스트	미용문화사연구협회	2013(1년)	2015~2017년 매년 1,600여명 출전
	K-뷰티킹메이크업 페스티벌어워드	한국메이크업전문가 직업교류협회 & 한국뷰티스타일리스트 직업기능협회	2008(1년)	2019년 국내외 1,200여명 출전

출처 : 대구국제바다관광페스티벌, WBF

제 3 절 선행 연구 고찰

미용대회와 미용대회 참가자를 대상으로 인식, 태도, 만족, 행동의도 등에 관하여 알아본 선행연구와 미용대회 관련 선행연구들을 살펴보면 다음과 같다.

정형식과 김영심(2004)은 전국 미용기능경기대회를 대상으로 주최자 요소, 대회적 요소, 개인적 요소가 개인의 태도 형성과 참가 의사에 미치는 영향을 분석하였다.

최소영(2011)은 헤어디자인 직종의 만족도에 기능경기대회의 서비스 품질이 미치는 영향 연구에서 환경적 품질은 대회장내의 시설, 청결도, 정보제공이며, 상호작용적 품질은 대회 운영, 출제문제의 난이도, 심사기준, 심사위원의 전문성이고 결과적 품질에는 대회의 보상이나 성적에 대한 가치로 하위요인을 구성하였다.

김동분(2013)은 국내외 미용경기대회를 정리하였으며, 미용경기대회에 대한 인식을 조사하고 작품의 트렌드를 분석하였다. 연구 결과, 국내에서는 많은 미용대회들이 개최되고 있으나, 응답자들의 대답을 보면 산업인력공단이나 주관하는 기능경기대회나 대한미용대회에서 주관한 대회가 가장 핵심적이며, 참가자의 커리어에 도움이 되고 자격증 취득 자격을 받을 수 있다고 답하였다. 또 미용경기대회의 인식도 분석 결과, 대다수의 참가자가 학교를 통해 대

회를 접하게 되는 것으로 나타났고, 대회 참가 의사와 미용경기대회의 필요성이 높은 수준인 것으로 나타났다.

김정현(2013)의 연구는 기능경기대회에서 헤어디자인종목이 살롱스타일에 주는 영향력 분석과 작품에 대한 연구였다. 그 결과, 기능경기대회 제도와 효과 인식으로서 기능경기대회의 참가 동기는 개인의 발전, 취업 및 진학에의 도움, 그리고 지인의 추천이 가장 높은 성향을 보였다.

이해영과 소황옥(2013)은 그들의 연구에서 미용대회 참가동기 및 만족도, 기대성과에 대한 연구를 실시하였으며, 연구결과는 미용대회에의 참가동기가 몹시 중요하며 본인이 참여하려는 마음이 있을수록 만족도가 높았고, 참여에 대한 만족도가 높을 경우 미래에 대한 기대성과 역시 높은 것으로 드러났으므로, 스스로 참여할 수 있는 환경을 조성하여 참여를 독려하는 것이 중요하다고 하였다.

김현주(2015)의 연구에서는 기능경기대회의 피부미용종목 과제분석과 대회 참여 동기, 서비스 품질 만족도에 관한 연구를 실시하였으며, 그 결과는 지방기능경기대회 활성화를 위해서 참여동기를 유도할 수 있도록 대회 서비스 품질을 개선하고 만족도를 높여 참여를 유도해야 한다고 하였다.

오강수와 김수민(2015)은 그들의 연구에서 미용전공 대학생들의 신체 자기지각을 바탕으로 한 미용대회 참여자신감과 자기효능감이 미용몰입 및 미용수행의 만족에 주는 영향에 대한 연구를 실시하였다. 연구 결과, 미용전공 대학생들은 미용에 대한 자신감과 미용기술 연습을 위해 미용대회 참여를 준비하는 것으로 나타났다. 미용대회 참여에 대해서는 대부분 높은 만족도를 보였고, 미용대회에 참여한 집단보다 미용대회에 불참한 집단에서 자기지각, 자기 효능감, 참여자신감, 그리고 미용에의 몰입도가 현저히 낮게 나타났는데, 이것은 미용대회 참여를 바탕으로 자신감을 갖게 되며 기능향상에 대한 기대가 높아지기 때문이라고 설명하였다. 또한 자기자신감이 높을수록 미용대회참여자신감이 높아졌고, 자신감과 자기효능감이 높을수록 미용 만족도가 높아졌으며, 미용대회 참여자신감이 미치는 영향력이 더욱 큰 것으로 드러났다.

이해영(2015)은 한국 미용대회의 평가체계 모형을 개발하는 연구를 수행하였다. 연구 결과, 미용대회의 평가체계 개발을 통해 양적으로 성장하고 있

는 미용대회의 운영서비스 시스템을 재점검함으로써 대회 참가자들을 배려하고 안전대책을 마련하여 참가자의 다양성을 확보하고 대회의 질적 향상을 꾀할 수 있다고 하였다. 또 대회의 심사체계 및 명확한 대회규정을 사전에 공지하여 참가자들이 숙지할 수 있도록 돕고, 사전 홍보를 통해 대회의 공정성을 확보하여 미용대회가 국내 뿐 아니라 해외에서도 성장할 수 있도록 그 토대를 구축해야 한다는 것을 주장하였다. 추가로 미용의 문화예술 요소와 함께 축제적인 의미 강화를 통해 일반 관람객들의 참여를 꾀하고, 미용대회를 하나의 관광 상품으로 발전시킴으로서 수익 창출이 가능한 만큼 지역과 연계한 전략 수립이 필요하다고 지적하였다.

박동은(2016)의 연구에서는 기능경기대회 참가자들의 대회 인식, 대회 만족도와 미용현장에서의 활용성에 관한 연구를 진행하였으며, 결과는 다음과 같다. 기능경기대회에 참여한 헤어디자이너 직종 참가자의 대부분은 대회의 중요성을 인식하고 있었고, 자기발전과 현장에서 바로 활용할 수 있는 전략적 기술을 제공받았다고 생각하는 것으로 나타났다. 또한 기능경기대회의 참가만족도에 영향을 미치는 요인을 분석한 결과, 헤어디자이너 기능경기대회에 대한 기술적 인식은 작품 만족도에, 보편적 인식은 경험 만족도에 각각 긍정적인 영향을 미치는 것으로 나타났다.

강정은(2018)은 전남 지역 메이크업 전공 학생을 중심으로 전국 미용대회 참가자의 대회인식 및 만족도에 관해 알아보았다. 그 결과, 미용 경력이 3년 미만이며 자격증을 3개 이상 소지한 참가자들이 대회에 대해 더욱 긍정적으로 인식하며, 대회에 대한 만족도가 높은 것으로 나타났다. 대회에 참여하는 동기는 미용학원 선생님의 권유가 가장 많았으며, 스스로 준비하기보다는 주변인의 영향을 많이 받아서 출전하게 되는 것으로 나타났다. 따라서 미용과 관련된 다양한 것을 경험하도록 대회의 전문성을 높이고 미용과 관련된 다양한 자격증을 취득할 수 있는 환경을 조성함으로써 대회 참가자들을 독려한다면, 전국 미용대회의 참여율을 높이고 대회의 질과 참가자들의 만족도를 동시에 향상시킬 수 있다고 하였다.

천종숙(2018)은 그의 연구에서 기능올림픽경기대회의 피부미용직종에 관한 인식 및 관심과 출제과제와 현장실무 사이의 관계를 알아보기 위한 연구를

실시하였다. 연구 결과, 기능올림픽경기대회의 피부미용직종에 관한 인식도는 20대 이하보다 30대 이상에서 높게 나타났고, 기능올림픽경기대회 과제가 미용 산업 발전에 도입이 된다고 한 경우는 40대가 가장 높았으며, 미용분야에 있어서 기술적인 면은 현장실무와 연관성이 있는 것으로 나타났다. 따라서 젊은 세대들이 기능올림픽경기대회에 더 관심을 가지고 참여하도록 유도하는 홍보 전략이 필요하다고 주장하였다.

김아연(2020)은 미용경기대회 헤어 작품의 살롱 활용성과 만족도에 관한 연구에서 미용경기대회 운영이 미용경기대회 심사내용, 헤어작품의 살롱 활용성, 미용경기대회 만족도, 현장 활용의 도움 정도와 정적 상관관계가 있음을 밝혔고, 미용경기대회 심사내용이 헤어작품의 활용성, 미용경기대회 만족도, 현장활용의 도움 정도와 정적 상관관계가 있음을 밝혔다. 또한 헤어작품의 활용성은 미용경기대회 만족도와 현장활용의 도움 정도와 정적 상관관계가 나타났다으며, 미용경기대회 만족도는 현장 활용의 도움 정도와 정적 상관관계가 나타났다. 즉, 미용경기대회의 올바른 운영이 대회 만족도 향상뿐만 아니라 현장 활용에도 도움을 줄 수 있음을 확인하였다.

제 3 장 연구방법

제 1 절 연구문제

본 연구는 메이크업 전공자의 메이크업 미용대회 선택을 조사하기 위하여 선행연구를 고찰하여 연구문제를 도출하였다.

연구문제는 다음과 같다.

연구문제 1. 조사대상자의 인구통계학적 특성을 알아본다.

연구문제 2. 종합미용대회와 메이크업전문미용대회 브랜드 인지도, 태도, 만족도, 선호도 측정도구의 신뢰도를 알아본다.

연구문제 3. 종합미용대회와 메이크업전문미용대회에 따른 미용대회에 대한 브랜드 인지도, 태도, 만족도, 선호도의 차이를 알아본다.

연구문제 4. 미용대회의 브랜드 인지도, 태도, 만족도, 선호도 간의 상관관계를 알아본다.

연구문제 5. 미용대회의 브랜드 인지도, 태도, 만족도가 미용대회의 선호도에 미치는 영향을 알아본다.

제 2 절 변수의 조작적 정의와 측정

1) 인지도

본 연구는 인지도를 ‘기업이나 조직이 성장하며 자신을 알리고 경쟁기업과 차별화하여 소비자나 고객에게 깊은 인상을 심어주는 경쟁력’으로 정의하였다.

본 연구는 손삼호(2006), 임명재와 김석출(2009)에서 사용한 측정도구를

이용하여 ‘대회에 참가 할 의사가 있다,’ ‘대회에 참가할 만한 가치가 있다,’ ‘규모가 더 크다고 생각한다,’ ‘브랜드 이미지가 더 중요하다고 생각한다,’ ‘특징이 더 잘 나타난다,’ ‘대중에게 인기가 더 있다,’ ‘내가 선호하는 종합미용대회(메이크업 메이크업전문미용대회)를 말하겠다,’ ‘더 유명한 대회라는 이미지를 가지고 있다,’ ‘내가 선호하는 미용대회와 다른 미용대회를 쉽게 구분할 수 있다,’ ‘선호하는 대회 이름, 로고 등을 더 쉽게 떠올릴 수 있다,’ ‘내가 선호하는 대회가 다른 대회보다 더 낫다고 생각한다’로 구성하였다. 문항은 5점 리커트 척도(① 전혀 그렇지 않다, ② 그렇지 않다, ③ 보통이다, ④ 그렇다, ⑤ 매우 그렇다)로 답할 수 있게 하였다.

2) 참가자 태도

본 연구는 참가자 태도를 ‘개인이 메이크업 미용대회에 참가하여 경쟁하고 교류하며 갖는 느낌이나 자세’로 정의하였다.

본 연구는 손삼호(2006), 임명재와 김석출(2008)에서 사용한 측정도구를 이용하여 ‘내가 선호하는 대회의 시설이 더 우수하다,’ ‘내가 선호하는 대회가 더 권위 있는 심사위원이 공정하게 심사한다고 생각한다,’ ‘내가 선호하는 대회가 더 많은 사람들이 참가하는 대회라고 생각한다,’ ‘내가 선호하는 대회가 메이크업 전문가들에게 인기가 더 있다,’ ‘내가 선호하는 대회가 더 우수한 메이크업 종목 프로그램 서비스를 제공한다’로 구성하였다. 문항은 5점 리커트 척도(① 전혀 그렇지 않다, ② 그렇지 않다, ③ 보통이다, ④ 그렇다, ⑤ 매우 그렇다)로 답할 수 있게 하였다.

3) 참가자 만족

본 연구는 참가자 만족을 대회나 경기에 참가하여 느끼는 감정이나 기대한 것 이상으로 충족하였을 때 느끼는 감정’으로 정의하였다.

본 연구는 유은희(2015), 박선주(2015), 임용석과 정호진(2017)의 연구에서 사용한 측정도구를 이용하여 ‘내가 선호하는 대회에서 제공하는 장소와 시설

이 더 만족스럽다,’ ‘내가 선호하는 대회가 일정과 진행이 더 완벽하다,’ ‘내가 선호하는 대회가 운영방식이 더 완벽하다,’ ‘내가 선호하는 미용대회가 명성이 있어서 더 만족스럽다,’ ‘내가 선호하는 미용대회가 심사위원의 전문성이 더 만족스럽다,’ ‘내가 선호하는 미용대회가 심사기준과 심사방식이 더 만족스럽다’로 구성하였다. 문항은 5점 리커트 척도(① 전혀 그렇지 않다, ② 그렇지 않다, ③ 보통이다, ④ 그렇다, ⑤ 매우 그렇다)로 답할 수 있게 하였다.

4) 참가자 선호도

본 연구는 참가자 선호도를 ‘특정 대회에 관심을 꾸준히 갖고 참가하려는 의도’로 정의하였다.

본 연구는 유은희(2015), 박선주(2015)에서 사용한 측정도구를 이용하여 ‘내가 선호하는 미용대회가 애착이 더 간다,’ ‘내가 선호하는 미용대회가 더 친밀하다,’ ‘내가 선호하는 미용대회를 더 많이 선호한다,’ ‘내가 선호하는 미용대회에 우선 참가하겠다,’ ‘내가 선호하는 미용대회에 다시 참가하겠다,’ ‘주변 동료에게 내가 선호하는 미용대회에 참가하라고 추천하겠다’로 구성하였다. 문항은 5점 리커트 척도(① 전혀 그렇지 않다, ② 그렇지 않다, ③ 보통이다, ④ 그렇다, ⑤ 매우 그렇다)로 답할 수 있게 하였다.

제 3 절 분석방법

1) 표본추출

본 연구는 임의표집추출로 메이크업 미용대회 참가자를 연구대상으로 선정하였다.

조사 기간은 2020년 11월 3일부터 11월 12일까지 시행하였다. 표본과 조사설계는 다음 [표 3-1]과 같다.

[표 3-1] 표본과 조사설계

구분	내용
모집단	메이크업 미용대회 참가자
표본집단	서울과 경기에서 메이크업을 전공하는 자
표본추출	판단표본추출
조사 기간	2020년 11월 3일부터 11월 12일
배포 부수	배포 수 370부
유효표본 수	351부

2) 분석방법

수집된 자료 총 351부는 통계프로그램인 SPSS for Win. 26.0을 사용하여 다음과 같이 처리하였다.

첫째, 연구대상자의 일반적 특성을 살펴보기 위하여 빈도분석을 실시하였다.

둘째, 조사도구의 타당성을 검증하기 위하여 탐색적 요인분석을 실시하였으며, 신뢰도 검증을 위하여 Cronbach's α 계수를 산출하였다.

셋째, 대회 인지도, 대회 태도, 대회 만족, 대회 선호도의 특성을 살펴보기 위하여 평균 및 표준편차를 구하였고, 정규성 검증을 위해 왜도와 첨도를 구하였다.

넷째, 종합미용대회와 메이크업전문미용대회의 대회 인지도, 대회 태도, 대회 만족, 대회 선호도 차이를 살펴보기 위하여 대응표본 t-검증을 실시하였다.

다섯째, 종합미용대회와 메이크업전문미용대회의 대회 인지도, 대회 태도, 대회 만족, 대회 선호도 차이 간의 상관관계를 살펴보기 위하여 상관분석을 실시하였다.

여섯째, 대회 선호도 차이에 미치는 영향력을 살펴보기 위하여 다중회귀분석을 실시하였다.

제 4 장 분석결과

제 1 절 표본 특성

연구대상은 총 351명이며 일반적 특성은 [표 4-1]과 같다. 여성은 277명(78.9%), 남성은 74명(21.1%)이고, 참가 소속은 고등부 129명(36.8%), 대학부 121명(34.5%), 일반부 101명(28.8%)이고, 메이크업 미용경력은 1년 미만 112명(31.9%), 1년 77명(21.9%), 2년~3년 114명(32.5%), 5년 15명(4.3%), 5년 이상 33명(9.4%)이었다.

[표 4-1] 표본 특성

N=351

구분		빈도	비율
성별	여성	277	78.9
	남성	74	21.1
참가 소속	고등부	129	36.8
	대학부	121	34.5
	일반부	101	28.8
메이크업 미용경력	1년 미만	112	31.9
	1년	77	21.9
	2년~3년	114	32.5
	5년	15	4.3
	5년 이상	33	9.4
N=351			100.0

미용대회 참가 경험은 [표 4-2]와 같다. 미용대회 참가를 묻는 설문에 종합미용대회 참가는 344명(98.0%), 메이크업전문미용대회 참가는 342명(97.4%)로 응답자 대부분이 참가경험이 있었다. 종합미용대회 중 참가한 대회는 지방대회 82명(23.4%), 전국대회 195명(29.9%), 지방, 전국대회 113명

(32.3%), 국제대회 18명(5.1%), 기타 33명(9.4%)였고, 메이크업전문미용대회 중 참가한 대회는 지방대회 78명(22.2%), 전국대회 109명(31.1%), 지방, 전국대회 107명(30.5%), 국제대회 27명(7.7%), 기타 30명(8.5%)으로 지방, 전국대회와 전국대회에 주로 참가하였다. 종합미용대회 참가횟수는 1-2회 190명(54.1%), 2-4회(132명(37.6%), 5회 이상 29명(8.3%)이고, 메이크업전문미용대회 참가횟수는 1-2회 201명(57.3%), 3-4회115명(32.8%), 5회 이상 35명(10.0%)으로 절반 이상이 대회 경험이 그다지 많지 않았다.

종합미용대회 정보원천은 인터넷 48명(13.7%), 전파광고 9명(2.6%), 인적 광고 47명(13.4%), 지면 광고 20명(5.7%), 미용학교와 학원 227명(64.7%)였고, 메이크업전문미용대회 정보원천은 인터넷 47명(13.4%), 전파광고 10명(2.8%), 인적 광고 54명(15.4%), 지면 광고 13명(3.7%), 미용학교와 학원 227명(64.7%)으로 미용학교와 학원가 주요 정보 원천이었다.

종합미용대회 참가부문은 웨딩 메이크업 128명(36.5%), 패션 메이크업 35명(10.0%), 캐릭터 메이크업 15명(4.3%), 환타지 메이크업 58명(16.5%), 바디 메이크업 51명(14.5%), 특수 분장 19명(5.4%), 국가 종목 메이크업 31명(8.8%), 아트 마스크 1명(0.3%), 업스타일 13명(3.7%)이었고, 메이크업전문미용대회 참가 부문은 웨딩메이크업 127명(36.2%)로 가장 많았고, 그 다음으로 환타지 메이크업 63명(17.9%), 바디 메이크업 43명(12.3%), 패션 메이크업 40명(11.4%), 국가종목 메이크업 33명(9.4%), 캐릭터 메이크업 15명(4.3%), 특수분장 14명(4.0%), 업스타일 12명(3.4%), 아트마스크 4명(1.1%) 순으로 나타났다.

참가 이유는 기술향상 102명(29.1%), 부모와 선생님 권유 46명(13.1%), 대회 경험 108명(30.8%), 수상경력 66명(18.8%), 전문가로 성공 29명(8.3%)으로 대회에 참가하고 기술을 평가하는 기회로 삼고 있음을 알 수 있었다. 연습시기는 1년 전 35명(10.3%), 6개월 전 72명(20.5%), 3개월 전 164명(46.7%), 1개월 전 65명(18.5%), 일주일 전 14명(4.0%)으로 절반 이상이 단기에 준비하였다.

하루 연습시간은 10시간 이상 7명(2.0%), 8시간 41명(11.7%), 6시간 104명(29.6%), 3시간 176명(50.1%), 1시간 23명(6.6%)이었다. 대회 준비방식은

혼자 16명(4.6%), 학교 도움 59명(16.8%), 학원 도움 212명(60.4%), 전문가 도움 58명(16.5%), 기타 6명(1.7%)으로 사교육에 많이 의존하였다. 연습방법은 매일 꾸준히 94명(26.3%), 주 몇 회로 정해서 133명(37.9%), 시간 날 때마다 77명(21.9%), 대회 기간이면 집중 30명(8.5%), 평소 실력으로 17명(4.8%)이었다. 메이크업 미용대회 출제과제의 실무 반영 정도는 반영한다는 응답이 171명(48.7%)이었다.

대회준비 중 어려운 점은 웨딩 메이크업 50명(14.2%), 패션 메이크업 19명(5.4%), 캐릭터 메이크업 21명(6.0%), 환타지 메이크업 59명(16.8%), 바디 메이크업 103명(29.3%), 특수 분장 60명(17.1%), 국가 종목 메이크업 18명(5.1%), 아트 마스크 11명(3.1%), 업 스타일 10명(2.8%)이었다. 메이크업 미용대회 연습 중 도움이 되는 과정은 베이스 메이크업 66명(18.8%), 아이브로 메이크업 54명(15.1%), 색조과정 57명(16.2%), 전체 스타일링 107명(30.5%), 업 스타일 14명(4.0%)였다.

[표 4-2] 미용대회 참가 경험관련 특성

N=351

구분		빈도	비율
종합미용대회 참가 여부	예	344	98.0
	아니오	7	2.0
메이크업전문 미용대회	예	342	97.4
	아니오	9	2.6
종합미용대회 중 참가한 대회	지방대회	82	23.4
	전국대회	105	29.9
	지방, 전국대회	113	32.2
	국제대회	18	5.1
	기타	33	9.4
메이크업전문 미용대회 중 참석한 대회	지방대회	78	22.2
	전국대회	109	31.1
	지방, 전국대회	107	30.5
	국제대회	27	7.7
	기타	30	8.5

구분		빈도	비율
종합미용대회 참가횟수	1-2회	190	54.1
	2-4회	132	37.6
	5회 이상	29	8.3
메이크업전문 미용대회 참가횟수	1-2회	201	57.3
	2-4회	115	32.8
	5회 이상	35	10.0
종합미용대회 정보원천	인터넷	48	13.7
	전파광고	9	2.6
	인적 광고	47	13.4
	지면 광고	20	5.7
	미용학교와 학원	227	64.7
메이크업전문 미용대회 정보원천	인터넷	47	13.4
	전파광고	10	2.8
	인적 광고	54	15.4
	지면 광고	13	3.7
	미용학교와 학원	227	64.7
종합미용대회 참가 부문	웨딩 메이크업	128	36.5
	패션 메이크업	35	10.0
	캐릭터 메이크업	15	4.3
	환타지 메이크업	58	16.5
	바디 메이크업	51	14.5
	특수 분장	19	5.4
	국가종목 메이크업	31	8.8
	아트마스크	1	0.3
	업스타일	13	3.7
메이크업전문 미용대회 참가 부문	웨딩 메이크업	127	36.2
	패션 메이크업	40	11.4
	캐릭터 메이크업	15	4.3
	환타지 메이크업	63	17.9
	바디 메이크업	43	12.3

구분		빈도	비율
	특수 분장	14	4.0
	국가종목 메이크업	33	9.4
	아트마스크	4	1.1
	업스타일	12	3.4
참가 이유	기술향상	102	29.1
	부모와 선생님	46	13.1
	대회경험	108	30.8
	수상경력	66	18.8
	전문가로 성공	29	8.3
연습시기	1년 전	35	10.3
	6개월 전	72	20.5
	3개월 전	164	46.7
	1개월 전	65	18.5
	일주일 전	14	4.0
하루 연습시간	10시간 이상	7	2.0
	8시간	41	11.7
	6시간	104	29.6
	3시간	176	50.1
	1시간	23	6.6
대회 준비방식	혼자	16	4.6
	학교 도움	59	16.8
	학원 도움	212	60.4
	전문가 도움	58	16.5
	기타	6	1.7
연습방법	매일 꾸준히	94	26.8
	주 몇 회로 정해서	133	37.9
	시간 날 때마다	77	21.9
	대회 기간이면 집중	30	8.5
	평소 실력으로	17	4.8

	구분	빈도	비율
메이크업 미용대회 출제과제의 실무 반영 정도	전혀 반영하지 못한다	12	3.4
	대체로 반영하지 못한다	40	11.4
	보통이다	128	36.5
	어느 정도 반영한다	125	35.6
	매우 잘 반영한다	46	13.1
대회 준비 중 어려운 점	웨딩 메이크업	50	14.2
	패션 메이크업	19	5.4
	캐릭터 메이크업	21	6.0
	환타지 메이크업	59	16.8
	바디 메이크업	103	29.3
	특수 분장	60	17.1
	국가종목 메이크업	18	5.1
	아트마스크	11	3.1
	업스타일	10	2.8
메이크업 미용대회 연습 중 도움이 되는 과정	베이스 메이크업	66	18.8
	아이브로 메이크업	53	15.1
	아이 메이크업	54	15.4
	색조과정	57	16.2
	전체 스타일링	107	30.5
	업스타일	14	4.0
	N=351	100.0	

제 2 절 측정도구의 타당성 및 신뢰도 검증

본 연구에서는 측정도구의 타당성을 평가하기 위하여 탐색적 요인분석을 실시하였다. 요인분석의 방법은 주성분 분석과 공통요인분석, 베리맥스 회전 방법을 사용하였다. 요인분석의 선택기준은 고유값이 1.0이상, 각 요인의 요인부하량이 .40 이상이면 유의한 요인으로 간주하는데, 본 연구에서는 좀 더 기준을 엄격하게 처리하여 요인부하량의 수용기준을 .50 이상으로 처리하였다. 또한 KMO (Kaiser-Meyer-Olkin)값은 표본의 적절성을 살펴보기 위한 값이고, Bartlett의 구형성 검증을 통해 요인분석을 위한 측정항목간의 상관행렬에 대한 단위행렬여부를 검정하였다. KMO값은 0.9이상이면 매우 좋고, 0.8정도면 양호하며, 0.6 ~ 0.7정도면 요인분석 결과가 수용할만한 수준으로 판단하였다(Kaiser, 1974).

또한 본 연구의 탐색적 요인분석 결과, 추출된 요인의 문항들에 대해 Cronbach's α 값을 구하여 신뢰도를 판단하였고, Cronbach's α 값이 0.6 이상이면 수용할 수 있는 수준의 신뢰성으로 볼 수 있다.

1) 대회 인지도

대회인지도 측정도구의 타당도 분석을 위해 실시한 탐색적 요인분석 결과는 다음 [표 4-3]과 같다.

즉 요인분석에서 2개의 요인이 추출되었는데, 각 요인의 고유값은 1 이상을 나타내고 있고, 설명된 총 분산은 68.149%를 나타냈고, 요인부하량은 모두 0.5이상으로 나타났다. 또한 KMO 값이 .949로 매우 좋은 수준을 보였고, Bartlett의 구형성 검증 결과 유의확률이 $p < .000$ 로 나타나 각 요인 간의 상관관계를 잘 나타내고 있어, 요인은 적합성과 타당성이 있는 것으로 나타났다.

한편 신뢰도 분석결과, Cronbach's α 값은 종합미용대회 인지도 .964, 메이크업전문미용대회 인지도 .941로 바람직한 수준으로 나타났다.

[표 4-3] 대회 인지도 측정도구의 요인분석 및 신뢰도 분석결과

항 목	종합미용대회 인지도 요인 1	메이크업전문 미용대회 인지도 요인 2	Cronbach's α
종합미용대회인지도9	.857	-.147	.964
종합미용대회인지도11	.852	-.159	
종합미용대회인지도5	.843	-.247	
종합미용대회인지도4	.842	-.237	
종합미용대회인지도6	.840	-.179	
종합미용대회인지도12	.839	-.203	
종합미용대회인지도10	.835	-.145	
종합미용대회인지도3	.830	-.218	
종합미용대회인지도8	.828	-.149	
종합미용대회인지도7	.826	-.221	
종합미용대회인지도2	.795	-.051	
종합미용대회인지도1	.793	-.117	
메이크업전문미용대회 인지도23	-.187	.860	.941
메이크업전문미용대회 인지도21	-.160	.807	
메이크업전문미용대회 인지도20	-.173	.801	
메이크업전문미용대회 인지도19	-.133	.794	
메이크업전문미용대회 인지도22	-.190	.792	
메이크업전문미용대회 인지도16	-.234	.786	
메이크업전문미용대회 인지도15	-.169	.784	
메이크업전문미용대회 인지도13	-.071	.765	
메이크업전문미용대회 인지도18	-.215	.749	
메이크업전문미용대회 인지도17	-.139	.717	
메이크업전문미용대회 인지도14	-.095	.698	

항 목	종합미용대회 인지도 요인 1	메이크업전문 미용대회 인지도 요인 2	Cronbach's α
고유값	8.611	7.063	
분산(%)	37.438	30.711	
누적분산(%)	37.438	68.149	
KMO=.949, Bartlett's Test of Sphericity = 7254.997(p=.000)			

2) 대회 태도

대회 태도 측정도구의 타당도 분석을 위해 실시한 탐색적 요인분석 결과는 다음 [표 4-4]와 같다.

즉 요인분석에서 2개의 요인이 추출되었는데, 각 요인의 고유값은 1 이상을 나타내고 있고, 설명된 총 분산은 80.751%를 나타냈고, 요인부하량은 모두 0.5이상으로 나타났다. 또한 KMO 값이 .901로 매우 좋은 수준을 보였고, Bartlett의 구형성 검증 결과 유의확률이 $p < .000$ 로 나타나 각 요인 간의 상관관계를 잘 나타내고 있어, 요인은 적합성과 타당성이 있는 것으로 나타났다.

한편 신뢰도 분석결과, Cronbach's α 값은 종합미용대회 태도 .956, 메이크업전문미용대회 태도 .922로 바람직한 수준으로 나타났다.

[표 4-4] 대회 태도 측정도구의 요인분석 및 신뢰도 분석결과

항 목	종합미용대회 태도 요인 1	메이크업전문 미용대회 태도 요인 2	Cronbach's α
종합미용대회태도25	.914	-.175	.956
종합미용대회태도27	.913	-.213	
종합미용대회태도28	.911	-.193	
종합미용대회태도24	.893	-.183	
종합미용대회태도26	.883	-.168	
메이크업전문미용대회 태도32	-.213	.884	.922

메이크업전문미용대회 태도33	-.152	.875	
메이크업전문미용대회 태도29	-.231	.845	
메이크업전문미용대회 태도30	-.105	.843	
메이크업전문미용대회 태도31	-.197	.827	
고유값	4.246	3.829	
분산(%)	42.456	38.294	
누적분산(%)	42.456	80.751	
KMO=.901, Bartlett's Test of Sphericity = 3290.175(p=.000)			

3) 대회 만족

대회 만족 측정도구의 타당도 분석을 위해 실시한 탐색적 요인분석 결과는 다음 [표 4-5]와 같다.

즉 요인분석에서 2개의 요인이 추출되었는데, 각 요인의 고유값은 1 이상을 나타내고 있고, 설명된 총 분산은 80.535%를 나타냈고, 요인부하량은 모두 0.5이상으로 나타났다. 또한 KMO 값이 .925로 매우 좋은 수준을 보였고, Barlett의 구형성 검증 결과 유의확률이 $p < .000$ 로 나타나 각 요인 간의 상관관계를 잘 나타내고 있어, 요인은 적합성과 타당성이 있는 것으로 나타났다.

한편 신뢰도 분석결과, Cronbach's α 값은 종합미용대회 만족 .967, 메이크업전문미용대회 만족 .931로 바람직한 수준으로 나타났다.

[표 4-5] 대회 만족 측정도구의 요인분석 및 신뢰도 분석결과

항 목	종합미용대회 만족 요인 1	메이크업전문 미용대회 만족 요인 2	Cronbach's α
종합미용대회만족35	.924	-.154	.967
종합미용대회만족36	.918	-.176	
종합미용대회만족39	.908	-.188	
종합미용대회만족38	.905	-.168	
종합미용대회만족37	.904	-.191	

종합미용대회만족34	.899	-.220	.931
메이크업전문미용대회만족42	-.144	.856	
메이크업전문미용대회만족43	-.129	.854	
메이크업전문미용대회만족44	-.134	.854	
메이크업전문미용대회만족41	-.154	.848	
메이크업전문미용대회만족45	-.237	.836	
메이크업전문미용대회만족40	-.242	.830	
고유값	5.161	4.504	
분산(%)	43.005	37.530	
누적분산(%)	43.005	80.535	
KMO=.925, Bartlett's Test of Sphericity = 4307.668(p=.000)			

4) 대회 선호도

대회 선호도 측정도구의 타당도 분석을 위해 실시한 탐색적 요인분석 결과는 다음 [표 4-6]과 같다.

즉 요인분석에서 2개의 요인이 추출되었는데, 각 요인의 고유값은 1 이상을 나타내고 있고, 설명된 총 분산은 78.318%를 나타냈고, 요인부하량은 모두 0.5이상으로 나타났다. 또한 KMO 값이 .924로 매우 좋은 수준을 보였고, Bartlett의 구형성 검증 결과 유의확률이 $p < .000$ 로 나타나 각 요인 간의 상관관계를 잘 나타내고 있어, 요인은 적합성과 타당성이 있는 것으로 나타났다.

한편 신뢰도 분석결과, Cronbach's α 값은 종합미용대회 선호도 .959, 메이크업전문미용대회 선호도 .927로 바람직한 수준으로 나타났다.

[표 4-6] 대회 선호도 조사도구의 요인분석 및 신뢰도 분석결과

항 목	종합미용대회 선호도 요인 1	메이크업전문 미용대회 선호도 요인 2	Cronbach's α
종합미용대회선호도48	.910	-.178	.959
종합미용대회선호도46	.905	-.167	
종합미용대회선호도49	.897	-.167	
종합미용대회선호도47	.887	-.189	
종합미용대회선호도50	.886	-.191	
종합미용대회선호도51	.874	-.201	
메이크업전문미용대회 선호도55	-.150	.869	.927
메이크업전문미용대회 선호도56	-.111	.857	
메이크업전문미용대회 선호도57	-.158	.849	
메이크업전문미용대회 선호도54	-.189	.833	
메이크업전문미용대회 선호도52	-.204	.816	
메이크업전문미용대회 선호도53	-.225	.808	
고유값	4.974	4.424	
분산(%)	41.454	36.864	
누적분산(%)	41.454	78.318	
KMO=.924, Bartlett's Test of Sphericity = 3911.896(p=.000)			

제 3 절 기술통계량

본 연구에서는 기술통계분석을 통해 측정도구의 평균 및 표준편차를 구하고, 왜도와 첨도 값을 살펴봄으로써 단변량 정규성을 검증하였다. 그 결과는 다음 [표 4-7]과 같다.

대회 인지도, 대회 태도, 대회 만족, 대회 선호도의 왜도와 첨도 절대값을 확인한 결과, 왜도의 절대값 2, 첨도의 절대값 7을 초과하지 않는 것으로 나타나 단변량 정규분포성을 만족하는 것으로 확인되었다.

한편 종합미용대회는 대회 인지도 평균 2.56점, 대회 태도 평균 2.39점, 대회 만족 평균 2.39점, 대회 선호도 평균 2.39점으로 나타났으며, 메이크업전문미용대회는 대회 인지도 평균 4.09점, 대회 태도 평균 4.09점, 대회 만족 평균 4.09점, 대회 선호도 평균 4.11점으로 나타났다.

[표 4-7] 주요 변수의 특성

N=351

	종합미용대회				메이크업전문미용대회			
	평균	표준 편차	왜도	첨도	평균	표준 편차	왜도	첨도
대회 인지도	2.56	1.04	.415	-.799	4.09	.72	-.720	-.072
대회 태도	2.39	1.06	.645	-.298	4.09	.79	-.654	-.374
대회 만족	2.39	1.06	.596	-.355	4.09	.74	-.596	-.468
대회 선호도	2.39	1.05	.609	-.392	4.11	.75	-.662	-.067

제 4 절 종합미용대회와 메이크업전문미용대회별 대회 특성 차이

본 연구에서는 종합미용대회와 메이크업전문미용대회의 대회 인지도, 대회 태도, 대회 만족, 대회 선호도 차이를 살펴보기 위하여 대응표본 t-검증을 실시하였다.

1) 대회 인지도

종합미용대회와 메이크업전문미용대회의 대회 인지도 차이를 살펴보면 다음 [표 4-8]과 같이 모든 요인에서 통계적으로 유의미한 차이를 보였다.

즉 대회 인지도 전체를 살펴보면, 메이크업전문미용대회가 평균 4.09점으로 종합미용대회 평균 2.56점보다 평균 1.53점이 높아 유의미한 차이를 보였다($t=-19.246$, $p<.001$).

참가여부는 메이크업전문미용대회가 평균 4.17점으로 종합미용대회 평균 2.76점보다 평균 1.41점이 높아 유의미한 차이를 보였다($t=-16.542$, $p<.001$).

참가가치는 메이크업전문미용대회가 평균 4.28점으로 종합미용대회 평균 2.75점보다 평균 1.53점이 높아 유의미한 차이를 보였다($t=-17.627$, $p<.001$).

규모는 메이크업전문미용대회가 평균 4.01점으로 종합미용대회 평균 2.55점보다 평균 1.46점이 높아 유의미한 차이를 보였다($t=-15.637$, $p<.001$).

브랜드 이미지는 메이크업전문미용대회가 평균 4.06점으로 종합미용대회 평균 2.52점보다 평균 1.53점이 높아 유의미한 차이를 보였다($t=-15.986$, $p<.001$).

특징은 메이크업전문미용대회가 평균 4.07점으로 종합미용대회 평균 2.48점보다 평균 1.59점이 높아 유의미한 차이를 보였다($t=-18.146$, $p<.001$).

인기는 메이크업전문미용대회가 평균 4.03점으로 종합미용대회 평균 2.49점보다 평균 1.53점이 높아 유의미한 차이를 보였다($t=-17.028$, $p<.001$).

선호는 메이크업전문미용대회가 평균 4.08점으로 종합미용대회 평균 1.58점보다 평균 1.56점이 높아 유의미한 차이를 보였다($t=-18.525$, $p<.001$).

유명한 대회 이미지는 메이크업전문미용대회가 평균 4.04점으로 종합미용대회 평균 2.46점보다 평균 1.59점이 높아 유의미한 차이를 보였다($t=-17.351$, $p<.001$).

다른 대회와 구분은 메이크업전문미용대회가 평균 4.05점으로 종합미용대회 평균 2.48점보다 평균 1.57점이 높아 유의미한 차이를 보였다($t=-17.828$, $p<.001$).

대회 이름과 로고 연상은 메이크업전문미용대회가 평균 4.07점으로 종합미용대회 평균 2.45점보다 평균 1.62점이 높아 유의미한 차이를 보였다($t=-16.865$, $p<.001$).

다른 대회보다 우월은 메이크업전문미용대회가 평균 4.14점으로 종합미용대회 평균 2.39점보다 평균 1.75점이 높아 유의미한 차이를 보였다($t=-18.436$, $p<.001$).

한편 다른 대회보다 우월에서 종합미용대회와 메이크업전문미용대회 간에 가장 큰 차이를 보였으며, 다음으로 대회이름과 로고 연상, 특징과 유명한 대회 이미지의 순으로 차이를 보여, 메이크업전문미용대회의 우월성, 이름 및 로고, 특징, 이미지 면에서 종합미용대회보다 우월한 것으로 보인다.

[표 4-8] 대회 인지도 차이

N=351

구분	종합미용대회		메이크업전문미용대회		대응차		t	p
	평균	표준 편차	평균	표준 편차	평균	표준 편차		
참가의사	2.76	1.29	4.17	.94	-1.41	1.60	-16.542	.000***
참가가치	2.75	1.33	4.28	.77	-1.53	1.63	-17.627	.000***
규모	2.55	1.21	4.01	.91	-1.46	1.75	-15.637	.000***
브랜드이미지	2.52	1.25	4.06	.91	-1.53	1.80	-15.986	.000***
특징	2.48	1.19	4.07	.88	-1.59	1.64	-18.146	.000***
인기	2.49	1.19	4.03	.87	-1.53	1.69	-17.028	.000***
선호	2.52	1.15	4.08	.87	-1.56	1.58	-18.525	.000***
유명한 대회	2.46	1.19	4.04	.93	-1.59	1.71	-17.351	.000***

구분	종합미용대회		메이크업전문미용대회		대응차		t	p
	평균	표준 편차	평균	표준 편차	평균	표준 편차		
이미지								
다른 대회와 구분	2.48	1.17	4.05	.92	-1.57	1.65	-17.828	.000***
대회 이름과 로고 연상	2.45	1.22	4.07	1.01	-1.62	1.79	-16.865	.000***
다른 대회 보다 우월	2.39	1.23	4.14	.95	-1.75	1.77	-18.436	.000***
전체	2.56	1.04	4.09	.72	-1.53	1.48	-19.246	.000***

*** $p < .001$

2) 대회 태도

종합미용대회와 메이크업전문미용대회의 대회 태도 차이를 살펴보면 다음 [표 4-9]와 같이 모든 요인에서 통계적으로 유의미한 차이를 보였다.

즉 대회 태도 전체를 살펴보면, 메이크업전문미용대회가 평균 4.09점으로 종합미용대회 평균 2.39점보다 평균 1.70점이 높아 유의미한 차이를 보였다 ($t = -20.595$, $p < .001$). 시설우수는 메이크업전문미용대회가 평균 4.07점으로 종합미용대회 평균 2.29점보다 평균 1.78점이 높아 유의미한 차이를 보였다 ($t = -19.427$, $p < .001$). 공정한 심사는 메이크업전문미용대회가 평균 4.02점으로 종합미용대회 평균 2.40점보다 평균 1.62점이 높아 유의미한 차이를 보였다 ($t = -19.309$, $p < .001$). 참가인 수는 메이크업전문미용대회가 평균 4.07점으로 종합미용대회 평균 2.53점보다 평균 1.55점이 높아 유의미한 차이를 보였다 ($t = -17.087$, $p < .001$). 인기는 메이크업전문미용대회가 평균 4.16점으로 종합미용대회 평균 2.35점보다 평균 1.80점이 높아 유의미한 차이를 보였다 ($t = -19.644$, $p < .001$). 프로그램 서비스 제공은 메이크업전문미용대회가 평균 4.14점으로 종합미용대회 평균 2.37점보다 평균 1.80점이 높아 유의미한 차이를 보였다 ($t = -19.622$, $p < .001$).

한편 인기에서 종합미용대회와 메이크업전문미용대회 간에 가장 큰 차이

를 보였으며, 다음으로 시설우수, 프로그램 서비스 제공의 순으로 차이를 보여, 메이크업전문미용대회가 종합미용대회보다 인기, 시설이나 프로그램 서비스 제공 측면에서 우월한 것으로 보인다.

[표 4-9] 대회 태도 차이

N=351

구분	종합미용대회		메이크업전문미용대회		대응차		t	p
	평균	표준편차	평균	표준편차	평균	표준편차		
시설 우수	2.29	1.17	4.07	.90	-1.78	1.72	-19.427	.000***
공정한 심사	2.40	1.13	4.02	.86	-1.62	1.57	-19.309	.000***
참가인 수	2.53	1.15	4.07	.92	-1.55	1.70	-17.087	.000***
인기	2.35	1.14	4.16	.90	-1.80	1.72	-19.644	.000***
프로그램 서비스 제공	2.37	1.15	4.14	.93	-1.77	1.69	-19.622	.000***
전체	2.39	1.06	4.09	.79	-1.70	1.55	-20.595	.000***

*** $p < .001$

3) 대회 만족

종합미용대회와 메이크업전문미용대회의 대회 만족 차이를 살펴보면 종합미용대회와 메이크업전문미용대회에 따라 만족의 모든 요인에서 통계적으로 유의미한 차이가 나타났다[표 4-10].

즉 대회 만족 전체를 살펴보면, 메이크업전문미용대회가 평균 4.09점으로 종합미용대회 평균 2.39점보다 평균 1.70점이 높아 유의미한 차이를 보였다($t = -21.124$, $p < .001$). 장소와 시설 만족은 메이크업전문미용대회가 평균 4.06점으로 종합미용대회 평균 2.35점보다 평균 1.70점이 높아 유의미한 차이를 보였다($t = -18.948$, $p < .001$). 대회 일정과 진행 만족은 메이크업전문미용대회가 평균 4.05점으로 종합미용대회 평균 2.36점보다 평균 1.54점이 높아 유의미한 차이를 보였다($t = -20.535$, $p < .001$). 대회 운영방식 만족은 메이크업전

문미용대회가 평균 4.11점으로 종합미용대회 평균 2.37점보다 평균 1.74점이 높아 유의미한 차이를 보였다($t=-20.842$, $p<.001$).

명성은 메이크업전문미용대회가 평균 4.07점으로 종합미용대회 평균 2.42점보다 평균 1.65점이 높아 유의미한 차이를 보였다($t=-18.486$, $p<.001$).

심사위원 전문성은 메이크업전문미용대회가 평균 4.10점으로 종합미용대회 평균 2.43점보다 평균 1.67점이 높아 유의미한 차이를 보였다($t=-18.909$, $p<.001$). 심사기준 만족은 메이크업전문미용대회가 평균 4.16점으로 종합미용대회 평균 2.39점보다 평균 1.77점이 높아 유의미한 차이를 보였다($t=-19.431$, $p<.001$).

한편 심사기준 만족에서 종합미용대회와 메이크업전문미용대회 간에 가장 큰 차이를 보였으며, 다음으로 대회 운영방식 만족, 장소와 시설 만족의 순으로 차이를 보여, 메이크업전문미용대회가 종합미용대회보다 심사기준이나 운영, 시설 측면에서 우월한 것으로 보인다.

[표 4-10] 대회 만족 차이

N=351

구분	종합미용대회		메이크업전문미용대회		대응차		t	p
	평균	표준 편차	평균	표준 편차	평균	표준 편차		
장소와 시설 만족	2.35	1.15	4.06	.85	-1.70	1.68	-18.948	.000***
대회 일정과 진행 만족	2.36	1.11	4.05	.81	-1.68	1.54	-20.535	.000***
대회 운영 방식 만족	2.37	1.10	4.11	.83	-1.74	1.56	-20.842	.000***
명성	2.42	1.16	4.07	.88	-1.65	1.67	-18.486	.000***
심사위원 전문성	2.43	1.15	4.10	.90	-1.67	1.65	-18.909	.000***
심사기준 만족	2.39	1.15	4.16	.90	-1.77	1.71	-19.431	.000***
전체	2.39	1.06	4.09	.74	-1.70	1.51	-21.124	.000***

*** $p<.001$

4) 대회 선호도

종합미용대회와 메이크업전문미용대회의 대회 선호도 차이를 살펴보면, 종합미용대회와 메이크업전문미용대회에 따라 선호도의 모든 요인에서 통계적으로 유의미한 차이가 나타났다[표 4-11].

즉 대회 선호도 전체를 살펴보면, 메이크업전문미용대회가 평균 4.11점으로 종합미용대회 평균 2.39점보다 평균 1.72점이 높아 유의미한 차이를 보였다($t=-21.259$, $p<.001$).

애착은 메이크업전문미용대회가 평균 4.13점으로 종합미용대회 평균 2.27점보다 평균 1.86점이 높아 유의미한 차이를 보였다($t=-21.656$, $p<.001$).

친밀은 메이크업전문미용대회가 평균 4.05점으로 종합미용대회 평균 2.40점보다 평균 1.66점이 높아 유의미한 차이를 보였다($t=-18.597$, $p<.001$).

선호는 메이크업전문미용대회가 평균 4.11점으로 종합미용대회 평균 2.39점보다 평균 1.72점이 높아 유의미한 차이를 보였다($t=-19.263$, $p<.001$).

다른 대회보다 우선 참가는 메이크업전문미용대회가 평균 4.11점으로 종합미용대회 평균 2.41점보다 평균 1.70점이 높아 유의미한 차이를 보였다($t=-19.169$, $p<.001$).

다시 참가는 메이크업전문미용대회가 평균 4.11점으로 종합미용대회 평균 2.44점보다 평균 1.67점이 높아 유의미한 차이를 보였다($t=-19.212$, $p<.001$).

추천은 메이크업전문미용대회가 평균 4.15점으로 종합미용대회 평균 2.43점보다 평균 1.72점이 높아 유의미한 차이를 보였다($t=-19.306$, $p<.001$).

한편 애착에서 종합미용대회와 메이크업전문미용대회 간에 가장 큰 차이를 보였으며, 다음으로 추천과 선호, 다른 대회보다 우선 참가의 순으로 차이를 보여, 메이크업전문미용대회가 종합미용대회보다 애착이 크며, 전반적인 선호도가 높은 것으로 보인다.

[표 4-11] 대회 선호도 차이

N=351

구분	종합미용대회		메이크업전문 미용대회		대응차		t	p
	평균	표준 편차	평균	표준 편차	평균	표준 편차		
애착	2.27	1.15	4.13	.84	-1.86	1.61	-21.656	.000***
친밀	2.40	1.14	4.05	.86	-1.66	1.67	-18.597	.000***
선호	2.39	1.16	4.11	.89	-1.72	1.67	-19.263	.000***
다른 대회보다 우선 참가	2.41	1.16	4.11	.91	-1.70	1.66	-19.169	.000***
다시 참가	2.44	1.14	4.11	.91	-1.67	1.63	-19.212	.000***
추천	2.43	1.18	4.15	.87	-1.72	1.66	-19.306	.000***
전체	2.39	1.05	4.11	.75	-1.72	1.52	-21.259	.000***

*** $p < .001$

제 5 절 종합미용대회와 메이크업전문미용대회별 대회 차이의 상관관계

본 연구에서는 종합미용대회와 메이크업전문미용대회의 대회 인지도, 대회 태도, 대회 만족, 대회 선호도 간의 차이에 대한 상관관계를 살펴보기 위하여 pearson 상관분석 실시하였는데, 그 결과는 다음 [표 4-12]와 같다.

대회 선호도 차이는 대회 인지도($r=.861$, $p<.001$), 대회 태도($r=.905$, $p<.001$), 대회 만족($r=.923$, $p<.001$)차이와 매우 높은 상관관계를 보였다.

따라서 종합미용대회보다 메이크업전문미용대회를 선호하는 것은 대회에 대한 인지도, 태도, 만족도와 높은 상관관계가 있는 것으로 나타났다.

[표 4-12] 대회 인지도, 대회 태도, 대회 만족, 대회 선호도 차이 간의 상관관계

N=351

	대회 인지도 차이	대회 태도 차이	대회 만족 차이	대회 선호도 차이
대회 인지도 차이	1			
대회 태도 차이	.867***	1		
대회 만족 차이	.869***	.919***	1	
대회 선호도 차이	.861***	.905***	.923***	1

*** $p<.001$

제 6 절 대회 선호도 차이에 미치는 영향력

본 연구에서는 종합미용대회와 메이크업전문미용대회의 인지도, 태도, 만족 차이가 선호도 차이에 미치는 영향을 살펴보기 위하여 다중회귀분석을 실시하였고, 그 결과는 다음 [표 4-13]과 같다.

먼저 공선성 진단결과 VIF 값이 모두 10이하였고, 공차한계는 모두 .10보다 크게 나타나 다중공선성의 문제는 없는 것으로 볼 수 있다.

대회 인지도 차이, 대회 태도 차이, 대회 만족 차이가 대회 선호도 차이를 설명하는 회귀모형의 설명력은 87.8%로 나타났으며, 회귀모형의 통계적 유의도를 나타내는 F값은 828.819($p < .001$)로 나타나 본 회귀모형은 적합한 것으로 나타났다.

한편 대회 인지도 차이($\beta = .159$, $p < .001$), 대회 태도 차이($\beta = .296$, $p < .001$), 대회 만족 차이($\beta = .512$, $p < .01$)는 대회 선호도 차이에 정(+)의 영향을 미치는 것으로 나타났으며, 영향력은 대회 만족, 대회 태도, 대회 인지도의 순으로 나타났다. 따라서 종합미용대회 보다 메이크업전문미용대회를 더 선호하는 것은 대회에 대한 만족도가 더 높고, 태도가 더 좋으며, 인지도가 더 높기 때문인 것으로 나타났다.

[표 4-13] 대회 선호도에 미치는 영향

	비표준 계수		표준 계수	t	p	공선성 통계	
	B	표준 오차	β			허용 오차	VIF
(상수)	.103	.043		2.39	.017***		
대회 인지도 차이	.163	.041	.159	3.927	.000***	.214	4.663
대회 태도 차이	.290	.050	.296	5.844	.000***	.137	7.289
대회 만족 차이	.513	.051	.512	9.994	.000***	.135	7.431
$R^2 = .878$, Adj. $R^2 = .876$, $F = 828.819$ ($p = .000$ ***)							

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

제 5 장 결론

미용교육기관의 미용 전공 학생은 대부분 미용대회에 참가하였지만, 실무 현장의 미용전문가들은 미용대회 참가율이 저조한 편이다. 따라서 미용대회의 지속적 발전을 위해 대회의 기술적·예술적 수준 향상과 다양한 계층의 대회 참가가 지향되어야 하는 시점이지만, 미용대회에 참가한 전공자를 대상으로 참가자들이 지각하는 미용대회에 대한 인지도 및 태도와 만족도에 대한 연구는 아직 이루어지지 않고 있다. 따라서 본 연구는 미용대회 참가자들을 대상으로 대회에 대한 만족도와 선호도에 영향을 미치는 요인이 되는 미용대회에 대한 인지도와 태도에 대한 연구를 수행하였다. 또한 미용대회를 종합미용대회와 메이크업 메이크업전문미용대회로 구분하여 두 가지의 대회 중 어느 것을 인지하고, 이것은 그 대회를 대하는 태도, 만족도, 선호도에 어떠한 영향을 미치는지 알아보고자 하였다.

본 연구의 결과는 다음과 같다.

표본의 일반적 특성을 살펴본 결과, 남성보다 여성이 많았고, 고등부와 대학부, 일반부의 비중은 각각 36.8%, 34.5%, 28.8%였고, 메이크업 미용경력은 2~3년이 가장 많았고, 다음으로 1년 미만, 1년, 5년 이상, 5년으로 나타났다. 응답자 대부분이 미용대회 참가 경험이 있었고 주로 지방, 전국대회와 전국대회에 주로 참가하였으며 표본의 절반 이상은 대회경험이 그다지 많지 않은 것으로 나타났다. 미용대회 정보원천은 미용학교와 학원가가 64.7%로 주요 정보 원천이었고, 종합미용대회 참가부문은 웨딩 메이크업, 환타지 메이크업, 바디 메이크업, 패션 메이크업, 국가 종목 메이크업, 특수 분장, 캐릭터 메이크업, 업 스타일, 아트 마스크 순으로 참가 경험이 높았고, 메이크업전문미용대회 참가 부문은 웨딩메이크업, 환타지 메이크업, 바디 메이크업, 패션 메이크업, 국가 종목 메이크업, 캐릭터 메이크업, 특수 분장, 업 스타일, 아트마스크 순으로 참가 경험이 높았다. 참가 이유는 대회 경험이 가장 많았고 그 다음으로 기술향상인 것으로 나타나, 대회 참여를 기술 향상의 기회로 삼고 있을 뿐만 아니라 대회에 참가하는 자체에 의의를 두고 있음을 알 수 있다. 연

습 시기는 절반 이상이 3개월 전, 1개월 전, 일주일 전에 시작한다고 응답하여 참가자들은 단기간에 대회를 준비하였고, 하루 연습시간은 3시간 연습이 응답자의 절반을 차지했고 다음으로 6시간 이상 연습하는 응답자의 비중이 높았다. 대회 준비는 학원의 도움을 가장 많이 받았고, 연습은 주 몇 회로 정해서 하거나 매일 꾸준히, 시간 날 때마다 연습하는 방식이 많은 비중을 차지했다. 메이크업 미용대회 출제과제의 실무 반영 정도는 보통과 어느 정도 반영한다는 긍정적 응답의 비중이 70%를 상회했으며, 대회 준비에서 바디 메이크업, 특수 분장, 환타지 메이크업, 웨딩 메이크업 순으로 어려움을 느끼는 것으로 나타났다. 마지막으로, 업 스타일링을 제외한 모든 메이크업이 메이크업 미용대회 연습 중에 골고루 도움이 되는 것으로 확인되었는데, 특히 전체 스타일링이 가장 도움이 많이 되었으며 다음으로 베이스 메이크업, 색조과정의 순이었다.

종합미용대회와 메이크업전문미용대회의 대회 인지도, 대회 태도, 대회 만족, 대회 선호도의 기술통계분석 결과, 종합미용대회는 대회 인지도 평균 2.56점, 대회 태도 평균 2.39점, 대회 만족 평균 2.39점, 대회 선호도 평균 2.39점으로 나타났으며, 메이크업전문미용대회는 대회 인지도 평균 4.09점, 대회 태도 평균 4.09점, 대회 만족 평균 4.09점, 대회 선호도 평균 4.11점으로 나타났다.

종합미용대회와 메이크업전문미용대회의 대회 인지도, 대회 태도, 대회 만족, 대회 선호도의 차이를 살펴본 결과, 모든 측면에서 대회 참가자들은 종합미용대회보다 메이크업전문미용대회에 대해 긍정적으로 인식 또는 평가하는 것으로 확인되었다. 응답자의 대회 인지도인 ‘미용대회 참가의사, 참가가치, 규모, 브랜드이미지, 특징, 인기, 선호, 유명한 대회 이미지, 다른 대회와 구분, 대회 이름과 로고 연상, 다른 대회보다 우월’의 모든 항목에서 유의미한 차이가 있었으며, 특히 우월성, 이름 및 로고, 특징, 이미지 면에서 종합미용대회보다 메이크업전문미용대회가 우월한 것으로 나타났다. 응답자의 대회 태도인 ‘미용대회의 시설 우수, 공정한 심사, 참가인 수, 인기, 프로그램 서비스 제공’의 모든 항목에서도 유의미한 차이가 있었으며, 특히 인기에서 종합미용대회와 메이크업전문미용대회 간에 가장 큰 차이를 보였고, 다음으로 시설우

수, 프로그램 서비스 제공의 순으로 차이를 보여, 메이크업전문미용대회가 종합미용대회보다 인기, 시설이나 프로그램 서비스 제공 측면에서 우월한 것으로 보인다. 응답자의 대회 만족인 '장소와 시설 만족, 대회 일정과 진행 만족, 대회 운영 방식 만족, 명성, 심사위원 전문성, 심사기준 만족'의 모든 항목에서도 유의미한 나타났으며, 특히 심사기준 만족에서 종합미용대회와 메이크업전문미용대회 간에 가장 큰 차이를 보였고, 다음으로 대회 운영방식 만족, 장소와 시설 만족의 순으로 차이를 보여, 메이크업전문미용대회가 종합미용대회보다 심사기준이나 운영, 시설 측면에서 우월한 것으로 보인다. 응답자의 대회 선호도인 '애착, 친밀, 선호, 다른 대회보다 우선 참가, 다시 참가, 추천'의 모든 항목에서도 유의미한 나타났으며, 특히 애착에서 종합미용대회와 메이크업전문미용대회 간에 가장 큰 차이를 보였고, 다음으로 추천과 선호, 다른 대회보다 우선 참가의 순으로 차이를 보여, 메이크업전문미용대회가 종합미용대회보다 애착이 크며, 전반적인 선호도가 높은 것으로 보인다.

종합미용대회와 메이크업전문미용대회의 대회 인지도, 대회 태도, 대회 만족, 대회 선호도 간의 차이에 대한 상관관계를 살펴본 결과, 대회 선호도 차이는 대회 인지도, 대회 태도, 대회 만족 차이와 매우 높은 상관관계를 보였다. 따라서 종합미용대회보다 메이크업전문미용대회를 선호하는 것은 대회에 대한 인지도, 태도, 만족도와 높은 상관관계가 있는 것으로 나타났다.

종합미용대회와 메이크업전문미용대회의 인지도, 태도, 만족 차이가 선호도 차이에 미치는 영향력을 살펴본 결과, 회귀모형의 설명력은 87.8%로 나타났으며, 회귀모형의 통계적 유의도를 나타내는 F값의 유의확률도 0.001 이하로 나타나 본 모형은 적합한 것으로 나타났다. 대회 인지도 차이와 대회 태도 차이, 대회 만족 차이는 대회 선호도 차이에 정(+)의 영향을 미쳤으며, 이 때 영향력의 크기는 대회 만족, 대회 태도, 대회 인지도의 순으로 나타났다. 따라서 종합미용대회보다 메이크업전문미용대회를 더 선호하는 것은 대회에 대한 만족도가 더 높고, 태도가 더 좋으며, 인지도가 더 높기 때문이다.

이러한 결론에 따른 시사점은 다음과 같다.

종합미용대회와 메이크업전문미용대회의 선호도 차이를 줄이기 위해 대회 인지도 차이, 대회 태도 차이, 대회 만족 차이를 줄여야 한다. 특히 대회 만족

차이를 줄이는 것이 가장 효과적이므로, 대회 운영 상황 상 모든 차이를 줄이는 것이 어렵다면 대회 만족 차이를 줄이기 위한 노력을 가장 먼저 하여야 하고 그 다음으로 대회 태도 차이와 대회 인지도 차이를 줄이는 방향으로 전략을 수립하여야 할 것이다. 대회 만족 측면에서 특히 심사기준과 대회 운영방식, 장소와 시설에서 종합미용대회와 메이크업전문미용대회의 만족도 차이가 크게 나타났으므로, 종합미용대회들은 심사기준을 우선적으로 검토하여 대회의 타당성과 절차적 공정성 및 결과적 공정성 수준을 높여야 한다. 또한 메이크업전문미용대회를 참고하여 대회 운영방식을 개선하고 대회 장소와 시설 같은 물리적 환경을 점검해보고 기존보다 더 나은 대안을 제시하는 등 다양한 측면에서의 노력이 필요하다.

참 고 문 헌

1. 국내문헌

- 강정은. (2018). “전국 미용대회 참가자의 대회인식 및 만족도에 관한 연구 - 전남 지역 메이크업 전공 학생을 중심으로-”. 조선대학교 산업기술융합대학원 석사학위논문.
- 권기형. (2019). O·M·C 헤어월드 여성 크리에이티브 스타일 작품 분석: 2014~ 2019 대한민국 출품작 중심으로. 『미용예술경영연구』, 13(3), 19-34.
- 김동분. (2013). “국내·외 미용경기대회 분석 및 작품제작 연구”. 서경대학교 대학원 박사학위논문.
- 김미원. (2010). “네일아트대회가 네일 산업에 미치는 영향 연구”. 서경대학교 대학원 석사학위논문.
- 김신아, 권기형. (2016). O·M·C 헤어월드 여성 크리에이티브·헤어바이나이 트 작품 분석 및 작품 제작: 2010~ 2016 수상작품 중심으로. 『한국 디자인문화학회지』, 22(2), 113-122.
- 김정현, 김순경, 허혜순. (2012). 미용기능경기대회에 나타난 헤어디자인분석 -2001~ 2010 년 미용종목 중심으로. 『한국인체미용예술학회지』, 13(2), 99-119.
- 김정현. (2013). “기능경기대회의 헤어디자인종목이 살롱스타일에 미치는 영향력분석 및 작품연구”. 영산대학교 대학원 박사학위논문.
- 김진민, 용의진. (2018). 전국 기능 경기대회 남성 퍼머넌트웨이브가 살롱 펌 스타일에 미치는 헤어작품 연구: 2014 년~ 2016 년 작품을 중심으로. 『미용예술경영연구』, 12(1), 91-106.
- 김현주. (2015). “기능경기대회 피부미용종목 과제 분석 및 대회 참여 동기와 서비스 품질 만족도”. 성결대학교 대학원 석사학위논문.
- 박동은. (2016). “기능경기대회 참가자의 대회인식과 대회만족도 및 미용현장

- 에서 활용성: 헤어디자인 직종 이용작품을 중심으로”. 원광대학교 대학원 박사학위논문.
- 박선주. (2015). 네일미용산업의 LOHAS 이미지가 고객만족, 신뢰 및 고객충성도에 미치는 영향. 『대한피부미용학회지』, 13(3), 437-444.
- 박하늘, 권기형. (2018). 국제기능올림픽대회 헤어디자인 직종 연구에 관한 고찰: 2013 년~ 2017 년 출제된 남성과제 중심으로. 『한국디자인문화학회지』, 24(3), 297-306.
- 서정현. (2009). 뷰티산업 경쟁력 강화방안. 『한국미용학회 추계학술대회』, 2009(1), 33-50.
- 손삼호. (2006). 지방자치단체의 관광목적지 브랜드자산에 관한 연구. 『관광연구』, 21(1), 153-176.
- 오강수, 김수민. (2015). 미용전공대학생들의 신체적 자기지각을 통한 미용대회 참여자신감 및 자기효능감이 미용몰입과 미용수행 만족에 미치는 영향. 『한국디자인문화학회지』, 21(2), 377-389.
- 유은희. (2015). 헤어미용서비스 고객의 심리적 소비가치가 고객만족과 충성도에 미치는 영향-쾌락적/실용적 소비가치를 중심으로. 『대한피부미용학회지』, 13(5), 655-662.
- 이정숙. (2011). “뷰티살롱 종사자의 직무특성과 교육훈련 실태에 따른 교육만족도에 관한 연구: P프랜차이즈 중심”. 서경대학교 미용예술대학원 석사학위논문.
- 이정숙. (2012). 미용대회 참여동기와 전공만족도와의 관계에 관한 연구. 『대한피부미용학회지』, 10(1), 125-133.
- 이해미루. (2013). “바디페인팅에 활용된 색채 특성”. 서경대학교 대학원 석사학위논문.
- 이해영, 소황옥. (2013). 미용대회 참가동기와 만족도 및 기대성과에 관한 연구. 『한국인체미용예술학회지』, 14(4), 217-234.
- 이해영. (2015). “한국 미용대회의 평가체계 모형개발 연구”. 중앙대학교 대학원 박사학위논문.
- 임명재, 김석출. (2009). 관광목적지 브랜드 자산의 구성요인과 효과위계 검

- 증. 『한국콘텐츠학회논문지』, 9(2), 365-372.
- 임용석, 정호진. (2017). 제품 구매 의도 강화를 위한 브랜드 인지도와 브랜드 태도. 『수산해양교육연구』, 29(5), 1513-1521.
- 장두현, 김성남. (2020). 헤어미용서비스 산업 종사자들의 직장 내 갈등요인이 조직몰입과 이직 의도에 미치는 영향. 『미용예술경영연구』, 14(2), 1-21.
- 정형식, 김영심. (2004). 이벤트 요소가 잠재참가자의 태도 및 참가의사에 미치는 영향: 전국미용기능경기대회를 중심으로. 『경영학연구』, 33(1), 135-155.
- 진영모, 임선희. (2011). 조형 디자인의 원리를 응용한 헤어디자인 연구-헤어월드 남성종목 작품제작을 중심으로. 『미용예술경영연구』, 5(1), 361-373.
- 천종숙. (2018). “기능올림픽경기대회 피부미용 직종에 대한 인식 및 출제과제와 현장실무와의 관계”. 한남대학교 사회문화·행정복지대학원 석사학위논문.
- 최소영. (2011). 기능경기대회의 헤어디자인 직종 참가자의 참가동기 및 대회 서비스품질이 만족도에 미치는 영향. 『대한미용학회지』, 7(4), 407-415.
- 한국산업인력공단. (2014). 『지방기능대회 결과보고서』.

2. 국외문헌

- Kaiser, H. (1974). An index of factorial simplicity. *Psychometrika*, 39, 31-36.

3. 웹사이트

(사)대한민국명장회 <http://kmasterhand.or.kr/>
(사)대한민국이용장회 <http://www.kmbs.or.kr/index.php>
(사)세계뷰티문화산업교류협회 <http://www.kbwc.co.kr/index/>
(사)한국미용문화사연구협회 <http://www.kmia.ac/>
대구국제바디페인팅페스티벌 <http://www.dibf.co.kr/2019/>
마이스터넷(숙련기술인포털) <https://meister.hrdkorea.or.kr>
사)대한미용사회중앙회 <http://www.kocoa.org/>
사단법인 한국메이크업미용사회 http://www.kmakeup.or.kr/bbs/board.php?bo_table=c02
사단법인 한국메이크업전문가직업교류협회 <https://www.promakeup.or.kr:40000/>
사단법인 한국미용직업교육협회 <https://kbei.modoo.at/?link=emrmlhys>
사단법인 한국분장예술인협회 <http://www.kmaa.or.kr/main/main/main.php>
사단법인 한국뷰티산업능력개발협회 http://thekbda.com/?page_id=1311
사단법인 한국피부미용사회중앙회 <http://www.kocea.org>
서울네일엑스포 <http://www.sinail.com/>
IMATS(International Make-up Artist Trade Show) <https://imats.net/about-imats/>
OMC World Championship <https://omchairworld.com/>
WBF(world.bodypainting.festival) <https://bodypainting-festival.com/en/>
Worldskills <https://worldskills.org/what/competitions/>

부 록

메이크업 전공자의 메이크업 미용대회 선택 요인에 대한 연구

안녕하십니까?

바쁘신 와중에도 시간을 할애해서 본 설문에 응해주셔서 감사합니다. 저는 대학원에서 논문작성을 준비 중인 대학원생입니다. 현재 국내에는 매우 다양한 메이크업 국제대회와 국내대회가 개최되고 있으나, 개최되는 대회의 브랜드자산(인지도, 이미지, 대회수준)은 천차만별이며, 이러한 브랜드자산에 따라 참가자들의 만족도와 충성도 정도에 따라 매회 참가하거나 한번 참가하고 참가를 안 하는 경우가 많습니다.

이에 본 연구자는 메이크업 전공자의 메이크업 미용대회 선택을 연구하고 있습니다.

본 설문지는 정답이 없습니다. 따라서 여러분께서 솔직하게 응답해주시면 고맙겠습니다. 수집된 자료는 연구의 목적으로만 사용될 것임을 약속드립니다. 또한 개인의 비밀을 보장하기 위하여 무기명으로 작성되며, 주신 의견은 연구에 많은 도움이 될 것입니다.

설문지에 응해 주신데 대해 감사드립니다.

2020년 10월

한성대학교 예술대학원

분장예술전공

지도교수 : 황 수 민

연구자 : 김 희 진

E-Mail : hjday219@naver.com

I. 다음은 메이크업 미용대회 인지도와 이미지를 알아보기 위한 문항입니다. 정답이 없으므로 솔직하게 응답해주시면 고맙겠습니다. 해당란에 √표해 주세요.

종합미용대회 (메이크업 부문) 에 관한 인지도와 이미지에 대한 문항입니다.

평가 항목	전혀 그렇지 않다	그렇지 않다	보통 이다	그렇다	매우 그렇다
1. 미용대회에 참가 할 의사가 있다.					

2. 종합미용대회 메이크업파트에 참가 할 의사가 있다.					
3. 종합미용대회 메이크업 파트부분은 참가할 만한 가치가 있다.					
4. 종합미용대회가 메이크업 전문미용대회보다 규모가 더 크다고 생각한다.					
5. 종합미용대회가 메이크업 전문미용대회보다 브랜드이미지가 더 중요하다고 생각한다.					
6. 종합미용대회가 메이크업 전문미용대회보다 특징이 더 잘 나타난다.					
7. 종합미용대회가 메이크업 전문미용대회보다 더 대중에게 인기가 있다.					
8. 누가 다른 메이크업 전문미용대회를 물어도 내가 선호하는 종합미용대회를 말하겠다.					
9. 내가 선호하는 종합미용대회는 다른 전문메이크업 미용대회보다 더 유명한 대회라는 이미지를 가지고 있다					
10. 내가 선호하는 종합미용대회는 다른 전문메이크업 미용대회와 쉽게 구분할 수 있다.					
11. 내가 선호하는 종합미용대회는 메이크업 전문미용대회보다 대회 이름, 로고 등을 더 쉽게 떠올릴 수 있다.					
12. 내가 선호하는 종합미용대회는 다른 전문메이크업 미용대회보다 더 낫다고 생각한다.					

메이크업 전문 미용대회에 관한 인지도와 이미지에 대한 문항입니다.

평가 항목	전혀 그렇지 않다	그렇지 않다	보통이다	그렇다	매우 그렇다
13.메이크업 전문 미용대회에 참가 할 의사가 있다.					
14.메이크업 전문 미용대회는 참가할 만한 가치가 있다.					
15.메이크업 전문 미용대회가 종합미용대회보다 규모가 더 크다고 생각 한다					

16.메이크업 전문 미용대회가 종합미용대회보다 브랜드 이미지가 더 중요하다고 생각 한다.					
17.메이크업 전문 미용대회가 종합미용대회보다 특징이 더 잘 나타난다.					
18.메이크업 전문 미용대회가 종합미용대회보다 더 대중에게 인기가 있다.					
19.누가 다른 종합미용대회를 물어도 내가 선호하는 메이크업 전문 미용대회를 말하겠다.					
20.내가 선호하는 메이크업 전문 미용대회는 다른 종합 미용대회보다 더 유명한 대회라는 이미지를 가지고 있다.					
21.내가 선호하는 메이크업 전문 미용대회는 다른 종합 미용대회와 쉽게 구분할 수 있다.					
22.내가 선호하는 메이크업 전문 미용대회는 종합 미용대회보다 대회이름 로고 등을 더 쉽게 떠올릴 수 있다.					
23.내가 선호하는 메이크업 전문 미용대회는 종합 미용대회보다 더 낫다고 생각한다.					

Ⅱ. 다음은 메이크업 미용대회 품질을 알아보기 위한 문항입니다. 정답이 없으므로 솔직하게 응답해주시면 고맙겠습니다. 해당란에 √ 표해 주세요.

종합미용대회에(메이크업 부문) 품질에 관한 문항입니다.

평가 항목	전혀 그렇지 않다	그렇지 않다	보통 이다	그렇다	매우 그렇다
24. 내가 선호하는 종합미용대회가 다른 전문메이크업 미용대회보다 시설이 더 우수하다고 생각한다					
25. 내가 선호하는 종합미용대회가 다른 전문메이크업 미용대회보다 더 권위 있는 심사위원이 공정하게 심사한다고 생각한다.					
26. 내가 선호하는 종합미용대회가 다른 전문메이크업 미용대회보다 더 많은 사람들이 참가하는 대회라고 생각한다.					
27. 내가 선호하는 종합미용대회가 다른 전문메이크업 미용대회보다 메이크업 전문가들에게 인기가 더 있다.					
28. 내가 선호하는 종합미용대회가 다른 전문메이크업 미용대회보다 더 우수한 메이크업 종목 프로그램 서비스를 제공한다.					

메이크업 전문 미용대회 품질에 관한 문항입니다.

평가 항목	전혀 그렇지 않다	그렇지 않다	보통 이다	그렇다	매우 그렇다
29.내가 선호하는 메이크업 전문 미용대회가 종합미용대회보다 시설이 더 우수하다고 생각 한다.					
30.내가 선호하는 메이크업 전문 미용대회가 종합미용대회 보다 더 권위 있는 심사위원이 공정하게 심사 한다고 생각 한다.					
31.내가 선호하는 메이크업 전문 미용대회가 종합미용대회보다 더 많은 사람들이 참가 하는 대회라고 생각 한다.					
32.내가 선호하는 메이크업 전문 미용대회가 종합미용대회보다 메이크업 전문가들에게 인기가 더 있다.					
33.내가 선호하는 메이크업 전문 미용대회가 종합미용대회보다 더 우수한 메이크업 종목 프로그램 서비스를 제공한다.					

Ⅲ. 다음은 메이크업 미용대회에 만족하는 정도를 묻는 설문입니다.

종합미용대회(메이크업 부문)에 만족하는 정도를 묻는 문항입니다.

평가 항목	전혀 그렇지 않다	그렇지 않다	보통	그렇다	매우 그렇다
34. 내가 선호하는 종합미용대회가 다른 전문메이크업 미용대회보다 장소와 시설이 더 만족스럽다.					
35. 내가 선호하는 종합미용대회가 다른 전문메이크업 미용대회보다 대회 일정과 진행이 더 완벽하다.					
36. 내가 선호하는 종합미용대회가 다른 전문메이크업 미용대회보다 대회 운영방식이 더 완벽하다.					
37. 내가 선호하는 종합미용대회가 다른 전문메이크업 미용대회보다 명성이 있어서 더 만족스럽다.					
38. 내가 선호하는 종합미용대회가 다른 전문메이크업 미용대회보다 심사위원의 전문성이 더 만족스럽다.					
39. 내가 선호하는 종합미용대회가 다른 전문 메이크업 미용대회보다 심사기준과 심사방식이 더 만족스럽다.					

메이크업 전문 미용대회에 만족하는 정도를 묻는 문항입니다.

평가 항목	전혀 그렇지 않다	그렇지 않다	보통	그렇다	매우 그렇다
40.내가 선호하는 메이크업 전문 미용대회가 종합 미용대회보다 장소와 시설이 더 만족스럽다.					
41.내가 선호하는 메이크업 전문 미용대회가 종합 미용대회보다 대회 일정과 진행이 더 완벽하다.					
42.내가 선호하는 메이크업 전문 미용대회가 종합 미용대회보다 대회 운영 방식이 완벽하다.					
43.내가 선호하는 메이크업 전문 미용대회가 종합 미용대회보다 명성이 있어서 더 만족스럽다.					
44.내가 선호하는 메이크업 전문 미용대회가 종합 미용대회보다 심사위원의 전문성이 더 만족스럽다.					
45.내가 선호하는 메이크업 전문 미용대회가 종합 미용대회보다 심사기준과 심사 방식이 더 만족스럽다					

IV.다음은 메이크업 미용대회를 선호하는 정도를 묻는 설문입니다.

종합미용대회(메이크업 부문) 를 선호하는 정도를 묻는 문항입니다

평가 항목	전혀 그렇지 않다	그렇지 않다	보통	그렇다	매우 그렇다
46. 내가 선호하는 종합미용대회가 다른 전문메이크업 미용대회보다 애착이 더 간다.					
47. 내가 선호하는 종합미용대회가 다른 전문메이크업 미용대회보다 더 친밀하다.					
48. 내가 선호하는 종합미용대회를 다른 전문메이크업 미용대회보다 더 많이 선호한다.					
49. 메이크업 미용대회 참가 시 내가 선호하는 종합 미용대회를 다른 전문메이크업 미용대회보다 우선으로 참가하겠다.					

50. 나는 다른 전문메이크업 미용대회가 아닌 내가 선호하는 종합미용대회에 다시 참가하겠다.					
51. 나는 메이크업 전문미용대회가 아닌 종합미용대회를 주변 동료에게 참가하라고 추천하겠다.					

메이크업 전문 미용대회를 선호하는 정도를 묻는 문항입니다.

평가 항목	전혀 그렇지 않다	그렇지 않다	보통	그렇다	매우 그렇다
52. 내가 선호하는 메이크업 전문 미용대회가 종합미용대회보다 애착이 더 간다.					
53. 내가 선호하는 메이크업 전문 미용대회가 종합미용대회보다 더 친밀하다.					
54. 내가 선호하는 메이크업 전문 미용대회가 종합미용대회보다 더 많이 선호 한다.					
55. 메이크업 미용대회 참가 시 내가 선호하는 메이크업 전문 미용대회를 종합미용대회보다 우선으로 참가 하겠다.					
56. 나는 종합미용대회보다 내가 선호하는 메이크업 전문 미용대회에 다시 참가 하겠다.					
57. 나는 종합미용대회에 아닌 메이크업 전문 미용대회를 주변 동료에게 참가하라고 추천하겠다.					

V. 귀하의 인구통계학적 특성에 관한 문항입니다. 해당란에 √표해 주세요.

58. 귀하의 성별은 어떻게 되십니까?

- ① 여자 ② 남자

59. 귀하의 참가 소속은 어떻게 되십니까?

- ① 고등부 ② 대학부 ③ 일반부

60. 귀하의 메이크업 미용 경력은 어떻게 되십니까?

- ① 1년 미만 ② 1년 ③ 2년~3년
④ 5년 ⑤ 5년 이상

V. 귀하의 미용대회 참가에 관한 문항입니다. 해당란에 √ 표해 주세요.

61.귀하는 종합미용대회(메이크업 부분)를 참가 하셨습니까?

- ① 예 ② 아니오

62.귀하는 전문 메이크업 미용대회를 참가 하셨습니까?

- ①예 ② 아니오

63. 귀하는 종합 미용대회(메이크업 부분) 참석여부는 어떻게 되십니까?

- ① 지방대회 ② 전국대회 ③ 지방, 전국대회
④ 국제대회 ⑤ 기타()

64. 귀하는 전문 메이크업 미용대회 참석여부는 어떻게 되십니까?

- ① 지방대회 ② 전국대회 ③ 지방, 전국대회
④ 국제대회 ⑤ 기타()

65. 귀하는 지금까지 종합미용대회(메이크업 부분) 를 몇 회 정도 참가하셨습니까?

- ① 1회~2회 ② 3회~4회 ③ 5회 이상

66. 귀하는 지금까지 전문 메이크업 미용대회 를 몇 회 정도 참가하셨습니까?

- ① 1회~2회 ② 3회~4회 ③ 5회 이상

67. 귀하는 종합미용대회(메이크업 부분)에 관한 정보를 어디에서 들었습니까?

- ① 인터넷 ② 전파광고(TV, 라디오) ③ 인적광고 (미용관련선배 및 스승)
④ 지면광고 (미용관련 잡지, 신문) ⑤ 미용학교 및 학원

68. 귀하는 전문 메이크업 미용대회에 관한 정보를 어디에서 들었습니까?

- ① 인터넷 ② 전파광고(TV, 라디오) ③ 인적광고 (미용관련선배 및 스승)
④ 지면광고 (미용관련 잡지, 신문) ⑤ 미용학교 및 학원

69. 귀하의 종합미용대회(메이크업 부분)참여 부문은 어떻게 되십니까 ?

- ① 웨딩 메이크업 ② 패션 메이크업 ③ 캐릭터 메이크업
④ 환타지 메이크업 ⑤ 바디페인팅 ⑥ 특수분장

서의 실무를 어느 정도 반영한다고 생각 하십니까?

- ① 전혀 반영하지 못하고 있다 ② 대체로 반영하지 못하고 있다 ③ 보통이다
④ 어느 정도 반영하고 있다 ⑤ 매우 잘 반영하고 있다

77. 귀하께서 대회 준비 중 가장 어렵다고 생각하시는 종목은 무엇입니까?

- ① 웨딩 메이크업 ② 패션 메이크업 ③ 캐릭터 메이크업
④ 환타지 메이크업 ⑤ 바디페인팅 ⑥ 특수분장
⑦ 국가종목 메이크업 ⑧ 아트마스크 ⑨ 업스타일

78. 귀하께서 메이크업 미용대회 연습 중 가장 도움이 된다고 생각하시는 과정은 무엇입니까?

- ① 베이스 메이크업 ② eyebrow 메이크업 ③ eye 메이크업
④ 색조 과정 ⑤ 전체 스타일링 ⑥ 업스타일

ABSTRACT

A study on make-up majors' makeup beauty contest selection factors

Kim Hee-Jin

Major in Make-up Art

Dept. of Beauty Art & Design

The Graduate School of Arts

Hansung University

Enhancement of technical and artistic level and participations of multiple classes are required for continuous development of beauty contests, however, few studies had been conducted on the awareness, attitude, and satisfaction on the perceived beauty contests among majors who participated in the contests.

Hence, this study is aimed to investigate the awareness, attitude to the contest, satisfaction, and preference; to review the direct influential factors on the preference of the contests; and to provide the implications to activate the beauty contests, upon classifying the beauty contests with general beauty contests and makeup specialized beauty contests. To do so, a survey research was conducted with 370 participants in the makeup specialized beauty contests among makeup majors in Seoul and Gyeonggi from November 3rd to 12th 2020, and a total of 351 copies were collected to be used for analysis in this study. In addition, frequency analysis, exploratory factor analysis, reliability analysis, descriptive statistics analysis, t-test, correlation analysis, and multiple regression analysis were performed using SPSS 24.0 Statistics Program. The results of this study are as follows.

First, the respondents of this study showed to perceive and evaluate makeup specialized beauty contests positively since the mean levels of awareness, attitude to the contests, and satisfaction on the makeup specialized beauty contests were higher than those on general beauty contests, upon the analysis results to compare between general and makeup specialized beauty contests. Second, very high degree of correlation was found in the order of preference, satisfaction, attitude, and awareness, upon Pearson correlation analysis to review the correlation among those differences between general and makeup specialized beauty contests. Third, differences of satisfaction, attitude, and awareness of both contests showed the positive impact on the preference of the contests, upon multiple regression analysis to understand the influential factors on the preference between general and makeup specialized beauty contests.

That means differences of awareness, attitude, and satisfaction should be lessened to lower the preference gap between general and makeup specialized beauty contests. In particular, since lowering the difference of satisfaction is the most effective, the effort to lower the satisfaction gap should be prioritized followed by lowering gaps of attitude and awareness as the strategy if lowering all the gaps is not possible, simultaneously. Also, efforts are required in multiple aspects such as improving operational methods of the contests, checking physical environment like venues and facilities, and suggesting better alternatives, referring to makeup specialized beauty contests.

【Keyword】 Makeup Major, Makeup Beauty Contest, Selection Criteria of Beauty Contests