

석사학위논문

미용 재교육 현황 및 개선 방안

-헤어미용을 중심으로-



2013년

HANSUNG
UNIVERSITY

한성대학교 예술대학원

뷰티예술학과

헤어디자인전공

김 주 연

석사학위논문
지도교수 최근희

미용 재교육 현황 및 개선 방안

-헤어미용을 중심으로-

The current of Beauty Re-education and the
Improvement Scheme

-Focused on Hair Beauty-

2012년 12월 일

한성대학교 예술대학원

뷰티예술학과

헤어디자인전공

김 주 연

석사학위논문
지도교수 최근희

미용 재교육 현황 및 개선 방안

-헤어미용을 중심으로-

The current of Beauty Re-education and the
Improvement Scheme

-Focused on Hair Beauty-

위 논문을 예술학 석사학위 논문으로 제출함

2012년 12월 일

한성대학교 예술대학원

뷰티예술학과

헤어디자인전공

김 주 연

김주연의 예술학 석사학위논문을 인준함

2012년 12월 일



심사위원장 _____인

심사위원 _____인

심사위원 _____인

국 문 초 록

미용재교육 현황 및 개선방안 -헤어미용을 중심으로-

한성대학교 예술대학원
뷰티예술학과
헤어디자인전공
김 주 연

국내 미용 산업은 고도화되고 기술 집약화 된 현대사회에서 눈부신 과학의 발달과 함께 급성장을 하고 있다. 또한 미용 산업과 관련된 소비자들은 영화, TV, 라디오 인터넷 등 다양한 매체를 통하여 사회적, 문화적 흐름의 변화에 민감하고 빠르게 인식, 반응하고 있다. 그리고 다양한 정보를 이용하여 자신에 대한 미적 욕구에 대한 관심과 열망을 증대시키며 섬세하고도 다양한 그리고 독특한 자신만의 개성을 추구하는 미적행동을 추구하고 있다. 이러한 미적요구에 부응하여 국내 헤어미용 산업 또한 양적, 질적 팽창을 거듭하고 성장속도가 빠르게 진행되고 있다. 따라서 미용 산업에 종사하고 있는 사람들을 중심으로 현장 실무 재교육이 체계적으로 이루어지고 있는지를 분석해보고, 어떤 문제점들이 있는지를 파악함으로써 글로벌 시대에 선진 미용 산업의 발전 방향을 잡아가는 일들이 필요할 것이다. 따라서 본 연구는 헤어미용 종사자들의 직무특성을 파악하고 직무만족과 이직률이 재교육에 미치는 영향을 연구함으로써 헤어미용 종사자들의 재교육현황과 활성화 방안을 알아보고자 하였으며, 그 결과를 요약하면 다음과 같다.

첫째, 본 연구 대상자들의 일반적인 특성은 20대의 여성이 가장 많았고,

학력은 고졸출신 비율이 가장 높은 것으로 조사 되었다.

둘째, 응답자들의 근무경력과 근무 조건의 특성을 요약하면 다음과 같다. 즉 근무경력의 경우 평균 3~6년 된 헤어디자이너가 가장 많았고, 일반 개인 살롱보다는 프랜차이즈 미용실에서 종사하는 응답자의 비율이 가장 높았다. 본인이 종사하는 미용실의 직원 수는 평균 10명~20명이라고 응답한 사람이, 하루 평균 근무시간은 10시간이상이라고 응답한 사람이 가장 많은 것으로 조사되었다.

셋째, 재교육 현황의 특성을 분석한 결과 재교육을 받았던 기관으로는 사설미용학원이 가장 많았고, 재교육의 필요성으로는 직무의 특성상 현재 트렌드를 반영하기 위하여 재교육이 필요성하다고 응답하였으며, 또한 주기적인 재교육의 필요성을 인식하고 있는 것으로 조사되었다. 재교육 필요성과 인구통계학적 특성과의 상관관계에서 학력 중 재교육에 열망이 가장 높은 군은 전무대졸 군으로 나타났고 서울지역에 근무하는 이들에 비해 경기 지역에 근무하는 이들의 재교육에 대한 열의가 높았으며, 수입의 경우 100~150만원의 월수입을 받는 이들의 경우 다른 응답자에 비해 재교육의 열의가 유의하게 높았다.

넷째, 재교육의 개선 및 발전방안의 특성을 분석한 결과 재교육을 받을 수 있는 시간적인 부족함이 가장 높았고, 공간적인 문제점으로는 근무 시간 외에 타 장소에서 재교육을 받아야 하는 어려움이 있기 때문에 본인이 근무하고 있는 직장 내에서 재교육을 받기를 희망하고 있었다. 재교육의 직무만족도는 근무실적과 직위향상에 도움이 되었으며 고객과의 관계가 더욱 유연해 졌다고 응답하였다.

결론적으로 헤어종사자들의 직무특성인 다양한 기술과 지식, 능력, 직업의 자긍심, 자신감이 높을수록 재교육에 대한 필요성을 많이 느끼고 이러한 만족도가 이직률을 감소시키는데 많은 영향을 미칠 수 있다는 결론을 얻었고 또한 이러한 연구결과는 앞으로 헤어종사자들의 보다 좋은 근무환경 개선이 헤어 미용 산업의 보다 활성화된 모습으로 자리매김 될 것으로 생각된다.

【주요어】 미용재교육, 헤어재교육, 직무만족, 이직

목 차

제 1 장 서 론	1
제 1 절 연구의 필요성 및 목적	1
제 2 절 연구내용 및 문제	3
제 2 장 이론적 배경	4
제 1 절 미용 산업 현황	4
1. 미용 산업의 특수성	4
2. 미용 산업의 고객 만족	5
3. 인력자원의 중요성	7
제 2 절 헤어미용 종사자의 근무 현황	8
1. 헤어디자이너 승급과정	8
2. 미용종사자의 이직 현황	9
제 3 절 헤어미용 산업의 교육기관 현황	12
제 4 절 헤어미용 재교육의 필요성	14
제 3 장 연구방법	18
제 1 절 연구대상 및 기간	18
제 2 절 설문조사	18
제 3 절 자료 분석	19

제 4 장 연구결과 및 고찰	20
제 1 절 조사대상자의 인구통계학적 특성	20
제 2 절 경력 및 근무조건 분석	22
제 3 절 재교육 현황 분석	23
1. 재교육 유경험자 분석	24
2. 재교육 무경험자 분석	30
제 4 절 재교육의 필요성 분석	31
1. 재교육 필요성과 인구통계학적 특성과의 상관관계	31
2. 재교육 필요성과 미용경력 및 근무조건과의 상관관계	34
제 5 절 재교육 개선 및 발전방안	37
1. 재교육 개선방안	37
2. 재교육 발전방안	39
제 5 장 결 론	41
【참고문헌】	45
【부 록】	48
ABSTRACT	56

【 표 목 차 】

[표 4-1] 조사대상자의 인구통계학적 특성	21
[표 4-2] 조사대상자의 미용경력 및 근무조건	23
[표 4-3] 조사대상자의 재교육현황	24
[표 4-4] 재교육 연간 횟수	25
[표 4-5] 재교육 정보 현황	26
[표 4-6] 재교육 목적 현황	27
[표 4-7] 재교육 기관 현황	27
[표 4-8] 재교육 비용부담 현황	28
[표 4-9] 재교육 훈련시기 현황	29
[표 4-10] 재교육 항목 현황	29
[표 4-11] 재교육 만족도 현황	30
[표 4-12] 재교육 무경험자 현황	31
[표 4-13] 재교육 필요성과 인구통계학적 특성들과의 상관관계	32
[표 4-14] 재교육 필요성과 인구통계학적 특성과의 상관관계 추정된 변수	33
[표 4-15] 재교육 필요성과 미용경력 및 근무조건과의 상관관계	35
[표 4-16] 재교육 필요성과 인구통계학적 특성과의 상관관계 추정된 변수	36
[표 4-17] 재교육 개선방안	37
[표 4-18] 재교육 발전방안	39

제 1 장 서 론

제 1 절 연구문제와 필요성

21세기를 맞이하여 미용관련 산업에 있어서 국제화에 대비하여 이론적인 분야와 기술적인 분야가 같이 조화를 맞추어 전문적 교육의 측면에서 미용 산업은 미용인의 의견과 보완점을 연구하고 분석하여 그에 맞는 교육 프로그램을 수정하고 보완하여 실제 현장에 필요한 교육이 되어야 하며 교육과정에서 습득한 기술, 이론적 지식, 현재 근무지에서 실제로 얼마나 적용이 가능한지의 여부와 근무환경이 교육을 통해 현업에 효과적으로 적용 할 수 있도록 하는 것이 중요하다. 미용 산업은 양적인 팽창과 개방화로 인하여 날로 경쟁은 치열해지고 있고, 소비자의 욕구는 다양화하게 변화되고 있다.¹⁾ 이러한 소비자의 요구를 수용하여 경쟁력을 키우기 위해서는 교육훈련이 필요하다. 현대 사회로 들어서면서 사람들의 미에 대한 욕구는 점점 커져가고 있으며 우리나라 역시 선진국 대열에 들어서면서 생활이 안정화 되자 아름다움을 추구 하고자 하는 본능적 욕구는 날로 늘어나고 있다.²⁾ 그 중심에 서 있는 헤어 산업부분은 그 규모가 양적인 부분에서 기하학 적으로 늘어나 거대한 산업의 하나로 자리 잡고 있다. 80년도부터 꾸준히 증가했던 미용실은 90년대 들어 과포화상태에 이르게 되었다. 특히 1997년 국제 경제 전반에 불어 닥친 금융위기는 미용 시장의 수적 증가를 억제하게 되고 질적 증가를 요구하게 되었다. 그 동안 대도시 중심으로 상권이 형성되었던 것이 대도시 중심이 아닌 소도시 중심의 생활권으로 이전하고 미용요금도 자율 경쟁이 되면서 천차만별의 가격대가 형성하게 되고 고객유치를 위해 각 업소간의 가격경쟁이 그 어느 때 보다 더 치열했다. 이렇듯 가격경쟁이 치열해지면서 미용실에서의 경영형태가 각종마케팅과 서비스를 행하게 되었고 무엇보다도 질적으로 향상과 기술

1) 오경은(2005), 「대학 부설평생교육원의 미용관련 고정 프로그램에 대한 수강생의 만족도 조사」, 이화여자대학교 대학원 석사학위논문, p.2.

2) 미용교재연구회(1995), 『미용종합 이론』, 서울 : 유신 문화사, p.15.

력을 요구하는 시대에 도래하게 되었다.

우리나라의 미용 산업은 수많은 격동기를 거치면서 안정기를 맞이하고 많은 미용인들은 질적으로 향상되기를 바라면서 재교육이라는 교육산업 또한 번창하게 되었다. 체계적이지 못했던 미용 교육은 미용인들의 인식 변화로 이론적, 기술적 부분에 대한 질 높은 교육을 갈망하게 만들었고, 이러한 욕구로 인해 온라인, 오프라인에서 많은 교육과정들이 개설되어 초보부터, 경력자들까지 본인이 원하는 교육을 선택적으로 받을 수 있는 시점에 이르게 되었다. 미용 산업을 지금의 위치에서 더욱 성장하는 기업으로 만들기 위해서는 끊임없는 개선이 이루어져야 한다. 성장을 계속적으로 유지하기 위해서는 고객의 요구와 취향에 맞춰 경영방법과 내용을 항상 개선하여 나가지 않으면 안 되는데 미용실의 성장에는 종업원의 능력 개선이 큰 요체로 꼽을 수 있다. 종업원의 능력 개선을 위해 개개인의 특성과 능력과 직급에 맞는 인성교육과 경영교육 그리고 기술교육은 이직률이 높은 미용실 인력의 안정적 확보와 개발에 절대적으로 필요한 것이다. 이는 1993년부터 활발한 해외 시장 개방이 계기가 되었는데 해외 시장 개방으로 외국의 유명 미용실이 국내에 도입되어 시스템을 구축해가자 이에 자극받은 국내미용실도 점점 대형화, 체계화, 조직화 되면서 거대화 되어 갔다.³⁾ 이리하여 자본력을 바탕으로 한 대형 업체를 비롯한 프랜차이즈가 확산되어가 전국 곳곳에 생겨나게 되었다. 반면 자본력이 약한 중소형 미용실은 점점 도태 되면서 프랜차이즈와의 경쟁력 약화로 부익부 빈익빈 현상은 날로 가속화 되어 가고 있다.

이런 치열한 경쟁 사회에서 생존하기 위해서는 미용인 스스로 발전해 나아가야 한다는 깨어있는 의식이 필요하다. 그러기 위해서는 내부, 외부의 헤어미용재교육 과정이 체계적으로 이루어져야 하며 이를 위해서는 미용인들의 교육에 대한 새로운 인식과 투자가 필요 할 것이다. 따라서 본 연구는 현직 미용 업에 종사자들 중에서 헤어 미용 종사자들의 재교육의 현황을 파악하고 헤어미용 종사자들의 재교육 인식정도와 만족도를 파악

3) 미용경영아카데미(1997), 한국 생산성 본부, p.42.

하여 앞으로 미용재교육이 나아가야 할 방향을 제시하고자 한다.

제 2 절 연구내용 및 문제

본 연구는 헤어미용 산업 종사자의 재교육에 대한 필요성과 앞으로의 발전 및 개선 방안을 알아보기 위하여 국내 서적과 선행연구 논문을 참고로 현재 헤어미용종사자들의 재교육 현황과 근무환경과 종사자 개인의 특성, 능력, 직급에 맞는 재교육의 필요성을 알아보기 위하여 실증적 설문지를 이용한 조사연구방법을 사용하였으며 연구대상 및 자료수집 방법, 통계 분석에 대한 내용을 포함 하였다.

본 연구의 목적에 따라 다음과 같은 연구문제를 설정하였다.

첫째, 조사대상자들의 인구통계학적 특성을 분석한다.

둘째, 헤어미용 종사자들의 경력과 근무현황을 분석한다.

셋째, 헤어미용 종사자들의 재교육 현황을 살펴보고 직무 만족도를 분석한다.

넷째, 재교육의 필요성과 각 요인들과의 상관관계를 분석한다.

다섯째, 재교육의 개선 및 발전방안을 분석한다.

제 2 장 이론적 배경

제 1 절 미용 산업 현황

1. 미용 산업의 특수성

미용 산업은 고도로 발전하고 있는 산업사회의 한 영역으로 큰 부분을 차지하고 있다. 미용 산업이 학문적으로 발전하기 위해서는 기술로서 발전된 것이 먼저이기 때문에 학문적으로 발전되어 가는데 지금까지 많은 시간이 소요되고 있는 것이다. 미용 산업은 이론적 지식과 기술 능력과 인격이 함축된 미용사의 인적서비스를 주요소로 하고 있는 직무로서 고객에 대한 서비스 정신과 고객의 취향에 맞는 기술연출을 통해 욕구를 충족시킬 수 있도록 해야 한다. 즉, 미용 산업은 고객들의 욕구를 충족시켜주기 위해 미용사의 기술과 부수적인 시설의 상호작용을 통해 제공되는 서비스업이라 할 수 있다.

미용 서비스의 구성요소는 특정 개별요소가 독립할 수 없는 것으로 상호 복합적이면서도 연계적이어야 하고 고객에게는 하나하나의 독립된 효용이 유기적으로 연결되어 총체적으로 제공되어야 한다.⁴⁾ 따라서 미용 서비스란 구성요소인 종사자가 어떠한 방법으로 고객에게 어떠한 서비스를 제공 하느냐에 따라서 고객 만족으로 인하여 재 방문고객이 창출되며 신규고객의 확보가 어려운 현재 보다 기존고객의 관리가 매우 중요하다.

재 방문고객의 반복 구매로 이익의 극대화가 가능해지듯이 고객만족을 통해 충성도를 높임으로써 재 방문고객을 다수 확보할 수 있도록 최선을 다하고 고객만족이 매출에 큰 영향을 미치고 있으므로 재 방문고객의 관리가 중요하다.

미용 서비스는 무형의 인적 서비스 요소와 결합하여 제품화되는 것이기 때문에 서비스의 본질은 무형성이 가장 크다고 할 수 있다. 따라서 처음

4) 이미순(2007), 「미용 경영과 미용사 재교육의 방안 연구 - 울산광역시를 중심으로」, 한남대학교 사회문화대학원 석사학위논문, p.5.

방문고객이 종사자의 기술연출 능력이 어느 정도인지 고객은 미용서비스가 끝날 때 까지 알 수 없다. 이러한 상황에서 고객은 가격, 시설, 종업원의 응대, 등으로 서비스의 품질을 느끼고 평가 할 수 있다.⁵⁾ 이때 고객에게 만족스러운 서비스를 제공하지 못 한다면 두 번 다시 서비스의 기회가 오지 않는다. 또한 고객은 같은 서비스 종사자에게 다양한 수준의 서비스를 요구하기 때문에 종사자는 항상 자기 개발에 힘써야 한다.

미용 산업의 특수성은 창작성을 기본으로 행해지는 예술적 감각과 기술을 기초로 하여 인적서비스를 제공하는 고부가 가치로서 급속도로 발전해가고 있는 산업이다.⁶⁾ 미용 산업은 계속적으로 세분화되고 다양화되어지고 있고, 그동안 여성들만이 참여하여 운영되었던 것이 남성들의 참여로 보다 활성화되고 규모가 점차 확대되고 있다.

미용 산업의 성장은 미용시장의 수요증대를 충족시키고자 미용 인력의 원활한 수급이 요구되고 있으며, 전문 인력의 증대와 미용 산업은 더욱 세분화, 전문화 과정이 요구되고 있다.⁷⁾

미용 산업의 고질적으로 해결되고 있지 않은 요소로 임금수준과 인적자원관리, 근무환경을 꼽을 수 있다. 과거 생계유지를 위한 수단으로만 생각되었던 미용이 현재 고학력 시대의 전문가들이 점차 늘어나면서 미를 추구하고 본인의 욕망을 추구하는 미용 산업의 새로운 직업으로 만들어가고 있고, 헤어, 메이크업, 에스테틱, 네일아트, 뷰티코디네이션, 두피관리 등에 이르기까지 고도의 전문 기술직 분야로 크게 성장하고 있다.

2. 미용 산업의 고객 만족

고객만족이란, 소비자가 경험한 것이 부적절하게 보상받았다고 느끼는 인지적 상태나 시장 전체뿐만 아니라 구매한 특정 제품이나 서비스, 소매상, 혹은 쇼핑 및 구매행동과 같은 개별적 행위에서 유도된 경제적 반응

5) 박중천(1995), 「호텔서비스평가에 관한 연구」, 동아대학교 박사학위논문, p.20.

6) 윤수용(2001), 「뷰티살롱 종사자의 직무특성 요인과 성과에 관한 연구」, 부경대학교 석사학위논문, p.22.

7) 화장품 신문, 2003. 12.29. 11면.

혹은 기대에 대해 불일치를 경험하는 경우의 감정과 소비경험에 대해 사전적으로 소비자가 갖는 감정이 복합적으로 야기 시키는 전체적인 심리상태 등으로 정의를 내리고 있다.⁸⁾

고객 만족은 구전효과로 인해 어떤 대중매체 광고보다 뛰어난 효과를 발휘하고 있으며, 비교적 적은 노력으로 최대의 광고효과를 낼 수 있게 해준다. 이렇듯이 대중정보 사회에서 기존의 수동적 존재였던 대중의 선택이 강화되고 정보창조를 할 수 있는 능동적주체로 변화 하였다.

과거에 열등한 위치에 있던 소비자가 행위의 주체로서 기업과 대등한 관계를 가지게 된 배경에는 정보화 사회의 영향이 크게 작용한 것으로 분석 된다. 이러한 변화로 인해 적극적이고 참여적인 소비자가 문제에 대응하려는 주권의식이 확산되고 있다.⁹⁾ 소비자들 간에 자연스럽게 이루어지는 호의적 상호 공감의 더 큰 영향력을 가질 수도 있기 때문이다. 서비스는 추상적이므로 서비스의 가치를 파악하거나 평가하기는 어렵다. 생산과 분배 과정에 사람이 개입 되므로 유형 제품처럼 항상 동일적일 수 없고 생산과 소비가 동시에 일어나므로, 누리고 즐길 수는 있으나 소유 할 수는 없다. 서비스는 어떤 형태의 재고로 보존할 수 없고 소멸한다.

고객 만족경영이란, 기업의 최종목적을 고객만족에 두고 고객입장에서 고객을 우선적으로 생각하고 고객만족의 향상을 위해 지속적으로 추진하는 것이며, 궁극적으로는 고객에게 기쁨과 만족을 주고 고객지향 최우선 경영형태로 전환하여 신뢰관계를 이루어가는 것이다.¹⁰⁾

고객 만족경영이 실질적으로 이루어지기 위해서는 먼저 고객을 먼저 지향하는 사고로 전환해야하며 고객지향적인 사고로 실천했을 때 변화되어지는 것을 구성원들의 정확한 이해가 있어야 할 것이다.¹¹⁾

현재의 미용 종사자들은 근무환경이 근로기준법을 적용하기를 원하고 있기 때문에 기존의 경영자와의 마찰을 불러오기도 한다. 오랜 경력이 있

8) 이대천(2003), 「미용 산업의 경영전략에 대한 연구」, 한성대학교 대학원 석사학위논문, p.9.

9) 이미순, 전제논문, p.8.

10) 김영한(1992), 『고객만족경영』, 서울 : 성립사, p.49.

11) 고경아(2004), 「미용인의 이직률개선을 통한 미용업의 발전 방안 연구」, 중앙대학교 석사학위논문, p.8.

는 종사자의 경우 대인관계나 고객응대에 있어서 능숙한 모습을 보이는 반면 경력이 짧은 종사자는 고객을 직접 대면해야하는 미용의 특수성을 견디기 힘들어하는 경우도 있는데 이러한 직무환경의 어려움을 자기개발로 인해 발전시켜 나가야 한다.¹²⁾ 또한, 임금 및 복리후생에 관련된 문제들로 미용종사자들의 잦은 이직현상으로 경영자들도 상당히 어려운 문제점으로 남아있다. 미용 산업의 발전을 위해서는 인력구축을 중심으로 안정된 직무환경의 도입이 절실히 필요하다.

3. 인력자원의 중요성

인력자원관리란, 조직에 소속된 인간을 대상으로 하는 관리를 말하며 조직 내의 인간을 효율적으로 이용하여 조직의 목적달성에 이바지 하는 것이라 볼 수 있다.¹³⁾ 인력자원관리의 목적은 인력자원을 가장 알맞은 곳에 배치하고 이로 인해 동기를 부여함으로써, 이를 통해 기업의 경쟁력을 강화하여 성과창출에 크게 기여하는 것이다. 사람은 누구나 자신이 하고 싶고 가장 잘 할 수 있는 일을 하게 될 때 일에 대한 높은 만족도를 가질 뿐만 아니라 직무성과도 높다.¹⁴⁾ 따라서 사람과 일을 적절하게 연결시켜야 하며 노동에 있어서의 의미 실현과 근로의욕의 향상, 협력체제의 확보로 이들을 효율적으로 관리하기 위한 것이다.

미용 산업은 인적 서비스를 주로 행하는 직무로서 고객에 대한 서비스 정신과 개개인에 맞는 기술을 제공하는 것으로 고객에게 신뢰감을 주는 전문직종이다. 미용 산업은 인적 서비스와 예술적 감각을 기초로 하는 고부가가치 산업의 하나로 발전해 가고 있으며, 고객과의 직접 대응서비스를 시행하고 고객의 요구를 충족시킬 수 있어야 한다. 고객의 만족도를 충족시키기 위해서는 과학적이고 세분화된 이론을 바탕으로 예술성과 미의 창조를 위한 최고의 서비스를 전달하는 것으로 미용사의 직무는 미용 산업의 핵심 요소라 할 수 있다.¹⁵⁾

12) 김선희(2002), 「뷰티살롱 미용사의 재교육 실태조사」, 중앙대학교 석사학위논문, p.8

13) 백석현(1996), 『현대 인적자원 관리론』, 서울 : 법문사, p.32.

14) 이원우(2001), 『신인사관리론』, 서울 : 삼영사, p.22.

미용 전문직은 이론과 실기가 병행되어야 고객의 취향에 맞게 아름다움을 관리해 줄 수 있는 직업관과 아름다움과 내면의 아름다움을 소요한 자로 시대적인 미의식을 반영하는 전문직으로 인정받고 있는데, 인적자원관리의 성공여부에 따라 미용 산업의 성패도 따라가기 때문이다.¹⁶⁾

미용 전문직은 이론을 바탕으로 한 기술을 중심으로 발전하는 전문 직종으로 기술은 빠른 시간에 이루어지는 것이 아니므로 인력에 대한 시간 투자가 다른 직무에 비해 길다고 볼 수 있다. 고객과의 직접적인 응대를 하는 직무이기 때문에 전문성이 요구 되고 서비스에 대한 기본 교육이 요구되는 것으로 고객에게 직접적인 표현을 할 수 있는 직무이기 때문에 미용종사자가 고객의 요구에 맞는 다양한 서비스를 제공하기 위해서 최상의 기술과 최신 정보를 가지고 고객을 응대를 해야 한다. 또한 고객과의 커뮤니케이션을 통해 기술력과 창의력을 적용하여 고객만족을 줄 수 있는 능력을 개발 시켜야 한다.¹⁷⁾

미용 산업 종사자들은 유행의 변화가 많은 전문직이기 때문에 빠른 변화에 잘 적응해야 하며 인력에 대한 투자 및 종사자 스스로 단순한 노동이라는 생각을 버리고 직업관에 대한 자부심을 가져야 한다.

미의창조 작업을 중심으로 발전하는 전문 직종으로서 자리매김하고 있는 지금, 최근에는 대학을 졸업하고 대학원에서 각 분야별 전공으로 미용을 선택하는 예가 늘어남에 따라 미용 산업에 발전이 있을 것으로 기대된다.

제 2 절 헤어미용 산업종사자 현황

1. 헤어디자이너 승급과정

15) 송기옥(1998), 「서비스 조직에 있어서의 내부 마케팅 전략연구 - 미용업을 중심으로」, 숙명여자대학교 석사학위논문, p.18.

16) 이학중(1998), 『인적자원관리 . 현대기업의 새 인사관리이론』, 서울 : 세경사, p.24.

17) 안은영(2004), 「교육훈련 만족도가 서비스 품질에 미치는 영향에 관한 실증적 연구」, 용인대학교 석사학위논문, p.14.

헤어디자이너가 되기 위해서는 처음 미용 견습생으로 시작하게 되는데 이를 비기너 단계(beginner grade)라고 한다. 미용 실무경력이 6개월~1년 미만으로 주로 헤어디자이너나 레지던트의 보조역할과 샴푸를 능숙하게 할 수 있어야 하며 미용실의 돌아가는 흐름을 이해하고 손님에 대한 에티켓을 지키고 잘 응대 할 수 있어야 한다.

미용 실무경력이 1~2년 미만의 미용 수련생을 인턴 단계(intern grade)라고 한다. 전문적인 보조 역할과 함께 앞머리 등 전체적인 펌 와인딩을 잘 할 수 있고, 테트스 컬도 어느 정도 판단할 수 있어야 한다. 또한 남성 커트와 여성의 단발 커트, 단편적인 드라이 등을 잘 할 수 있어야 하며, 염색약을 잘 도포할 수 있어야 한다.

미용 실무경력 3~4년 차에 있는 수련생을 레지던트 단계(resident grade)라고 한다. 손님의 접대 매너나 펌, 커트, 드라이, 염색 등 헤어미용의 각 분야에 있어서 어느 정도 기술이 숙련되어 잘 할 수 있는 단계지만, 고객에게 모든 만족을 주기는 아직 부족한 단계이다.¹⁸⁾

마지막으로, 헤어디자이너 단계(hair artist, or designer)는 미용 실무경력이 최소한 5년 이상으로 헤어의 모든 기술적 측면이 완전히 숙달되어 있고, 고객응대 측면 등 모든 면에서 타인에게 모범을 보일 수 있으며, 품위 있는 인격과 교양을 갖춘 자로서 헤어미용 전문가를 말한다. 고객의 욕구를 잘 파악하여 헤어분야의 모든 면에 있어서 상담이 가능하고 개성미를 살려 개성 있는 최신유행 헤어스타일을 능숙하게 창조해서 고객에게 만족을 줄 수 있는 단계라 할 수 있다.

이와 같이 헤어디자이너가 되기 위해 여러 단계를 거치는데, 각각의 단계에서 요구되는 직무가 있다. 이를 효율적으로 하기 위해서는 직급에 맞는 교육이 필요하며 근무환경 개선이 절실히 필요하다.

2. 미용종사자의 이직 현황

이직은 조직을 떠나는 개인의 이동을 말하며 근로자가 소속한 조직의

18) 이주영 외(2007), 『퍼머넌트 이론 및 실습』, 서울 : 형설출판사, p.15.

경계를 넘어 이탈하는 구체적 개념을 의미한다. 미용 경영에서 문제가 되는 이직은 상급관리자와의 마찰로 인한 경우와 부적절한 선발, 과중한 근무시간에 대한 불만 등 대부분 자발적 이직의 경우가 많다.

이직에 보다 효과적으로 대처하기 위해서는 이직요인에 대한 철저한 규명으로 근본적인 대책을 마련하는 것이다. 조직에 대한 근로자의 불만요소를 제거하여 생산성과 효율성을 높일 수 있다. 특히 전문직종일수록 직무에 대한 열의와 성취의욕이 높기 때문에 이에 불만족한 경우 이직의 가능성은 매우 높아서 직무내용에 대한 불만족이 이직과 높은 상관관계를 갖고 있다.¹⁹⁾

미용 산업에서의 이직요인은 하루 작업 시간이 11~12시간 이상이며 작업 특성상 서서 일하는 육체적 노동과 고객응대 서비스의 어려움으로 인한 정신적인 스트레스가 가중되어 이로 인해 대다수의 보조들은 정식 디자이너가 되기 전에 이직을 하게 된다. 이로 인해 다른 동료 미용종사자의 업무를 가중시키는 악순환이 계속 되고 있다.

미용 산업에서 이직률은 약 80%정도로 높은 편이다. 이는 인적자원의 유지와 관리전략이 경영성과에 절대적이고 질적인 인적자원 관리로 이어져야 한다. 미용 인력의 모집과정과 채용관리에서부터 적절한 교육과 직무 배치, 승진의 기회 및 보수에서 후생관리에 이르기까지 체계적으로 이해하여 적용해야 한다.

이직의 개념적 이론 모형을 살펴보면, 인지된 조직이탈욕구에 영향을 미치는 요인은 직무만족과 이동가능성이며 직무만족은 자신에 대한 직무의 적합성, 직무관계의 예측가능성, 직무와 다른 역할의 비교성의 기능으로 간주되고, 조직이탈 용이성은 외부조직의 대체가능한 기회의 수에 영향을 받는다고 한다.²⁰⁾

이직의 영향이 부정적인 면은 조직이 대체인력을 모집하고 선발하는데 소비되는 에너지와 화폐적 지출과 대체 인력의 모집과 선발이 쉽게 이루

19) 서은경(2001), 「미용사들의 이직욕구에 관한 연구 - 직무 스트레스, 근골격계 증상을 중심으로」, 인제대학교 석사학위논문, p.14.

20) 권미윤(2002), 「우리나라 미용사들의 이직에 관한 연구」, 경희대학교 대학원 석사학위논문, p.15.

어지더라도 새로운 종사자가 이직자의 성과 수준에 이르기 위해서는 얼마간의 시간을 필요로 하므로 이때 공식화된 훈련 프로그램의 직접적인 비용을 포함한다.²¹⁾

미용서비스업은 수동적인 근무형태와 전문 미용종사자에 의한 인적 의존도가 매우 높으며, 예전에 비해 예약이 늘어나는 추세이지만 고객과의 약속이 잘 지켜지지 않아, 집중적으로 고객이 물리는 특성이 있다. 이러한 직무특성으로 미용종사자들의 정신적 스트레스와 육체적 노동이 가중되어 자신의 능력을 충분히 발휘하지 못하거나 충분한 서비스를 제공하지 못하는 경우로 인해 낮은 만족도로 나타나고 있어 이로 인해 이직을 유발하고 있는 요인으로 작용하고 있다.

특히 스텝의 열악한 보상과 관련한 최저 임금제 보상 등 구조 환경이 불합리한 것은 개선의 여지가 필요한 것으로 스텝, 중간스텝의 예견되는 여러 가지 이직요인을 완화하여 미용조직의 생산성과 효율성을 높이는 지혜로운 결단이 필요하다.²²⁾

이직은 구성원들 사이의 갈등으로 기본적인 가치관이나 핵심적인 신념의 차이로부터 나타나기 때문에 쉽게 해결되지 않는다. 그러한 경우에 이직은 최종적인 해결책이 되므로 기능적일 수 있다. 만약 바람직하지 못한 경영자나 동료가 조직을 떠나면 다른 구성원에게는 즐거운 일이 될 수 있고, 종사자들을 상향 이동 시킬 수 있는 유일한 방법이 될 수 있으며, 이직이 조직에 미치는 중요한 영향은 조직이 그 환경에 적응할 수 있는 기회를 제공하는 것이다.²³⁾

이직의 심화현상은 고객에게 제공하는 서비스 수준의 질적 저하 뿐 아니라 고객이 지각하는 미용업의 이미지 저하요인으로 크게 작용함으로써 고객으로부터 신뢰를 잃게 되는 부작용이 나타날 수 있는 것이다. 효율적이고 체계적인 경영으로 한 직장에서 미용종사자들이 장기간 근무할 수 있는 조건을 만들어서 직무를 수행하는데 보다 최대한의 능력을 발휘시켜

21) 장미화(2003), 「미용사의 이직에 대한 관리자와 종사자의 시각차이 및 이직률 개선방안에 관한 연구」, 조선대학교 대학원 석사학위논문, p.10.

22) 권미윤, 전계논문, p.84.

23) 장미화, 전계논문, p.11.

고객만족을 이끌어 낼 수 있으며 매출신장에도 크게 기여하게 된다.

제 3 절 헤어미용 산업의 교육기관 현황

헤어 미용 산업의 교육기관 현황을 살펴보기 위하여 한국대학교육협의회 대학정보공시센터에서 운영하고 있는 대학 알리미 사이트와 해당 대학의 홈페이지를 활용하여 자료 조사하였다.

미용교육은 1928년 경성미용학교에서 시작되어 지금은 사설교육기관과 대학에서 미용관련학과를 설립하여 미용교육에 이바지하고 있다. 미용 산업은 유행에 민감하고 고객의 만족으로 최종평가를 내리는 서비스 형태를 지니므로, 이론과 실기 모든 면에서 새롭고 다양한 교육이 요구 되어 지기 때문에 교육의 발전이 함께 병행되어야 한다.²⁴⁾

국내의 미용 교육기관의 발전상황을 살펴보면 1980년대 말까지 미용학과 미용고등기술학교에서 주로 여성들의 직업창출을 위한 방안으로 미용의 직업 교육이 이루어져 왔다. 점차 미용 산업이 발전하면서 이제는 대학에서도 미용학과가 신설되기 시작했는데 1991년 부산의 동주여자 전문대학과 강릉의 영동전문대학에 국내 최초로 미용관련 학과가 신설되면서 미용교육의 전문학사의 문을 열게 되었다. 이후 1999년 광주여자대학교에서 4년제 학부과정이 신설되었고, 2003년에는 건양대학교, 남부대학교, 대전대학교, 서경대학교, 중부대학교, 진주국제대학교 등에 미용관련전공이 신설되어 미용학사 시대가 본격적으로 도래 하게 되었다.

2012년 현재 우리나라의 미용교육기관 현황을 살펴보면, 2년제 대학에서는 99개 학교에 119개의 미용관련학과가 있으며, 4년제 대학에는 31개 학교에 36개의 관련학과가 개설되어 운영되고 있다. 또한 미용 관련 대학원은 일반대학원의 석·박사 과정을 비롯하여 특수대학원 및 교육대학원의 미용교육 전공 석사 학위과정이 운영되고 있다.

미용기술을 행하기 위해서는 일정한 교육이 필요한데 현재 우리나라에서 실시되고 있는 교육기관은 대학과 전문대학 이외에도 여러 곳에서 교

24) 오경은, 전계논문, p.33.

육이 이루어지고 있는데 고등기술학교와 서울시 관할 직업전문학교 및 여성발전센터, 직업전문학교 미용과, 전국의 600여개에 달하는 미용기술학원이 있다.²⁵⁾

미용인들이 참여 할 수 있는 재교육 프로그램은 미용학원의 재교육 반, 미용제품회사에서 주최하는 세미나, 해외의 미용전문 교육기관 그리고 각 미용사 협회에서 운영하는 기술세미나를 들 수 있으며, 1990년대 이후부터는 해외미용 교육 프로그램에 대한 참여가 많아진다. 국내 지사에서 운영하는 피봇 포인트(Pivot point), 토니 앤 가이(Tony & Guy)등과 같이 본사로부터 훈련받은 강사진을 구성하여 국내 지사에서 운영하는 프로그램이 있다.

미용인들의 재교육은 미용인들의 자체 조직에서도 실시하고 있다. 대한미용사회 중앙회와 각 지부는 교육프로그램을 제공하여 회원들에게 기술을 보급할 뿐만 아니라, 교육을 계기로 지부 조직을 활성화하려는 목적으로 정기 강습회와 위생교육, 임원교육들을 실시한다.²⁶⁾

미용학원에서 미용사 자격증을 취득하고 미용사 입문과정을 마친 미용인들을 대상으로 운영되고 있는 재교육 프로그램을 보면 단과반과 종합반의 형태로 구성되어 있다. 미용학원의 재교육 프로그램은 기본기술은 습득했으나 원리에 대한 이해를 바탕으로 이론적 교육이 병행해져 실무지식을 필요로 하는 사람들 대상으로 하는 교육이다. 단과반은 디자이너나 개업 이후 경력을 쌓았지만 특정한 분야의 기술이나 지식이 필요한 사람들을 위한 교육이다.

미용학원의 재교육 핵심은 현장성과 전문성이다. 자격증대비반과 같이 제도적 규제에 얽매인 기술이 아니라, 살롱 테크닉 즉, 업소에서 바로 쓸 수 있는 현장성이 있는 실무지식과 변형커트와 같이 심화된 전문기술 전주에 중점을 두고 있다.²⁷⁾

25) 이계숙(2002), 「미용인의 교육훈련실태 및 필요에 관한 조사연구」, 원광대학교 석사학위논문, p.10.

26) 송금선(2009), 「미용인의 재교육 실태에 관한 연구」, 대구한의대학교 대학원 석사학위논문, p.10.

27) 이지혜(2000), 「성인의 학습자 성장과정연구-미용인의 직업발달을 중심으로」, 서울대학교 교육대학원 박사학위논문, p.19.

현재 각 대학의 평생교육원과 사설미용교육기관, 사회교육원을 중심으로 미용재교육과정이 개설 운영되고 있으며, 1994년 숙명여대에서 미용 산업 최고경영자과정을 처음으로 개설된 이후 해마다 늘어나고 있는 추세이다.

제 4절 헤어미용 재교육의 필요성

미용교육은 종업원과 조직적 측면에서 매우 중요하다. 우선 종업원의 입장에서 보면 대부분의 시간을 직장에서 보낸다. 직장은 단지 생계를 위해 소득을 얻는 곳이기도 하며 생활의 만족을 누리는 곳이기도 하다. 이런 점에서 종업원의 미용교육은 조직이 사회에 대하여 가지는 사회적 책임의 한 범주로 강조되고 있다.²⁸⁾

21세기를 접어든 지금은 급격한 경영환경의 변화를 보이고 있으며. 그 중에서도 미용경영과 관련된 두드러진 소비자환경의 변화는 여성의 사회 진출과 활약, 여가의 선용, 세대의 물결, 라이프스타일의 변화, 패션의 개성화, 품질의 고급화와 다양화, 상품과 기술수명주기의 단축, 가격파괴, 소비자 파워시대이다.²⁹⁾ 미용 산업은 양적인 팽창과 개방화로 인하여 날로 경쟁은 치열해지고 있으며 소비자의 욕구는 다양화하고 변화하고 있다. 이러한 소비자의 욕구와 요구를 수용하여 경쟁력을 키우기 위해서 교육훈련이 필요하다. 미용 산업을 지금의 위치에서 성장하는 기업으로 존속시키기 위해서는 끊임없는 개선이 이루어져야 한다. 성장을 계속 유지해 나가기 위해서는 고객의 요구와 취향에 맞춰 경영방법과 내용을 항상 개선해 나가지 않으면 안 되는데 여기서 개선의 중심은 종업원 개개인의 특성과 능력과 직급에 맞는 인성교육과 기술교육이라 하겠다.

재교육은 어느 분야를 막론하고 필요하다. 고정적 학습형태라 할 수 있는 학교나 협회, 제품회사나 학원, 평생교육, 사회교육, 등의 교육과정에 비해 지역사회 또는 소그룹 스터디, 세미나, 워크숍, 특강 등의 형태로 변

28) 허병희(2004), 「국내 미용업계의 교육시스템 개선방안에 관한 연구」, 용인대학교 석사학위논문, p.22.

29) 김종근(1997), 「뷰티살롱의 교육훈련 실태 및 개선방안에 관한 연구」, 숭실대학교 중소기업대학원 석사학위논문, p.24.

화하고 발달하는 소비자의 욕구충족에 융통성 있게 대응 할 수 있으며 필요에 의해 프로그램을 만들고 요구되는 분야에 따라 영역을 넓힐 수 있다는 것이 정기 교육과 다른 장점이라 할 수 있다.³⁰⁾ 이러한 재교육의 효과는 헤어미용종사자들이 현장에서 직무를 수행할 때 좀 더 전문적, 효과적이고 효율적이며 전문직으로서 직업의식 고취와 자부심을 갖는데 기여 할 수 있다.

재교육은 현재보다 발전된 직무능력을 향상시킬 목적으로 지식, 기술 등의 바람직한 변화를 요구한다. 이렇듯 소비자 기대와 요구를 기초교육 단계에서 보다 현장감 있는 교육과정과 교육내용, 시기 장소 등을 고려한 체계적이고 장기적인 교육 프로그램을 단계별, 수준별로 개발, 제공하여야 한다.³¹⁾

현재 대체적으로 미용 산업에서는 교육시간을 뺄 수 없다는 이유와 교육에 투자하지 않아도 별다른 지장을 초래하지 않는다는 이유 등으로 직원을 채용하여 사전 적응 교육훈련 없이 바로 현장에 투입되어 시행착오를 경험하면서 많은 시간을 낭비하고 있는 것이 현 실정이다.³²⁾ 이런 이유로 이직의 문제가 많이 발생하여 미용 산업에 부정적인 결과를 초래하고 있다. 따라서 미용실에서는 조직과 업무에 친숙해지도록 사전에 계획되어 있는 신입사원에게 교육하여 조직에 대한 이해와 업무의 효율성을 높여야 한다.

종사자를 요구수준으로 끌어올리는 것으로 역할이 끝나는 것이 아니라 지금까지와는 전혀 다른 방향성에 입각하여 사물을 보는 기본 인식과 견해를 전환시켜줄 수 있어야 한다. 오리엔테이션을 마치고 현장에 배치된 신입사원이나 새로 들어온 경력사원에게는 추가적인 교육훈련이 요구되고, 기존의 경력사원들에게도 새로운 업무를 담당하게 될 경우에는 업무수행 능력의 진작을 위해 업무에 맞는 재교육이 필요하다.³³⁾

30) 신원일(2006), 「예술치료사의 재교육 현황 및 욕구조사」, 명지대학교 대학원 석사학위논문, p.20.

31) 이계숙, 전개논문, p.22.

32) 정연분(2005), 「미용인의 자기주도 학습에 관한연구」, 동의대학교 석사학위논문, p.23.

33) 김영숙(2006), 「미용 산업 교육훈련 프로그램이 만족도에 미치는 영향에 관한 연구」, 서경대학교 석사학위논문, p.7.

교육의 필요성에 대해 정리해 보면, 생산성을 향상 시키고 인간관계를 개선하며 환경변화에 적응하도록 하여 긍정적 사고를 형성하고 개인의 성장과 발전에 도움을 주어 서비스의 질을 향상 시키도록 한다. 이렇게 교육의 필요성이 확실해지면 구체적인 교육계획과 교육목표가 설정되어야 하고 경영진이 종사자를 위해 어떤 결과를 추구 할 것인지 확실한 내용이 밝혀져야 하며 단순히 종사자의 지식이나 기술 및 태도와 행동의 변화만을 기대하는 것으로는 부족하다. 즉 어떤 면에서 어떠한 내용으로 어느 정도 변화되어야 할 것인지를 분명히 밝혀야 하고 그 내용은 확인될 수 있어야 하며 측정이 가능해야한다.

미용 산업에 있어 미용사의 재교육이 없거나 중단은 쇠퇴의 시작을 알리는 것과 같다. 경영자는 교육책임자로서의 역할을 하여 경영자의 신념과 방침의 정확한 진단을 목표로 하는 교육이 필요하다. 또한 경영관련 업무를 교육 자료화하여 활용하고 승급의 기준을 교육과 연결하며, 더 나아가 채용 시에도 교육의 필요성을 강조하여 종사자의 교육 성과와 경영성과의 공존을 모색해야한다.

미용 산업시장은 양적인 팽창과 개방화로 인해 날로 경쟁은 치열해지고 있으며 소비자의 환경변화는 여성의 사회진출과 활약으로 라이프스타일의 변화를 가져왔다.³⁴⁾ 패션의 개성화와 품질의 고급화로 소비자의 욕구는 다양하게 변화하고 있다. 이러한 소비자의 요구를 수용하여 경쟁력을 키우기 위해서는 재교육이 필요하다.

헤어미용에 대한 재교육의 필요성이 절실히 요구되고 있는 지금, 미용 산업에 있어서도 국제화에 대비하여 기술적인 분야와 이론적 분야가 같이 조화를 맞추어 전문적 평생교육의 측면에서 재교육 프로그램을 만드는 기초자료를 제공하여 미용인들에게 보다 실질적이고 효율적인 재교육이 이루어 질 수 있도록 하여야 한다.³⁵⁾

종사자가 어느 단계에 속하느냐에 따라 요구되는 기술의 수준이 다르므로 그 단계에 맞는 적절한 기술교육이 이루어져야 한다. 단계별 교육훈련

34) 박종숙(2006), 「미용학과 학생들의 교육환경에 대한 만족도가 진로선택에 미치는 영향에 관한 연구」, 한성대학교 석사학위논문, p.13.

35) 이계숙, 전계논문, p.51.

의 중요성을 고려하여 재교육을 교육 정책 중 우선적으로 고려해야 하고 각 단계의 역할 기대와 직무요건 등의 교육요구를 면밀히 분석하여 중복되거나 단절됨이 없이 체계화하여야 한다.³⁶⁾

종사자의 입장에서 살펴보면 자신이 담당하는 직무에 대하여 수준 높은 능력을 가짐으로써 업적을 올릴 수 있고, 스스로의 성장과 자기실현 욕구를 충족시킬 수 있기 때문에 재교육이 필요하다. 사회전체의 입장에서는 건전한 교양인이며 사회인으로서의 인격이 형성되고 풍요로운 평생교육차원에서 교육훈련이 필요하다.³⁷⁾

그동안 미용인들이 재교육을 가장 많이 접하는 것은 지인들을 통해서 세미나를 접하거나 미용실 내의 교육을 통해 재교육의 경험하며, 사설학원에서 종사자 개인이 필요한 교육을 받아왔다. 개인의 기술향상을 위한 단계적인 재교육이 필요한 지금, 앞으로는 미용사 재교육을 조직규모와 외부환경의 변화에 따른 종사자의 능력과 기대욕구와 재교육의 필요성을 보다 치밀하게 분석하고 이를 근거로 체계적이며 장기적인 교육의 체계를 만들어 실천해 나가야 할 것이다. 재교육의 프로그램의 내용도 단순한 모방이나 정형화된 것이 아닌 현재 실정에 맞는 고객 중심의 재교육 프로그램을 개발해야 할 것이다. 또한 이런 체계적인 교육은 미용종사자의 잦은 이직에도 큰 영향을 미쳐 보다 안정된 근무환경을 만들어 줄 것이다.

36) 이인희(2004), 「직업전문학교 미용과 교육과정에 관한 연구」, 용인대학교 석사학위논문, p.13.

37) 이계숙, 전계논문, p.9.

제 3 장 연구방법

제 1 절 연구대상 및 기간

본 연구는 헤어미용 산업 종사자의 재교육에 대한 필요성과 앞으로의 발전 및 개선 방안을 알아보기 위하여 국내 서적과 선행연구 논문을 참고로 현재 헤어미용종사자들의 재교육 현황과 근무환경과 종사자 개인의 특성, 능력, 직급에 맞는 재교육의 필요성을 알아보기 위하여 실증적 설문지를 이용한 조사연구방법을 사용하였으며 연구대상 및 자료수집 방법, 통계 분석에 대한 내용을 포함 하였다.

헤어미용종사자의 재교육 현황과 발전 및 개선방안을 알아보기 위하여 서울, 경기지역에 거주하는 남·여 헤어미용 종사자를 대상으로 2012년 8월 1일부터 9월 14일까지 예비설문 및 본 설문 조사를 실시하였으며 설문 조사는 무기명 작성방법을 이용하였다.

설문지는 서울, 경기 지역의 헤어미용 종사자들에게 총 360부를 배포하였으며 총 325부를 회수하였다. 이중 불성실 응답자 25부를 제외한 300부를 자료 분석하였다.

제 2 절 설문조사

본 연구에 사용된 설문지는 일반적 특성, 근무경력 및 근무현황, 재교육 현황, 재교육 개선 및 발전방안의 네 부분으로 구성하였다. 문항 구성 중 일반적 특성 5문항, 헤어종사자의 미용경력 및 근무현황의 7문항, 재교육 현황의 10문항, 재교육 경험이 없는 응답자에 대한 3문항, 재교육 개선 및 발전방안의 6문항, 총31문항으로 구성하였다.

제 3 절 자료 분석

수집된 자료는 SPSS(Statistical Package for the Social Sciences) 20.0을 통해 분석되었다. 빈도분석을 통해 설문 응답에 대해 기술통계적으로 기술하였으며 교차 분석을 통해 서로 관련성 있는 응답 항목들을 탐색하였다. 특히 재교육 필요성과 인구통계학적 특성들과의 상관관계 그리고 재교육 필요성과 미용경력 및 근무현황과의 상관관계를 보기위해 교차 분석을 통해 Pearson Chi-Square test와 Likelihood test를 시행하였다. 교차 분석 결과 관련성이 보이는 응답 항목들을 일반화 선형 모형을 이용하여 구체적인 연관성 경향에 대해 분석하였다.



제 4 장 연구결과 및 고찰

제 1 절 조사대상자의 인구통계학적 특성

본 조사대상자의 인구통계학적 특성은 다음 [표 4-1]에 나타났다. 성별의 경우 전체 응답자수 가운데 남성이 29.7%, 여성 70.3%로 대부분 여성 응답자가 많았고 나이는 20대 49.3%, 30대 39.0%, 40대 7.0%, 50대 3.7%로 나타났다. 학력은 고졸 47.0%, 전문대졸 36.0%, 대졸 8.7%, 대학원이상 8.3%로 나타났고, 근무지역은 서울 83.0%, 경기 17.0%로 나타났으며, 월평균 수입은 100만원 미만 17.7%, 100~150만원 9.0%, 150~200만원 14.0%, 200~300만원 27.7%, 300만 이상 31.7%로 나타났다.

이상의 결과를 종합적으로 살펴보면 헤어미용 종사자의 성별 비율이 아직도 여성이 높은 비율을 차지하고 있으나 선행논문 중 이미순(2007)의 “미용 경영과 미용사 재교육의 방안연구”에서 인구통계학적 특성의 성별이 남성 21.6%, 여성 78.4%로 나타났는데³⁸⁾ 과거에 비하여 점점 남성종사자들이 늘어나고 있음을 알 수 있었고, 연령은 20~30대로 젊은 층의 응답자가 높은 비율을 차지했으며, 학력수준에 있어서도 선행논문 중 송금선(2009)의 “미용인의 재교육 실태에 관한 연구”에서 고졸 70.98%로 나타났는데³⁹⁾ 현재와 비교해 보면 과거에 비하여 미용인들이 과거에 비해 교육에 대한 필요성을 점차 느끼게 되면서 점차 고학력자가 늘어나는 것을 알 수 있었다. 월 평균 수입에 있어서도 응답자들의 직급이 대부분 디자이너가 많았고 미용경력에 있어서도 3~9년에 해당하는 응답자가 많다보니 초급 100여 만원으로 부터 시작하는 스텝의 급여가 직급과 경력이 높아지므로 인하여 급여도 점점 증가함을 알 수 있었다.

38) 이미순, 전계논문, p.29.

39) 송금선, 전계논문, p.16.

[표 4-1] 조사대상자의 인구통계학적 특성

	항목	빈도수	백분율(%)
성별	남성	89	29.7
	여성	211	70.3
	Total	300	100.0
나이	20대	148	49.3
	30대	117	39.0
	40대	21	7.0
	50대	11	3.7
	Missing	3	1.0
	Total	300	100.0
학력	고졸	141	47.0
	전문대졸	108	36.0
	대졸	26	8.7
	대학원이상	25	8.3
	Total	300	100.0
근무지역	서울	249	83.0
	경기	51	17.0
	Total	300	100.0
월수입 (만원)	100미만	53	17.7
	100~150	27	9.0
	150~200	42	14.0
	200~300	83	27.7
	300이상	95	31.7
	Total	300	100.0

제 2 절 경력 및 근무조건 분석

본 조사대상자의 미용경력 및 근무조건의 특성은 다음 [표 4-2]에 나타났다. 직급에 경우 스텝 19.0%, 초급디자이너 8.0%, 디자이너 56.3%, 실장 6.7%, 원장 10.0%로 나타났고, 미용경력은 3년 미만 18.7%, 3년~6년 미만 35.7%, 6년~9년 미만 25.7%, 9년~20년 미만 16.3%, 20년 이상 3.7%로 나타났다. 하루 평균 근무시간은 9시간~10시간 58.0%, 11시간 이상 42.0%로 나타났고, 미용교육을 받은 기관은 미용학원 81.7%, 미용고등학교 16.3%, 미용전문대학 1.7%, 미용대학 3.0%로 나타났으며, 현재 근무 중인 미용실태는 프랜차이즈 72.0%, 개인 살롱 28.0%로 나타났다. 현재 근무 중인 미용실 직원 수는 5명 미만 11.0%, 5명~10명 미만 19.3%, 10명~20명 미만 62.0%, 20명 이상 7.7%로 나타났고, 이직경험은 있다 87.7%, 없다 12.3%로 나타났다.

이상의 결과를 종합적으로 살펴보면 국내 미용실은 프랜차이즈가 우세하게 많아 디자이너의 비율도 많은 것으로 나타났는데, 송금선(2009), 전개논문 중 일반적 특성에 따른 조사대상자 분포에서 원장급 70.98%, 디자이너 15.38%로 나타났다.⁴⁰⁾ 현재와 비교해 보면 과거에 개인 샵이 주로 많았으나 프랜차이즈 샵의 활성화되고 대형화 되면서 많은 디자이너가 필요하게 되면서 디자이너의 비율이 많아진 것을 알 수 있다. 하루 평균근무시간은 타 직종에 비해 다소 많고 업무 특성상 근무시간 내내 서 있는 업무가 많아 손님의 직접 응대로 육체적, 정신적 스트레스가 많은 직업이다.

이 때문에 여전히 이직률도 높게 나타나는 것을 알 수 있는데, 직업의 특수성 때문에 이런 결과가 나오는 것은 어쩔 수 없지만, 긴 근무시간 중 휴식시간을 정해 놓고 쉬게 하는 방법과 긴 업무시간을 조정하여 2교대로 운영한다면 높은 이직률을 완화시킬 수 있을 것이다. 그리고 미용교육이 사설미용학원으로 가장 높게 나타난 것을 볼 때 프랜차이즈나 개인 살롱의 경우 본사교육이나 자체적인 교육이 활성화 되지 못한 것을 알 수 있

40) 송금선, 전개논문, p.16.

다.

[표 4-2] 조사대상자의 미용경력 및 근무조건

		빈도수	백분율(%)
직급	스텝	57	19.0
	초급디자이너	24	8.0
	디자이너	169	56.3
	실장	20	6.7
	원장	30	10.0
	Total	300	100.0
미용 경력	3년 미만	56	18.7
	3년~6년 미만	107	35.7
	6년~9년 미만	77	25.7
	9년~20년 미만	49	16.3
	20년 이상	11	3.7
	Total	300	100.0
하루 평균근무 시간	9시간~10시간	174	58.0
	11시간이상	126	42.0
	Total	300	100.0
미용교육을 받은 기관	미용학원	245	81.7
	미용고등학교	49	16.3
	미용전문대학	5	1.7
	미용대학	1	.3
	Total	300	100.0
현재 근무 중인 미용실 형태	프랜차이즈	216	72.0
	개인살롱	84	28.0
	Total	300	100.0
현재 근무 중인 미용실 직원 수	5명 미만	33	11.0
	5명~10명 미만	58	19.3
	10명~20명 미만	186	62.0
	20명이상	23	7.7
	Total	300	100.0
이직경험	있다	263	87.7
	없다	37	12.3
	Total	300	100.0

제 3 절 재교육 현황 분석

본 조사대상자의 재교육 현황의 특성은 [표 4-3] 과 같이 재교육 유경험자 300명중 재교육 유경험자 293명과 무경험자 7명을 대상으로 하여 미용재교육이 필요하다고 느끼는가에서 매우필요하다 63.7%, 필요하다 30.0%, 보통이다 6.3%, 전혀 필요치 않다 0%로 나타났고, 미용재교육을 받아본 경험이 있는가에서 예 97.7%, 아니오 2.3%로 나타났다.

이상의 결과를 종합적으로 살펴보면 종사자들이 미용재교육의 필요성을 절실히 느끼고 있으며 이로 인해 미용재교육을 받아본 종사자가 높게 나타난 것은 그만큼 교육을 받고자 하는 의지가 강하다는 것을 알 수 있다.

[표 4-3] 조사대상자의 재교육 현황

현황		빈도수	백분율(%)
미용재교육이 필요하다고 느끼는가?	전혀 필요치 않다	0	0.0
	보통이다	19	6.3
	필요하다	90	30.0
	매우필요하다	191	63.7
	Total	300	100.0
미용재교육을 받아본 경험이 있는가?	예	293	97.7
	아니오	7	2.3
	Total	300	100.0

1. 재교육 유경험자 현황 분석

본 조사대상자의 재교육 유경험자 현황의 특성을 살펴보면 [표 4-4] 와 같다. 재교육 유경험자 293명을 대상으로 이 중 재교육 무 응답자 10명을 제외한 283명을 조사 결과이다. 1년간 재교육을 받은 횟수 중 1~3회 12.7%, 4~6회 23.0%, 7~10회 34.3%, 10회 이상 30.0%로 나타났다.

이상의 결과를 살펴보면 최근 1년간 재교육을 받은 횟수가 7~10회와 10회 이상이 근소한 차이를 보이지만 가장 많았다. 이는 종사자들의 재교육의 인식이 바뀌고 있는 것을 알 수 있으며 꾸준한 재교육을 필요로 하는 것을 알 수 있다.

[표 4-4] 재교육 연간 횟수 현황

현황		빈도수	백분율(%)
1년간 재교육 받은 횟수	1~3회	36	12.7
	4~6회	65	23.0
	7~10회	97	34.3
	10회 이상	85	30.0
	Total	283	100.0
	Missing	10	3.4

본 조사대상자의 재교육 정보 현황의 특성을 살펴보면 [표 4-5]와 같이 재교육 유경험자 293명을 대상으로 무 응답자 4명을 제외한 289명을 조사 결과이다. 재교육정보를 얻는 곳으로 미용서적 4.2%, 주변지인들을 통해 40.5%, TV또는 온라인 43.9%, 미용대학 또는 평생교육원 8.0%, 기타 3.5%로 나타났다.

이상의 결과를 살펴보면 재교육정보를 얻는 곳으로 TV또는 온라인, 주변지인들을 통해서가 근소한 차이를 보이지만 가장 많았는데 종사자가 재교육을 필요로 할 때 좀 더 쉽게 교육의 정보를 얻을 수 있도록 온라인 카페 메일링 서비스로 교육의 정보를 알 수 있도록 활성화 시키는 것이 중요하고 주변지인들이 재교육을 받고 만족도가 좋을 경우 구전으로 인해 교육의 정보가 알려지는 경우가 많으므로 재교육의 프로그램도 체계화해야 한다는 것을 알 수 있다. 또한 미용전문서적을 샅에서 많이 접하고는 있으나 미용기기나 광고가 거의 주를 이루고 있는데 세미나, 정기적 교육의 정보를 정기간행물로 인해 접할 수 있도록 한다면 종사자들이 좀 더 쉽게 교육의 정보를 많이 얻을 수 있을 것이다.

[표 4-5] 재교육 정보 현황

현황		빈도수	백분율(%)
재교육 정보를 얻는 곳	미용전문서적	12	4.2
	주변 지인들을 통해	117	40.5
	TV 또는 온라인	127	43.9
	미용대학 또는 평생교육원	23	8.0
	기타	10	3.5
	Total	289	100.0
Missing		4	1.4

본 조사대상자의 재교육 유경험자 현황의 특성을 살펴보면 [표 4-6] 과 같이 재교육 유경험자 293명을 대상으로 무 응답자 4명을 제외한 289명을 조사한 결과이다. 재교육을 받는 궁극적인 목적으로 기술향상 14.9%, 정보 및 수료증취득 14.2%, 현재 트렌드의 테크닉을 익히기 위해 32.2%, 급여 인상 및 승진을 위해 30.0%, 보dana은 서비스를 위해 8.7%로 나타났고, 이상의 결과를 살펴보면 재교육을 받는 궁극적인 목적에 현재 트렌드의 테크닉을 익히기 위해서가 가장 많은데 유행에 민감한 헤어미용의 특성을 잘 나타내고 있는데 송금선(2009)전계논문 중 재교육 과정 중에서 얻으려고 하는 것은 미용지식의 실질적 확대가 25.87%로 가장 높았고 테크닉 수용이 18.88%로 나타났다.⁴¹⁾ 과거와 비교해 보면 2009년 보다 종사자들의 직무와 관련된 재교육의 관심이 많아지면서 어느 정도 지식은 충족 되었으나 과거보다 다양한 트렌드의 테크닉 변화에 대응하기 위한 재교육의 필요성을 많이 느끼고 있는 것을 알 수 있다. 다음으로 높은 급여인상 및 승진을 위해서는 스태부터 디자이너가 되기까지 승급과정을 위한 교육과정의 필요성과 디자이너가 되고 나서 본인 노력 여하에 따른 급여인상에 재교육의 필요성을 느끼며 대형 샵이 활성화 되어 디자이너 중에서도 직급에 차이를 두어 경쟁하는 구도가 되면서 승진을 위한 재교육의 필요성을 느끼고 있는 것 이다.

41) 송금선, 전계논문, p.46.

[표 4-6] 재교육 목적 현황

	현황	빈도수	백분율(%)
재교육을 받는 궁극적인 목적	기술향상	43	14.9
	정보 및 수요증 취득	41	14.2
	현재 트렌드의 테크닉을 익히기 위해	93	32.2
	급여인상 및 승진을 위해	87	30.1
	보다 나은 서비스를 위해	25	8.7
	Total	289	100.0
	Missing	4	1.4

본 조사대상자의 재교육 유경험자 현황의 특성을 살펴보면 [표 4-7] 과 같이 재교육 유경험자 293명을 대상으로 무 응답자 4명을 제외한 289명을 조사한 결과이다. 재교육을 받은 기관으로 현재근무지 38.4%, 전문 재교육 기관 59.9%, 기타(개인사사 및 유학)가 1.7%로 나타났다.

이상의 결과를 살펴보면 재교육을 받은 교육기관 중에서는 전문재교육 사설기관이 가장 많은데 이는 현재 근무지에서 재교육이 종사자의 바람대로 이루어지지 못한 것을 전문 재교육기관에서 해소한 것을 알 수 있다. 그러나 현장에서 직무가 이루어지는 미용종사자들은 현재근무지와 같은 환경에서 교육을 받는다면 현장에 접목시켜 적용할 수 있는 능력이 더욱 발휘 될 것이다.

[표 4-7] 재교육기관 현황

	현황	빈도수	백분율(%)
재교육을 받은 교육기관	현재근무지	111	38.4
	전문 재교육 기관	173	59.9
	기타(개인사사, 유학 등)	5	1.7
	Total	289	100.0
	Missing	4	1.4

본 조사대상자의 재교육 유경험자 현황의 특성을 살펴보면 [표 4-8] 과 같이 재교육 유경험자 293명을 대상으로 무 응답자 4명을 제외한 289명을 조사한 결과이다. 재교육을 받는 비용부담은 자기부담 83.4%, 직장 내 지원 16.6%로 나타났다.

이상의 결과를 살펴보면 재교육 비용부담에서 자기부담이 압도적으로 많은 것을 볼 수 있는데 재교육은 받고 싶지만 비용부담으로 꺼려하는 종사자도 있을 것으로 생각되는데 매출성장에 따라 직장 내 지원이 어느 정도 되거나 승진 후 직급에 따른 직장 내 지원 혜택이 활성화 된다면 재교육이 더욱 활성화 될 것이다.

[표 4-8] 재교육 비용부담 현황

현황		빈도수	백분율(%)
재교육 받는 비용	자기부담	241	83.4
	직장 내 지원	48	16.6
	Total	289	100.0
	Missing	4	1.4

본 조사대상자의 재교육 유경험자 현황의 특성을 살펴보면 [표 4-9] 와 같이 재교육 유경험자 293명을 대상으로 무 응답자 7명을 제외한 286명을 조사한 결과이다. 본인이 생각하는 재교육훈련의 적절한 시기는 입사직후 2.1%, 승진전후 37.8%, 주기적으로 39.2%, 신기술 도입 유행 시 21.0%로 나타났다.

이상의 결과를 살펴보면 종사자가 직무를 위해 주기적으로 재교육을 필요성을 느끼고 있는 것을 알 수 있다. 종사자의 교육에 대한 인식이 중요하게 자리 잡고 있고 교육을 병행하며 현장에 응용하기를 원하는 종사자가 가장 높게 나타났다 할 수 있다.

[표 4-9] 재교육 훈련시기 현황

현황	빈도수	백분율(%)	
본인이 생각하는 재교육 훈련의 적절한 시기	입사직후	6	2.1
	승진전후	108	37.8
	주기적으로	112	39.2
	신기술도입, 유행시	60	21.0
	Total	286	100
	Missing	7	2.4

본 조사대상자의 재교육 유경험자 현황의 특성을 살펴보면 [표 4-10] 과 같이 재교육 유경험자 293명을 대상으로 복수응답을 가능하게 조사한 결과이다. 받았던 재교육 항목 중 복수응답으로 커트 86.3%, 컬러 58.4%, 펌 21.8%, 스타일링 62.8%, 헤어 케어 및 두피 케어 51.5%, 서비스교육 14.7%로 나타났다.

이상의 결과를 살펴보면 받았던 재교육 항목에서 커트가 가장 많은 것을 볼 수 있는데 헤어스타일에 있어 형태를 잡는 가장 기본이기 때문에 필요성을 느끼고 있다. 최근 유행의 흐름이 더욱 빨라지면 스타일링과 염색컬러교육을 필요로 하고 있고 또한 염색컬러가 다양해지면서 고객의 요구도 많아지면서 컬러교육을 중요시 하고 있는 것이다.

[표 4-10] 재교육 항목현황(복수응답)

현황	빈도수	백분율(%)
커트	253	86.3
컬러	171	58.4
펌	64	21.8
스타일링	184	62.8
헤어케어, 두피케어	151	51.5
서비스	43	14.7

본 조사대상자의 재교육 유경험자 현황의 특성을 살펴보면 [표 4-11]

과 같이 재교육 유경험자 293명을 대상으로 복수응답을 가능하게 조사한 결과이다. 재교육을 통해 만족되었던 부분 중 복수응답으로 기술향상 73.4%, 서비스능력향상 73.0%, 유행흐름의 파악 53.9%, 고객의 다양한 요구에 부응할 수 있었다 64.5%, 미용인으로서의 전문적인 지식향상에 56.7%로 나타났다.

이상의 결과를 살펴보면 재교육을 통한 종사자의 만족도에서는 기술향상이 가장 많았는데 현재 흐름에 대체하기 위해 개인의 기술향상을 위한 재교육을 목적으로 하는 경우가 많다. 그 다음으로 서비스능력 향상이 많은데 현재 고객들은 정보화 시대에 살고 있기 때문에 많은 정보와 지식을 알고 기술을 받으러 오는 경우가 많아 이런 고객 응대를 위해 서비스 교육의 필요성을 느껴 교육을 받고 고객에게 보다 나은 서비스능력을 발휘하게 된다. 직업의 특성상 유행의 흐름을 항상 파악하고 있어야 하는 헤어미용 종사자들은 기술향상과 같이 현재 유행을 파악하여 고객의 다양한 요구에 부응하여야 하므로 [표 4-11]의 재교육 만족도 현황의 질문들은 모두 밀접한 관련이 있다고 할 수 있다.

[표 4-11] 재교육 만족도 현황(복수응답)

현황	빈도수	백분율(%)
기술향상	215	73.4
서비스능력 향상	214	73.0
유행흐름의 파악	158	53.9
고객의 다양한 요구에 부응	189	64.5
미용인으로서의 전문적인 지식의 향상	166	56.7

2. 재교육 무경험자 현황분석

본 조사대상자의 재교육 무경험자의 현황을 살펴보면 [표 4-12]와 같이 재교육 무경험자 7명을 대상으로 조사한 결과이다. 시간적 문제 71.4%, 금전적 문제 28.6%로 나타났고, 재교육을 받을 의향이 있는지는 100%로

나타났으며, 재교육을 받고 싶은 항목으로 커트 42.9%, 스타일링 57.1%로 나타났다.

이상의 결과를 종합적으로 살펴보면 재교육을 받지 못하는 이유가 시간적 문제로 가장 많았는데 이는 근무환경과 잦은 이직이 큰 영향을 미친다 할 수 있으며 이런 힘든 근무환경에서도 재교육은 종사자 누구나 필요성을 느끼는 것을 알 수 있다. 재교육을 받고 싶은 항목에서 예전에는 커트가 단연 많았으나 현재 유행의 흐름에 영향을 받아 스타일링이 가장 많은 것을 알 수 있다.

[표 4-12] 재교육 무경험자 현황

현황		빈도수	백분율(%)
재교육을 받지 않은 이유	시간적문제	5	71.4
	금전적문제	2	28.6
	총계	7	100.0
재교육을 받을 의향이 있는가?	예	7	100.0
	아니오	0	0
재교육을 받고싶은 항목	커트	3	42.9
	스타일링	4	57.1
	총계	7	100.0

제 4 절 재교육의 필요성 분석

1. 재교육 필요성과 인구통계학적 특성들과의 상관

재교육 필요성과 인구통계학적 특성들과의 상관관계를 보기위해 교차분석을 통해 카이 제곱 검정과 우도 비 검정을 시행하였다. 재교육 필요성과 관련 있는 인구통계학적 특성들로는 학력, 근무지역, 월수입 등이 있었으며 성별과 연령은 큰 관련성을 보이지 않았다. 각각의 카이제곱 값 및

우도비와 그 유의성은 [표 4-13] 과 같이 제시하였다.

[표 4-13] 재교육 필요성과 인구통계학적 특성들과의 상관관계

	분석	분석 값	자유도	유의성 (양측 검정)
성별	카이 제곱 검정	1.682	2	.431
	우도비 검정	1.719	2	.423
	선형 대 선형 결합	.677	1	.411
나이	카이 제곱 검정	12.915	8	.115
	우도비 검정	13.771	8	.088
	선형 대 선형 결합	.112	1	.737
학력	카이 제곱 검정	17.480	6	.008**
	우도비 검정	20.970	6	.002
	선형 대 선형 결합	3.940	1	.047
근무지역	카이 제곱 검정	15.681	2	.000***
	우도비 검정	14.675	2	.001
	선형 대 선형 결합	8.012	1	.005
수입	카이 제곱 검정	16.061	8	.042*
	우도비 검정	17.197	8	.028
	선형 대 선형 결합	.535	1	.464

*p<0.05, **p<0.01, ***p<0.001

교차분석 결과유의하게 나온 변수들인 학력(p<0.01), 근무지역

($p<0.001$), 월수입($p<0.05$)과 재교육 필요성과의 상관관계를 일반화 선형 모형을 통해 확인해 보았다. 반응변수는 재교육 필요성을 설정하였으며 설명 변수로 학력, 근무지역, 월수입을 사용하였다. 모델은 누적 로짓 모델을 사용하였으며 산출된 파라미터들은 [표 4-14] 와 같다.

[표 4-14] 재교육 필요성과 인구통계학적 특성과의 상관관계 추정된 변수

변수		계수	표준 오차	95% 왈드 신뢰 구간		왈드 카이 제곱	가설 검정	
				하한선	상한선		자유도	유의성
상수	[재 교육=2]	-3.674	.7219	-5.089	-2.259	25.90 1	1	.000***
	[재 교육=3]	-1.371	.6883	-2.720	-.022	3.969	1	.046*
[학력=고졸]		-1.595	.6585	-2.886	-.304	5.866	1	.015*
[학력=전문대졸]		-1.954	.6645	-3.256	-.651	8.646	1	.003**
[학력=대졸]		-1.138	.8209	-2.747	.470	1.923	1	.165
[학력=대학원이상]		0a						
[근무지역=서울]		1.028	.3099	.420	1.635	10.99 3	1	.001**
[근무지역=경기도]		0a						
[월수입=100미만]		.669	.4124	-.139	1.477	2.630	1	.105
[월수입=100~150]		-.923	.4374	-1.780	-.066	4.455	1	.035*
[월수입=150~200]		.308	.4035	-.483	1.099	.583	1	.445
[월수입=200~300]		-.298	.3112	-.908	.312	.915	1	.339
[월수입=300이상]		0a						
(Scale)		1b						

* $p<0.05$, ** $p<0.01$, *** $p<0.001$ a. 기준 변수로 설정되어 0으로 설정함 b.고정값

학력 가운데서도 재교육에 대한 열망이 가장 높은 군은 전문대졸 군으로 나타났으며($p<0.01$), 고졸($p<0.05$), 대졸, 대학원 이상 순으로 나타나고 있었다. 근무 지역에 있어서도 차이가 났는데 서울 지역에서 근무하는 이들에 비해 경기도 지역에서 근무하는 이들의 재교육에 대한 열망이 높았으며($p<0.01$), 수입의 경우에는 100~150만원의 월수입을 받는 이들의 경우 다른 응답자보다 재교육에 대한 열망이 유의하게 높았다.

예로, 대학원 이상의 학력을 지닌 서울에서 근무하는 월수입 300만원 이상의 응답자가 미용 재교육의 필요성에 대해 ‘매우 필요하다’의 응답을 할 확률은 0.58이었으나, 전문대졸 학력을 지니고 경기도에서 근무하는 월수입 150~200만원의 응답자가 재교육 설문항목에서 ‘매우 필요하다’의 응답 할 확률은 0.99이었다.

2. 재교육 필요성과 미용경력 및 근무조건과의 상관관계

재교육 필요성과 미용경력 및 근무조건과의 상관관계를 보기위해 교차분석을 통해 카이제곱 검정과 우도 비 검정을 시행하였다. 재교육 필요성과 관련 있는 미용경력 및 근무조건 특성들로는 하루 평균 근무시간, 근무미용실 형태, 근무 미용실 직원 수 등이 있었으며 현재 직급, 미용경력, 기초 미용교육을 받았던 기관과 이직경험 등은 큰 관련성을 보이지 않았다. 각각의 카이제곱 값 및 우도 비와 그 유의성은 [표 4-15] 로 제시하였다.

[표 4-15] 재교육 필요성과 미용경력 및 근무조건과의 상관관계

	분석	분석 값	자유도	유의성(양측 검정)
현재 직급	카이 제곱 검정	13.223	8	.104
	우도비 검정	13.130	8	.107
	선형 대 선형 결합	4.317	1	.038
미용 경력	카이 제곱 검정	5.081	8	.749
	우도비 검정	5.126	8	.744
	선형 대 선형 결합	.950	1	.330
하루 평균 근무 시간	카이 제곱 검정	5.745	2	.057*
	우도비 검정	6.447	2	.040
	선형 대 선형 결합	2.212	1	.137
기초 미용 교육을 받은 기관	카이 제곱 검정	3.848	6	.697
	우도비 검정	4.931	6	.553
	선형 대 선형 결합	.248	1	.619
근무 미용실 형태	카이 제곱 검정	7.994	2	.018*
	우도비 검정	8.366	2	.015
	선형 대 선형 결합	6.222	1	.013
근무 미용실 직원 수	카이 제곱 검정	22.185	6	.001**
	우도비 검정	23.659	6	.001
	선형 대 선형 결합	2.979	1	.084
이직 경험	카이 제곱 검정	4.172	2	.124
	우도비 검정	4.017	2	.134
	선형 대 선형 결합	3.195	1	.074

*p<0.05, **p<0.01

교차분석 결과 유의하게 나온 변수들인 하루 평균 근무시간, 근무 미용실 형태, 근무 미용실 직원 수와 재교육 필요성과의 상관관계를 일반화 선형 모형을 통해 확인해 보았다. 반응변수는 재교육 필요성을 설정하였으며, 설명 변수로 학력, 근무지역, 월수입을 사용하였다. 모델은 누적 로짓 모델을 사용하였으며 산출된 파라미터들은 [표 4-16] 과 같다.

[표 4-16] 재교육 필요성과 인구통계학적 특성과의 상관관계 추정된 변수

변수	계수	표준 오차	95% 왈드 신뢰 구간		가설 검정			
			하한선	상한선	왈드 카이 제곱	자유도	유의성	
상수	[재교육=2]	-4.297	.7039	-5.676	-2.917	37.263	1	.000***
	[재교육=3]	-2.077	.6628	-3.376	-.778	9.819	1	.002**
[근무시간=9~10]		-.216	.2505	-.707	.275	.746	1	.388
[근무시간=11이상]		0a						
[미용실=프랜차이즈]		-.471	.3646	-1.186	.243	1.670	1	.196
[미용실=개인 살롱]		0a						
[직원수=5명 미만]		-.814	.7607	-2.305	.677	1.145	1	.285
[직원수=5~10]		-.277	.6741	-1.598	1.045	.168	1	.682
[직원수=10~20]		-1.357	.5739	-2.482	-.232	5.589	1	.018
[직원수=20명 이상]		0a						
(Scale)		1b						

p<0.01, *p<0.001

a. 기준 변수로 설정되어 0으로 설정함 b. 고정값

분석 결과 근무시간과 미용식 형태는 재교육에 대한 필요성을 느끼는 것에는 큰 영향을 끼치지 않은 것으로 보였으며 20명 이상이 근무하는 직장에서는 근무하는 응답자에 비해 직원 수가 10~20명이 근무하는 직장에서는 근무하는 응답자가 재교육의 필요성을 더 느낀다고 응답하고 있었다. 11시간 이상 근무하며 프랜차이즈 미용실에서 근무하는 응답자 중 직원 수 20명 이상인 곳에서 근무하는 응답자가 미용재교육의 필요성에 대해 ‘매우 필요하다’의 응답을 할 확률은 0.93인 반면 직원 수가 10~20명이 근무하는 직장에서는 근무하는 응답자가 재교육의 필요성을 더 느낀다고 응답할 확률은 0.98이었다

제 5 절 재교육 개선 및 발전 방안

1. 재교육의 개선방안

[표 4-17] 재교육 개선 방안

	항목	빈도수	백분율(%)
현재교육과정 중 개선되어야 할 점	재교육을 받을 수 있는 시간	196	65.3
	재교육에 필요한 비용 부담	65	21.7
	다양한 프로그램 개선	35	11.7
	총계	296	98.7
	무응답	4	1.3
재교육 환경개선을 위해 가장 필요한 점	빠른 정보력을 공유할 수 있는 시스템 구축	67	22.3
	재교육 공간의 확보	64	21.3
	재교육에 필요한 소모품 제공	132	44.0
	재교육 기관의 확대	33	11.0
	총계	296	98.7
	무응답	4	1.3

본 조사대상자의 재교육 개선 방안의 특성은 [표 4-17] 과 같이 300명중 무 응답자 4명을 제외한 296명을 대상으로 조사한 결과이다. 현재 재교육 과정에서 개선되어야 할 점에서 재교육을 받을 수 있는 시간 66.2%, 재교육에 필요한 비용에 대한 부담 21.7%, 다양한 프로그램개선 11.7%로 나타났다, 재교육환경 개선을 위해 가장필요한 점에서 빠른 정보력을 공유할 수 있는 시스템구축 22.3%, 재교육공간의 확보 21.3%, 재교육에 필요한 소모품 제공 44.0%, 재교육기관의 확대 11.0%로 나타났다.

이상의 결과를 종합적으로 살펴보면 재교육의 개선되어야 할 점으로 재교육을 받을 시간이 높게 나온 것은 직무환경과 밀접한 관계가 있다.

현재의 미용종사자들은 근로기준법을 적용하기를 원하고 있지만 기존의 경영자와 마찰을 불러오기도 한다. 임금 및 복리후생에 관련된 문제들로 미용종사자들의 이직현상과 개인적인 개발을 위하여 여러 곳으로 이직을 하기 때문에 경영자들에게는 상당히 어려운 문제점으로 남아있다. 오랜 경력의 종사자의 경우 대인관계에 있어서 능숙한 모습을 보이지만 근무경력이 짧은 종사자일수록 고객을 직접 대면해야하는 미용의 특수성을 견디기 힘들어 하는 경우도 있어 직무환경의 어려움을 또 한 번 대면하게 된다.

미용 산업은 인적자원 서비스를 주요소로 행하는 직무로서 고객에 대한 서비스정신과 개인의 취향에 맞는 기술을 제공하는 것으로 청결한 위생 시설을 기본으로 고객에게 신뢰감을 주는 전문직이다. 미용 산업은 인적서비스와 예술적 감각을 기초로 하는 고부가가치 산업의 하나로 발전해 가고 있다. 미용서비스는 고객과의 직접적인 대응서비스를 시행해야 하는 것으로 미용사 한 사람이 고객의 요구를 충족시킬 수 있는 디자인이 나오기 까지 이론적, 기술적 이론을 바탕으로 예술성과 미의창조를 위한 최고의 서비스를 전달하는 것으로 종사자 개인의 많은 시간과 노력을 투자 직종이며 정신적인 소모가 큰 직종이다. 현재 종사자의 근무환경을 살펴보면 장시간 서 있는 직무가 대부분이고 근무시간도 평균10시간 이상이다. 이러다보니 육체적, 정신적 노동의 소모가 큰 만큼 이직률이 높아지게 되면서 근무환경의 악순환이 계속되고 있다. 이런 근무환경의 개선이 효율적인 재교육을 위해 밀접한 관계가 있음을 알 수 있다.

재교육 환경개선을 위해 가장 필요한 점으로 재교육에 필요한 소모품 제공이 높게 나온 것은 종사자가 교육장의 환경에 세심함을 요구한다고 볼 수 있다.

재교육 프로그램이나 재교육에 관한 기관, 정보제공은 정보화 사회가 되면서 인터넷, 광고 등의 매체로 예전에 비해 찾아보기 수월해 졌으나 재교육을 받는 종사자들이 전문성을 살린 다양한 교육을 편리하게 받기 위해서는 전문적 교육재료를 쉽게 구비할 수 있는 세심한 배려가 필요하다.

2. 재교육의 발전방안

[표 4-18] 재교육 발전방안

가장 효과적인 재교육 방법	직장 내에서 교육	186	62.0
	대학 또는 평생교육원 교육	16	5.3
	해외연수	89	29.7
	사설 전문 재교육 기관	5	1.7
	총계	296	98.7
	무응답	4	1.3
재교육 수강 시 어려움	교육의 필요성과 목적의식 부족	1	.3
	장기간 근무로 인한 시간 부족	164	54.7
	찾은 이직으로 인한 인원 부족	82	27.3
	교육비에 대한 부담	49	16.3
	총계	296	98.7
	무응답	4	1.3
재교육 후 직무 만족도	테크닉에 대한 자신감	106	35.3
	고객의 서비스와 프로그램이 잘 매치	15	5.0
	고객의 불만족 상황을 전보다 유연히 대처	62	20.7
	직업에 대한 자긍심이 생김	43	14.3
	근무실적 및 직위가 향상	69	23.0
	총계	295	98.3
	무응답	5	1.7

본 조사대상자의 재교육 발전방안을 살펴보면 [표 4-18] 과 같이 300명중 무 응답자 4명을 제외한 296명을 조사한 결과이다. 직장 내에서 교육이 62.0%, 대학 또는 평생교육원교육 5.3%, 해외연수 29.7%, 사설 전문

재교육기관 1.7%로 나타났고, 재교육 수강 시 어려운 점은 교육의 필요성과 목적의식 부족 3.0%, 장기간 근무로 인한 시간부족 54.7%, 잦은 이직으로 인한 인원부족 27.3%, 교육비에 대한 부담감 16.3%로 나타났다.

본 질문은 300명중 무 응답자 5명을 제외한 295명을 대상으로 조사한 결과이다. 재교육 후 직무 만족도의 테크닉에 대한 자신감 35.3%, 고객의 서비스와 프로그램이 잘 매치 5.0%, 고객의 불만족상황을 전보다 유연히 대처 20.7%, 직업에 대한 자긍심이 생김 14.3%, 근무실적 및 직위가 향상 23.0%로 나타났다.

이상의 결과를 종합적으로 살펴보면 가장효과적인 재교육방법에서 직장 내에서 교육을 받을 수 있는 여건을 가장 많이 원했는데 직장에서 교육을 받아야 교육을 받으려 이동하는 번거로움이 해소되고 현재 근무환경에 더욱 접목시키기 좋은 점 때문에 직장 내 교육을 원하는 것을 알 수 있다. 재교육 수강 시 가장 어려운 점으로 장기간 근무로 인한 시간부족이 가장 높는데 장시간 근무로 인한 피로와 잦은 이직으로 인하여 재교육 제때 받을 수 있는 환경이 되지 못하는 것을 알 수 있다. 재교육을 받은 후 직무 만족도는 테크닉에 대한 자신감이 가장 높게 나타났는데 재교육을 인해 현재 유행테크닉에 대한 정보와 기술교육이 현장에서 잘 매치된 것을 알 수 있다.

미용 교육의 근본적인 목적은 치열한 경쟁과 급변하는 미용 산업 속에서 미용 산업이 장기적으로 성장 발전하기 위해서는 종사자 모두가 유능한 인재가 될 수 있게 해야 한다. 그러나 이런 개인의 능력과 근무환경의 체계적인 개선이 재교육을 활성화 시키며 효율적인 교육이 되도록 발전시키게 될 것이다.

제 5 장 결 론

미용 산업의 발전과 함께 헤어미용 산업이 발전하고 있고, 전문 직종으로 자리잡아가고 있음에도 다른 분야에 비해 일반직종에 비해 낮은 인식과 자기 스스로의 직업관이 낮고 아직까지 영세하고 체계적이지 못한 부분이 아직 남아있다. 이로 인하여 직무만족도가 낮고 이직률이 높은 직업종의 하나이다. 따라서 본 연구는 헤어미용재교육 실태를 조사하고 재교육 과정이 직무만족도, 근무환경에 어떠한 영향을 미치는지 파악하고 헤어미용 산업의 발전을 위해 효과적인 직무수행과 이직률을 낮추고 직무만족도를 높여 헤어미용 산업의 인식에 대한 향상과 전문 직종으로서 자리매김 하는데 도움이 되고자 하는데 연구목적이 있다.

본 연구는 헤어미용종사자의 재교육 현황과 발전 및 개선방안을 알아보기 위하여 서울, 경기지역에 거주하는 남, 여 헤어미용종사자를 대상으로 2012년 8월 1일부터 9월 14일까지 설문 조사를 실시하였다. 설문 조사는 무기명 작성방법을 이용하였다.

본 연구의 결과를 요약하면 다음과 같다. 첫째, 조사대상자의 성별은 여성이 많았고, 나이는 20대가 많았으며, 학력은 고졸이 많은 것으로 조사되었다. 근무지역은 서울지역이 많았고, 월수입은 300만원 이상이 많은 것으로 조사되었다. 둘째, 현재 직급은 헤어디자이너가 많았고, 총 헤어미용 경력은 3~6년 이상이 많았으며, 현재 근무 중인 미용실 형태가 프랜차이즈가 많은 관계로 직원 수가 10~20명이 많게 나타났다. 미용교육을 받은 기관은 사설 미용학원이 많았고, 하루 평균근무시간은 9~10시간이 많았으며, 이직경험이 있다는 응답자가 현저히 많게 조사되었다. 이는 장시간 근무와 관련이 있다 할 수 있다. 셋째, 헤어종사자의 재교육 현황에서 미용재교육을 매우 필요하다고 느낀 종사자가 많았고, 재교육을 받아본 경험이 있는 종사자가 현저히 많게 나타났다. 재교육을 받아본 경험이 있는 종사자중 1년간 재교육을 받은 횟수는 10회 이상이 많았고, 재교육 정보를 얻는 곳으로는 TV또는 온라인과 주변지인을 통해서가 근소한 차이로 많았으며, 재교육을 받는 가장 큰 목적은 현재 트렌드의 테크닉을 익혀 현장에

만영시키기 위해서가 많았다. 이는 유행에 민감한 특성이 있는 직종이기 때문이다. 재교육을 받은 교육기관은 전문재교육 기관이 많았고, 재교육을 받는 비용부담은 자기부담이 많았지만, 재교육비용을 본인이 부담하더라도 주기적은 교육을 받기를 원하는 것으로 나타났다. 교육을 받았던 교육 항목을 복수응답 중 커트가 많았고, 재교육을 통해 만족되었던 부분도 복수응답 중 기술향상과 서비스능력 향상이 근소한 차이로 많이 나타났다. 이는 고객의 서비스에 대한 인식이 향상이 이러한 결과를 낳았다고 볼 수 있다. 또한 재교육 무경험자 중 재교육을 받지 않은 이유는 시간적 문제가 많았고, 재교육을 받을 의향에 있다는 응답자가 거의 되었으며, 재교육을 받고 싶은 항목으로 스타일링이 많았다. 넷째, 재교육 개선 및 발전방안에서 현재 재교육 과정에서 개선되어야 할 점은 재교육을 받을 수 있는 시간적 여유가 필요로 하는 점이 많았고, 재교육환경개선을 위해 가장필요한 점으로는 재교육에 필요한 좀더 세심한 소모품제공이 많았으며, 가장 효과적인 재교육방법은 근무하는 직장 내에서 교육이 가장 필요하다고 응답하였다. 재교육 수강 시 어려운 점으로 장기간 근무로 인한 시간부족이 많았고, 재교육 후 직무만족도는 테크닉에 대한 자신감이 많아졌다는 응답이 많았다. 이렇게 재교육의 만족도는 높은 반면 장기간 근무로 인해 재교육을 효율적으로 받기 어렵다면 종사자의 근무환경개선이 더욱 시급한 문제임을 알 수 있으며 이를 개선하려는 노력이 절실히 필요하다.

본 연구는 미용 서비스의 구성요소인 종사자가 어떠한 방법으로 고객에게 어떠한 서비스를 제공하느냐에 따른 고객 만족을 이루어 내어 재방문 고객을 창출해 내는 특수성을 갖고 있는 헤어미용사들의 직무에 재교육의 현황을 알아보고 효율적인 개선방안을 알아보고자 하였다. 그런데 재교육의 필요성이 절실한 조사대상자는 시간적으로나 경제적인 여유가 없어 재교육을 적당한 시기에 제대로 받지 못하는 것이 안타까운 현실임을 인식할 수 있었다. 특히 시간적인 문제가 가장 크게 나타나는 이유는 직무의 특성상 장시간 근무하고 직접 고객을 응대하는 업무가 육체적, 정신적으로 스트레스를 가중 시키며 정기적인 휴무일이 정해져 있지 않고 자주 변동된다는 점이다. 또한 이런 미용 업무에 비하여 낮은 임금으로부터 시작하

여야 한다는 것은 앞으로 미용 산업에 관심을 갖는 이들에게도 큰 부담으로 여겨지고 있는 현실이다.

이런 점들이 미용 산업의 이직률을 높게 만드는 원인이다. 개점시간부터 폐점시간까지 종사하는 이들은 주5일 근무를 하고 근무시간을 다소 짧게 하는 종사자는 주6일 근무를 하는 방법을 모색해 보는 것도 이직률을 낮추는 좋은 방법이라 생각해 볼 수 있다. 이직률이 낮아져서 정해진 휴무일에 쉬게 된다면 재교육을 정기적으로 받을 수 있는 환경이 되고 정신적으로도 안정되게 교육을 받을 수 있지 않을까 생각된다.

본 연구를 하면서 재교육기관이나 프로그램에 관련된 의견이 많을 것 같았으나 재교육을 받고 싶은 종사자는 많았으나 시간적 문제로 인해 재교육이 활성화 되지 못하고 있다는 점이 무척 안타까웠다. 하루 빨리 근무환경 개선이 되어야 보다 나은 재교육 환경이 될 것이다.

본 연구의 결론은 헤어미용종사자들의 직무특성상 다양한 기술습득과 지식, 능력, 자신감, 책임감, 직업에 대한 긍지가 높을수록 스스로의 직무에 만족하고 이러한 만족이 이직률을 감소시키는데 많은 영향을 미친다는 것이다. 또한 미용 산업의 급속적인 발전으로 전문적 분야가 되어가고 있는 시점에서 내, 외적으로 체계적인 헤어미용재교육의 개선방안이 필요하며, 효율적인 재교육 활성화를 위해 종사자의 근무환경 개선이 이직률을 감소시킬 수 있는 방안이라 생각된다.

헤어종사자들의 재교육은 직무만족도와 이직에도 큰 영향을 미치므로 직무특성을 높이기 위한 체계적이고 효율적인 근무환경개선과 상호 정보를 공유할 수 있는 폭 넓은 방법의 연구가 필요하겠다.

이 연구의 제한점으로는 서울, 경기 지역의 미용실에 근무하는 헤어종사자 300명을 대상으로 하였으나 설문지 회수를 용이하게 하기 위해 주로 서울지역에 배포하였고 향후 연구에서는 지역적 범위를 넓혀 전국적으로 확대한 표본을 구성하여 조사가 이루어져야 할 것이다. 또한 본 연구를 하면서 미용인들의 근무환경 개선을 위한 설문을 더 구성하여 연구가 이루어져야 하고 형식적인 재교육이 아니라 종사자들에게 재교육에 집중할 수 있는 교육이 될 수 있도록 해야 하겠다.

미용 산업 중에서 헤어부분만을 대상으로 하였는데 향후 연구에는 피부 미용, 메이크업, 네일아트, 뷰티스타일리스트 등을 대상으로 한 다양한 미용분야의 연구도 이루어져야 할 것이다.



【참고문헌】

1. 국내문헌

- 김영한(1992), 『고객만족경영』, 서울 : 성림사
미용교재연구회(1995), 『미용종합이론』, 서울 : 유신문화사
백석현(1996), 『현대 인적자원 관리론』, 서울 : 법문사
이원우(2001), 『신인사관리론』, 서울 : 삼영사
이주영, 유의경, 김혜경, 이미경, 김재경, 이상근(2007), 『퍼머넨트 이론 및 실습』 서울 : 형설출판사
이학중(1998), 『인적자원관리 · 현대기업의 새 인사관리이론』

2. 학위논문

- 고경아(2004), 「미용인의 이직률 개선을 통한 미용업의 발전 방안 연구」, 중앙대학교 석사학위논문
권미윤(2002), 「우리나라 미용사들의 이직에 관한 연구」, 경희대학교 석사학위논문
김선희(2002), 「뷰티살롱 미용사의 재교육 실태조사」, 중앙대학교 석사학위논문
김영숙(2006), 「미용 산업 교육훈련 프로그램이 만족도에 미치는 영향에 관한 연구」, 서경대학교 석사학위논문
김종근(1997), 「뷰티살롱의 교육훈련 실태 및 개선방안에 관한 연구」, 숭실대학교 석사학위논문
박중천(1999), 「호텔서비스 평가에 관한 연구」, 동아대학교 박사학위논문
서은경(2001), 「미용사들의 이직요구에 관한 연구 - 직무 스트레스, 근골격계 증상을 중심으로」, 인제대학교 석사학위논문
송금선(2009), 「미용인의 재교육 실태에 관한 연구」, 대구한의대학교 석

사학위논문

- 송기옥(1998), 「서비스 조직에 있어서의 내부 마케팅 전략 연구 - 미용업을 중심으로」, 숙명여자대학교 석사학위논문
- 신원일(2006), 「예술치료사의 재교육 현황 및 욕구조사」, 명지대학교 석사학위논문
- 안은영(2004), 「교육훈련 만족도가 서비스 품질에 미치는 영향에 관한 실증적 연구」, 용인대학교 석사학위논문
- 오경은(2005), 「대학 부설평생교육원의 미용관련 고정 프로그램에 대한 수강생의 만족도 조사」, 이화여자대학교 석사학위논문
- 윤수용(2001), 「뷰티살롱 종사자의 직무특성 요인과 성과에 관한 연구」, 부경대학교 석사학위논문
- 이계숙(2022), 「미용인의 교육훈련실태 및 필요에 관한 조사연구」, 원광대학교 석사학위논문
- 이대천(2003), 「미용 산업의 경영전략에 대한 연구」, 한성대학교 석사학위논문
- 이미순(2007), 「미용 경영과 미용사 재교육의 방안연구 - 울산광역시를 중심으로」, 한남대학교 석사학위논문
- 이인희(2004), 「직업전문학교 미용과 교육과정에 관한 연구」, 용인대학교 석사학위논문
- 이지혜(2002), 「성인의 학습자 성자과정연구 - 미용인의 직업발달을 중심으로」, 서울대학교 박사학위논문
- 장미화(2003), 「미용사의 이직에 대한 관리자와 종사자의 시각차이 및 이직률 개선방안에 관한 연구」, 조선대학교 석사학위논문
- 정연분(2005), 「미용인의 자기주도 학습에 관한 연구」, 동의대학교 석사학위논문
- 허병희(2004), 「국내 미용업계 교육시스템 개선방안에 관한 연구」, 용인대학교 석사학위논문

3. 기타자료

미용경영아카데미(1997), 한국 생산성 본부
화장품 신문, 2003. 12.29.



【부 록】

< 설문지 >

안녕하십니까?

이 설문의 목적은 귀하의 헤어미용 재교육의 현황과 발전 방안에 대하여 알아보는 것입니다. 귀하의 답변은 통계분석을 통해 학위논문을 위한 연구 자료로만 활용할 것이며, 귀하의 개인정보는 법에 의해 보호될 것임을 약속드립니다.

설문에 응해주셔서 대단히 감사합니다.

2012년 8월

한성대학교 예술대학원

뷰티예술학과

연구자 : 김 주 연

지도교수 : 최 근 희 교 수

I. 다음은 귀하의 일반적 사항에 대한 질문입니다.

1. 귀하의 성별은?

① 남성

② 여성

2. 귀하의 연령대는?

① 20대

② 30대

③ 40대

④ 50대 이상

3. 귀하의 학력은?

- ① 고졸
- ② 전문대졸
- ③ 대졸
- ④ 대학원 이상

4. 귀하의 현재 근무지역은?

- ① 서울지역 ② 경기지역 ③ 기타

5. 귀하의 월평균 수입은?

- ① 100만원 미만
- ② 100만원 이상~150만원 미만
- ③ 150만원 이상~200만원 미만
- ④ 200만원 이~300만원 미만
- ⑤ 300만원 이상

II. 다음은 귀하의 미용경력 및 근무현황에 대한 질문입니다.

1. 귀하의 현재 직급은?

- ① 스텝
- ② 초급 디자이너
- ③ 디자이너
- ④ 실장
- ⑤ 원장

2. 귀하의 미용경력은?

- ① 3년 미만
- ② 3년 이상~6년 미만

III. 다음은 귀하의 재교육 현황에 대한 질문입니다.

1. 귀하는 미용 재교육이 필요하다고 느끼는가?

- ① 전혀 필요치 않다 ② 보통이다
- ③ 필요하다 ④ 매우 필요하다

2. 귀하는 재교육을 받아본 경험이 있는가?

- ① 예 (아래 3번으로) ② 아니오 (11번으로)

3. 귀하께서 받은 재교육 항목을 모두 체크하십시오(복수응답)

- ① 커트교육
- ② 컬러교육
- ③ 펌교육
- ④ 스타일링교육
- ⑤ 헤어케어, 두피케어(샴푸 포함)교육
- ⑥ 서비스교육

4. 귀하께서 최근 1년 동안 재교육을 받은 횟수는?

- ① 1~3회 ② 4~6회
- ③ 7회~10회 ④ 10회 이상

5. 귀하는 재교육에 관한 정보를 어디에서 가장 많이 얻고 있는가?

- ① 미용전문서적 ② 주변지인들을 통해
- ③ TV 또는 온라인 ④ 미용대학 또는 평생교육원
- ⑤ 기타

6. 귀하께서 재교육을 받는 가장 궁극적인 목적은?

- ① 기술향상
- ② 지식의 정보 및 수료증 취득을 위해

- ③ 현재 트렌드의 테크닉을 익히기 위해
- ④ 급여인상 및 승진을 위해
- ⑤ 보다 나은 고객서비스를 위해

7. 귀하께서 재교육을 받은 교육기관은?

- ① 현재 근무지
- ② 전문 재교육기관
- ③ 기타 (개인사사, 유학 등)

8. 귀하께서 재교육을 받을 때 비용지원은?

- ① 자기부담
- ② 직장 내 지원

9. 귀하께서는 재교육 훈련의 적절한 시기는 언제라고 생각하는가?

- ① 입사직후
- ② 승진 전·후
- ③ 주기적으로
- ④ 새로운 신기술 도입, 유행 시

10. 귀하께서 재교육을 통하여 만족되었던 부분은 어떤 부분인가?(복수응답)

- ① 기술향상
- ② 서비스능력의 향상
- ③ 유행흐름의 파악
- ④ 고객의 다양한 요구에 부응
- ⑤ 미용인으로서의 전문적인 지식의 향상

<11번~13번까지는 재교육 경험이 없다고 응답한 사람만 답하여 주십시오.>

11. 귀하께서 재교육을 받지 않은 이유는?

- ① 시간적 문제
- ② 금전적 문제
- ③ 재교육의 정보부족
- ④ 필요성을 못 느낌
- ⑤ 기타

12. 귀하가 재교육을 받을 기회가 생긴다면 받을 의사가 있는가?

- ① 예
- ② 아니오

13. 귀하께서 재교육을 받는다면 어떤 교육을 가장 우선적으로 희망하는가?

- ① 커트교육
- ② 컬러교육
- ③ 서비스교육
- ④ 스타일링교육
- ⑤ 펌교육
- ⑥ 모발, 두피케어교육

IV.	다음은 귀하의 재교육 개선 및 발전방안에 대한 질문입니다.
------------	----------------------------------

1. 귀하께서 현 재교육과정상 가장 개선되어야 할 점은 무엇이라 생각하는가?

- ① 재교육을 받을 수 있는 충분한 시간
- ② 재교육에 필요한 비용 부담
- ③ 다양한 재교육 프로그램 개선
- ④ 재교육 강사의 자질
- ⑤ 기타

2. 귀하께서 재교육환경개선을 위해 가장 필요한 점은 무엇이라 생각하는가?

- ① 빠른 정보력을 공유할 수 있는 시스템 구축
- ② 재교육 공간의 확보
- ③ 재교육에 필요한 소모품 제공
- ④ 재교육 기관의 확대
- ⑤ 기타

3. 귀하께서 생각하는 가장 효과적인 재교육 방법은?

- ① 직장 내에서 교육
- ② 대학 또는 평생교육원에서 재교육
- ③ 해외연수
- ④ 사설 전문재교육 기관
- ⑤ 온라인 교육

4. 귀하께서 재교육 수강 시 어려움을 느꼈다면 어떤 이유인가?

- ① 교육의 필요성과 목적의식에 대한 인식부족
- ② 장시간 근무로 인한 시간부족
- ③ 잦은 이직으로 인한 인원부족
- ④ 교육비에 대한 부담
- ⑤ 기타

5. 재교육 후 귀하의 직무만족도는?

- ① 테크닉에 대한 자신감이 생겼다.
- ② 고객의 서비스와 프로그램이 잘 매치 되었다.
- ③ 고객과의 불만족상황을 훨씬 유연히 대처할 수 있게 되었다.
- ④ 직업에 대한 자긍심이 생겼다.
- ⑤ 근무실적 및 직위가 향상 되었다.

6. 국내 헤어 미용 재교육의 발전을 위해 좋은 의견이 있으시면 기록해 주십시오.

()

- 끝까지 성실히 답변해 주셔서 대단히 감사합니다 -



ABSTRACT

The Current of Beauty Re-education and the Improvement Scheme - Focused on Hair Beauty-

Kim, Ju Yeon

Major in Hair Design

Dept. of Beauty Art & Design

Graduate School of Arts

Hansung University

Consumers as their beauty interests and demands are high in Korea respond quickly towards the social and cultural trend which is influenced by fast growing mass media including television programmes, radio channels, movies and internet accesses in Korea's technically advanced contemporary society. The beauty industry in Korea is also required sensitivity, diversity, creativity and individuality. For these reasons the hair beauty treatment is also fast growing industry in Korea and it is expanding quantitatively and qualitatively, however, the hair beauty professions are unsatisfied with their working conditions which could be led to the confliction between employers and their turnover rate is increasing due to such conditions. The systematic re-education of hair beauty is reviewed here and the research covers the job characteristics of hair beauty professions, the study on the effects of satisfaction of work conditions and the employee turnover

rate on the re-education to check up on the current situation of the re-education and to vitalize the condition. The results of the research can be summarized as follows.

First, hair beauty professions are females in their 20's with high school diplomas in general, however, in comparison with the recent researches more and more college graduates are gradually increasing.

Second, the characteristics of the working environment and career in the hair beauty industry were researched as follows. There are 3 to 6 years experienced hair designers working in average, 10 to 20 staff are employed as franchise salons are in common in Korea and there is also quite a high turnover of staff in the industry due to more than 10 average working hours.

Third, as the current re-education conditions, most of hair beauty design institutes are running privately and there is a need of the re-education for the application of current trend and regular re-education. It is also much needed.

And the last the improvement and development ways of the re-education are found as below. Due to the high demands of working hours, the professions are willing to have the re-education at their working places as for their shortage of time. The research also found that the re-education of the professions could support their work performances, the advancement and the relationship between customers.

In conclusion, the higher the competence, self-esteem and with a variety of skills and expertise, the more professions feel the necessity of re-education which lower the turnover rate with the job satisfaction. Such findings will support to provide a better work environment for the hair beauty professions and the hair beauty industry will also be invigorated.

【key words】

beauty re-education, hair beauty re-education, job satisfaction, turnover.

