

석사학위논문

셀프네일의 경험요인이
전문 네일아티스트 직업선택에
미치는 영향

2020년

한성대학교 예술대학원

뷰티예술학과

뷰티에스테틱전공

엄 단 비

석사학위논문
지도교수 이준숙

셀프네일의 경험요인이
전문 네일아티스트 직업선택에
미치는 영향

The Effect of Self-Nail Experience on
Professional Nail Artist Career Choice

2020년 6월 일

한성대학교 예술대학원

뷰티예술학과

뷰티에스테틱전공

엄 단 비

석사학위논문
지도교수 이준숙

셀프네일의 경험요인이
전문 네일아티스트 직업선택에
미치는 영향

The Effect of Self-Nail Experience on
Professional Nail Artist Career Choice

위 논문을 예술학 석사학위 논문으로 제출함

2020년 6월 일

한성대학교 예술대학원

뷰티예술학과

뷰티에스테틱전공

엄 단 비

엄단비의 예술학 석사학위 논문을 인준함

2020년 6월 일

심사위원장 _____(인)

심 사 위 원 _____(인)

심 사 위 원 _____(인)

국 문 초 록

셀프네일의 경험요인이 전문 네일아티스트 직업선택에 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
업 단 비

최근 COVID-19 팬데믹 영향으로 인해 우리 일상도 많이 달라져 가고 있다. 여성 소비자들은 자연스럽게 셀프네일을 경험하는 횟수가 많아지게 되었고, 셀프네일에 대해 관심도 높아지게 되었다.

이러한 상황에서 소비자들로 하여금 네일에 대한 관심을 배가하거나, 전문 네일아티스트로 성장하고자 하는 학습동기를 유발하고, 실제 전문 네일아티스트의 직업을 선택하게 할 수는 없는 것일까? 이에 대한 분석은 네일교육 전문 학원 등의 교육기관에게는 소비자들에게 교육기회를 제공함으로써 지속성장을 꾀할 수 있는 계기를 마련하는 중요한 기회이며, 네일교육을 정교화함으로써 뷰티산업을 발전시킬 수 있는 자극제가 될 수 있다.

이에 대한 관심으로부터 시작된 본 연구의 연구결과를 정리하면 다음과 같다.

첫째, 개인별 셀프네일 경험요인은 어떠한 것들로 구성되는가? 셀프네일 경험요인을 인지적 경험요인과 감성적 경험요인으로 구성하고, 세부적으로 인지적 경험요인은 합리성, 편리성, 다양성으로 나누었으며, 감성적 경험요인은 심

미성, 유익성으로 구분하였다. 이러한 결과는 김현정(2019), 명효선(2020) 김민아(2018), 나선영(2018), 박다원(2017)의 연구결과를 부분적으로 지지하는 것으로 요인들이 부분적으로 채택되거나 영향을 미친 것으로 후속 연구에서는 그 밖의 다양한 경험요인들이 보충되어야 함을 알리는 바이다.

둘째, 개인별 셀프네일 경험요인이 전문 네일아티스트 직업선택에 미치는 영향은 어떠한 것인가? 셀프네일의 경험요인 중 인지적 경험요인의 편리성이 높을수록 온라인 전문네일 학습의도도 높아질 것이라고 예측할 수 있었고, 감성적 경험요인의 유익성이 높을수록 경험자들의 온라인 전문네일 학습의도도 높아질 것이라고 예측할 수 있었다. 또한 학습동기가 긍정적으로 나타날수록 오프라인 전문네일 학습의도도 높아질 것이라고 예측할 수 있었다. 이는 명광주(2006)가 주장한 소비자의 인지적 관점보다는 감성적인 관점을 보는 것이 중요하게 여기는 경향이 생겨났다고 라고 하는 결과와 부분 일치한다. 또한, Dick and Basu(1994)가 소비자는 소비에 기쁨, 즐거움 등의 긍정적 감성을 느끼게 되면 감성적 애착을 갖게 되어 그 브랜드를 지속적으로 구매하게 되는 요인이라는 것과도 같은 맥락의 결과이다.

셋째, 셀프네일 경험요인별 전문 네일아티스트 직업선택에 미치는 영향은 각각 어떠한 것인가? 셀프네일 인지적 경험요인의 다양성, 합리성이 높을수록 오프라인 전문네일 학습의도에 긍정적인 영향을 미치지만, 편리성은 긍정적인 영향을 미치지 않는 것으로 나타났다. 반면, 편리성이 높아질수록 오프라인 전문네일 학습의도는 낮아지는 것으로 나타났다. 다시 말해, 셀프네일을 경험할 때에 셀프네일의 다양하고 합리적인 면이 학습의도에 영향을 미치는 것을 의미하고, 편리할수록 학습에 대하여 큰 영향을 미치지 않는 것을 의미한다.

또한, 인지적 경험요인이 높을수록 온라인 전문네일 학습의도와 학습동기에 긍정적인 영향을 미치는 것으로 나타났으며, 감성적 경험요인이 높을수록 온, 오프라인 전문네일 학습의도에 긍정적인 영향을 미치고, 이는 학습동기에도 긍정적인 영향을 미치는 것으로 나타났다. 다시 말해, 셀프네일 경험요인이 직업선택을 위한 학습의도에 강력한 영향을 미치는 것을 의미한다.

이는 개인이 계획하는 미래행동으로 행동의 지표로 간주된다(강태균, 2011). 이를 종합하면, 경험요인이 높을수록 온, 오프라인 전문네일 학습을 하고자 하는 의지가 높고, 이는 학습동기에 큰 영향을 미친다.

이러한 결과는 셀프네일 경험자들이 경험을 통해 삶의 질을 향상시키고자 하며, 실제로 시술하기 위해 네일관리에 대한 정보를 탐색하고 학습해야 한다는 나선영(2017)의 셀프네일 소비동기에 대해 주장한 것과 맥락이 같다.

또한, 현재 국내에서는 다양한 형태의 온, 오프라인강의 등의 사교육 형태가 소비자들을 만나는 채널이며, 그들이 제공하는 교육 콘텐츠도 시대 변화와 기술의 발전에 따라 점차 진화해 나가고 있다고 주장한 강일성(2019)의 연구와도 일치한다.

본 연구는 연구제목과 같이 셀프네일의 경험요인이 전문 네일아티스트 직업선택에 미치는 영향에 대해 검증한 것이다.

연구과정에서 실증조사 참가자의 수가 국내 전체인구에 비해 매우 적고, 여러 경험요인 중에 인지적, 감성적 요인으로만 분류하여 연구결과를 일반화하는 데에 문제가 있을 것이다. 또한, 셀프네일 경험자들의 학습레벨에 따라 연구 조사를 진행해 달라고 하는 요구도 있었다.

그럼에도 불구하고 본 연구는 셀프네일의 경험에 대한 요인구성과 직업선택에 있어 미치는 영향에서 학습의도에 대해 살펴본 것이라는 점에서 학술적 가치와 실무적 가치가 있다.

【주제어】 셀프네일, 네일교육, 네일아티스트, 네일전문가직업선택

목 차

I. 서 론	1
1.1 연구배경 및 연구목적	1
1.2 연구문제 및 가설	3
1.3 주요술어의 조작적 정의	4
1.3.1 셀프네일	4
1.3.2 셀프네일 경험요인	4
1.3.3 전문네일 학습의도	5
1.3.4 학습동기	5
1.4 연구범위 및 구성	6
II. 이론적 배경 및 선행연구	7
2.1 셀프네일 정의 및 선행연구	7
2.1.1 네일관리 종류	7
2.1.2 셀프네일	8
2.1.3 셀프네일 시장현황	9
2.1.4 셀프네일 선행연구	10
2.2 셀프네일 경험에 따른 개인별 영향요인	12
2.2.1 경험	12
2.2.2 인지적 경험요인	12
2.2.3 감성적 경험요인	13
2.3 전문네일 학습의도	15
2.4 학습동기	16
III. 연구방법	19
3.1 연구모형	19
3.2 연구설계 및 분석방법	20
3.3 조사설문 구성 및 조사방법	20
3.4 자료처리 및 분석방법	22

IV. 분석결과	24
4.1 신뢰도 및 요인분석	24
4.1.1 셀프네일 경험에 따른 개인별 인지적 경험요인의 타당성 및 신뢰도 ...	25
4.1.2 셀프네일 경험에 따른 개인별 감성적 경험요인의 타당성 및 신뢰도 ...	26
4.1.3 전문네일 학습의도의 타당성 및 신뢰도	28
4.1.4 학습동기의 타당성 및 신뢰도	29
4.2 조사 참여자의 일반적인 상황	30
4.2.1 일반적 특성	30
4.2.2 셀프네일 이용현황	31
4.3 가설검증	33
4.3.1 <연구문제 1>에 따른 분석결과	33
4.3.2 <연구문제 2>에 따른 분석결과	35
4.3.3 <연구문제 3>에 따른 분석결과	37
V. 결 론	45
참 고 문 헌	50
부 록	54
ABSTRACT	60

표 목 차

[표 2-1] 셀프네일 관련 선행연구 정리	11
[표 3-1] 조사 표본	20
[표 3-2] 설문지 구성	22
[표 4-1] 셀프네일 경험에 따른 개인별 인지적 경험요인의 타당성 및 신뢰도	26
[표 4-2] 셀프네일 경험에 따른 개인별 감성적 경험요인의 타당성 및 신뢰도	27
[표 4-3] 전문네일 학습의도의 타당성 및 신뢰도	28
[표 4-4] 학습동기의 타당성 및 신뢰도	29
[표 4-5] 일반적 특성	30
[표 4-6] 셀프네일 이용현황	32
[표 4-7] 개인별 셀프네일 경험구성요인	34
[표 4-8] 개인별 셀프네일 경험구성요인이 직업선택에 미치는 영향력	36
[표 4-9] 셀프네일 경험에 따른 개인별 인지적 경험요인이 전문네일 학습의 구매의도에 미치는 영향	38
[표 4-10] 셀프네일 경험에 따른 개인별 감성적 경험요인이 전문네일 학습의 구매의도에 미치는 영향	40
[표 4-11] 셀프네일 경험에 따른 개인별 인지적 경험요인이 학습동기에 미치는 영향	41
[표 4-12] 셀프네일 경험에 따른 개인별 감성적 경험요인이 학습동기에 미치는 영향	42
[표 4-13] 전문네일 학습의도가 학습동기에 미치는 영향	43

그림 목 차

[그림 3-1] 연구모형	19
---------------------	----

I. 서론

1.1 연구배경 및 연구목적

지난 14세기 초 인간은 흑사병으로 죽어가는 사람들을 지켜보면서 신과 교회에 몰입했던 과거시대의 운명론적인 모습과 획일화된 문화에서 벗어나 개인의 생각과 사상을 표출하기 시작하면서 아름답고 융성한 르네상스시대를 열었고, 제2차 세계대전에서 발병한 스페인독감은 전염병에 무지했던 인류에게 예방접종이라는 새로운 문화를 정착시켜 이로 인해 인간의 기대수명이 비약적으로 늘어나 산업화와 인류의 발전에 커다란 영향을 주었다.

2020년에 발병한 COVID-19 또한 인류 문화에 많은 영향을 줄 것으로 판단된다. 무엇보다도 우리 일상이 많이 달라져 가고 있다. 외출을 자제하기 때문에 집에서 뷰티 홈 케어를 하는 실정으로 네일샵을 방문하는 자가 줄어 전문 네일샵의 매출 하락이 예상된다.

네일 전문학원에서 학생을 가르치는 본 연구자는 이러한 상황을 체감하고 있다. 학생들은 등교가 연기되고 학원 운영 자제 권고 사항이 지침 되어 교육을 받을 수 있는 교육기관 또한 매출에 타격을 받을 것은 자명한 사실이다.

그러나 COVID-19가 오직 단기적인 매출저하만을 가져오는 것이 아니라, 네일아티스트를 육성하는 전문교육기관들의 향후 발전방향을 발견하고, 교육을 일신하는 계기가 될 수도 있지 않을까?

교육기관을 찾아오는 수강생을 가르치는 수동적이고 단편적인 교육방식을 벗어나 시대의 흐름과 니즈를 반영한 다양한 방식으로의 학습방법의 대 전환도 불가능하지 않을 것이다. 오늘의 교육상황을 분석하고, 이를 바탕으로 보다 혁신된 뷰티마케팅과 네일 전문교육학습 구매의도를 형성할 수 있으면 가능하다. 본 연구는 이렇듯 뷰티교육기관 및 기관 운영자, 교수자의 의식과 자세의 전환과 마케팅전략의 정교화, 학생모집방법의 다변화 등 교육전략의 혁

신이 필요하다는 생각으로부터 시작되었다.

본 연구자는 네일 전문학원에서 수강생을 지도하면서 수강생과의 상담을 자주 진행하는데 수강생들의 이야기를 듣다보면 자신이 네일아티스트가 되겠다는 목표를 세워 학원에서 수업을 하고 있으며, 국가자격증을 취득하는데 있어 가장 큰 원동력은 자신의 적성과 재능에 대한 믿음이라고 말하는 수강생들이 많았다.

이것은 셀프네일에 대한 다양한 경험을 하면서 흥미를 느끼고 이러한 경험이 반복되면서 적성과 재능에 대한 믿음으로 발전하여 관심과 실력향상을 위해 다양한 교육학습 구매의도를 이용하게 된다는 것이다.

즉 셀프네일로 시작했던 작은 경험이 전문교육기관의 수강으로 이어지며, 이 교육에 따라 전문 네일 아티스트로 직업선택을 하기도 한다는 것이 수강생 면담과 관찰에서 얻은 소중한 결론이었다.

지금까지 이루어져왔던 선행연구를 살펴보면 셀프네일에 대한 연구는 소비동기와 관련하여 셀프네일에 대한 인식이나 만족도, 전문 관리샵 재방문율에 대한 연구들에 치우쳐 있다는 사실을 발견할 수 있다.

셀프네일의 경험요인이 직업선택을 위한 학습의도에 미치는 영향에 관한 연구는 전무한 실정이다.

교육 수강생이 셀프네일에서 얻은 경험은 무엇이며, 무엇을 강조해야 교육 만족도가 높을 것인가, 그리고 어떠한 교육을 전개해야 셀프네일로 시작한 경험이 직업선택으로 이어질 것인가?

피교육자의 교육학습 구매의도와 행동을 자극하는 요인으로서의 학습, 니즈가 무엇인가를 정확히 파악할 수 있어야 그들이 원하는 교육을 편성하고, 교육할 수 있을 것이다.

본 연구의 결과는 셀프네일 경험자들의 경험요인과 각 경험요인이 교육학습 구매의도 이용의사와 학습동기에 미치는 영향을 발견케 함으로써, 전문 네

일 교육기관의 교육전략과 교육의 방향, 교육내용, 교수방법을 재정립하거나 혁신하는 데에 시사하는 바가 있을 것이다.

1.2 연구문제 및 가설

본 연구에서는 개인의 셀프네일 경험에 따른 경험요인과 직업선택을 위한 학습의도가 전문 네일아티스트 직업선택요인에 어떠한 영향을 미치는가를 발견하기 위하여 다음과 같은 3가지의 연구문제를 설정하였다.

〈연구문제 1〉 개인별 셀프네일 경험요인은 어떠한 것들로 구성되는가?

〈연구문제 2〉 개인별 셀프네일 경험요인이 전문 네일아티스트 직업선택에 미치는 영향은 어떠한 것인가?

〈연구문제 3〉 셀프네일 경험요인별 전문 네일아티스트 직업선택에 미치는 영향은 각각 어떠한 것인가?

본 연구는 이상의 3가지 연구문제를 검증하기 위해 다음과 같은 가설을 세우고 검증하였다.

〈가설 1〉 셀프네일 경험요인은 개인마다 다를 것이다.

〈가설 2〉 개인마다 다른 셀프네일 경험요인은 전문 네일아티스트 직업선택에 미치는 영향력에서 차이가 있을 것이다.

〈가설 3〉 개인의 셀프네일 경험요인은 각 요인별로 전문 네일아티스트 직업선택에 미치는 영향력의 크기가 서로 다를 것이다.

1.3 주요술어의 조작적 정의

1.3.1 셀프네일

아름다움에 대해 관심을 가진 여성이라면 누구나 스스로 혼자 집에서 네일 라커를 칠하고, 손톱 손질을 해본 경험이 있다.

과거시대에는 비싼 돈을 들여서 손톱손질을 하는 것을 피하는 것이 대부분이었고, 자연스럽게 손톱을 아름답게 가꾸려는 본능적으로 발현되기 때문으로 생각된다.

또한 벌써 오래전부터 자기 스스로 네일을 관리하거나 꾸밀 수 있는 다양한 네일 홈 케어 제품의 등장, 손톱 관리요령과 기술이 유튜브 등을 통해서 전파되고 있기 때문일 것이다.

이에 따라 일반인들은 실제 자신이 스스로 손톱케어를 셀프로 하기도 하는 것이 사실이다.

본 연구에서 셀프네일이란, 스스로 손톱과 발톱을 스스로 관리, 즉 케어하고, 폴리싱하고, 젤이나 네일라커를 칠하는 등의 행위를 통해 네일을 아름답게 가꾸고 보수 등의 일체의 네일관리와 시술 행동이라고 조작 정의한다.

1.3.2 셀프네일 경험요인

사람들은 무엇인가를 경험한 후 그것에 대한 느낌을 갖게 되고, 그것으로부터의 생생한 기억과 함께 어떠한 인식을 형성하고 머릿속에 간직하게 된다. 느낌과 인식은 사람마다 내용과 정도의 차이가 있게 된다.

Schmitt(1999)는 경험을 감각적 경험(sense), 감성적 경험(fell), 인지적 경험(think), 신체적 경험(act), 그리고 준거집단이나 문화와 관계됨으로써 형성되는 관계적 경험(related) 등으로 유형을 분류하였다.¹⁾ 김동기(2010)는 감각적 경험은 시각, 후각, 촉각, 미각 등 오감을 자극함으로써 얻어지는 경험을 말하

1) Schmitt, B. H.(1999). Experiential Marketing, Journal of Marketing Management, 15(1), p.53-68.

며, 감성적 경험은 제품과 관련된 감정을 말하는데, 감성경험은 긍정적 감정인 즐거움, 행복감, 기쁨, 자부심과 같은 경험과 부정적인 감정인 싫음, 불쾌함, 기분 나쁜 등의 감정도 있을 수 있다.

인지적 경험은 제품과 서비스에 대한 인지와 관련된 감정으로서 창조적인 문제해결 경험 등이 인지적 경험이 속한다. 이러한 소비자의 인지적 경험은 추후 브랜드나 제품, 또는 서비스에 대한 태도를 형성하거나, 행동에 영향을 미치는 요인으로서, 소비자의 미래의 행동을 예측하는 중요한 수단이 될 수 있다.²⁾ 본 연구에서는 셀프네일 경험요인들이 각각 전문 네일아티스트 직업선택에 어떠한 영향을 미칠 것인가를 구명하게 될 것이다.

따라서 본 연구에서는 셀프네일 경험요인을 소비자가 셀프네일을 경험하는 과정에서 갖게 되는 경험요인들을 총칭하는 것이라고 조작 정의한다.

1.3.3 전문네일 학습의도

본 연구에서 전문네일 학습의도란, 전문 네일아티스트 직업선택을 위한 전제로 학습을 하고자 하는 소비자의 판단과 의지를 말하며, 전문 네일아티스트 직업선택에 영향을 미칠 수 있는 영향력을 가진 오프라인 네일관련 전문교육학습에 대한 소비자의 의향, 또는 의도, 즉 전문 네일 교육학습 이용의사와 이용노력 정도 등이라고 조작 정의한다.

1.3.4 학습동기

동기란 학습자 스스로가 과제를 선택한 후 이를 해결하기 위해 지속적으로 노력을 기울여 힘든 상황을 헤쳐내고자 하는 힘의 근원이다.³⁾

2) . (2010). “스토리텔링을 통한 장소성인식과 관광경험구성요인과의 관계에 관한연구”. 세종대학교 대학원 석사학위논문, pp.33-34

3) Schunk, D. H. (1991). Self-efficacy and academic motivation. Educational Psychologist, 26, pp.207-231

즉, 학습을 위한 행동을 시작하게 하고 방향을 결정해서 행동을 지속케 하는 힘을 뜻한다.

따라서 본 연구에서는 전문 네일아티스트 직업선택에 영향을 미치는 특정 네일 학습에 대한의욕을 갖게 할 수 있는 강렬한 학습 계기, 즉 동기요인이라고 조작 정의한다.

1.4 연구범위 및 구성

본 연구는 앞서 기술한 3가지 핵심 연구문제를 규명하기 위하여 다음과 같이 연구를 구성하고 진행하였다. 연구목적을 효율적으로 달성하기 위하여 각종 관련 서적 등 및 선행연구를 활용하여 문헌적 연구와 실증적 연구를 병행 하였고, 조사한 선행 연구와 문헌을 참고하여 설문지를 구성하여 실증자료를 분석하고, 본 연구의 신뢰도를 높일 수 있도록 하였다.

본 연구의 구성은 총 5장으로 되어있으며, 그 세부내용은 다음과 같다.

첫째, 연구의 배경, 목적, 주요술어의 조작적 정의, 연구범위 및 방법을 서술하였다.

둘째, 본 연구에 필요한 이론적 배경, 선행연구와 관련된 문헌, 논문 분석을 서술하였다.

셋째, 연구조사를 위해서 연구모형, 연구 설계, 분석, 연구 참여자, 연구절차 및 연구방법, 연구 조사 결과의 분석과 기술을 서술하였다.

넷째, 실증조사 분석에 따른 결과를 서술하였다.

다섯째, 4가지 연구문제를 중심으로 한 결론, 그리고 연구의 한계점, 후속 연구 기술, 그리고 연구가 갖는 제한점을 서술하였다.

Ⅱ. 이론적 배경 및 선행연구

2.1 셀프네일 정의 및 선행연구

2.1.1 네일관리 종류

네일관리는 연구자와 관점에 따라 여러 가지로 나눌 수 있지만, 일반적으로 네일샵, 전문네일학원에서 흔히 쓰고 있는 기준에서 네일관리의 종류를 나누면 다음과 같다.

첫째, 네일케어. 네일케어를 크게 나누면 기초적인 케어단계인 손톱 모양정리 과정, 큐티클정리 과정, 그리고 최종단계인 네일컬러링 과정 등이다.

대표적인 손톱모양은 다섯 가지 정도로 구분할 수 있는데 네모형, 둥근 네모형, 둥근형, 타원형, 아몬드 모양 등이다.

큐티클정리는 네일 주변에 깨끗하지 못한 손톱의 뿌리 부근에 있는 딱딱한 각질인 큐티클과 거스러미를 정리하는 것을 말한다. 큐티클은 네일컬러링을 할 때 방해가 되기 때문에 제거한다. 큐티클은 물에 불려서 제거하는 습식방식과 물을 사용하지 않는 건식방식으로 구분할 수 있으며, 손톱의 상태에 따라서 푸셔와 니퍼를 사용해서 네일 주변의 큐티클을 정리한다.⁴⁾

최근에는 드릴이라는 일렉트릭 네일파일 머신을 사용하여 빠르게 정리하고 있다.

네일컬러링 과정은 손톱에 네일컬러, 즉 네일라커나 젤폴리쉬(Gel-Polish)를 바르는 과정이다. 네일라커나 젤폴리쉬는 네일에 광택이나 색채를 입히고, 네일을 보호하기 위해 네일에 액체상태의 물질을 칠하는 것을 말한다.

4) . (2018). “셀프 네일 관리와 전문 네일 관리에 대한 소비 동기 비교 연구”. 건국대학교 대학원. 석사학위논문, p.8.

둘째, 인조네일링의 대표적인 방법은 네일팁, 실크 익스텐션, 아크릴릭, 젤을 사용하여 손톱의 길이를 연장하거나 보수를 하는 것을 말한다.

대체로 네일샵에서는 손톱의 길이를 연장하기 위하여 팁을 부착하고 그 위에 젤을 칠하는 빠른 방법으로 시술을 한다.

찢어진 손톱을 보수할 때는 실크를 사용하여 찢어진 부위를 감싸주고 그 위에 젤을 칠해준다. 최근에는 젤을 가장 많이 사용하는데 이는 별도의 응고제가 필요 없으며, 빛을 조사하기 전까지는 손쉽게 컨트롤이 가능하기 때문이다. 또한 광택이 오랫동안 살아있다는 장점이 있다. 이밖에도 또 다른 방법들을 사용하여 인조네일을 완성한다.

셋째, 네일관리의 마지막 과정은 네일컬러링이다.

물론 깔끔하게 네일을 정리하거나, 치료를 위해 네일케어와 인조네일 과정을 이용하는 소비자들이 있다. 그러나 대부분의 소비자는 네일컬러링을 위해서 네일관리를 하는 것이 보통이나, 손톱에 여러 가지 장식물을 입체적으로 덧붙이거나 다양한 패턴이나 그라데이션(Gradation) 등의 그림을 그려 창의적으로 표현하는 것까지를 포함한다.

네일케어 및 인조네일 과정도 네일컬러링을 더 잘하기 위한 선행작업으로 볼 수 있다.

2.1.2 셀프네일

네일(nail)은 척추동물의 손가락이나 발가락 끝을 덮은 얇은 판상의 각질 형성물, 즉 손톱과 발톱을 통칭한다.⁵⁾ 서울대학교 신체기관정보는 손가락과 발가락 말단 부위의 단단한 반투명 케라틴 판으로 손톱과 발톱을 설명한다.⁶⁾

네일관리는 네일을 관리하고 꾸미는 모든 행위를 말하는데, 과거에는 네일관리를 매니큐어(manicure)라고 부르기도 하였다. 매니큐어란 손을 뜻하는 라

5) . (2008). 『생명과학대사전』, 서울:아카데미서적.

6) 서울대학교병원 신체기관정보. goo.gl/LrwSoX. 2020.05.26. 검색

틴어 ‘마누스(manus)’와 관리를 뜻하는 라틴어 ‘큐라(cura)’의 합성어이다.

현재 통용되고 있는 네일관리, 즉 네일케어는 손톱의 관리부터 꾸미기까지의 손에 대한 관리의 전 과정을 포함한다.

네일케어, 즉 네일관리는 앞서 언급한 바와 같이 손톱 모양정리 과정, 큐티클정리 과정, 그리고 최종단계인 네일컬러링 과정 등 크게 3가지이다⁷⁾.

네일케어는 손톱의 모양을 깔끔히 정리하는 것을 목표로 하며, 손톱 및 발톱 모양 관리, 큐티클정리 등을 포함한다. 인조네일은 찢어지거나 약한 자연 네일을 보강하는 랩핑과 짧은 네일 길이를 늘려주는 익스텐션으로 나눌 수 있다. 네일아트는 여러 종류의 장식물을 입체 장식하거나 그림으로 창의적으로 표현하는 것이다.

셀프네일이란, 이상의 네일케어과정을 네일샵에 가지 않고 자기 스스로 하는 것을 의미한다.

2.1.3 셀프네일 시장현황

대한화장품산업연구원은 2019년 해외시장 예측조사 보고서에서 “여성의 사회진출 많아질수록 최소한의 시간으로 최대한 효과를 낼 수 있는 ‘시간 단축형 뷰티제품’ 수요가 확대될 것”이라고 주장했다.⁸⁾

일과 육아를 병행하는 워킹맘들에게 네일샵 방문은 ‘사치’로 인식될 수도 있다는 점에서 자신 스스로가 집에서 몇 분 안에 꾸미는 셀프네일은 경제적인 부담이나 많은 시간을 할애하지 않고도 자신의 손톱을 가꿀 수 있는 ‘힐링템(힐링을 가져다주는 아이템)’으로 받아들여지게 된다.

한국의류산업학회지의 ‘셀프네일 팁제품 및 착용 실태조사’에 따르면 우리나라 사람들은 부착형 셀프네일 제품도 선호하는 것으로 나타났다.⁹⁾ 스티커

7) . 전개논문. pp.7.

8) 중앙시사매거진. <http://jmagazine.joins.com/economist/view/329623>. 2020.05.26. 검색.

9) 김하은, 박현정, 도윤희. (2019). 셀프 네일 팁 제품 및 착용 실태 조사, 『한국의류산업학회지』, 21(3), pp.318.

네일은 얼핏 네일샵에서 관리를 받는 것과 같은 효과를 낼 수 있는 방법이어
서 선호되는 것으로 볼 수 있다.

셀프네일은 네일샵 이용 시에 발생할 수도 있는 ‘위생’ 문제로부터 자유로
울 수 있다. 네일샵은 네일케어 도구를 공동사용하므로 ‘위생적이지 않다’는
인식을 가질 수 있다. 도구의 공동사용과 피부접촉은 간염과 같은 전염성 병
원균을 옮길 수도 있다. 반면 셀프네일은 이러한 문제를 벗어날 수 있는 방법
이다.

헬스앤드뷰티(H&B) 스토어 CJ올리브영, 알라블라 등에 따르면 젤 매니큐
어부터 영양제 등 관련 제품판매가 점차 증가하고 있다.¹⁰⁾ 2020년 유행한
COVID-19는 소비자들에게 보다 보수적인 방법인 셀프네일을 선호하게 하는
계기가 되었으며, 최근 거둬 개발되고 있는 다양한 네일 관련 제품의 다양화
도 셀프네일 소비자의 수를 증가시키고 있는 한 요인이라고 할 수 있다.

2.1.4 셀프네일 선행연구

이제까지 발표된 우리나라의 셀프네일 관련된 논문은 약 10여편에 지나지
않고 있으며, 본 연구와 관련된 셀프네일 경험에 따른 전문 네일학습 이용의
도 및 학습동기와 관련한 연구는 전무했다. 이제까지 발표된 대부분의 셀프네
일 연구는 소비동기를 분석한 것이었다.

우리나라의 셀프네일 관련 선행연구를 정리하면 <표 2-1>과 같다.

10) . <http://www.mhns.co.kr/>. 2020.05.26. 검색,

[표 2-1] 셀프네일 관련 선행연구 정리

연구주제	변인		년도	저자
셀프네일 고객 선호도에 따른 셀프네일 전문점 서비스 적용 연구	· 셀프네일관리 · 전문점 셀프네일 서비스	· 선호도 · 만족도	2019	김현정
붙이는 스티커형 네일 제품의 소비자 소비성향, 제품선택속성이 소비행동에 미치는 영향	· 소비성향	· 제품 선택속성 · 제품 소비행동	2020	명효선
셀프네일관리와 전문네일관리에 대한 소비동기 비교연구	· 셀프네일관리 · 전문네일관리	· 소비동기	2018	김민아
셀프네일 소비자 소비동기, 관여도, 자기효능감, 지속의도 간 구조적 관계	· 셀프네일	· 소비동기 · 자기효능감 · 관여도 · 지속의도	2017	나선영
붙이는 셀프 젤네일 자가만족도 연구	· 셀프네일 사용실태	· 손상도 · 만족도	2017	박다원

출처: 선행논문을 토대로 연구자가 재구성

김현정(2019)은 셀프네일 선호 이유를 기분전환과 청결 및 위생이라고 주장하였으며, 명효선(2020)은 셀프네일 중에서도 붙이는 스티커형 네일 제품이 큰 인기를 끌고 있는데, 붙이는 스티커형 네일 제품은 장소와 시간에 구애받지 않고 자유롭게 네일관리를 할 수 있다는 것을 특징으로 들었다.

김민아(2018)는 셀프네일은 경제성과 스스로 네일케어를 하는 점에서 선호도가 높다고 주장하였다. 나선영(2017)은 셀프네일이 심리적인 즐거움과 흥미를 줄 수 있으므로 매력을 많이 느끼고 관여도가 높을수록 셀프네일을 하게 되며, 지속적으로 셀프네일 트렌드나 네일관련 정보를 탐색한다고 주장하였다.

2.2 셀프네일 경험에 따른 개인별 영향요인

2.2.1 경험

경험은 사전적 의미로 지식을 기반으로 하여 어떠한 행위나 사건을 직접적으로 관찰하거나 참여하는 과정에서 얻는 어떠한 영향이나 지식이다.¹¹⁾ 즉 어떤 일이나 행위, 사건 등을 직접 보고 듣고 느끼면서 겪는 과정을 통해서 얻은 지식이나 능력, 또는 대상에 대한 감각이나 지각작용이라고 볼 수 있다.¹²⁾

많은 연구자들은 경험의 중요성을 인식하고, 다양한 연구를 해오고 있으나 고객경험을 평가하고 측정할 수 있는 검증된 척도에 대한 연구는 부족한 편이다.

본 연구에서는 셀프네일의 경험요인을 셀프네일에서 얻을 수 있는 셀프네일 케어 내용에 대한 인지적 경험요인과 셀프네일을 경험하며 얻게 되는 감정이나 주관적인 느낌인 감성적 경험요인으로 구분하여 이러한 요인들이 전문 네일아티스트 직업선택에 어떠한 영향을 미치는가를 검증한다.

2.2.2 인지적 경험요인

인지¹³⁾란 정보를 획득, 파지하고 활용하는 것을 말한다. 본질적인 인지는 판단이며 판단에 따라 어떤 대상을 다른 대상과 구별하고, 그것을 통해 어떠한 개념을 형성하여 그 자체의 특징을 만들어 낸다.

인지적 경험은 브랜드와 관련하여 소비자의 사고를 촉진하는 인지적 요소의 중요성을 강조한다.¹⁴⁾ 브랜드의 인지적 경험이 성공적으로 이루어지는 경

11) . (2020). <http://100.naver.com/100.nhn?docid=11475>. 2020.06.26. 검색

12) 김보민. (2017). “프리마켓의 경험적 가치가 이용의도에 미치는 영향”. 한성대학교 대학원 석사학위 논문, pp.16-17.

13) 네이버 지식백과. (2020). <http://naver.com>. 2020.06.26. 검색.

14) 김유경. (2003). 전략적 대안으로써 경험 커뮤니케이션 모델의 유용성에 관한 연구: 총체적 경험 유

우, 소비자의 브랜드에 대한 사고가 촉진되어 소비자의 학습욕구를 충족시키며 이를 통해 배움에서의 즐거움을 경험하게 된다(Schmitt2003; Zarantonello and Schmitt 2010; 이승연 2005).

나선영(2017)은 셀프네일 관리가 가진 합리적, 편리적인 요소로 인해 전문적인 네일관리보다 완성도가 낮지만 소비자가 지속적으로 찾는 원인이며, 또한 셀프네일관리는 들어가는 비용이 홈케어 제품 가격에 불과하므로 네일관리를 저렴하게 할 수 있다고 설명하였다. 또한 제품이 가볍고 부피가 작아서 언제, 어디서나 네일관리가 편리하며, 사용법이 간단하고 화장품을 판매하는 곳이라면 어디든 구매가 가능하다고 하였다.

또한, 박다원(2016)은 셀프네일을 선호하는 이유로 저렴한 비용과 맘껏 디자인을 선택할 수 있는 부분에 만족하는 것으로 보아 붙이는 젤네일이 시장에서 갖는 의미와 지속 사용 가능성에 대하여 설명하였다.

따라서 본 연구에서는 셀프네일의 인지적 경험요인을 선행연구를 바탕으로 합리성, 편리성, 다양성으로 정리하였다.

2.2.3 감성적 경험요인

감성¹⁵⁾이란 사물이 감각기관에 미치는 작용의 결과로 얻어지는 대상의 개별적 특성으로서 감정·정서·느낌·기분과 같은 개념으로 인식되고 있지만, 개념을 명료하게 정의하는 것은 쉽지 않아서 연구자마다 서로 다른 정의를 제시하고 있다.

사람들은 브랜드 소비를 통해 기쁨이나 즐거움 등의 긍정적 감성을 느끼게 되면, 브랜드에 감정적 애착을 느끼게 되고 나아가 그 브랜드를 지속적으로 구매하게 된다(Dick and Basu, 1994). 특히, 고객이 특정 브랜드의 소비를 통해 긍정적 감성을 경험하게 되면, 해당 브랜드에 대한 충성도가 높아지며(Chaudhuri&Holbrook, 2001), 이러한 고객의 감성은 제품, 공간적 환경, 시

Ex-Pros.의 분석을 토대로, 『한국광고학회지』, 14(4), p.67-93.

15) 네이버 지식백과. (2020). <http://naver.com>. 2020. 06.26. 검색.

각적·언어적 아이덴티티 요소들, 커뮤니케이션 수단, 인적요소와 같은 수단에 의해 영향을 받는다(Schmitt, 2002).

명광주(2006)는 1980년대 이후 사람들의 행동을 연구하는 이들 사이에서 마케팅 자극에 대한 소비자의 반응을 인지적 관점보다는 감성적인 관점을 보는 것이 중요하게 여기는 경향이 생겨났다고 주장하였다. 이는 소비자의 행동이 합리적이고 논리적인 사고에 의한 이성적인 동기보다 감성적 동기에서 이루어지기 때문으로 보는 관점이며, 실제 소비자는 감성적 동기에서 구매행동을 하고, 그러한 소비과정에서 소비의 즐거움과 느낌을 경험한다고 주장하였다. 그는 인지적 반응은 사람들이 인지적 구조를 형성하거나 변화시키는 것임에 반하여 감성적 반응은 제품이나 서비스에 대한 태도에 영향을 미친다고 주장하였다.

이러한 관점에서 셀프네일 과정에서 느끼게 되는 사람들의 감성적 경험은 네일케어에 대한 특별한 감정을 느낄 수 있도록 하는 감성적인 자극을 충분히 느낄 수 있을 때 전문 네일케어 과정에 대한 학습동기를 유발할 수 있고, 나아가 취업 및 진로선택의 대상으로 여기게 될 것이다.

따라서 네일교육은 전문 네일케어에 대한 관심을 지속적으로 유발할 수 있는 유대관계를 형성하고, 자극할 수 있는 과정이어야 함을 알 수 있다. 셀프네일의 경험요인들 중 어떠한 요인이 어떠한 감정을 유발하는가에 대한 정교한 검증이 필요하다 할 것이다. 결국 네일교육은 사람들에게 좋은 감정을 연속적으로 느낄 수 있도록 하는 것이 필요하다.

나선영¹⁶⁾은 셀프네일은 기분을 전환하게 하고 자신만의 차별화된 이미지로 개성을 표현하게 한다고 주장하면서 자신만의 욕구가 높을수록 셀프네일을 지속하려고 하는 지속의도가 높다고 주장하였다.

또한, 김민아¹⁷⁾는 셀프네일관리는 무엇보다도 경제적이며 참여 과정이 즐겁

16) . (2017). “셀프네일 소비자의 소비동기, 자기효능감, 관여도, 지속의도 간의 구조적 관계”. 대구가톨릭대학교 대학원. 박사학위논문, p.56.

17) 김민아. 전개논문. p.92.

기 때문이라고 하였다.

본 연구는 이상의 선행연구들을 바탕으로 셀프네일에 따른 경험요인 중 감성적 경험요인을 심미성, 유익성으로 평가하였다.

2.3 전문네일 학습의도

의도(Intention)란 개인이 계획하는 미래행동을 말하며, 행동의 지표로 간주된다(강태균, 2011).

명광주(2006)는 구매의도를 소비자들로 하여금 특정 브랜드나 제품, 또는 서비스에 대하여 선호감정을 유발함으로써 구매의사나 구매행동을 하게 하는 영향요인으로 보고, 소비자를 행동하게 하는 가장 중요한 요인이라고 주장하였다. 그의 주장을 반영할 때 네일교육은 소비자들 네일에 대한 주관적인 좋고 나쁨의 감성경험은 물론 네일교육을 실시하는 주체인 전문 네일교육학원이나 네일샵의 소비자에 대한 인상에 있어서도 감성반응을 일으키는 것이 중요하다고 할 것이다.

김기영¹⁸⁾도 구매의도를 소비자가 특정상표에 대한 구입계획이라고 보고 소비자의 행동을 예측할 수 있는 중요한 요인이라고 주장하였다.

강일성¹⁹⁾은 현재 국내에서는 다양한 형태의 학원, 학원출판사, 학습지, 과외, 공부방, 교습지, 온라인강의 등의 사교육 형태가 소비자들을 만나는 채널이며, 그들이 제공하는 교육 콘텐츠들도 시대변화와 기술의 발전에 따라 점차 진화해나가고 있다고 하였다.

학습지속의도(intent-to-persist for learning)란, 학습자가 학습을 계속 유지

18) , 최동희, 이용호.(2011). 패밀리 레스토랑의 브랜드 심별이 브랜드 이미지, 선호도 및 구매의도에 미치는 영향. 『한국조리학회지』, 17(3), pp.33-46.

19) 강일성. (2019). “스토리텔링이 소비자 태도와 방문의도에 미치는 영향: 학원 브랜드 네이밍을 중심으로”. 한성대학교 대학원. 석사학위논문, p.8.

하려고 하는 의지나 정서라고 볼 수 있다(Shin, 2003). Tinto(2006)는 학습지속의도를 학습자가 교육목표(자격증 취득, 코스 완료 등) 도달을 위해 지속적으로 프로그램에 참여하려고 하는 의지라고 하였다. Muller(2008)는 학습지속의도를 학습방해요인이나 학습대체행동을 거부하면서 학습을 계속해서 하려는 결심과 노력, 그리고 인내와 주의집중을 포함하는 개념이라고 설명하였다. Shin(2003)은 학습지속의도를 교육기관에 등록하고자 하는 예측 가능한 것이라고 하였으며, 이숙원(2003)은 참여지속의도를 특정 강좌나 교육기관이 세운 교육목적을 성취하려고 하거나 프로그램의 성공적 수행을 위해 계속해서 참여하려고 하는 의도, 즉 평생동안 학습을 지속하려고 하는 의도라고 규정하였다. Vansteenkiste, Simons, Lens, Sheldon과 Deci(2004)는 학습지속의도를 학습자가 연속적으로 학기를 등록하고 계속해서 공부하겠다는 의지라고 하였다.

송상호(2000)는 학습지속의도와 비슷한개념으로 학습지속동기와 학습계속동기를 제시하였다. 학습자가 수업을 중간에 포기하지 않는 것이 지속 동기이고, 학습자가 한 단계의 수업을 마친 후, 그와 비슷한 교과의 수업을 학습자 스스로 선택하여 참여하고자 하는 것을 계속 동기라고 하였다.

이상의 연구자들 견해를 고려할 때 학습지속의도는 학습자의 학습목표를 달성하기 위하여 학습을 지속하려고 하는 생각, 또는 의도라고 할 수 있으며, 학습자 개인이 결정력을 가지고 행동하려는 의지라고 할 수 있다.

2.4 학습동기

동기란 행동과 감정에 영향을 미치는 순환과정이며, 동기는 교육에 있어 중요한 심리학적 개념으로 인정되어 왔다(Vallerand, 1992). 김아영(2003)은 학습동기를 학습을 시작케 하고 학습방향 결정과 학습 지속성 및 그 강도를 조절하는 등 학습과 관련된 행동들을 유발하는 힘이라고 주장하였다. 이는 학습자가 의미 있고, 가치있는 학업활동을 모색하고 의도한 학업적 결과를 획득

하기 위해 학습에 적극적으로 참여하고 학습영역을 발전시킬 수 있도록 하는데 결정적 역할을 한다(정영선·김현영·강선우, 2010).

학습동기란 ‘동기의 하위개념’으로 학습자들이 특정한 학습을 위한 준비 또는 일련의 학습에 대한 지속시키게 하는 내적, 외적 조건, 즉 개인 또는 집단의 학습목표를 개인, 또는 집단의 목표와 결부시켜 분명한 목표의식을 갖게 하고, 적성이나 흥미에 맞는 과제의 제시와 보상, 경쟁심의 적용, 피드백 등을 활용하는 학습에 작용하는 동기를 일컫는다(서울대학교 교육연구소편, 1999: 한상훈, 2007).

학습동기란 어떠한 활동을 발생시키고 활동을 유지시키기 위해 방향을 정해주는 심리상태이므로, 동기가 부족한 학습자 일수록 학습에 대한 흥미를 잃게 되어 학습을 유지시키지 못하는 결과를 가져올 수 있다(송상호, 2000).

학습자 중심의 교육은 학생들에게 자발적, 능동적 학습동기를 유발한다. 따라서 학생들에게 학습동기를 높이기 위해서는 학습현장에서의 교수법에 관심을 기울여야 하고, 특별하고 신선한 방식으로 이끌어 나가야 한다. 일반적으로 동기란 사람을 어떠한 특정행동으로 옮기게 하는 동인(innerdrive), 충동, 감정, 욕구라고 할 수 있다.

Keller(1983:389)는 동기는 “사람들이 어떤 경험이나 목표에 접근하거나 회피할 것인가에 관해서 사람들이 만든 선택이며 그런 면에 사람들이 행사할 노력의 정도”를 의미한다고 하였다.

이러한 동기에 대한 정의는 연구자에 따라 서로 다른 차이가 있다. Lindsley(1957)는 “동기란 어떤 목표를 지향하는 행동을 일으키고, 방향을 잡아주고, 유지하는 힘의 총합”이라고 주장하였으며, Combs와Snygg(1959)는 “자아개념을 보존하고 향상시키기 위한 계속적인 힘”이라고 하였다. Guthrie(1952)는 “반응의 강도를 높이는 조건”이라고 했으며,²⁰⁾ Berelson과 Steiner(1968)는 동기란 “행동을 활성화하고, 작동시키는 내적인 상태”라고 정

20) . (2005). 『교육심리학서설』. 서울:교육과학사, p.100.

의하였다.

이밖에도 김아영(2010)은 학습동기를 학습자 스스로가 학습을 선택하고 노력해서 어려움을 견디며 학습을 지속하게 하는 것이라고 주장하였으며, 김용래와 허남진(2003), 그리고 Brophy(2005), Reeve(2006)는 학습동기는 학습에 관심을 갖게 하여 학습참여를 유도하고 적극적인 태도로 학습활동에 임하게 하는 힘이라고 주장하였다.

이렇듯 동기는 사람들의 활동과 행동에 활력을 불어넣어 주며 어떠한 목표를 향한 방향을 제시해서 목표달성을 위한 효과적 행동을 강화시키는 요인으로 개인의 행동 수준과 강도를 결정하는 심리구조이자 과정이라고 할 수 있다. 강렬한 학습 동기는 뚜렷한 학습목표를 향한 활동을 만들어 내는 힘의 원천이다.

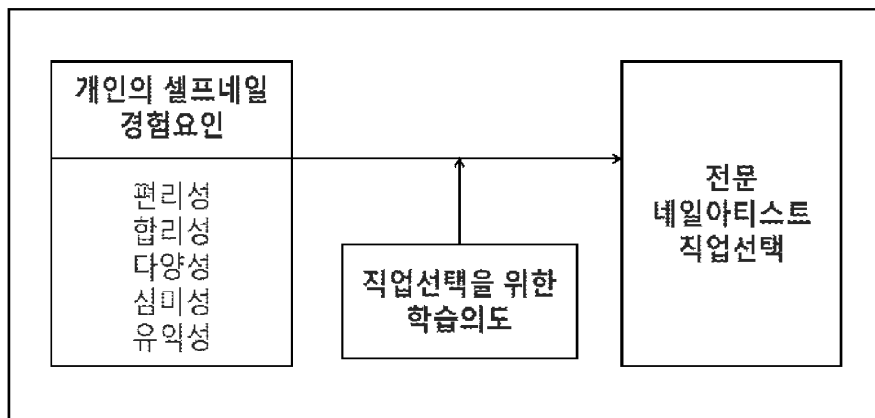
학습에서 동기유발이 되었다고 하는 것은 자신이 학습할 학습 목표를 인지하고 있다는 것을 뜻한다. 모든 학습자들의 학습동기는 활동지향성, 목표지향성, 학습지향성을 강하게 갖는 것으로부터 비롯된다고 할 수 있다.

Ⅲ. 연구방법

3.1 연구모형

본 연구는 개인의 셀프네일 경험에 따른 개인별 인지적 요인과 직업선택을 위한 학습의도가 전문 네일아티스트 직업선택에 어떠한 영향을 미치는가를 밝히기 위한 연구이다. 연구를 그림으로 나타내면 다음 [그림 3-1]과 같다.

[그림 3-1] 연구모형



3.2 연구설계 및 분석방법

본 연구는 연구문제를 보다 정확하게 밝히기 위하여 가설을 세워 검증하였다. 가설검증은 자기 기입식 설문지 조사 통한 실증조사방식을 채택하였다.

조사는 2020년 6월 10일부터 6월 17까지 모바일을 통한 386부와 직접설문지를 배포해 얻은 169부, 총 555부가 분석 대상자료이었으나, 응답이 미흡하거나 불성실한 25부를 제외한 530부를 최종 분석자료로 사용하였다. 이를 표로 정리하면 [표 3-1]과 같다.

[표 3-1] 조사 표본

조사 대상	10-50대 이상 남녀
모집단	셀프네일 유경험자
자료수집	자기기입법
조사 기간	2020년 06월 10일-6월 17일
배포 설문지 회수설문지	배포한 총 설문지 : 555부
	회수된 설문지 : 555부
	제외된 설문지 : 25부
	분석에 사용된 설문지 : 530부

3.3 조사설문 구성 및 조사방법

개인의 셀프네일 경험에 따른 개인별 인지적 요인과 직업선택을 위한 학습의도가 전문 네일아티스트 직업선택에 어떠한 영향을 검증하기 위한 본 연구가 사용한 총 48개의 문항은 크게 나누어 4개의 항목으로 구성되어 있으며, 선행연구를 바탕으로 본 연구에 맞게 수정하여 구성하였다. 세부 설문구성을 살펴보면 다음과 같다.

첫째, 연구대상자의 일반적 특성 중 인구통계학적특성을 파악하기 위한 연구

자 조사설문 문항은 성별, 연령, 학력, 직업, 월평균수입 등 총 5문항이었으며, 명목척도(nominal scale)로 나타내도록 하였고, 셀프네일 이용현황을 파악하기 위한 문항은 김민아²¹⁾의 연구가 사용한 설문문항을 본 연구에 맞게 수정하여 사용하였다.

둘째, 셀프네일 경험에 따른 개인별 감성적 요인을 묻는 설문, 총 8개 설문은 나선영²²⁾, 박다원²³⁾의 연구가 사용한 설문문항을 본 연구에 맞게 수정하여 사용하였고, 리커트(Likert) 척도로 나타내도록 하였다.

셋째, 셀프네일 경험에 따른 개인별 인지적 요인에 대한 설문문항은 명효선²⁴⁾, 김현정²⁵⁾의 연구가 사용한 문항을 본 연구에 맞게 수정하여 사용하였다.

넷째, 전문네일 학습의도를 측정하기 위한 설문문항은 양영민²⁶⁾이 사용한 문항을 본 연구에 맞게 수정하여 사용하였다.

다섯째, 학습동기를 측정하기 위한 설문문항은 박명경²⁷⁾이 사용한 문항을 본 연구에 맞게 수정하여 사용하였다.

전체 설문의 구성을 표로 나타내면 다음과 같다[표 3-2].

21) . op. cit. p.108-119.

22) . op. cit. p.83-87.

23) 박다원. op. cit. p.79-81.

24) 명효선. op. cit. p.53-57.

25) 김현정. op. cit. p.92-94.

26) 양영민. op. cit. p.132-136.

27) 박명경. op. cit. p.168-170.

[표 3-2] 설문지 구성

측정변수		척도	문항 수	출처
일반적 특성	인구통계학적 특성	명목척도	5	연구자.
	셀프네일 이용현황	명목척도	5	김민아(2017)의 연구를 토대로 연구자가 수정, 보완.
셀프네일 경험에 따른 개인별 인지적 경험요인	합리성	리커트(Likert) 5점 척도	5	나선영(2018), 박다원(2016)의 연구를 토대로 연구자가 수정, 보완.
	편리성		5	
	다양성		5	
셀프네일 경험에 따른 개인별 감성적 경험요인	심미성	리커트(Likert) 5점 척도	5	명효선(2020), 김현정(2019)의 연구를 토대로 연구자가 수정, 보완.
	유익성		5	
전문네일 학습의도	온라인	리커트(Likert) 5점 척도	5	양영민(2019)의 연구를 토대로 연구자가 수정, 보완.
	오프라인		5	
학습동기	학습동기 유발 요인	리커트(Likert) 5점 척도	5	박명경(2016)의 연구를 토대로 연구자가 수정, 보완.

3.4 자료처리 및 분석방법

본 연구에서 수집된 조사자료의 통계처리는 데이터 코딩과 데이터 클리닝 과정을 거쳐, 통계 패키지 프로그램인 SPSS(ver. 22.0)를 이용하여 평균값(M)과 표준편차($S.D$)를 산출하였다. 구체적 분석 도구는 다음과 같다.

1. 연구 대상자의 일반적인 특성, 즉 성별, 연령, 학력, 직업, 월평균수입, 셀프네일 이용현황 등을 분석하기 위하여 빈도분석을 실시하였다.

2. 연구 대상자의 셀프네일 경험에 따른 개인별 감성적요인, 인지적요인, 전문네일 학습의도, 학습동기의 타당성 및 신뢰도를 알아보기 위해 요인분석 및 신뢰도분석을 실시하였다.

3. 연구 대상자의 셀프네일 경험에 따른 개인별 감성적요인, 인지적요인, 전문네일 학습의도, 학습동기 등을 분석하기 위하여 다음과 같은 분석을 실시하였다.

1) 셀프네일 경험에 따른 개인별 감성적요인, 인지적요인, 전문네일학습구매의도, 학습동기의 기술통계 분석을 위해 기술통계분석을 사용하였다.

2) 셀프네일 경험에 따른 개인별 감성적요인, 인지적요인, 전문네일학습구매의도, 학습동기의 차이분석을 위해 독립표본 t-test, 일원변량분석(One way ANOVA), 사후검증 Duncan test를 사용하였다.

4. 각 변수들의 상관관계를 알아보기 위해 Pearson , 회귀분석을 사용하였다.

IV. 분석결과

본 연구의 가설을 검증하기 전에 각 측정항목의 신뢰성과 조작적 점검을 실시하였다. 하여 셀프네일 경험에 따른 개인별 경험요인과 직업선택을 위한 학습의도가 전문 네일아티스트 직업선택에 영향을 미친다는 가설을 분석하였다. 결과는 다음과 같다.

4.1 신뢰도 및 요인분석

연구에 사용된 측정항목에 대한 타당성을 검증하고, 공통된 요인을 찾아서 변수로 사용하기 위한 탐색적 요인분석(Factor Analysis)을 실시하였다. 요인 분석은 관측된 일련의 변수에 근거해서 직접 관측되지 않은 요인들을 찾아내기 위한 것으로 많은 변수들을 몇 가지 변수요인으로 묶어 그 내용을 단순화하기 위한 것이다. 각 문항을 몇 가지 요인으로 묶어서 각 문항들이 동일한 개념을 측정하는 것인지, 즉 타당성이 있는가를 파악하는 것이다. 본 연구에서는 요인추출을 위해 주성분 분석(Principle Components)을 사용하였으며, 지정치 이상의 값을 나타내는 요인들만을 추출했다. 요인회전은 베리맥스(Varimax)회전을 사용하였다. 베리맥스는 요인을 단순화하기 위해 널리 사용되는 방법이다. 각 변수의 요인간 상관관계를 나타내는 요인적재량(factor loading) 수용기준치는 통상 .40이상이면 유의로 판단한다. 요인분석은 분석 방법 특성상 각 항목들 간 상관관계가 높아야 하는데 KMO 측도와 Bartlett의 구형성 검정은 각 항목들 간 상관관계를 확인함으로써 사용 항목들의 요인분석 적합도를 평가하는 방법이다. Kaise-Mayer-Olkin(KMO)는 쌍들로 된 변수 간 상관관계가 또 다른 변수에 따라 잘 설명되는가를 나타내므로 이 측도의 값이 작은 경우를 요인분석에 적합하지 않은 변수 선정이라고 한다.

보통 KMO값이 .90이상일 때를 아주 좋은 것으로 .50이하를 받아들이기에 적합하지 않는 것으로 본다.

또한 본 연구에서는 다 문항 척도로 측정된 문항들이 동질적 문항으로 구성되어있는가, 즉 신뢰도 검증을 위해 문항간 내적 일치도를 보는 Cronbach's α 치를 산출했다. 일반적으로 Cronbach's α 값은 정해진 기준은 없으나 .60 이상을 신뢰도가 있다고 하며 .50이상을 분석에 문제가 없는 것으로 본다.

4.1.1 셸프네일 경험에 따른 개인별 인지적 경험요인의 타당성 및 신뢰도

셸프네일 경험에 따른 개인별 인지적 경험요인 문항의 타당성을 검증하기 위해 요인분석 한 결과 [표 4]와 같이 세 개의 요인이 도출되었다. Bartlett의 단위행렬 점검 결과 $\chi^2=2378.431(df=55, Sig=.000)$, KMO값 0.853로 나타났다으며, 공통성은 0.496이상으로 나타났다.

첫 번째 요인은 '다양성'으로 요인적재값은 0.717~0.878, 고유값은 2.973, 분산설명비율은 27.0%로 나타났다. 두 번째 요인은 '편리성'으로 요인적재값은 0.722~0.826, 고유값은 2.293, 분산설명비율은 20.8%로 나타났다. 세 번째 요인은 '합리성'으로 요인적재값은 0.544~0.799, 고유값은 2.024, 분산설명비율은 18.3%로 나타났다.

요인분석 결과 도출된 세 개의 요인이 전체 분산의 66.2%이상 설명되고 있다.

신뢰도 검증 결과, 세 요인 모두 신뢰도 계수인 Cronbach's α 가 0.681~0.890으로 신뢰성에는 문제가 없는 것으로 나타났다.

[표 4-1] 셀프네일 경험에 따른 개인별 인지적 경험요인의 타당성 및 신뢰도

셀프네일 경험에 따른 개인별 인지적 경험요인 문항	1	요인2	요인3	
	다양성	편리성	합리성	
셀프네일은 다양한 장식 또는 데코가 가능하다.	.878	.091	.158	.805
셀프네일은 다양한 디자인의 적용이 가능하다.	.867	.100	.199	.801
셀프네일은 다양한 재료선택이 가능하다.	.848	.218	.103	.777
셀프네일을 통해 다양한 제품을 사용하고 나에게 맞는 제품 선택이 가능하다.	.717	.276	.275	.666
셀프네일 정보는 온,오프라인에서 접근하기 쉽다.	.211	.826	.002	.726
셀프네일에 관한 교육을 온,오프라인에서 접하기 쉽다.	.201	.820	.128	.728
셀프네일은 예약 및 변경 등 번거로움이 없다.	.080	.722	.160	.553
셀프네일은 시간대비 결과물이 합리적이다.	.109	-.026	.779	.620
셀프네일은 가격대비 결과물이 합리적이다.	.158	.288	.684	.576
셀프네일은 나의 생활패턴에 적절하다고 생각한다.	.285	.018	.678	.541
셀프네일은 사회적 거리두기 및 개인위생 등에 더 합리적이다.	.092	.338	.544	.496
고유치	2.973	2.293	2.024	
설명변량(%)	27.032	20.842	18.399	
누적변량(%)	27.032	47.874	66.273	
신뢰도계수(Cronbach's α)	.890	.765	.681	

4.1.2 셀프네일 경험에 따른 개인별 감성적 경험요인의 타당성 및 신뢰도

셀프네일 경험에 따른 개인별 감성적 경험요인 문항의 타당성을 검증하기 위해 요인분석 한 결과 [표 4-2]와 같이 두 개의 요인이 도출되었다. Bartlett의 단위행렬 점검 결과 $\chi^2=4359.674(df=66, Sig=.000)$, KMO값 0.921, 공통성은 0.574이상으로 나타났다.

첫 번째 요인은 ‘유익성’으로 요인적재값은 0.716~0.849, 고유값은 4.646, 분산설명비율은 38.7%로 나타났다. 두 번째 요인은 ‘심미성’으로 요인적재값

은 0.680~0.826, 고유값은 3.542, 분산설명비율은 29.5%로 나타났다.

요인분석 결과 도출된 두 개의 요인이 전체 분산의 68.2%이상 설명되고 있다.

신뢰도 검증 결과, 두 요인 모두 신뢰도 계수인 Cronbach's α 가 0.872~0.925로 신뢰성에는 문제가 없는 것으로 나타났다.

[표 4-2] 셀프네일 경험에 따른 개인별 감성적 경험요인의 타당성 및 신뢰도

셀프네일 경험에 따른 개인별 감성적 경험요인 문항	요인1	요인2	공통성
	유익성	심미성	
셀프네일은 나의 스트레스를 해소해준다.	.849	.147	.743
나의 셀프네일 경험은 기대감과 만족감을 채워준다.	.822	.351	.798
셀프네일을 통해 기분전환이 된다.	.806	.284	.731
셀프네일에 대해 재미나 흥미를 느낀다.	.793	.283	.710
나의 셀프네일 경험은 기대감과 만족감을 채워준다.	.740	.341	.663
나의 셀프네일 경험은 예쁜 손톱연출을 할 수 있다는 자신감을 준다.	.719	.300	.606
셀프네일관리는 내 삶의 질을 향상시킨다.	.716	.324	.618
셀프네일은 미적으로 세련된 느낌이 든다고 생각한다.	.237	.826	.739
셀프네일은 시각적으로 보기가 좋다고 생각한다.	.237	.814	.718
셀프네일은 패션에 완성도를 높여주는 기술이라고 생각한다.	.326	.760	.685
셀프네일은 다양한 디자인 연출이 가능하다고 생각한다.	.251	.734	.602
셀프네일은 나만의 이미지 표현에 유용한 방법이라고 생각한다.	.335	.680	.574
고유치	4.646	3.542	
설명변량(%)	38.713	29.513	
누적변량(%)	38.713	68.226	
신뢰도계수(Cronbach's α)	.925	.872	

4.1.3 전문네일 학습의도의 타당성 및 신뢰도

전문네일 학습의도 문항의 타당성을 검증하기 위해 요인분석 한 결과 [표 6]과 같이 두 개의 요인이 도출되었다. Bartlett의 단위행렬 점검 결과 =3070.153(df=45, Sig=.000), KMO값 0.852, 공통성은 0.440이상으로 나타났다.

첫 번째 요인은 ‘오프라인 학습’로 요인적재값은 0.630~0.866, 고유값은 3.546, 분산설명비율은 35.4%로 나타났다. 두 번째 요인은 ‘온라인 전문네일 학습의도’로 요인적재값은 0.690~0.829, 고유값은 3.124, 분산설명비율은 31.2%로 나타났다.

요인분석 결과 도출된 두 개의 요인이 전체 분산의 66.6%이상 설명되고 있다.

신뢰도 검증 결과, 두 요인 모두 신뢰도 계수인 Cronbach's 가 0.858~0.879로 신뢰성에는 문제가 없는 것으로 나타났다.

[표 4-3] 전문네일 학습의도의 타당성 및 신뢰도

전문네일 학습의도 문항	요인1	요인2	공통성
	학습	온라인 학습	
나는 네일아트 관련 대학을 통해 교육받을 의사가 있다.	.866	.118	.764
나는 전문 네일아트학원을 통해 교육을 받을 의사가 있다.	.827	.265	.755
나는 네일아트 직업전문 학교를 통해 교육 받을 의사가 있다.	.820	.200	.713
나는 실제 네일아트 전문 유상 교육기관을 이용할 의사가 있다.	.806	.224	.700
나는 네일아트 전문 교육에 관한 유상 교육을 수강 할 의사가 있다.	.630	.209	.440
나는 네일아트 전문 교육에 관한 무상 교육을 수강 할 의사가 있다.	.059	.829	.691
나는 네일아트 전문 교육 SNS 학습 구매의도를 이용할 의사가 있다.	.109	.814	.674
나는 네일아트 전문 교육 동영상 강의를 이용할 의사가 있다.	.290	.775	.684
나는 네일아트 전문교육 어플 강의를 이용할 의사가 있다.	.423	.693	.659
나는 실제 네일아트 무상 교육기관을 이용할 의사가 있다.(국비지원, 장학금혜택, 이벤트성 원데이 클래스 등)	.338	.690	.589

고유치	3.546	3.124
설명변량(%)	35.458	31.239
누적변량(%)	35.458	66.698
신뢰도계수(Cronbach's α)	.879	.858

4.1.4 학습동기의 타당성 및 신뢰도

학습동기 문항의 타당성을 검증하기 위해 요인분석 한 결과 [표 7]과 같이 하나의 요인이 도출되었다. Bartlett의 단위행렬 점검 결과 $=1751.470(df=10, Sig=.000)$, KMO값 0.867, 공통성은 0.639이상, 전체 설명력은 73.3%로 나타났다.

신뢰도 검증 결과, 신뢰도 계수인 Cronbach's α 는 0.908로 신뢰성에는 문제가 없는 것으로 나타났다.

[표 4-4] 학습동기의 타당성 및 신뢰도

학습동기 문항	요인1 학습동기	공통성
나는 전문적인 네일교육을 통해 보다 더 큰 성취감을 얻고 싶다.	.895	.802
나는 전문적인 네일교육을 통해 기술적으로 부족한 부분을 보완하고 싶다.	.878	.771
나는 전문적인 네일교육을 통해 보다 더 큰 성취감을 얻고 싶다.	.866	.751
나는 전문적인 네일교육을 통해 네일관련 직업이나 창업을 하고 싶다.	.839	.704
나는 전문적인 네일교육을 통해 일상에서의 스트레스 해소를 미래에 대한 불안감을 떨치고 전문가로 성장하고 싶다.	.799	.639
고유치	3.666	
설명변량(%)	73.315	
누적변량(%)	73.315	
신뢰도계수(Cronbach's α)	.908	

4.2 조사 참여자의 일반적인 상황

4.2.1 일반적 특성

본 연구 조사대상의 일반적 특성을 알아보기 위해 빈도분석을 실시한 결과 [표 4-5]에서 보는 바와 같이 일반적 사항 중 성별에 대해 살펴보면 여성이 91.9%로 대부분이었고, 남성은 8.1%이며, 연령의 경우에는 20대가 가장 높았고, 30대가 25.1%, 40대가 9.4%, 10대가 8.5%, 50대 이상이 3.2% 순으로 나타났다. 최종학력의 경우에는 대학교 졸업(재학생포함)이 61.3%로 가장 높았고, 고졸이하가 30.4%, 대학원 이상(재학생포함)이 8.3% 순으로 나타났다. 직업을 알아본 경우에는 학생이 30.8%로 가장 높았고, 다음은 전문직/기술직 18.1%, 서비스직 17.0%, 사무직 14.2%, 무직/휴직 8.7%, 전업주부 6.6% 등의 순으로 나타났다. 월 평균 수입의 경우에는 100만 원 미만이 41.6%로 가장 높았고, 200만 원에서 300만 원 미만이 35.5%, 100만 원에서 200만 원 미만이 24.2%, 300만 원에서 400만 원 미만이 5.3%, 400만 원 이상이 3.4% 순으로 나타났다.

[표 4-5] 일반적 특성

		(N=530,%)	
		합계	
	항목	빈도(N)	퍼센트(%)
성별	남	43	8.1
	여	487	91.9
연령	10대	45	8.5
	20대	285	53.8
	30대	133	25.1
	40대	50	9.4
	50대이상	17	3.2
최종학력	고졸이하	161	30.4
	대학교 졸업(재학생 포함)	325	61.3
	대학원 이상(재학생 포함)	44	8.3
직업	학생	164	30.8

	전문직/기술직	96	18.1
	사무직	75	14.2
	서비스직	90	17.0
	공무원	3	0.6
	전업주부	35	6.6
	자영업	21	4.0
	무직/휴직	46	8.7
월 평균 수입	100만원 미만	221	41.6
	100-200만원 미만	128	24.2
	200-300만원 미만	135	25.5
	300-400만원 미만	28	5.3
	400만원 이상	18	3.4
	합계	530	100.0

4.2.2 셀프네일 이용현황

조사대상의 셀프네일 이용현황을 실시한 결과는 다음 [표 4-6]과 같다.

월 평균 셀프네일 횟수는 월 1회 미만이 43.4%로 가장 높았고, 다음은 월 1회가 27.7%, 월 2회가 20.8%, 월 3회가 5.1% 등의 순으로 나타났다.

월 평균 셀프네일 비용(재료포함)을 알아본 결과, 1만 원에서 3만 원 미만이 35.5%로 가장 높았고, 1만 원 미만이 33.6%, 3만 원에서 5만 원 미만이 18.7%, 5만 원 이상이 7.2%, 10만 원 이상이 5.1% 순으로 나타났다.

셀프네일 선호 이유로는 저렴한 비용이 35.8%로 가장 높았고 시간의 제약을 받지 않아서가 27.5%, 스트레스 해소를 위해가 13.0%, 손쉬운 사용이 12.1%, 다양한 디자인 선택이 가능해서가 11.5% 순으로 나타났다.

만족스러운 셀프네일을 위한 경로의 경우 웹 서칭 44.7%로 가장 높았고, 인터넷 동영상(인스타, 페이스북, 유튜브) 31.3%, 관련 카페, 블로그가 13.2%, 구입 시 들어있는 제품사용 설명서 참조가 10.6%, 친구, 주변지인이 0.2% 순으로 나타났다.

교육학습 구매의도(온라인, 오프라인) 이용의도를 알아본 결과 예 77.4%, 아니오 22.6%로 교육학습 구매의도(온라인, 오프라인)를 이용할 의도가 있다

는 응답이 높게 나타났다.

[표 4-6] 셀프네일 이용현황

		(N=530,%)	
	항목	합계	
		빈도(N)	퍼센트(%)
월 평균 셀프네일 횟수	월 1회 미만	230	43.4
	월 1회	147	27.7
	월 2회	110	20.8
	월 3회	27	5.1
	월 4회	10	1.9
	월 5회 이상	6	1.1
월 평균 셀프네일 비용(재료포함)	1만원 미만	178	33.6
	1~3만원 미만	188	35.5
	3~5만원 미만	99	18.7
	5만원 이상	38	7.2
	10만원 이상	27	5.1
셀프네일 선호 이유	손쉬운 사용	64	12.1
	저렴한 비용	190	35.8
	스트레스 해소를 위해	69	13.0
	시간의 제약을 받지 않아서	146	27.5
	다양한 디자인 선택이 가능해서	61	11.5
만족스러운 셀프네일을 위한 정보 경로	구입 시 들어있는 제품사용 설명서 참조	56	10.6
	인터넷 동영상 (인스타, 페이스북, 유튜브 등)	166	31.3
	관련 카페, 블로그	70	13.2
	웹 서칭	237	44.7
	친구, 주변지인	1	0.2
교육학습 구매의도 (온라인, 오프라인) 이용의도	예	410	77.4
	아니오	120	22.6
합계		530	100.0

4.3 가설검증

4.3.1 <연구문제 1>에 따른 분석결과

본 연구의 <연구문제 1>에 따른 <가설 1>은 개인별 셀프네일 경험구성 요인은 개인마다 다를 것이라는 것이었다.

셀프네일 경험에 따른 개인별 셀프네일 경험구성 요인에 대한 회귀분석 결과는 [표 4-7]과 같다.

감성적 경험요인의 하위요인인 유익성은 인지적 경험요인의 다양성, 편리성, 합리성 요인에 유의미하게 영향을 미치는 것으로 나타났고, 하위요인이 유익성을 예측하는데 21.9%의 설명력을 갖는 것으로 나타났다($p < .001$). 인지적 경험요인의 영향력을 살펴보면 합리성($\beta = .382$), 다양성($\beta = .198$), 편리성($\beta = .195$) 순으로 유의미하게 정(+)적으로 영향을 미치는 것으로 나타났다. 이는 인지적 경험요인이 높아질수록 감성적 경험요인의 유익성도 높아지고 있음을 의미한다.

감성적 경험요인의 하위요인인 심미성은 인지적 경험요인의 다양성, 편리성, 합리성 요인에 유의미하게 영향을 미치는 것으로 나타났고, 하위요인의 변수가 심미성 요인을 예측하는데 32.9%의 설명력을 갖는 것으로 나타났다($p < .001$). 인지적 경험요인의 영향력을 살펴보면 다양성($\beta = .462$), 합리성($\beta = .332$), 편리성($\beta = .096$) 순으로 유의미하게 정(+)적으로 영향을 미치는 것으로 나타났다. 이는 인지적 경험요인이 높아질수록 감성적 경험요인의 심미성도 높아지고 있음을 의미한다.

따라서 <가설1> 개인별 셀프네일 경험구성 요인은 개인마다 다를 것이라는 가설은 채택되었다.

[표 4-7] 개인별 셀프네일 경험구성 요인

셀프네일 경험에 따른 개인별 감성적 경험요인	셀프네일 경험에 따른 개인별 인지적 경험요인	계수(B)	계수의 표준오차 (SE B)	β	t	p
유익성	(상수)	.000	.038		.000	1.000
	다양성	.198	.038	.198	5.165***	.000
	편리성	.195	.038	.195	5.073***	.000
	합리성	.382	.038	.382	9.947***	.000
		조정된 R ² =	.219	F=	50.449	p= .000***
심미성	(상수)	.000	.036		.000	1.000
	다양성	.462	.036	.462	12.968***	.000
	편리성	.096	.036	.096	2.689**	.007
	합리성	.332	.036	.332	9.316***	.000
		조정된 R ² =	.329	F=	87.396	p= .000***

** p<.01, *** p<.0

4.3.2 <연구문제 2>에 따른 분석결과

본 연구의 <연구문제 2>에 따른 <가설 2>는 개인마다 다른 셀프네일 경험 요인은 전문 네일아티스트 직업선택에 미치는 영향력에 차이가 있을 것이라는 것이었다.

[표 4-8]에서 보는 바와 같이 셀프네일 경험에 따른 개인별 인지적 경험요인의 하위요인인 다양성은 모든 요인과 상관관계가 있었으며, 감성적 경험요인의 심미성($r=.462$)과 가장 높은 상관관계가 있는 것으로 나타났다. 편리성은 모든 요인과 상관관계가 있었으며, 전문네일 학습의도의 온라인 학습 구매의도($r=.301$)와 가장 높은 상관관계가 있는 것으로 나타났다. 합리성은 모든 요인과 상관관계가 있었으며, 감성적 경험요인의 유익성($r=.382$)과 가장 높은 상관관계가 있는 것으로 나타났다.

감성적 경험요인의 하위요인인 유익성은 모든 요인과 상관관계가 있었으며, 전문네일 학습의도의 온라인 전문네일 학습의도($r=.487$)와 가장 높은 상관관계가 있는 것으로 나타났다. 심미성은 모든 요인과 상관관계가 있었으며, 인지적 경험요인의 다양성($r=.462$)과 가장 높은 상관관계가 있는 것으로 나타났다.

전문네일 학습의도의 하위요인인 오프라인 전문네일 학습의도는 모든 요인과 상관관계가 있었으며, 학습동기($r=.588$)와 가장 높은 상관관계가 있는 것으로 나타났다. 온라인 전문네일 학습의도는 모든 요인과 상관관계가 있었으며, 셀프네일 경험에 따른 개인별 인지적 경험요인의 유익성($r=.487$)과 가장 높은 상관관계가 있는 것으로 나타났다.

학습동기 요인은 모든 요인과 상관관계가 있었으며, 전문네일 학습의도의 오프라인 전문네일 학습의도($r=.588$)와 가장 높은 상관관계가 있는 것으로 나타났다.

따라서 셀프네일의 경험요인 중 편리성과 유익성이 직업선택을 위한 온라인

인 전문네일 학습의도로 이어지며, 오프라인 학습가 높을수록 학습동기에 영향을 미치는 것으로 보아 개인별 셀프네일 경험요인이 전문 네일아티스트 직업선택에 미치는 영향력에 차이가 있을 것이다 라는 <가설 2>는 채택되었다.

[표 4-8] 개인별 셀프네일 경험요인이 직업선택에 미치는 영향력

		셀프네일 경험에 따른 개인별 인지적 경험요인			셀프네일 경험에 따른 개인별 감성적 경험요인		전문네일 학습의도		학습동기
		다양성	편리성	합리성	유익성	심미성	오프라인 학습	온라인 학습 구매의도	
셀프네일 경험에 따른 개인별 인지적 경험요인	다양성	1							
	편리성	.000	1						
	합리성	.000	.000	1					
셀프네일 경험에 따른 개인별 감성적 경험요인	유익성	.198 **	.195 **	.382 **	1				
	심미성	.462 **	.096 *	.332 **	.000	1			
전문네일 학습의도	오프라인 학습	.118 **	-.104 *	.123 **	.161 **	.100 *	1		
	온라인 전문네일 학습의도	.222 **	.301 **	.257 **	.487 **	.254 **	.000	1	
학습동기		.221 **	.125 **	.177 **	.374 **	.183 **	.588 **	.421 **	1

** p<.01, *** p<.001

4.3.3 <연구문제 3>에 따른 분석결과

<연구문제 3>에 따른 <가설 3>은 개인의 셀프네일 경험요인들은 각 요인 별로 전문 네일 아티스트 직업선택에 미치는 영향력의 크기가 서로 다를 것이다 라는 것이었다.

1) 셀프네일 경험에 따른 개인별 인지적 경험요인이 전문네일학습 구매의도에 미치는 영향

셀프네일 경험에 따른 개인별 인지적 경험요인이 전문네일 학습의도에 미치는 영향에 대한 회귀분석 결과는 [표 4-9]와 같다.

전문네일 학습의도 하위요인인 오프라인 전문네일 학습의도는 셀프네일 경험에 따른 개인별 인지적 경험요인에 유의미하게 영향을 미치는 것으로 나타났고, 하위요인인 변수가 오프라인 전문네일 학습의도 요인을 예측하는데 3.4%의 설명력을 갖는 것으로 나타났다($p < .001$). 독립변수의 영향력을 살펴보면 합리성($\beta = .123$), 다양성($\beta = .118$) 순으로 유의미하게 정(+)적으로 영향을 미치는 것으로 나타났고, 편리성($\beta = -.104$)은 유의미하게 부(-)적으로 영향을 미치는 것으로 나타났다. 이는 다양성, 합리성이 높아질수록 오프라인 전문네일 학습의도는 높아지지만 반면, 편리성이 높아질수록 오프라인 전문네일 학습의도는 낮아지고 있음을 의미한다.

전문네일 학습의도 하위요인인 온라인 전문네일 학습의도는 셀프네일 경험에 따른 개인별 인지적 경험요인이 유의미하게 영향을 미치는 것으로 나타났고, 하위요인인 변수가 온라인 전문네일 학습의도 요인을 예측하는데 20.2%의 설명력을 갖는 것으로 나타났다($p < .001$). 독립변수의 영향력을 살펴보면 편리성($\beta = .301$), 합리성($\beta = .257$), 다양성($\beta = .222$) 순으로 유의미하게 정(+)적으로 영향을 미치는 것으로 나타났다. 즉 다양성, 편리성, 합리성이 높아질수록 온라인 전문네일 학습의도 구매의도도 높아지고 있음을 예측할 수 있었다.

[표 4-9] 셀프네일 경험에 따른 개인별 인지적 경험요인이 전문네일 학습의도에 미치는 영향

종속변수 (전문네일 학습의도)	독립변수 (셀프네일 경험에 따른 개인별 인지적 경험요인)	계수(B)	계수의 표준오차 (SE B)	β	t	p
오프라인 학습	(상수)	.000	.043		.000	1.000
	다양성	.118	.043	.118	2.765**	.006
	편리성	-.104	.043	-.104	-2.429*	.015
	합리성	.123	.043	.123	2.889**	.004
		조정된 $R^2 =$	.034	F=	7.298	p= .000***
온라인 학습 구매의도	(상수)	.000	.039		.000	1.000
	다양성	.222	.039	.222	5.722***	.000
	편리성	.301	.039	.301	7.761***	.000
	합리성	.257	.039	.257	6.620***	.000
		조정된 $R^2 =$	.202	F=	45.598	p= .000***

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

2) 셀프네일 경험에 따른 개인별 감성적 경험요인이 전문네일학습 구매의도에 미치는 영향

셀프네일 경험에 따른 개인별 감성적 경험요인이 전문네일 학습의도에 미치는 영향에 대한 회귀분석 결과는 [표 4-10]과 같다.

전문네일 학습의도 하위요인인 오프라인 전문네일 학습의도는 감성적 경험요인에 유의미하게 영향을 미치는 것으로 나타났고, 하위요인인 변수가 오프라인 전문네일 학습의도 요인을 예측하는데 3.2%의 설명력을 갖는 것으로 나타났다($p < .001$). 독립변수의 영향력을 살펴보면 유익성($\beta = .161$), 심미성($\beta = .100$) 순으로 유의미하게 정(+)적으로 영향을 미치는 것으로 나타났다. 이는 감성적 경험요인이 높아질수록 오프라인 전문네일 학습의도 구매의도도 높아지고 있음을 의미한다.

전문네일 학습의도의 하위요인인 온라인 전문네일 학습의도는 셀프네일 경험에 따른 개인별 감성적 경험요인이 유의미하게 영향을 미치는 것으로 나타났고, 하위요인인 변수가 온라인 전문네일 학습의도 요인을 예측하는데 29.9%의 설명력을 갖는 것으로 나타났다($p < .001$). 독립변수의 영향력을 살펴보면 유익성($\beta = .487$), 심미성($\beta = .254$) 순으로 유의미하게 정(+)적으로 영향을 미치는 것으로 나타났다. 이는 감성적 경험요인이 높아질수록 온라인 전문네일 학습의도 구매의도도 높아지고 있음을 의미한다.

[표 4-10] 셀프네일 경험에 따른 개인별 감성적 경험요인이 전문네일 학습의도에 미치는 영향

종속변수 (전문네일 학습의도)	독립변수 (셀프네일 경험에 따른 개인별 감성적 경험요인)	계수(B)	계수의 표준오차 (SE B)	β	t	p
오프라인 학습	(상수)	.000	.043		.000	1.000
	유익성	.161	.043	.161	3.757***	.000
	심미성	.100	.043	.100	2.341*	.020
		조정된 $R^2 =$	.032	F=	9.800	p= .000***
온라인 학습 구매의도	(상수)	.000	.036		.000	1.000
	유익성	.487	.036	.487	13.386***	.000
	심미성	.254	.036	.254	6.966***	.000
		조정된 $R^2 =$	.299	F=	113.851	p= .000***

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

3) 셀프네일 경험에 따른 개인별 인지적 경험요인이 학습동기에 미치는 영향

셀프네일 경험에 따른 개인별 인지적 경험요인이 학습동기에 미치는 영향에 대한 회귀분석 결과는 [표 4-11]과 같다.

학습동기는 인지적 요인에 유의미하게 영향을 미치는 것으로 나타났고, 하위요인인 변수가 학습동기를 예측하는데 9.1%의 설명력을 갖는 것으로 나타났다($p < .001$). 독립변수의 영향력을 살펴보면 다양성($\beta = .221$), 합리성($\beta = .177$), 편리성($\beta = .125$) 순으로 유의미하게 정(+)적으로 영향을 미치는 것으로 나타났다. 이는 인지적 경험요인이 높아질수록 학습동기도 높아지고 있음을 의미한다.

[표 4-11] 셀프네일 경험에 따른 개인별 인지적 경험요인이 학습동기에 미치는 영향

종속변수 (학습동기)	독립변수 (셀프네일 경험에 따른 개인별 인지적 경험요인)	계수(B)	계수의 표준오차 (SE B)	β	t	p
	(상수)	.000	.041		.000	1.000
학습동기	다양성	.221	.041	.221	5.338***	.000
	편리성	.125	.041	.125	3.022**	.003
	합리성	.177	.041	.177	4.265***	.000
		조정된 $R^2 =$	.091	F=	18.606	p= .000***

*** $p < .001$

4) 셀프네일 경험에 따른 개인별 감성적 경험요인이 학습동기에 미치는 영향

셀프네일 경험에 따른 개인별 감성적 경험요인이 학습동기에 미치는 영향에 대한 회귀분석 결과는 [표 4-12]와 같다.

학습동기는 감성적 경험요인의 하위요인인 유익성, 심미성이 유의미하게 영향을 미치는 것으로 나타났고, 하위요인인 변수가 학습동기를 예측하는데 17.1%의 설명력을 갖는 것으로 나타났다($p < .001$). 독립변수의 영향력을 살펴보면 유익성($\beta = .374$), 심미성($\beta = .183$) 순으로 유의미하게 정(+)적으로 영향을 미치는 것으로 나타났다. 이는 감성적 경험요인이 높아질수록 학습동기도 높아지고 있음을 의미한다.

[표 4-12] 셀프네일 경험에 따른 개인별 감성적 경험요인이 학습동기에 미치는 영향

종속변수 (학습동기)	독립변수 (셀프네일 경험에 따른 개인별 감성적 경험요인)	계수(B)	계수의 표준오차 (SE B)	β	t	p
	(상수)	.000	.040		.000	1.000
학습동기	유익성	.374	.040	.374	9.453***	.000
	심미성	.183	.040	.183	4.627***	.000
		조정된 $R^2 =$	.171	F=	55.382	p= .000***

*** $p < .001$

5) 전문네일 학습의도가 학습동기에 미치는 영향

전문네일 학습의도가 학습동기에 미치는 영향에 대한 회귀분석 결과는 [표 4-13]과 같다.

학습동기는 전문네일 학습의도의 하위요인인 오프라인 학습, 온라인 학습가 유의미하게 영향을 미치는 것으로 나타났고, 오프라인 학습, 온라인 학습 변수가 학습동기 요인을 예측하는데 52.1%의 설명력을 갖는 것으로 나타났다 ($p < .001$). 독립변수의 영향력을 살펴보면 오프라인 학습($\beta = .488$), 온라인 학습($\beta = .421$) 순으로 유의미하게 정(+)적으로 영향을 미치는 것으로 나타났다. 이는 오프라인 학습, 온라인 학습가 높아질수록 학습동기도 높아지고 있음을 의미한다.

[표 4-13] 전문네일 학습의도가 학습동기에 미치는 영향

종속변수 (학습동기)	독립변수 (전문네일 학습의도)	계수(B)	계수의 표준오차 (SE B)	β	t	p
	(상수)	.000	.030		.000	1.000
학습동기	오프라인 학습	.588	.030	.588	19.551 ***	.000
	온라인 학습	.421	.030	.421	13.984 ***	.000
		조정된 $R^2 =$	.521	F=	288.905	p= .000 ***

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

따라서 셀프네일 경험에 따른 개인별 경험요인과 전문네일 학습의도, 학습동기 간의 상관관계를 살펴보는 것은 앞으로의 셀프네일 경험자들의 니즈 분석과 더 나아가 각 온, 오프라인학습 구매의 마케팅을 하는데 있어 시사점으로 제공될 수 있다.

가설 검증결과는 다음과 같다. 첫째, 셀프네일 경험에 따라 개인별 셀프네일 경험요인은 인지적 경험요인, 감성적 경험요인으로 구성된다. 둘째, 인지적 경험요인인 편리성과 감성적 경험요인인 유익성은 온라인 전문네일 학습의도에 영향을 미친다. 또한 오프라인 전문네일 학습의도는 학습동기에 영향을 미치므로 개인마다 다른 셀프네일 경험요인은 전문 네일아티스트 직업선택에 있어 차이가 있음을 알 수 있다.

V. 결론

COVID-19를 지내며 소비자들의 소비행동은 외부활동보다 내부활동에 더 많은 시간을 보내고 있다. 또한 기능을 중시하던 과거시대와 달리 감성, 감각, 경험을 중시하고 있으며, 가격대비 성능을 중시하는 가성비보다는 가격대비 만족을 추구하는 가심비 지향으로 옮겨가고 있다.

이러한 상황에서 여성 소비자들은 자연스럽게 셀프네일을 경험하는 횟수가 많아지게 되었고, 셀프네일에 대해 관심도 높아지게 되었다.

셀프네일을 경험한 소비자들은 머릿속에 어떠한 인식을 갖게 될까? 소비자들이 셀프네일 경험 과정에서 얻은 여러 가지 경험요인은 무엇이며, 이러한 경험요인을 어떻게 강화하거나 이용하면 소비자들로 하여금 네일에 대한 관심을 배가하거나, 전문 네일아티스트로 성장하고자 하는 학습동기를 유발하고, 실제 전문 네일아티스트의 직업을 선택하게 할 수 있을 것인가?

이를 분석하는 것은 네일교육을 전문으로 하는 네일전문교육학원 등의 교육기관에게는 소비자들에게 교육기회를 제공함으로써 지속성장을 꾀할 수 있는 계기를 마련하는 중요한 기회이며, 네일교육을 정교화함으로써 뷰티산업을 발전시킬 수 있는 자극제가 될 수 있다.

이에 대한 연구자의 관심으로부터 시작된 본 연구는 3가지 연구문제를 밝히기 위해 가설을 세워 문헌연구와 설문을 통한 실증조사를 실시하였다.

이제까지 진행해온 연구결과를 정리하여 결론을 내리면 다음과 같다.

첫째, 개인별 셀프네일 경험요인은 어떠한 것들로 구성되는가?

이에 대한 가설, 즉 개인별 셀프네일 경험요인은 개인마다 다를것이다 라는 검증결과는 그렇다는 것이다.

본 연구에서는 셀프네일 경험요인을 인지적 경험요인과 감성적 경험요인으로

로 구성하고, 세부적으로 인지적 경험요인은 합리성, 편리성, 다양성으로 나누었으며 이는 나선영(2017)이 주장한 바와 같이 셀프네일의 합리성, 편리성으로 인해 소비자가 꾸준히 찾는 원인과 일치하는 결과를 보였으며, 박다원(2017)이 저렴한 비용과 다양한 디자인을 선택할 수 있어 셀프네일을 선호한다 라고 하는 주장을 뒷받침 해주는 결과이다.

감성적 경험요인은 세부적으로 심미성, 유익성으로 나누었으며 이는 자신만의 개성을 표현이 가능하기 때문에 셀프네일을 지속적으로 소비하는 동기라고 주장한 나선영(2017)의 주장과 일치하는 결과를 보였으며, 김민아(2018)의 셀프네일의 참여과정에서 느끼는 즐거움이 크기 때문에 셀프네일을 소비하는 동기라고 하는 주장을 뒷받침 해주는 결과이다.

이러한 결과는 김현정(2019), 명효선(2020) 김민아(2018), 나선영(2018), 박다원(2017)의 연구결과를 부분적으로 지지하는 것으로 요인들이 부분적으로 채택되거나 영향을 미친 것으로 후속 연구에서는 그 밖의 다양한 경험요인들이 보충되어야 함을 알리는 바이다.

둘째, 개인별 셀프네일 경험요인이 전문 네일아티스트 직업선택에 미치는 영향은 어떠한 것인가?

이에 대한 가설, 즉 셀프네일의 경험요인 중 인지적 경험요인의 편리성이 높을수록 온라인 전문네일 학습의도도 높아질 것이라고 예측할 수 있었고, 감성적 경험요인의 유익성이 높을수록 경험자들의 온라인 전문네일 학습의도도 높아질 것이라고 예측할 수 있었다. 또한 학습동기가 긍정적으로 나타날수록 오프라인 전문네일 학습의도도 높아질 것이라고 예측할 수 있었다.

이는 명광주(2006)가 주장한 소비자의 인지적 관점보다는 감성적인 관점을 보는 것이 중요하게 여기는 경향이 생겨났다고 라고 하는 결과와 부분 일치한다. Dick and Basu(1994)가 소비자는 소비에 기쁨, 즐거움 등의 긍정적 감성을 느끼게 되면 감성적 애착을 갖게 되어 그 브랜드를 지속적으로 구매하게 되는 요인이라는 것과 같은 맥락의 결과이다.

셋째, 셀프네일 경험요인별 전문 네일아티스트 직업선택에 미치는 영향은

각각 어떠한 것인가?

이에 대한 가설, 즉 셀프네일 인지적 경험요인의 다양성, 합리성이 높을수록 오프라인 전문네일 학습의도에 긍정적인 영향을 미치지만, 편리성은 긍정적인 영향을 미치지 않는 것으로 나타났다. 반면, 편리성이 높아질수록 오프라인 전문네일 학습의도는 낮아지는 것으로 나타났다. 다시 말해, 셀프네일을 경험할 때에 셀프네일의 다양하고 합리적인 면이 학습의도에 영향을 미치는 것을 의미하고, 편리할수록 학습에 대하여 큰 영향을 미치지 않는 것을 의미한다.

또한, 인지적 경험요인이 높을수록 온라인 전문네일 학습의도와 학습동기에 긍정적인 영향을 미치는 것으로 나타났으며, 감성적 경험요인이 높을수록 온, 오프라인 전문네일 학습의도에 긍정적인 영향을 미치고, 이는 학습동기에도 긍정적인 영향을 미치는 것으로 나타났다. 다시 말해, 셀프네일 경험요인이 직업선택을 위한 학습의도에 강력한 영향을 미치는 것을 의미한다.

이는 개인이 계획하는 미래행동으로 행동의 지표로 간주된다(강태균, 2011). 이를 종합하면, 경험요인이 높을수록 온, 오프라인 전문네일 학습을 하고자 하는 의지가 높고, 이는 학습동기에 큰 영향을 미친다.

이러한 결과는 셀프네일 경험자들이 경험을 통해 삶의 질을 향상시키고자 하며, 실제로 시술하기 위해 네일관리에 대한 정보를 탐색하고 학습해야 한다는 나선영(2017)의 셀프네일 소비동기에 대해 주장한 것과 맥락이 같다.

또한, 현재 국내에서는 다양한 형태의 온, 오프라인강의 등의 사교육 형태가 소비자들을 만나는 채널이며, 그들이 제공하는 교육 콘텐츠도 시대 변화와 기술의 발전에 따라 점차 진화해 나가고 있다고 주장한 강일성(2019)의 연구와도 일치한다.

본 연구의 연구결과는 다음의 몇 가지 시사점을 제공한다.

첫째, 셀프네일제품의 매출이 가속화가 되고 있는 가장 큰 배경은 소비자들에게 기존에 있던 네일샵에서의 경험이 아닌 새로운 경험으로써의 가치를 제공해준다는 것이다. 경험요인 구성요소 중 인지적 요인인 편리성, 합리성, 다양성과 감성적요인인 심미성, 유익성 모두 전문네일 학습의도와 학습동기에

영향을 미치는 것으로 나타났다. 이는 온, 오프라인 전문네일 학습기관의 마케팅 요소로써 심어 둔다면 실무적 시사점을 제공할 수 있을 것이라고 본다. 후속 연구에서는 경험요인에 따라 온, 오프라인 전문네일학습의 만족도를 검증해볼 필요가 있다.

둘째, 본 연구는 전문 네일아티스트 직업선택에 영향을 미치는 요인으로 셀프네일 경험요인과 직업선택을 위한 학습의도로 구분하여 연구를 진행했다. 셀프네일이 단순한 경험만 유발하는 것이 아니기 때문에 인지적, 감성적경험 요인 이외에 더 세밀한 경험요소를 적용한다면 정교한 연구가 이루어 질것으로 예상된다.

셋째, 셀프네일 이용현황에서 만족스러운 셀프네일 정보 경로는 웹서칭, 인터넷 동영상, 관련 카페 및 블로그가 주된 경로였다. 대부분 온라인이 주된 경로로 오프라인 전문네일 학습기관도 온라인매체를 활용하여 마케팅을 해야 한다고 생각한다. 하여 후속 연구에서는 전문네일학습의도를 좀 더 세분화 하여 조사한다면 더 명확한 결과를 얻을 수 있을 것이라고 생각한다.

본 연구는 연구제목과 같이 셀프네일의 경험요인이 전문 네일아티스트 직업선택에 미치는 영향에 대해 검증한 것이다.

연구과정에서 실증조사 참가자의 수가 국내 전체인구에 비해 매우 적고, 여러 경험요인 중에 인지적, 감성적 요인으로만 분류하여 연구결과를 일반화 하는 데에 문제가 있을 것이다. 또한, 셀프네일 경험자들의 학습레벨에 따라 연구 조사를 진행해 달라고 하는 요구도 있었다.

그럼에도 불구하고 본 연구는 셀프네일의 경험에 대한 요인구성과 직업선택에 있어 미치는 영향에서 학습의도에 대해 살펴본 것이라는 점에서 학술적 가치와 실무적 가치가 있다.

이후 연구가 본 연구의 부족함을 채워주길 바란다.

끝으로 감사의 글을 적고자 한다. 여기에 적은 몇 마디가 나의 감사한 마음이 전부 표현될 수는 없겠지만 이만큼 공부하면서 경험한 모든 것들이 귀한 것이고 감사한 것임을 석사과정을 공부하며 깊이 깨닫게 되었다. 먼저, 부

모님께 감사를 드리고 싶다. 박사까지 공부를 진행하길 바라셨던 나의 부모님의 기대에 부응하고자 여기까지 올 수 있었다. 또한 연구를 진행하며 설문조사에 적극 참여해주시고 향후 연구방향성까지 제안해준 네이버카페 ‘맨손톱을 사랑하는 사람들의 모임’ 약칭 맨사카페 회원님들께 감사를 드리고, 말 한마디로 감사함을 모두 전할 수는 없지만 이 부족한 논문을 끝까지 지도해주신 인자하시고 인품이 넘치는 명광주 교수님, 김현정 교수님, 이준숙 교수님께 무한 감사와 사랑을 드린다. 그 밖에도 논문진행에 있어 3주동안 주말을 반납하고 도와준 사촌오빠와 나의 학생들, 그리고 설문홍보에 도움을 준 모든 사람들에게 깊은 감사의 말을 전하고 싶다.

많은 후배들이 뷰티에 대한 연구를 진행하고 더 나은 결과를 내주길 바라며 이 연구를 마친다.

참 고 문 헌

1. 국내문헌

- 김동기 (2010). "스토리텔링을 통한 장소성 인식과 관광경험구성요인과의 관계에 관한연구", 세종대학교 대학원 박사학위논문, p 33-34.
- 김민아 (2018). "셀프 네일 관리와 전문 네일 관리에 대한 소비 동기 비교 연구", 건국대학교 대학원 석사학위논문.
- (2008). 『생명과학대사전』, 서울:아카데미서적.
- 김하은 외 (2019). "셀프 네일 팁 제품 및 착용 실태 조사". 『한국의류산업 학회지』, 21(3), pp 318.
- 김현정 (2019). "셀프네일 고객 선호도에 따른 셀프네일 전문점 서비스 적용 연구", 광운대학교 대학원 석사학위논문.
- 명효선 (2020). "붙이는 스티커형 네일 제품의 소비자 소비성향, 제품선택속성이 소비행동에 미치는 영향 - 광주광역시를 중심으로". 호남대학교 대학원 석사학위논문.
- 나선영 (2017). "셀프네일 소비자의 소비동기, 자기효능감, 관여도, 지속의도 간의 구조적 관계", 대구가톨릭대학교 대학원 박사학위논문.
- 김보민 (2017). "프리마켓의 경험적 가치가 이용의도에 미치는 영향", 한성대학교 대학원 석사학위논문.
- 김유경 (2003). "전략적 대안으로써 경험 커뮤니케이션 모델의 유용성에 관한 연구: 총체적 경험 유형과 Ex-Pros.의 분석을 토대로", 『광고학 연구』, 14(4), pp 67-93.
- 이승연 (2005). "유가적 '즐거움'의 의미와 그 현대적 의의", 『한국학논집』. 32, p 381-420.
- 박다원 (2016). "붙이는 셀프네일의 자가 만족도에 관한 연구", 조선대학교 대학원 석사학위논문.
- 강태균 (2011). "희소성 메시지 소구유형이 소비자 관여수준에 따라 구매의도

- 에 미치는 영향에 관한 연구: 인터넷 쇼핑몰의 노트북 컴퓨터를 중심으로." 홍익대학교 대학원 석사학위논문.
- (2006). "아트워크 양식에 따른 광고효과의 차이", 홍익대학교 대학원 박사학위논문, pp 44-46.
- 김기영 外 (2011). "패밀리 레스토랑의 브랜드 심벌이 브랜드 이미지, 선호도 및 구매의도에 미치는 영향". 『한국조리학회지』, 17(3), pp 33-46.
- 강일성 (2019). "스토리텔링이 소비자 태도와 방문의도에 미치는 영향: 학원 브랜드 네이밍을 중심으로". 한성대학교 대학원 석사학위논문, p 8.
- 이숙원 (2003). "대학부설 평생교육기관 성인학습자의 참여지속 결정요인 분석", 이화여자대학교 박사학위논문.
- 송상호 (2000). "동기적으로 적응적인 웹기반 수업 설계 방안의 고찰", 『교육공학연구』, 16(2), 37-53.
- 김아영 (2003). 교실에서의 동기. 『교육심리연구』, 17(1), 5-36
- 이성진 (2005). 『교육심리학서설』. 교육과학사, p 100.
- 김아영 (2010). 『학업동기: 이론, 연구와 적용』. 학지사.
- 김용래 外 (2003). 학습동기와 자아개념 및 학교적응간의 관계 분석. 『교육연구논총』, 20, p 5-24.

2. 국외문헌

- Bernd H. Schmitt, 박성연 外 역 (2002). 『체험 마케팅』, 세종서적
- Schmitt, B. H. (1999), Experiential Marketing, *Journal of Marketing Management*, 15(1), p 53-68.
- Schunk, D. H. (1991). Self-efficacy and academic motivation. *Educational Psychologist*, 26, p 207-231.
- Dick, A. S. & Basu, K. (1994). Customer Loyalty: Toward and Integrated Conceptual Framework, *Journal of the Academy of Marketing Science*, 22(2), p 99-11.
- Chaudhuri, A. & Holbrook, M. B. (2001). The Chain of Effects from Brand Trust and Brand Affect to Brand Performance: The Role of Brand Loyalty, *Journal of Marketing*, 65(4), p 81-93.
- Shin, N. (2003). Transactional presence as a critical predictor of success in distance learning. *Distance Education*, 24(1), p 69-86.
- Tinto, V. (2006). Research and practice of student retention: What next? *Journal of College Student Retention: Research, Theory and Practice*, 8(1), p 1-19.
- Muller, T. (2008). Persistence of women in online degree completion programs. *The International Review of Research in Open and Distance Learning*, 9(2), p 1-18.
- Vansteenkiste, M., Simons, J., Lens, W., Sheldon, K. M., & Deci, E. L. (2004). Motivating learning, performance, and persistence: The synergistic effects of intrinsic goal contents and autonomy-supportive contexts. *Journal of Personality and Social Psychology*, 87(2), p 246-260.
- Vallerand, R. J., Pelletier, L. G., Blais, N. M., Senecal, C., & Vallieres, E. F.(1992). *The academic motivation scale: A measure of intrinsic, extrinsic and motivation in education. Educational and*

Psychological Measurement, 52, p 1003–1017.

- Keller, J. M. (1983). Motivational design of instruction. Instructional design theories and models: An overview of their current status, NJ: Lawrence Erlbaum Associates.
- Lindsley, D. B. (1957). *Psychophysiology and motivation*. In M. R. Jones (Ed.) Nebraska symposium on motivation. Lincoln: University of Nebraska Press
- Brophy, J. (2005). Goal theorists should move on from performance goals. *Educational Psychologist*, 40(3), p 167–176.
- Reeve, J. (2006). Teachers as facilitators: What autonomy-supportive teachers do and why their students benefit. *The Elementary School Journal*, 106(3), p 225–236.

3. 기타자료

- 서울대학교병원 신체기관정보. (2020). goo.gl/LrwSoX. 2020.05.26. 검색.
- 중앙시사매거진. (2020). <http://jmagazine.joins.com> 2020.05.26. 검색.
- 이데일리. (2020). <https://www.edaily.co.kr> 2020.05.26. 검색.
- 문화뉴스. (2020). <http://www.mhns.co.kr/>. 2020.05.26. 검색.
- 두산백과사전. (2020). <http://100.naver.com/100.nhn?docid=11475>. 검색.
- 네이버 지식백과. (2020). <http://naver.com>. 2020. 06.26. 검색.

록



셀프네일 경험요인이 전문 네일아티스트 직업선택 미치는 영향에 관한 연구

안녕하십니까?

저는 한성대학교 예술대학원에서 뷰티예술학과 석사과정 중에 있는
엄단비입니다.

본 설문지는 셀프네일 경험요인이 전문 네일아티스트 직업선택에 미치
는 영향에 대하여 연구하고자 시행되는 것입니다. 본 설문조사에 기재
하신 모든 내용은 무기명으로 통계 처리되며, 한국 통계법 제33조와
제34조에 의거 철저히 비밀이 보장됩니다. 이외에 어떠한 용도로도
사용하지 않을 것을 약속드립니다. 설문의 각 문항에는 답이 없으며,
귀하의 솔직한 답변이 본 연구에 커다란 도움이 되므로 성의 있는 답
변을 부탁드립니다. 이에 한 문항도 빠짐없이 성실히 작성해주시면 감
사하겠습니다.

바쁘신 와중에 귀한 시간 내주셔서 고맙습니다.

2020. 06.

한성대학교 예술대학교
뷰티예술학과 석사과정
지도교수 : 이준숙
연구자 : 엄단비

연락처
vdjaeksqlv@naver.com
010-2740-0187

* 본 설문에서 셀프네일의 정의는 네일케어 (큐티클 정리 및 손톱 정리) 및 아트(컬러 적용 및 디자인)를 샵에 가지 않고 자가로 손, 발에 하는 모든 행동을 말합니다.

I. 다음은 일반적 특성에 대한 문항입니다.
해당되는 곳에 표시(√)를 해주십시오.

1. 귀하의 성별은 무엇입니까? ① 남 ② 여
2. 귀하의 연령은 어떻게 되십니까?
① 10대 ② 20대 ③ 30대 ④ 40대 ⑤ 50대 이상
3. 귀하의 최종학력은 무엇입니까?
① 고졸이하 ② 대학교 졸업(재학생 포함) ③ 대학원 이상(재학생 포함)
4. 귀하의 직업은 무엇입니까?
① 학생 ② 전문직/기술직 ③ 사무직 ④ 서비스직 ⑤ 공무원
⑥ 전업주부 ⑦ 자영업 ⑧ 무직/휴직
5. 귀하의 월평균 수입은 어떻게 되십니까?
① 100만원 미만 ② 100~200만원 미만 ③ 200~300만원 미만
④ 300~400만원 미만 ⑤ 400만원 이상

Ⅱ. 다음은 귀하가 생각하는 셀프네일 경험에 따른 개인별 인지적 경험요인에 관한 문항입니다. 해당되는 곳에 표시(√)를 해주십시오.

질문 내용	전혀 그렇지 않다	그렇지 않다	보통 이다	그렇다	매우 그렇다
1. 셀프네일은 시간대비 결과물이 합리적이다.	①	②	③	④	⑤
2. 셀프네일은 가격대비 결과물이 합리적이다.	①	②	③	④	⑤
3. 셀프네일은 사회적 거리두기 및 개인위생 등에 더 합리적이다.	①	②	③	④	⑤
4. 셀프네일은 나의 생활패턴에 적절하다고 생각한다.	①	②	③	④	⑤
5. 셀프네일에 관한 교육을 온,오프라인에서 접하기 쉽다.	①	②	③	④	⑤
6. 셀프네일 정보는 온,오프라인에서 접근하기 쉽다.	①	②	③	④	⑤
7. 셀프네일은 예약 및 변경 등 번거로움이 없다.	①	②	③	④	⑤
8. 셀프네일은 다양한 재료선택이 가능하다.	①	②	③	④	⑤
9. 셀프네일은 다양한 디자인의 적용이 가능하다.	①	②	③	④	⑤
10. 셀프네일은 다양한 장식 또는 데코가 가능하다.	①	②	③	④	⑤
11. 셀프네일을 통해 다양한 제품을 사용하고 나에게 맞는 제품 선택이 가능하다.	①	②	③	④	⑤

Ⅲ. 다음은 귀하가 생각하는 셀프네일 경험에 따른 개인별 감성적 경험요인에 관한 문항입니다. 해당되는 곳에 표시(√)를 해주십시오.

질문 내용	전혀 그렇지 않다	그렇지 않다	보통 이다	그렇다	매우 그렇다
1. 시각적으로 보기가 좋다고 생각한다.	①	②	③	④	⑤
2. 셀프네일은 미적으로 세련된 느낌이든다고 생각한다.	①	②	③	④	⑤
3. 셀프네일은 다양한 디자인 연출이 가능하다고 생각한다.	①	②	③	④	⑤
4. 셀프네일은 패션에 완성도를 높여주는 기술이라고 생각한다.	①	②	③	④	⑤
5. 셀프네일은 나만의 이미지 표현에 유용한 방법이라고 생각한다.	①	②	③	④	⑤
6. 셀프네일에 대해 재미나 흥미를 느낀다.	①	②	③	④	⑤
7. 셀프네일은 나의 스트레스를 해소해준다.	①	②	③	④	⑤
8. 나의 셀프네일 경험은 기대감과 만족감을 채워준다.	①	②	③	④	⑤
9. 나의 셀프네일 경험은 예쁜 손톱연출을 할 수 있다는 자신감을 준다.	①	②	③	④	⑤
10. 셀프네일을 통해 기분전환이 된다.	①	②	③	④	⑤
11. 셀프네일은 나에게 도움이 되는 경험이다.	①	②	③	④	⑤
12. 셀프네일관리는 내 삶의 질을 향상시킨다.	①	②	③	④	⑤

IV. 다음은 셀프네일 이용현황에 대한 문항입니다. 해당되는 곳에 표시(√)를 해주십시오.

1. 귀하의 월 평균 셀프네일 횟수는?

- ① 월 1회 미만 ② 월 1회 ③ 월 2회 ④ 월 3회 ⑤ 월 4회
⑥ 월 5회 이상

2. 귀하의 월 평균 셀프네일 비용은(재료포함) 얼마입니까?

- ① 1만원 미만 ② 1~3만원 미만
③ 3~5만원 미만 ④ 5만원 이상 ⑤ 10만원 이상

3. 셀프네일을 선호하는 이유는 무엇입니까?

- ① 손쉬운 사용
② 저렴한 비용
③ 스트레스 해소를 위해
④ 시간의 제약을 받지 않아서
⑤ 다양한 디자인 선택이 가능해서

4. 만족스러운 셀프네일을 위한 정보 경로는?

- ① 구입 시 들어있는 제품사용 설명서 참조
② 웹 서칭
③ 관련 카페, 블로그
④ 친구, 주변지인
⑤ 인터넷 동영상(인스타, 페이스북, 유튜브 등)

5. 네일관리에 대한 보다 많은 정보를 얻고, 습득을 하기 위해 교육학습 구매의도(온라인, 오프라인 포함)를 이용하실 의향이 있으십니까?

- ① 예 ② 아니오

V. 다음은 전문네일 학습의도에 대한 문항입니다. 해당되는 곳에 표시(✓)를 해주십시오.

질문 내용	전혀 그렇지 않다	그렇지 않다	보통 이다	그렇다	매우 그렇다
1. 네일아트 전문 교육에 관한 유상 교육을 수강 할 의사가 있다.	①	②	③	④	⑤
2. 나는 네일아트 전문 교육에 관한 무상 교육을 수강 할 의사가 있다.	①	②	③	④	⑤
3. 나는 네일아트 전문 교육 SNS 학습 구매의도를 이용할 의사가 있다.	①	②	③	④	⑤
4. 나는 네일아트 전문 교육 동영상 강의를 이용할 의사가 있다.	①	②	③	④	⑤
5. 나는 네일아트 전문 교육 어플 강의를 이용할 의사가 있다.	①	②	③	④	⑤
6. 나는 실제 네일아트 전문 유상 교육기관을 이용할 의사가 있다.	①	②	③	④	⑤
7. 나는 실제 네일아트 전문 무상 교육기관을 이용할 의사가 있다. (국비지원, 장학금혜택, 이벤트성 원데이 클래스 등)	①	②	③	④	⑤
8. 나는 전문 네일아트학원을 통해 교육을 받을 의사가 있다.	①	②	③	④	⑤
9. 나는 네일아트 직업전문 학교를 통해 교육 받을 의사가 있다.	①	②	③	④	⑤
10. 나는 네일아트 관련 대학을 통해 교육 받을 의사가 있다.	①	②	③	④	⑤

VI. 다음은 학습동기에 대한 문항입니다. 해당되는 곳에 표시(✓)를 해주십시오.

질문 내용	전혀 그렇지 않다	그렇지 않다	보통 이다	그렇다	매우 그렇다
1. 나는 전문적인 네일교육을 통해 보다 더 큰 성취감을 얻고 싶다.	①	②	③	④	⑤
2. 나는 전문적인 네일교육을 통해 네일자격증이나 수료증을 취득하고 싶다.	①	②	③	④	⑤
3. 나는 전문적인 네일교육을 통해 네일 관련 직업, 창업을 하고 싶다.	①	②	③	④	⑤
4. 나는 전문적인 네일교육을 통해 기술적으로 부족한 부분을 보완하고 싶다.	①	②	③	④	⑤
5. 나는 전문적인 네일교육을 통해 일상에서의 스트레스 해소를 미래에 대한 불안감을 떨치고 전문가로 성장하고 싶다.	①	②	③	④	⑤

ABSTRACT

The Effect of Self-Nail Experience on Professional Nail Artist Career Choice

Um, Dan-Bi

Major in Beauty Esthetic

Dept. of Beauty Art & Design

Graduate School of Arts

Hansung University

Recently, our daily lives are changing significantly due to the impact of the COVID-19 pandemic. Naturally, female consumers are increasingly having more experiences with and interest in self-nail. In this situation, are there ways to double the consumers' interest in nail art, motivate their learning to grow into a professional nail artist, and actually make them choose the vocation of a professional nail artist?

Addressing this query through detailed analysis of relevant research questions is expected to offer an important opportunity to educational institutions such as nail art professional academies to make an attempt at sustained growth by providing educational opportunities to consumers and provide stimulus for them to develop the beauty industry by refining nail art education. Based on this research intent, three research questions were examined, and the research findings are summarized as follows:

First, what constitutes the individual self-nail experience factors? Self-nail experience factors were largely composed of cognitive experience factors and emotional experience factors. In detail, the cognitive experience factors were divided into rationality, convenience, and diversity, while the emotional experience factors were divided into aesthetics and benefit. These results partially support the research findings of Kim Hyeon-jeong (2019), Myeong Hyo-sun (2020), Kim Min-a (2018), Na Sun-young (2018), and Park Da-won (2017). These factors were partially adopted or were found to be influence factors, implying that a variety of other experience factors need to be supplemented in future studies.

Second, what influence do self-nail experience factors of each individual have on choosing the vocation of professional nail artist? Among the self-nail experience factors, it was predicted that the higher the cognitive experience factor of convenience or the emotional experience factor of benefit, the greater the learning intention for online professional nail art education in people with experience of self-nail. It was also predicted that the more positive the motivation for learning, the greater the learning intention for offline professional nail art education. These findings are partially consistent with the research results by Myeong Kwang-ju (2006) demonstrating the tendency to take value in considering consumers' emotional perspective over their cognitive perspective. They are also in line with the research results by Dick and Basu (1994) indicating that consumers develop emotional attachment for a certain brand when they experience positive emotions such as joy and pleasure from consuming the brand, and that such positive emotional experiences are factors leading to continuous purchase of the brand.

Third, what influence does each self-nail experience factor has on choosing the vocation of professional nail artist? It was found that higher

cognitive experience factors of self-nail such as diversity and rationality have positive influence on learning intention for offline professional nail art education, whereas the cognitive experience factor of convenience does not have a positive influence on such learning intention. On the other hand, the higher the convenience factor, the lower the intention to learn professional nail art offline. In other words, this means that the aspects of diversity and rationality of self-nail when experiencing self-nail have positive influence on learning intention, whereas the convenience of self-nail has little influence on learning nail art.

In addition, it was found that higher cognitive experience factors have more positive influence on learning intention and motivation for online professional nail art education, while higher emotional experience factors have more positive influence on learning intention for offline professional nail art education, which also has a positive effect on learning motivation. In other words, this means that self-nail experience factors have a strong influence on learning intention for making a vocational choice. Learning intention and motivation are regarded as behavioral indicators of individual planning for future actions (Kang Tae-kyun, 2011). In summary, the higher the self-nail experience factors, the higher the intent to learn professional nail art online and offline, which in turn has a great influence on learning motivation.

These findings are on the same axis as the argument on self-nail consumption motivation by Na Sun-young (2017), who suggested that people with self-nail experience want to improve their quality of life through self-nail experiences and have to look for and learn information to actually perform self-nail. They also correspond to the results from Kang Il-seong's study (2019) which states that various type of private education via online and offline lectures are channels to meet consumers

in the current domestic market and that the educational contents provided through these channels are gradually evolving with the change of times and technological developments.

This study verified the influence of self-nail experience factors on choosing the vocation of professional nail artist. Generalizing the study results may be problematic since the number of research subjects who participated in the empirical survey was considerably smaller than the total population in Korea and the experiences of self-nail were considered only in terms of cognitive and emotional factors among various experience factors. Besides, there was even a request from research participants to conduct the research according to the learning level of those with self-nail experience. Nevertheless, this study has academic and practical values in that it established the major factors of self-nail experience and elucidated how they influence learning intention in having an effect on choosing a vocation.

Keywords: Self-nail, nail art education, nail artist, choosing the vocation of professional nail artist