



저작자표시-비영리-변경금지 2.0 대한민국

이용자는 아래의 조건을 따르는 경우에 한하여 자유롭게

- 이 저작물을 복제, 배포, 전송, 전시, 공연 및 방송할 수 있습니다.

다음과 같은 조건을 따라야 합니다:



저작자표시. 귀하는 원저작자를 표시하여야 합니다.



비영리. 귀하는 이 저작물을 영리 목적으로 이용할 수 없습니다.



변경금지. 귀하는 이 저작물을 개작, 변형 또는 가공할 수 없습니다.

- 귀하는, 이 저작물의 재이용이나 배포의 경우, 이 저작물에 적용된 이용허락조건을 명확하게 나타내어야 합니다.
- 저작권자로부터 별도의 허가를 받으면 이러한 조건들은 적용되지 않습니다.

저작권법에 따른 이용자의 권리는 위의 내용에 의하여 영향을 받지 않습니다.

이것은 [이용허락규약\(Legal Code\)](#)을 이해하기 쉽게 요약한 것입니다.

[Disclaimer](#)

석사학위논문

피부관리사의 커뮤니케이션 능력이 감정반응과
고객만족도와 갈등관리 방식에 미치는 영향



2021년

한 성 대 학 교 예 술 대 학 원

뷰 티 예 술 학 과

헤 어 디 자 인 전 공

권 미 애

석사학위논문
지도교수 권오혁

피부관리사의 커뮤니케이션 능력이 감정반응과 고객만족도와 갈등관리 방식에 미치는 영향

A Study on the Effect of Communication Skill of Skin Care
Esthetician on Emotional Response, Customer Satisfaction
and Conflict Management Method



HANSUNG
UNIVERSITY

2020년 12월 일

한성대학교예술평학원

뷰티예술학과

헤어디자인전공

권미애

석사학위논문
지도교수 권오혁

피부관리사의 커뮤니케이션 능력이 감정반응과 고객만족도와 갈등관리 방식에 미치는 영향

A Study on the Effect of Communication Skill of Skin Care
Esthetician on Emotional Response, Customer Satisfaction
and Conflict Management Method

위 논문을 예술학 석사학위논문으로 제출함

2020년 12월 일

한성대학교 예술대학원

뷰티예술학과

헤어디자인전공

권미애

권미애의 예술학 석사학위 논문을 인준함

2020년 12월 일



심사위원장 _____(인)

심 사 위 원 _____(인)

심 사 위 원 _____(인)

국 문 초 록

피부관리사의 커뮤니케이션 능력이 감정반응과 고객만족도와 갈등관리 방식에 미치는 영향

한 성 대 학 교 예 술 대 학 원
뷰 티 예 술 학 과
해 어 디 자 인 전 공
권 미 애

본 연구는 피부관리사의 커뮤니케이션 능력이 고객의 감정반응, 고객만족도, 갈등관리 방식에 미치는 영향을 알아봄으로써, 피부관리사의 커뮤니케이션 능력을 함양하기 위한 개선점을 제시하여 궁극적으로 피부 관리실을 이용하는 고객들의 감정반응 및 만족도, 갈등관리 방식을 긍정적으로 유도하는 것이 목적이다.

서울·경기 일반인을 대상으로 실증조사를 실시하였으며 예비 조사와 본 조사를 거쳐 최종 324부의 데이터를 SPSS 24.0 프로그램으로 분석하였다.

연구결과 요약은 다음과 같다.

첫째, 조사대상은 전문대 이상 학력을 가진 50세 이상의 기혼 여성이 많았으며 월평균 200만원 이상에서 400만원 미만의 소득이 많은 것으로 조사되었다.

둘째, 조사대상은 일반 피부 관리실에서 피부 관리를 평균 2달에 3~5회 정도 받으며 평균적으로 3만원 이상에서 5만원 미만을 지출하는 것으

로 나타났다. 그리고 평균 1시간 이상에서 2시간 미만 시술을 받고 가격과 마사지 프로그램을 중요하게 생각하고 있는 것으로 조사되었다.

셋째, 커뮤니케이션 능력, 감정반응, 고객만족도, 갈등관리 방식의 차원을 알아본 결과, 커뮤니케이션 능력은 행동적 특성, 사회적 긴장 완화, 감정이입의 3가지 요인으로, 감정반응은 부정적 반응, 긍정적 반응의 2가지 요인으로, 고객만족도는 만족도, 재방문 의도, 구전 의도의 3가지 요인으로, 갈등관리 방식은 통합 방식, 회피방식, 지배방식, 양보방식, 타협방식의 5가지 요인이 도출되었다.

넷째, 가설 1을 검증한 결과 커뮤니케이션 능력은 부정적 반응에 부분적으로 부(-)의 영향을 미치고, 긍정적 반응에는 모든 요인이 정(+)의 영향을 미치는 것으로 나타났다.

다섯째, 가설 2를 검증한 결과 커뮤니케이션 능력은 고객만족도의 모든 요인에 정(+)의 영향을 미치는 것으로 나타났다.

여섯째, 가설 3을 검증한 결과 커뮤니케이션 능력은 통합방식에 모든 요인이 정(+)의 영향을 미치고, 회피방식에 영향을 미치지 않는 것으로 나타났다. 그리고 지배방식에 부분적으로 부(-)의 영향을 미치고, 양보 방식과 타협방식에 부분적으로 정(+)의 영향을 미치는 것으로 나타났다.

연구결과에 따른 결론 및 개선점 제시는 다음과 같다.

커뮤니케이션 능력은 감정반응, 고객만족도, 갈등관리 방식과 영향 관계가 있다는 것으로 나타났으며 이는 곧 피부관리사의 커뮤니케이션 능력 함양이 고객의 감정반응, 고객만족도, 갈등관리 방식을 긍정적인 방향으로 이끌어낼 수 있다는 것으로 판단된다.

따라서 커뮤니케이션 능력의 함양 방안을 다음과 같이 제시한다.

첫째, 커뮤니케이션 능력 중 행동적 융통성 함양을 위해 고객과의 모든 상황에서 고객이 원하는 것이 무엇이 었을까에 대하여 논의할 수 있는 시간과 공유 방법의 마련이 필요할 것으로 사료된다.

둘째, 커뮤니케이션 능력 중 사회적 긴장 완화 능력을 키우기 위해 고

객과의 접점에서 피부관리사가 취하는 행동, 말투, 제스처 등 어떠한 요소들이 고객과의 긴장감을 완화할 수 있는지에 대한 학습의 기회가 필요할 것으로 사료된다.

셋째, 감정이입 능력 함양을 위해 자신의 감정보다 고객의 감정을 먼저 이해하려는 자세를 지향해야 할 것이며, 모든 대화는 논쟁으로 발전할 수 있다는 것을 명심하고 대화 도중 고객의 말을 끊거나 경청하지 않는 모습 등 기본적으로 대화를 하는 과정에 있어서 지켜야 할 예의에 어긋나는 점이 있지 않는가에 대한 성찰이 필요할 것으로 사료된다.



【주요어】 피부관리사, 커뮤니케이션 능력, 감정반응, 고객만족도, 갈등관리 방식

목 차

I. 서 론	1
1.1 연구의 필요성 및 목적	1
1.2 연구문제	7
II. 이론적 배경	8
2.1 커뮤니케이션 능력	8
2.2 감정반응	10
2.3 고객만족도	12
2.4 갈등관리 방식	14
III. 연구방법 및 절차	16
3.1 연구모형 및 가설설정	16
3.1.1 연구모형	16
3.1.2 가설설정	17
3.2 변수의 조작적 정의	20
3.3 조사대상 및 자료수집	23
3.4 설문지의 구성	24
3.5 분석방법 및 절차	27
IV. 연구결과 및 고찰	28
4.1 조사대상의 인구통계학적 특성	28
4.2 조사대상의 피부 관리에 대한 인식	30
4.3 커뮤니케이션 능력, 감정반응, 고객만족도, 갈등관리 방식의 차원	34

4.3.1 커뮤니케이션 능력의 차원	34
4.3.2 감정반응의 차원	36
4.3.3 고객만족도의 차원	38
4.3.4 갈등관리 방식의 차원	40
4.3.5 변수 간 상관관계 분석	42
4.4 커뮤니케이션 능력이 감정반응에 미치는 영향	44
4.4.1 가설 1의 검증	44
4.4.2 가설 1의 논의	46
4.5 커뮤니케이션 능력이 고객만족도에 미치는 영향	48
4.5.1 가설 2의 검증	48
4.5.2 가설 2의 논의	51
4.6 커뮤니케이션 능력이 갈등관리 방식에 미치는 영향	53
4.6.1 가설 3의 검증	53
4.6.2 가설 3의 논의	58
4.7 가설 검증 결과 요약	60
V. 결 론	62
참 고 문 헌	66
부 록	75
ABSTRACT	83

표 목 차

[표 3-1] 연구절차	23
[표 3-2] 설문지 구성과 측정방법	26
[표 4-1] 조사대상의 인구통계학적 특성	29
[표 4-2] 조사대상의 피부 관리에 대한 인식	32
[표 4-3-1] 커뮤니케이션 능력의 차원	35
[표 4-3-2] 감정반응의 차원	37
[표 4-3-3] 고객만족도의 차원	39
[표 4-3-4] 갈등관리 방식의 차원	41
[표 4-3-5] 변수 간 상관관계 분석	43
[표 4-4-1] 커뮤니케이션 능력이 부정적 반응 요인에 미치는 영향	44
[표 4-4-2] 커뮤니케이션 능력이 긍정적 반응 요인에 미치는 영향	45
[표 4-5-1] 커뮤니케이션 능력이 만족도 요인에 미치는 영향	48
[표 4-5-2] 커뮤니케이션 능력이 재방문 의도 요인에 미치는 영향	49
[표 4-5-3] 커뮤니케이션 능력이 구전 의도 요인에 미치는 영향	50
[표 4-6-1] 커뮤니케이션 능력이 통합방식 요인에 미치는 영향	53
[표 4-6-2] 커뮤니케이션 능력이 회피방식 요인에 미치는 영향	54
[표 4-6-3] 커뮤니케이션 능력이 지배방식 요인에 미치는 영향	55
[표 4-6-4] 커뮤니케이션 능력이 양보방식 요인에 미치는 영향	56
[표 4-6-5] 커뮤니케이션 능력이 타협방식 요인에 미치는 영향	57
[표 4-7] 가설 검증 결과 요약	60

그림 목 차

[그림 3-1] 연구모형	16
---------------------	----



I. 서론

1.1 연구의 필요성 및 목적

21세기 현대인들은 아름다움을 추구하는 욕구가 나날이 높아지고 있으며 그에 따른 미용 관련 소비도 늘어나고 있다. 미용 산업은 통상적으로 고부가 가치 산업으로 분류하고 있으며 미용 산업은 크게 헤어, 피부, 메이크업, 네일 등으로 구분되고 있다. 특히 피부 분야는 소비자의 다양한 니즈를 충족시키기 위해 기존 피부 관리실 및 피부과 병원 부설 피부 관리실도 성업하고 있으며 더욱 세분화되고 있는 것이 현시대의 트렌드이다.

피부 미용업은 다른 직종의 서비스업에 비하여 인적 자원에 대한 의존도가 매우 높은 편으로서, 피부 관리실의 양적 팽창과 시장의 개방에 대응하기 위한 경쟁력을 가지기 위하여 효율적 인적 자원 관리는 필수라고 할 수 있다. 이렇듯 피부관리사 개개인의 역량이 넓게는 기업의 존폐를 판가름할 수 있을 정도로 막대한 영향이 행사되는데 그중 고객을 대하는 피부관리사의 커뮤니케이션 능력은 매우 중요한 시작점이라 할 수 있다.

박현아(2016)는 커뮤니케이션 능력이 있는 사람은 인정받고 성공하는 사례를 많이 볼 수 있다고 하였다.¹⁾ 이렇듯 고객과의 접점에서 발생하는 상황에 대하여 발휘되는 피부관리사의 커뮤니케이션 능력은 그 역할의 중요성이 매우 크다고 볼 수 있다. 서연정(2019)은 커뮤니케이션 능력을 사회적 역량 차원으로 접근하여 누구나 계발이 가능한 영역으로 보고 행동적 관점이라고 하였다.²⁾ 따라서 피부관리사 또한 직무 역량 강화의 차원에서 고객의 의견을 귀 기울여 청취하고 고객의 마음에 감정 이입하여 마음을 헤아리고 피부

1) 박현아. (2016). “커뮤니케이션 능력이 사랑의 강도에 미치는 영향 :대학생들의 연인관계를 중심으로”. 전북대학교 일반대학교 석사학위논문. p.4.

2) 서연정. (2019). “조직구성원의 커뮤니케이션 능력과 공감 능력이 대인관계 조화에 미치는 영향”. 경희대학교 언론정보대학원 석사학위논문. p.9.

관리실을 이용하는 동안 고객의 마음이 편안하게 하는 등의 커뮤니케이션 능력의 개발이 지속적으로 이루어질 수 있도록 조직에서의 제도적 장치의 마련이 필요하다고 판단된다. 이러한 피부관리사의 커뮤니케이션 능력은 실무 경험과 업무 성과에 큰 영향을 미치기 때문에 피부관리사의 전문성과 커뮤니케이션 능력 함양을 위한 관리는 피부 미용업에서 중요하다고 볼 수 있다.

이러한 커뮤니케이션 능력은 이 자체만으로도 탁월한 효과를 발휘하지만 타 요인들에 미치는 파급력 또한 적지 않다. 그중 어떠한 상황에 있어서 자신의 감정이 좋거나 기쁘거나 혹은 불만족스럽거나 짜증이 나는 등의 감정반응은 피부 미용업에서 주목할 만한 연구 대상이라 볼 수 있다. 이유인즉슨 고객의 감정 상태는 결과적으로 만족 및 불만족으로 판정될 수 있으며 이는 고객의 재방문으로 이어지는 데 있어서 중심적 역할을 하기 때문이다. 그리하여 피부 미용업 뿐만 아니라 다양한 서비스업에서도 고객의 좋은 감정반응을 유발하기 위한 내·외부 마케팅 전략들에 관해 지속적인 연구가 이루어지고 있다.

고객의 재방문이 이루어질 때 자신의 가치가 증빙되는 서비스업에서 고객의 감정반응에 대한 계측은 항상 이루어져야 하며 고객의 만족도 또한 지속적인 파악이 필요하다.

유지희(2020)는 서비스 산업에서 서비스에 대한 고객의 만족은 기업의 경영 성과에 직접적인 영향을 미칠 수 있는 요인이라고 하였다.³⁾ 앞서 다룬 커뮤니케이션 능력, 고객의 감정반응, 그리고 고객만족도 등은 기업의 경영 성과와 밀접한 관련이 있는 요소들로 볼 수 있다. 이위성(2020)은 고객 만족도를 사용자 만족을 제공하는 제품과 서비스에 대하여 사용자가 느끼는 만족 수준 정도를 정의하였는데⁴⁾ 크게 고객의 만족 정도와 만족을

3) 유지희. (2020). “뷰티의료서비스품질이 고객만족도 및 행동의도에 미치는 영향 :피부과 고객 중심으로”. 건국대학교 산업대학원 석사학위논문. p.9.

4) 이위성. (2020). “관광공유숙박 플랫폼의 품질요인과 소비자의 지각된 가치, 고객만족도, 지속적 사용 의도의 관계성 연구 :중국 공유숙박 플랫폼 중심으로”. 강원대학교 대학원 석사학위논문. p.41.

통해 주변 사람들에게 자신이 이용한 피부 관리실을 방문해보라고 권유하는 구전 행동, 그리고 차후 다시 방문할 의향을 뜻하는 재방문 의도로 구성된다. 고객의 만족을 최우선 과제로 다루어야 하는 서비스업에서 고객만족도에 관한 연구는 과해도 비난받지 않을 만큼 중요한 과업이다. 이에 관하여 김영옥(2020)은 피부 관리실은 개개인에 적합한 맞춤형 서비스를 통하여 고객의 만족도를 높이고 고객을 유지하는 것을 궁극적인 목표로 삼아야 한다고 하였다.⁵⁾ 이렇듯 고객만족도는 피부 미용업에서 고객에게 투자한 비용 대비 그 이상으로 거두어야 하는 수확물이며 이는 수많은 요인들에 의해 결정되지만, 업의 특성상 상대적으로 많은 시간을 함께 보내게 되는 피부관리사가 가지는 커뮤니케이션 능력과의 연관성을 파악해보는 것은 의의 있는 연구일 것으로 판단된다.

피부 미용업은 대면적 형태를 가지는 산업이므로 피부관리사와 고객의 접촉이 꼭 발생하는 특성이 있다. 자라온 환경과 개인의 성향, 가치관 등이 다른 고객과 피부관리사가 한 공간에서 마주하기 때문에 이 과정에서 갈등의 발생은 불가피하다. 갈등이란 개개인의 정서와 동기가 서로 모순되어 표현을 하는 데 있어서 저지되거나 충돌하는 현상을 뜻한다. 따라서 피부 관리실에서 발생하는 고객과 조직 구성원 간의 갈등을 원만하게 해결하지 못한다면 미래의 보장은 불투명하다고 볼 수 있다.

갈등을 직면한 사람이 보이는 양상의 특징은 몇 가지로 구분된다. 첫째, 서로 간의 합의점을 도출하기 위해 타협하거나 둘째, 자신의 주장이 옳으며 그것을 상대방에게 납득시키기 위하여 논쟁하거나 셋째, 갈등 상황에 대하여 상대방의 의견을 대체로 따라주거나 넷째, 갈등 상황 자체를 피하고자 자신의 의견을 숨기거나 회피하는 형식이다. 피부 관리실을 이용하는 고객들도 크게 이 네 가지 유형의 범주에 속할 것이지만 고객의 성향을 대화를 통해 파악하기 전에 각 유형에 따른 갈등 해결 방안이 마련되

5) 김영옥, (2020). “피부 관리실 서비스 품질이 고객의 만족도에 미치는 영향 : DISC 행동유형별 중심으로”. 중앙대학교 예술대학원 석사학위논문. p.2.

어 있지 않다면 갈등은 더욱 심화될 것으로 판단된다. 이러한 갈등에 대하여 취하는 태도인 갈등관리 방식은 단순하게 직면한 갈등을 해결하기 위한 것뿐만 아니라 갈등이 더욱 악화하는 것을 방지한다는 측면에서 피부 미용업에서 중요한 요소로 판단된다. 따라서 각 갈등 유형에 따른 표적화된 대비책의 강구가 필요하다는 의미로 볼 수 있으며 본 연구에서는 피부관리사의 커뮤니케이션 능력이 갈등관리 방식에 미치는 영향이 적지 않다고 가정한다.

본 논제와 관련한 선행연구를 살펴보면 다음과 같다.

이승훈(2019)의 근대5종 지도자의 비언어적 커뮤니케이션이 감정반응 및 운동몰입에 미치는 영향 연구에서 비언어적 커뮤니케이션이 감정반응의 하위요인 중 긍정적 반응에 정(+)적인 영향을 미치는 것으로 나타났으며 근대 5종 지도자는 지도 시 비언어적 커뮤니케이션 하위요인 중 신체 언어, 외양 언어, 청각 언어를 활용해서 선수들의 긍정적 감정을 이끌어낼 수 있도록 노력해야 한다고 제시하였다.⁶⁾ 김현정(2015)의 서비스 제공자의 비언어적 커뮤니케이션이 고객의 감정반응과 브랜드 이미지에 미치는 영향 :대학교 행정 서비스를 중심으로 연구에서 대학 서비스에서의 서비스 제공자의 비언어적 커뮤니케이션은 학교를 이용하는 고객에게 긍정적이고 부정적인 감정을 불러일으킬 수 있으므로 서비스 제공자는 고객에게 좀 더 만족스러운 서비스를 위해 밝은 표정과 미소, 적당한 고개 끄덕임과 제스처를 사용하여 응대하는 것에 우선적으로 초점을 두어야 한다고 제시하였다.⁷⁾ 김효춘(2020)의 미용 종사자의 커뮤니케이션 능력이 고객 만족에 미치는 영향 연구에서 커뮤니케이션 능력이 고객 족에 유의한 정의 영향을 미치는 것으로 나타났으며 고객들은 미용 종사자가 자신과의 대화가 매끄러운지, 잘 이해하는지, 존중해 주는지를 중요하게 여기고 서비스를 받기를 원하

6) 이승훈. (2019). “근대5종 지도자의 비언어적 커뮤니케이션이 감정반응 및 운동몰입에 미치는 영향”. 경희대학교 교육대학원 석사학위논문. p.53.

7) 김현정. (2015). “서비스 제공자의 비언어적 커뮤니케이션이 고객의 감정반응과 브랜드 이미지에 미치는 영향 :대학교 행정서비스를 중심으로”. 서강대학교 언론대학원 석사학위논문. pp.95-96.

므로 미용 종사자는 고객과의 대화를 잘 이해하고 경청하고 존중해 줌으로써 더 큰 고객 만족을 느낄 수 있을 것이라고 제시하였다.⁸⁾ 김행은 (2017)의 네일 아티스트의 커뮤니케이션 능력이 연령대별 고객 만족에 미치는 영향 연구에서 네일 아티스트의 커뮤니케이션 능력은 언어적·비언어적으로 연령대별 고객 만족에 영향을 미치는 것으로 나타났으며 네일 서비스업 분야 종사자는 고객 만족을 높이기 위해 고객의 연령대별로 다른 커뮤니케이션을 전략적으로 적용해야 한다고 제시하였다.⁹⁾ 김세연 (2005)의 커뮤니케이션 능력이 갈등 해결 전략과 매체 이용에 미치는 영향 : 청소년기 교우관계를 중심으로 연구에서 커뮤니케이션 능력이 높을수록 갈등 상황에서 통합전략과 순응 전략을 사용하는 경향이 있으며 이는 기존의 커뮤니케이션 능력의 정의가 다소 인지적인 차원에서 제한적으로 정의된 데 반해, 매체 이용이라는 행동적 차원으로까지 커뮤니케이션 능력이 영향을 끼친다는 것을 알 수 있는 중요한 발견 점이라고 하였다.¹⁰⁾ 이선민(2017)의 청소년의 커뮤니케이션 능력과 공감 능력이 갈등 관리 전략에 미치는 영향에 관한 연구에서 높은 청소년일수록 효과적으로 갈등관리 전략을 사용하는 것으로 확인되어 커뮤니케이션 능력 함양을 위한 교육이 아동에서부터 청소년에 이르기까지 연속적으로 이루어져야 한다고 제시하였다.¹¹⁾

이상의 선행연구에서 보이듯이 다양한 분야에서 커뮤니케이션 능력과 갈등관리, 고객만족도, 갈등관리 방식과의 영향 관계 규명에 관한 연구가 활발히 진행되고 있으나 피부 미용업에서 이와 관련한 연구는 미비한 실정이다.

8) 김효춘. (2020). “미용 종사자의 커뮤니케이션 능력이 고객만족에 미치는 영향”. 숙명여자대학교 문화예술대학원 석사학위논문. pp.59-61.

9) 김행은. (2017). “네일 아티스트의 커뮤니케이션 능력이 연령대별 고객 만족에 미치는 영향”. 숙명여자대학교 원격대학원 석사학위논문. p.59.

10) 김세연. (2005). “커뮤니케이션 능력이 갈등해결전략과 매체이용에 미치는 영향 : 청소년기 교우관계를 중심으로”. 연세대학교 대학원 석사학위논문. pp.75-76.

11) 이선민. (2017). “청소년의 커뮤니케이션 능력과 공감 능력이 갈등관리전략에 미치는 영향에 관한 연구”. 경희대학교 언론정보대학원 석사학위논문. pp.56-61.

따라서 본 연구는 피부 관리실을 이용하는 고객을 대상으로 하여 그들이 지각한 피부관리사의 커뮤니케이션 능력이 고객의 감정반응, 고객만족도, 갈등관리 방식에 미치는 영향을 알아보고자 하며, 결과적으로 고객의 피부 관리실 이용에 있어서 고객들의 감정반응과 고객만족도, 갈등관리 방식을 긍정적으로 유발해 피부미용산업에 보탬이 되는 방안으로 피부관리사의 커뮤니케이션 능력의 개선점을 제시하는 것이 목적이다.



1.2 연구문제

본 연구는 피부관리사의 커뮤니케이션 능력이 고객의 감정반응, 고객만족도, 갈등관리 방식에 미치는 영향을 분석하여, 고객의 피부 관리실 이용에 있어서 개선점을 제시하는 것을 목적으로 하며 본 논제에 따른 연구문제는 다음과 같다.

연구문제 1. 커뮤니케이션 능력, 감정반응, 고객만족도, 갈등관리 방식 각각의 차원을 알아보고 이 변수들 간에 상관관계가 있을 것인가?

연구문제 2. 커뮤니케이션 능력은 감정반응에 영향을 미칠 것인가?

연구문제 3. 커뮤니케이션 능력은 고객만족도에 영향을 미칠 것인가?

연구문제 4. 커뮤니케이션 능력은 갈등관리 방식에 영향을 미칠 것인가?

Ⅱ. 이론적 배경

2.1 커뮤니케이션 능력

사회 속에 형성된 조직 또는 공동체에 소속되어 있으며, 조직 또는 공동체의 구성원으로서 상호 작용하며 생활한다.¹²⁾ 이러한 관점에서 커뮤니케이션 능력은 사람과의 관계의 연속이 불가피한 삶에서 필수불가결한 부분이며 개인이 독단적으로 행할 수 있는 것이 아닌 타인이라는 매개체가 있을 때 이루어질 수 있다. 커뮤니케이션은 쉽게 말해 정보를 주고받는 것으로서 구성원 간의 소통을 의미한다. 이에 관하여 박성아(2020)는 인간은 커뮤니케이션을 통해서 관계를 형성하면서 살아가고 있다고 하였으며,¹³⁾ 이상길(2019)은 인간은 커뮤니케이션을 행하는 가운데서 관계를 형성시키고 발전시켜 왔으며, 이는 곧 역사와 문화로 이어져 왔다고 하였다.¹⁴⁾

커뮤니케이션에 있어서 이를 구사하는 능력을 개인에 의해 다양한 차이를 보인다. 이러한 커뮤니케이션 능력에 대하여 김유라(2017)는 대인적 갈등 상황에서 커뮤니케이션 능력은 주로 매개 변인으로 작용하며, 다른 사람에 의한 지각된 판단으로서 관찰된다고 하였다.¹⁵⁾ 그리고 박영재(2016)는 커뮤니케이션 능력은 인지적 요소와 행동적 요소를 함께 포함하고 있으며, 상황에 영향을 받지 않는 선천적인 기질적 성향인 동시에 특수한 상황이나 대상

12) 박정은. (2020). “개인 양면성이 조직변화준비도에 미치는 영향 :조직 내 커뮤니케이션의 조절효과를 중심으로”. 중앙대학교 글로벌인적자원개발대학원 석사학위논문. p.17.

13) 박성아. (2020). “서비스종사자의 이미지메이킹과 커뮤니케이션 능력이 고객지향성이 미치는 영향”. 숭실대학교 경영대학원 석사학위논문. p.21.

14) 이상길. (2019). 이중적 커뮤니케이션 형식으로서의 고백 : 미셸 푸코의 논의를 중심으로. 『언론과 사회』, 27(3), 61-104.

15) 김유라. (2017). “커뮤니케이션 능력과 이분법적 사고가 대인관계에 미치는 영향”. 성균관대학교 일반대학원 석사학위논문. p.17.

에 의존하는 개인의 상태라고 하였다.¹⁶⁾

커뮤니케이션 능력에 대한 다양한 학자들의 정의를 살펴보면 다음과 같다.

윤남순(2019)은 사람들과 원활한 관계를 유지하고 서로 간의 상호작용에 중요한 과정으로 인간 삶의 질을 결정하는 중요한 요인으로 커뮤니케이션 능력이라고 정의하였다.¹⁷⁾ 조빛나(2019)는 커뮤니케이션 능력을 상황에 적절하게 자신의 의견을 효과적으로 표현할 수 있으며, 다른 사람과 원만한 관계를 가질 수 있도록 상호작용하고 궁극적으로 이를 통해 자신의 목적을 달성하는 능력이라고 하였다.¹⁸⁾

이러한 커뮤니케이션 능력에 대하여 김상희(2007)는 서비스가 이루어지는 접점에서 서비스를 제공하는 사람의 언어적 커뮤니케이션과 비언어적 커뮤니케이션이 크게는 기업의 성과와 작게는 고객의 반응에 영향을 미친다고 하였다.¹⁹⁾ 즉 커뮤니케이션 능력을 상대방이 어떻게 인지하고 평가 내리는지에 따라 개방적이고 효과적인 반응이 나타날 수도 있고, 반대로 폐쇄적이고 회피적인 반응이 나타날 수도 있다고 충분한 추론이 가능하다고 판단된다.

16) 박영재. (2016). “대인 커뮤니케이션 능력이 직무만족과 심리적 소진에 미치는 영향 :성우를 중심으로”. 경희대학교 언론정보대학원 석사학위논문. p.5.

17) 윤남순. (2019). “병원 직원의 커뮤니케이션 능력과 유형이 고객만족과 재방문 의사에 미치는 영향”. 경희대학교 언론정보대학원 석사학위논문. p.5.

18) 조빛나. (2019). “창업자의 커뮤니케이션능력이 창업역량과 창업성가에 미치는 영향”. 중앙대학교 산업·창업경영대학원 석사학위논문. p.8.

19) 김상희. (2007). 서비스 접점에서 판매원의 언어적, 비언어적 커뮤니케이션이 고객감정과 행동의도에 미치는 영향. 『소비자학연구』, 18(1), 97-131.

2.2 감정반응

감정은 사람의 느낌이 어떠한 상태인지 기술하는 것이며 느낌, 기분, 정서는 감정의 구체적인 예이다.²⁰⁾ 이정실, 박명주(2005)는 감정과 사물에 대하여 개인이 인지하는 느낌이고 정서 및 생리적 반응을 일으킨다고 하였다.²¹⁾

이러한 감정에 대한 반응, 즉 감정반응은 개인이 사건에 대하여 지각 의식적으로 혹은 무의식적으로 지각하는 만족의 정도로서 차후 특정 행동으로 연장되는 특징을 가진다. Bruner(1990)는 소비에 있어 소비자의 감정은 구매에 영향을 미치는 중요한 요인으로 인식되고 있다고 하였다.²²⁾ 따라서 피부 미용업에서 이러한 소비자의 감정반응은 제품 및 매장을 선택하는 데 있어서 기준이 될 여지가 충분하다고 추론할 수 있으므로 경영적 측면에서 중요한 요소라고 볼 수 있다. 또한 박희진(2007)은 고객의 감정적 반응은 소비자가 기업의 마케팅 자극에 반응하여 구매에 이르게 되는 과정에 있어서 영향을 미치는 중요한 요인이므로 소비자의 심리적 상황은 마케팅 활동에 있어서 매우 중요하다고 하였다.²³⁾

감정반응에 대한 다양한 학자들의 정의를 살펴보면 다음과 같다.

Richins(1997)은 소비활동과 관련된 감정을 제품의 소유와 사용은 물론 예상되는 소비까지를 포함한 포괄적인 개념이라 정의하였다.²⁴⁾ 정재영(2015)은 감정반응이란 어떠한 대상이나 장소에 대하여 호의적이거나 또는 비호의적으로 반응하려고 하는 하나의 학습된 선유경향이라고 하였다.²⁵⁾ Westbroo

20) Cohen, J. B. & Areni, C. S. (1991). 『Affect and Consumer Behavior, in Handbook of Consumer Behavior』. Prentice-hall. 188-240.

21) 이정실, 박명주. (2005). 호텔 레스토랑의 서비스 스케이프, 감정적 반응 그리고 행동의도와의 관계. 『서비스경영학회지』, 6(2), 105-128.

22) Bruner, G. C. (1990). Music, Mood, and Marketing. *Journal of Marketing*, 54(October), 4-104.

23) 박희진. (2007). “서구형 패밀리 레스토랑 직원의 감정노동과 고객의 감정반응 및 행동의도와의 관계 연구”. 동아대학교 대학원 박사학위논문. pp.28-38.

24) Richins, M. L. (1997). Measuring Emotions in the Consumption Experience. *Journal of European Marketing*, 39(7/8), 785-808.

k(1987)은 고객이 제품을 구매 시 갖게되는 주관적인 느낌으로써 좋아하거나 싫어하는 것에 대한 감정적인 반응이라고 정의하였다.²⁶⁾ 안형상, 조용범 (2015)은 고객 감정반응을 어떠한 동기에 의해 반응성으로 생성되는 심적 감정이라고 정의하였다.²⁷⁾ Holbrook & Batra(1987)는 정서보다 더 포괄적인 개념으로 감정은 사랑스러움, 증오, 공포, 분노 등 무한히 많은 것을 포괄하는 개념으로 정의하였다.²⁸⁾ 이은하(2020)는 감정반응을 소비자의 합리적인 의사결정에 의한 소비행동 및 태도 그리고 이를 전개하는 과정에서의 사고 등에 영향을 미치는 적극적이고 긍정적인 감정적 측면이라 정의하였다.²⁹⁾

이러한 감정반응은 소비자가 구매 행동을 할 시 일어나는 고객의 주관적인 만족 정도로서 서비스를 이용한 후 좋거나 싫은 느낌을 측정하는 척도이다.³⁰⁾



-
- 25) 정재영. (2015). “호텔레스토랑의 식공간연출이 행동의도에 미치는 영향 :고객감정반응의 매개효과를 중심으로”. 경기대학교 관광전문대학원 석사학위논문. p.17.
 - 26) Westbrook, R. A. (1987). Product/Consumption-Based Affective responses and post purchase process. *Journal of Marketing Research*, 24(3), 258-270.
 - 27) 안형상, 조용범. (2015). 호텔레스토랑의 식공간 연출이 고객감정반응과 행동의도에 미치는 영향에 관한 연구. 『한국조리학회지』, 1(1), 116-128.
 - 28) Holbrook, M. B. & Batra, R. (1987). Assessing the Role of Emotions as Mediators of Consumer Responses to Advertising. *Journal of Consumer Research*, 14(Sep), 404-420.
 - 29) 이은하. (2020). “미용 서비스 산업의 미적노동이 감정반응 및 서비스 가치, 신뢰, 행동의도에 미치는 영향 관계”. 영산대학교 대학원 박사학위논문. p.13.
 - 30) 이형룡, 김영화. (2005). 외식업의 서비스실패에 대한 회복고객의 감정반응 및 구매의도에 미치는 영향. 『호텔경영학연구』, 14(2), 293-314.

2.3 고객만족도

모든 서비스업은 이용하는 소비자가 있으며 서비스의 양적, 질적 수준에 따라 소비자의 만족 정도가 평가된다. 이러한 평가의 진단은 제공된 서비스가 적절하였는가를 판가름하는 지표가 되며 향후 서비스의 개선방안을 마련하는 데 있어서 중요한 역할을 한다. 따라서 기업에서는 고객만족도에 대한 진단에 촉각을 세우고 있으며 다양한 연구들이 지속적으로 이루어지고 있다.

만족은 소비자의 행동 중 하나로서 소비자의 행동을 기업에서 이해하고 대응할 수 있는 필수 개념이다.³¹⁾ 고객만족도는 고객이 기대한 욕구가 얼마나 충족되었는가로 볼 수 있는데 정보영(2015)은 고객만족은 현재 많은 기업들이 가장 중요하게 여기고 있으며 기업의 지속적인 성장과 수익성이 고객만족에 달려있다고 해도 과언이 아니라 말했다.³²⁾ 이는 곧 소비자가 기업이 제공하는 상품이나 서비스에 만족하여 재구매를 하게 된다면 그 기업은 지속적인 영업 이익을 기대 및 유지할 수 있다는 것을 의미한다.

고객만족도에 대한 다양한 학자들의 정의를 살펴보면 다음과 같다.

Davis & Coy(2011)는 상대방과의 관계 속에서 상대방의 모든 요소에 대한 산출물로부터 나오는 긍정적인 감정의 상태라고 하였다.³³⁾ Anderson(1973)은 고객만족은 기대와 지각된 제품성과의 일치, 불일치 과정이라 정의하였다.³⁴⁾ 명수아(2018)는 고객만족도란 소비자의 요구치와 기대치에 부응하여 그 요구치와 기대치를 통해 상품 및 서비스의 재구매가 이뤄지고 고객의 신뢰감을 지속시킬 수 있는 행위로 정의하였다.³⁵⁾ 윤영화(2018)는 소비자

31) 주현식. (2002). 내부서비스품질이 컨벤션종사원의 직무만족과 참가자 만족에 미치는 영향 관계. 『관광·레저연구』, 14(1), 165-182.

32) 정보영. (2015). “호텔베이커리의 서비스품질이 고객만족도 및 추천의도에 미치는 영향”. 한성대학교 경영대학원 석사학위논문. p.20.

33) Davis, J. L., Le, B., & Coy, A. E. (2011). Building a Model of Commitment to The Natural Environment to Predict Ecological Behavior and Willingness to Sacrifice. *Journal of Environmental Psychology*, 31, 257-265.

34) Anderson, R. E. (1973). Consumer Dissatisfaction : The Effect of Disconfirmed Expectancy on Perceived Product Performance. *Journal of Marketing Research*, 10(6), 38.

의 기대치와 관련되며 사용 전 기대치와 일치하여 사용 후 소비자가 느끼는 즐거움과 실망감으로 정의하였다.³⁶⁾ Engel and Blackwe(1982)는 고객만족을 소비 경험이 최소한 기대한 것 이상일 때 내리는 평가라고 정의하였다.³⁷⁾ 이정경, 최정숙(2003)은 고객이 제품에 대해 사전적으로 가지고 있던 기대와 소비 후 지각된 실제 제품의 특성 간의 차이를 평가하면서 생긴 고객의 주관적 감정으로 정의하였다.³⁸⁾



35) 명수아. (2018). “온라인 구전정보 특성이 구전수용을 매개로 웨딩상품별 구매의도에 미치는 영향: 웨딩 스킴에 상품을 중심으로”. 상명대학교 일반대학원 석사학위논문. pp.55-57.

36) 윤영화. (2018). “고객만족과 신뢰가 고객충성도에 미치는 영향에 관한 실증적 연구: 프랜차이즈 한식전문점을 중심으로”. 명지대학교 대학원 박사학위논문. p.26.

37) Engel, J. F. & Blackwell, R. D. (1982). 『Consumer Behavior』. The Dryden Press. 501.

38) 이정경, 최정숙. (2003). 미용실 종사자 특성이 고객만족에 미치는 영향. 『한국미용학회지』, 9(3), 71-71.

2.4 갈등관리 방식

갈등은 상황과 관점, 사고 등에 따라 다양한 양상으로 나타나고 해석된다. 갈등은 최소 2명 이상의 사람이 대인관계에 있어서 각각의 목표와 기대, 바람 등이 불일치하여 상호 대립하는 현상인데 이러한 갈등에 대한 연구는 당사자들의 사고, 가치관, 태도 등이 반드시 일치할 수 없기 때문에 지속적으로 이루어지고 있으며 실증적인 척도도 개발되어 다양한 연구에 활용되고 있다.

피부 미용업에서 불가피하게 발생하는 갈등 상황에 대하여 회피하거나 방관하는 것은 소비자의 구전 행동으로 인해 기존 고객 및 차후 기대할 수 있는 신규 고객의 유입을 저해하는 결과를 가져온다. 따라서 반드시 해결을 해야 한다는 결론을 얻을 수 있는데 이러한 갈등을 해결하는 방법, 즉 갈등관리 방식은 대인관계에서 발생하는 갈등 상황을 잘 관리하고 처리할 수 있는 대인 기술이라고 볼 수 있다. 또한 갈등이 확대 및 악화되는 것을 막아 갈등이 유리한 결과로 실현되는 데 도움을 주는 노력으로도 볼 수 있다.

갈등관리 방식에 대한 다양한 학자들의 정의를 살펴보면 다음과 같다.

이재규, 조영대(1993)는 갈등이 수용 한계를 벗어나지 않도록 확대되는 것을 막고, 갈등이 긍정적인 결과를 실현하는 데 도움을 주는 상태를 조성함으로써 갈등 해소를 용이하게 하는 과정이라 하였다.³⁹⁾ 조태영, 손병환(1993)은 갈등관리는 갈등을 해소시키는 것뿐만 아니라, 순기능적 갈등을 조장하고 역기능적 갈등을 제거하여 조직의 발달에 기여하는 것이라 하였다.⁴⁰⁾ 김옥자(2018)는 갈등관리를 단순히 갈등의 악화를 방지하거나 갈등을 해소시키는 차원에서 그치지 않고 갈등의 순기능을 조장하여 조직에 긍정적인 시너지효과가 나타나도록 갈등 상황을 다루는 능력으로 정의하였다.⁴¹⁾

39) 이재규, 조영대. (1993). 교사집단의 갈등관리방법에 관한 실증적 연구. 『인사관리연구』, 17, 17-42.

40) 조태영, 손병환. (1993). 학교조직의 갈등과 갈등관리. 『대구효성가톨릭대학교 교육연구소 교육연구논집』, 2, 35-54.

41) 김옥자. (2018). “초등교사의 갈등관리유형과 갈등요인 및 학교조직효과성과의 관련성 탐색 :잠재프

이러한 갈등에 대하여 갈등을 해결한다는 것은 갈등을 부정적인 것으로 인식하고 이를 제거한다는 관점인 반면에 갈등을 관리한다는 것은 갈등을 항상 부정적인 것이라고 인식하는 것이 아닌 긍정적으로 순화할 수도 있다는 것으로 볼 수 있다.



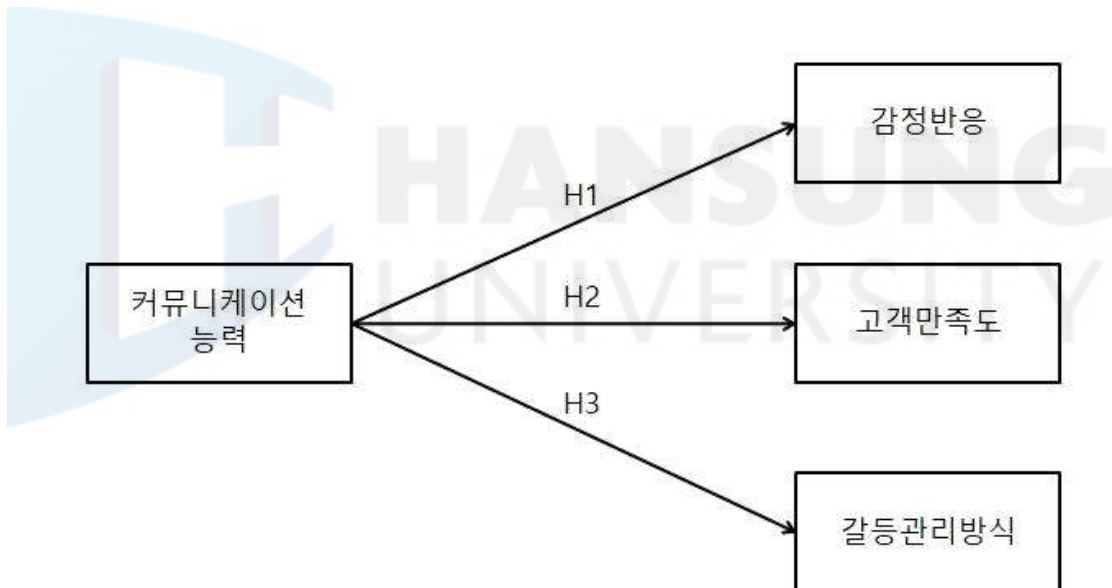
로파일분석을 통해”. 건국대학교 대학원 박사학위논문. p.23.

Ⅲ. 연구방법 및 절차

3.1 연구모형 및 가설설정

3.1.1 연구모형

본 연구는 연구목적에 따라 선행연구 고찰과 실증연구를 하였으며 논제에 따른 연구모형은 [그림 3-1]과 같다.



[그림 3-1] 연구모형

3.1.2 가설설정

3.1.2.1 가설 1 설정

1) 커뮤니케이션 능력은 감정반응에 영향을 미칠 것이다.

가) 커뮤니케이션 능력은 부정적 반응에 영향을 미칠 것이다.

- ① 행동적 융통성은 부정적 반응에 부의 영향을 미칠 것이다.
- ② 사회적 긴장 완화는 부정적 반응에 부의 영향을 미칠 것이다.
- ③ 감정이입은 부정적 반응에 부의 영향을 미칠 것이다.

나) 커뮤니케이션 능력은 긍정적 반응에 영향을 미칠 것이다.

- ① 행동적 융통성은 긍정적 반응에 정의 영향을 미칠 것이다.
- ② 사회적 긴장 완화는 긍정적 반응에 정의 영향을 미칠 것이다.
- ③ 감정이입은 부정적 긍정적 반응에 정의 영향을 미칠 것이다.

3.1.2.2 가설 2 설정

1) 커뮤니케이션 능력은 고객만족도에 영향을 미칠 것이다.

가) 커뮤니케이션 능력은 만족도에 영향을 미칠 것이다.

- ① 행동적 융통성은 만족도에 정의 영향을 미칠 것이다.
- ② 사회적 긴장 완화는 만족도에 정의 영향을 미칠 것이다.
- ③ 감정이입은 만족도에 정의 영향을 미칠 것이다.

나) 커뮤니케이션 능력은 재방문 의도에 영향을 미칠 것이다.

- ① 행동적 융통성은 재방문 의도에 정의 영향을 미칠 것이다.

- ② 사회적 긴장 완화는 재방문 의도에 정의 영향을 미칠 것이다.
- ③ 감정이입은 재방문 의도에 정의 영향을 미칠 것이다.

다) 커뮤니케이션 능력은 구전 의도에 영향을 미칠 것이다.

- ① 행동적 융통성은 구전 의도에 정의 영향을 미칠 것이다.
- ② 사회적 긴장 완화는 구전 의도에 정의 영향을 미칠 것이다.
- ③ 감정이입은 구전 의도에 정의 영향을 미칠 것이다.

3.1.2.3 가설 3 설정

1) 커뮤니케이션 능력은 갈등관리 방식에 영향을 미칠 것이다.

가) 커뮤니케이션 능력은 통합방식에 영향을 미칠 것이다.

- ① 행동적 융통성은 통합방식에 정의 영향을 미칠 것이다.
- ② 사회적 긴장 완화는 통합방식에 정의 영향을 미칠 것이다.
- ③ 감정이입은 통합방식에 정의 영향을 미칠 것이다.

나) 커뮤니케이션 능력은 회피방식에 영향을 미칠 것이다.

- ① 행동적 융통성은 회피방식에 부의 영향을 미칠 것이다.
- ② 사회적 긴장 완화는 회피방식에 부의 영향을 미칠 것이다.
- ③ 감정이입은 회피방식에 부의 영향을 미칠 것이다.

다) 커뮤니케이션 능력은 지배방식에 영향을 미칠 것이다.

- ① 행동적 융통성은 지배방식에 부의 영향을 미칠 것이다.
- ② 사회적 긴장 완화는 지배방식에 부의 영향을 미칠 것이다.
- ③ 감정이입은 지배방식에 부의 영향을 미칠 것이다.

라) 커뮤니케이션 능력은 양보방식에 영향을 미칠 것이다.

- ① 행동적 융통성은 양보방식에 정의 영향을 미칠 것이다.
- ② 사회적 긴장 완화는 양보방식에 정의 영향을 미칠 것이다.
- ③ 감정이입은 양보방식에 정의 영향을 미칠 것이다.

마) 커뮤니케이션 능력은 타협방식에 영향을 미칠 것이다.

- ① 행동적 융통성은 타협방식에 정의 영향을 미칠 것이다.
- ② 사회적 긴장 완화는 타협방식에 정의 영향을 미칠 것이다.
- ③ 감정이입은 타협방식에 정의 영향을 미칠 것이다.



3.2 변수의 조작적 정의

3.2.1 커뮤니케이션 능력

본 연구에서는 커뮤니케이션 능력을 김영미(2019)⁴²⁾, 한혜원(2019)⁴³⁾이 내린 커뮤니케이션 능력의 정의를 바탕으로 상황에 대한 개인의 적응을 바탕으로 자신의 의사를 상대방에게 명확하게 전달하여 상호 간 원활한 관계 형성을 위한 도구로 정의하고자 한다. 이러한 커뮤니케이션 능력에 있어서 김현주(1998)는 서비스 제공 과정 중 서비스 제공자가 메시지를 전달하는 능력을 고객이 서비스 제공자에게 갖는 인식, 나아가서는 전체 커뮤니케이션 결과에 중요한 영향을 미치는 요인으로 파악하였다.⁴⁴⁾ 같은 맥락으로 피부미용업에서 이러한 커뮤니케이션 능력은 고객을 접객하는 전문인으로서 고객의 긍정심리를 이끌어 낼 필요가 있다는 점에서 매우 중요한 역할을 하고 있다고 볼 수 있으며 지속적인 연구가 이루어져야 할 부분으로 사료된다.

3.2.2 감정반응

본 연구에서는 감정반응을 서문술(2012)⁴⁵⁾, 손현수(2015)⁴⁶⁾이 내린 감정의 정의의 정의를 바탕으로 서비스 제공자와 소비자가 상호 작용하는 과정에서 경험을 통해 지각하게 되는 감정으로 정의하고자 하며, 크게 긍정적 감정과

42) 김영미. (2019). “필라테스 지도자의 커뮤니케이션 능력이 지도자 이미지 및 운동지속에 미치는 영향”. 경기대학교 대학원 석사학위논문. pp.7-8.

43) 한혜원. (2019). “공감(Compassion)과 조직 내 무례행위가 긍정심리자본을 통해 조직침묵에 미치는 영향 : 커뮤니케이션 능력의 조절효과”. 중앙대학교 대학원 석사학위논문. pp.54-55.

44) 김현주. (1998). TV뉴스 앵커의 메시지 전달능력과 공신력의 관계. 『한국방송학보』, 10, 39-165.

45) 서문술. (2012). “판매촉진이벤트에 대한 감정반응이 태도 및 충성도에 미치는 영향”. 경기대학교 일반대학원 석사학위논문. p.54.

46) 손현수. (2015). “문화관광해설사의 해설이 관광객의 감정반응과 만족, 행동의도에 미치는 영향”. 대구대학교 대학원 석사학위논문. pp.26-27.

부정적 감정이라는 두 가지 측면으로 구분 지었다.

이러한 감정반응은 소비자의 일정 제품에 대한 평가를 나타낼 수 있으며 그 제품을 구매하려고 하는 행동의 선행조건이 될 수 있다.⁴⁷⁾ 손민혁(2014)은 서비스 제공자의 표정이나 분위기, 말투와 제스처 등을 통해 비언어적 커뮤니케이션을 하고 나면 고객은 그에 따른 심리적 변화를 겪는다고 하였다.⁴⁸⁾ 이러한 관점에서 볼 때 피부 미용업도 마찬가지로 피부관리사의 표정, 말투, 제스처 등이 고객의 감정반응에 밀접한 영향을 줄 수 있다고 추론할 수 있다.

3.2.3 고객만족도

본 연구에서는 고객만족도를 김정문(2019)⁴⁹⁾, 왕강(2020)⁵⁰⁾이 내린 고객만족도의 정의를 바탕으로 소비자가 서비스 및 제품을 구매하는 전 과정을 경험하면서 기대한 욕구의 충족 정도에 대한 감정반응인 동시에 주관적 평가로 정의한다. 피부 미용업에서 고객만족도에 영향을 미칠 수 있는 요인은 많은 것이 있지만 그중 본 연구에서는 피부관리사의 커뮤니케이션 능력을 세분화하여 커뮤니케이션 능력의 각 요인들이 고객만족도에 미치는 영향을 분석하고자 한다. 이는 서비스를 제공하는 주체인 피부관리사의 인적 역할이 얼마나 중요한지에 대한 정보를 제공할 수 있다는 점에서 의의 있는 연구이다.

47) 권성태. (2005). “레스토랑 실내 디자인이 소비자 심리적 반응 및 행동에 미치는 영향에 관한 연구”. 경기대학교 관광전문대학원 박사학위논문. p.32.

48) 손민혁. (2014). “스포츠센터 지도자의 비언어적 커뮤니케이션과 서비스가치, 감정반응, 고객만족의 관계”. 부산대학교 교육대학원 석사학위논문. p.14.

49) 김정문. (2019). “레스토랑 고객의 관계혜택이 고객만족도, 구전 의도, 점포충성도에 미치는 영향 : 뉴 실버세대 고객들을 대상으로”. 영산대학교 일반대학원 박사학위논문. pp.53-54.

50) 왕강. (2020). “중국 향진(Town)점포의 점포선택기준이 고객만족도에 미치는 영향에 관한 연구 :정(情) 연구 중심으로”. 공주대학교 일반대학원 석사학위논문. p.26.

3.2.4 갈등관리 방식

본 연구에서는 갈등관리 방식을 박천영(2013)⁵¹⁾, 김성재(2015)⁵²⁾이 내린 갈등관리 방식의 정의를 바탕으로 사람들이 당면한 갈등 상황에서 자신의 목적을 달성하기 위하여 사용하는 기술이며, 동시에 상대방으로부터 자신에 대한 이해를 이끌어내고 방어하기 위해 선택하는 의도적인 커뮤니케이션 방법의 유형으로 정의한다. 이현식(2015)은 갈등을 잘 관리하는 것은 갈등 관계를 협동 관계로 전환 시키는 결과를 가져올 수 있다고 하였다.⁵³⁾ 따라서 피부 미용업에서 피부관리사와 고객 간에 발생하는 갈등 상황에 대한 관리 는 반드시 갈등 상황으로만 끝나는 것이 아닌 업에 유리한 상황으로 전개할 수 있는 전환점이 될 수 있으므로 연구의 필요성이 제기된다.



51) 박천영. (2013). “갈등관리 유형에 따른 커뮤니케이션이 조직유효성에 미치는 영향”. 한성대학교 경영대학원 석사학위논문. p.41.

52) 심성재. (2015). “중환자실 간호사의 갈등관리 유형에 따른 직무스트레스와 의사소통능력”. 가천대학교 간호대학원 석사학위논문. p.4.

53) 이현식. (2015). “초등학교장의 의사소통 유형과 교사의 갈등관리 방식과의 관계”. 경인교육대학교 교육전문대학원 석사학위논문. p.10.

3.3 조사대상 및 자료수집

본 연구는 피부 관리실을 이용한 경험이 있는 서울·경기도에 거주하는 사람을 조사대상으로 설문조사를 하였다. 자기기입식 설문조사 방법으로 자료를 수집하였고 2020년 10월 1일부터 2020년 10월 5일까지 50명의 표본으로 예비조사를 하였으며, 이를 바탕으로 설문 문항을 수정·보완하였다. 본 조사는 2020년 10월 6일부터 11월 3일까지 이루어졌으며 총 400부의 설문지를 배부하여 362부를 수거하였다. 이 중 분석 자료로 활용하기에는 부적합하다고 판단되는 40부를 제외하고 324부가 최종 분석 자료로 사용되었다.

위 사항을 요약하면 [표 3-2]와 같다.

[표 3-1] 연구절차

절차	내용
조사대상자	피부 관리실 이용 경험이 있는 서울·경기 지역에 거주하는 사람
자료수집 방법	설문조사(자기기입식)
조사 총 기간	2020년 10월 1일 ~ 11월 3일
설문지 배포 및 회수	배포 : 400부
	회수 : 362부
	제외 : 40부
	최종 데이터 : 324부

3.4 설문지의 구성

설문 문항은 90문항이며 인구통계학적 특성, 피부 관리에 대한 인식, 커뮤니케이션 능력, 감정반응, 고객만족도, 갈등관리 방식으로 구분되고 구체적인 내용은 다음과 같다.

첫째, 인구통계학적 특성은 성별, 연령, 최종학력, 결혼 상태, 평균 월 소득, 직업의 6개 문항으로 구성되었고 명목 척도로 구성되었다. 둘째, 피부 관리에 대한 인식은 측정을 위하여 선행연구⁵⁴⁾⁵⁵⁾⁵⁶⁾⁵⁷⁾에서 추출된 9문항으로 구성되었고, 명목척도로 구성하였다. 셋째, 커뮤니케이션 능력은 측정을 위하여 선행연구⁵⁸⁾⁵⁹⁾⁶⁰⁾⁶¹⁾에서 추출된 25문항으로 구성되었고 5점 Likert 척도로 구성되었다. 넷째, 감정반응은 측정을 위하여 선행연구⁶²⁾⁶³⁾⁶⁴⁾⁶⁵⁾에서 추출된

54) 조효순. (2018). “라이프스타일에 따른 피부 관리실 선택속성과 소비행동 연구”. 영산대학교 미용예술대학원 석사학위논문. p.84.

55) 종서우. (2016). “피부 관리실의 서비스 품질의 부정적 불일치가 보상 만족도에 미치는 영향”. 서경대학교 대학원 박사학위논문. p.133.

56) 정보라. (2018). “피부 관리실 유형 및 이용실태에 따른 서비스 품질 인식이 만족도에 미치는 영향”. 건국대학교 산업대학원 석사학위논문. pp.40-41.

57) 최재민. (2016). “비합리적 소비성향이 피부 관리실 선택행동에 미치는 영향”. 건국대학교 대학원 박사학위논문. p.176.

58) 김동현. (2017). “서비스 인카운터에서 심리적 거리가 상호작용 편안함과 대인 신뢰에 미치는 영향 : 문화 간 커뮤니케이션 능력의 조절효과를 중심으로”. 경기대학교 대학원 박사학위논문. p.124.

59) 이지현. (2013). “신입사원의 커뮤니케이션 능력이 조직유효성에 미치는 영향에서 성장욕구의 매개효과”. 중앙대학교 글로벌인적자원개발대학원 석사학위논문. p.65.

60) 유현재. (2020). “커뮤니케이션 능력이 학습태도와 학습만족도에 미치는 영향 :미용고등학교 담임교사를 중심으로”. 건국대학교 산업대학원 석사학위논문. p.50.

61) 김지윤. (2018). “조직구성원의 지각된 공신력과 커뮤니케이션 능력이 직무만족과 직무몰입에 미치는 영향에 관한 연구”. 경희대학교 언론정보대학원 석사학위논문. p.66.

62) 노수화. (2020). “호텔종사원의 언어적·비언어적 커뮤니케이션이 고객감정반응과 고객 만족에 미치는 영향 연구 :중국인 관광객 대상으로”. 경기대학교 관광전문대학원 석사학위논문. p.106.

63) 이해성. (2020). “호텔 식음료 서비스회복 공정성, 고객감정반응, 관계지속의도간의 영향 관계”. 청운대학교 대학원 석사학위논문. p.83.

64) 이은표. (2020). “미용사의 외적이미지가 인적서비스품질, 감정반응, 고객만족도에 미치는 영향”. 서경대학교 대학원 박사학위논문. p.84.

65) 김경민. (2020). “디지털 카페의 선택속성이 감정반응과 행동의도에 미치는 영향”. 목포대학교 대학원 석사학위논문. p.92.

10문항으로 구성되었고 5점 Likert 척도로 구성되었다. 다섯째, 고객만족도는 측정을 위하여 선행연구⁶⁶⁾⁶⁷⁾⁶⁸⁾⁶⁹⁾에서 추출된 25문항으로 구성되었고 5점 Likert 척도로 구성되었다. 여섯째, 갈등관리 방식은 측정을 위하여 선행연구⁷⁰⁾⁷¹⁾⁷²⁾⁷³⁾에서 추출된 15문항으로 구성되었고 5점 Likert 척도로 구성되었다. 설문지의 구성을 정리하면 [표 3-3]과 같다.



- 66) 박은영. (2020). “외식소비자의 ICT기반 서비스 수용이 고객만족도 및 브랜드 이미지와 구매의도에 미치는 영향 :디지털 키오스크를 중심으로”. 경기대학교 대학원 석사학위논문. p.79.
- 67) 김소희. (2020). “1인 피부 관리실의 서비스품질과 고객관계몰입이 재방문 의도에 미치는 영향 :고객만족도의 매개효과를 중심으로”. 호서대학교 글로벌창업대학원 석사학위논문. p.114.
- 68) 김찬국. (2020). “사회적기업의 체험교육 서비스품질과 몰입이 추천의도에 미치는 영향 :고객만족도의 매개효과와 사회적 가치인식의 조절효과 중심으로”. 호서대학교 글로벌창업대학원 석사학위논문. pp.104-105.
- 69) 박혜진. (2020). “호텔의 예술적 공간에 대한 인지적이미지와 정서적이미지가 고객만족도에 미치는 영향”. 경희대학교 대학원 석사학위논문. p.71.
- 70) 연운서. (2018). “커뮤니케이션 능력과 커뮤니케이션 스타일이 갈등관리 방식에 미치는 영향”. 경희대학교 언론정보대학원 석사학위논문. pp.67-68.
- 71) 김연홍. (2017). “상사의 갈등관리스타일이 비서의 직무태도에 미치는 영향 :상사신뢰의 매개효과를 중심으로”. 이화여자대학교 대학원 석사학위논문. pp.162-164.
- 72) 신원미. (2015). “무용단장의 갈등관리 유형이 단원들의 리더신뢰, 조직몰입, 이직의도에 미치는 영향”. 성균관대학교 일반대학원 박사학위논문. pp.115-116.
- 73) 주다영. (2019). “객실승무원의 갈등관리 유형이 직무스트레스, 직무성과, 이직의도에 미치는 영향 :국내 항공사와 외국 항공사 간의 비교 연구”. 청운대학교 대학원 석사학위논문. pp.116-117.

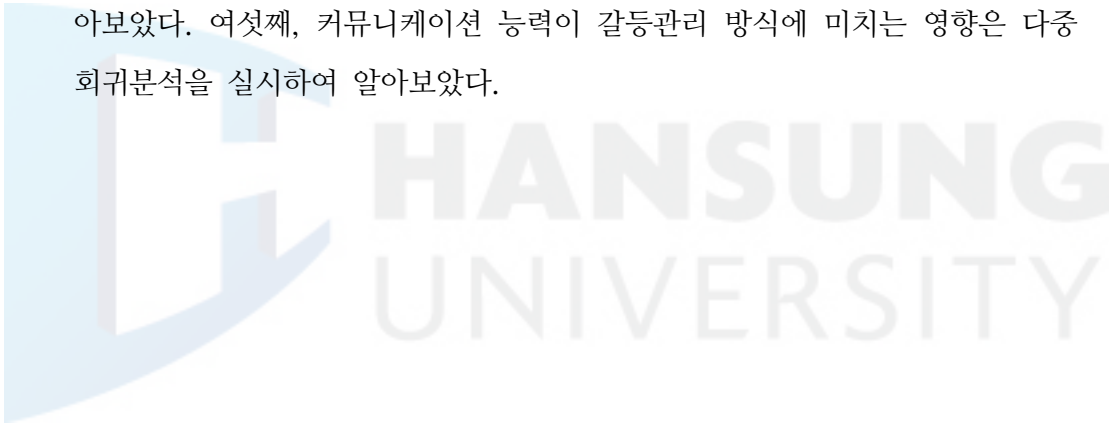
[표 3-2] 설문지 구성과 측정방법

구분		문항 수	척도	출처
인구통계학적 특성	성별, 연령, 최종학력, 월평균 소득, 결혼 상태, 직업	6	명목척도	연구자
피부 관리에 대한 인식	이용하는 피부 관리실의 종류, 주요 목적, 피부 관리실 선택 시 가장 많이 고려하는 점, 누구와 함께 이용, 2달에 몇 번 정도 이용, 이용한 기 간, 1회 평균 지출비용, 피부 관리를 받는 시간, 정보 경로	9	명목척도	조효순(2018) 종서우(2016) 정보라(2018) 최재민(2016) 수정·보완
커뮤니케이션 능력	행동적 융통성	25	등간척도	김동현(2017) 이지현(2013) 유현재(2020) 김지윤(2018) 수정·보완
	사회적 긴장 완화			
	감정이입			
감정반응	부정적반응	10	등간척도	노수화(2020) 이해성(2020) 이은표(2020) 김경민(2020) 수정·보완
	긍정적반응			
고객만족도	만족도	15	등간척도	박은영(2020) 김소희(2020) 김찬국(2020) 박혜진(2020) 수정·보완
	재방문 의도			
	구전 의도			
갈등관리 방식	통합방식	25	등간척도	연윤서(2018) 김연홍(2017) 신원민(2015) 주다영(2019) 수정·보완
	회피방식			
	지배방식			
	양보방식			
	타협방식			
총계		90		

3.5 분석방법 및 절차

SPSS Ver. 24.0을 사용하여 다음과 같은 분석을 하였다.

첫째, 조사대상자의 인구통계학적 특성은 빈도분석을 실시하여 알아보았다. 둘째, 조사대상자의 피부 관리에 대한 인식은 빈도분석을 실시하여 알아보았다. 셋째, 연구 변인인 커뮤니케이션 능력, 감정반응, 고객만족도, 갈등관리 방식의 차원은 요인분석과 신뢰도 분석을 하여 알아보았고, 변수 간 상관관계를 알아보기 위하여 상관분석을 실시하였다. 넷째, 커뮤니케이션 능력이 감정반응에 미치는 영향은 다중회귀분석을 실시하여 알아보았다. 다섯째, 커뮤니케이션 능력이 고객만족도에 미치는 영향은 다중회귀분석을 실시하여 알아보았다. 여섯째, 커뮤니케이션 능력이 갈등관리 방식에 미치는 영향은 다중회귀분석을 실시하여 알아보았다.



IV. 연구결과 및 고찰

4.1 조사대상의 인구통계학적 특성

본 연구의 표본인 조사대상자의 인구통계학적 특성은 빈도분석을 실시하여 알아보았으며 그 결과는 [표 4-1]과 같다.

성별은 여자 78.4%, 남자 21.6% 순으로 나타났다. 연령은 50세 이상 34.3%, 40세 이상~50세 미만 28.7%, 30세 이상~40세 미만 18.8%, 20세 이상~30세 미만 16.0%, 20세 미만 2.2% 순으로 나타났다. 최종 학력은 전문대 재학/졸업 41.0%, 대학교 재학/졸업 28.1%, 고졸 이하 22.2%, 대학원 이상 8.6% 순으로 나타났다. 월평균 소득은 200만 원 이상~400만 원 미만 57.7%, 600만 원 이상 18.5%, 200만 원 미만 13.0%, 400만 원 이상~600만 원 미만 10.8% 순으로 나타났다. 결혼 상태는 기혼 74.1%, 미혼 25.9% 순으로 나타났다. 직업은 영업직 26.2%, 서비스직과 자영업이 각각 16.0%, 전문직 15.7%, 사무직 14.5%, 주부 7.7%, 공무원/교직원 1.9%, 학생 1.2%, 무직 0.6% 순으로 나타났다.

[표 4-1] 조사대상의 인구통계학적 특성

		(N=324, %)	
	항목	빈도(N)	백분율(%)
성별	남자	70	21.6
	여자	254	78.4
연령	20세 미만	7	2.2
	20세 이상~30세 미만	52	16.0
	30세 이상~40세 미만	61	18.8
	40세 이상~50세 미만	93	28.7
	50세 이상	111	34.3
최종 학력	고졸 이하	72	22.2
	전문대 재학/졸업	133	41.0
	대학교 재학/졸업	91	28.1
	대학원 이상	28	8.6
월평균 소득	200만 원 미만	42	13.0
	200만 원 이상~400만 원 미만	187	57.7
	400만 원 이상~600만 원 미만	35	10.8
	600만 원 이상	60	18.5
결혼 상태	미혼	84	25.9
	기혼	240	74.1
직업	사무직	47	14.5
	영업직	85	26.2
	전문직	51	15.7
	자영업	52	16.0
	학생	4	1.2
	서비스직	52	16.0
	공무원/교직원	6	1.9
	주부	25	7.7
	무직	2	.6
	합계	324	100.0

4.2 조사대상의 피부 관리에 대한 인식

조사대상의 피부 관리에 대한 인식을 알아보기 위해 빈도분석을 실시한 결과는 [표 4-2]와 같다.

이용하는 피부 관리실의 종류는 일반 피부 관리실 68.2%, 메디컬 피부 관리실(병원 부속 관리실 포함) 16.7%, 프랜차이즈 피부 관리실 15.1% 순으로 나타났다. 피부 관리실 주요 목적은 피부 관리 51.5%, 통증 관리 20.7%, 체형 관리 14.2%, 스트레스 해소 및 여가를 즐기기 위해 13.6% 순으로 나타났다. 피부 관리실 선택 시 고려하는 점은 가격/프로그램 35.2%, 지인 추천 33.0%, SNS 후기 15.1%, 시설/청결 11.4%, 교통 및 위치 5.2% 순으로 나타났다. 피부 관리실 이용 시 동반자는 혼자 58.3%, 동성 친구 17.0%, 가족 11.7%, 이성 친구 10.5%, 비즈니스 파트너 2.5% 순으로 나타났다. 2달에 몇 번 정도 이용하는지는 3~5회 38.6%, 1~2회 29.0%, 6~9회 15.7%, 주기적으로 이용하지 않음 14.8%, 10회 이상 1.9% 순으로 나타났다. 피부 관리실 이용한 기간은 1년 이상~2년 미만 31.8%, 1년 미만 25.3%, 4년 이상 20.7%, 2년 이상~3년 미만 13.3%, 3년 이상~4년 미만 9.0% 순으로 나타났다. 1회 평균 지출비용은 3만 원 이상~5만 원 미만 38.9%, 5만 원 이상~10만 원 미만 31.2%, 10만 원 이상~20만 원 미만 19.8%, 20만 원 이상 6.2%, 3만 원 미만 4.0% 순으로 나타났다. 피부 관리를 받는 시간은 1시간 이상~2시간 미만 49.7%, 30분 이상~1시간 미만 43.5%, 2시간 이상~3시간 미만 4.3%, 30분 미만 2.5% 순으로 나타났다. 피부 관리실 이용 정보 경로는 지인의 권유 및 추천 60.2%, 인터넷 23.8%, 전단지 10.2%, 간판 4.0%, TV 광고 및 라디오 광고 1.9% 순으로 나타났다.

이상의 연구결과를 통해 본 연구의 조사대상의 마사지에 대한 인식을 알 수 있었으며 이와 관련한 선행연구를 살펴본 바는 다음과 같다.

오정미(2014)의 뷰티테라피의 이용실태와 스트레스 및 불안개선에 미치는 영향 연구에서 뷰티테라피 월 지출비용이 1~20만 원(53.4%)이 가장 높

게 나타나 본 연구의 3만 원 이상에서 20만 원 미만 사이의 지출이 90%를 차지하는 바 맥락을 같이 한다.⁷⁴⁾ 박지혜(2014)의 피부 관리실 이용실태와 만족도에 관한 연구에서 피부 관리 목적으로 피부 관리를 하는 성인의 비율이 53.4%로 나타나 본 연구결과와 유사하다.⁷⁵⁾ 김윤경(2015)의 피부 관리실 이용만족도에 관한 연구에서 피부 관리실 이용자들의 피부 관리실에 관한 정보를 어떤 경로로 얻는지에 대하여 지인의 권유 및 추천(69.9%)이 가장 높게 나타나 본 연구결과와 유사하다.⁷⁶⁾



74) 오정미. (2014). “뷰티테라피의 이용실태와 스트레스 및 불안개선에 미치는 영향”. 성신여자대학교 생애복지대학원 석사학위논문. p.25.

75) 박지혜. (2014). “피부 관리실 이용실태와 만족도에 관한 연구”. 숙명여자대학교 원격대학원 석사학위논문. p.38.

76) 김윤경. (2015). “피부 관리실 이용만족도에 관한 연구”. 창원대학교 보건대학원 석사학위논문. p.29.

[표 4-2] 조사대상의 피부 관리에 대한 인식

(N=324, %)			
	항목	빈도(N)	백분율(%)
이용하는 피부 관리실의 종류	프랜차이즈 피부 관리실	49	15.1
	일반 피부 관리실	221	68.2
	메디컬 피부 관리실(병원 부속 관리실 포함)	54	16.7
피부 관리실 주요 목적	피부 관리	167	51.5
	체형 관리	46	14.2
	통증 관리	67	20.7
	스트레스 해소 및 여가를 즐기기 위해	44	13.6
피부 관리실 선택 시 고려하는 점	지인 추천	107	33.0
	SNS 후기	49	15.1
	가격/프로그램	114	35.2
	시설/청결	37	11.4
	교통 및 위치	17	5.2
피부 관리실 이용 시 동반자	혼자	189	58.3
	동성 친구	55	17.0
	이성 친구	34	10.5
	가족	38	11.7
	비즈니스 파트너	8	2.5
2달에 몇 번 정도 이용하는지	1~2회	94	29.0
	3~5회	125	38.6
	6~9회	51	15.7
	10회 이상	6	1.9
	주기적으로 이용하지 않음	48	14.8
피부 관리실 이용한 기간	1년 미만	82	25.3
	1년 이상~2년 미만	103	31.8
	2년 이상~3년 미만	43	13.3
	3년 이상~4년 미만	29	9.0
	4년 이상	67	20.7
1회 평균 지출비용	3만 원 미만	13	4.0
	3만 원 이상~5만 원 미만	126	38.9
	5만 원 이상~10만 원 미만	101	31.2
	10만 원 이상~20만 원 미만	64	19.8
	20만 원 이상	20	6.2

피부 관리를 받는 시간	30분 미만	8	2.5
	30분 이상~1시간 미만	141	43.5
	1시간 이상~2시간 미만	161	49.7
	2시간 이상~3시간 미만	14	4.3
피부 관리실 이용 정보 경로	간판	13	4.0
	전단지	33	10.2
	인터넷	77	23.8
	지인의 권유 및 추천	195	60.2
	TV 광고 및 라디오 광고	6	1.9
합계		324	100.0



4.3 커뮤니케이션 능력, 감정반응, 고객만족도, 갈등관리 방식의 차원

4.3.1 커뮤니케이션 능력의 차원

커뮤니케이션 능력에 대한 25개의 문항을 주성분법으로 요인을 추출하고 베리 맥스로 요인을 회전하여 타당성을 검증하였으며 그 결과는 [표 4-3-1]과 같다. Bartlett의 단위행렬을 점검한 결과 χ^2 값은 2450.905(df=78, Sig.=0.000), KMO 표본 적합도는 0.903, 공통성은 0.600 이상, 신뢰도 계수는 0.811 이상으로 산출되어 요인분석을 하기에 적합한 것으로 나타났다. 요인분석을 실시하여 총 세 가지 차원이 도출되었고 분석 과정에서 12문항이 제거되었다. 요인들의 전체 설명력은 69.3%로 나타났다.

각 요인을 구성하는 문항의 내용을 종합하여 요인 1을 ‘행동적 융통성’, 요인 2를 ‘사회적 긴장 완화’, 요인 3을 ‘감정이입’으로 명명하였다.

[표 4-3-1] 커뮤니케이션 능력의 차원

커뮤니케이션 능력 측정 문항	행동적 융통성	사회적 긴장 완화	감정이 입	공통성
피부관리사는 나의 요구사항을 잘 파악한다	.840	.161	.237	.787
피부관리사는 융통성이 있다	.816	.217	.199	.752
피부관리사는 상황에 대하여 어떤 행동이 최선인지 안다	.812	.226	.229	.763
피부관리사는 새로운 상황에 적응을 잘한다	.769	.320	.227	.744
피부관리사는 나를 하나의 인격체로 대한다	.739	.274	.221	.670
피부관리사는 감탄사, 제스처를 잘 사용한다	.033	.767	.103	.600
피부관리사는 새로운 사람과 이야기하는 것을 즐긴다	.260	.729	.130	.616
피부관리사는 편안하게 이야기한다	.310	.698	.152	.606
피부관리사는 다소 권위가 높은 사람과의 대화도 꺼리지 않는다	.343	.680	.157	.605
피부관리사는 효과적으로 말한다	.244	.662	.341	.613
피부관리사는 나와 논쟁하지 않는다	.262	.104	.847	.798
피부관리사는 내가 말할 때 끼어들지 않는다	.178	.375	.736	.714
피부관리사는 나의 감정을 존중해 준다	.358	.199	.703	.743
고유치	3.817	3.001	2.193	
설명변량(%)	29.361	23.081	16.872	
누적변량(%)	29.361	52.442	69.314	
신뢰도계수 Cronbach's α	0.914	0.826	0.811	

4.3.2 감정반응의 차원

감정반응에 대한 10개의 문항을 주성분법으로 요인을 추출하고 베리 맥스로 요인을 회전하여 타당성을 검증하였으며 그 결과는 [표 4-3-2]와 같다. Bartlett의 단위행렬을 점검한 결과 χ^2 값은 2370.444(df=45, Sig.=0.000), KMO 표본 적합도는 0.825, 공통성은 0.571 이상, 신뢰도 계수는 0.850 이상으로 산출되어 요인분석을 하기에 적합한 것으로 나타났다. 요인분석을 실시하여 총 두 가지 차원이 도출되었다.

각 요인을 구성하는 문항의 내용을 종합하여 요인 1을 ‘부정적 반응’, 요인 2를 ‘긍정적 반응’으로 명명하였다.



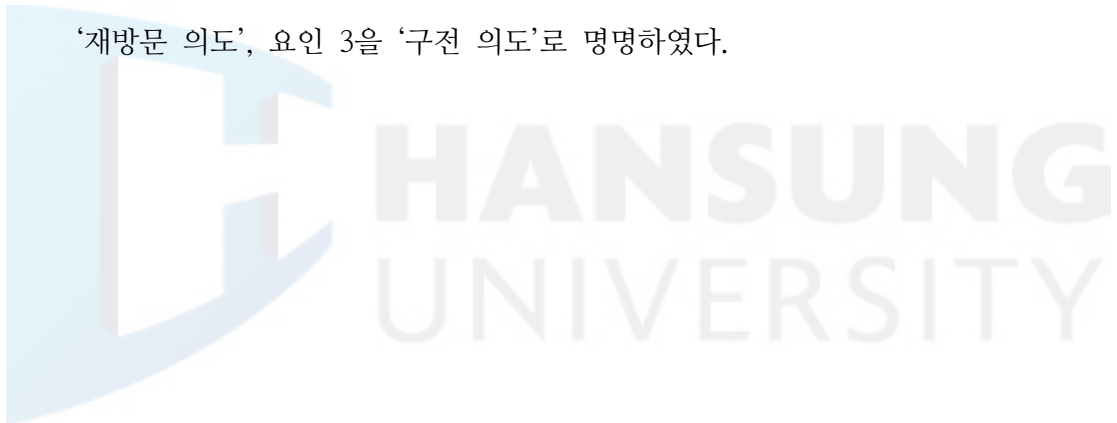
[표 4-3-2] 감정반응의 차원

감정반응 측정 문항	부정적 반응	긍정적 반응	공통성
피부 관리실을 이용하면서 화가 났다	.931	-.058	.869
피부 관리실을 이용하면서 후회감을 느꼈다	.924	-.072	.859
피부 관리실을 이용하면서 짜증스러움을 느꼈다	.905	-.133	.837
피부 관리실을 이용하면서 불쾌감을 느꼈다	.891	-.014	.794
피부 관리실을 이용하면서 실망스러움을 느꼈다	.860	.052	.743
피부 관리실을 이용하면서 믿음을 느꼈다	-.083	.814	.670
피부 관리실을 이용하면서 마음이 들뜸을 느꼈다	.056	.813	.664
피부 관리실을 이용하면서 편안함을 느꼈다.	-.119	.800	.654
피부 관리실을 이용하면서 호기심이 유발됨을 느꼈다	-.031	.779	.607
피부 관리실을 이용하면서 흐뭇함을 느꼈다.	-.016	.755	.571
고유치	4.099	3.169	
설명변량(%)	40.986	31.693	
누적변량(%)	40.986	72.680	
신뢰도계수 Cronbach's α	0.944	0.850	

4.3.3 고객만족도의 차원

고객만족도에 대한 15개의 문항을 주성분법으로 요인을 추출하고 베리 맥스로 요인을 회전하여 타당성을 검증하였으며 그 결과는 [표 4-3-3]과 같다. Bartlett의 단위행렬을 점검한 결과 χ^2 값은 3803.757(df=91, Sig.=0.000), KMO 표본 적합도는 0.928, 공통성은 0.663 이상, 신뢰도 계수는 0.907 이상으로 산출되어 요인분석을 하기에 적합한 것으로 나타났다. 요인분석을 실시하여 총 세 가지 차원이 도출되었고 분석 과정에서 1문항이 제거되었다. 요인들의 전체 설명력은 76.5%로 나타났다.

각 요인을 구성하는 문항의 내용을 종합하여 요인 1을 ‘만족도’, 요인 2를 ‘재방문 의도’, 요인 3을 ‘구전 의도’로 명명하였다.



[표 4-3-3] 고객만족도의 차원

고객만족도 측정 문항	만족도	재방문 의도	구전 의도	공통성
피부샵에 입점해서 퇴점까지 모든 과정에 만족한다	.802	.220	.237	.747
피부샵에서 받은 시술 결과에 만족한다	.795	.279	.261	.778
피부샵에 지불한 비용에 대해 만족한다	.789	.300	.260	.781
피부샵에서 받은 서비스에 만족한다	.783	.340	.239	.786
이 피부샵을 선택한 것에 만족한다	.720	.244	.377	.721
지속적으로 이 피부샵을 방문할 것이다	.218	.847	.247	.825
피부샵이 다른 곳으로 이전해도 찾아가서 방문할 것이다	.248	.811	.171	.749
서비스 가격이 올라도 이 피부샵을 이용할 것이다	.298	.731	.275	.699
근처에 다른 피부샵이 생겨도 여기로 재방문할 것이다	.310	.731	.339	.746
갔을 때 피부샵이 휴무면 다른 날 다시 방문하겠다	.316	.668	.341	.663
주변에 이 피부샵을 홍보할 생각이 있다	.276	.334	.831	.878
가족들에게 이 피부샵을 추천할 것이다	.274	.344	.808	.846
지인들에게 이 피부샵을 추천할 것이다	.281	.371	.767	.805
블로그나 SNS에 이용한 피부샵에 대해 좋게 글을 쓸 것이다	.350	.155	.736	.688
고유치	3.777	3.674	3.261	
설명변량(%)	26.982	26.245	23.292	
누적변량(%)	26.982	53.227	76.519	
신뢰도계수 Cronbach's α	0.920	0.907	0.913	

4.3.4 갈등관리 방식의 차원

갈등관리 방식에 대한 25개의 문항을 주성분법으로 요인을 추출하고 베리맥스로 요인을 회전하여 타당성을 검증하였으며 그 결과는 [표 4-3-4]와 같다. Bartlett의 단위행렬을 점검한 결과 χ^2 값은 5046.192(df=253, Sig.=0.000), KMO 표본 적합도는 0.849, 공통성은 0.541 이상, 신뢰도 계수는 0.766 이상으로 산출되어 요인분석을 하기에 적합한 것으로 나타났다. 요인분석을 실시하여 총 다섯 가지 차원이 도출되었고 분석 과정에서 2문항이 제거되었다. 요인들의 전체 설명력은 71.3%로 나타났다.

각 요인을 구성하는 문항의 내용을 종합하여 요인 1을 ‘통합방식’, 요인 2를 ‘회피방식’, 요인 3을 ‘지배방식’, 요인 4를 ‘양보방식’, 요인 5를 ‘타협방식’으로 명명하였다.



[표 4-3-4] 갈등관리 방식의 차원

갈등관리 방식 측정 문항	통합 방식	회피 방식	지배 방식	양보 방식	타협 방식	공동성
갈등을 일으킨 문제를 잘 이해하기 위해 함께 노력한다	.885	.057	-.034	.190	.105	.834
최선의 해결책을 찾기 위해 의견을 교환하려고 노력한다	.881	.021	.081	.128	.006	.800
갈등의 문제해결책을 상대방과 함께 찾아본다	.798	-.034	.226	.021	.224	.740
서로 수용 가능한 결정을 위해 상대와 협의한다	.796	.102	.023	.299	.211	.778
갈등의 진정한 문제점을 찾는다	.765	-.018	.226	-.046	.269	.711
상대방의 의견에 반하는 의견을 가급적 내지 않는다	.046	.839	.106	.251	-.005	.781
상대방과 의견 차이가 있을 시 가급적 덮어둔다	.038	.836	.110	.245	-.086	.780
갈등을 숨겨 상대방과 사이가 나빠지는걸 방지한다	-.064	.770	.100	.062	.086	.618
상대방과의 불쾌한 관계를 피하려고 노력한다	.084	.767	-.033	.209	.170	.668
상대방과 의견 차이가 있으면 가급적 간섭하지 않는다	.007	.721	-.047	.205	.182	.597
나의 권위를 이용해 내가 원하는 방향으로 이끈다	.015	-.104	.879	.012	.049	.787
내 의견의 장점을 알려주기 위해 상대방과 논쟁한다	.077	-.007	.850	.022	.087	.736
내 의견이 수용되도록 다소 강하게 어필한다	.090	.134	.845	.168	.039	.770
나의 전문성을 활용해 내가 원하는 결정이 이루어지게 한다	.135	.006	.782	.233	.079	.690
갈등에 대하여 내 해결책을 주장한다	.128	.256	.677	.032	.004	.541
대체로 상대방이 하자는 대로 한다	-.034	.344	.108	.771	-.008	.726
대체로 상대방이 원하는 것을 받아들인다	.226	.242	.143	.738	.258	.742
대체로 친구에게 양보한다	.137	.365	.036	.731	.148	.709
상대방이 원하는 것을 만족시키려고 노력한다	.316	.015	.170	.700	.197	.658
대체로 상대방의 제안에 따른다	.075	.332	.101	.678	.243	.645
갈등을 해결하기 위해 한쪽으로 치우치지 않으려 노력한다	.255	.133	.108	.225	.751	.710
상대방과 의견 차이를 좁히기 위해 타협하려고 애쓴다	.390	-.072	.006	.300	.721	.767
갈등 상황에서 다 얻을 수는 없으므로 몇 개는 잃어준다	.144	.232	.107	.134	.717	.618
고유치	3.892	3.711	3.523	3.223	2.058	
설명변량(%)	16.920	16.133	15.318	14.015	8.946	
누적변량(%)	16.920	33.053	48.371	62.386	71.332	
신뢰도계수 Cronbach's α	0.910	0.879	0.882	0.870	0.766	

4.3.5 변수 간 상관관계 분석

본 연구의 변수인 커뮤니케이션 행동, 감정반응, 갈등관리 방식, 고객만족도 각 변수의 하위 차원 간 상관관계를 알아보기 위해 상관분석을 실시한 결과는 [표 4-3-5]와 같다.

그 결과 각 변수의 하위 차원들은 다른 차원과의 독립성이 확인되었으며 차후 다중회귀분석을 하는 데 있어서 무리가 없다고 판단된다.



[표 4-3-5] 변수 간 상관관계 분석

		행동적 응용성	사회적 긴장 완화	감정 이입	부정적 반응	긍정적 반응	만족 도	재방문 의도	구전 의도	통합 방식	회피 방식	지배 방식	양보 방식	타협 방식
행동적 응용성	Pearson 상관계수	1												
	유의확률													
	N	324												
사회적 긴장 완화	Pearson 상관계수	.000	1											
	유의확률	.500												
	N	324	324											
감정 이입	Pearson 상관계수	.000	.000	1										
	유의확률	.500	.500											
	N	324	324	324										
부정적 반응	Pearson 상관계수	-.280*	-.128*	-.102*	1									
	유의확률	.000	.011	.033										
	N	324	324	324	324									
긍정적 반응	Pearson 상관계수	.260**	.529**	.244**	.000	1								
	유의확률	.000	.000	.000	.500									
	N	324	324	324	324	324								
만족도	Pearson 상관계수	.235**	.308**	.291**	-.180*	.480**	1							
	유의확률	.000	.000	.000	.001	.000								
	N	324	324	324	324	324	324							
재방문 의도	Pearson 상관계수	.112*	.255**	.132**	-.011	.186**	.000	1						
	유의확률	.022	.000	.009	.421	.000	.500							
	N	324	324	324	324	324	324	324						
구전 의도	Pearson 상관계수	.266**	.179**	.166**	.084	.293**	.000	.000	1					
	유의확률	.000	.001	.001	.066	.000	.500	.500						
	N	324	324	324	324	324	324	324	324					
통합 방식	Pearson 상관계수	.289**	.363**	.155**	-.179*	.468**	.482**	.108*	.087	1				
	유의확률	.000	.000	.003	.001	.000	.000	.026	.058					
	N	324	324	324	324	324	324	324	324	324				
회피 방식	Pearson 상관계수	.121*	.013	.014	.135**	.079	.111*	-.084	.073	.000	1			
	유의확률	.014	.405	.398	.008	.077	.023	.066	.094	.500				
	N	324	324	324	324	324	324	324	324	324	324			
지배 방식	Pearson 상관계수	-.064	.072	-.278*	.354**	.156**	.047	.129**	.084	.000	.000	1		
	유의확률	.126	.098	.000	.000	.002	.200	.010	.065	.500	.500			
	N	324	324	324	324	324	324	324	324	324	324	324		
양보 방식	Pearson 상관계수	.011	.053	.179**	.220**	.174**	.034	.120*	.169**	.000	.000	.000	1	
	유의확률	.423	.170	.001	.000	.001	.272	.015	.001	.500	.500	.500		
	N	324	324	324	324	324	324	324	324	324	324	324	324	
타협 방식	Pearson 상관계수	.238**	.068	.171**	.014	.219**	.146**	.039	.079	.000	.000	.000	.000	1
	유의확률	.000	.111	.001	.404	.000	.004	.244	.078	.500	.500	.500	.500	
	N	324	324	324	324	324	324	324	324	324	324	324	324	324
* $p<0.05$, ** $p<0.01$, *** $p<0.001$														

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

4.4 커뮤니케이션 능력이 감정반응에 미치는 영향

4.4.1 가설 1의 검증

다중회귀분석 전 독립변수인 커뮤니케이션 능력과 감정반응의 VIF 값을 확인하여 다중공선성을 진단한 결과 모두 10 이하로 나타났으므로 다중회귀 분석 실기에 무리가 없는 것으로 판명되었다. 가설 1을 검증하기 위해 다중회귀분석을 실시한 결과는 다음과 같다.

4.4.1.1 가설 1-①의 검증

커뮤니케이션 능력이 부정적 반응 요인에 영향을 미칠 것이라는 가설 1-①을 검증한 결과는 [표 4-4-1]과 같다.

부정적 반응 요인은 행동적 융통성, 사회적 긴장 완화 요인에 의해 약 9.8% 설명되며, 세부적으로 살펴보면 행동적 융통성, 사회적 긴장 완화 요인에 대한 성향이 높을수록 부정적 반응 요인은 각각 -0.280, -0.128배씩 감소하는 부(-)의 관계로 나타났다.

[표 4-4-1] 커뮤니케이션 능력이 부정적 반응 요인에 미치는 영향

종속변수 (감정반응)	독립변수 (커뮤니케이션 능력)	B	β	t	R ²	수정된 R ²	F
	(상수)	-1.384		.000			
부정적 반응	행동적 융통성	-.280	-.280	-5.285 ***	0.105	0.098	15.508 ***
	사회적 긴장 완화	-.128	-.128	-2.418 *			
	감정이입	-.102	-.102	-1.934			

* $p < 0.05$, *** $p < 0.001$

4.4.1.2 가설 1-②의 검증

커뮤니케이션 능력이 긍정적 반응 요인에 영향을 미칠 것이라는 가설 1-②를 검증한 결과는 [표 4-4-2]와 같다.

긍정적 반응 요인은 행동적 융통성, 사회적 긴장 완화, 감정이입 요인에 의해 약 40.2% 설명되며, 세부적으로 살펴보면 행동적 융통성, 사회적 긴장 완화, 감정이입 요인에 대한 성향이 높을수록 긍정적 반응 요인은 각각 0.260, 0.529, 0.244배씩 증가하는 정(+)의 관계로 나타났다.

[표 4-4-2] 커뮤니케이션 능력이 긍정적 반응 요인에 미치는 영향

종속변수 (감정반응)	독립변수 (커뮤니케이션 능력)	B	β	t	R ²	수정된 R ²	F
	(상수)	-1.356		.000			
긍정적 반응	행동적 융통성	.260	.260	6.037 ***	0.407	0.402	73.231 ***
	사회적 긴장 완화	.529	.529	12.292 ***			
	감정이입	.244	.244	5.670 ***			
*** $p<0.001$							

4.4.2 가설 1의 논의

가설 1의 검증에 있어서 이와 같은 연구 결과가 나타난 것은 피부관리사가 고객을 하나의 인격체로 대하고 고객의 요구 사항을 말하지 않아도 잘 파악하고 상황에 따라 융통성 있게 행동하며 이야기를 하는 과정에 있어서 편안한 분위기를 조성하고 적절한 감탄사와 제스처를 사용하는 등의 호응을 함으로써 서로 간의 긴장을 완화할수록 고객이 피부 관리실을 이용하면서 불쾌감과 실망감을 느끼거나 화가 나는 등의 부정적 감정 반응이 줄어든다는 의미로 해석된다.

그리고 고객과의 새로운 상황을 잘 이해하고 그에 적절한 대응을 하며 권위 있는 사람과도 두려움 없이 효과적으로 이야기하며, 고객이 말할 때 끼어들거나 논쟁을 하지 않는 등 고객의 감정을 존중해 줄수록 고객이 피부 관리실을 이용하면서 편안함과 흐뭇함을 느끼고 믿음이 가는 등의 긍정적 반응이 높아진다는 의미로 해석된다.

본 연구 결과와 관련한 선행연구를 살펴보면 최현서(2016)의 서울과 대전광역시, 전라북도에 위치한 종합병원에서 진료를 받은 환자들을 대상으로 한 환자가 지각하는 의사의 의사소통능력 및 스타일이 환자의 라포와 신뢰에 미치는 영향에 관한 연구에서 본 연구의 커뮤니케이션 능력과 유사한 문항으로 구성된 의사소통능력이 본 연구의 긍정적 반응과 유사한 문항으로 구성된 라포에 정의 영향을 미치는 것으로 나타났다.⁷⁷⁾ 박재범(2012)의 전남대학교 경영대학 대학생과 대학원생을 대상으로 한 서비스 제공자의 커뮤니케이션이 서비스 제공자에 대한 평가와 고객반응에 미치는 효과 :서비스 유형의 조절효과를 중심으로 연구에서 커뮤니케이션이 본 연구의 긍정적 반응과 유사한 문항으로 구성된 친밀감에 정의 영향을 미치는 것으로 나타났다.⁷⁸⁾ 이혁(2018)의 서울 및 부산에 거주

77) 최현서, (2016), “환자가 지각하는 의사의 의사소통능력 및 스타일이 환자의 라포와 신뢰에 미치는 영향에 관한 연구”, 경희대학교 언론정보대학원 석사학위논문, p.56.

하고 내과 병원에서 청진판이 상체의 피부에 닿는 청진기 진찰을 받은 경험이 있는 20대 이상 50대 이하 성인을 대상으로 한 환자-의사 커뮤니케이션에서 환자의 부정적 감정 경험 및 자기 평가의 역할 연구에서 커뮤니케이션이 부족하면 부정적 감정을 느낄 가능성이 높아지는 것으로 나타났다.⁷⁹⁾

이러한 결과로 미루어볼 때, 피부미용업 뿐만 아니라 다양한 서비스업에서도 커뮤니케이션 능력은 고객의 감정반응에 영향을 미치고 있다고 결론 내릴 수 있다.

이상을 종합하여 볼 때, 피부관리사의 커뮤니케이션 능력의 각 요인들에 대한 개선이 이루어지면 피부미용업에 긍정적인 영향을 미치는 방향으로 고객의 감정반응이 이루어질 수 있을 것으로 사료된다.



78) 박재범. (2012). “서비스 제공자의 커뮤니케이션이 서비스 제공자에 대한 평가와 고객반응에 미치는 효과 :서비스 유형의 조절효과를 중심으로”. 전남대학교 대학원 석사학위논문. p.41.

79) 이혁. (2018). “환자-의사 커뮤니케이션에서 환자의 부정적 감정 경험 및 자기 평가의 역할”. 부산대학교 대학원 석사학위논문. p.32.

4.5 커뮤니케이션 능력이 고객만족도에 미치는 영향

4.5.1 가설 2의 검증

다중회귀분석 전 독립변수인 커뮤니케이션 능력과 고객만족도의 VIF 값을 확인하여 다중공선성을 진단한 결과 모두 10 이하로 나타났으므로 다중회귀분석 실기에 무리가 없는 것으로 판명되었다. 가설 2를 검증하기 위해 다중회귀분석을 실시한 결과는 다음과 같다.

4.5.1.1 가설 2-①의 검증

커뮤니케이션 능력이 만족도 요인에 영향을 미칠 것이라는 가설 2-①을 검증한 결과는 [표 4-5-1]과 같다.

만족도 요인은 행동적 융통성, 사회적 긴장 완화, 감정이입에 의해 약 22.7% 설명되며, 세부적으로 살펴보면 행동적 융통성, 사회적 긴장 완화, 감정이입 요인에 대한 성향이 높을수록 만족도 요인은 각각 0.235, 0.308, 0.291배씩 증가하는 정(+)의 관계로 나타났다.

[표 4-5-1] 커뮤니케이션 능력이 만족도 요인에 미치는 영향

종속변수 (고객만족도)	독립변수 (커뮤니케이션 능력)	B	β	t	R ²	수정된 R ²	F
만족도	(상수)	5.919		.000	0.234	0.227	32.645 ***
	행동적 융통성	.235	.235	4.800 ***			
	사회적 긴장 완화	.308	.308	6.292 ***			
	감정이입	.291	.291	5.944 ***			
*** $p<0.001$							

4.5.1.2 가설 2-②의 검증

커뮤니케이션 능력이 재방문 의도 요인에 영향을 미칠 것이라는 가설 2-②를 검증한 결과는 [표 4-5-2]와 같다.

재방문 의도 요인은 행동적 융통성, 사회적 긴장 완화, 감정이입에 의해 약 8.7% 설명되며, 세부적으로 살펴보면 행동적 융통성, 사회적 긴장 완화, 감정이입 요인에 대한 성향이 높을수록 재방문 의도 요인은 각각 0.112, 0.255, 0.132배씩 증가하는 정(+)의 관계로 나타났다.

[표 4-5-2] 커뮤니케이션 능력이 재방문 의도 요인에 미치는 영향

종속변수 (고객만족도)	독립변수 (커뮤니케이션 능력)	B	β	t	R ²	수정된 R ²	F
재방문 의도	(상수)	6.000		.000	0.095	0.087	11.229 ***
	행동적 융통성	.112	.112	2.106 *			
	사회적 긴장 완화	.255	.255	4.804 ***			
	감정이입	.132	.132	2.484 *			

* $p<0.05$, *** $p<0.001$

4.5.1.3 가설 2-③의 검증

커뮤니케이션 능력이 만족도 요인에 영향을 미칠 것이라는 가설 2-③을 검증한 결과는 [표 4-5-3]과 같다.

구전 의도 요인은 행동적 융통성, 사회적 긴장 완화, 감정이입에 의해 약 12.2% 설명되며, 세부적으로 살펴보면 행동적 융통성, 사회적 긴장 완화, 감정이입 요인에 대한 성향이 높을수록 구전 의도 요인은 각각 0.266, 0.179, 0.166배씩 증가하는 정(+)의 관계로 나타났다.

[표 4-5-3] 커뮤니케이션 능력이 구전 의도 요인에 미치는 영향

종속변수 (고객만족도)	독립변수 (커뮤니케이션 능력)	B	β	t	R ²	수정된 R ²	F
구전 의도	(상수)	-1.176		.000			
	행동적 융통성	.266	.266	5.095 ***	0.130	0.122	15.978 ***
	사회적 긴장 완화	.179	.179	3.436 **			
	감정이입	.166	.166	3.189 **			

** $p < 0.01$, *** $p < 0.001$

4.5.2 가설 2의 논의

가설 2의 검증에 있어서 이와 같은 연구 결과가 나타난 것은 피부관리사의 커뮤니케이션 능력의 측면들 즉, 행동적 융통성과 사회적 긴장 완화, 감정이입 요인을 구성하는 각 문항들의 내용들을 고객이 좋게 평가할수록 고객으로 하여금 시술 결과와 비용, 서비스에 만족하고 차후에도 지금 방문한 피부 관리실을 지속적으로 이용할 것이며 주변 사람들에게 이 피부 관리실을 이용할 것을 권하는 구전 의도 행동을 부추길 수 있다는 의미로 해석된다.

본 연구결과와 관련한 선행연구를 살펴보면 황선민(2016)의 대구·경북지역에 거주하는 미용실 서비스를 이용하는 고객들을 대상으로 한 미용사의 전문성과 커뮤니케이션 능력이 고객만족에 미치는 영향 연구에서 커뮤니케이션 능력은 고객만족에 간접적으로 정의 영향을 미치고 있는 것으로 나타났다.⁸⁰⁾ 김광호(2008)의 경북 안동 소재한 A 종합병원을 이용한 경험이 있는 안동과 그 주변 도시에 거주하고 있는 환자들을 대상으로 한 의사의 전문성과 커뮤니케이션 능력이 환자만족에 미치는 영향 연구에서 의사의 전문성과 커뮤니케이션 능력은 의사에 대한 신뢰 형성과 환자의 가치 충족을 통해 환자 만족에 긍정적 영향을 미치는 것으로 확인이 되었다.⁸¹⁾ 박미희(2016)의 서울·경기, 부산·경남, 대구·경북 지역에 거주하며 네일 미용 서비스 이용 경험이 있는 20~50대 여성을 대상으로 한 네일 아티스트의 전문성, 커뮤니케이션 능력, 고객 신뢰, 시술 가치 충족, 고객만족도 간의 구조적 관계 연구에서 커뮤니케이션 능력은 고객만족도에 정의 영향을 미치는 것으로 나타났다.⁸²⁾ 박동희(2016)의 오픈 키친 레스토랑을 이용한 소비자라고,

80) 황선민. (2016). “미용사의 전문성과 커뮤니케이션 능력이 고객만족에 미치는 영향”. 대구가톨릭대학교 대학원 석사학위논문. pp.45-46.

81) 김광호. (2008). “의사의 전문성과 커뮤니케이션 능력이 환자만족에 미치는 영향”. 안동대학교 대학원 석사학위논문. p.52.

82) 박미희. (2016). “네일아티스트의 전문성, 커뮤니케이션능력, 고객신뢰, 시술가치충족, 고객만족도 간

표본은 최근 3개월 이내 수도권에서 오픈키친을 갖춘 호텔이나 일반 뷔페, 스시카운터, 철판요리 레스토랑을 이용한 경험이 있는 성인 남녀를 대상으로 한 오픈키친 조리사의 커뮤니케이션 스킬이 고객만족에 미치는 영향 : 지식획득의 매개효과를 중심으로 연구에서 커뮤니케이션 스킬이 고객만족도에 정의 영향을 미치는 것으로 나타났다.⁸³⁾

이러한 결과로 미루어볼 때, 여러 가지 형태의 서비스업에서도 서비스 제공자의 커뮤니케이션 능력은 고객만족도를 높일 수 있는 요소가 될 수 있다는 결론을 얻을 수 있다.

이상을 종합하여 볼 때, 피부관리사의 커뮤니케이션 능력을 강화한다면 고객의 만족도가 보다 향상될 수 있을 것으로 사료된다.



의 구조적 관계”. 대구가톨릭대학교 대학원 박사학위논문. p.40.

83) 박동희. (2016). “오픈키친 조리사의 커뮤니케이션 스킬이 고객만족에 미치는 영향 : 지식획득의 매개효과를 중심으로”. 가천대학교 일반대학원 석사학위논문. p.41.

4.6 커뮤니케이션 능력이 갈등관리 방식에 미치는 영향

4.6.1 가설 3의 검증

다중회귀분석 전 독립변수인 커뮤니케이션 능력과 갈등관리 방식의 VIF 값을 확인하여 다중공선성을 진단한 결과 모두 10 이하로 나타났으므로 다중회귀분석 실기에 무리가 없는 것으로 판명되었다. 가설 3을 검증하기 위해 다중회귀분석을 실시한 결과는 다음과 같다.

4.6.1.1 가설 3-①의 검증

커뮤니케이션 능력이 통합방식 요인에 영향을 미칠 것이라는 가설 3-①을 검증한 결과는 [표 4-6-1]과 같다.

통합방식 요인은 행동적 융통성, 사회적 긴장 완화, 감정이입에 의해 약 23.2% 설명되며, 세부적으로 살펴보면 행동적 융통성, 사회적 긴장 완화, 감정이입 요인에 대한 성향이 높을수록 통합방식 요인은 각각 0.289, 0.363, 0.155배씩 증가하는 정(+)의 관계로 나타났다.

[표 4-6-1] 커뮤니케이션 능력이 통합방식 요인에 미치는 영향

종속변수 (갈등관리 방식)	독립변수 (커뮤니케이션 능력)	B	β	t	R ²	수정된 R ²	F
	(상수)	1.687		.000			
통합방식	행동적 융통성	.289	.289	5.938 ***	0.239	0.232	33.590 ***
	사회적 긴장 완화	.363	.363	7.443 ***			
	감정이입	.155	.155	3.181 **			

** $p < 0.01$, *** $p < 0.001$

4.6.1.2 가설 3-②의 검증

커뮤니케이션 능력이 만족도 요인에 영향을 미칠 것이라는 가설 3-②를 검증한 결과는 [표 4-6-2]와 같다.

회피방식 요인은 커뮤니케이션 능력과 영향 관계가 없는 것으로 나타났다.

[표 4-6-2] 커뮤니케이션 능력이 회피방식 요인에 미치는 영향

종속변수 (갈등관리 방식)	독립변수 (커뮤니케이션 능력)	B	β	t	R ²	수정된 R ²	F
회피방식	(상수)	-2.554		.000	0.015	0.006	1.640
	행동적 응통성	.121	.121	2.189			
	사회적 긴장 완화	.013	.013	.241			
	감정이입	.014	.014	.260			

4.6.1.3 가설 3-③의 검증

커뮤니케이션 능력이 만족도 요인에 영향을 미칠 것이라는 가설 3-③을 검증한 결과는 [표 4-6-3]과 같다.

지배방식 요인은 감정이입에 의해 약 7.8% 설명되며, 세부적으로 살펴보면 감정이입 요인에 대한 성향이 높을수록 지배방식 요인은 -0.278배씩 감소하는 부(-)의 관계로 나타났다.

[표 4-6-3] 커뮤니케이션 능력이 지배방식 요인에 미치는 영향

종속변수 (갈등관리 방식)	독립변수 (커뮤니케이션 능력)	B	β	t	R ²	수정된 R ²	F
	(상수)	-1.163		.000			
지배방식	행동적 융통성	-.064	-.064	-1.193	0.086	0.078	10.088 ***
	사회적 긴장 완화	.072	.072	1.348			
	감정이입	-.278	-.278	-5.198 ***			
*** $p < 0.001$							

4.6.1.4 가설 3-④의 검증

커뮤니케이션 능력이 통합방식 요인에 영향을 미칠 것이라는 가설 3-④를 검증한 결과는 [표 4-6-4]와 같다.

양보방식 요인은 감정이입에 의해 약 2.6% 설명되며, 세부적으로 살펴보면 감정이입 요인에 대한 성향이 높을수록 양보방식 요인은 0.179배씩 증가하는 정(+)의 관계로 나타났다.

[표 4-6-4] 커뮤니케이션 능력이 양보방식 요인에 미치는 영향

종속변수 (갈등관리 방식)	독립변수 (커뮤니케이션 능력)	B	β	t	R ²	수정된 R ²	F
양보방식	(상수)	1.250		.000	0.035	0.026	3.874 *
	행동적 융통성	.011	.011	.196			
	사회적 긴장 완화	.053	.053	.968			
	감정이입	.179	.179	3.263 **			
	* $p<0.05$, ** $p<0.01$						

4.6.1.5 가설 3-⑤의 검증

커뮤니케이션 능력이 통합방식 요인에 영향을 미칠 것이라는 가설 3-⑤를 검증한 결과는 [표 4-6-5]와 같다.

타협방식 요인은 행동적 융통성, 감정이입에 의해 약 8.2% 설명되며, 세부적으로 살펴보면 행동적 융통성, 감정이입 요인에 대한 성향이 높을수록 타협방식 요인은 각각 0.238, 0.171배씩 증가하는 정(+)의 관계로 나타났다.

[표 4-6-5] 커뮤니케이션 능력이 타협방식 요인에 미치는 영향

종속변수 (갈등관리 방식)	독립변수 (커뮤니케이션 능력)	B	β	t	R ²	수정된 R ²	F
타협방식	(상수)	1.276		.000			
	행동적 융통성	.238	.238	4.455 ***	0.090	0.082	10.572 ***
	사회적 긴장 완화	.068	.068	1.276			
	감정이입	.171	.171	3.200 **			
** $p < 0.01$, *** $p < 0.001$							

4.6.2 가설 3의 논의

가설 3의 검증에 있어서 이와 같은 연구 결과가 나타난 것은 고객이 피부 관리실을 이용하면서 절대적으로 갈등 상황에 직면하지 않을 수는 없는데 이때 피부관리사의 커뮤니케이션 능력이 월등하다면 갈등 상황에 대하여 고객은 갈등 원인에 대하여 피부관리사와 의견을 교환하고 해결책을 찾으려 하는 것으로 해석된다. 그리고 피부관리사가 고객과 굳이 논쟁하려 하지 않고 고객의 감정을 존중 해주며 말할 때 끼어들지 않는 감정이입에 대한 성향이 높을수록 고객은 대체로 피부관리사의 제안에 따르며 어느 정도 양보하고 또한 자신의 권위나 영향력을 행사하면서 논쟁하고 자신의 의견을 주장하기 위한 성향도 낮아지는 것으로 판단된다. 그리고 피부관리사가 상황에 대한 융통성이 있고 고객을 존중할수록 갈등 상황에서 피부관리사나 고객 둘 중 한 명이 원하는 방향으로 상황이 치우치기보다는 적절히 중간점에서 서로 얻고 잃는 것이 있도록 타협하는 성향이 높아지는 것으로 사료된다.

본 연구결과와 관련한 선행연구를 살펴보면 정수희(2009)의 공무원을 대상으로 한 공무원의 커뮤니케이션 능력이 갈등관리 방식과 조직일체감에 미치는 영향 연구에서 커뮤니케이션 능력이 갈등관리 방식에 각각 정과 부의 영향 관계를 미친다는 연구결과를 제시하였다.⁸⁴⁾ 하새미(2016)의 수도권, 경상권, 충청권, 전라권 등에 거주하는 언론인·회사원·공무원·교사·의사·자영업자 등 다양한 직업을 가진 사회인을 대상으로 한 사회인의 커뮤니케이션 능력이 스트레스 대처와 갈등관리 방식에 미치는 영향에 관한 연구에서 커뮤니케이션 능력이 갈등관리 방식에 각각 정과 부의 영향 관계를 미친다는 연구결과를 제시하였다.⁸⁵⁾ 장형준(2015)의 서울시내 및 경기도내 10개 교회 교인을 대상으로 한 교회 내 교인들 간의 갈등관리전략과 커뮤니케이션 능

84) 정수희. (2009). “공무원의 커뮤니케이션 능력이 갈등관리 방식과 조직일체감에 미치는 영향”. 고려대학교 교육대학원 석사학위논문. p.70.

85) 하새미. (2016). “사회인의 커뮤니케이션 능력이 스트레스 대처와 갈등관리 방식에 미치는 영향에 관한 연구”. 경희대학교 언론정보대학원 석사학위논문. p.53.

력 간의 상관관계 연구에서 성별, 신앙경력, 갈등 상대의 직분에서 영향 관계가 있는 것으로 나타났다.⁸⁶⁾

이러한 결과로 미루어볼 때, 피부관리사의 커뮤니케이션 능력은 피부관리사와 고객 간의 갈등 상황에서 상황을 유하게 풀어갈 수 있는 시작점이 될 수 있다는 판단을 내릴 수 있다.

따라서 불가항력적으로 발생하게 되는 갈등 상황에 대하여 피부관리사와 고객 간의 갈등을 피부미용업에 이로울 수 있도록 풀어가기 위한 피부관리사의 커뮤니케이션 능력 함양에 대한 노력이 필요할 것으로 사료된다.



86) 장형준. (2015). “교회 내 교인들 간의 갈등관리전략과 커뮤니케이션 능력 간의 상관관계 연구”. 백석대학교 기독교전문대학교 박사학위논문. pp.182-183.

4.7 가설 검증 결과 요약

본 연구의 각각의 가설에 대하여 실증분석한 결과를 요약하면 [표 4-7]과 같다.

[표 4-7] 가설 검증 결과 요약

가설		채택 여부
가설 1	가설 1-① 커뮤니케이션 능력은 부정적 반응에 영향을 미칠 것이다.	
	행동적 융통성은 부정적 반응에 부의 영향을 미칠 것이다.	채택
	사회적 긴장 완화는 부정적 반응에 부의 영향을 미칠 것이다.	채택
	감정이입은 부정적 반응에 부의 영향을 미칠 것이다.	-
	가설 1-② 커뮤니케이션 능력은 긍정적 반응에 영향을 미칠 것이다.	
	행동적 융통성은 긍정적 반응에 정의 영향을 미칠 것이다.	채택
	사회적 긴장 완화는 긍정적 반응에 정의 영향을 미칠 것이다.	채택
	감정이입은 긍정적 반응에 정의 영향을 미칠 것이다.	채택
	가설 2-① 커뮤니케이션 능력은 만족도에 영향을 미칠 것이다.	
	행동적 융통성은 만족도에 정의 영향을 미칠 것이다.	채택
가설 2	가설 2-② 커뮤니케이션 능력은 재방문 의도에 영향을 미칠 것이다.	
	행동적 융통성은 재방문 의도에 정의 영향을 미칠 것이다.	채택
	사회적 긴장 완화는 재방문 의도에 정의 영향을 미칠 것이다.	채택
	감정이입은 재방문 의도에 정의 영향을 미칠 것이다.	채택
	가설 2-③ 커뮤니케이션 능력은 구전 의도에 영향을 미칠 것이다.	
	행동적 융통성은 구전 의도에 정의 영향을 미칠 것이다.	채택
	사회적 긴장 완화는 구전 의도에 정의 영향을 미칠 것이다.	채택
	감정이입은 구전 의도에 정의 영향을 미칠 것이다.	채택
	가설 3-① 커뮤니케이션 능력은 통합방식에 영향을 미칠 것이다.	
	행동적 융통성은 통합방식에 정의 영향을 미칠 것이다.	채택
가설 3	가설 3-② 커뮤니케이션 능력은 통합방식에 영향을 미칠 것이다.	
	행동적 융통성은 통합방식에 정의 영향을 미칠 것이다.	채택
	감정이입은 통합방식에 정의 영향을 미칠 것이다.	채택

가설 3-② 커뮤니케이션 능력은 회피방식에 영향을 미칠 것이다.	
행동적 융통성은 회피방식에 부의 영향을 미칠 것이다.	-
사회적 긴장 완화는 회피방식에 부의 영향을 미칠 것이다.	-
감정이입은 회피방식에 부의 영향을 미칠 것이다.	-
가설 3-③ 커뮤니케이션 능력은 지배방식에 영향을 미칠 것이다.	
행동적 융통성은 지배방식에 부의 영향을 미칠 것이다.	-
사회적 긴장 완화는 지배방식에 부의 영향을 미칠 것이다.	-
감정이입은 지배방식에 부의 영향을 미칠 것이다.	채택
가설 3-④ 커뮤니케이션 능력은 양보방식에 영향을 미칠 것이다.	
행동적 융통성은 양보방식에 정의 영향을 미칠 것이다.	-
사회적 긴장 완화는 양보방식에 정의 영향을 미칠 것이다.	-
감정이입은 양보방식에 정의 영향을 미칠 것이다.	채택
가설 3-⑤ 커뮤니케이션 능력은 타협방식에 영향을 미칠 것이다.	
행동적 융통성은 타협방식에 정의 영향을 미칠 것이다.	채택
사회적 긴장 완화는 타협방식에 정의 영향을 미칠 것이다.	-
감정이입은 타협방식에 정의 영향을 미칠 것이다.	채택

V. 결론

본 연구는 피부관리사의 커뮤니케이션 능력이 고객의 감정반응, 고객만족도, 갈등관리 방식에 미치는 영향을 알아봄으로써, 피부 관리실을 이용하는 고객들의 감정반응 및 만족도, 갈등관리 방식을 피부 미용업에 도움이 될 수 있도록 하며 피부관리사의 커뮤니케이션 능력에 대한 개선점 및 함양 방법을 제시하는 것이 목적이다.

실증조사는 2020년 10월 1일부터 2020년 11월 3일까지 서울·경기 지역 일반인을 대상으로 최종 324부를 SPSS 24.0 프로그램을 활용하여 분석하였다.

연구결과 요약은 다음과 같다.

첫째, 조사대상의 인구통계학적 특성을 알아본 결과, 전문대 이상 학력(41.0%)을 가진 50세 이상(34.3%)의 기혼 여성(74.1%)이 많았으며, 대부분 월평균 200만 원 이상에서 400만 원 미만의 소득(57.7%)을 가진 여성이 많은 것으로 조사되었다.

둘째, 조사대상의 마사지에 대한 인식을 알아본 결과, 조사대상자는 대부분 일반 피부 관리실(68.2%)에서 피부 관리를 받고 있다. 피부 관리는 평균 2달에 3~5회 정도(38.6%) 받으며 가격과 마사지 프로그램(35.2%)을 중요하게 생각하고 있다. 피부 관리 이용 연수는 1년 이상에서 2년 미만(31.8%)이 가장 높게 나타났다. 1회 방문 시 피부 관리 시간은 평균적으로 1시간 이상에서 2시간 미만 시술(49.7%)을 받고 시술 금액은 3만 원 이상에서 5만 원 미만(38.9%)을 지출하는 것으로 나타났다.

셋째, 연구 변인인 커뮤니케이션 능력, 감정반응, 고객만족도, 갈등관리 방식의 차원을 알아본 결과, 커뮤니케이션 능력은 행동적 특성, 사회적 긴장 완화, 감정이입의 3가지 요인으로, 감정반응은 부정적 반응, 긍정적 반응의 2가지 요인으로, 고객만족도는 만족도, 재방문 의도, 구전 의도의 3가지 요인으로, 갈등

관리 방식은 통합방식, 회피방식, 지배방식, 양보방식, 타협방식의 5가지 요인이 도출되었다.

넷째, 가설 1인 커뮤니케이션 능력이 감정반응에 미치는 영향을 알아본 결과, 커뮤니케이션 능력은 부정적 반응에 부분적으로 부(-)의 영향을 미치고, 커뮤니케이션 능력은 긍정적 반응에 모든 요인이 정(+)의 영향을 미치는 것으로 나타났다.

다섯째, 가설 2인 커뮤니케이션 능력이 고객만족도에 미치는 영향을 알아본 결과, 커뮤니케이션 능력은 만족도, 재방문 의도, 구전 의도에 모든 요인이 정(+)의 영향을 미치는 것으로 나타났다.

여섯째, 가설 3인 커뮤니케이션 능력이 갈등관리 방식에 미치는 영향을 알아본 결과, 커뮤니케이션 능력은 통합방식에 모든 요인이 정(+)의 영향을 미치고, 커뮤니케이션 능력은 회피방식에 영향을 미치지 않는 것으로 나타났다. 그리고 커뮤니케이션 능력은 지배방식에 부분적으로 부(-)의 영향을 미치고, 커뮤니케이션 능력은 양보방식과 타협방식에 부분적으로 정(+)의 영향을 미치는 것으로 나타났다.

연구결과에 따른 결론 및 개선점 제시는 다음과 같다.

연구결과 커뮤니케이션 능력은 감정반응, 고객만족도, 갈등관리 방식과 영향 관계가 있다는 것이 증명되었다. 따라서 피부관리사의 커뮤니케이션 능력에 대한 개선이 이루어질 때 감정반응, 고객만족도, 갈등관리 방식에 긍정적인 영향 관계가 수립될 수 있다고 판단해볼 수 있다. 그러므로 피부관리사의 커뮤니케이션 능력 중 융통성이 있으며 새로운 상황에 잘 적응하는 행동적 융통성, 고객과 편안하고 효과적으로 이야기하며 새로운 사람과 대화하는 것을 두려워하지 않는 사회적 긴장 완화, 그리고 고객과 논쟁하지 않으며 고객의 감정을 존중하는 감정이입에 대한 개선책에 대하여 지속적인 논의가 이루어질 필요성이 제기된다.

이에 대한 개선점 제시는 다음과 같다.

첫째, 행동적 융통성은 불특정 상황에 대한 이상적인 피부관리사의 행동

반응이라고 볼 수 있다. 또한 고객의 입장에서 고객이 지금 원하고 있는 것이 무엇이고 자신이 고객으로서 하나의 인격체로 대우받고 있는지 헤아리는 것도 포함된다. 따라서 피부관리사가 근무 중 겪은 상황에 대하여 대처한 행동을 논의하여 상황에 대처한 행동이 적절하였는지 혹은 부족한 점은 무엇이었는지에 대한 자료의 축적과 공유할 시간의 마련이 필요할 것으로 사료된다.

둘째, 사회적 긴장 완화는 피부관리사와 고객 간의 대화에 있어서 편안한 분위기가 조성되고 고객으로 하여금 피부관리사가 자신의 말을 듣는 것을 좋아하고 피부관리사가 자신의 말에 적절히 호응하는 모션을 취하여 대화를 통하여 서로 간의 긴장감을 완화시키는 것을 뜻한다. 따라서 대화의 시작 주제가 어떠한 것일 때 낮은 상황에서도 편안한 대화의 시작이 되는지, 그리고 아이컨택 방법, 목소리 톤과 속도, 취하는 제스처 및 감탄사의 종류 등에 관한 학습이 이루어질 수 있는 제도의 마련이 필요할 것으로 사료된다.

셋째, 감정이입은 피부관리사와 고객 간의 대화에 있어서 상대방이 이야기를 할 때 끼어들지 않고 고객의 대화를 청취할 때 고객의 감정을 존중해 주며 대화가 논쟁으로 발전하지 않도록 조절하는 행위를 뜻한다. 따라서 고객뿐만 아니라 대화를 하는 모든 사람들이 부적절한 대화 양상이라고 생각하는 대화 중 끼어드는 행동은 지양해야 할 것이며, 또한 피부관리사 자신의 감정보다 고객의 감정을 우선시 생각하는 태도를 항상 취해야 할 것으로 판단된다. 그리고 대화는 늘 논쟁으로 발전할 수 있다는 것을 명심하고 대화의 흐름과 방향이 늘 고객의 기분을 헤아리고 피부미용업에 득이 될 수 있는 방향으로 흘러갈 수 있도록 되새김질해야 할 것으로 사료된다.

본 연구는 표본 수집에 있어서 서울·경기지역이라는 지역적 한계를 가지므로 연구결과의 일반화에는 다소 한계점이 존재한다. 차후 연구에서는 연구 설계 및 표본 수집 시 지역적 범위의 확대를 권고한다.

차후 연구를 위한 후속 연구에 대한 제언은 다음과 같다.

첫째, 본 연구에서는 피부관리사의 커뮤니케이션 능력을 독립변수로 하여 종속변수와의 영향 관계를 파악하였다. 최근 2019년 말 중국 우한 지역에서 발생한 신종전염병인⁸⁷⁾ COVID-19(코로나-19)바이러스와 관련하여 미용업에서도 다양한 변화를 겪고 있으므로 COVID-19 바이러스에 대하여 피부 관리실에서 취하고 있는 조치가 고객의 감정반응, 고객만족도 등과 같은 요인에 어떠한 영향을 미치고 있는지 파악한다면 현재와 같은 특수한 상황에서 COVID-19에 대한 피부 관리실에서의 대처 방안을 현실적으로 제안할 수 있을 것으로 판단되며, 둘째, 피부 관리실 또한 1인 미용실처럼 1인 피부 관리실이 증가하는 추세에서 고객들이 체감하는 중형, 대형 피부 관리실과 1인 피부 관리실에 대한 인식의 차이를 분석함으로써 1인 피부 관리실의 강점을 가지기 위해 개선해야 할 방향을 논하는 것 또한 의미 있는 연구일 것으로 사료된다.

87) 손희나. (2020). “코로나19(COVID-19)로 인한 어린이집원장의 어려움과 코로나19에 대한 대응방안 : 가정어린이집을 중심으로”. 배재대학교 일반대학원 석사학위논문. p.17.

참 고 문 헌

1. 국내문헌

- 권성태. (2005). “레스토랑 실내 디자인이 소비자 심리적 반응 및 행동에 미치는 영향에 관한 연구”. 경기대학교 관광전문대학원 박사학위논문.
- 김경민. (2020). “디저트 카페의 선택속성이 감정반응과 행동의도에 미치는 영향”. 목포대학교 대학원 석사학위논문.
- 김광호. (2008). “의사의 전문성과 커뮤니케이션 능력이 환자만족에 미치는 영향”. 안동대학교 대학원 석사학위논문.
- 김동현. (2017). “서비스 인카운터에서 심리적 거리가 상호작용 편안함과 대인 신뢰에 미치는 영향 : 문화 간 커뮤니케이션 능력의 조절효과를 중심으로”. 경기대학교 대학원 박사학위논문.
- 김상희. (2007). 서비스 접점에서 판매원의 언어적, 비언어적 커뮤니케이션이 고객감정과 행동의도에 미치는 영향. 『소비자학연구』, 18(1), 97-131.
- 김세연. (2005). “커뮤니케이션 능력이 갈등해결전략과 매체이용에 미치는 영향 : 청소년기 교우관계를 중심으로”. 연세대학교 대학원 석사학위논문.
- 김소희. (2020). “1인 피부 관리실의 서비스품질과 고객관계몰입이 재방문 의도에 미치는 영향 :고객만족도의 매개효과를 중심으로”. 호서대학교 글로벌창업대학원 석사학위논문.
- 김연홍. (2017). “상사의 갈등관리스타일이 비서의 직무태도에 미치는 영향 :상사 신뢰의 매개효과를 중심으로”. 이화여자대학교 대학원 석사학위논문.
- 김영미. (2019). “필라테스 지도자의 커뮤니케이션 능력이 지도자 이미지 및 운동 지속에 미치는 영향”. 경기대학교 대학원 석사학위논문.
- 김영옥. (2020). “피부 관리실 서비스 품질이 고객의 만족도에 미치는 영향 : DISC 행동유형별 중심으로”. 중앙대학교 예술대학원 석사학위논문.

- 김옥자. (2018). “초등교사의 갈등관리유형과 갈등요인 및 학교조직효과성과의 관련성 탐색 :잠재프로파일분석을 통해”. 건국대학교 대학원 박사학위논문.
- 김유라. (2017). “커뮤니케이션 능력과 이분법적 사고가 대인관계에 미치는 영향”. 성균관대학교 일반대학원 석사학위논문.
- 김윤경. (2015). “피부 관리실 이용만족도에 관한 연구”. 창원대학교 보건대학원 석사학위논문.
- 김정문. (2019). “레스토랑 고객의 관계혜택이 고객만족도, 구전 의도, 점포충성도에 미치는 영향 : 뉴 실버세대 고객들을 대상으로”. 영산대학교 일반대학원 박사학위논문.
- 김지윤. (2018). “조직구성원의 지각된 공신력과 커뮤니케이션 능력이 직무만족과 직무몰입에 미치는 영향에 관한 연구”. 경희대학교 언론정보대학원 석사학위논문.
- 김찬국. (2020). “사회적기업의 체험교육 서비스품질과 몰입이 추천의도에 미치는 영향 :고객만족도의 매개효과와 사회적 가치인식의 조절효과 중심으로”. 호서대학교 글로벌창업대학원 석사학위논문.
- 김행은. (2017). “네일 아티스트의 커뮤니케이션 능력이 연령대별 고객 만족에 미치는 영향”. 숙명여자대학교 원격대학원 석사학위논문.
- 김현정. (2015). “서비스 제공자의 비언어적 커뮤니케이션이 고객의 감정반응과 브랜드 이미지에 미치는 영향 :대학교 행정서비스를 중심으로”. 서강대학교 언론대학원 석사학위논문.
- 김현주. (1998). TV뉴스 앵커의 메시지 전달능력과 공신력의 관계. 『한국방송학보』, 10, 39-165.
- 김효춘. (2020). “미용 종사자의 커뮤니케이션 능력이 고객만족에 미치는 영향”. 숙명여자대학교 문화예술대학원 석사학위논문.
- 노수화. (2020). “호텔종사원의 언어적·비언어적 커뮤니케이션이 고객감정반응과 고객 만족에 미치는 영향 연구 :중국인 관광객 대상으로”. 경기대학교 관

광전문대학원 석사학위논문.

명수아. (2018). “온라인 구전정보 특성이 구전수용을 매개로 웨딩상품별 구매의도에 미치는 영향: 웨딩 스텝 상품을 중심으로”. 상명대학교 일반대학원 석사학위논문.

박동희. (2016). “오픈키친 조리사의 커뮤니케이션 스킬이 고객만족에 미치는 영향 : 지식획득의 매개효과를 중심으로”. 가천대학교 일반대학원 석사학위논문.

박미희. (2016). “네일아티스트의 전문성, 커뮤니케이션능력, 고객신뢰, 시술가치 충족, 고객만족도 간의 구조적 관계”. 대구가톨릭대학교 대학원 박사학위논문.

박성아. (2020). “서비스종사자의 이미지메이킹과 커뮤니케이션 능력이 고객지향성이 미치는 영향”. 숭실대학교 경영대학원 석사학위논문..

박영재. (2016). “대인 커뮤니케이션 능력이 직무만족과 심리적 소진에 미치는 영향 : 성우를 중심으로”. 경희대학교 언론정보대학원 석사학위논문.

박은영. (2020). “외식소비자의 ICT기반 서비스 수용이 고객만족도 및 브랜드 이미지와 구매의도에 미치는 영향 : 디지털 키오스크를 중심으로”. 경기대학교 대학원 석사학위논문.

박재범. (2012). “서비스 제공자의 커뮤니케이션이 서비스 제공자에 대한 평가와 고객반응에 미치는 효과 : 서비스 유형의 조절효과를 중심으로”. 전남대학교 대학원 석사학위논문.

박정은. (2020). “개인 양면성이 조직변화준비도에 미치는 영향 : 조직 내 커뮤니케이션의 조절효과를 중심으로”. 중앙대학교 글로벌인적자원개발대학원 석사학위논문.

박지혜. (2014). “피부 관리실 이용실태와 만족도에 관한 연구”. 숙명여자대학교 원격대학원 석사학위논문.

박천영. (2013). “갈등관리 유형에 따른 커뮤니케이션이 조직유효성에 미치는 영

- 향”. 한성대학교 경영대학원 석사학위논문.
- 박현아. (2016). “커뮤니케이션 능력이 사랑의 강도에 미치는 영향 :대학생들의 연인관계를 중심으로”. 전북대학교 일반대학교 석사학위논문.
- 박혜진. (2020). “호텔의 예술적 공간에 대한 인지적이미지와 정서적이미지가 고객만족도에 미치는 영향”. 경희대학교 대학원 석사학위논문.
- 박희진. (2007). “서구형 패밀리 레스토랑 직원의 감정노동과 고객의 감정반응 및 행동의도와의 관계 연구”. 동아대학교 대학원 박사학위논문.
- 서문술. (2012). “판매촉진이벤트에 대한 감정반응이 태도 및 충성도에 미치는 영향”. 경기대학교 일반대학원 석사학위논문.
- 서연정. (2019). “조직구성원의 커뮤니케이션 능력과 공감 능력이 대인관계 조화에 미치는 영향”. 경희대학교 언론정보대학원 석사학위논문.
- 손민혁. (2014). “스포츠센터 지도자의 비언어적 커뮤니케이션과 서비스가치, 감정반응, 고객만족의 관계”. 부산대학교 교육대학원 석사학위논문.
- 손현수. (2015). “문화관광해설사의 해설이 관광객의 감정반응과 만족, 행동의도에 미치는 영향”. 대구대학교 대학원 석사학위논문.
- 손희나. (2020). “코로나19(COVID-19)로 인한 어린이집원장의 어려움과 코로나 19에 대한 대응방안 : 가정어린이집을 중심으로”. 배재대학교 일반대학원 석사학위논문.
- 신원미. (2015). “무용단장의 갈등관리 유형이 단원들의 리더신뢰, 조직몰입, 이직의도에 미치는 영향”. 성균관대학교 일반대학원 박사학위논문.
- 심성재. (2015). “중환자실 간호사의 갈등관리 유형에 따른 직무스트레스와 의사소통능력”. 가천대학교 간호대학원 석사학위논문.
- 안형상, 조용범. (2015). 호텔레스토랑의 식공간 연출이 고객감정반응과 행동의도에 미치는 영향에 관한 연구. 『한국조리학회지』, 1(1), 116-128.
- 연운서. (2018). “커뮤니케이션 능력과 커뮤니케이션 스타일이 갈등관리 방식에 미치는 영향”. 경희대학교 언론정보대학원 석사학위논문.

- 오정미. (2014). “뷰티테라피의 이용실태와 스트레스 및 불안개선에 미치는 영향”. 성신여자대학교 생애복지대학원 석사학위논문.
- 왕 강. (2020). “중국 향진(Town)점포의 점포선택기준이 고객만족도에 미치는 영향에 관한 연구 :정(情) 연구 중심으로”. 공주대학교 일반대학원 석사학위논문.
- 유지희. (2020). “뷰티의료서비스품질이 고객만족도 및 행동의도에 미치는 영향 : 피부과 고객 중심으로”. 건국대학교 산업대학원 석사학위논문.
- 유현재. (2020). “커뮤니케이션 능력이 학습태도와 학습만족도에 미치는 영향 :미용고등학교 담임교사를 중심으로”. 건국대학교 산업대학원 석사학위논문.
- 윤남순. (2019). “병원 직원의 커뮤니케이션 능력과 유형이 고객만족과 재방문 의사에 미치는 영향”. 경희대학교 언론정보대학원 석사학위논문.
- 윤영화. (2018). “고객만족과 신뢰가 고객충성도에 미치는 영향에 관한 실증적 연구: 프랜차이즈 한식전문점을 중심으로”. 명지대학교 대학원 박사학위논문.
- 이상길. (2019). 이중적 커뮤니케이션 형식으로서의 고백 : 미셸 푸코의 논의를 중심으로. 『언론과 사회』, 27(3), 61-104.
- 이선민. (2017). “청소년의 커뮤니케이션 능력과 공감 능력이 갈등관리전략에 미치는 영향에 관한 연구”. 경희대학교 언론정보대학원 석사학위논문.
- 이승훈. (2019). “근대5종 지도자의 비언어적 커뮤니케이션이 감정반응 및 운동물입에 미치는 영향”. 경희대학교 교육대학원 석사학위논문.
- 이위성. (2020). “관광공유숙박 플랫폼의 품질요인과 소비자의 지각된 가치, 고객만족도, 지속적 사용의도의 관계성 연구 :중국 공유숙박 플랫폼 중심으로”. 강원대학교 대학원 석사학위논문.
- 이은표. (2020). “미용사의 외적이미지가 인적서비스품질, 감정반응, 고객만족도에 미치는 영향”. 서경대학교 대학원 박사학위논문.
- 이은하. (2020). “미용 서비스 산업의 미적노동이 감정반응 및 서비스 가치, 신뢰,

- 행동의도에 미치는 영향 관계”. 영산대학교 대학원 박사학위논문.
- 이재규, 조영대. (1993). 교사집단의 갈등관리방법에 관한 실증적 연구. 『인사관리 연구』, 17, 17-42.
- 이정경, 최정숙. (2003). 미용실 종사자 특성이 고객만족에 미치는 영향. 『한국미용학회지』, 9(3), 71-71.
- 이정실, 박명주. (2005). 호텔 레스토랑의 서비스 스케이프, 감정적 반응 그리고 행동의도와 의 관계. 『서비스경영학회지』, 6(2), 105-128.
- 이지현. (2013). “신입사원의 커뮤니케이션 능력이 조직유효성에 미치는 영향에서 성장욕구의 매개효과”. 중앙대학교 글로벌인적자원개발대학원 석사학위논문.
- 이해성. (2020). “호텔 식음료 서비스회복 공정성, 고객감정반응, 관계지속의도간의 영향 관계”. 청운대학교 대학원 석사학위논문.
- 이 혁. (2018). “환자-의사 커뮤니케이션에서 환자의 부정적 감정 경험 및 자기평가의 역할”. 부산대학교 대학원 석사학위논문.
- 이현식. (2015). “초등학교장의 의사소통 유형과 교사의 갈등관리 방식과의 관계”. 경인교육대학교 교육전문대학원 석사학위논문.
- 이형룡, 김영화. (2005). 외식업의 서비스실패에 대한 회복고객의 감정반응 및 구매의도에 미치는 영향. 『호텔경영학연구』, 14(2), 293-314.
- 장형준. (2015). “교회 내 교인들 간의 갈등관리전략과 커뮤니케이션 능력 간의 상관관계 연구”. 백석대학교 기독교전문대학교 박사학위논문.
- 정보라. (2018). “피부 관리실 유형 및 이용실태에 따른 서비스 품질 인식이 만족도에 미치는 영향”. 건국대학교 산업대학원 석사학위논문.
- 정보영. (2015). “호텔베이커리의 서비스품질이 고객만족도 및 추천의도에 미치는 영향”. 한성대학교 경영대학원 석사학위논문.
- 정수희. (2009). “공무원의 커뮤니케이션 능력이 갈등관리 방식과 조직일체감에 미치는 영향”. 고려대학교 교육대학원 석사학위논문.

- 정재영. (2015). “호텔레스토랑의 식공간연출이 행동의도에 미치는 영향 :고객감정반응의 매개효과를 중심으로”. 경기대학교 관광전문대학원 석사학위논문.
- 조빛나. (2019). “창업자의 커뮤니케이션능력이 창업역량과 창업성과에 미치는 영향”. 중앙대학교 산업·창업경영대학원 석사학위논문.
- 조태영, 손병환. (1993). 학교조직의 갈등과 갈등관리. 『대구효성가톨릭대학교 교육연구소 교육연구논집』, 2, 35-54.
- 조효순. (2018). “라이프스타일에 따른 피부 관리실 선택속성과 소비행동 연구”. 영산대학교 미용예술대학원 석사학위논문.
- 종서우. (2016). “피부 관리실의 서비스 품질의 부정적 불일치가 보상 만족도에 미치는 영향”. 서경대학교 대학원 박사학위논문.
- 주다영. (2019). “객실승무원의 갈등관리 유형이 직무스트레스, 직무성과, 이직의도에 미치는 영향 :국내 항공사와 외국 항공사 간의 비교 연구”. 청운대학교 대학원 석사학위논문.
- 주현식. (2002). 내부서비스품질이 컨벤션종사원의 직무만족과 참가자 만족에 미치는 영향 관계. 『관광·레저연구』, 14(1), 165-182.
- 최재민. (2016). “비합리적 소비성향이 피부 관리실 선택행동에 미치는 영향”. 건국대학교 대학원 박사학위논문.
- 최현서. (2016). “환자가 지각하는 의사의 의사소통능력 및 스타일이 환자의 라포와 신뢰에 미치는 영향에 관한 연구”. 경희대학교 언론정보대학원 석사학위논문.
- 하새미. (2016). “사회인의 커뮤니케이션 능력이 스트레스 대처와 갈등관리 방식에 미치는 영향에 관한 연구”. 경희대학교 언론정보대학원 석사학위논문.
- 한혜원. (2019). “공감(Compassion)과 조직 내 무례행위가 긍정심리자본을 통해 조직침묵에 미치는 영향 : 커뮤니케이션 능력의 조절효과”. 중앙대학교 대학원 석사학위논문.

황선민. (2016). “미용사의 전문성과 커뮤니케이션 능력이 고객만족에 미치는 영향”. 대구가톨릭대학교 대학원 석사학위논문.



2. 국외문헌

- Anderson, R. E. (1973). Consumer Dissatisfaction : The Effect of Disconfirmed Expectancy on Perceived Product Performance. *Journal of Marketing Research*, 10(6), 38.
- Bruner, G. C. (1990). Music, Mood, and Marketing. *Journal of Marketing*, 54(October), 4-104.
- Cohen, J. B. & Areni, C. S. (1991). 『Affect and Consumer Behavior, in Handbook of Consumer Behavior』. Prentice-hall. 188-240.
- Davis, J. L., Le, B., & Coy, A. E. (2011). Building a Model of Commitment to The Natural Environment to Predict Ecological Behavior and Willingness to Sacrifice. *Journal of Environmental Psychology*, 31, 257-265.
- Engel, J. F. & Blackwell, R. D. (1982). 『Consumer Behavior』. The Dryden Press. 501.
- Holbrook, M. B. & Batra, R. (1987). Assessing the Role of Emotions as Mediators of Consumer Responses to Advertising. *Journal of Consumer Research*, 14(Sep), 404-420.
- Richins, M. L. (1997). Measuring Emotions in the Consumption Experience. *Journal of European Marketing*, 39(7/8), 785-808.
- Westbrook, R. A. (1987). Product/Consumption-Based Affective responses and post purchase process. *Journal of Marketing Research*, 24(3), 258-270.

설 문 지

안녕하세요

본 설문지는 피부관리사의 커뮤니케이션 능력이 감정반응과 고객 만족도와 갈등관리 방식에 미치는 영향에 대해 알아보기 위한 것이며 본 설문은 학문적 목적 외에는 사용하지 않을 것을 약속드립니다.

한성대학교 예술 대학원 뷰티예술학과

지도교수: 권오혁

연구자: 권미애

I 다음은 귀하가 지각한 피부관리사의 커뮤니케이션 능력에 관한 질문입니다.

요인	문 항	매우 그렇지 않다	그렇지 않다	보통이다	그렇다	매우 그렇다
행동적 융통성	1 피부관리사는 상황에 대하여 어떤 행동이 최선인지 안다	①	②	③	④	⑤
	2 피부관리사는 새로운 상황에 적응을 잘한다	①	②	③	④	⑤
	3 피부관리사는 융통성이 있다	①	②	③	④	⑤
	4 피부관리사는 나의 요구사항을 잘 파악한다	①	②	③	④	⑤
	5 피부관리사는 나를 하나의 인격체로 대한다	①	②	③	④	⑤
협력/ 지지	6 피부관리사는 나의 의견에 잘 공감한다.	①	②	③	④	⑤
	7 피부관리사는 나에게 친밀하게 대한다	①	②	③	④	⑤
	8 피부관리사는 나의 말에 귀 기울여 준다	①	②	③	④	⑤
	9 피부관리사는 나에게 호감적으로 대한다	①	②	③	④	⑤
	10 피부관리사는 나의 주장을 잘 받아들여 준다	①	②	③	④	⑤
감정 이입	11 피부관리사는 나와 논쟁하지 않는다	①	②	③	④	⑤
	12 피부관리사는 나의 감정을 존중해 준다	①	②	③	④	⑤
	13 피부관리사는 내가 어떻게 느끼고 있는지 잘 안다	①	②	③	④	⑤
	14 피부관리사는 나의 입장을 잘 이해한다	①	②	③	④	⑤
	15 피부관리사는 나를 이해하고 있다고 나에게 표현한다	①	②	③	④	⑤

상호 작용 관리	16 피부관리사는 내가 말할 때 끼어들지 않는다	① ② ③ ④ ⑤
	17 피부관리사는 대화 내용을 잘 이해한다	① ② ③ ④ ⑤
	18 피부관리사와의 대화는 매끄럽다	① ② ③ ④ ⑤
	19 피부관리사는 나와서 대화에 관심을 기울여 준다	① ② ③ ④ ⑤
	20 피부관리사는 효과적으로 말한다	① ② ③ ④ ⑤
사회적 긴장 완화	21 피부관리사는 새로운 사람과 이야기하는 것을 즐긴다	① ② ③ ④ ⑤
	22 피부관리사는 다소 권위가 높은 사람과의 대화도 꺼리지 않는다	① ② ③ ④ ⑤
	23 피부관리사는 감탄사, 제스처를 잘 사용한다	① ② ③ ④ ⑤
	24 피부관리사는 편안하게 이야기한다	① ② ③ ④ ⑤
	25 피부관리사와 대화하면 마음의 벽이 낮아진다	① ② ③ ④ ⑤



Ⅱ 다음은 귀하의 **감정반응**에 관한 질문입니다.

요인	문 항	매우 그렇다 그렇지 않다	보통이다	매우 그렇지 않다
공정적 반응	1 피부 관리실을 이용하면서 호기심이 유발됨을 느꼈다	①	②	③ ④ ⑤
	2 피부 관리실을 이용하면서 마음이 들뜸을 느꼈다	①	②	③ ④ ⑤
	3 피부 관리실을 이용하면서 믿음을 느꼈다	①	②	③ ④ ⑤
	4 피부 관리실을 이용하면서 편안함을 느꼈다.	①	②	③ ④ ⑤
	5 피부 관리실을 이용하면서 흐뭇함을 느꼈다.	①	②	③ ④ ⑤
부정적 반응	6 피부 관리실을 이용하면서 실망스러움을 느꼈다	①	②	③ ④ ⑤
	7 피부 관리실을 이용하면서 불쾌감을 느꼈다	①	②	③ ④ ⑤
	8 피부 관리실을 이용하면서 후회감을 느꼈다	①	②	③ ④ ⑤
	9 피부 관리실을 이용하면서 화가 났다	①	②	③ ④ ⑤
	10 피부 관리실을 이용하면서 짜증스러움을 느꼈다	①	②	③ ④ ⑤

Ⅲ 다음은 귀하의 갈등관리 방식에 관한 질문입니다.

요인	문항	매우 그렇지 않다	그렇지 않다	보통이다	그렇다	매우 그렇다
통합방식	1 갈등의 진정한 문제점을 찾는다	①	②	③	④	⑤
	2 갈등의 문제해결책을 상대방과 함께 찾아본다	①	②	③	④	⑤
	3 최선의 해결책을 찾기 위해 의견을 교환하려고 노력한다	①	②	③	④	⑤
	4 갈등을 일으킨 문제를 잘 이해하기 위해 함께 노력한다	①	②	③	④	⑤
	5 서로 수용 가능한 결정을 위해 상대와 협의한다	①	②	③	④	⑤
회피방식	6 갈등을 숨겨 상대방과 사이가 나빠지는걸 방지한다	①	②	③	④	⑤
	7 상대방과 의견 차이가 있으면 가급적 간섭하지 않는다	①	②	③	④	⑤
	8 상대방의 의견에 반하는 의견을 가급적 내지 않는다	①	②	③	④	⑤
	9 상대방과 의견 차이가 있을 시 가급적 덮어둔다	①	②	③	④	⑤
	10 상대방과의 불쾌한 관계를 피하려고 노력한다	①	②	③	④	⑤
지배방식	11 갈등에 대하여 내 해결책을 주장한다	①	②	③	④	⑤
	12 내 의견이 수용되도록 다소 강하게 어필한다	①	②	③	④	⑤
	13 나의 권위를 이용해 내가 원하는 방향으로 이끈다	①	②	③	④	⑤
	14 내 의견의 장점을 알려주기 위해 상대방과 논쟁한다	①	②	③	④	⑤
	15 나의 전문성을 활용해 내가 원하는 결정이 이루어지게 한다	①	②	③	④	⑤
양보방식	16 상대방이 원하는 것을 만족시키려고 노력한다	①	②	③	④	⑤
	17 대체로 상대방이 원하는 것을 받아들인다	①	②	③	④	⑤
	18 대체로 상대방이 하자는 대로 한다	①	②	③	④	⑤

	19 대체로 친구에게 양보한다	① ② ③ ④ ⑤
	20 대체로 상대방의 제안에 따른다	① ② ③ ④ ⑤
	21 무언가를 얻기 위해선 나의 무언가를 내어준다	① ② ③ ④ ⑤
타 협 방 식	22 갈등을 해결하기 위해 한쪽으로 치우치지 않으려 노력한다	① ② ③ ④ ⑤
	23 갈등 상황에서 다 얻을 수는 없으므로 몇 개는 잃어준다	① ② ③ ④ ⑤
	24 상대와 의견 차이를 좁혀 타협하여 애쓴다	① ② ③ ④ ⑤
	25 협상하여 타협에 이르도록 한다	① ② ③ ④ ⑤



IV 다음은 귀하의 **고객만족도**에 관한 질문입니다.

요인	문 항	매우 그렇지 않다 그렇지 않다 보통이다 그렇다 매우 그렇다
만족도	1 피부샵에 입점해서 퇴점까지 모든 과정에 만족한다	① ② ③ ④ ⑤
	2 피부샵에서 받은 시술 결과에 만족한다	① ② ③ ④ ⑤
	3 피부샵에 지불한 비용에 대해 만족한다	① ② ③ ④ ⑤
	4 피부샵에서 받은 서비스에 만족한다	① ② ③ ④ ⑤
	5 이 피부샵을 선택한 것에 만족한다	① ② ③ ④ ⑤
구전 의도	6 블로그나 SNS에 이용한 피부샵에 대해 좋게 글을 쓸 것이다	① ② ③ ④ ⑤
	7 가족들에게 이 피부샵을 추천할 것이다	① ② ③ ④ ⑤
	8 주변에 이 피부샵을 홍보할 생각이 있다	① ② ③ ④ ⑤
	9 지인들에게 이 피부샵을 추천할 것이다	① ② ③ ④ ⑤
	10 피부샵을 찾는 사람이 있으면 이곳을 추천해줄 것이다	① ② ③ ④ ⑤
재방문 의도	11 서비스 가격이 올라도 이 피부샵을 이용할 것이다	① ② ③ ④ ⑤
	12 피부샵이 다른 곳으로 이전해도 찾아가서 방문할 것이다	① ② ③ ④ ⑤
	13 지속적으로 이 피부샵을 방문할 것이다	① ② ③ ④ ⑤
	14 근처에 다른 피부샵이 생겨도 여기로 재방문할 것이다	① ② ③ ④ ⑤
	15 갔을 때 피부샵이 휴무면 다른 날 다시 방문하겠다	① ② ③ ④ ⑤

V 인구통계학적 특성에 관한 질문입니다. 해당란에 ✓표시 해 주시기 바랍니다.

1 귀하의 **성별**은 어떻게 되십니까?

- ① 남자 ② 여자

2 귀하의 **연령**은 어떻게 되십니까?

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

3 귀하의 **최종학력**은 어떻게 되십니까?

- ① 고졸 이하 ② 전문대 재학/졸업
③ 대학교 재학/졸업 ④ 대학원 이상

4 귀하의 **월평균 소득**은 어떻게 되십니까?

- ① 200만 원 미만 ② 200만 원 이상~400만 원 미만
③ 400만 원 이상~600만 원 미만 ④ 600만 원 이상

5 귀하의 **결혼 상태**는 어떻게 되십니까?

- ① 미혼 ② 기혼 ③ 기타(이혼, 사별, 별거 등)

6 귀하의 **직업**은 어떻게 되십니까?

- ① 사무직 ② 영업직 ③ 전문직 ④ 자영업
⑤ 학생 ⑥ 서비스직 ⑦ 공무원/교직원 ⑧ 주부 ⑨ 무직

Ⅵ 피부 관리에 대한 인식에 관한 질문입니다 해당란에 **✓표시** 해 주시기 바랍니다.

1. 귀하께서 주로 이용하는 **피부 관리실의 종류**는 무엇입니까?

- ① 프랜차이즈 피부 관리실 ② 일반 피부 관리실
③ 메디컬 피부 관리실(병원부속 관리실 포함)

2. 피부 관리실을 이용하는 **주요 목적**은 무엇입니까?

- ① 피부 관리 ② 체형 관리
③ 통증 관리 ④ 스트레스 해소 및 여가를 즐기기 위해

3. 피부 관리실 선택 시 **가장 많이 고려하는 점**은 무엇입니까?

- ① 지인 추천 ② SNS 후기 ③ 가격/프로그램
④ 시설/청결 ⑤ 교통 및 위치

4. 귀하는 관리실을 이용할 때 **누구와 함께** 이용하십니까?

- ① 혼자 ② 동성 친구 ③ 이성 친구
④ 가족 ⑤ 비즈니스 파트너

5. 피부 관리실을 **2달에 몇 번 정도** 이용하십니까?

- ① 1~2회 ② 3~5회 ③ 6~9회
④ 10회 이상 ⑤ 주기적으로 이용하지 않음

6. 피부 관리실을 **이용한 기간**은 얼마나 되셨습니까?

- ① 1년 미만 ② 1년 이상~2년 미만
③ 2년 이상~3년 미만 ④ 3년 이상~4년 미만
⑤ 4년 이상

7. 피부 관리실을 이용할 때 **1회 평균 지출비용**은 얼마 정도입니까?

- ① 3만 원 미만 ② 3만 원 이상~5만 원 미만
③ 5만 원 이상~10만 원 미만 ④ 10만 원 이상~20만 원 미만
⑤ 20만 원 이상

8. 피부 관리실을 방문하여 **피부 관리**를 받는 시간은 1회 평균 어느 정도입니까?

- ① 30분 미만 ② 30분 이상~1시간 미만
③ 1시간 이상~2시간 미만 ④ 2시간 이상~3시간 미만
⑤ 3시간 이상

9. 피부 관리실 이용을 위한 **정보 경로**는 무엇입니까?

- ① 간판 ② 전단지 ③ 인터넷
④ 지인의 권유 및 추천 ⑤ TV광고 및 라디오 광고

ABSTRACT

A Study on the Effect of Communication Skill of Skin Care Esthetician on Emotional Response, Customer Satisfaction and Conflict Management Method

Kwon, Mi-Ae

Major in Hair Design

Dept. of Beauty Art & Design

Graduate School of Arts

Hansung University

The study aims to suggest improvements to foster the communication skills of skin care estheticians and ultimately to positively induce emotional responses, satisfactions and conflict management methods of the customers using skin care shops, by examining the effect of the communication skills of skin care estheticians on the customers' emotional responses, satisfactions, and conflict management methods.

An empirical survey was conducted on ordinary people living in Seoul and Gyeonggi-do, and after pilot and main studies, the data of the final 324 copies were analyzed by the SPSS 24.0 program.

The summary of the results is as follows.

First, it was found that it has higher proportion in the subjects who

are married women aged 50 or older with academic background of junior college or higher and earning between 2 million won and less than 4 million won per month on average.

Second, it showed that the subjects have skin care 3 to 5 times every two months on average at skin care shops and spend an average of more than 30,000 won to less than 50,000 won. And it was found that they have treatment for more than 1 hour to less than 2 hours on average and value the price and massage programs.

Third, as the results of examining the dimensions of communication skill, emotional response, customer satisfaction, and conflict management method; the emotional response is from two factors of negative and positive responses, the customer satisfaction is from three factors of satisfaction, revisiting intention, and word-of-mouth intention, and the conflict management is from five factors of the methods of integration, avoidance, governance, concession, and compromise.

Fourth, the verification of hypothesis 1 showed that communication skill partly has negative(-) effect in the negative response, and all factors has positive(+) effects in the positive response.

Fifth, the verification of Hypothesis 2 shows that the communication skill has a positive(+) effect on all factors in the customer satisfaction.

Sixth, the verification of Hypothesis 3 showed that communication skill has positive(+) effect on all factors in the integration method, and communication ability does not affect the avoidance method. And it showed that communication skill has a partial negative(-) effect on the governance method, and has a partial positive(-) effect on the concession and compromise methods

The following are the conclusions and improvement suggestions according to the results of the study.

It was found that communication skill is related to emotional response, customer satisfaction, and conflict management methods, and it is considered that the improving communication skill of skin care esthetician can bring out customer's emotional response, customer satisfaction, and conflict management method to the positive(+) direction.

Therefore, it suggests the following measures to improve communication skill.

First, it is considered to be prepared the time and sharing methods to discuss what the customer would want in all situations with the customer in order to improve behavioral flexibility in the communication skills.

Second, it is considered that it need an opportunity to learn what factors of behavior, way of talking, and gesture, which skin care esthetician takes, can release the tension with the customer, in order to improve the skill of releasing social tension in the communication skills.

Third, one should aim to understand the customer's feelings first than one's own in order to develop empathy, and it is considered that one should keep in mind that all dialogue can be developed into an argument, and basically, it needs to reflect the conversation does not go against etiquette, such as cutting off or not listening during the conversation.

【Keywords】 Skin Care Esthetician, Communication Skill, Emotional Response, Customer Satisfaction, Conflict Management Method