

석사학위논문

뷰티와싱 관리행동이 자아효능감과
대인관계에 미치는 영향

2020년

한 성 대 학 교 예 술 대 학 원

뷰 티 예 술 학 과

뷰티에스테틱전공

모 현 숙

석사학위논문
지도교수 이준숙

뷰티왁싱 관리행동이 자아효능감과
대인관계에 미치는 영향

The Effect of Beauty Waxing Management
Behavior on Self-Efficiency and
Interpersonal Relationship

2019년 12월 일

한성대학교 예술대학원

뷰티예술학과

뷰티에스테틱전공

모현숙

석사학위논문
지도교수 이준숙

뷰티왁싱 관리행동이 자아효능감과
대인관계에 미치는 영향

The Effect of Beauty Waxing Management
Behavior on Self-Efficiency and
Interpersonal Relationship

위 논문을 예술학 석사학위 논문으로 제출함

2019년 12월 일

한 성 대 학 교 예 술 대 학 원

뷰 티 예 술 학 과

뷰티에스테틱전공

모 현 숙

모현숙의 예술학 석사학위 논문을 인준함

2019년 12월 일

심사위원장 _____(인)

심사위원 _____(인)

심사위원 _____(인)

국 문 초 록

뷰티와싱 관리행동이 자아효능감과 대인관계에 미치는 영향

한 성 대 학 교 예 술 대 학 원
뷰 티 예 술 학 과
뷰 티 에 스 테 틱 전 공
모 현 숙

현대인들은 매스미디어의 영향으로 외모에 대한 사회적 가치와 획일화된 미의 기준으로 외적인 아름다움과 내적인 건강도 추구하게 되었다. 이러한 흐름에 맞춰 제모 또한 뷰티산업의 한 축을 이루며, 뷰티와싱이 외모관리의 한 행동이라는 측면을 고려할 때 뷰티와싱 시장의 개선 방향과 활성화에 기여하고자 한다.

따라서 본 연구에서는 뷰티와싱 관리행동이 자아효능감과 대인관계에 미치는 영향 관계를 알아보고자 서울, 경기 등 수도권에 거주하는 10대~50대 남녀를 설문조사하였다. 자료 수집은 리커트 5점 척도로 구성된 5개 요인의 30문항과 일반적 특성 8개 문항으로 구성된 설문지를 활용하여 420부의 연구에 필요한 자료를 수집하여 383부의 설문지를 자료 분석에 활용하였다.

자료 분석은 통계패키지 SPSS 22.0 버전을 활용하여 조사대상자의 일반적 특성 및 응답 수준을 파악하기 위해 빈도분석 및 기술통계 분석을 실시하여, 측정항목들의 정규분포를 확인하였다. 탐색적 요인분석을 통해 타당도와 신뢰도를 저해하는 항목들을 정제하여 집중타당도와 판별타당도를 확보했으며,

Cronbach's α 계수를 활용하여 신뢰도 분석을 실시하였다.

본 연구의 결과는 다음과 같다.

첫째, 독립변수인 외모지향, 뷰티와싱인식, 행복감과 매개변수인 자아효능감은, 종속변수인 대인관계가 일반적 기준을 상회하고 있어 신뢰도가 확보되었다.

둘째, 상관관계 분석을 실시한 결과, 외모지향은 자아효능감과 상관계수가 가장 높게, 뷰티와싱인식은 대인관계와 행복감은 자아효능감이 가장 높게 나타났고, 자아효능감과 대인관계는 서로 간에 가장 높은 상관관계를 보였다.

셋째, 개인별 특성에 따른 차이 검정을 실시한 결과, 성별에 따라 여성이 외모지향에서만 유의한 차이가 나타났으며, 연령에서는 대인관계에서만 10~20대의 젊은 층에서, 결혼 여부에서는 미혼이 외모지향과 자아효능감 및 대인관계에서 유의한 차이를 나타냈다. 교육수준에서는 외모지향과 뷰티와싱인식에서 대학원졸 이상이, 직업에서는 모든 변수에서 유의한 차이를 나타냈으며, 전문직의 수치가 가장 높았다. 월평균 수입에서는 소득이 높을수록 뷰티와싱인식과 자아효능감 및 대인관계에서 유의한 차이가 나타났으며, 외모관리비용은 행복감을 제외한 네 개의 변수에서 유의한 차이를 나타냈고, 외모관리비용이 높을수록 높은 수치를 나타냈다. 거주 지역에 있어서는 자아효능감과 대인관계에서 유의한 차이를 나타냈다.

넷째, 뷰티와싱 관리행동과 대인관계에 대한 가설검정을 위해 다중회귀분석을 실시한 결과, 외모지향과 뷰티와싱인식, 행복감의 신뢰수준이 유의한 영향을 미치는 것으로 나타났다.

다섯째, 뷰티와싱 관리행동과 매개변수인 자아효능감에 대한 가설검정을 위해 다중회귀분석을 실시한 결과, 외모지향, 뷰티와싱인식의, 행복감의 신뢰수준이 유의한 영향을 미치는 것으로 나타났다.

여섯째, 자아효능감과 대인관계에 대한 가설검정을 위해 단순회귀분석을 실시한 결과, 자아효능감의 신뢰수준이 대인관계에 유의한 영향을 미치는 것으로 나타나 자아효능감이 높을수록 대인관계가 높아지는 것으로 나타났다.

일곱째, 뷰티와싱 관리행동과 대인관계의 영향관계에서 자아효능감의 매개효과에 대한 가설검정을 분석한 결과, 외모지향, 뷰티와싱인식, 행복감은 유의미하게 감소하였는바, 외모지향, 뷰티와싱인식, 행복감이 대인관계에

미치는 영향관계를 자아효능감이 부분적으로 매개하고 있는 것으로 나타났다.

이상을 종합해 보면 외모지향, 뷰티확신인식, 행복감의 수준이 증가하면서 자신의 일에 대한 능력과 대인관계 향상에 긍정적인 영향 관계가 있다는 것을 확인할 수 있다. 외모에 대한 관리행동이 소비자의 개인별 특성에 따라 소득과 외모관리비용이 높을수록 자아효능감과 대인관계에 높은 영향을 미치므로 외모의 중요성이 부각되는 현대사회에서 이를 보조하는 뷰티확신은 외적인 미(beauty)에 대한 관심의 외모관리행동으로서 확신시장의 규모를 확산시키고 있기 때문에 향후 전망이 밝다는 것을 알 수 있다.

【주요어】 뷰티확신, 외모지향, 뷰티확신인식, 행복감, 자아효능감, 대인관계

목 차

| | |
|-------------------------|----|
| 제 1 장 서 론 | 1 |
| 제1절 연구의 배경 및 목적 | 1 |
| 제2절 연구문제 | 3 |
| 제3절 주요 용어의 정의 | 4 |
| 제4절 논문의 구성 | 6 |
| 제 2 장 이론적 배경 | 7 |
| 제1절 뷰티와싱 | 7 |
| 제2절 자아효능감 | 16 |
| 제3절 대인관계 | 20 |
| 제4절 선행연구 관련 논문 | 24 |
| 제 3 장 연구의 설계 및 방법 | 33 |
| 제1절 연구모형 | 33 |
| 제2절 연구가설 | 34 |
| 제3절 변수의 조작적 정의 | 35 |
| 제4절 설문지 구성 | 38 |
| 제5절 자료수집 및 분석방법 | 39 |
| 제 4 장 연구결과 | 41 |
| 제1절 표본의 일반적 특성 | 41 |
| 제2절 측정항목의 기술통계 분석 | 44 |
| 제3절 타당도 및 신뢰도 분석 | 46 |
| 제4절 측정변수의 기술통계 | 53 |
| 제5절 가설검정 | 64 |
| 제 5 장 결 론 | 81 |

| | |
|------------------------|----|
| 제1절 요약 및 결론 | 81 |
| 제2절 연구의 한계점 및 제언 | 83 |
| 참 고 문 헌 | 84 |
| 부 록 | 91 |
| ABSTRACT | 96 |

표 목 차

| | |
|---|----|
| 〈 표 2-1 〉 뷰티와싱 선행연구 | 27 |
| 〈 표 2-2 〉 자아효능감과 대인관계 선행연구 | 31 |
| 〈 표 3-1 〉 뷰티와싱 관리행동의 조작적 정의 | 36 |
| 〈 표 3-2 〉 자아효능감의 조작적 정의 | 36 |
| 〈 표 3-3 〉 대인관계의 조작적 정의 | 37 |
| 〈 표 3-4 〉 설문지 구성 | 38 |
| 〈 표 3-5 〉 자료수집 방법 | 40 |
| 〈 표 4-1 〉 표본의 일반적 특성 | 42 |
| 〈 표 4-2 〉 개별 측정항목의 기술통계 분석 결과 | 44 |
| 〈 표 4-3 〉 측정변수의 KMO와 Bartlett의 검정 | 48 |
| 〈 표 4-4 〉 탐색적 요인분석 결과 요약 | 49 |
| 〈 표 4-5 〉 신뢰도 분석 결과 | 51 |
| 〈 표 4-6 〉 타당도 분석 및 신뢰도 분석 요약 | 52 |
| 〈 표 4-7 〉 측정변수의 기술통계 분석 | 53 |
| 〈 표 4-8 〉 상관관계 분석 | 54 |
| 〈 표 4-9 〉 성별에 따른 변수의 차이 검정 | 56 |
| 〈 표 4-10 〉 연령에 따른 차이 검정 | 57 |
| 〈 표 4-11 〉 결혼 여부에 따른 변수의 차이 검정 | 58 |
| 〈 표 4-12 〉 교육수준에 따른 변수의 차이 검정 | 59 |
| 〈 표 4-13 〉 직업에 따른 변수의 차이 검정 | 60 |
| 〈 표 4-14 〉 월평균 수입에 따른 변수의 차이 검정 | 61 |
| 〈 표 4-15 〉 외모관리비용에 따른 변수의 차이 검정 | 62 |
| 〈 표 4-16 〉 거주 지역에 따른 변수의 차이 검정 | 63 |
| 〈 표 4-17 〉 독립변수와 종속변수(대인관계)간 모형요약 | 65 |
| 〈 표 4-18 〉 독립변수와 종속변수(대인관계)간 분산분석 | 65 |
| 〈 표 4-19 〉 독립변수와 종속변수(대인관계)간 계수 | 65 |
| 〈 표 4-20 〉 독립변수와 종속변수(대인관계)간 분석 결과 요약 | 67 |

| | |
|--|----|
| 〈 표 4-21 〉 독립변수와 종속변수(대인관계)에 대한 가설검정 결과 | 68 |
| 〈 표 4-22 〉 독립변수와 종속변수(자아효능감)간 모형요약 | 68 |
| 〈 표 4-23 〉 독립변수와 종속변수(자아효능감)간 분산분석 | 69 |
| 〈 표 4-24 〉 독립변수와 종속변수(자아효능감)간 계수 | 69 |
| 〈 표 4-25 〉 독립변수와 종속변수(자아효능감)간 분석 결과 요약 | 70 |
| 〈 표 4-26 〉 독립변수와 종속변수(자아효능감)에 대한 가설검정 결과 | 71 |
| 〈 표 4-27 〉 독립변수와 종속변수(대인관계)간 모형요약 | 71 |
| 〈 표 4-28 〉 독립변수와 종속변수(대인관계)간 분산분석 | 72 |
| 〈 표 4-29 〉 독립변수와 종속변수(대인관계)간 계수 | 72 |
| 〈 표 4-30 〉 독립변수와 종속변수(대인관계)간 분석 결과 요약 | 73 |
| 〈 표 4-31 〉 독립변수와 종속변수(대인관계)에 대한 가설검정 결과 | 74 |
| 〈 표 4-32 〉 매개효과 1,3단계(독립변수+매개변수→종속변수) 모형요약 ... | 75 |
| 〈 표 4-33 〉 매개효과 1,3단계(독립변수+매개변수→종속변수) 분산분석 ... | 75 |
| 〈 표 4-34 〉 매개효과 1,3단계(독립변수+매개변수→종속변수) 분석 계수 · | 76 |
| 〈 표 4-35 〉 매개효과분석 결과 요약 | 78 |
| 〈 표 4-36 〉 자아효능감의 매개효과 가설검정 결과 | 78 |
| 〈 표 4-37 〉 연구가설 검정결과 요약 | 80 |

그림 목 차

| | |
|---|----|
| [그림 2-1] 효능감 기대와 결과 기대 | 16 |
| [그림 3-1] 연구모형 | 33 |
| [그림 4-1] 뷰티약싱 관리행동과 대인관계에 대한 가설검정 결과 | 67 |
| [그림 4-2] 뷰티약싱 관리행동과 자아효능감에 대한 가설검정 결과 | 70 |
| [그림 4-3] 자아효능감과 대인관계에 대한 가설검정 결과 | 73 |
| [그림 4-4] 연구모형 검증 결과 | 79 |

제 1 장 서 론

제 1 절 연구의 배경 및 목적

뷰티(Beauty)는 사람의 감성을 자극하는 인자로서 아름답고 건강한 외모는 급변하는 현대사회를 살아가는 대인관계 속에서 외모도 능력으로 평가받는 시대에 개인의 차별화를 나타내고 우리 삶에 영향을 미치는 중요한 요인으로 작용하고 있으며 인간의 감각을 매개로 얻을 수 있는 기쁨과 즐거움 등 근원적 체험을 주는 아름다움을 뜻한다. 또한 자신의 외모를 관리하고 만족하는 일은 자아존중감에도 영향을 주어 내면의 상태가 그대로 드러나기 때문에 현대인들은 외모관리 향상에 끊임없는 노력과 높은 관심을 가지고 있다.

실제로 미국의 사회심리학자 앨버트 메라비언이 제시한 메라비언의 법칙에 따르면, 상대방의 첫 이미지를 판단하는 기준 중에 언어가 차지하는 비율은 고작 7%에 불과하고, 목소리는 38%, 외적으로 보이는 시각적 이미지는 무려 55%에 이르기 때문에 첫인상을 판단하는 요소에서 ‘외적모습’이 결정적이라는 의미로 볼 수 있다(김주미, 2016).

취업 포털사이트가 기업담당자 273명을 대상으로 ‘외모가 면접에 영향을 주는 정도’에 대해 설문조사한 결과, 84.2%가 ‘지원자의 겉모습이 평가에 영향을 미친다.’고 답했고 57%에 해당하는 131명이 ‘스펙이 조금 부족해도 외모가 뛰어난 지원자에게 가산 점수를 주거나 합격시킨 경험이 있다’고 답해 외모를 중시하는 사회 풍조를 여실히 반영하는 결과를 나타냈으며, 외모를 중요한 평가요소로 포함한 이유에 대해 ‘인상에 따라 신뢰도가 달라져서’라고 50.9%가 복수응답을 하였으며, ‘자기관리를 열심히 하는지 알 수 있어서’라고 32.6%, ‘외모가 대인관계에 영향을 미쳐서’라고 28.7%, ‘외모도 경쟁력이라서’라고 21.7%의 사람들이 답한 것으로 나타났다(장혜선, 2014). 꾸준한 외모 관리는 대인관계에 긍정적인 평가를 주기 때문에 일에 대한 능력이나 신뢰감에 영향을 주어 적절한 이미지 관리는 경쟁력이라는 믿음을 주고 있다.

‘좋은 외모란 어느 정도의 외모일까?’라는 물음에 대부분의 사람들은 연예인처럼 뛰어난 외모를 지닌 톱 배우들을 떠올릴 것이다. 저마다 이상적인 기준으로 생각하는 ‘좋은 외모’는 다르며 외모의 만족감을 느끼는 정도도 차이가 있을 것이다. 그러나 ‘기본 좋은 외모’ 즉 ‘호감을 주는 외모’의 기준은 분명하다. 호감을 주는 외모의 조건은 많은 돈을 들이지 않아도 자신의 의지와 노력으로 이루어 질 수 있으며 외모에 대한 관심과 관리의 삶의 가치를 높이는 점에서 매우 중요한 일이다. 외모에 대한 사회적 요구가 증가하면서 미 (beauty)에 관련된 뷰티 산업 역시 꾸준히 발전 및 성장하였으며, 아름다운 외적 이미지를 관리하기 위한 방법도 다양화 · 세분화되고 있다. 이러한 사회문화적 흐름에 맞춰 뷰티 산업은 피부 표면에 존재하는 모(毛)에 대한 관심으로 이어지면서 자연스럽게 제모가 함께 주목을 받고 있다. 뷰티산업의 지속적인 성장이 예측되는 상황에서 뷰티와싱은 새로운 뷰티서비스 산업의 트렌드로서 관심의 대상이 되고 있다.

많은 선행연구 결과에서도 외모에 대한 관심이 높을수록 외모지향 수준도 증가해지고, 외적 아름다움을 유지하기 위해 외모관리행동도 더욱 많이 하는 것으로 나타났으며, 그 만큼 외모관리는 현대인들에게 있어 필수적 요소로 외모향상을 통해 타인에게 자신의 이미지를 내면화 시키려는 행동을 하게 할 뿐 아니라 자신의 외모를 한층 더 아름답고 매력적으로 만들고자 하는 이들의 적극적인 마음은 여러 가지 뷰티관리행동을 하게 하는 동기를 만들고, 자신이 바라는 외모를 갖기 위해 시간과 비용을 들여 노력하고 사회 전체적으로 일반화 되어 이런 추세는 성별과 연령에 제한되지 않고 높은 관심으로 소비 역시 증가하고 있다(김인옥, 2019).

따라서 본 연구의 목적은 이미지 향상에 대한 관심이 높아지고 있는 현대 사회에서 단순히 아름다운 외모만을 추구하기 위함뿐 아니라 뷰티와싱 관리행동의 하위변수인 외모지향, 뷰티와싱인식, 행복감이 자아효능감과 대인관계에 미치는 영향을 알아보고, 뷰티와싱 관리행동이 대인관계에 미치는 영향 관계에서 자아효능감의 매개효과를 검증해 보고자 한다. 이를 분석하여 뷰티산업과 와싱시장의 효과적인 마케팅을 위한 기초자료를 제공하고자한다.

제 2 절 연구문제

본 연구는 뷰티와싱 관리행동, 자아효능감, 대인관계 등에 따른 변인의 차이가 미치는 영향이 어떠한가에 대해 분석하고자 한다. 이러한 목적을 위해 다음과 같이 연구문제를 설정하였다.

- 〈연구문제 1〉 뷰티와싱 소비자의 개인별 특성에 따라 뷰티와싱 관리행동이 다른 것인가?
- 〈연구문제 2〉 뷰티와싱 관리행동은 자아효능감과 대인관계에 어떤 영향을 미칠 것인가?
- 〈연구문제 3〉 뷰티와싱 관리행동과 자아효능감 및 대인관계의 요인 간 상관관계는 어떠한 것인가?

제 3 절 주요 용어의 정의

1) 뷰티와싱 관리행동

가) 외모지향

외모는 사람의 나이, 성별, 인종 등 다른 사람을 식별할 수 있는 정보원으로 현대 사회에서 대중의 관심은 외모에 집중되어 있는바, 외모지향은 개인이 자신의 외모를 중요시하고 외모에 관심을 가지고 열중할 뿐만 아니라 자신의 외모를 유지 및 향상시키기 위해 노력하는 적극적이고 능동적인 경향이라고 정의한다.

나) 뷰티와싱인식

숨털이나 피지로 인하여 얼굴의 메이크업이 잘 받지 않는 경우나 미관상 노출이 많은 부위를 보다 부드럽고 윤택하게 하기위한 목적으로 Body의 헤어라인, 이마, 눈썹, 인종, 겨드랑이, 팔다리 등 신체의 털을 왁스를 이용하여 제거하는 것으로 와싱에 대해 소비자가 인식하는 가격, 위생, 외모관리 효과, 와싱샵의 전문성, 개성표출 정도, 긍정적인 인식 등으로 정의한다.

다) 행복감

즐거움, 기쁨, 만족스러움 등의 긍정적인 정서로서, 명확한 목표설정을 통한 활동과 성취감을 느끼고 활력 있는 생활의 정도 등으로 정의한다.

2) 자아효능감

주어진 과제와 관련하여 긍정심리자본의 하나인 자아효능감은 성공적으로 과업을 수행하는데 필요한 행위들을 구체적으로 조직 및 실행해 나가는 자신의 능력에 대한 자신감으로서, 어떤 행동이나 활동을 성공적으로 수행할 수 있는 자신의 역량 또는 능력에 대한 신념체계 혹은 도전정신 등으로 정의한다.

3) 대인관계

인간관계를 긍정적으로 이끌어 갈 수 있는 언어적 혹은 비언어적 행동으로서, 원만한 의사소통, 상호작용 및 사람들과의 교류에 있어 긴밀하고 지속적인 정도 등으로 정의한다.

제 4 절 논문의 구성

본 논문의 구성은 다음과 같다.

첫째, 서론에서는 본 연구가 이루어진 배경 및 목적, 연구문제, 주요 용어의 정의, 논문의 구성에 대하여 서술하였다.

둘째, 이론적 배경에서는 뷰티와싱, 자아효능감, 대인관계의 개념과 구성 요인, 선행연구 관련 논문을 정리하여 연구의 방향성을 서술하였다.

셋째, 연구의 설계 및 방법에서는 연구모형, 연구가설, 변수의 조작적 정의, 설문지 구성, 자료수집 및 분석방법에 대하여 서술하였다.

넷째, 연구결과에서는 연구문제에 따른 일반적 특성, 기술통계 분석, 타당도 및 신뢰도 분석, 상관관계 분석, 개인별 특성에 따른 차이검정, 가설검정을 통한 결과의 내용을 제시하고 결과를 도출하였다.

다섯째, 결론에서는 연구내용을 종합하여 요약정리하고 향후 연구방향에 대한 한계점 및 제언을 서술하였다.

제 2 장 이론적 배경

제 1 절 뷰티왁싱

1) 뷰티왁싱

왁싱이란 왁스를 녹여 원하는 신체의 모(毛)를 위생을 위해 또는 미용상 일시적으로 제모를 하는 것이다(이영숙, 2017). 제모(除毛)란 동물, 특히 사람의 몸으로부터 체모를 제거하는 행위를 말하며 디플레이션(Depilation)과 에필레이션(Epilation)으로 크게 나누어 볼 수 있으며, 디플레이션은 피부표면 위의 체모를 제거하는 것으로 면도가 이에 속하며, 에필레이션은 피부 아래 부분을 포함한 모든 체모를 없애는 것으로 뷰티왁싱, 레이저, 전기분해가 이에 속하며, 수세기동안 인간의 문화 속에서 쓰인 방법으로 그 방식들은 다양하다(김나연, 2016).

뷰티왁싱은 속눈썹을 제외한 신체의 모든 부분에 적용이 가능하며 오랫동안 사용했던 부위는 모발의 모근이 파괴되어 점차적으로 모발이 적게 난다(안정려, 2016). 또한 왁싱은 솜털이나 각질과 피지로 인하여 얼굴의 메이크업이 잘 받지 않는 경우나 미관상 노출이 많은 부위를 보다 부드럽고 윤택하게 만들 수 있는 효과도 있고 단순히 털을 제거하는 기능을 넘어서 피부표면에 각질을 제거하여 매끈한 피부를 유지시킬 수 있다는 장점이 있어, 여성들뿐 아니라 최근 남성들에게도 점차 왁싱에 대한 관심이 증가하고 있다(이가영, 2018).

제모 기술의 발달로 요즘은 레이저를 이용해 짧게는 5분에서 길게는 30여분 정도로 영구적인 제모 방법이 있지만 레이저 치료는 성장기와 퇴행기 일부의 모(毛)를 제거하기 때문에 우리 몸의 모(毛)의 성장 단계에 맞추어 3~5회 치료가 필요하며 짧게는 3개월에서 길게는 5개월 정도의 치료기간이 소요된다(이애순, 2015).

최근에는 레이저 제모가 영구적인 제모라는 특성으로 대중에게 알려져 있으며 일반화되고 있지만 개개인에 따라 모낭의 밀도 변화가 다르기 때문에 완벽한 제모를 위해서는 5~10회 정도의 시술을 필요로 하며 추후에 다시 헤어를 재건 할 수 없기 때문에 신중한 판단에 의해 의사를 결정해야 한다는 것을 반드시 인지해야 한다(이유림, 2014). 이러한 점을 보완한 왁싱은 모근까지 완벽하게 제거하며, 얼굴, 비키니라인 등 예민한 부분으로 인한 스트레스를 최소화 할 뿐 아니라 관리 후의 효과는 부위별로 2~6주까지 지속되므로 최근 들어 가장 내추럴한 방법이면서 결과 또한 만족스러워 현대인이 가장 선호하는 모발관리를 받는 방법이 왁싱이다(이애순, 2015).

뷰티왁싱의 역사를 살펴보면, 원시시대에는 모(毛)가 몸을 보호하는 역할을 주로 하다가 인류가 점점 진화됨에 따라 불필요한 모(毛)는 퇴화되었고 제모가 시작되었으며, 고대 이집트에서는 덥고 습한 기후적 특성에 의해서 시원함을 유지하거나(신은하, 2018) 위생적 측면에 제모를 하였으며, 더불어 제모는 신분의 높낮이를 나타내는 척도여서 남녀 모두 온몸의 모(毛)를 제거하였다(박규미, 2011). 고대 이집트의 신전 종사자들은 제식의 일부로 제모를 했다고 하며, 고고학자들이 발굴한 유물에서 인류 최초의 면도칼로 여겨지는 부싯돌이 발견되었으며 이와 함께 모(毛)를 하나씩 뽑는 족집게 역할을 하는 조개껍질도 발견되었다(여혜연, 임이라, 이종신., 2012). 이집트 여인들에게 모(毛)가 없는 매끈한 피부는 미와 젊음, 순결을 의미하였고, 그리스인들이 남긴 조각상을 살펴보면, 여성들의 조각상은 체모 하나 없는 매끈한 피부임을 발견할 수 있다(손혜숨, 2016). 고대그리스, 로마시대로 접어들면서 여자의 음모를 제거하는 것이 유행 했는데 불셀라(Volsella)라 불리는 집게를 이용해 모(毛)를 하나하나 뽑았으며, 모(毛)를 태우는 방식도 사용하였다(신은하, 2018).

로마시대에는 매끄러운 살결을 위해 비소를 이용한 탈모제를 사용하였고, 송진을 이용한 왁싱이 처음 시작되었다(박규미, 2011). 중세와 르네상스 시대의 여성들 사이에는 당시 유행하던 가발과 화장을 돋보이게 하고 고귀함의 상징인

넓은 이마를 만들기 위해 모(毛)를 제거하는 것은 일반적이었으며, 두개골 상부의 모발을 뽑거나 박쥐, 개구리의 피, 유독한 당근 즙, 양배추를 태운 재를 식초에 담근 것 등과 같은 이물질들을 발라 모발이 다시 자라지 못하도록 하였다(신은하, 2018).

1900년대 초, 킹 캠프 질레트(King Camp Gillette)가 오늘날의 안전면도기를 개발하였으며 이후 면도가 안전한 제모 방법으로 자리 잡게 되었고, 또한 질레트는 ‘겨드랑이에 털이 있는 여성은 여성답지 않다’는 광고를 냄으로써 근대 여성들의 털 혐오감을 부채질하기도 하였다(이미림, 2016). 왁싱에 대한 관심이 높아지게 된 것은 1940년대 미국에서 불어온 비키니 열풍으로 이는 왁싱이 세계적으로 유명해지는 계기가 되었고, 이후 다양한 종류의 왁싱이 등장하게 된다(황정운, 2014). 현대 사회에서의 제모는 더 이상 여성만의 고유 영역이 아니며 과거에는 남성들에게 털은 남성미를 나타내는 대표적인 요소였으나 요즘 시대에는 남자들도 깨끗하고 반듯한 이미지를 선호하면서 털은 남성미를 부각하기보다 깔끔하지 못한 인상을 주게 되었기 때문에 이제는 청결함이 우선인 시대가 되었고 요즘 사회에서는 남녀노소를 가리지 않는 많은 계층의 사람들이 제모에 관심을 가지고 있다(이미림, 2016).

왁싱을 시술하기 전 시술자와 시술부위를 반드시 소독을 하고 피부의 유·수분을 제거하여 피부탈락을 방지한다(이영숙, 2017). 왁싱은 왁스를 활용하여 제모하는 방법으로 종류는 소프트 왁싱, 하드 왁싱, 슈가링 왁싱으로 나눌 수 있으며 그 내용은 다음과 같다(양화영, 2015). 소프트 왁싱은 70~90℃이상 고온에 녹이면서 하는 왁싱을 말하는 것으로서 나무스틱이나 메탈 스틱을 이용하여 왁싱 할 부위에 얇게 바른 후 부직포를 이용하여 모를 제거 하는 왁싱을 말하며, 소프트 왁스는 넓은 부위와 두께가 얇은 모(毛)를 제거 하기에 좋은 왁스이다(오희경, 2016). 소프트 왁싱은 일반적으로 많이 사용하고 있으며 얼굴, 팔, 다리, 배 등 신체의 어떤 부분에도 사용 가능하며 접착성이 강한 왁스로 피부자극에 예민하지 않는 부위에 많이 사용되고 있으며, 높은 온도에서 왁스를 녹이며 사용하기 때문에 항상 온도를 체크해서 고객이

화상을 입지 않도록 주의한다(오회경, 2016).

하드 왁싱은 주성분이 밀랍성분의 왁스로 두꺼운 모(毛)를 제거하기 좋은 왁스이다. 40~60℃ 온도에서 녹는 왁스로써 제모 부위에 두껍게 발라서 일정한 시간이 흐른 후 마르면 왁스 자체를 뜯어낸다(오회경, 2016). 피부의 자극이 최소화 되어 피부가 약한 부위에 사용 가능하고 녹는점이 낮아 화상의 위험을 줄일 수 있으며, 얼굴 전용이므로 미세한 모(毛)까지 세세하게 제거되며 왁스가 너무 많이 굳으면 뜯는 과정에서 왁스가 끊어질 수 있기 때문에 주의를 요한다(안정려, 2015). 하드왁스를 사용하기 가장 좋은 부위는 얼굴(헤어라인, 눈썹, 인중), 비키니라인, 겨드랑이, 구렛나루 등 예민하고, 얇은 피부에 많이 이용되며 건조한 피부에 효과적이다.

슈가링 왁싱은 인체온도와 동일한 36.5℃로 왁스를 녹여 사용하기 때문에 화상의 우려가 없고 왁스의 주성분은 흑설탕, 레몬즙, 물이기 때문에 먹어도 인체에 해롭지 않은 장점이 있다(신은하, 2018). 피부나 모(毛)가 건조한데 반대로 모(毛)를 꺾어 제모하다 보면 모(毛)가 끊김 현상이나 깊은 곳에서 안 나올 수가 있지만 슈가링 왁싱은 모(毛)의 방향으로 제모를 하다 보니 모근의 깊은 곳에서 모(毛)가 빠진다(비피기술거래, 2018). 화상과 스킨탈락이 없는 안전한 제모방법이며 시술 시 끊김이 적고 약2~3mm 정도의 짧은 모(毛)도 제모가 되며 물에 녹는 수용성이라 피부에 영겨 붙지 않고 시술 후 닦아내기도 편리하므로 주변을 위생적으로 관리할 수 있으며 시술 시 1회용 니트릴 장갑으로 한 번 시술 시 사용할 양 만큼만 사용하므로 세균이 침입할 경로도 없을 뿐 아니라 부직포, 스파츨라 등의 부자재 사용이 없으므로 비용 절감 효과 또한 좋다(우지형, 2017).

왁싱시장은 미국, 유럽, 일본 등 선진국에서는 90%가 넘는 수요층을 확보하여 이미 대중화가 되어 있지만, 우리나라는 그동안 20~30%의 매니아 수요층만을 가지고 있다가 최근 마스크 등을 통해 그 시장이 600% 이상 폭발적으로 성장하면서 왁싱에 대한 대중의 인식이 급격히 선진화되어 가고 있다(슈가링 왁싱 전문브랜드 아나덴, 2018). 최근 '왁싱'하는 사람들이 늘어나고 있다.

TV나 인터넷 등에서 왁싱에 대한 언급이 잦아지고 많은 연예인들이 시술했다는 사실을 고백하면서, 왁싱에 관심이 없던 사람들까지도 긍정적인 반응을 보이는 추세이고 원래 왁싱은 여성들의 미용을 목적으로 시술되어 왔지만 최근에는 남녀노소 누구나 받을 수 있도록 대중화되었으며, 그 흐름에 따라 왁싱 시장도 점점 커지고 있어 단순히 미용뿐 아니라 위생을 위해 왁싱을 찾는 사람들도 늘어나고 있으며, 왁싱을 통해 가려움과 습진을 예방하고 피부 트러블과 색소 침착을 감소시키는 등 각종 질병에 효과를 볼 수 있기 때문이다(김동현, 2018).

한국왁싱협회 박규미 회장은 「Skin」 인터뷰에서 국내 왁싱산업의 비전에 대하여 왁싱을 비롯한 제모시장은 지속적인 성장세를 이어갈 전망으로 몇 년 전만 하더라도 왁싱 시장은 특별히 주목을 받지 못한 것이 사실이었으나 지금은 ‘미의 기준 변화’와 ‘미의 트렌드 변화’로 인하여 여성뿐만 아니라 남성들이 왁싱으로 제모를 원하는 수요가 과거와 달리 현저히 높아져 면접, 결혼, 휘트니스, 수영 등으로 여름을 비롯한 사계절 동안 왁싱 수요자는 늘어날 것으로 보여 지고, 몇 년 안에 대중화가 되면서 왁싱을 원하는 부위도 다양해져 수요도 특별한 계층이 아니라 10대부터 60대까지 확산되고 있으므로 향후 왁싱 전문가로서의 발전 가능성과 비전이 아주 크다고 말씀드릴 수 있다고 밝혔다(이미림, 2016).

미용 산업에서 뷰티왁싱은 블루오션으로 불릴 만큼 스파나 스킨케어 샵에서는 얼굴관리 및 바디관리와 전신 왁싱이 연계되어 새로운 부가가치를 창출할 수 있겠고, 네일 샵에서는 네일 관리의 연장으로 손등, 손가락, 팔 왁싱의 연계가 용이하며, 화장품 매장에서는 아이브로우 왁싱과 더불어 화장품 판매가 용이하며, 헤어 또는 메이크업 샵에서는 스타일의 완성도를 높일 수 있는 헤어라인 왁싱, 뒷목 왁싱 등의 연계가 용이하여 앞으로 다양한 형태의 뷰티 왁싱 서비스의 제공을 기대할 수 있다(김나연, 2016).

2) 뷰티와싱 관리행동의 구성요인

가) 외모지향

외모지향(Appearance Orientation)이란 개인이 자신의 외모를 중요하게 생각하고 외모에 열중하여 관심을 가질 뿐 아니라 자신의 외모를 유지하고 향상시키기 위해 노력하는 적극적이고 능동적인 경향성을 말한다(박광희, 2013). 조선명과 고애란은 외모지향은 외모에 대한 인지적 차원으로서 개인이 자신의 외모에 대하여 얼마나 관심을 가지고 의식하고 있으며, 얼마나 외모를 자신의 삶에서 중요하게 생각하는가를 의미한다고 정의하였다(조선명, 고애란, 2001).

Stone(1965)은 외모는 자기개념을 확실히 하는 결정적 요인으로 초기 자아 발달단계에서 매우 중요하고 자신의 성이나 나이에 관련된 사회적 역할을 타인에게 투사함으로써 자아정체감 형성에 영향을 미치게 된다고 하였고, 외모는 외적인 아름다움을 통해 나타나는 매력으로 매력적인 외모는 후광 효과를 주게 되어 대인관계에도 영향을 미치게 되어 외모가 매력적으로 느껴지는 사람은 더 좋은 사람이고 사교적이며, 재미있고 사회적으로도 성공할 사람으로 여겨지기도 한다(심경옥, 2006).

외모에 대한 관심도와 만족도는 사회 문화적 기준에 따라 영향을 받고 달라지며 외모는 자신을 나타내는 확실하고 빠른 방법으로 타인과 접촉하는 순간 길으로 드러난 외모를 기준으로 그 사람에 대한 첫인상을 결정하고 그 인상은 대인관계에서 무시하지 못 할 긍정적 · 부정적 영향력을 행사한다(이언숙, 2007). 그래서 사람들은 아름다운 외모를 가지면 더 행복하며, 성공적이라고 평가하기 때문에 많은 사람들이 아름다운 외모를 가지려고 노력하고 아름다운 외모를 가진 사람은 자기 스스로도 만족을 느끼고 능동적으로 살아가게 되고 사회생활에서도 자신의 능력을 발휘하고 자신감을 가지게 되는데 그렇지 못할 경우 사회적으로 위축되고 사회생활에서 타인들에게 좋은 대우를 받지 못하게 된다(임지혜, 2011).

외모는 사람의 나이, 성별, 인종 등 다른 사람을 알 수 있는 정보원으로

TV나 잡지와 같은 미디어는 외모를 시각적으로 보여줌으로써 인간이 아름다움을 추구하고자 하는 욕구를 더욱 가속화시키며, 외모에 대한 타인과의 비교 기준은 많은 매체에 의해 개인에게 전달되며 오늘날 우리 사회에서의 신체적 외모의 중요성은 미디어를 통해 강화되고 있다(박선태, 2015).

현대 사회에서 대중의 관심은 외모에 집중되어 있으며 신체외모에 대한 관심은 매우 크다. 외모의 기준은 시대와 사회적 영향으로 변하게 되며, 외모 만족도 또한 사회적 영향을 받는다(박선태, 2015). 또한 성공에 있어 외모는 하나의 수단이며 외모가 인생을 행복하게 사는데 꼭 필요한 요소라고 하였다(김영미, 2017). 성인 남성들의 외모성공지향이 남성화장품 소비가치에 긍정적인 영향을 미치며, 그에 따른 화장품 요구도 화장품 구매 시 중요하게 생각하는 점 등에도 긍정적으로 작용한다는 것을 밝혔다(박선태, 2013).

그러므로 외모지향에 따른 외모관심도와 가치관은 사회 문화적 배경과 트렌드, 대중매체에 의한 뷰티정보이용과 뷰티 라이프스타일 등 전반적인 사회적 분위기에 따라 외모가 지니는 중요성은 현대사회에서 점점 더 증가하고 있다.

나) 뷰티웍싱 인식

웍싱에 대한 인식도를 살펴보면, 연구자 정현숙은 17세에서 60세 미만의 성인여성을 대상으로 ‘성인여성의 미용 웍싱에 대한 인식조사 및 시장성 고찰’을 조사하여 웍싱을 긍정적으로 생각하는 사람들은(80.8%), 부정적으로 생각하는 사람들(19.2%)로 긍정적인 결과가 매우 높게 나왔다(정현숙, 2013). 반면 웍싱 경험이 없는 경우, 긍정과 부정이 비슷하게 나타났으며, 연령으로는 20세 이상 30세 미만의 학생이 제일 많았고, 학력은 과반수 정도가 4년제 대학교(재)졸업이 제일 많았으며, 웍싱의 목적은 미용(외모)적인 면이 가장 많았고 위생·건강 순으로 나타났으며, 웍싱을 하는 이유로는 부위별로 다르게 나타났는데, 그 중 가장 큰 이유로는 사회적 트렌드로서 웍싱 부위는 얼굴, 겨드랑이순이고 웍싱 정보는 친구소개가 가장 많았다(정현숙, 2013).

김모래는 성인 남녀를 대상으로 왁싱에 대한 인식도는 ‘잘 안다’ ‘약간 알고 있다’로 답하였고, 왁싱을 알게 된 경로는 지인, 인터넷 순이었다. 왁싱에 대한 인식은 긍정적인 전체의 68.4%, 부정적은 5.3%에 불과하였다. 긍정적인 이유로는 ‘왁싱 시술을 하면 위생적이고, 깔끔하다고 생각하기 때문(위생, 건강)’이 가장 높게 나타났으며, 부정적인 이유로는 ‘체모를 제거할 필요가 없다고 생각하기 때문’이라고 응답하였다(이영숙, 2017).

오회경은 서울 지역에 거주하는 20대~40대 이상의 왁싱 경험자와 미경험자 두 그룹을 대상으로 설문 조사하여, 왁싱 경로로는 지인소개가 가장 높았으며, 영화 · TV, 인터넷, SNS순으로 나타났으며, ‘미용 왁싱 관리 전, 후 주의 사항에 대해 충분히 설명을 들었다’에 대한 질문에 그렇다, 보통이다 순으로 나타났으며 왁싱 관리 가격의 적절성에 대하여 ‘그렇다’는 응답이 가장 많았고, 왁싱 경험자를 대상으로 서비스 품질 평가를 확인 한 결과 왁싱 전문 관리실 보다는 모든 미용을 복합적으로 관리하는 피부 관리실의 이용이 가장 많았으며 서비스 품질 결과는 대체적으로 양호한 편 인 것을 확인 할 수 있었다(오회경, 2016).

위의 선행연구들을 통해 왁싱의 인식도를 살펴보면 다음과 같다. 왁싱 경험이 있는 응답자는 긍정적 결과가 매우 높게 나온 반면 미경험자들은 비슷한 긍정, 부정 응답을 보이는 것으로 나타났고, 미용(외모)이 왁싱의 목적으로 가장 많은 응답을 보였고, 위생 · 건강 순으로 나타났다. 왁싱에 대한 인식도는 ‘잘 안다’와 ‘약간 알고 있다’ 순으로 나타났으며, 왁싱의 이유는 사회적 트렌드이기 때문으로 가장 많았고 미용에 관심이 많은 20~30대가 주가 되어 정보는 친구소개, 영화 · TV, 인터넷, SNS 순으로 답했다. 왁싱 관리 가격의 적절성에 대하여 ‘그렇다’와 ‘보통이다’는 답이 비슷하게 나타났다. 서비스 품질 평가 결과는 대체적으로 양호한 편으로 응답하였다.

따라서 현재 왁싱은 뷰티산업의 사회적 트렌드임을 알 수 있고 전문 관리실에서 차별화된 서비스 품질과 체계화된 교육으로 향후 더 발전 할 수 있는 가능성을 보여준다.

다) 행복감

행복감은 디에너(Diener)의 연구를 통해 처음 사용한 용어로서 개인의 경험에 포함된 주관성을 강조한 행복을 의미한다고 하였고, 셀리그먼(Seligman)은 행복을 즐거움, 기쁨, 만족스러움 등의 긍정적인 정서를 말하며, 의미 있고, 참되고, 풍요로우며, 만족스러운 삶을 뜻한다고 정의하였다(이선화, 2019). 러셀(Russell)은 행복은 자신이 이루고자 하는 기대와 꿈을 실현했을 때 느끼는 즐거움이며, 쉽게 실망하지 않는 감정으로 기쁨과 평온함 가운데 느끼는 감정이라고 하였고, 류보머스키(Lyubomirsky)는 사는 것이 기쁘고, 자신의 삶이 의미와 가치가 있다고 보는 것이 행복이라고 하였다(진동희, 2019).

디에너(Diener)는 지금까지 소개된 행복에 대한 여러 개념들을 세 유형으로 구분하였다. 첫째는 외부적 기준에 의해 정의되는 행복감으로 이 기준에 의하면 행복은 주관적 심리상태가 아니라 바람직한 속성과 환경적 조건을 가지고 있는 삶이라고 볼 수 있으며, 여기서 바람직한 속성이나 환경적 조건은 사회경제적 지표로부터 덕이나 신성함과 같은 정신적 가치에 이르기까지의 다양한 것이라 볼 수 있으며, 행복은 주로 소득, 교육수준, 여가시간, 건강상태 등 외부적으로 나타나는 것들과 관련이 있다(노은희, 2019). 둘째는 주관적인 관점에서 정의되는 행복으로 행복은 삶에 대해 내리는 인지적 평가가 증시되는 입장인데, 자기 자신이 세운 기준에 비춰봤을 때 자신의 삶에 대해 만족하고 있다면 그 사람은 행복한 사람이라고 할 수 있으며 행복은 한 개인이 자신의 삶을 긍정적으로 평가하고 판단하는 상태라고 볼 수 있다(노은희, 2019). 셋째, 행복은 부정적인 감정보다 긍정적인 감정이 우세한 심리상태로 보며 행복은 일상생활에서 행복하다고 말할 때와 가장 가까운 것이며, 긍정적인 정서적 경험을 강조한다(노은희, 2019).

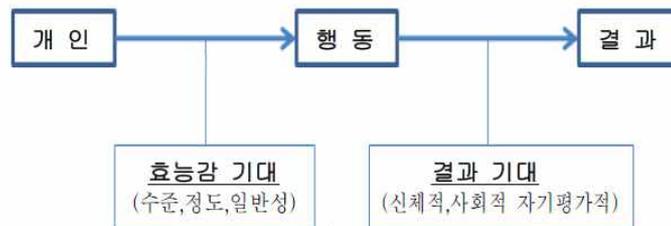
대부분 행복을 연구하는 학자들의 공통된 행복감의 정의는 자신의 생애에서 느끼는 만족감, 복리상태의 체험, 자신의 삶에 대한 의미, 인생에 대한 성취감, 긍정적인 자아상 등이 충족되어 심리적으로 낙관과 희망 상태가 되어 있는 감정을 말한다고 정의하고 있다(손가빈, 2018).

제 2 절 자아효능감

1) 자아효능감의 개념

자아효능감(self-efficacy)이란 ‘주어진 과제를 성공적으로 수행하는데 필요한 일련의 행위들을 조직하고 실행해 나가는 자신의 능력에 대한 판단’으로 정의된다(최효돈, 2015). 자아효능감에 대한 대표적인 학자인 반두라(Bandura)는 자아효능감을 개인이 어떤 행동이나 활동을 성공적으로 수행할 수 있는 자신의 능력에 대한 신념체계라고 하였으며, 또한 자아효능감은 자신의 능력에 대해 자신감을 갖고 그것을 성공적으로 달성하기 위해 여러 가지 어려움 속에서도 끈기 있게 노력을 지속하게 하는 원동력으로 보았다(최효돈, 2015).

사람이 성취 상황에서 가질 수 있는 개인의 기대는 두 가지 유형으로 구분하는데 첫째는 개인이 어떤 일에 대한 결과를 성취하는데 필요한 행동을 성공적으로 수행할 수 있는 확신과 신념의 효능기대와, 둘째는 특정한 행동이 어떤 결과를 가져 올 것인가에 대한 행위와 결과간의 발생 가능성에 대한 성공적인 결과를 확신하는 신념의 결과기대로 구분한다(강정희, 2018). 특히 사람들은 과거의 경험에 비추어 효능기대를 설정하여 동기를 유발시키고, 행위를 한 후의 결과에 대해 예상하기 때문에 이 두 유형의 기대는 구분되어야 한다(강정희, 2018).



[그림 2-1] 효능감 기대와 결과 기대

2) 자아효능감의 구성요인

인간 기능의 조절에 영향을 미치는 즉, 어떻게 느끼고 사고하고 스스로를 동기화시키는 자아효능감의 구성요인으로 인지과정, 동기과정, 정서과정, 선택과정의 네 가지가 있고 이러한 네 개의 과정들은 인간행동의 지속적인 조절과정에서 각각 독립적으로 작용한다기보다 함께 상호작용한다(윤승식, 2012).

가) 인지과정

효능감은 인지과정에 영향을 미치는데 인지과정은 새로운 행동을 습득하고 유지하며 사건들을 예측하고 통제하며 미래의 일에 대한 예상 시나리오의 유형을 형성하고 자기능력에 대한 평가는 개인의 목적 설정에 영향을 미치는데 지각된 자아효능감이 강할수록 사람들은 보다 높은 목적에 도전하고 목적을 실행하는 데 전념한다(강주영, 2013).

효능감이 높은 사람은 성공 시나리오를 마음속에 떠올리고 그렇지 않은 사람은 회의적이고 실패 시나리오를 먼저 걱정한다(강주영, 2013). 실패나 좌절 등의 상황에서 과제 지향적으로 나아가기 위해서는 강한 효능감이 필요한데 효능감이 높은 사람은 수행 성취를 위한 도전적인 목적을 설정하고 분석적 사고를 하고 효능감이 낮은 사람은 점점 산만해지고 수행의 질이 악화된다(강주영, 2013). 반면 능력이 동등하여도 효능감이 강할수록 잘못된 인지적 전략들을 더 빨리 버리고 더 나은 전략을 찾는 것으로 나타나고 있다(윤승식, 2012)

개인의 인지능력 관련 모의실험을 실시한 많은 연구 결과에 따르면 자신의 활동이 능숙하게 완성되는 것을 상상할수록 앞으로의 행동이 개선될 가능성이 높아진다는 연구 결과가 도출되었다(주가, 2017). 성공을 상상하면 행동의 성과는 높아지고 실수를 상상하면 행동의 성과는 감소하기 때문에 사람이 가진 자아효능감이 현재 상황에 대한 이해, 미래에 대한 상상과 기대에 영향을 주는 것이므로 자아효능감이 높은 사람은 현재 상황을 도전, 잠재력의 실현 또 인정받을 좋은 기회로 생각한다(주가, 2017).

나) 동기과정

자기 동기화 능력과 목적적 행동 능력은 인지적 활동에 기초하고 미래에 대한 예상을 통해 자기 자신을 동기화시키고 자기의 행동을 미리 유도하여 자신이 할 수 있다는 신명을 형성하고, 긍정적인 결과와 부정적인 결과를 예상하며, 자기를 위해 목표를 설정하여 동기의 인지적 조절에서 중심적인 역할을 한다(윤승식, 2012).

기대·가치이론에서는 어떤 행동이 구체적 결과를 가져올 수 있다는 기대가 높고 그 결과가 가치가 있다고 판단되면 그것을 수행하는 동기가 향상된다고 보고 있으며, 목적이론에 따르면 목적 설정에 토대를 둔 동기는 지각된 수행을 개인적 기준과 인지적으로 비교하는 과정을 통해 그 기준에 부합되는 자기만족 조건을 만듦으로써 사람들은 자신의 행동 방향을 설정하고 목적을 달성할 때까지 노력을 지속하게 한다(강주영, 2013).

다) 정서과정

자아효능감은 정서적 상태의 자기조절에서도 결정적인 역할을 한다. 효능감이 정서적인 경험의 속성과 강도에 영향을 미치는 세 가지 주요 방식은 사고, 행동, 정서에 대한 개인적 통제의 실행을 통해서이다(윤승식, 2012). 개인의 사고 패턴은 두 가지 방식으로 감정 상태를 조절할 것으로 우선 효능에 대한 신념은 사람의 경향을 좌우할 수 있다(주가, 2017). 예를 들어 사람의 생활에 대한 해석, 인지적 표상, 추억하는 방식 등은 효능에 대한 신념에 영향을 받은 것이고, 효능에 대한 신념은 사람의 잠재적 위협에 대한 경계의식에 영향을 준다(주가, 2017).

사람은 잠재적인 위협에 대해 통제할 자신이 없을 때 자신의 처지를 잘못 판단할 수 있다(노윤정, 2019). 이러한 경우 개인은 상황을 판단할 때 위험성을 높이 평가하여 항상 걱정이 많고 불안해하는 모습을 보이고, 이러한 부정적 효능에 대한 사고방식은 사람의 활동수준을 제한하고 약화시키므로 행동과정에서 효능에 대한 신념은 효과적인 행동을 지지할 것이며, 이 과정을 통해

정서 상태를 조절 할 것이고, 효능에 대한 신념은 대처행동에 영향을 줄 것이고 스트레스와 고려의 정도를 조절할 것이다(주가, 2017).

라) 선택과정

선택은 개인적 능력에 대한 신념에 의해 영향을 받기 때문에 개인효능감은 사람들이 만들어내는 환경의 유형, 획득하기 위해 선택하는 활동에 영향을 줌으로써 삶의 과정을 형성하는 데 중요한 역할을 하고, 효능감이 높은 사람일수록 더욱 도전적인 활동을 선택한다(윤승식, 2012). 개인의 능력에 대한 신념은 선택과정에 영향을 주며, 개인이 가진 자아효능감은 다양한 환경조건에 직면할 때 선정할 결과에 영향을 주며, 개인은 통제할 수 있는 환경을 선택할 것이고 통제할 수 없는 환경에 대해서는 회피할 것이다(노윤정, 2019). 개인의 자아효능감 수준이 높을수록 더 난이도 있는 도전을 선택하게 될 것이다(주가, 2017).

제 3 절 대인관계

1) 대인관계의 개념

에릭슨(Erikson)은 심리사회적 발달이론을 주장하며 유아기 때는 어머니와의 관계가 중요하며 이 관계에서 신뢰감을 획득하거나 불신감을 획득한다고 보고하였다(선혜민, 2019). 이후 초기 아동기, 학령전기 등 부모나 형제자매, 또래관계 및 연인관계 등과의 관계를 통해 자율성, 주도성 등의 다양한 심리사회적인 발달을 이루기도 하며 반대로 각 단계에서 좌절을 경험함으로써 불신감, 수치심, 죄책감 등을 경험하기도 한다고 주장하였다(선혜민, 2019). 대인관계라는 용어는 일상생활에서 인간관계라는 다소 포괄적인 개념과 혼용되고 있다(고선형, 2015). 사회적 역할관계를 의미하거나, 심리학적 개념상에 따라 의미하기도 하고, 일차원적인 카테고리에 따라 1차적-2차적 관계, 자발적-비자발적 관계를 지칭하는데 사용되기도 한다(노선옥, 2011). 또한, 한 개인의 사회적 역량과 품성을 평가하는 차원에서 ‘그 사람은 대인관계가 좋다’, ‘그는 인간관계가 원만하다’라고 말할 때에도 사용 된다(김문수, 2004).

대인관계란 다른 사람을 대하는 보편적인 심리적 지향성이며 내적인 특성과 외적인 행동 간의 관계이며 개인이 타인에 대해 어떤 행위를 하는가, 또 타인에게 무엇을 기대하는가에 대한 심리적 지향성의 양식이며, 개개인과 타인과의 관계를 말하는 것으로 소수인 특히 1:1의 관계를 의미한다고 볼 수 있다(김유진, 2012). 인간은 사회적 존재로서 타인과의 소통을 통해 관계를 시작하게 되는데 인간의 삶은 자신이 원하던 원하지 않던 여러 가지 형태의 끊임없는 타인과의 관계로 이루어져 있으며, 가스다스(Gazda)는 인간의 출생부터 사망까지 평생 동안 대인관계를 통해 질적, 양적인 면에서 자신만의 정체감을 형성하고 성장, 발전해 나가기 때문에 만족스러운 대인관계는 개인의 삶의 질을 높인다고 하였다(김은수, 2019).

2) 대인관계의 구성요인

가) 의사소통 능력

하임즈(Hymes)는 의사소통능력이란 언어를 적절하게 사용하기 위한 전반적인 역량이라고 보았고 이 역량은 지식뿐만 아니라 그 지식을 실제 상황에서 행동으로 발현하는 것까지 포함한다(김반야, 2015). 의사소통을 잘 하는 사람은 보통 일부 특정한 상황뿐 아니라 대부분의 다른 대화 상황에서도 유능하게 대화를 잘 하고, 반대로 다른 사람들과 대화하는 것을 어려워하거나 꺼려하는 사람은 다른 다수의 상황에서도 동일한 문제로 어려움을 겪을 가능성이 크므로 의사소통능력이란 특별한 대화 또는 상황에만 적용되는 것이라기보다 서로 다른 상황에서도 일관적으로 적용할 수 있는 속성이라고 할 수 있다(김반야, 2015).

한 연구는 특정 상황에서 일회적으로 대화를 잘하는 것과 일상적인 대부분의 상황에서 대화를 잘 하는 것을 비교한 결과 이 둘은 상관관계가 높지 않음을 발견했다(김반야, 2015). 오히려 특정 상황에서 대화를 잘 한다고 평가되는 특성들끼리, 보편적인 대부분의 상황에서 의사소통을 잘 한다고 평가되는 특성들끼리 더 높은 상관관계를 보였다(Cupach & Spitzberg, 1983). 이를 통해 특정 상황에서 유능하게 대화를 하는 것과 일상의 보편적인 상황에서 대화를 잘 하는 것은 동일한 개념이 아니라는 것을 확인할 수 있고, 대부분의 선행 연구들은 전자 보다는 후자 즉 보편적인 대부분의 상황에서의 유능한 의사소통을 위해 필요한 특성들을 의사소통능력으로 평가한다(김반야, 2015). 성공적인 대화를 위해 대화 상대 및 대화 상황에 적절하게 반응하는 것은 성공적인 대화를 위해 필수적인 요건이지만 자신의 권리를 해치지 않는 수준을 지키는 것이 중요하므로 이는 대화를 넘어 보다 장기적 관점에서 대인관계를 맺고 유지하는 과정에서 더욱 중요하다고 할 수 있다(김반야, 2015).

나) 사회적 유능성

사회적 유능성(social competence)이란 ‘사회적으로 효용성이 높은 행동과 그 행동을 가능하게 하는 인지적이고 정서적인 내적인 특성’으로 원만하고 건강한 대인관계를 예측할 수 있는 개념이다(임성주, 2017). 의사소통능력과 사회적 유능성은 원만한 대인관계와 관련된 개념이라는 포괄적 차원에서 상호 유사한 개념으로 평가되기도 하지만 의사소통능력과 비교했을 때 사회적 유능성은 일회성 대화에서의 유능성 보다는 일상적인 사회생활 전반에 적용되는 개념이라는 점에서 차이가 있다(김반야, 2015).

사회적 유능성의 구성개념은 다음과 같다. 첫 번째 구성개념은 주도성 또는 사회적 영향력으로 이는 타인과 상호작용을 하거나 단체 활동을 할 때 적극적으로 행동하며 다른 사람들을 이끄는 것을 의미하고, 두 번째 구성개념은 독립성으로 자기주장을 명확하게 하고 타인과의 갈등을 두려워하거나 회피하지 않는 성향을 뜻하며, 사회적 유능성은 자기 주변의 사람들 중 원만한 대인관계를 형성하고 유지하는 사람을 떠올리게 하고 그 사람의 행동 특성을 기술하여 그 내용을 범주화하여 구성개념을 도출했다(임성주, 2017). 따라서 사회적 유능성은 개념적 범위가 일회성 대화로 제한적이라는 의사소통능력의 한계를 극복하고 대인 간 상호작용과 대인관계 유지의 성공적 수행을 비교적 일관적으로 예측할 것이라 예상할 수 있다(김반야, 2015).

다) 관계적 능력

관계적 능력이란 ‘상호 만족할 수 있는 대인관계를 형성, 발전, 유지할 수 있는 개인의 속성’으로 관계형성과 관계증진이라는 두 개의 차원으로 구성되어 있어 이들은 각각 대인관계를 잘 형성하기 위해 필요한 능력과 대인관계를 원만하게 유지하기 위해 필요한 능력을 뜻한다(임성주, 2017). 이는 관계적 능력이라는 개념 자체가 일회성 상호작용 보다는 장기적 관점을 바탕으로 한 대인관계 전반에서의 유능함을 목표로 하고 있음을 보여주며, 실제로 관계적 능력이 목표로 하는 것은 대인관계를 만족스러운 상태로 유지하는 것과 그것

을 통해 얻을 수 있는 이익을 높이는 것이다(김반야, 2015).

라) 대인관계 능력

대인관계는 생활 전반에서 계속 직면하고 해결해야 하는 과제이고, 인간의 행복과 성공적인 삶을 결정짓는 매우 중요한 요인이다(정해성, 2019). 대인관계 능력의 정의에 대해 살펴보면, 대인관계 능력이란 단순히 대화만을 잘 하기 위해 필요한 능력 혹은 일정한 대인관계를 유지하고 있는 사람의 특성이 아니라 이 모두를 가능하게 하는 가장 기본적인 능력, 대인 간 상호작용 및 대인관계를 형성하고 유지할 수 있는 역량이라고 정의하였다(박미은 2019).

스피츠베르크와 큐팩은 대인관계능력에 대해 정서표현과 조절능력, 사교성 등의 행동기술과 대인관계 관련 동기, 지식, 결과물을 모두 통합하여 타인과의 관계를 효과적으로 유지하는 능력이라고 정의하였고, 루빈(Rubin)은 자신이 상대방과 상호작용을 하면서 상대방의 입장도 고려하면서 부정적 결과가 발생할 수 있는 문제에 대해 대처할 수 있는 기술이 대인관계 능력이라고 하였으며, 골먼(Goleman)은 인간관계를 긍정적으로 이끌어 갈 수 있는 사교적인 능력이 대인관계 능력이라 하며 언어적 혹은 비언어적 행동으로 대인관계 목표를 달성하는 능력이라고 정의하기도 하였다(정해성, 2019).

따라서 학자마다 다르게 정의하였으나 견해들을 종합 해 보면, 대인관계 능력은 상대방과의 친밀감 및 감정과 느낌을 수용하고 이해하면서 조화롭게 일할 수 있는 능력, 상대방의 행동에 대한 공감과 정서적 이해, 상대방의 언행에 대한 예측과 대응 등, 타인과의 상호 작용을 통해 대인관계를 형성하고 유지하는 능력이라고 할 수 있다(정해성, 2019).

제 4 절 선행연구 관련 논문

1) 뷰티와싱에 대한 선행연구

와싱이 국내에 도입 된지 얼마 되지 않아 와싱에 대한 연구가 많이 미흡한 실정이며, 뷰티와싱에 대한 선행연구 관련 논문은 와싱 방법과 효과, 와싱 사용자의 특성, 와싱 전문점에 관한 연구, 고객 시술 만족도와 선호도에 관한 연구 등이 대부분이다.

이유림은 미용 와싱 이용자는 전체 응답자의 총 62.22%가 와싱을 이용해 본 것으로 나타났고, 미용 와싱을 하는 장소는 와싱 전문샵이 30.30%로 나타난 반면, SNS(소셜커머스)를 통해 와싱을 경험한 비율은 1.79%로 미비하였으나, 추후 SNS(소셜커머스) 쿠폰 이용여부에서는 46.43%가 추후 이용 의사를 밝힌 것으로 보아 미 이용자에 대한 가망 고객을 확인할 수 있었으며, 소셜커머스 이용에 대한 발전적인 가능성을 나타내주었다(이유림, 2014).

황정윤은 성인 남성을 대상으로 와싱에 대한 이해와 사용 및 전반적인 인식에 관한 조사를 분석한 결과를 살펴보면, 남성들의 외모에 대한 관심은 많이 가지고 있으나 와싱에 대해서는 아직 인지가 부족한 것으로 나타났으며, 와싱 경험이 있는 경우도 12.41%로 대부분의 남성들은 와싱 경험이 없었다(황정윤, 2014). 그러나 와싱에 대한 경험과 인지가 있을 경우에는 만족도가 매우 높은 것으로 나타났고, 남성들이 와싱을 경험하지 못한 이유로 필요성 부족과 정보부족을 꼽고 있으므로 남성들을 대상으로 하는 와싱시장을 성장시키고 와싱에 대한 인식을 높이기 위해서는 많은 남성들이 쉽고 빠르게 접할 수 있는 인터넷을 통해, 와싱 카페나 와싱에 관한 블로그 등을 이용한 다양한 정보를 확산시킬 필요가 있는 마케팅방안을 제안하였다(황정윤, 2014).

안정려는 전반적으로 외모의 중요성은 높게 인식하고 있었으며, 경험자들은 재이용의도가 높다는 것도 확인하였고, 외모관리에 대한 인식과 태도가 외모 관리행동에 긍정적으로 작용한다는 선행연구들의 결과와 동일한 결과를

보여주었다(안정려, 2015). 외모관리에 대한 인식과 태도, 행동의 관계는 인식에 의해 태도가 긍정적으로 형성되며, 이는 행동의 동기부여를 통하여 행동가능성을 높이는 작용을 한다는 것을 확인하였으며, 이는 뷰티왁싱 맥락에서 외모관리에 대한 중요성이 부각되는 현대사회에서 뷰티왁싱도 하나의 외모관리 행동으로서 향후 시장전망이 밝다는 것을 확인하였다(안정려, 2015).

이미림은 시술이후 만족도에서는 이용 전문샵에 대한 높은 만족도와 신뢰도를 가지고 주기적으로 시술을 받고 있으며, 이는 향후 왁싱 산업의 시장성에 대해 긍정적 신호로 해석하고 받아들일 수 있고, 왁싱 시술의 부작용을 겪은 이유를 살펴보면, 시술 부위의 소독과 시술 후 처리 과정의 부족에서 부작용이 주로 발생한 것으로써 시술 장소의 시설과 시술도구의 철저한 위생 관리를 향상시켜 관련 신뢰도를 높여야할 노력이 필요하다고 하였다(이미림, 2016).

이선재는 관련 뷰티산업의 매출 증가와 뷰티관련 지출의 증가는 뷰티왁싱 산업의 성장 기반이 확고하다는 것을 확인하였고, 뷰티왁싱은 새로운 뷰티 서비스이기 때문에 아직은 소비자 인식의 저변확대가 되어있지 않아 서비스 효과에 관해서도 긍정과 부정적인 평가가 엇갈리는 상황에서 보다 적극적인 마케팅 활동이 필요하다는 전략을 제안하였고, 뷰티왁싱 산업이 2016년을 기점으로 상승세로 변화할 것이며, 이와 같은 추세는 당분간 지속될 것이라는 전망으로 예측하였다(이선재, 2016).

김나연은 신체매력을 낮게 지각한 사람은 높게 지각한 사람보다 뷰티왁싱 경험에 적극적인 성향을 띤다는 것을 보여주었고, 뷰티왁싱 구매행동을 하기 까지 적극적 심리변화와 외모변화의 즐거움이 중요한 요소가 된다는 결과를 나타내 뷰티왁싱의 효과는 단순히 모(毛)를 제거하는 의미 이외에 사람들에게 적극적인 행동과 의욕이 생기며, 타인에게 친근감이 느껴질 정도의 심리적인 효과와 자신감에 영향을 주는 긍정적 심리에 작용한다는 결과를 보여 주었다.(김나연, 2016).

윤미정은 왁싱시술 부위별 교육 프로그램 만족도, 재교육 받을 의도, 기대

의도 간 밀접한 관계가 있고, 왁싱에 대한 부분은 미용사(피부) 자격시험 중 일부로 포함되어 시행되고 있으나 형식위주의 평가와 왁싱 기술 부위별 평가 기준이 미흡하므로 한국 산업인력 공단은 현실적인 문제점을 직시하고 왁싱에 대한 평가기준의 수정 및 개선이 필요한 실정이라고 하였으며, 왁싱 자격검증을 평가할 수 있는 왁싱 국가기술 자격제도가 신설된다면 프로 왁서들의 전문성 확보 및 사회적 위상을 제고할 수 있다고 하였으므로 뷰티산업의 전체적인 발전과 함께 미용인뿐만 아니라 일반인들에게도 왁싱 관련 직종에 대한 사회적 인식과 인지도를 고취시키는 긍정적 효과가 있을 것을 제시하였다(윤미정, 2017).

이상의 선행연구들을 통해 살펴보면, 뷰티왁싱을 경험해본 남·녀 모두 높은 만족도를 보였으며, 여성보다는 남성의 인지가 더 부족하고 왁싱에 대한 정보접근성이 미약하여 적극적인 마케팅 홍보가 이루어지지 않고 있다는 것을 확인할 수 있었다. 또한 뷰티왁싱은 뷰티서비스 시장의 새로운 수용창출을 위해 왁서들의 전문성 확보와 높은 신뢰도를 바탕으로 뷰티왁싱 산업이 지속적으로 발전할 수 있음을 예측하였다.

〈표 2-1〉은 앞서 살펴본 왁싱에 대한 선행연구를 정리한 것이다.
내용은 다음과 같다.

〈표 2-1〉 뷰티왁싱 선행연구

| 연구자 | 제목 | 대상 | 발표기관 |
|------------|---|---|-------|
| 이유림 (2014) | 미용 왁싱 산업의 소셜커머스를 이용한 마케팅 전략에 관한 연구 | 서울·경기· 인천 20~30대 성인 남녀 | 인천대학교 |
| 황정운 (2014) | 창원시 성인 남성의 왁싱에 대한 인식 연구 | 창원 성인 남성 | 창원대학교 |
| 안정려 (2015) | 미용왁싱의 이용의도 및 재이용의도에 영향을 미치는 요인 | 서울·경기 성인 남녀 (왁싱경험자, 미 경험자) | 광운대학교 |
| 이미림 (2016) | 성인 남녀의 미용제모에 대한 선호도 및 부작용 요인 조사 연구 | 부산광역시 20~30대 성인 남녀 | 창원대학교 |
| 이선재 (2016) | 미용왁싱 산업의 현황과 예측 : VAR모형을 중심으로 | 통계청의 KOSI자료와 미용왁싱 관련 업체의 매출자료 | 광운대학교 |
| 김나연 (2016) | 여성의 뷰티왁싱 경험유무에 따른 신체매력지각과 심리적효용 및 구매행동의 차이 연구 | 서울·경기 여성(왁싱 경험자, 미경험자) | 서경대학교 |
| 윤미정 (2017) | 왁싱기술 부위별 교육 프로그램 만족도, 재교육 받을 의도, 기대 의도 간 영향 연구 | 왁싱 관련 교육을 받았던 사람 | 단국대학교 |

2) 자아효능감과 대인관계에 대한 선행연구

지금까지 자아효능감과 대인관계에 대한 많은 관련 선행 연구들이 보고되어 왔다. 이를 통해 자기효능감과 대인관계에 미치는 효과를 검증하기 위하여 다음과 같은 선행연구를 검토하였다.

이은혜의 연구를 살펴보면, 자기효능감이 특정 행위를 수행하기 위한 자신의 효율성과 능력에 대한 개인의 주관적 평가임을 고려할 때, 프로그램 과정의 수준에 따라 여성의 자기효능감 측면의 향상을 충분히 뒷받침해 줄 수 있다고 사료되고, 자아존중감이 높아진다는 것은 프로그램의 과정이 고급화된 과정일수록 훈련 대상 여성들이 자신 스스로의 존재에 대한 가치를 인정하고 향상시키는 데에 영향을 미친다는 것을 알 수 있으며, 대인관계기술은 다른 사람들과의 사이에서 생겨날 수 있는 상황에 대처하고 의사소통하는 기술이기 때문에 상호보완적인 성격을 지니고 있어 직장경력이 없는 여성들보다는 있는 여성들이, 또한 직장경력이 적은 여성들보다는 많은 여성들이 대인관계 기술이 높을 수 있다고 조사되었다(이은혜, 2007).

현원정은 외적이미지 인식수준은 패션, 헤어스타일, 메이크업 순으로 나타났고 외적이미지 만족도는 패션, 메이크업, 헤어스타일 모두가 만족하고 있고, 외모관리행동은 의복행동에서 유의수준 1%에서 차이를 보였으며, 자기효능감에 대한 차이는 고소득 전문직 여성들은 개인적 효능감이 가장 높은 것으로 나타났고, 학력이 높을수록 개인적 효능감이 높아지는 것으로 연령별에서는 사회적 효능감에서만 유의수준 1%차이를 보였다(현원정, 2008). 외적이미지가 자기효능감에 미치는 영향은 패션에 대한 인식이 높을수록 개인적 효능감과 사회적 효능감이 다 같이 높아지는 것으로 조사되었다.

왕가연은 자기효능감이 높은 사람은 적극적이고, 모든 면에서 좋은 성과와 결과를 낼 수 있는 반면에 자기효능감이 낮은 사람은 해야 할 일에 대한 자신감이 결여되고 완수할 수 없다는 생각으로 도피를 선택하는 경우가 많은 것으로 나타났으며, 대인관계유형에 따라 집단심리 상담이 정서능력에 미치는

영향에 차이가 없는 것으로 나타났으므로 이는 집단심리 상담의 실시로 인한 개인의 지배성과 온정성에 많은 영향을 미치는 결과로 조사되었다(왕가연, 2009).

장미숙은 외모관리는 일반적 특성의 대부분의 변수와 유의성이 있었고, 그 결과는 연령이 적을수록, 신장이 작을수록, 직업이 있을수록, 생활수준이 높을수록, 체중이 높을수록 긍정적으로 영향을 미쳐 높은 만족도가 유의하게 나타났으며, 결혼 상태와 교육수준은 통계적으로 유의하지 않았다(장미숙, 2010). 자기효능감에 영향을 미치는 요인은 교육정도, 신장, 연령, 직업, 체형상태 순으로 유의한 영향을 미쳤고, 자아존중감에는 신장, 결혼상태, 교육정도, 체형상태 순으로 유의한 영향을 미쳤다. 외모와 신체 체형이 만족스럽지 못하면 열등감, 자기부정, 자포자기, 대인기피증, 우울증 등으로 부적절한 성형수술과 무리한 체중조절로 이어져 그로 인해 부작용이 발생하므로 외모와 체형에 대한 여성의 자가 판단과 대처실태를 파악하고 관련요인을 분석하는 것은 대단히 중요하고, 여성은 자신의 외모만족을 높이기 위해 올바른 체형, 체중 관리에 많은 노력이 필요할 것이다(장미숙, 2010).

박현미는 개인적 배경요인(성별, 학년별, 계열별, 이성친구 유무별, 생활수준별, 부모 교육수준별, 가정 분위기별, 양육태도별)에 따라 대부분 유의한 차이를 보였고, 부적 상관이 있는 스트레스와 우울, 정적인 상관이 있는 자기효능감과 대인관계는 일부 선행연구 결과와 같거나 유사한 결과를 보여주었으며, 대학생의 자기효능감, 스트레스, 우울 그리고 대인관계 간에는 유의한 상관이 있었으며, 자기효능감은 대인관계를 증진시키고 스트레스와 우울은 대인관계를 어렵게 하는 요소간의 관련성을 잘 설명해 주었다(박현미, 2013). 위의 각 변인들이 직·간접적으로 대인관계에 영향을 주었으며, 특히 대인관계에 많은 영향을 미치는 요인은 자기조절효능감, 대인관계 스트레스, 정서적 우울로 조사되었으므로 대학생들의 긍정적이고 바람직한 대인관계 형성에 도움을 주기 위해서는 대인관계에 영향을 미치는 스트레스와 우울의 요소들을 심층적으로 분석하고 지속적인 연구로 교육 및 상담 프로그램이 필요하다는 결과가 나왔다(박현미, 2013).

김예종은 청소년의 대인관계능력에 효과적으로 나타났고, 커뮤니케이션 능력 6가지 하위요인인 적응성, 관여, 대화관리, 감정이입, 효율성, 적절성과 자아효능감을 측정한 결과 일반적 효능감과 사회적 효능감 모두에 유의미한 긍정적인 영향을 미치는 것으로 나타났다(김예종, 2014). 그러므로 셀프리더십 교육프로그램은 청소년의 대인관계능력, 커뮤니케이션능력, 자아효능감 향상에 효과적이고, 이러한 연구 결과에 근거하여 청소년의 충분한 셀프리더십 교육 프로그램 경험은 이들의 품성과 자질을 포함한 리더십기술의 향상, 나아가 청소년의 올바른 가치관 형성과 성장에 효과적이라고 판단할 수 있다.

장세비는 취업희망프로그램은 취업취약계층의 진로자기효능감과 자아존중감 향상에 유의한 차이가 있음이 밝혀졌고, 이러한 효과를 얻게 된 요인은 자기 자신에 대한 이해를 높이고 자신의 긍정적인 변화가능성, 자아존중감을 높여서 자신의 특성 중 강점과 능력을 살리고 구체적인 직업에 대한 접근 및 취업 목표를 계획하는 과정 등을 통해 자신의 진로자기효능감이 상승한 것과 성격 검사의 참여와 해석을 통해 좀 더 객관적으로 자신에 대한 잘못된 정보를 생각해 볼 기회를 갖게 되었으며 긍정적인 피드백을 받는 시간들을 통해서 미래에 대한 긍정적인 자아상을 가질 수 있도록 변화되었던 것으로 보여 진다(장세비, 2015). 그러나 대인관계 능력향상에는 유의미한 변화가 없는 것으로 나타나 그 요인으로는 참가자의 연령대가 다소 높아서 오랜 시간 굳어져 있던 대인관계의 틀을 짧은 시간으로 쉽게 변화시키기에는 한계가 있었던 것으로 보여 진다.

한세명은 외모 개선 욕구는 남학생보다 여학생이 높은 것으로 나타나 남학생이 여학생보다 외모만족도가 높으며, 자아존중감에 미치는 영향력은 남학생과 여학생 모두 자아존중감에 영향을 주는 요인으로 나타났고, 대인관계에 미치는 영향력은 남학생은 주관적 외모만족만이 대인관계에 영향을 주었으나, 여학생은 외모만족도 하위요인인 신체이미지 만족, 주관적 외모만족, 외모 개선 욕구 모두 대인관계에 영향을 주는 것으로 나타났으며, 심리적 안녕감에 미치는 영향력은 남녀학생 모두 주관적 외모만족이 심리적 안녕감을 가장 많이 설명하는 변수로 나타났다(한세명, 2016). 대학생의 외모만족도가

대학생활 적응에 미치는 영향을 대인관계가 부분매개하고 있다는 연구를 통하여 외모만족도가 높을수록 대인관계가 긍정적이며 대학생활 적응은 증가한다는 결과를 보여주고 있다(이소영, 2019).

이상의 선행연구들을 통해 살펴보면, 외적이미지와 자아존중감, 자아효능감과 대인관계성향 간에는 매우 유의한 상관관계가 있으며, 자신에 대한 수행능력을 길러 자아효능감이 발달하여 정보나 단순한 의견만 교환하는 것이 아니라 대인관계를 증진시켜 결과적으로 자기를 통찰하고 자기성장에 결정적인 작용을 하는 것으로 나타났다.

〈표 2-2〉는 앞서 살펴본 관련 자아효능감과 대인관계의 선행연구를 정리한 것이다. 내용은 다음과 같다.

〈표 2-2〉 자아효능감과 대인관계 선행연구

| 연구자 | 연구대상자 | 연구변인 | 결과 내용 |
|---------------|-----------------------|---|--|
| 이은혜 (2007) | 직업훈련 프로그램 참여 여성 | 자기효능감, 자아존중감, 대인관계기술의 인식 변화 | 자기효능감과 자아존중감, 대인관계기술이 프로그램 과정 모두에 정적관계 |
| 현원정 (2008) | 직장여성 | 외적이미지 (메이크업, 헤어, 패션을 중심으로) 자기효능감 | 외적이미지가 자기효능감에 패션이 긍정적인 영향 |
| 왕가연 (2009) | 대학생 | 대인관계유형 자기효능감 자기능력지각 정서능력 | 정서능력은 성격특성과 정적상관, 두 집단상담 프로그램이 정서능력에 긍정적인 영향 |
| 장미숙 (2010) | 성인 여성 | 외모관리, 체형관리, 자기효능감, 자아존중감 | 외모관리에서 결혼상태와 교육수준은 부(-)적관계 자기효능감, 자아존중감은 정적관계 |

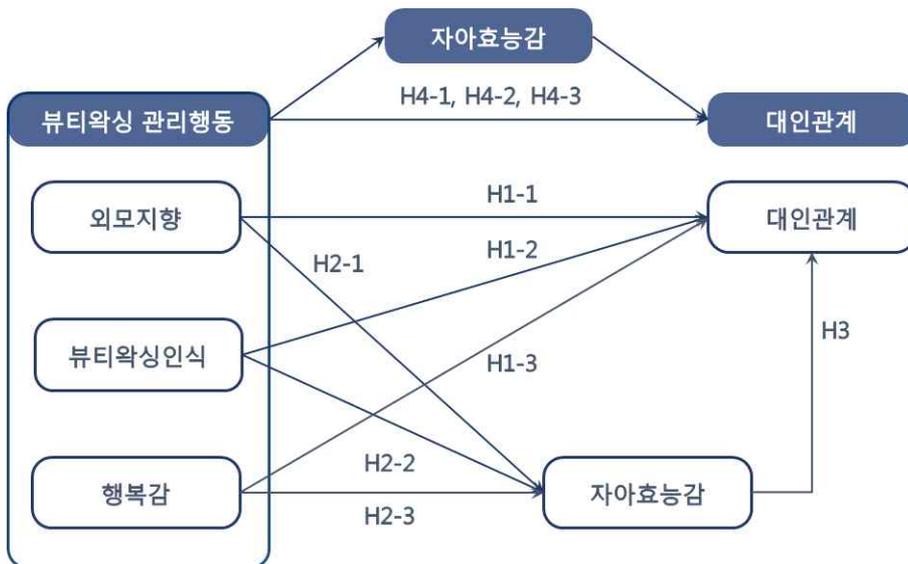
| | | | |
|---------------|----------------------|-------------------------------|--|
| 박현미 (2013) | 대학생 | 자아효능감 스트레스, 우울 대인관계 | 자아효능감과 대인관계는 정적관계, 스트레스와 우울 은 부(-)적 관계 |
| 김예중 (2104) | 청소년 | 대인관계능력 커뮤니케이션 능력, 자아효능감 | 셀프리더십 교육프로그램은 커뮤니케이션능력, 청소년의 대인관계능력, 자아효능감 향상에 긍정적인 영향 |
| 장세비 (2015) | 취업성공패키 지사업 대상자 | 진로자기효능감 자아존중감 대인관계 | 취업희망프로그램은 취업 취약계층의 진로자기효능감, 자아존중감에 정적관계, 대인관계 능력 향상에 부(-)적 관계 |
| 한세명 (2016) | 대학생 | 외모만족도, 자아존중감, 대인관계 | 여학생은 신체이미지, 주관적 외모만족, 외모개선 욕구가 대인관계와 정적관계, 남학생은 주관적 외모만족이 대인관계와 정적관계 |

제 3 장 연구의 설계 및 방법

제 1 절 연구모형

본 연구의 목적은 뷰티왁싱 관리행동이 자아효능감과 대인관계에 미치는 영향을 알아보는데 있으며, 선행연구의 이론적 고찰을 토대로 뷰티왁싱 관리행동의 하위변수인 외모지향, 뷰티왁싱인식 및 행복감이 자아효능감과 대인관계에 미치는 영향을 분석하고, 또한 뷰티왁싱 관리행동이 대인관계에 미치는 영향관계에 있어 자아효능감의 매개효과를 분석하기위해 연구모형을 개발하여 자료수집 및 분석을 통해 검정을 하고자 한다.

본 연구에서는 외모지향, 뷰티왁싱인식, 행복감을 독립변수로, 자아효능감을 매개변수로, 대인관계를 종속변수로 설정하고 뷰티왁싱 관리행동이 자아효능감 및 대인관계에 미치는 영향을 분석하고자 하며 연구모형은 [그림 3-1]과 같다.



[그림 3-1] 연구모형

제 2 절 연구가설

위 연구모형을 중심으로 다음과 같이 가설을 설정하였다.

1) 뷰티와싱 관리행동과 대인관계에 대한 가설

뷰티와싱 관리행동과 대인관계에 대한 가설은 다음과 같다.

H1-1 : 외모지향은 대인관계에 유의미한 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

H1-2 : 뷰티와싱인식은 대인관계에 유의미한 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

H1-3 : 행복감은 대인관계에 유의미한 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

2) 뷰티와싱 관리행동과 자아효능감에 대한 가설

뷰티와싱 관리행동과 자아효능감에 대한 가설다음과 같다.

H2-1 : 외모지향은 자아효능감에 유의미한 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

H2-2 : 뷰티와싱인식은 자아효능감에 유의미한 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

H2-3 : 행복감은 자아효능감에 유의미한 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

3) 자아효능감과 대인관계에 대한 가설

자아효능감과 대인관계에 대한 가설은 다음과 같다.

H3 : 자아효능감은 대인관계에 유의미한 정(+)의 영향 미칠 것이다.

4) 자아효능감의 매개효과에 대한 가설

자아효능감의 매개효과에 대한 가설은 다음과 같다.

H4-1 : 외모지향과 대인관계의 영향관계에서 자아효능감이 매개할 것이다.

H4-2 : 뷰티와싱인식과 대인관계의 영향관계에서 자아효능감이 매개할 것이다.

H4-3 : 행복감과 대인관계의 영향관계에서 자아효능감이 매개할 것이다.

제 3 절 변수의 조작적 정의

변수의 조작적 정의란 연구자의 연구모형과 연구가설에 사용되는 잠재변수를 측정할 수 있는 변수로 구성되는 것으로 주요 변수들에 대하여 실제 현상을 측정하기 위한 추상적 개념으로 연구목적 달성을 보다 현실세계의 구체적 현상과 연결시키는 과정을 의미 한다(이훈영, 2013).

그러므로 본 연구에서는 대인관계를 높이기 위한 뷰티와싱 관리행동과 자아효능감의 중요성을 파악하고 검증하기 위한 뷰티와싱 관리행동의 하위 변수인 외모지향, 뷰티와싱인식, 행복감에 대하여 조작적 정의를 실시하였고, 자아효능감과 대인관계의 조작적 정의를 실시하였으며, 각 설문문항은 기존의 선행연구에서 사용되었던 문항들을 연구에 맞게 수정, 보완하였다.

1) 뷰티와싱 관리행동

연구자들의 연구목적에 대한 관점에 따라 뷰티와싱 관리행동에 대한 정의는 뷰티와싱이나 뷰티관리행동의 정의로 다소 다르게 나타나고 있으나, 본 연구에서는 뷰티와싱 관리행동에 대한 연구를 외모지향, 뷰티와싱인식, 행복감으로 구분하였으며, 이를 측정하기 위해 선행연구 장혜선, 강평미, 김인옥, 김예주가 사용한 외모지향 6문항, 안정려, 황정윤이 사용한 뷰티와싱인식 6문항, 이선화가 사용한 행복감 6문항으로 구분한 것을 토대로 총 18문항을 Likert 5점 척도로 구성 및 측정을 하였다. 선행연구를 기반으로 뷰티와싱 관리행동의 조작적 정의는 다음 <표 3-1>과 같다.

〈표 3-1〉 뷰티와싱 관리행동의 조작적 정의

| 변수명 | 변수의 조작적 정의 | 주요 선행연구 |
|---------|---|---|
| 외모지향 | 개인이 자신의 외모를 중요시하고 외모에 관심을 가지고 열중할 뿐만 아니라 자신의 외모를 유지 및 향상시키기 위해 노력하는 적극적이고 능동적인 경향 | 황정운(2014) 안정려(2015) 김예주(2016) 장혜선(2016) 강평미(2017) 이선화(2019) 김인옥(2019) |
| 뷰티와싱 인식 | Body의 헤어라인, 이마, 눈썹, 겨드랑이, 인중, 팔다리 등 신체의 털을 왁스를 이용하여 제거하는 왁싱에 대해 소비자가 인식하는 가격, 위생, 외모관리 효과, 왁싱샵의 전문성, 개성표출 정도, 긍정적인 인식 등 | |
| 행복감 | 즐거움, 기쁨, 만족스러움 등의 긍정적인 정서로서, 명확한 목표설정을 통한 활동과 성취감을 느끼고 활력 있는 생활의 정도 등 | |

2) 자아효능감

자아효능감은 인간 기능의 조절에 영향을 미치는 인지과정, 동기과정, 정서과정, 선택과정의 4요인으로 분류되었으며, 조사도구를 연구의 목적에 적합하도록 수정, 보완하여 재구성하였다. 이를 측정하기 위해 선행연구 주가, 이은혜가 사용한 문항을 6개의 문항으로 구분한 것을 토대로 Likert 5점 척도로 구성 및 측정하여 자아효능감의 조작적 정의는 다음 〈표 3-2〉와 같다.

〈표 3-2〉 자아효능감의 조작적 정의

| 변수명 | 변수의 조작적 정의 | 주요 선행연구 |
|-------|---|------------------------|
| 자아효능감 | 성공적으로 과업을 수행하는데 필요한 행위들을 구체적으로 조직 및 실행해 나가는 자신의 능력에 대한 자신감으로서, 어떤 행동이나 활동을 성공적으로 수행할 수 있는 자신의 역량 또는 능력에 대한 신념체계 혹은 도전정신 | 이은혜(2007) 주 가(2017) |

3) 대인관계

대인관계는 다른 사람을 대함에 있어 가지는 보편적인 심리적 지향성이며 내적인 개인의 일반적 특성과 외적인 행동 간의 관계로서 조사도구를 연구의 목적에 부합하도록 수정 및 보완하여 재구성하였다. 이를 측정하기 위해 선행 연구 김반야, 박경희, 정해성이 사용한 문항을 6개의 문항으로 구분한 것을 토대로 Likert 5점 척도로 구성 및 측정하여 대인관계의 조작적 정의는 다음 <표 3-3>과 같다.

<표 3-3> 대인관계의 조작적 정의

| 변수명 | 변수의 조작적 정의 | 주요 선행연구 |
|------|--|-------------------------------------|
| 대인관계 | 인간관계를 긍정적으로 이끌어 갈 수 있는 언어적 혹은 비언어적 행동으로서, 원만한 의사소통, 상호작용 및 사람들과의 교류에 있어 긴밀하고 지속적인 정도 등 | 김반야(2015) 박경희(2017) 정해성(2019) |

제 4 절 설문지 구성

본 연구의 사용된 설문지는 <표 3-4>와 같이 연구목적에 부합한 질문의 범위를 선행연구를 바탕으로 도출한 뷰티와싱 관리행동, 자아효능감, 대인관계와 일반적 특성을 포함하여 총 4개의 그룹으로 구분하였다. 설문 문항은 선행 연구에서 검토되어진 측정변수의 타당도와 신뢰도 확보를 검정한 사항을 추출하여 본 연구목적에 적합하게 일부를 수정 또는 보완하여 활용하였다.

첫 번째 부류는 뷰티와싱 관리행동을 측정하기 위하여 외모지향은 6개 문항, 뷰티와싱인식은 6개 문항, 행복감은 6개 문항으로 구성하였다. 두 번째 부류는 자아효능감에 대한 질문으로 6개 문항으로 구성하였다. 세 번째 부류는 대인관계에 관한 질문으로 6개의 문항으로 구성하였다. 일반적 특성에 관한 질문으로 성별, 연령, 결혼여부, 교육수준, 직업, 월평균 수입, 외모관리비용, 거주 지역 등을 포함하여 8개 항목으로 구성하였다.

설문지 평가에는 리커트 평가척도로 “전혀 그렇지 않다”, “그렇지 않다”, “보통이다”, “그렇다”, “매우 그렇다”로 구성된 5점 척도를 이용하였다.

<표 3-4> 설문지 구성

| 구분 | 하위변수 | 문항수 |
|-----------|--|-----|
| 뷰티와싱 관리행동 | 외모지향 | 6 |
| | 뷰티와싱인식 | 6 |
| | 행복감 | 6 |
| 자아효능감 | - | 6 |
| 대인관계 | - | 6 |
| 일반적 특성 | 성별, 연령, 결혼여부, 교육수준, 직업, 월평균 수입, 외모관리 비용, 거주 지역 | 8 |
| 합계 | | 38 |

제 5 절 자료수집 및 분석방법

1) 자료수집

본 연구는 대인관계에 미치는 뷰티와싱 관리행동을 연구하고, 자아효능감의 매개효과를 분석하여 대인관계에 영향을 미치는 정도를 파악하는데 목적이 있다. 이에 연구목적을 달성하기 위하여 서울·경기 등 수도권에 거주하는 10대~50대 이상 남녀를 연구대상으로 하였다.

2) 자료 수집기간 및 수집방법

가) 예비조사

정확한 자료수집과 설문조사를 위해 1차로 설계된 설문지를 서울과 경기도에 거주하는 10대~50대 이상의 남녀를 대상으로 2019년 10월 1일부터 10월 5일까지 5일간 실시하여 총 50부를 회신 후 자료를 분석하여 문항에 대한 이해도 및 신뢰성을 검토하여 수정, 보완하였다.

나) 본 조사

본 설문조사는 2019년 11월 1일부터 11월 20일까지 약 20일 동안에 걸쳐 실시되었다. 설문 대상은 서울과 경기 등 수도권에 거주하는 10대~50대 이상의 남녀를 연구대상으로 하여 설문지를 통한 오프라인 조사방법과 구글 설문지를 이용한 온라인 조사방법을 병행하여 실시하였으며, 회수된 설문지는 총 420부이나 설문지 중 응답 내용이 불성실한 설문지 37부를 제외한 후 383부를 연구의 분석에 사용하였다.

〈표 3-5〉 자료수집 방법

| | |
|------|---|
| 자료수집 | 설문지법 (오프라인, 온라인이용) |
| 지역 | 서울, 경기 등 수도권 지역 |
| 조사대상 | 10대~50대 이상 남녀 |
| 조사기간 | 예비조사 2019년 10월 1일부터 10월 5일까지 (5일간) 총 50부 자료 분석 |
| | 본 조사 2019년 11월 1일부터 11월 20일까지 (20일간) 총 응답 수 : 420부 제외한 응답 수 : 37부 최종분석 : 총 383부 사용 |

3) 자료 분석방법

본 연구에서는 통계소프트웨어 SPSS 22.0 버전을 사용하여 수집되어진 자료의 분석을 실시하였다. 사용한 분석방법으로는 조사대상자의 일반적 특성 및 응답수준을 파악하기 위해서 빈도 및 기술통계 분석을 실시하였고, 본 연구에 사용된 설문문항에 대한 측정의 타당도 중에서 구성개념의 타당도에 대한 집중타당도와 판별타당도를 파악하기 위해 탐색적 요인분석을 실시하였고, 리커트 척도로 작성한 설문문항의 신뢰성 확보를 위해 신뢰성 분석을 실시하여 Cronbach's alpha 계수를 파악하였다(신채상, 2019). 다음으로 Pearson 상관관계 분석을 통해 변수간의 상관관계를 파악하였고, 개인별 특성에 따른 차이 검정을 실시하였다. 마지막으로 다중회귀분석을 통해 설정한 가설을 검정하였으며, 자아효능감의 매개효과를 검정하기 위하여 매개회귀분석을 실시하였다.

제 4 장 연구결과

제 1 절 표본의 일반적 특성

설문에 참여한 응답자의 인구통계학적 특성을 알아보기 위하여 빈도분석을 실시하였으며 그 결과는 <표 4-1>과 같다.

조사대상의 인구통계학적 특성을 성별, 연령, 결혼여부, 교육수준, 직업, 월평균수입, 외모관리비용, 거주 지역으로 구분하여 살펴본 결과 성별 분석으로는 응답자 383명 중 여성이 334명으로 87.2%, 남성이 49명(12.8%)으로 나타났고, 연령별 특성은 30대가 122명(31.9%)으로 가장 높게 나타났고, 다음으로 40대가 110명(28.7%)으로 표본의 대부분을 차지하고 있으며, 20대가 92명(24%), 50대 이상이 55명(14.4%) 순으로 나타났다. 결혼여부는 기혼이 234명(61.1%)로 나타났고, 다음으로 미혼이 149명(38.9%)으로 나타났으며, 교육수준은 대학교(졸)이 150명(39.2%)로 나타났고, 전문대(졸) 109명(28.5%), 고졸이하가 94명(24.5%), 대학원(졸)이상이 30명(7.8%)순으로 나타났다. 직업으로는 전문직이 69명(18%)이고, 다음으로 서비스직이 62명(16.2%)이며, 그 다음으로는 일반사무직, 주부 60명(15.7%)으로 나타났고, 자영업 52명(13.6%), 기타가 27명(7%)순으로 나타났다. 월평균수입은 200만원 이상이 134명(35%)이고, 다음으로 200만원 미만이 85명(22.2%)으로 나타났고, 300만원 이상 82명(21.4%), 400만원 이상 50명(13.1%)이며, 500만원 이상은 32명(8.4%)순으로 나타났다. 외모관리비용은 30만원 미만이 209명(54.6%)으로 가장 높게 나타났고, 30만원 이상에서 50만원 미만이 87명(22.7%), 50만원 이상에서 70만원 미만이 43명(11.2%), 70만원 이상에서 100만원 미만이 27명(7%), 100만원 이상이 17명(4.4%)순으로 나타났다. 거주 지역은 서울이 211명(55.1%)로 가장 높게 나타났고, 다음으로 경기도가 151명(39.4%), 인천광역시 21명(5.5%)순으로 나타났다.

〈표 4-1〉 표본의 일반적 특성

| 변수 | 구분 | 빈도 | 퍼센트 |
|------|---------------|-----|-------|
| 성별 | 남성 | 49 | 12.8 |
| | 여성 | 334 | 87.2 |
| | 총계 | 383 | 100.0 |
| 연령 | 20세 미만 | 4 | 1.0 |
| | 20세 이상~30세 미만 | 92 | 24.0 |
| | 30세 이상~40세 미만 | 122 | 31.9 |
| | 40세 이상~50세 미만 | 110 | 28.7 |
| | 50세 이상 | 55 | 14.4 |
| | 총계 | 383 | 100.0 |
| 결혼여부 | 미혼 | 149 | 38.9 |
| | 기혼 | 234 | 61.1 |
| | 총계 | 383 | 100.0 |
| 교육수준 | 고졸이하 | 94 | 24.5 |
| | 전문대(졸) | 109 | 28.5 |
| | 대학교(졸) | 150 | 39.2 |
| | 대학원(졸)이상 | 30 | 7.8 |
| | 총계 | 383 | 100.0 |
| 직업 | 학생 | 53 | 13.8 |
| | 일반 사무직 | 60 | 15.7 |
| | 전문직 | 69 | 18.0 |
| | 서비스직 | 62 | 16.2 |
| | 자영업 | 52 | 13.6 |
| | 전업주부 | 60 | 15.7 |
| | 기타 | 27 | 7.0 |
| | 총계 | 383 | 100.0 |

| | | | |
|--------|-------------------|-----|-------|
| 월평균수입 | 200만원 미만 | 85 | 22.2 |
| | 200만원 이상~300만원 미만 | 134 | 35.0 |
| | 300만원 이상~400만원 미만 | 82 | 21.4 |
| | 400만원 이상~500만원 미만 | 50 | 13.1 |
| | 500만원 이상 | 32 | 8.4 |
| | 총계 | 383 | 100.0 |
| 외모관리비용 | 30만원 미만 | 209 | 54.6 |
| | 30만원 이상~50만원 미만 | 87 | 22.7 |
| | 50만원 이상~70만원 미만 | 43 | 11.2 |
| | 70만원 이상~100만원 미만 | 27 | 7.0 |
| | 100만원 이상 | 17 | 4.4 |
| | 총계 | 383 | 100.0 |
| 거주 지역 | 서울 | 211 | 55.1 |
| | 경기도 | 151 | 39.4 |
| | 인천광역시 | 21 | 5.5 |
| | 총계 | 383 | 100.0 |

제 2 절 측정항목의 기술통계 분석

본 연구에서는 서울·경기 등 수도권에 거주하는 10대~50대 이상의 남녀를 연구 대상으로 하였다. 설문 문항별 측정항목에 대한 정규성(Normality)을 확인하기 위하여 기술통계량분석을 실시하였으며 결과는 다음<표 4-2>와 같고, 기술통계량분석 결과에 대한 제시 기준에 따르면 표준편차 3이하, 왜도 절댓값 3이하, 첨도 절댓값 3 이하로 개별 측정변수들은 정규분포를 가지는 것으로 확인 되었다(신건권, 2013).

<표 4-2> 개별 측정항목의 기술통계 분석 결과

| 구분 | 평균 | 표준 편차 | 왜도 | 첨도 |
|---------|------|-------|-------|-------|
| 외모지향1 | 3.89 | .884 | -.657 | .077 |
| 외모지향2 | 3.90 | .715 | -.417 | .244 |
| 외모지향3 | 3.81 | .786 | -.557 | .143 |
| 외모지향4 | 4.31 | .702 | -.888 | 1.107 |
| 외모지향5 | 4.22 | .680 | -.513 | .018 |
| 외모지향6 | 3.80 | .923 | -.514 | -.145 |
| 뷰티와상인식1 | 3.69 | .740 | .011 | -.413 |
| 뷰티와상인식2 | 3.57 | .727 | .045 | -.299 |
| 뷰티와상인식3 | 3.12 | .941 | -.052 | -.549 |
| 뷰티와상인식4 | 3.20 | .877 | .019 | -.351 |
| 뷰티와상인식5 | 2.91 | .927 | -.228 | -.132 |
| 뷰티와상인식6 | 3.01 | .963 | -.382 | -.396 |
| 행복감1 | 3.60 | .886 | -.421 | .163 |
| 행복감2 | 3.63 | .858 | -.406 | .026 |

| | | | | |
|--------|------|------|-------|-------|
| 행복감3 | 3.81 | .805 | -.149 | -.424 |
| 행복감4 | 3.92 | .710 | -.324 | .046 |
| 행복감5 | 4.20 | .756 | -.796 | .479 |
| 행복감6 | 4.14 | .824 | -.724 | -.046 |
| 자아효능감1 | 3.73 | .748 | -.039 | -.420 |
| 자아효능감2 | 3.87 | .782 | -.461 | -.003 |
| 자아효능감3 | 3.92 | .737 | -.183 | -.424 |
| 자아효능감4 | 4.15 | .734 | -.516 | -.122 |
| 자아효능감5 | 4.10 | .744 | -.272 | -.805 |
| 자아효능감6 | 4.08 | .725 | -.199 | -.822 |
| 대인관계1 | 3.59 | .804 | -.159 | -.114 |
| 대인관계2 | 3.95 | .771 | -.359 | -.257 |
| 대인관계3 | 3.66 | .793 | -.219 | -.181 |
| 대인관계4 | 4.02 | .705 | -.247 | -.315 |
| 대인관계5 | 4.03 | .734 | -.440 | .461 |
| 대인관계6 | 4.09 | .694 | -.171 | -.753 |

제 3 절 타당도 및 신뢰도 분석

1) 타당도 분석

일반적으로 측정도구, 즉 설문문항이 올바른가에 대한 기준으로 타당도 분석과 신뢰도 분석이 각각 활용되는 바, 타당도 분석이란 측정도구가 측정하고자 하는 것을 얼마나 잘 측정하는가를 검정하는 것으로 일반적으로 요인분석을 활용하여 같은 구성개념을 측정하는 변수들이 동일한 요인으로 묶이는지를 확인하는 것이고, 반면 신뢰도 분석이란 측정한 것이 얼마나 일치하는가를 검정하는 것으로 요인분석을 통하여 동일한 요인으로 묶인 변수들이 동질적인지를 파악하는 것이다(최창호, 2013).

한편, 설문문항을 통해 측정할 경우에 측정되는 값에 대한 측정오차가 발생하게 되며, 이러한 측정오차는 체계적 오차와 비체계적 오차로 구분되며, 체계적 오차는 측정도구 자체의 문제, 특정한 방향성을 나타내는 타당도 분석과 관련이 있고, 비체계적 오차는 측정과정, 측정수단, 측정자 등으로 오차가 무작위로 발생하는 신뢰도 분석과 관련이 있다(신채상, 2019).

일반적으로 측정의 타당도 분석은 구성개념(Constructs) 타당도 중에서 측정변수 간의 상관관계가 높은 집중 타당도(Convergent Validity)와 측정변수 간의 상관관계가 낮은 판별 타당도(Discriminant Validity)를 활용하는데, SPSS 프로그램을 활용한 회귀분석에서는 탐색적 요인분석(Exploratory Factor Analysis)을 통해 이를 검정하게 된다(최창호, 2013).

본 연구는 실증연구 방법을 적용하기 위해 설문을 이용했기 때문에 가설 검정에 앞서 독립변수인 뷰티와싱 관리행동, 매개변수인 자아효능감, 종속변수인 대인관계의 설문문항에 대하여 구성 개념들의 타당도와 신뢰도 검정을 실시하였는바, 타당도는 연구자가 연구하고자 하는 구성 개념이나 속성을 측정하기 위하여 개발한 측정도구의 구성 개념이나 속성에 대해 얼마나 정확히

측정하는가를 의미한다(신채상, 2019). 따라서 탐색적 요인분석은 연구하고자 하는 연구 개념을 얼마나 정확히 측정하였는가를 파악하기 위해 같은 개념의 연구를 측정하는 변수들이 동일한 요인으로 묶여지는지를 확인하는 것으로 측정도구의 타당성을 판정하기 때문에 논문에서는 타당성 검정이라고도 한다(신채상, 2019). 탐색적 요인분석은 변수가 많을 경우 이들 사이의 상호관련성을 이용하여 변수 속에 내재되어 있는 소수의 공통적인 변수를 찾아내어 상관관계가 높은 것끼리 묶어줌으로써 그 내용을 축소하여 단순화 시키는 통계적 기법이다(신채상, 2019).

집중 타당도란 같은 요인별로 묶이는 성질, 즉 요인 적재값이 높은 것으로 서로 간의 상관관계가 높게 나타나고 있음을 보여주며, 하나의 구성개념을 측정할 때 하위변수들이 하나의 구성개념을 모두 충실히 반영한다면 하나의 구성개념, 즉 하나의 요인으로 산출되는 것이고, 반면 판별 타당도란 같은 요인별로 묶이는 것(요인 적재값)과 묶이지 않은 것(교차 요인 적재값)이 구별된다는 것이다(최창호, 2013).

탐색적 요인분석의 타당도 분석을 할 경우, 먼저 요인분석을 실행하기에 적당한가를 나타내는 척도로써 KMO(Kaiser-Meyer-Olkin)의 모형적합도와 측정변수들의 상관계수의 행렬이 단위행렬(같은 측정변수들끼리의 상관계수가 1이고, 나머지 측정변수들과는 모두 상관계수가 0)이라는 귀무가설을 기각하고(신채상, 2019), 단위행렬이 아니라(나머지 측정변수들과 적어도 1개 이상은 상관계수가 0이 아님)는 대립가설을 채택하기 위한 Bartlett의 구형성을 각각 검정(예를 들어, $p < .05$ 이면 95% 신뢰수준에서 대립가설을 채택)한 후, 회전 제곱합 적재값(요인이 2개 이상 일 경우 사용하며, 1개 일 경우에는 추출 제곱합 적재값을 활용)에서 해당 요인이 전체 문항의 분산을 얼마나 설명하는지를 확인하고, 공통으로 묶인 요인 모두가 전체 문항의 분산을 얼마나 설명하는지를 확인하기(최창호, 2013) 위해서이다. 그러므로 (%누적 값을 확인(일반적으로 > 60%는 되어야 함)하고, 마지막으로 요인이 2개 이상일 경우, 회전된 성분행렬에서 성분(요인)별로 묶인 요인 적재값(일반적으로 > .5)과 성분(요인)으로 묶이지 않은 교차 요인 적재값(일반적으로 < .4)을 확인하여

집중 타당도와 판별 타당도를 검정하게 되는 것이다(최창호, 2013).

본 연구도 타당도 검정을 위하여 통계프로그램중의 하나인 SPSS 통계패키지를 사용하여 탐색적 요인분석을 실시하였으며, 구성요인을 추출하기 위하여 주성분 분석을 사용하였고, 요인의 구분을 최대화하기 위하여 직교회전방식(Varimax)을 사용하였다(박은애, 2019). 독립변수인 뷰티와싱 관리행동의 외모지향, 뷰티와싱인식, 행복감, 매개변수인 자아효능감, 종속변수인 대인관계에 대해 판별타당도와 집중타당도를 알아보기 위하여 탐색적 요인분석을 실시하였다.

〈표 4-3〉 측정변수의 KMO와 Bartlett의 검정

| | | |
|----------------------------|---------|----------|
| Kaiser-Meyer-Olkin 표본 적합도. | | .924 |
| Bartlett의 단위행렬 검정 | 근사 카이제곱 | 5033.077 |
| | df | 210 |
| | 유의확률 | 0.000 |

표본의 적합도를 판단하는 KMO 지수값이 〈표 4-3〉과 같이 .924로 일반적인 수준인 $>.8$ 이상이고, Bartlett의 구형성 검정 결과 $\chi^2(p)$ 값이 .000으로 일반적인 기준 .05보다 작게 나타나 단위행렬이 아닌 변수가 하나라도 있는 유효한 결과로 나타나 본 데이터는 요인분석하기에 적합한 것으로 판단된다(최창호, 2018).

탐색적 요인분석 결과 집중타당도와 판별타당도를 확보하기 위하여 추가로 9회의 탐색적 요인분석을 실시하였다. 최종 결과에 있어 공통성을 보면 일반적인 기준인 .5를 상회하고 있어서 모든 측정항목의 설명력이 확보되었으며, 분산의 누적률이 70.909%로 일반적인 기준인 60%보다 높게 나타나 분산의 설명력이 확보되었다.

회전 성분 행렬을 보면 자아효능감6의 공통성 설명력이 낮아서 우선 제거되었으며, 다음으로 뷰티와싱인식3, 대인관계6, 자아효능감1, 외모지향1, 외모지향2, 외모지향6, 행복감5, 행복감6이 판별타당도를 저해하여 총 9개의 측정항목이 제거되었고 모든 측정항목의 집중타당도와 판별타당도가 확보되어

더 이상 제거해야 할 측정항목이 없는 것으로 판단되었으며 5개의 요인으로 축소되었다. 탐색적 요인분석 결과 요약은 <표 4-4>와 같다.

<표 4-4> 탐색적 요인분석 결과 요약

| 측정항목 | 집중타당도, 판별타당도 | | | | | 공통성 |
|----------------------------|--------------|----------|--------|--------|--------|-------|
| | 뷰티와싱인식 | 대인관계 | 자아효능감 | 외모지향 | 행복감 | |
| 뷰티와싱인식6 | .882 | .091 | .067 | -.026 | .148 | .814 |
| 뷰티와싱인식5 | .852 | .086 | -.007 | -.090 | .111 | .753 |
| 뷰티와싱인식4 | .830 | .198 | .131 | .090 | .108 | .766 |
| 뷰티와싱인식2 | .722 | .230 | .246 | .265 | .086 | .713 |
| 뷰티와싱인식1 | .611 | .167 | .258 | .379 | .135 | .630 |
| 대인관계1 | .074 | .807 | .105 | .088 | .197 | .714 |
| 대인관계2 | .131 | .750 | .278 | .234 | .045 | .713 |
| 대인관계3 | .268 | .697 | .306 | .197 | .127 | .707 |
| 대인관계4 | .247 | .696 | .271 | .341 | .091 | .743 |
| 대인관계5 | .203 | .687 | .301 | .233 | .170 | .687 |
| 자아효능감5 | .078 | .289 | .748 | .246 | .093 | .719 |
| 자아효능감4 | .116 | .206 | .745 | .335 | .070 | .729 |
| 자아효능감2 | .132 | .378 | .709 | .183 | .205 | .738 |
| 자아효능감3 | .274 | .263 | .700 | .219 | .201 | .722 |
| 외모지향5 | .074 | .296 | .273 | .762 | .105 | .759 |
| 외모지향4 | -.026 | .251 | .210 | .751 | .138 | .690 |
| 외모지향3 | .177 | .187 | .285 | .660 | .182 | .616 |
| 행복감1 | .159 | .072 | .232 | -.019 | .798 | .721 |
| 행복감2 | .204 | .250 | -.087 | .223 | .686 | .632 |
| 행복감3 | .135 | .130 | .303 | .387 | .569 | .600 |
| 행복감4 | .078 | .198 | .431 | .470 | .523 | .725 |
| 총계 | 3.526 | 3.438 | 3.141 | 2.757 | 2.029 | . |
| 분산의 % | 16.789 | 16.372 | 14.956 | 13.130 | 9.662 | . |
| 누적률(%) | 16.789 | 33.161 | 48.117 | 61.247 | 70.909 | . |
| Kaiser-Meyer-Olkin 표본 적합도. | | | | | | .924 |
| Bartlett의단위 행렬검정 | 근사 카이제곱 | 5033.077 | df | 210 | 유의확률 | 0.000 |

2) 신뢰도 분석

일반적으로 신뢰도 분석은 문항들 간의 동질성을 나타내는 문항의 내적일치도(Internal Consistency Reliability)를 Cronbach's alpha 계수를 활용하여 검정하게 되는데, 일반적인 신뢰도 분석 순서는 먼저, 타당도 분석을 통하여 단일차원성을 확보한 상태에서 구성개념이 설명하는 측정변수를 대상으로 각각 신뢰도를 분석하는 것이다(최창호, 2013). 신뢰도 분석은 측정하고자 하는 개념이 정확하고 일관되게 측정되었는가를 확인하는 것인데, 동일한 개념에 대하여 측정을 반복했을 때 동일한 측정값이 나오는 가능성을 말한다(신채상, 2019). 신뢰도는 문항들 간의 동질성을 나타내는 문항의 내적 일관성을 Cronbach's alpha 계수를 활용하여 검정하게 되는데, SPSS프로그램을 사용할 경우 신뢰도 분석은 타당도 분석을 통하여 단일차원성을 확보한 후 각 요인을 설명하는 측정변수를 대상으로 각각의 신뢰도를 분석한다(양행호, 2016).

앞에서 실시한 타당도 분석을 통하여 단일차원성을 확보한 상태에서, 독립변수인 뷰티웍싱 관리행동의 하위 요소인 외모지향, 뷰티웍싱인식, 행복감과 매개변수인 자아효능감, 그리고 종속변수인 대인관계를 설명하는 측정변수들에 대하여 SPSS 통계프로그램을 사용하여 각각의 신뢰도 분석을 실시하였다.

Cronbach의 알파 계수를 활용한 신뢰도 분석 결과 요인분석을 통해 타당도가 확보된 측정항목을 대상으로 신뢰도 분석을 한 결과 측정항목 모두 Cronbach의 알파 계수를 보면, 독립변수인 외모지향은 .806, 뷰티웍싱인식은 .883, 행복감은 .762, 매개변수인 자아효능감은 .877, 종속변수인 대인관계가 .889로 일반적 기준인 0.6을 상회하고 있어 별도의 항목 제거 없이 신뢰도는 확보된 것으로 판단된다. 신뢰도 분석 결과는 <표 4-5>와 같다.

〈표 4-5〉 신뢰도 분석 결과

| 측정변수 | 항목 삭제 시 Cronbach의 알파 | Cronbach의 알파 |
|---------|----------------------|--------------|
| 뷰티와싱인식1 | .882 | .883 |
| 뷰티와싱인식2 | .860 | |
| 뷰티와싱인식4 | .840 | |
| 뷰티와싱인식5 | .862 | |
| 뷰티와싱인식6 | .840 | |
| 대인관계1 | .883 | |
| 대인관계2 | .863 | |
| 대인관계3 | .862 | |
| 대인관계4 | .856 | |
| 대인관계5 | .863 | |
| 자아효능감2 | .836 | .877 |
| 자아효능감3 | .841 | |
| 자아효능감4 | .844 | |
| 자아효능감5 | .847 | |
| 외모지향3 | .793 | .806 |
| 외모지향4 | .726 | |
| 외모지향5 | .688 | |
| 행복감1 | .729 | .762 |
| 행복감2 | .746 | |
| 행복감3 | .683 | |
| 행복감4 | .665 | |

측정항목의 타당도 분석 및 신뢰도 분석을 요약하면 다음 〈표 4-6〉과 같다.

〈표 4-6〉 타당도 분석 및 신뢰도 분석 요약

| 측정항목 | 집중타당도, 판별타당도 | | | | | 공통성 | Cronbach의 알파 |
|----------------------------|--------------|----------|-----------|--------|--------|-------|-----------------|
| | 뷰티확성인식 | 대인관계 | 자아 효능감 | 외모지향 | 행복감 | | |
| 뷰티확성인식6 | .882 | .091 | .067 | -.026 | .148 | .814 | .883 |
| 뷰티확성인식5 | .852 | .086 | -.007 | -.090 | .111 | .753 | |
| 뷰티확성인식4 | .830 | .198 | .131 | .090 | .108 | .766 | |
| 뷰티확성인식2 | .722 | .230 | .246 | .265 | .086 | .713 | |
| 뷰티확성인식1 | .611 | .167 | .258 | .379 | .135 | .630 | |
| 대인관계1 | .074 | .807 | .105 | .088 | .197 | .714 | .889 |
| 대인관계2 | .131 | .750 | .278 | .234 | .045 | .713 | |
| 대인관계3 | .268 | .697 | .306 | .197 | .127 | .707 | |
| 대인관계4 | .247 | .696 | .271 | .341 | .091 | .743 | |
| 대인관계5 | .203 | .687 | .301 | .233 | .170 | .687 | |
| 자아효능감5 | .078 | .289 | .748 | .246 | .093 | .719 | .877 |
| 자아효능감4 | .116 | .206 | .745 | .335 | .070 | .729 | |
| 자아효능감2 | .132 | .378 | .709 | .183 | .205 | .738 | |
| 자아효능감3 | .274 | .263 | .700 | .219 | .201 | .722 | |
| 외모지향5 | .074 | .296 | .273 | .762 | .105 | .759 | .806 |
| 외모지향4 | -.026 | .251 | .210 | .751 | .138 | .690 | |
| 외모지향3 | .177 | .187 | .285 | .660 | .182 | .616 | |
| 행복감1 | .159 | .072 | .232 | -.019 | .798 | .721 | .762 |
| 행복감2 | .204 | .250 | -.087 | .223 | .686 | .632 | |
| 행복감3 | .135 | .130 | .303 | .387 | .569 | .600 | |
| 행복감4 | .078 | .198 | .431 | .470 | .523 | .725 | |
| 총계 | 3.526 | 3.438 | 3.141 | 2.757 | 2.029 | | |
| 분산의 % | 16.789 | 16.372 | 14.956 | 13.130 | 9.662 | | |
| 누적률(%) | 16.789 | 33.161 | 48.117 | 61.247 | 70.909 | | |
| Kaiser-Meyer-Olkin 표본 적합도. | | | | | | | .924 |
| Bartlett의 단위행렬검정 | 근사 카이제곱 | 5033.077 | df | 210 | 유의확률 | 0.000 | |

제 4 절 측정변수의 기술통계

1) 측정변수의 기술통계 분석

회귀분석을 하기 전에 탐색적 요인분석을 통해 단일차원성을 확보하고, 신뢰도 분석을 통해 동질성(내적일치도)을 확보한 측정변수들 간의 평균화 등을 통해 변수 계산된 구성개념들에 대하여 기술통계분석을 실시하고, 변수들 간의 방향성과 밀집정도를 알아보기 위하여 상관관계 분석을 실시하였으며, 상관관계란 변수들 간의 관계를 말하는 것으로 상관관계의 정도는 0에서 ± 1 사이로 나타나며, ± 1 에 가까울수록 상관관계는 높아지고 0에 가까울수록 상관관계는 낮아진다(강성천, 2015). 상관관계분석을 위한 변수의 기술통계 분석 결과는 <표 4-7>과 같다.

<표 4-7> 측정변수의 기술통계 분석

| 측정변수 | N | 평균 | 표준 편차 |
|--------|-----|--------|--------|
| 외모지향 | 383 | 4.1149 | .61457 |
| 뷰티와싱인식 | 383 | 3.2752 | .70346 |
| 행복감 | 383 | 3.7389 | .62431 |
| 자아효능감 | 383 | 4.0072 | .64015 |
| 대인관계 | 383 | 3.8470 | .63467 |

2) 상관관계 분석

상관계수(r)는 $-1 \leq r \leq 1$ 의 값을 갖는다. -1 에 가까우면 음(-)의 상관관계를 나타내며, 1 에 가까우면 양(+)의 상관관계가 있다고 할 수 있다. 본 연구와 관련하여 측정한 변수들 간의 상관관계분석 결과는 <표 4-8>과 같다.

〈표 4-8〉 상관관계 분석

| 측정변수 | 외모지향 | 뷰티웍싱인식 | 행복감 | 자아효능감 | 대인관계 |
|--------|--------|--------|--------|---------------|---------------|
| 외모지향 | 1 | .313** | .555** | <u>.656**</u> | .597** |
| 뷰티웍싱인식 | .313** | 1 | .426** | .416** | <u>.466**</u> |
| 행복감 | .555** | .426** | 1 | <u>.564**</u> | .526** |
| 자아효능감 | .656** | .416** | .564** | 1 | <u>.672**</u> |
| 대인관계 | .597** | .466** | .526** | <u>.672**</u> | 1 |

** . 상관이 0.01 수준에서 유의합니다(양쪽).

외모지향은 자아효능감과 상관계수가 .656**으로 정(+)의 방향으로 가장 높게 나타났고, 다음으로 대인관계와의 상관계수가 .597**로 정(+)의 상관관계가 있는 것으로 나타났으며, 행복감과 상관계수가 .555**, 뷰티웍싱인식과 .313**의 상관관계를 보이는 것으로 나타났다. 뷰티웍싱인식은 대인관계와의 상관계수가 .466**으로 정(+)의 방향으로 가장 높게 나타났고, 다음으로 행복감 .426**으로 정(+)의 상관관계가 있는 것으로 나타났고, 자아효능감 .416**, 외모지향과 .313**의 상관계수 값을 보이는 것으로 나타났으며, 행복감은 자아효능감과 .564** 정(+)의 방향으로 가장 높게 나타났고, 외모지향과 .555**, 대인관계와 .526**, 뷰티웍싱인식과 .426**의 상관계수 값을 보이는 것으로 나타났다. 자아효능감은 대인관계와 .672** 정(+)의 방향으로 가장 높은 상관관계가 있고, 외모지향과 .656**, 행복감과 .564**, 뷰티웍싱인식과 .416**의 상관계수 값을 보이는 것으로 나타났다. 대인관계는 자아효능감과 .672**로 정(+)의 방향으로 가장 높은 상관관계가 있고, 외모지향과 .597**, 행복감과 .526**, 뷰티웍싱인식과 .466**의 Pearson 상관계수 값을 보이는 것으로 나타났다.

따라서 외모지향은 자아효능감에서 가장 높은 상관계수의 값을 나타냈고, 뷰티웍싱인식은 대인관계에서 가장 높은 상관계수의 값을 나타냈으며, 행복감은 자아효능감에서 가장 높은 상관계수의 값을 나타냈다. 또한 자아효능감은

대인관계에서 가장 높은 상관계수의 값을 나타냈고, 대인관계는 자아효능감과 가장 높은 상관계수의 값을 나타냈다.

분석 결과 유의확률은 .05에서 모두 유의한 것으로 분석이 되었다. 독립변수들 간의 상관관계가 높게 나타난다면 다중회귀분석에서 다중공선성이 발생할 가능성이 있으나, 본 연구 결과에서는 다중공선성이 존재하지 않을 것으로 판단되어 가설검정을 실시하였고, 상관관계분석 결과 모든 구성개념이 통계적으로 모두 유의하게 상관관계를 보이고 있어 구성개념들 간의 인과관계 분석이 가능하다고 판단된다(박은애, 2019).

3) 개인별 특성에 따른 측정변수 차이 검정

본 연구와 관련하여 조사 대상자의 개인적 특성에 따른 각 변수별 통계값의 차이검정을 실시하였다.

가) 성별에 따른 변수의 차이 검정

성별에 따른 차이 검정결과 외모지향($t=-4.024$, $p<.05$)에서 유의한 차이가 나타났으며 남성보다 여성이 더 높게 나타났다. 외모지향을 제외한 모든 변수는 <표 4-9>와 같이 성별에 따라 통계적으로 유의한 차이가 나타나지 않았다.

〈표 4-9〉 성별에 따른 변수의 차이 검정

| 변수별 | | N | 평균 | 표준 편차 | t | p | 사후검증 |
|------------|----|-----|-------|----------|--------|------|-------|
| 외모지향 | 남성 | 49 | 3.394 | 1.015 | -4.024 | .000 | 남성<여성 |
| | 여성 | 334 | 3.920 | .828 | | | |
| 뷰티와싱 인식 | 남성 | 49 | 3.383 | .823 | -.292 | .771 | |
| | 여성 | 334 | 3.416 | .729 | | | |
| 행복감 | 남성 | 49 | 3.464 | .603 | -1.236 | .217 | |
| | 여성 | 334 | 3.589 | .672 | | | |
| 자아 효능감 | 남성 | 49 | 3.500 | .464 | .039 | .969 | |
| | 여성 | 334 | 3.496 | .648 | | | |
| 대인관계 | 남성 | 49 | 3.840 | .546 | -.368 | .713 | |
| | 여성 | 334 | 3.873 | .587 | | | |

나) 연령에 따른 변수의 차이 검정

연령에 따른 차이 검정결과 대인관계($F=4.420$, $p<.05$)를 제외한 모든 변수는 〈표 4-10〉과 같이 연령에 따라 통계적으로 유의한 차이가 나타나지 않았다. 대인관계는 10~20대의 젊은 층에서 높게 나타났고, 다음으로 40대 순으로 나타났다.

〈표 4-10〉 연령에 따른 차이 검정

| 변수별 | N | 평균 | 표준 편차 | F | p | 사후검증 | |
|------------|--------|-----|----------|-------|-------|------|---------------------------|
| 외모지향 | 20세 미만 | 4 | 4.083 | 0.167 | 1.605 | .172 | |
| | 30세 미만 | 92 | 3.924 | 0.769 | | | |
| | 40세 미만 | 122 | 3.959 | 0.864 | | | |
| | 50세 미만 | 110 | 3.758 | 0.952 | | | |
| | 50세 이상 | 55 | 3.673 | 0.878 | | | |
| 뷰티확신 인식 | 20세 미만 | 4 | 3.700 | 0.200 | .443 | .778 | |
| | 30세 미만 | 92 | 3.354 | 0.727 | | | |
| | 40세 미만 | 122 | 3.456 | 0.723 | | | |
| | 50세 미만 | 110 | 3.424 | 0.861 | | | |
| | 50세 이상 | 55 | 3.371 | 0.552 | | | |
| 행복감 | 20세 미만 | 4 | 3.875 | 0.829 | 1.220 | .302 | |
| | 30세 미만 | 92 | 3.671 | 0.677 | | | |
| | 40세 미만 | 122 | 3.582 | 0.689 | | | |
| | 50세 미만 | 110 | 3.527 | 0.644 | | | |
| | 50세 이상 | 55 | 3.464 | 0.609 | | | |
| 자아 효능감 | 20세 미만 | 4 | 3.563 | 0.554 | .667 | .615 | |
| | 30세 미만 | 92 | 3.560 | 0.603 | | | |
| | 40세 미만 | 122 | 3.500 | 0.672 | | | |
| | 50세 미만 | 110 | 3.493 | 0.582 | | | |
| | 50세 이상 | 55 | 3.386 | 0.666 | | | |
| 대인관계 | 20세 미만 | 4 | 3.950 | 0.619 | 4.420 | .002 | 50세미만< 20세미만< 30세미만 |
| | 30세 미만 | 92 | 4.011 | 0.522 | | | |
| | 40세 미만 | 122 | 3.866 | 0.646 | | | |
| | 50세 미만 | 110 | 3.885 | 0.527 | | | |
| | 50세 이상 | 55 | 3.604 | 0.558 | | | |

다) 결혼 여부에 따른 변수의 차이 검정

결혼 여부에 따른 차이 검정결과 〈표 4-11〉과 같이 외모지향($t=2.618$, $p<.05$), 자아효능감($t=2.434$, $p<.05$), 대인관계($t=3.556$, $p<.05$)에서 결혼 여부에 따라 통계적으로 유의한 차이가 나타났으며, 기혼보다 미혼이 더 높게 나타났다. 단 뷰티확신인식과 행복감은 통계적으로 유의한 차이가 나타나지

않았다.

〈표 4-11〉 결혼 여부에 따른 변수의 차이 검정

| 변수별 | | N | 평균 | 표준 편차 | t | p | 사후검증 |
|------------|----|-----|-------|----------|-------|------|-------|
| 외모지향 | 미혼 | 149 | 3.998 | 0.735 | 2.618 | .009 | 기혼<미혼 |
| | 기혼 | 234 | 3.761 | 0.937 | | | |
| 뷰티와싱 인식 | 미혼 | 149 | 3.452 | 0.657 | .839 | .402 | |
| | 기혼 | 234 | 3.387 | 0.790 | | | |
| 행복감 | 미혼 | 149 | 3.634 | 0.707 | 1.423 | .155 | |
| | 기혼 | 234 | 3.535 | 0.634 | | | |
| 자아 효능감 | 미혼 | 149 | 3.594 | 0.619 | 2.434 | .009 | 기혼<미혼 |
| | 기혼 | 234 | 3.435 | 0.627 | | | |
| 대인관계 | 미혼 | 149 | 4.000 | 0.535 | 3.556 | .000 | 기혼<미혼 |
| | 기혼 | 234 | 3.786 | 0.597 | | | |

라) 교육수준에 따른 변수의 차이 검정

교육수준에 따른 차이 검정결과 〈표 4-12〉와 같이 외모지향($F=5.556$, $p<.05$), 뷰티와싱인식($F=2.264$, $p<.05$)에서 통계적으로 유의한 차이가 나타났다. 학력이 높을수록 외모지향과 뷰티와싱인식이 높은 것으로 나타났다. 그러나 행복감, 자아효능감, 대인관계는 통계적으로 유의한 차이가 나타나지 않았다.

〈표 4-12〉 교육수준에 따른 변수의 차이 검정

| 변수별 | | N | 평균 | 표준 편차 | F | p | 사후검증 |
|------------|------------|-----|-------|----------|-------|------|------------------------|
| 외모지향 | 고졸이하 | 94 | 3.595 | .816 | 5.556 | .001 | 대학교졸< 전문대졸< 대학원졸 |
| | 전문대졸 | 109 | 3.975 | .853 | | | |
| | 대학교졸 | 150 | 3.848 | .878 | | | |
| | 대학원졸 이상 | 30 | 4.233 | .867 | | | |
| 뷰티확성 인식 | 고졸이하 | 94 | 3.336 | .638 | 2.624 | .050 | 대학교졸< 전문대졸< 대학원졸 |
| | 전문대졸 | 109 | 3.444 | .801 | | | |
| | 대학교졸 | 150 | 3.370 | .771 | | | |
| | 대학원졸 이상 | 30 | 3.746 | .577 | | | |
| 행복감 | 고졸이하 | 94 | 3.539 | .691 | 1.079 | .358 | |
| | 전문대졸 | 109 | 3.509 | .735 | | | |
| | 대학교졸 | 150 | 3.648 | .5894 | | | |
| | 대학원졸 이상 | 30 | 3.541 | .656 | | | |
| 자아 효능감 | 고졸이하 | 94 | 3.476 | .623 | 2.234 | .084 | |
| | 전문대졸 | 109 | 3.383 | .701 | | | |
| | 대학교졸 | 150 | 3.581 | .576 | | | |
| | 대학원졸 이상 | 30 | 3.550 | .566 | | | |
| 대인관계 | 고졸이하 | 94 | 3.808 | .598 | 1.259 | .288 | |
| | 전문대졸 | 109 | 3.825 | .576 | | | |
| | 대학교졸 | 150 | 3.938 | .586 | | | |
| | 대학원졸 이상 | 30 | 3.873 | .515 | | | |

마) 직업에 따른 변수의 차이 검정

직업에 따른 차이 검정결과 〈표 4-13〉과 같이 외모지향(F=5.092, $p<.05$), 뷰티확성인식(F=2.259, $p<.05$), 행복감(F=3.298, $p<.05$), 자아효능감(F=3.489 $p<.05$), 대인관계(F=4.373, $p<.05$) 등 모든 변수에서 통계적으로 유의한 차이가 나타났다. 대체적으로 전문직과 서비스직 및 학생의 통계 수치가 높게 나타났다.

〈표 4-13〉 직업에 따른 변수의 차이 검정

| 변수별 | N | 평균 | 표준 편차 | F | p | 사후검증 | |
|------------|-----------|----|----------|-------|-------|------|--------------|
| 외모지향 | 학생 | 53 | 4.031 | .592 | 5.092 | .000 | 학생<서비스직<전문직 |
| | 일반 사무직 | 60 | 3.722 | .902 | | | |
| | 전문직 | 69 | 4.120 | .806 | | | |
| | 서비스직 | 62 | 4.080 | .788 | | | |
| | 자영업 | 52 | 3.615 | 1.046 | | | |
| | 전업주부 | 60 | 3.488 | .877 | | | |
| | 기타 | 27 | 3.851 | .833 | | | |
| 뷰티와싱 인식 | 학생 | 53 | 3.343 | .774 | 2.259 | .037 | 자영업<전문직<서비스직 |
| | 일반 사무직 | 60 | 3.236 | .792 | | | |
| | 전문직 | 69 | 3.568 | .733 | | | |
| | 서비스직 | 62 | 3.577 | .770 | | | |
| | 자영업 | 52 | 3.461 | .686 | | | |
| | 전업주부 | 60 | 3.366 | .722 | | | |
| | 기타 | 27 | 3.170 | .498 | | | |
| 행복감 | 학생 | 53 | 3.674 | .687 | 3.298 | .004 | 일반사무직<학생<전문직 |
| | 일반 사무직 | 60 | 3.641 | .648 | | | |
| | 전문직 | 69 | 3.797 | .578 | | | |
| | 서비스직 | 62 | 3.516 | .709 | | | |
| | 자영업 | 52 | 3.379 | .663 | | | |
| | 전업주부 | 60 | 3.500 | .594 | | | |
| | 기타 | 27 | 3.324 | .733 | | | |
| 자아 효능감 | 학생 | 53 | 3.608 | .564 | 3.489 | .002 | 기타<학생<전문직 |
| | 일반 사무직 | 60 | 3.370 | .636 | | | |
| | 전문직 | 69 | 3.742 | .622 | | | |
| | 서비스직 | 62 | 3.391 | .580 | | | |
| | 자영업 | 52 | 3.331 | .595 | | | |
| | 전업주부 | 60 | 3.479 | .607 | | | |
| | 기타 | 27 | 3.527 | .766 | | | |
| 대인관계 | 학생 | 53 | 4.075 | .549 | 4.373 | .000 | 기타<학생<전문직 |
| | 일반 사무직 | 60 | 3.816 | .649 | | | |
| | 전문직 | 69 | 4.023 | .474 | | | |
| | 서비스직 | 62 | 3.783 | .542 | | | |
| | 자영업 | 52 | 3.765 | .535 | | | |
| | 전업주부 | 60 | 3.663 | .560 | | | |
| | 기타 | 27 | 4.044 | .732 | | | |

바) 월평균 수입에 따른 변수의 차이 검정

월평균 수입에 따른 차이 검정결과 <표 4-14>와 같이 뷰티와싱인식 (F=7.315, p<.05), 자아효능감(F=4.562, p<.05), 대인관계(F=4.333, p<.05)가 통계적으로 유의한 차이가 나타났다. 다만, 외모지향, 행복감은 유의한 차이가 나타나지 않았다. 소득이 높을수록 각 변수의 평균값이 높게 나타났다.

<표 4-14> 월평균 수입에 따른 변수의 차이 검정

| 변수별 | | N | 평균 | 표준 편차 | F | p | 사후검증 |
|--------|----------|-----|-------|-------|-------|------|----------------------------|
| 외모지향 | 200만원 미만 | 85 | 3.741 | .751 | 1.736 | .141 | |
| | 300만원 미만 | 134 | 3.840 | .813 | | | |
| | 400만원 미만 | 82 | 3.963 | .961 | | | |
| | 500만원 미만 | 50 | 4.033 | .849 | | | |
| | 500만원 이상 | 32 | 3.635 | 1.117 | | | |
| 뷰티와싱인식 | 200만원 미만 | 85 | 3.167 | .642 | 7.315 | .000 | 400만원 미만<500만원 미만<500만원 이상 |
| | 300만원 미만 | 134 | 3.317 | .748 | | | |
| | 400만원 미만 | 82 | 3.509 | .755 | | | |
| | 500만원 미만 | 50 | 3.724 | .741 | | | |
| | 500만원 이상 | 32 | 3.725 | .633 | | | |
| 행복감 | 200만원 미만 | 85 | 3.473 | .663 | 1.552 | .187 | |
| | 300만원 미만 | 134 | 3.550 | .725 | | | |
| | 400만원 미만 | 82 | 3.573 | .610 | | | |
| | 500만원 미만 | 50 | 3.685 | .652 | | | |
| | 500만원 이상 | 32 | 3.765 | .499 | | | |
| 자아효능감 | 200만원 미만 | 85 | 3.376 | .702 | 4.562 | .001 | 400만원 미만<500만원 미만<500만원 이상 |
| | 300만원 미만 | 134 | 3.453 | .637 | | | |
| | 400만원 미만 | 82 | 3.509 | .583 | | | |
| | 500만원 미만 | 50 | 3.535 | .494 | | | |
| | 500만원 이상 | 32 | 3.906 | .526 | | | |
| 대인관계 | 200만원 미만 | 85 | 3.712 | .665 | 4.333 | .002 | 300만원 미만<400만원 미만<500만원 이상 |
| | 300만원 미만 | 134 | 3.883 | .580 | | | |
| | 400만원 미만 | 82 | 3.892 | .505 | | | |
| | 500만원 미만 | 50 | 3.848 | .567 | | | |
| | 500만원 이상 | 32 | 4.200 | .406 | | | |

사) 외모관리비용에 따른 주요 변수의 차이 검정

외모관리비용에 따른 차이 검정결과 <표 4-15>와 같이 행복감을 제외한 외모지향(F=7.891, $p < .05$), 뷰티확신인식(F=10.341, $p < .05$), 자아효능감(F=3.324, $p < .05$), 대인관계(F=3.330, $p < .05$)에서 통계적으로 유의한 차이가 나타났다. 대체적으로 소득이 높을수록 외모관리 비용에 따른 변수의 통계 값이 높게 나타났다.

<표 4-15> 외모관리비용에 따른 변수의 차이 검정

| 변수별 | | N | 평균 | 표준 편차 | F | p | 사후검증 |
|------------|----------|-----|-------|----------|--------|------|--|
| 외모지향 | 30만원 미만 | 209 | 3.566 | .662 | 7.891 | .000 | 100만원 미만<30만 원미만< 100만원 이상 |
| | 50만원 미만 | 87 | 3.385 | .582 | | | |
| | 70만원 미만 | 43 | 3.302 | .597 | | | |
| | 100만원 미만 | 27 | 3.454 | .505 | | | |
| | 100만원 이상 | 17 | 3.779 | .475 | | | |
| 뷰티확신 인식 | 30만원 미만 | 209 | 3.229 | .733 | 10.341 | .000 | 70만원 미만<100 만원미만< 100만원 이상 |
| | 50만원 미만 | 87 | 3.517 | .711 | | | |
| | 70만원 미만 | 43 | 3.591 | .659 | | | |
| | 100만원 미만 | 27 | 3.807 | .539 | | | |
| | 100만원 이상 | 17 | 4.059 | .703 | | | |
| 행복감 | 30만원 미만 | 209 | 3.573 | .678 | .072 | .991 | |
| | 50만원 미만 | 87 | 3.569 | .661 | | | |
| | 70만원 미만 | 43 | 3.552 | .640 | | | |
| | 100만원 미만 | 27 | 3.407 | .687 | | | |
| | 100만원 이상 | 17 | 3.926 | .440 | | | |
| 자아 효능감 | 30만원 미만 | 209 | 3.566 | .662 | 3.324 | .011 | 100만원 미만<30만 원미만< 100만원 이상 |
| | 50만원 미만 | 87 | 3.385 | .582 | | | |
| | 70만원 미만 | 43 | 3.302 | .597 | | | |
| | 100만원 미만 | 27 | 3.454 | .505 | | | |
| | 100만원 이상 | 17 | 3.779 | .475 | | | |
| 대인관계 | 30만원 미만 | 209 | 3.922 | .582 | 3.330 | .011 | 30만원 미만<100 만원미만< 100만원 이상 |
| | 50만원 미만 | 87 | 3.717 | .582 | | | |
| | 70만원 미만 | 43 | 3.777 | .669 | | | |
| | 100만원 미만 | 27 | 3.926 | .448 | | | |
| | 100만원 이상 | 17 | 4.153 | .304 | | | |

아) 거주 지역에 따른 변수의 차이 검정

거주 지역에 따른 차이 검정결과 <표 4-16>과 같이 자아효능감(F=3.499, $p<.05$)과 대인관계(F=3.276, $p<.05$)에서 통계적으로 유의한 차이가 나타났다.

<표 4-16> 거주 지역에 따른 변수의 차이 검정

| 변수별 | | N | 평균 | 표준 편차 | F | p | 사후검증 |
|------------|-----|-----|-------|----------|-------|------|--------------|
| 외모지향 | 서울 | 211 | 3.930 | .859 | 2.256 | .106 | |
| | 경기도 | 151 | 3.779 | .859 | | | |
| | 인천 | 21 | 3.603 | 1.00 | | | |
| 뷰티와싱 인식 | 서울 | 211 | 3.425 | .791 | .686 | .504 | |
| | 경기도 | 151 | 3.419 | .677 | | | |
| | 인천 | 21 | 3.228 | .658 | | | |
| 행복감 | 서울 | 211 | 3.636 | .703 | 2.243 | .108 | |
| | 경기도 | 151 | 3.486 | .611 | | | |
| | 인천 | 21 | 3.571 | .570 | | | |
| 자아 효능감 | 서울 | 211 | 3.569 | .630 | 3.499 | .031 | 경기<인천< 서울 |
| | 경기도 | 151 | 3.394 | .627 | | | |
| | 인천 | 21 | 3.500 | .512 | | | |
| 대인관계 | 서울 | 211 | 3.927 | .587 | 3.276 | .039 | 서울<경기< 인천 |
| | 경기도 | 151 | 3.776 | .570 | | | |
| | 인천 | 21 | 3.961 | .538 | | | |

제 5 절 가설검정

회귀분석을 실시하는 일반적인 연구에서는 종속변수 Y의 변화에 대해서 독립변수 X 하나로 결정하기보다는 2개 이상의 독립변수로 결정하는 경우가 많은데 독립변수가 1개인 경우를 단순회귀분석이라 하고 2개 이상인 경우를 다중회귀분석이라 한다(이일현, 2014). 다중회귀분석에서 가장 먼저 확인해야 할 사항은 다중공선성인데 독립변수들 간에는 다중공선성이 존재하지 않아야 한다. 다중공선성(Multi-Collinearity)이란 독립변수들 간의 상관관계를 말하는데 하나의 독립변수가 다른 독립변수에 미치는 영향이 클 경우에 다중공선성이 존재한다고 본다(이훈영, 2013). 다중공선성을 평가하는 지표로는 VIF(Variance Inflation Factor, 분산팽창요인)로 VIF 값이 10 이상인 경우 다중공선성이 존재하는 것으로 간주한다(이일현, 2014).

1) 뷰티와싱 관리행동과 대인관계에 대한 가설

본 연구에서는 독립변수가 2개 이상으로 독립변수인 외모지향, 뷰티와싱인식, 행복감이 종속변수인 대인관계에 미치는 영향을 알아보기 위하여 다중회귀분석을 실시하였다. 입력방식은 엔터방식을 적용했다. <표 4-17>의 모형요약에서 Durbin-Watson지수는 0과 4에서 멀고 2에 가까운 1.980로 잔차항의 독립성(즉, 종속변수의 자기상관이 없음)이 확보되었고, 또한 <표 4-19>의 계수표에서 독립변수들의 VIF값은 1.235 ~ 1.611으로 VIF가 10.0 미만의 값으로 나타나 독립변수 간 다중공선성이 없는 것으로 나타나 독립변수의 독립성은 확보되어 다중회귀분석을 실시할 수 있다(최창호, 2018).

〈표 4-17〉 독립변수와 종속변수(대인관계)간 모형 요약^b

| 모형 | R | R ² | 조정된 R ² | 표준 추정값 오류 | Durbin-Watson |
|----|-------------------|----------------|--------------------|-----------|---------------|
| 1 | .681 ^a | .464 | .460 | .466 | 1.980 |

a. 예측변수: (상수), 행복감, 뷰티와성인식, 외모지향

b. 종속 변수: 대인관계

〈표 4-18〉의 분산분석표에서 F값은 109.400, 유의확률은 .000 < .05으로 독립변수들 중에 최소한 하나의 변수는 종속변수에 유의한 영향을 주는 변수가 있음을 확인하였다.

〈표 4-18〉 독립변수와 종속변수(대인관계)간 분산분석^a

| 모형 | | 제곱합 | df | 평균 제곱 | F | 유의확률 |
|----|------|---------|-----|--------|---------|-------------------|
| 1 | 회귀분석 | 71.411 | 3 | 23.804 | 109.400 | .000 ^b |
| | 잔차 | 82.463 | 379 | .218 | | |
| | 총계 | 153.874 | 382 | | | |

a. 종속 변수: 대인관계

b. 예측변수: (상수), 행복감, 뷰티와성인식, 외모지향

〈표 4-19〉 독립변수와 종속변수(대인관계)간 계수^a

| 모형 | 비표준 계수 | | 표준 계수 | t | 유의 확률 | 공선성 통계 | | |
|----|--------|-------|-------|------|-------|--------|------|-------|
| | B | 표준 오차 | 베타 | | | 허용 오차 | VIF | |
| 1 | (상수) | .624 | .180 | | 3.465 | .001 | | |
| | 외모지향 | .426 | .047 | .413 | 9.080 | .000 | .684 | 1.461 |
| | 뷰티와성인식 | .232 | .038 | .257 | 6.144 | .000 | .810 | 1.235 |
| | 행복감 | .190 | .049 | .187 | 3.916 | .000 | .621 | 1.611 |

a. 종속 변수: 대인관계

다중회귀분석을 실시한 결과, 모형요약에서 Durbin-Watson 계수는 2에 가까우면 잔차가 없음을 나타내고, 계수표에서 VIF는 독립변수 간의 다중공선성을 확인하는 것으로 10이하이면 다중공선성이 없는 것으로 보이며, 분산 분석표를 보면 유의확률이 .000으로 .05보다 적으므로 독립변수 중 최소한 하나의 변수는 종속변수에 영향을 미치는 변수가 있다.

계수표에서 유의확률을 보면 독립변수인 외모지향, 뷰티와싱인식, 행복감은 99%신뢰수준에서 종속변수인 대인관계에 통계적으로 유의미한 영향을 미치는 것으로 나타났다. 비표준화 계수 B값은 회귀계수를 의미하며 방향성을 나타내는데 독립변수 중 외모지향, 뷰티와싱인식, 행복감 모두 종속변수인 대인관계에 정(+의 영향을 미치는 것으로 나타났다. 표준화계수 베타 값은 영향력을 나타내는 것으로 독립변수 중에서 외모지향이 종속변수인 대인관계에 가장 큰 영향을 미친다. 마지막으로 모형 요약의 R2값은 독립변수가 종속변수에 미치는 영향을 설명하는 설명력으로, 본 회귀모형의 설명력은 46.4%이다.

외모지향의 t값이 9.080($p = .000$), 뷰티와싱인식의 t값은 6.144($p = .000$), 행복감의 t값은 3.916($p = .000$)로 종속변수에 통계적으로 유의한 정(+의 영향을 미치는 것으로 나타났다. 외모지향이 높을수록($B = .426$), 뷰티와싱인식이 높을수록($B = .232$), 행복감이 높을수록($B = .190$) 대인관계가 높아지는 것으로 나타났으며, 독립변수에서는 외모지향($\beta = .413$)이 종속변수인 대인관계에 가장 큰 영향을 미치는 것으로 나타났으며, 다음으로는 뷰티와싱인식($\beta = .257$), 행복감($\beta = .187$) 순으로 나타났다. 이들 독립변수가 종속변수인 대인관계를 설명하는 설명력은 46.4%(조정된 $R^2 = .460$)이다. 그러므로 외모지향이 높을수록 대인관계가 정(+의 방향으로 높아지고, 뷰티와싱인식이 높을수록 대인관계가 정(+의 방향으로 높아지며, 행복감이 높을수록 대인관계가 정(+의 방향으로 높아진다. 따라서 뷰티와싱 관리행동 중에서 외모지향(베타=.413)이 대인관계에 가장 큰 영향을 미치는 것으로 나타났다.

다중회귀분석 결과에 대한 요약 표는 <표 4-20>과 같다.

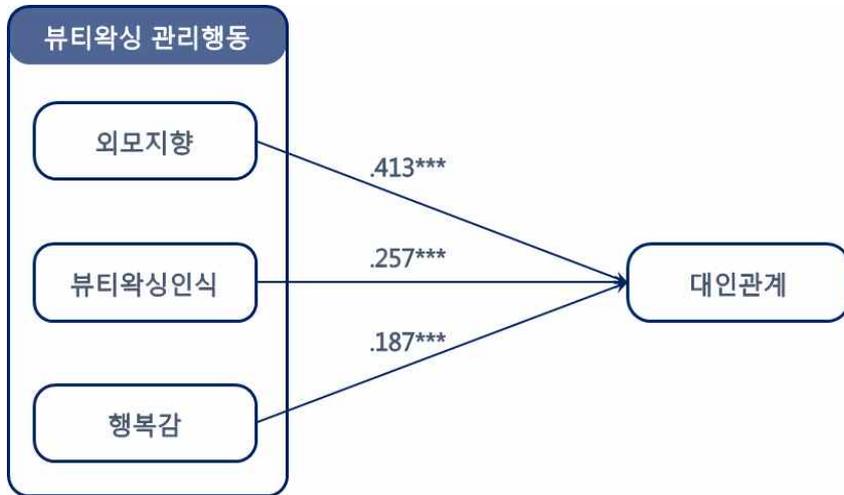
<표 4-20> 독립변수와 종속변수(대인관계)간 분석 결과 요약

| 모형 | B | 베타 | t | 유의확률 | VIF |
|--------|------|------|-------|------|-------|
| (상수) | .624 | . | 3.465 | .001 | . |
| 외모지향 | .426 | .413 | 9.080 | .000 | 1.461 |
| 뷰티와싱인식 | .232 | .257 | 6.144 | .000 | 1.235 |
| 행복감 | .190 | .187 | 3.916 | .000 | 1.611 |

$R^2=.464$, 조정된 $R^2=.460$, $F=109.400$ ($p < .001$), Durbin-Watson=1.980

종속변수 : 대인관계

뷰티와싱 관리행동과 대인관계에 대한 가설검정 결과는 [그림 4-1]과 같다.



[그림 4-1] 뷰티와싱 관리행동과 대인관계에 대한 가설검정 결과

다중회귀분석 결과 요약에 의하면 가설 H1-1, H1-2, H1-3 모두 지지되었음을 알 수 있다. 독립변수인 뷰티와싱 관리행동이 종속변수인 대인관계에 영향을 미칠 것이라는 가설검정 결과는 <표 4-21>과 같다.

〈표 4-21〉 독립변수와 종속변수(대인관계)에 대한 가설검정 결과

| 가 설 | | 검정결과 |
|---------|--------------------------------------|------|
| | 뷰티왁싱 관리행동과 대인관계에 대한 가설 | |
| 가설 H1-1 | 외모지향은 대인관계에 유의미한 정(+)의 영향을 미칠 것이다. | 채택 |
| 가설 H1-2 | 뷰티왁싱인식은 대인관계에 유의미한 정(+)의 영향을 미칠 것이다. | 채택 |
| 가설 H1-3 | 행복감은 대인관계에 유의미한 정(+)의 영향을 미칠 것이다. | 채택 |

2) 뷰티왁싱 관리행동과 자아효능감에 대한 가설

다음으로 독립변수가 2개 이상으로 독립변수인 외모지향, 뷰티왁싱인식, 행복감이 종속변수인 자아효능감에 미치는 영향을 알아보기 위하여 다중회귀 분석을 실시하였다. 입력방식은 엔터방식을 적용했다. 〈표 4-22〉의 모형요약에서 Durbin-Watson지수는 0과 4에서 멀고 2에 가까운 2.114로 잔차항의 독립성(즉, 종속변수의 자기상관이 없음)이 확보되었고, 또한 〈표 4-24〉의 계수표에서 독립변수들의 VIF값은 1.235 ~ 1.611으로 VIF가 10.0 미만의 값으로 나타나 독립변수 간 다중공선성이 없는 것으로 나타나 독립변수의 독립성은 확보되어 다중회귀분석을 실시할 수 있다(최창호, 2018).

〈표 4-22〉 독립변수와 종속변수(자아효능감)간 모형요약^a

| 모형 | R | R ² | 조정된 R ² | 표준 추정값 오류 | Durbin-Watson |
|----|-------------------|----------------|--------------------|-----------|---------------|
| 2 | .715 ^a | .511 | .507 | .450 | 2.114 |

a. 예측변수: (상수), 행복감, 뷰티왁싱인식, 외모지향

b. 종속 변수: 자아효능감

〈표 4-23〉의 분산분석표에서 F값은 131.867, 유의확률은 $.000 < .05$ 으로 독립변수들 중에 최소한 하나의 변수는 종속변수에 유의한 영향을 주는 변수가 있음을 확인하였다.

〈표 4-23〉 독립변수와 종속변수(자아효능감)간 분산분석^a

| 모형 | | 제곱합 | df | 평균 제곱 | F | 유의확률 |
|----|------|---------|-----|--------|---------|-------------------|
| 2 | 회귀분석 | 79.949 | 3 | 26.650 | 131.867 | .000 ^b |
| | 잔차 | 76.594 | 379 | .202 | | |
| | 총계 | 156.543 | 382 | | | |

a. 종속 변수: 자아효능감

b. 예측변수: (상수), 행복감, 뷰티와싱인식, 외모지향

〈표 4-24〉 독립변수와 종속변수(자아효능감)간 계수^a

| 모형 | 비표준 계수 | | 표준 계수 | t | 유의확률 | 공선성 통계 | | |
|----|--------|-------|-------|------|--------|--------|------|-------|
| | B | 표준 오차 | 베타 | | | 허용 오차 | VIF | |
| 2 | (상수) | .590 | .174 | | 3.396 | .001 | | |
| | 외모지향 | .496 | .045 | .477 | 10.974 | .000 | .684 | 1.461 |
| | 뷰티와싱인식 | .155 | .036 | .170 | 4.265 | .000 | .810 | 1.235 |
| | 행복감 | .232 | .047 | .226 | 4.961 | .000 | .621 | 1.611 |

a. 종속 변수: 자아효능감

다중회귀분석을 실시한 결과, 외모지향의 t값이 10.974($p = .000$), 뷰티와싱인식의 t값은 4.265($p = .000$), 행복감의 t값은 4.961($p = .000$)로 종속변수에 통계적으로 유의한 정(+)의 영향을 미치는 것으로 나타났다. 외모지향이 높을수록($B = .496$), 뷰티와싱인식이 높을수록($B = .155$), 행복감이 높을수록($B = .232$) 자아효능감이 높아지는 것으로 나타났으며, 독립변수에서는 외모지향($\beta = .477$)이 종속변수인 자아효능감에 가장 큰 영향을 미치는 것으로 나타났으며, 다음으로는 행복감($\beta = .226$), 뷰티와싱인식($\beta = .170$) 순으로 나타났다.

이들 독립변수가 종속변수인 자아효능감을 설명하는 설명력은 51.1%(조정된 $R^2 = .507$)이다. 외모지향이 높을수록 자아효능감이 정(+의 방향으로 높아지고, 뷰티와식인식이 높을수록 자아효능감이 정(+의 방향으로 높아지며, 행복감이 높을수록 자아효능감이 정(+의 방향으로 높아진다. 따라서 뷰티와식 관리행동 중에서 외모지향(베타=.477)이 자아효능감에 가장 큰 영향을 미치는 것으로 나타났다. 다중회귀분석 결과에 대한 요약 표는 <표 4-25>와 같다.

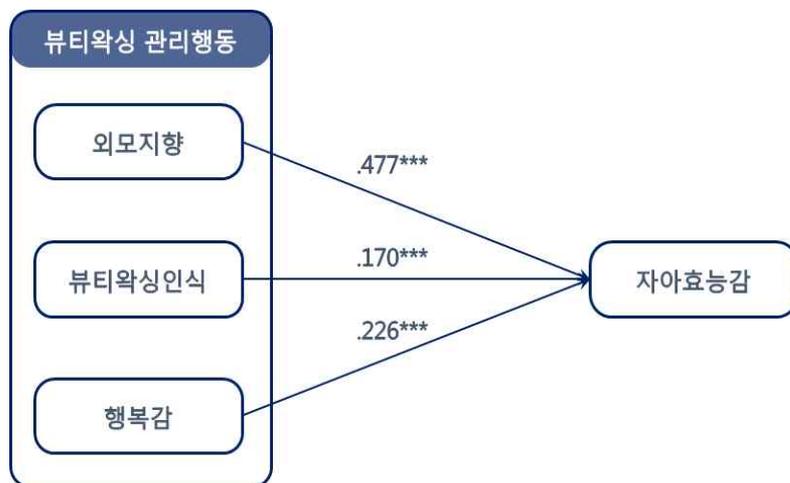
<표 4-25> 독립변수와 종속변수(자아효능감)간 분석 결과 요약

| 모형 | B | 베타 | t | 유의확률 | VIF |
|--------|------|------|--------|------|-------|
| (상수) | .590 | . | 3.396 | .001 | . |
| 외모지향 | .496 | .477 | 10.974 | .000 | 1.461 |
| 뷰티와식인식 | .155 | .170 | 4.265 | .000 | 1.235 |
| 행복감 | .232 | .226 | 4.961 | .000 | 1.611 |

$R^2 = .511$, 조정된 $R^2 = .507$, $F = 131.867$ ($p < .000$), Durbin-Watson=2.114

종속변수 : 자아효능감

뷰티와식 관리행동과 자아효능감에 대한 가설검정 결과는 [그림 4-2]와 같다.



[그림 4-2] 뷰티와식 관리행동과 자아효능감에 대한 가설검정 결과

다중회귀분석 결과 요약에 의하면 가설 H2-1, H2-2, H2-3 모두 지지되었음을 알 수 있다. 독립변수인 뷰티와싱 관리행동이 종속변수인 자아효능감에 영향을 미칠 것이라는 가설검정 결과는 <표 4-26>과 같다.

<표 4-26> 독립변수와 종속변수(자아효능감)에 대한 가설검정 결과

| 가 설 | | 검정결과 |
|---------|---------------------------------------|------|
| | 뷰티와싱 관리행동과 자아효능감에 대한 가설 | |
| 가설 H2-1 | 외모지향은 자아효능감에 유의미한 정(+)의 영향을 미칠 것이다. | 채택 |
| 가설 H2-2 | 뷰티와싱인식은 자아효능감에 유의미한 정(+)의 영향을 미칠 것이다. | 채택 |
| 가설 H2-3 | 행복감은 자아효능감에 유의미한 정(+)의 영향을 미칠 것이다. | 채택 |

3) 자아효능감과 대인관계에 대한 가설

다음으로 독립변수인 자아효능감이 종속변수인 대인관계에 미치는 영향을 알아보기 위하여 단순회귀분석을 실시하였다. 입력방식은 엔터방식을 적용했다. <표 4-27>의 모형요약에서 Durbin-Watson지수는 0과 4에서 멀고 2에 가까운 2.010로 잔차항의 독립성(즉, 종속변수의 자기상관이 없음)이 확보되었다.

<표 4-27> 독립변수와 종속변수(대인관계)간 모형요약^b

| 모형 | R | R ² | 조정된 R ² | 표준 추정값 오류 | Durbin-Watson |
|----|-------------------|----------------|--------------------|-----------|---------------|
| 1 | .672 ^a | .452 | .451 | .470 | 2.010 |

a. 예측변수: (상수), 자아효능감

b. 종속 변수: 대인관계

〈표 4-28〉의 분산분석표에서 F값은 314.547 유의확률은 .000 < .05으로 독립변수들 중에 최소한 하나의 변수는 종속변수에 유의한 영향을 주는 변수가 있음을 확인하였다.

〈표 4-28〉 독립변수와 종속변수(대인관계)간 분산분석^a

| 모형 | | 제곱합 | df | 평균 제곱 | F | 유의확률 |
|----|------|---------|-----|--------|---------|-------------------|
| 1 | 회귀분석 | 69.586 | 1 | 69.586 | 314.547 | .000 ^b |
| | 잔차 | 84.288 | 381 | .221 | | |
| | 총계 | 153.874 | 382 | | | |

a. 종속 변수: 대인관계

b. 예측변수: (상수), 자아효능감

〈표 4-29〉의 계수표에서 유의확률을 보면 독립변수인 자아효능감은 99% 신뢰수준에서 종속변수인 대인관계에 통계적으로 유의미한 영향을 미치는 것으로 나타났다. 비표준화 계수 B값은 회귀계수를 의미하며 방향성을 나타내는데 독립변수인 자아효능감이 종속변수인 대인관계에 정(+)의 영향을 미치는 것으로 나타났으며, 표준화계수 베타 값은 영향력을 나타내는 것으로 독립변수인 자아효능감이 종속변수인 대인관계에 미치는 영향력을 의미한다.

〈표 4-29〉 독립변수와 종속변수(대인관계)간 계수^a

| 모형 | | 비표준 계수 | | 표준 계수 | t | 유의확률 |
|----|-------|--------|-------|-------|--------|------|
| | | B | 표준 오차 | 베타 | | |
| 1 | (상수) | 1.175 | .153 | | 7.705 | .000 |
| | 자아효능감 | .667 | .038 | .672 | 17.735 | .000 |

a. 종속 변수: 대인관계

자아효능감의 t값이 17.735(p= .000)로 종속변수에 통계적으로 유의한 정(+)의 영향을 미치는 것으로 나타났다. 마지막으로 모형 요약의 R2값은 독립변수가 종속변수에 미치는 영향을 설명하는 설명력으로, 본 회귀모형의 설명력은 45.2%이다. 따라서 자아효능감이 높을수록(B= .667) 대인관계가 높아지는 것으로 나타났고, 자아효능감($\beta = .672$)이 종속변수인 대인관계에 큰 영향을 미치는 것으로 나타났으며, 독립변수가 종속변수인 대인관계를 설명하는 설명력은 45.2%(조정된 $R^2 = .451$)이다. 단순회귀분석 결과에 대한 요약 표는 <표 4-30>과 같다.

<표 4-30> 독립변수와 종속변수(대인관계)간 분석 결과 요약

| 모형 | B | 베타 | t | 유의확률 |
|-------|-------|------|--------|------|
| (상수) | 1.175 | . | 7.705 | .000 |
| 자아효능감 | .667 | .672 | 17.735 | .000 |

$R^2=.452$, 조정된 $R^2=.451$, $F=314.547$ ($p < .000$), Durbin-Watson=2.010

종속변수 : 대인관계

자아효능감과 대인관계에 대한 가설검정 결과는 [그림 4-3]과 같다.



[그림 4-3] 자아효능감과 대인관계에 대한 가설검정 결과

단순회귀분석 결과 요약에 의하면 가설 H3은 지지되었음을 알 수 있다. 독립변수인 자아효능감이 종속변수인 대인관계에 영향을 미칠 것이라는 가설 검정 결과는 <표 4-31>과 같다.

〈표 4-31〉 독립변수와 종속변수(대인관계)에 대한 가설검정 결과

| 가 설 | | 검정결과 |
|-------|------------------------------------|------|
| | 자아효능감과 대인관계에 대한 가설 | |
| 가설 H3 | 자아효능감은 대인관계에 유의미한 정(+)의 영향 미칠 것이다. | 채택 |

4) 자아효능감의 매개효과에 대한 가설

마지막으로 독립변수가 2개 이상으로 독립변수인 외모지향, 뷰티와싱인식, 행복감이 종속변수인 대인관계에 미치는 영향을 알아보기 위하여 다중회귀분석을 실시하였다. 매개효과란 독립변수가 종속변수에 미치는 영향관계가 있었는데, 그 사이에 매개변수가 개입되면 독립변수가 종속변수에 미치는 영향이 감소 또는 소멸하는 효과를 의미한다(이정우, 2019). Baron & Kenny의 연구에 의하면 3단계 접근법을 활용한 매개효과 검정방법을 실시하는데, 1단계는 독립변수가 종속변수에 유의미한 영향관계를 미치고, 2단계는 독립변수가 매개변수에 유의미한 영향을 미치며, 3단계는 독립변수를 통제된 상태에서(독립변수와 매개변수를 함께 투입해서)에서 매개변수가 종속변수에 유의미한 영향관계를 미친다면 매개효과가 있는 것으로 본다(Baron & Kenny, 1996).

다음은 Baron & Kenny의 3단계 접근법을 활용하여 1단계 대인관계를 종속변수로 투입하고(1단계), 독립변수를 외모지향, 뷰티와싱인식, 행복감으로 투입한 다음(1단계), 추가로 자아효능감을 독립변수에 투입하여(3단계) 매개효과 분석을 위한 다중회귀분석을 실시하였다. 먼저 〈표 4-32〉에서 Durbin-Watson 지수는 0과 4에서 멀고 2에 가까운 1.996의 수치로 나타나 자기상관이 없이 독립적이며, 〈표 4-34〉에서 독립변수들 간의 다중공선성 진단을 위한 VIF 지수를 살펴보면, VIF(분산팽창요인) 값은 1.294 ~ 2.044로 VIF가 10.0 미만의 값으로 나타나 독립변수 간 다중공선성이 없어 본 데이터는 다중회귀분석을 실시하기에 적합하다(신채상, 2019).

〈표 4-32〉 매개효과 1,3단계(독립변수+매개변수→종속변수) 모형 요약^a

| 모형 | R | R ² | 조정된 R ² | 표준 추정값 오류 | Durbin-Watson |
|----|-------------------|----------------|--------------------|-----------|---------------|
| 1 | .681 ^a | .464 | .460 | .466 | |
| 3 | .733 ^b | .538 | .533 | .434 | 1.996 |

a. 예측변수: (상수), 행복감, 뷰티와싱인식, 외모지향

b. 예측변수: (상수), 행복감, 뷰티와싱인식, 외모지향, 자아효능감

c. 종속 변수: 대인관계

〈표 4-33〉의 분산분석표에서 F값은 109.934, 유의확률은 .000 < .05으로 독립변수들 중에 최소한 하나의 변수는 종속변수에 유의한 영향을 주는 변수가 있음을 확인하였다.

〈표 4-33〉 매개효과 1,3단계(독립변수+매개변수→종속변수) 분산분석^a

| 모형 | | 제곱합 | df | 평균 제곱 | F | 유의확률 |
|----|------|---------|-----|--------|---------|-------------------|
| 1 | 회귀분석 | 71.411 | 3 | 23.804 | 109.400 | .000 ^b |
| | 잔차 | 82.463 | 379 | .218 | . | . |
| | 총계 | 153.874 | 382 | . | . | . |
| 3 | 회귀분석 | 82.746 | 4 | 20.686 | 109.934 | .000 ^c |
| | 잔차 | 71.129 | 378 | .188 | . | . |
| | 총계 | 153.874 | 382 | . | . | . |

a. 종속 변수: 대인관계

b. 예측변수: (상수), 행복감, 뷰티와싱인식, 외모지향

c. 예측변수: (상수), 행복감, 뷰티와싱인식, 외모지향, 자아효능감

〈표 4-34〉 매개효과 1,3단계(독립변수+매개변수→종속변수) 분석 계수^a

| 모형 | | 비표준 계수 | | 표준 계수 | t | 유의 확률 | 공선성 통계 | |
|----|---------|--------|-------|-------|-------|-------|--------|-------|
| | | B | 표준 오차 | 베타 | | | 허용 오차 | VIF |
| 1 | (상수) | .624 | .180 | | 3.465 | .001 | | |
| | 외모지향 | .426 | .047 | .413 | 9.080 | .000 | .684 | 1.461 |
| | 뷰티웍싱 인식 | .232 | .038 | .257 | 6.144 | .000 | .810 | 1.235 |
| | 행복감 | .190 | .049 | .187 | 3.916 | .000 | .621 | 1.611 |
| 3 | (상수) | .397 | .170 | | 2.337 | .020 | | |
| | 외모지향 | .235 | .050 | .228 | 4.694 | .000 | .519 | 1.925 |
| | 뷰티웍싱 인식 | .172 | .036 | .191 | 4.793 | .000 | .773 | 1.294 |
| | 행복감 | .101 | .047 | .099 | 2.164 | .031 | .583 | 1.715 |
| | 자아효능감 | .385 | .050 | .388 | 7.761 | .000 | .489 | 2.044 |

a. 종속 변수: 대인관계

*P<.05 **p<.01 ***p<.001

〈표 4-34〉를 보면, 매개효과를 검정하는 다중회귀분석을 실시한 결과 1단계에서, 외모지향(p= .000), 뷰티웍싱인식(p= .000), 행복감(p= .000)은 자아효능감에 통계적으로 유의미한 정(+)의 영향을 주는 것으로 나타났다. 3단계에서 매개변수인 자아효능감의 t값이 7.761(p= .000)로 종속변수인 대인관계에 통계적으로 유의미하게 정(+)의 영향을 미치는 것으로 나타나 매개효과가 있는 것을 알 수 있다.

매개효과는 통계프로그램인 SPSS로 검정할 경우 Baron & Kenny(1986)의 3단계 접근법 중 2단계(독립변수→매개변수)를 먼저 실시한 후, 1단계(독립변수→종속변수)와 3단계(독립변수+매개변수→종속변수)를 그 다음에 실시하는 방법으로 분석이 가능하다(포철삼, 2019). 매개효과를 검정하는 다중회귀분석 결과 1단계에서 (독립변수→종속변수) 외모지향(P= .000),

뷰티와싱인식 ($P = .000$), 행복감($P = .000$)는 종속변수인 대인관계에 정(+)
 의 영향을 미치는 것으로 나타 났고, 매개효과를 검증하는 다중회귀분석
 결과 2단계에서 (독립변수-->매개변수) 외모지향($P = .001$), 뷰티와싱인식
 ($P = .000$), 행복감 ($P = .000$)는 종속변수인 자아효능감에 정(+)
 의 영향을 미치는 것으로 나타 났으며, 매개효과를 검증하는 다중회귀분석 결과
 3단계에서 외모지향 ($P = .000$), 뷰티와싱인식($P = .000$), 행복감($P = .031$)은
 종속변수인 대인관계에 정(+)
 의 영향을 미치는 것으로 나타 났으며, 매개
 변수인 자아효능감의 t값이 7.761($p = .000$)으로 종속변수인 대인관계에
 통계적으로 유의미하게 정(+)
 의 영향을 미치는 것으로 나타나 매개효과가 있는 것
 을 알 수 있다.

따라서 독립변수인 외모지향, 뷰티 와싱인식, 행복감은 1단계 모형의 회귀계수
 (비표준화 및 표준화)에 비해 95% 신뢰수준에서 통계적으로 유의미하게
 감소 [①외모지향: .413→ .228($p = .000$), ②뷰티와싱인식: .257→
 .191($p = .000$), ③행복감; .187→ .099 ($p = .031$)] 하였는바, 외모지향,
 뷰티와싱인식, 행복감이 대인관계에 미치는 영향관계를 자아효능감이
 부분매개하고 있음을 알 수 있다.

매개효과분석과 관련하여 Van Dyne, Graham & Dienesch(1994)는 완전
 매개효과와 부분매개효과를 구분하였는데, 1단계와 3단계를 비교하여 독립변
 수가 종속변수에 미치는 회귀계수(비표준화 및 표준화)가 유의미하게 감소하면
 부분매개효과(Partial Mediation Effect)이고, 무의미하게 감소하면 완전매개효
 과(Full Mediation Effect)라고 구분하였다(최창호, 2018). 자아효능감의 매개
 효과 분석결과는 <표 4-35>와 같다.

〈표 4-35〉 매개효과분석 결과 요약

| 구분 | Step1 | | Step2 | | Step3 | |
|----------------|-------------|----------------|--------------|---------|-------------|----------------|
| | (종속변수:대인관계) | | (종속변수:자아효능감) | | (종속변수:대인관계) | |
| | B | Beta | B | Beta | B | Beta |
| (상수) | .624 | | .590 | | .397 | |
| 외모지향 | .426 | <u>.413***</u> | .496 | .477*** | .235 | <u>.228***</u> |
| 뷰티와싱인식 | .232 | <u>.257***</u> | .155 | .170*** | .172 | <u>.191***</u> |
| 행복감 | .190 | <u>.187***</u> | .232 | .226*** | .101 | <u>.099*</u> |
| 자아효능감 | | | | | .385 | .388*** |
| R ² | .464 | | .511 | | .538 | |
| F | 109.400*** | | 131.867*** | | 109.934*** | |
| Durbin-Watson | 1.980 | | 2.114 | | 1.996 | |

유의확률:*P<.05 **p<.01 ***p<.001

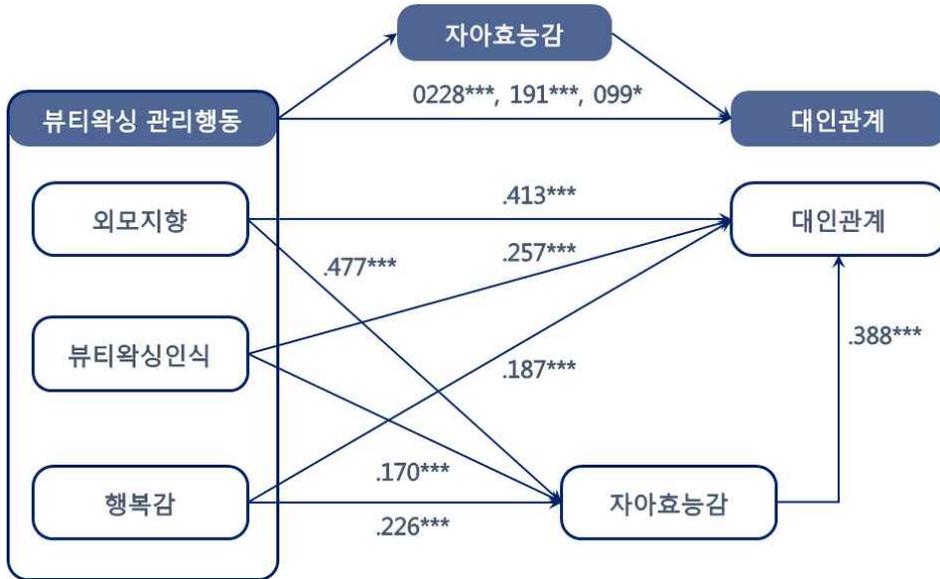
자아효능감이 뷰티와싱 관리행동과 대인관계간의 영향관계를 매개할 것이 라는 가설검정 결과는 〈표 4-36〉과 같다.

〈표 4-36〉 자아효능감의 매개효과 가설검정 결과

| 가 설 | | 검정결과 |
|---------|--------------------------------------|------|
| | 자아효능감의 매개효과에 대한 가설 | |
| 가설 H4-1 | 외모지향과 대인관계의 영향관계에서 자아효능감이 매개할 것이다. | 채택 |
| 가설 H4-2 | 뷰티와싱인식과 대인관계의 영향관계에서 자아효능감이 매개할 것이다. | 채택 |
| 가설 H4-3 | 행복감과 대인관계의 영향관계에서 자아효능감이 매개할 것이다. | 채택 |

5) 전체 연구모형 및 가설 검증결과 요약

가설 검정을 통한 전체 연구모형의 검증 결과는 [그림 4-4]와 같다.



[그림 4-4] 연구모형 검증 결과

본 연구에 대한 가설 검정결과를 요약하면 <표 4-37>과 같다.

<표 4-37> 연구가설 검정결과 요약

| 가 설 | | β 값 (P-value) | 검정 결과 |
|-------------------------|---------------------------------------|------------------------|--------------|
| 뷰티와싱 관리행동과 대인관계에 대한 가설 | | | |
| 가 설 H1-1 | 외모지향은 대인관계에 유의미한 정(+)의 영향을 미칠 것이다. | .413 (.000) | 채택 |
| 가 설 H1-2 | 뷰티와싱인식은 대인관계에 유의미한 정(+)의 영향을 미칠 것이다. | .257 (.000) | 채택 |
| 가 설 H1-3 | 행복감은 대인관계에 유의미한 정(+)의 영향을 미칠 것이다. | .187 (.000) | 채택 |
| 뷰티와싱 관리행동과 자아효능감에 대한 가설 | | | |
| 가 설 H2-1 | 외모지향은 자아효능감에 유의미한 정(+)의 영향을 미칠 것이다. | .477 (.000) | 채택 |
| 가 설 H2-2 | 뷰티와싱인식은 자아효능감에 유의미한 정(+)의 영향을 미칠 것이다. | .170 (.000) | 채택 |
| 가 설 H2-3 | 행복감은 자아효능감에 유의미한 정(+)의 영향을 미칠 것이다. | .226 (.000) | 채택 |
| 자아효능감과 대인관계에 대한 가설 | | | |
| 가 설 H3 | 자아효능감은 대인관계에 유의미한 정(+)의 영향을 미칠 것이다. | .672 (.000) | 채택 |
| 자아효능감의 매개효과에 대한 가설 | | | |
| 가 설 H4-1 | 외모지향과 대인관계의 영향관계에서 자아효능감이 매개할 것이다. | .228 (.000) | 채택 (완전매개) |
| 가 설 H4-2 | 뷰티와싱인식과 대인관계의 영향관계에서 자아효능감이 매개할 것이다. | .191 (.000) | 채택 (부분매개) |
| 가 설 H4-3 | 행복감과 대인관계의 영향관계에서 자아효능감이 매개할 것이다. | .099 (.031) | 채택 (부분매개) |

제 5 장 결 론

제 1 절 요약 및 결론

본 연구는 뷰티와싱 소비자의 개인 특성과 뷰티와싱 관리행동에 따른 자아효능감과 대인관계의 영향관계를 검증한 것이다.

이를 위해 문헌조사와 실증조사를 병행 실시하였다. 실증조사는 서울, 경기 등 수도권에 거주하는 10대~50대 남녀를 대상으로 설문조사를 실시하였다. 자료 수집은 리커트 5점 척도로 구성된 5개 요인의 30문항과 일반적 특성 8개 문항으로 구성된 설문지를 활용하여 420부의 연구에 필요한 자료를 수집하였으며, 그 중 불성실한 37부의 자료를 제외한 383부의 설문지를 자료 분석에 활용하였다. 자료 분석은 통계패키지 SPSS 22.0 버전을 활용하여 조사대상자의 일반적 특성 및 응답 수준을 파악하기 위해 빈도분석 및 기술통계 분석을 실시하여, 측정항목들의 정규분포를 확인하였다. 탐색적 요인 분석을 통해 타당도와 신뢰도를 저해하는 항목들을 정제하여 집중타당도와 판별타당도를 확보했으며, Cronbach's α 계수를 활용하여 신뢰도 분석을 실시하였다.

본 연구의 결과를 중심으로 <연구문제 1.2.3>의 요약과 결론을 종합해 보면 다음과 같다.

<연구문제 1> 뷰티와싱 소비자의 개인별 특성에 따라 뷰티와싱 관리행동이 다를 것인가를 알아 본 결과 남녀 성별에서는 외모지향에서만 남성보다 여성이 월등히 높은 수치를 나타냈고, 연령은 대인관계에서만 10~20대 젊은 층에서 높게 나타났으며, 결혼 여부는 외모지향, 자아효능감 및 대인관계에서 기혼보다 미혼이 높은 수치를 나타냈다. 교육수준에서는 대학교(졸)이 외모지향과 뷰티와싱인식에서 높게 나타났고, 직업에 따라 전문직과, 서비스직 순으로 높은 수치를 나타냈다. 월평균 소득이 높을수록 뷰티와싱 인식과 자아효능감, 대인관계의 평균수치가 높게 나타났고, 외모관리 비용

이 높을수록 높은 수치를 나타냈으며, 거주 지역은 경기도에서 자아효능감과 대인관계 수치가 높게 나타났다.

〈연구문제 2〉 뷰티와싱 관리행동은 자아효능감과 대인관계에 어떤 영향을 미칠 것인가를 알아본 결과 뷰티와싱 관리행동과 자아효능감에 대한 영향관계는 외모지향, 뷰티와싱인식, 행복감이 높을수록 자아효능감이 높아지는 것으로 나타났으며, 뷰티와싱 관리행동과 대인관계에 대한 영향관계 또한 외모지향, 뷰티와싱인식, 행복감이 높을수록 대인관계가 높아지는 것으로 나타났다.

〈연구문제 3〉 뷰티와싱 관리행동과 자아효능감 및 대인관계의 요인 간 상관관계는 어떠한 것인가를 알아본 결과 뷰티와싱 관리행동의 하위변수인 외모지향, 뷰티와싱인식, 행복감 중 외모지향은 자아효능감과의 상관계수가 가장 높게 나타났고, 뷰티와싱인식은 대인관계와 가장 높게 나타났으며, 행복감은 자아효능감과 가장 높게 나타나 자아효능감과 대인관계는 서로 간에 높은 상관관계를 보였다.

이상의 결과는 첫 이미지를 판단하는 요소에서는 외적인 모습이 많은 비중을 차지하기 때문에 외모지향 수준이 증가하면서 자신의 일에 대한 능력과 대인관계 향상에 긍정적인 영향관계가 있다는 것을 확인할 수 있다. 외모에 대한 관리행동이 소비자의 개인별 특성에 따라 외모의 중요성이 부각되는 현대 사회에서 이를 보조하는 뷰티와싱은 외적인 미(beauty)에 대한 관심의 외모 관리행동으로서 와싱시장의 규모를 확산 시키고 있기 때문에 향후 전망이 밝다는 것을 알 수 있다. 따라서 본 연구는 고객의 외모향상의 만족과 서비스 제공자의 전문성 및 뷰티와싱의 체계적인 마케팅전략의 밑거름이 제공 될 수 있다는 점에서 의미를 지니고 있다.

제 2 절 연구의 한계점 및 제언

본 연구의 결과를 토대로 한계점과 제언은 다음과 같이 제시하고자 한다.

첫째, 설문 대상자가 서울과 경기지역의 10대에서 50대의 남녀를 대상으로 하였으므로, 후속으로 동일한 연구에서는 타 지역을 포함하여 각각의 남녀 비율과 연령대를 다양하게 구분하여 좀 더 깊이 있는 조사를 함으로써 연구의 필요성이 있다는 것을 제안한다.

둘째, 뷰티와싱 소비자의 개인 특성의 범위를 규정하는데 있어 선행연구의 고찰이나 자료의 부족한 것에 한계점이 있으며, 뷰티와싱 관리행동의 특성에 따른 변수들의 다양한 측면에서 보다 많은 연구의 필요성이 있다는 것을 제안한다.

셋째, 뷰티와싱은 앞으로 모든 연령대에서 소비가 이루어 질 전망이므로 개인별 뷰티와싱에 대한 경험 차이를 다양한 차원으로 연구하여 뷰티와싱 소비자의 니즈를 정확히 파악하고 구분 해 볼 필요성이 있다는 것을 제안한다.

참 고 문 헌

1. 국내문헌

- 강성천. (2015). “컨설팅역량이 중소기업 경영컨설팅 성과에 미치는 영향에 관한 연구”. 한성대학교 대학원 석사학위논문
- 강정희. (2018). “한·중·일 여성들의 헤어스타일 관심도와 가발착용 인식에 따른 자아효능감, 만족도 및 구매의도”. 원광대학교 일반대학원 박사학위논문
- 강주영. (2013). “아동이 지각한 부모애착과 대인관계적 학교적응과의 관계 : 자기효능감, 자아탄력성, 자아존중감의 매개효과”. 서강대학교 교육대학원 석사학위논문
- 강평미. (2017). “사회성, 신체이미지, 자아존중감이 외모관리행동에 미치는 영향”. 충남대학교 대학원 박사학위논문
- 고선형. (2015). “성인의 자아존중감, 외모관리행동 및 신체이미지가 대인관계에 미치는 영향 : 희망을 매개로”. 한서대학교 대학원 박사학위논문
- 김나연. (2016). “여성의 뷰티와싱 경험유무에 따른 신체매력지각과 심리적효용 및 구매행동의 차이 연구”. 서경대학교 미용예술대학원 석사학위논문
- 김모래. (2015). “와싱과 레이저제모의 인식도와 부작용 실태 연구”. 성결대학교 교육대학원 석사학위논문
- 김문수. (2004). “컴퓨터 매개 커뮤니케이션을 통한 대인관계 형성에 대한 실험 연구 : 사회적 요망성과 맥락단서를 중심으로”. 서울대학교 대학원 박사학위논문
- 김반야. (2015). “관계적 인간의 형성 : 부모 자녀 의사소통이 자녀의 대인관계능력에 미치는 영향”. 서울대학교 대학원 박사학위논문
- 김영미. (2017). “남성의 외모성공지향이 미용관리행동과 외모향상추구에 미치는 영향”. 호남대학교 교육대학원 석사학위논문
- 김예주. (2016). “이미지메이킹이 긍정적 사고와 자아 존중감에 미치는 영향”.

건국대학교 산업대학원 석사학위논문

- 김예중. (2014). “셀프리더십 교육프로그램이 청소년의 대인관계능력, 커뮤니케이션능력, 자아효능감에 미치는 영향 분석”. 동아대학교 교육대학원 석사학위논문
- 김유진. (2012). “헬스참여 성인 여성의 외모에 대한 사회문화적 태도가 우울 및 대인관계, 심리적 행복감에 미치는 영향”. 대구대학교 대학원 박사학위논문
- 김은수. (2019). “여성 직장인의 미의식과 사회문화적 태도가 대인관계 형성에 미치는 영향 : 자아존중감과 사회적 지지를 중심으로”. 차의과학대학교 일반대학원 박사학위논문
- 김인옥. (2019). “여성의 신체이미지와 뷰티관심이 뷰티관리행동에 미치는 영향”. 한성대학교 예술대학원 석사학위논문
- 김주미. (2016). 『외모는 자존감이다』. 경기도: 다산북스.
- 노선옥. (2011). “대인관계성향, 생활만족도와 헤어스타일행동 및 화장동기의 관계연구 : 20.30.40대 여성을 대상으로”. 성신여자대학교 대학원 박사학위논문
- 노윤정. (2019). “한국남성의 미용소비행동이 자기효능감 및 외모만족도에 미치는 영향”. 한성대학교 특수대학원 석사학위논문
- 노은희. (2019). “여성의 피부미용 관리가 자아존중감과 행복감에 미치는 영향”. 건국대학교 대학원 석사학위논문
- 박광희. (2013). 신체질량의치수와 인구통계학적 특성에 따른 외모지향성과 외모관리행동. 『한국의류산업학회지』, 15(6), 913.
- 박경희. (2017). “평생교육 담당자의 사회적 네트워크에 영향을 미치는 직업 선택동기, 직업몰입, 조직몰입, 신뢰간의관계”. 충남대학교 대학원 박사학위논문
- 박규미. (2011). 『아름다움의 완성 왁싱매니지먼트』. 서울: 크라운출판사.
- 박미은. (2019). “뷰티헬스케어행동, 미적이미지와 외모에 대한 사회문화적 태도와 시밀적 영향의 관계에 미치는 연구”. 연산대학교 일반대학원 박사학위논문
- 박은애. (2019). “노인 일자리사업 참여자의 일의 의미가 직무만족에 미치는

- 영향에 관한 연구”. 한성대학교 지식서비스&컨설팅대학원 석사학위논문
- 박선애. (2013). “성인남성들의 외모성공지향에 따른 피부미용 및 화장품 구매행동에 관한연구”. 서경대학교 대학원 박사학위논문
- 박선태. (2015). “청소년의 심리적 불안감, 외모지향태도 및 자아존중감과 문제행동의 구조관계 : 성별 및 학교급별의 다집단분석”. 위덕대학교 일반대학원 석사학위논문
- 비피기술거래. (2018). 『털털한 남자(Y)세대 트렌드』. 서울: 비피기술거래.
- 박현미. (2013). “대학생의 자기효능감, 스트레스,우울이 대인관계에 미치는 영향”. 관동대학교 대학원 박사학위논문
- 선혜민. (2019). “완벽주의와 대인관계의 관계에 대한메타연구 : 2000-2018년 국내 출간논문에 대한 동향 및 메타분석”. 경성대학교 대학원 박사학위논문
- 손가빈. (2018). “중년여성의 피부관리행동이 외모만족도 및 자아존중감, 행복감에 미치는 영향”. 건국대학교 산업대학원 석사학위논문
- 손혜숨. (2016). “성인여성의 미용 확신에 대한 인식 및 이용실태 연구”. 영산대학교 미용예술대학원 석사학위논문
- 신건권. (2013). 『Amos 20 통계분석 따라하기』. 서울: 도서출판청람.
- 신은하. (2018). “소프트 확신과 슈가링 확신 후 만족도, 재이용의도, 추천의도 비교”. 숙명여자대학교 문화예술대학원 석사학위논문
- 신채상. (2019). “컨설턴트 간의 협업이 컨설팅완성도에 미치는 영향에 관한 연구 : 중소기업 컨설팅을 중심으로”. 한성대학교 지식서비스&컨설팅대학원 석사학위논문
- 심경옥. (2006). “초등학생의 외모만족도와 대인관계 및 학교적응과의 관계”. 아주대학교 교육대학원 석사학위논문
- 안정려. (2015). “미용확신의 이용의도 및 재이용의도에 영향을 미치는 요인”. 광운대학교 경영대학원 석사학위논문
- 양행호. (2016). “컨설턴트의 비언어커뮤니케이션이 고객신뢰, 고객만족, 컨설팅 수용의도에 미치는 영향”. 한성대학교 대학원 석사학위논문
- 양화영. (2015). “제모 방법에 따른 제모 효과와 피부에 미치는 영향 비교”.

건국대학교 산업대학원 석사학위논문

- 여혜연, 임이라, 이종신. (2012). 20~40대 여성의 제모에 대한 인식 및 이용 실태와 만족도. 『한국미용학회지』, 18(2), 435-445.
- 오회경. (2016). “왁싱에 대한 인식 및 제라늄이 왁싱 후 피부에 미치는 영향”. 건국대학교 산업대학원 석사학위논문
- 우지형. (2017). “소프트왁싱과 슈가링의 제모방법에 따른 피부반응 연구”. 대전대학교 보건의료대학원 석사학위논문
- 윤미정. (2017). “왁싱기술 부위별 교육 프로그램 만족도, 재교육 받을 의도, 기대 의도 간 영향연구”. 단국대학교 문화예술대학원 석사학위논문
- 윤승식. (2012). “중증장애인 활동보조인의 직무만족이 서비스 질에 미치는 영향 : 자기효능감의 매개효과를 중심으로”. 한세대학교 사회복지대학원 석사학위논문
- 이가영. (2018). “한국 성인남녀의 브라질리언(Pubic,퓨빅)왁싱 인식도와 이용실태 및 부작용에 관한 연구”. 숙명여자대학교 원격대학원 석사학위논문
- 이미림. (2016). “성인 남녀의 미용제모에 대한 선호도 및 부작용 요인 조사 연구”. 창원대학교 보건대학원 석사학위논문
- 이선재. (2016). “미용왁싱 산업의 현황과 예측 : VAR모형을 중심으로”. 광운대학교 경영대학원 석사학위논문
- 이선화. (2019). “중학생이 지각한 외모 만족도와 사회적 지지가 주관적 행복감에 미치는 영향”. 충북대학교 교육대학원 석사학위논문
- 이소영. (2019). “대학생의 외모만족도가 대인관계에서 자아존중감의 매개효과”. 신라대학교 교육대학원 석사학위논문
- 이은혜. (2007). “여성의 자기효능감, 자아존중감, 대인관계기술의 인식 변화에 영향을 미치는 요인에 관한 연구 : 직업훈련 프로그램을 중심으로”. 강남대학교 사회복지전문대학원 석사학위논문
- 이연숙. (2007). “초등학생의 외모만족과 성이 자기효능감, 학교적응 및 성취동기에 미치는 영향”. 충남대학교 교육대학원 석사학위논문
- 이영숙. (2017). “미용전공자의 왁싱에 대한 인식 및 이용실태 연구”. 가톨릭대학교 대학원 석사학위논문

- 이유림. (2014). “미용 왁싱 산업의 소셜커머스를 이용한 마케팅 전략에 관한 연구”. 인천대학교 경영대학원 석사학위논문
- 이애순. (2015). “제모샵 이용 형태가 고객 만족도에 미치는 영향에 관한 연구 : 대구광역시 중심으로”. 대구한의대학교 한방산업대학원 석사학위논문
- 이일현. (2014). 『Easy Flow 회귀분석』. 서울: 한나래.
- 임지혜. (2011). “여자 청소년의 외모만족도가 자아존중감 및 학교생활 적응에 미치는 영향”. 명지대학교 사회교육대학원 석사학위논문
- 왕가연. (2009). “집단심리상담이 대인관계유형에 따라 자기효능감, 자기능력지각, 정서능력에 미치는 영향”. 경북대학교 대학원위원회 박사학위논문
- 임성주. (2017). “청소년의 성취목표성향과 체육교과태도 및 대인관계능력의 구조모형 분석”. 한국교원대학교 대학원 석사학위논문
- 이훈영. (2013). 『이훈영 교수의 마케팅조사론(제4판)』. 서울: 도서출판청람.
- 진동희. (2019). “미용종사자의 회복탄력성과 성장마인드셋 및 행복감의 관계”. 서경대학교 일반대학원 석사학위논문
- 장미숙. (2010). “외모 관리와 체형관리가 자기효능감과 자아존중감에 미치는 영향”. 대구한의대학교 대학원 박사학위논문
- 장세비. (2015). “대학생의 자기효능감, 스트레스, 우울이 대인관계에 미치는 영향”. 관동대학교 대학원 박사학위논문
- 장혜선. (2014). “신체이미지와 외모관리행동이 심리적 안정감에 미치는 영향”. 서경대학교 대학원 박사학위논문
- 정현숙. (2013). “성인 여성의 미용 왁싱에 대한 인식조사 및 시장성 고찰”. 성신여자대학교 생애복지대학원 석사학위 논문
- 정해성. (2019). “뷰티산업 종사자의 자아존중감이 의사소통능력을 통해 대인관계능력에 미치는 영향 연구 : 화장품 산업 종사자를 중심으로”. 동국대학교 문화예술대학원 석사학위논문
- 조선명, 고애란. (2001) 외모에 대한 사회문화적 태도와 신체이미지와 의복 추구혜택에 미치는 영향: 청소년기 여학생의 연령집단별 차이 비교. 『한국의류산업학회지』, 25(7), 227.
- 주 가. (2017). “자기효능감과 직무만족의 관계에 관한감정노동의 매개효과”.

건국대학교 대학원 석사학위논문

- 최창호. (2013). “고객과 컨설턴트간의 유대관계가 컨설팅 프로젝트 성과에 미치는 영향에 관한 연구”. 한성대학교 대학원 박사학위논문
- 최창호. (2018). 『논문 작성을 위한 SPSS, AMOS 한번에 끝내기』. 서울: (주)피오디컴퍼니.
- 최효돈. (2015). “가족건강성이 청소년들의 자아정체감 형성에 미치는 영향 : 사회적지지, 자아효능감의 매개효과를 중심으로”. 위덕대학교 일반대학원 박사학위논문
- 한세명. (2016). “대학생의 외모만족도가 자아존중감 및 대인관계와 심리적 안녕감에 미치는 영향”. 경일대학교 보건복지대학원, 석사학위논문
- 황정윤. (2014). “창원시 성인 남성의 왁싱에 대한 인식 연구”. 창원대학교 보건대학원 석사학위논문
- 현월정. (2008). “직장여성의 외적이미지가 자기효능감에 미치는 영향 : 메이크업, 헤어, 패션을 중심으로”. 국제문화대학원대학교 석사학위논문

2. 국외문헌

- Baron, R. M., & Kenny, D. A. (1986). "The moderator–mediator variable distinction in social psychological research: Conceptual, strategic, and statistical considerations". *Journal of personality and social psychology*.
- Cupach, W. R., & Spitzberg, B. H. (1983). "Trait versus state: A comparison of dispositional and situational measures of interpersonal communication competence." *Western Journal of Speech Communication*, 47(4), 364–379.
- Diener, E. (1994). "Assessing subjective well-being: Progress and opportunities." *Social Indicators Research*, 31, 103–157.

3. 인터넷 자료

데일리그리드 . (2018). "슈가링 왁싱 전문브랜드 아나덴"
<http://www.dailygrid.net> (2019. 10. 30.) 검색.

CIVIC뉴스 . (2018). "왁싱은 여성들의 전유물? NO! 이젠 남성 왁싱이 대세"
<http://www.civicnews.com> (2019. 10. 30.) 검색.

부 록

설 문 지

안녕하십니까?

바쁘신 중에도 귀한 시간을 내어 참여해 주셔서 진심으로 감사드립니다.

본 설문지는 “뷰티와싱 관리행동이 자아효능감과 대인관계에 미치는 영향”에 관한 설문조사입니다.

귀하께서 응답하신 자료는 통계법 제33조에 의거 학문의 목적으로만 사용될 것이고 비밀이 보장될 것임을 약속드립니다.

귀하의 의견이 연구에 도움이 될 수 있도록 솔직하고 진지한 답변 부탁드립니다.

2019년 10월

한성대학교 예술대학원

뷰티예술학과 뷰티에스테틱 전공

지도교수 : 이 준 숙

석사과정 : 모 현 숙

e-mail : kcmo821@naver.com

I. 다음은 '뷰티확성 관리행동'에 관한 질문입니다. 해당하는 곳에 √표 하여 주시기 바랍니다.

1. 외모지향

| no | 문 항 | 전혀 그렇지 않다 | 그렇지 않다 | 보통 이다 | 그렇다 | 매우 그렇다 |
|----|---------------------------|-----------|--------|-------|-----|--------|
| 1 | 나는 수시로 거울에 비친 내 모습을 살펴 본다 | ① | ② | ③ | ④ | ⑤ |
| 2 | 나는 언제나 예쁘거나 멋있어 보여야 한다 | ① | ② | ③ | ④ | ⑤ |
| 3 | 나는 나에게 어울리는 색상을 알고 있다 | ① | ② | ③ | ④ | ⑤ |
| 4 | 나는 나의 외모를 돋보이게 하는 옷을 산다 | ① | ② | ③ | ④ | ⑤ |
| 5 | 나는 내 외모에 관심이 많다 | ① | ② | ③ | ④ | ⑤ |
| 6 | 나는 외모를 개선하기 위해 항상 노력한다 | ① | ② | ③ | ④ | ⑤ |

2. 뷰티확성 인식

- 왁싱(waxing)이란? Body의 헤어라인, 눈썹, 겨드랑이, 팔다리 등 신체의 털을 왁스를 이용하여 제거하는 것
- 왁스(wax)란? 특유한 에센셜오일, 영양공급 에센셜오일, 밀랍 등의 천연성분을 이용한 제품

| no | 문 항 | 전혀 그렇지 않다 | 그렇지 않다 | 보통 이다 | 그렇다 | 매우 그렇다 |
|----|-------------------------------|-----------|--------|-------|-----|--------|
| 1 | 나는 왁싱가격이 저렴한 편이라고 생각 한다 | ① | ② | ③ | ④ | ⑤ |
| 2 | 나는 왁싱이 위생과 건강에 효과적이라고 생각 한다 | ① | ② | ③ | ④ | ⑤ |
| 3 | 나는 왁싱이 외모관리에 효과가 있다고 생각 한다 | ① | ② | ③ | ④ | ⑤ |
| 4 | 나는 왁싱 전문샵이 전문성을 갖추고 있다고 생각 한다 | ① | ② | ③ | ④ | ⑤ |
| 5 | 나는 왁싱을 하면 개성 표출이 된다고 생각 한다 | ① | ② | ③ | ④ | ⑤ |
| 6 | 나는 왁싱에 대해 긍정적으로 생각 한다 | ① | ② | ③ | ④ | ⑤ |

3. 행복감

| no | 문 항 | 전혀 그렇지 않다 | 그렇지 않다 | 보통 이다 | 그렇다 | 매우 그렇다 |
|----|-------------------------|-----------------|-----------|----------|-----|-----------|
| 1 | 나는 일상생활에서 항상 즐거움을 느낀다 | ① | ② | ③ | ④ | ⑤ |
| 2 | 나는 어떤 활동이나 활동자체에 몰두 한다 | ① | ② | ③ | ④ | ⑤ |
| 3 | 나는 항상 모든 일에 명확한 목표를 가진다 | ① | ② | ③ | ④ | ⑤ |
| 4 | 나는 모든 활동에서 성취감을 느낀다 | ① | ② | ③ | ④ | ⑤ |
| 5 | 나는 내가 하고 싶은 일을 하고 있다 | ① | ② | ③ | ④ | ⑤ |
| 6 | 나는 항상 활력이 넘치는 생활을 한다 | ① | ② | ③ | ④ | ⑤ |

II. 다음은 '자아효능감'에 관한 질문입니다. 해당하는 곳에 √표 하여 주시기 바랍니다.

- 자아효능감 - 개인이 어떤 일의 성취를 위해 요구되는 행위를 실행하는데 필요한 자신의 능력에 대한 믿음

| no | 문 항 | 전혀 그렇지 않다 | 그렇지 않다 | 보통 이다 | 그렇다 | 매우 그렇다 |
|----|------------------------------------|-----------------|-----------|----------|-----|-----------|
| 1 | 나는 큰 문제가 생겨도 불안해하지 않는다 | ① | ② | ③ | ④ | ⑤ |
| 2 | 나는 위협적이고 어려운 상황에서도 스트레스를 받지 않는다 | ① | ② | ③ | ④ | ⑤ |
| 3 | 나는 내가 할 수 있는 일과 그렇지 않는 일을 판단할 수 있다 | ① | ② | ③ | ④ | ⑤ |
| 4 | 나는 주어진 일을 하기 위해 정보를 충분히 활용할 수 있다 | ① | ② | ③ | ④ | ⑤ |
| 5 | 어렵거나 도전적인 일에 매달리는 것은 재미있는 일이다 | ① | ② | ③ | ④ | ⑤ |
| 6 | 나는 쉬운 일보다는 내가 도전할 수 있는 어려운 일이 더 좋다 | ① | ② | ③ | ④ | ⑤ |

Ⅲ. 다음은 ‘대인관계’에 관한 질문입니다. 해당하는 곳에 √ 표 하여 주시기 바랍니다.

| no | 문 항 | 전혀 그렇지 않다 | 그렇지 않다 | 보통 이다 | 그렇다 | 매우 그렇다 |
|----|---|-----------------|-----------|----------|-----|-----------|
| 1 | 나는 대인관계에 있어 다른 사람들과의 의사소통이 원만하다 | ① | ② | ③ | ④ | ⑤ |
| 2 | 나는 대인관계에 있어 교류하는 사람들과 서로 동등하게 상호작용을 한다 | ① | ② | ③ | ④ | ⑤ |
| 3 | 나는 대인관계에 있어 상대방이 문제를 겪고 있을 때, 해결방안을 함께 논의할 수 있다 | ① | ② | ③ | ④ | ⑤ |
| 4 | 나는 대인관계에 있어 여러 사람이 함께 하는 일에 적극적으로 협조 한다 | ① | ② | ③ | ④ | ⑤ |
| 5 | 나는 대인관계에 있어 교류하는 사람들과의 관계가 긴밀하다 | ① | ② | ③ | ④ | ⑤ |
| 6 | 나는 대인관계에 있어 교류하는 사람들과의 관계가 지속적이다 | ① | ② | ③ | ④ | ⑤ |

Ⅳ. 다음은 ‘일반적 특성’에 관한 질문입니다. 해당하는 곳에 √ 표 하여 주시기 바랍니다.

1. 귀하의 성별은 어떻게 되십니까?

- ① 남성 ② 여성

2. 귀하의 연령대는 어떻게 되십니까?

- ① 20세 미만 ② 20세 이상~30세 미만 ③ 30세 이상~40세 미만
④ 40세 이상~50세 미만 ⑤ 50세 이상

3. 귀하의 결혼 여부는 어떻게 되십니까?

- ① 미혼 ② 기혼

4. 귀하의 교육수준은 어떻게 되십니까?

- ① 고졸이하 ② 전문대(졸) ③ 대학교(졸) ④ 대학원(졸) 이상

5. 귀하의 직업은 어떻게 되십니까?

- ① 학생 ② 일반 사무직 ③ 전문직 ④ 서비스직 ⑤ 자영업
- ⑥ 전업주부 ⑦ 기타

6. 귀하의 월 평균 수입은?

- ① 200만원 미만 ② 200만원 이상~300만원 미만 ③ 300만원 이상~400만원 미만
- ④ 400만원 이상~500만원 미만 ⑤ 500만원 이상

7. 귀하의 월 평균 자신의 외모관리비용은 얼마입니까?

- ① 30만원 미만 ② 30만원 이상~50만원 미만 ③ 50만원 이상~70만원 미만
- ④ 100만원 미만 ⑤ 100만원 이상

8. 귀하의 거주 지역은 어디이십니까?

- ① 서울 ② 경기도 ③ 인천광역시

설문에 응해주셔서 진심으로 감사드립니다.

ABSTRACT

The Effect of Beauty Waxing Management Behavior on Self-Efficiency and Interpersonal Relationship

Mo, Hyun-Sook

Major in Beauty Esthetic

Dept. of Beauty Art & Design

Graduate School of Arts

Hansung University

Modern people pursue external beauty and internal health as a criterion of standardized beauty and social values for an appearance by the influence of media. With that flow, hair removal is also an integral part of the beauty industry and considering that beauty waxing is an act of appearance management, we decide to contribute to the improvement and revitalization of the beauty waxing market.

Therefore, this study surveyed male and female residents in the 10s to 50s living in the Seoul metropolitan area, such as Seoul and Gyeonggi Province, to find out the relationship between beauty waxing management behavior and self-efficiency. Data collection used a questionnaire consisting of 30 questions from five factors consisting of a five-point Likert scale and eight questions of general characteristics to collect the data needed for the study in 420 and utilize the questionnaire in 383 for data analysis.

The data analysis was conducted with frequency and technical statistical analysis to identify the general characteristics and response level of the surveyed using statistical package version, SPSS 22.0, and the normal distribution of the measured items was confirmed. Through exploratory factor analysis, items that impede reliability and validity were refined to secure concentration and judgmental equivalence, and reliability analysis was conducted using the Cronbach's α factor.

First, independent variables such as appearance orientation, beauty waxing perception, euphoria and parameter self-efficiency were secured as the dependent variables interpersonal relationship exceeded the general criteria.

Second, after conducting a correlation analysis, appearance orientation showed the highest correlation between self-efficiency, beauty waxing perception the highest with the interpersonal relationship, happiness the highest sense of self-efficiency, and self-efficiency and interpersonal relationship showed the highest correlation between each other.

Third, as a result of the difference test according to individual characteristics, women showed a significant difference only in appearance-oriented according to gender and appeared in young people in their 10s and 20s only in the interpersonal relationship at age, and unmarried in appearance or unmarried in marriage. Significant differences were found in self-efficiency and interpersonal relationships. At the education level, People who obtained higher than a graduate degree appeared in appearance-oriented and beauty-waxing personal, it showed significant differences in all variables in the profession, with the highest number of professionals. The higher the average monthly income, the more significant the difference in beauty waxing awareness, self-efficiency and interpersonal relationships, and the cost of managing appearance showed a significant difference in four variables except for happiness. The higher the cost of managing appearance, the higher the figure. In residential areas, there was a significant difference between self-efficiency and interpersonal relationships.

Fourth, the results of multiple regression analysis to test the behavior of beauty waxing management and interpersonal relationship showed that the level of trust in appearance orientation, beauty waxing perception, and happiness has a significant impact.

Fifth, the results of multiple regression analysis to test the hypothesis about beauty waxing management behavior and self-efficiency as a parameter showed that appearance orientation, beauty waxing perception, and happiness level of confidence had a significant effect.

Sixth, as a result of conducting a simple regression analysis to test the hypothesis about self-efficiency and interpersonal relationships, the confidence level of self-efficacy has a great influence on interpersonal relationships.

Seventh, an analysis of the hypothesis test on the effect of self-efficiency on beauty waxing management behavior and interpersonal relationship showed that self-efficiency is partially mediated by self-efficiency, beauty-waxing perception, and happiness, as well as the appearance orientation, beauty-waxing perception, and the impact of happiness on interpersonal relationships.

On top of that, the level of appearance-oriented, beauty-waxing perception and happiness gradually increase, which has a positive impact on individuals' ability to work and improving interpersonal relationships. In a modern society, where the importance of appearance is highlighted, beauty waxing, which supports the increased importance of appearance, has a greater impact on self-efficiency and interpersonal relationships depending on the individual characteristics of consumers, and also shows that the prospects are good because it is expanding the size of the waxing market as an appearance-management act of external beauty.

【Keyword】 Beauty waxing, Appearance orientation, Beauty waxing perception, Happiness, Self-efficiency, Interpersonal relationshi