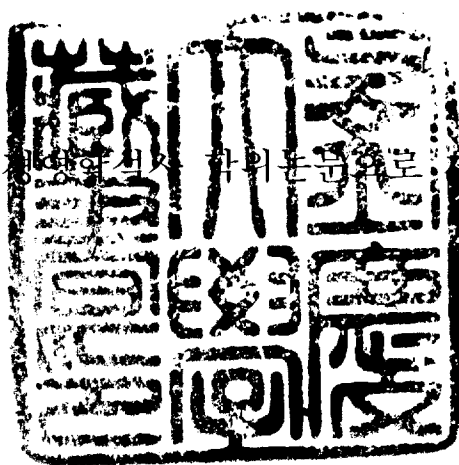


경영학석사 학위논문

뷰티싸롱 경영자 유형별 종사원의 직무만족 차이에 관한 연구

지도교수 류 태 모

이 논문을 경영학석사 학위논문으로 제출함



2005년 2월

부경대학교 경영대학원

경영학과(경영학전공)

한 홍 경

한홍경의 경영학석사 학위논문을 인준함

2004년 12월 일

주 심 경영학박사 윤 영 삼



위 원 경영학박사 홍 재 범



위 원 경영학박사 류 태 모



= 목 차 =

제 I 장 서론	1
제1절 문제의 제기 및 연구의 목적	1
제2절 연구의 방법 및 범위	2
제 II 장 이론적 배경	4
제 1 절 뷰티싸롱의 개념과 현황	4
1. 뷰티싸롱의 개념	4
2. 뷰티싸롱의 현황	5
제 2 절 뷰티싸롱 경영자의 유형	10
1. 미용실무형 경영자	10
2. 투자관리형 경영자	11
3. 실무/관리복합형 경영자	11
제 3 절 뷰티싸롱 종사원의 직무만족	12
1. 직무만족의 개념	12
2. 직무만족의 중요성	13
3. 직무만족의 제이론	15
1) 동기부여이론	15
2) 내용이론	16
3) 과정이론	23
제 4 절 뷰티싸롱 종사원의 역할	26

제 III 장 조사 설계 -----	29
제 1 절 연구모형 및 가설의 설정 -----	29
1. 연구의 모형 -----	29
2. 가설의 설정 -----	30
1) 연구가설 -----	30
2) 변수의 조작적정의 -----	31
(1) 교육요인 -----	31
(2) 보상요인 -----	31
(3) 경영자요인 -----	31
(4) 고객요인 -----	32
(5) 환경요인 -----	32
제 2 절 조사 설계 -----	33
1. 연구대상과 조사방법 -----	33
2. 설문지 구성 -----	33
제 IV 장 실증연구 -----	35
제 1 절 연구대상의 일반적 특성 -----	35
제 2 절 신뢰성 및 타당성 검증 -----	37
제 3 절 가설 검증 -----	38

제 V 장	결론 및 제언	44
제 1 절	요약 및 결론	44
제 2 절	연구의 한계점 및 향후 연구과제	46
〈부록 I〉	설문지	47
참고문헌		51

= 표 목차 =

〈표2-1〉 전국 뷰티싸롱 및 종사원 현황-----	7
〈표2-2〉 각 시·도별 뷰티싸롱 현황 -----	8
〈표2-3〉 각 시·도별 뷰티싸롱 종사원 현황 -----	9
〈표2-4〉 수준요인의 분류 -----	21
〈표3-1〉 연구모형 -----	29
〈표3-2〉 설문지 구성 -----	34
〈표4-1〉 연구대상의 일반적 특성 -----	36
〈표4-2〉 변수에 대한 신뢰성 및 타당성 -----	37
〈표4-3〉 가설1의 검증결과 -----	38
〈표4-4〉 가설2의 검증결과 -----	39
〈표4-5〉 가설3의 검증결과 -----	40
〈표4-6〉 가설4의 검증결과 -----	41
〈표4-7〉 가설5의 검증결과 -----	42
〈표4-8〉 가설의 채택여부 -----	43

= 그림 목차 =

〈그림2-1〉 매슬로우의 욕구5단계 -----	17
---------------------------	----

뷰티싸롱 경영자 유형별 종사원의 직무만족 차이에 관한 연구

한 홍 경

부경대학교 경영대학원

경영학과 경영학전공

요 약 문

1990년 이후 우리나라 미용산업은 전문화, 세분화, 대형화, 고급화로 인하여 미용기업간의 과다경쟁을 불러오게 되었다. 그리고 뷰티싸롱 유형이 전통 고유 형태인 일반 미용실과 유명 미용인을 중심으로 한 프랜차이즈 미용실이 등장 두 가지 형태로 양분되었으며, 그로 인한 경영자의 유형 또한 다양한 형태로 변하게 되었다.

이에 본 연구의 목적은 첫째, 다양한 경영자의 유형을 미용실무형 경영자, 투자관리형 경영자, 실무/관리복합형 경영자로 분류 정의해 보고 뷰티싸롱에 근무하는 종사원들의 직무만족에 대한 차이를 알아보고자 한다. 둘째, 경영자들에게는 향후 종사원관리에 있어 시사점을 제시하고 종사원들에게는 직무만족을 통한 삶의 질 향상에 기여하고자 한다.

이를 위하여 선행연구에서 제시된 여러 요인들에 근거하여 부산광역시, 울산광역시, 경남일원의 뷰티싸롱 경영자 유형별, 지역 등을 고려하여 설문을 실시하였다. 조사기간은 2004년 8월 2일부터 8월 31일까지 실시하였으며 본 연구자가 뷰티싸롱을 직접 방문하여 배포 회수하는 방법을 채택하였다.

총 200부의 설문지를 배포하여 134부를 회수하였으나 부적절한

답변을 제외한 121부가 최종적인 분석 자료로 채택 실증분석을 실시하였으며, 다섯 가지의 가설을 설정하여 검증한 결과를 요약하면 다음과 같다.

첫째, 경영자 유형별 종사원의 교육요인에 대한 직무만족의 차이에 관한 검증결과 유의한 차이가 있는 것으로 확인되었으며, 단계별 재교육 항목에서 가장 큰 차이가 있는 것으로 나타났다. 경영자 유형별로는 실무/관리복합형 경영자, 미용실무형 경영자, 투자관리형 경영자 순으로 나타났다. 이는 실무/관리 복합형 경영자가 종사원들에 대한 교육부문에 많은 지원을 하고 있음을 알 수 있다.

둘째, 경영자 유형별 보상요인에 대한 직무만족의 차이에 관한 검증결과 유의한 차이가 있는 것으로 확인되었다. 특히 퇴직금 제도 항목에서 가장 큰 차이가 있는 것으로 나타났으며, 경영자 유형별로는 실무/관리 복합형 경영자, 미용실무형 경영자, 투자관리형 경영자 순으로 나타났다. 이는 퇴직금제도의 도입을 통해 장기근속을 유도하고 고용을 안정시킴으로써 뷰티싸롱의 발전도 도모할 수 있을 것이다.

셋째, 경영자 유형별 경영자 요인에 대한 직무만족의 차이에 관한 검증결과 유의한 차이가 있는 것으로 확인되었으며, 운영방침과 정책 항목에서 큰 차이가 있는 것으로 나타났다. 그리고 경영자 유형별로는 실무/관리복합형 경영자, 투자관리형 경영자, 미용실무형 경영자 순으로 나타났다. 이를 보면 우리 뷰티싸롱 경영자들이 종사원들에 대한 비전제시 등 정책적인 면에서 타 업종에서의 벤치마킹이 절실히 요구된다고 할 수 있다.

넷째, 경영자 유형별 고객요인에 대한 직무만족의 차이에 관한 검증결과 유의한 차이가 있는 것으로 확인되었다. 특히 개인 심부름, 미용인 경시풍조 등의 항목에서 유의한 차이가 있는 것으로 나타났다. 그리고 경영자 유형별로는 투자관리형 경영자, 실무/관리복합형 경영자, 미용실무형 경영자 순으로 나타났다. 많이 나아지긴

했지만 아직도 우리주변에는 미용인을 쉽게 대하는 경우가 있는 것으로 판단되며, 개선책으로는 기존의 미용인들이 상호 존중과 자기관리에 솔선수범하는 자세를 보여야 하겠다.

다섯째, 경영자 유형별 환경요인에 대한 직무만족의 차이에 관한 검증결과 유의한 차이가 없는 것으로 확인되었다. 이는 현재의 뷰티싸롱 경영자들은 종사원들이 뷰티싸롱에 적응하고 정착할 수 있도록 환경적인 요인에서는 많은 배려를 하고 있는 것으로 판단되나, 향후 다방면에서의 지원과 배려가 있어야 할 것으로 생각된다.

이와 같은 결론을 놓고 볼 때, 앞으로 뷰티싸롱 경영자들은 종사원들의 관리에 있어서 첫째, 단계별 재교육, 둘째, 퇴직금제도, 셋째, 뷰티싸롱의 운영방침과 정책, 넷째, 종사원들에 대한 상호 존중하는 자세 등에 더 많은 관심과 열린 마음으로 수용하는 경영자의 역할이 기대된다. 경영자들은 종사원들의 직무만족요인에 대한 직무만족의 차이를 정확하게 파악하여 조직을 효율적으로 관리함으로써 종사원 직무만족을 통한 고객만족을 통해 뷰티싸롱의 목표를 달성하고 종사원들의 삶의 질 향상에 기여하기를 기대한다.

A study on the Difference of Employee's job Satisfaction by Manager's Types in Beauty Saloon

Han Hong Kyong

*Department of Business Administration
Graduate School of Business Administration
Pukyong National University*

Abstract

After 1990, Korea's beauty industry brought excessive competition among beauty companies due to trends towards specialization, fractionation, expansion in size, and increase in quality. Beauty salons divided into two general trends, one centered around beauty salon franchises backed mainly by famous beauticians, and the other general, traditional beauty salons. Due to this division, the place of manager changed into various types.

The various managers were divided and defined as beauty & business manager types; investment & management manager types; and combined business/management manager types, and the differences in employee satisfaction who work in beauty salons was found

I am to make suggestions on the management of employees for future managers, and to the employees, I am to contribute to the improvement in quality of life through task satisfaction. For this purpose, I passed out surveys on the types of beauty managers in various regions in Pusan metropolitan city, Ulsan metropolitan city, and South Kyungsang province. The surveys were based on the many factors that were suggested in previous studies. The period

of the investigation was from August 2, 2004 to August 31, 2004 and I chose the method of visiting beauty salons first hand and distributing and collecting surveys.

I distributed 200 survey sheets and collected 134 of them. Excluding those with inappropriate answers, and practicing practical analysis, 121 papers were chosen as the final analysis data. I established five hypotheses and verified the results and summarized them as follows.

First, verification on the differences in task satisfaction depending on the educational factor of the employee and the type of the manager was confirmed as having a significant impact, and it was shown that the re-education item according to stages had the biggest difference.

According to the type of the manager, the biggest differences was shown to be in the order of combined business/management manager type; beauty & business manager type; and investment & management manager type. By this, we can know that the combined business/management manager type has been extremely supportive in the education of the employees.

Second, the test on differences in task satisfaction due to the compensation factor according to the type of the manager confirmed that there are significant differences, especially when it concerns retirement pensions, where it was shown to have the biggest difference. According to the type of the manager, the biggest differences wereshown in the order of combined business/management manager type; beauty & business manager type; and investment & management manager type. This helps the continuous development of the beauty salon by inducing long-term service and by stabilizing employment through the introduction of pension and retirement plans.

Third, the test on the differences of task satisfaction of the manager factor according to the type of the manager confirmed the existence of significant differences, and it was shown to have a big difference in the operation methods and policies,

and according to the type of the manager, it was shown in order of combined

business/management manager type; investment & management manager type; and beauty & business manager type. As seen, among the managers of beauty salons, benchmarking as policies as seen in other types of businesses, such as the suggestion of vision of the employees, is needed keenly.

Fourth, as a result of the test of the differences in task satisfaction of the customer factor according to the type of the manager, it was confirmed to have significant differences. Especially, in the item of personal errands, negligence trend of beautician, and it was shown to have significant differences, and according to the type of manager, it was shown in the investment & management manager type and business/management mixed manager type, in order. Although the conditions are better, there have been cases where beauticians are treated negligently, and for the improvement of such conditions, the existing beauticians must show mutual respect and set an example in managing themselves.

Fifth, tests on the differences in task satisfaction due to the environment factors according to the type of the manager was confirmed as having no significant impacts. The author interprets this result as that the beauty managers of now are much more considerate of their employees to adjust and settle into their work in beauty salons, and that there must be support and consideration in various ways.

As we can see from results like these, the managers of beauty salons in the future are expected to have the role of a manager that is interested in, and accepts the following with an open mind: first, continued education according to stages; second, the institution of pension and retirement plans; third, the operation methods and policy of the beauty salons; and fourth, mutual respect toward employees. It is expected that the managers, in order to achieve the goals of a beauty salon through customer satisfaction, and to contribute to the improvement in the quality of life of the employees by the customer satisfaction through the task satisfaction of the employees must manage the organization efficiently while accurately grasping the differences of task satisfaction factors of the employees.

제 I 장 서 론

제1절 문제 제기 및 연구의 목적

우리나라 미용산업은 헤어, 피부관리, 네일, 메이크업 등 토탈 미용에서 1990년대 이후 전문화, 세분화, 대형화, 고급화 되어가면서 업체간의 과다경쟁을 불러오게 되었다. 세계의 유명미용브랜드들이 국내에 진출, 성업 중에 있는가 하면 대외개방의 물결을 타고 급속 확산될 조짐을 보임으로써 국내 미용기업은 외국의 유명 미용기업과의 무한경쟁을 해야 하는 어려움과 국내경기 불황으로 인한 미용산업 경기의 침체는 미용요금 인하라고 하는 또 하나의 난제를 안게 되었다.

이런 급변하는 미용 산업의 환경 속에서 뷰티싸롱의 생존과 성장발전을 위해서는 보다 더 체계적이고 합리적이며 과학적인 뷰티싸롱 경영으로 다양한 고객의 욕구에 부응할 수 있는 경영자의 역할이 중요시된다. 그리고 종사원들의 직무만족 또한 조직의 목표를 효율적으로 달성함과 아울러 고객만족을 통한 고객의 재 방문의도에 큰 영향을 미칠 것이다.

1990년대 중반이후 미용서비스산업의 기술격차 감소와 미용업소 차별화에 대한 관심의 증가로 미용서비스산업의 직무요인이 직무만족에 중요한 영향을 미치는 것으로 나타났다. 미용 산업과 관련하여 두드러진 특징은 뷰티싸롱 종사원의 다양한 욕구, 변화와 더불어 고학력화, 계열화, 규모화 됨에 따라 필연적으로 인적자원이 중요시되며 이를 조직화할 필요성이 점점 증대되고 있다. 특히 뷰티싸롱 조직의 규모가 시내는 물론 변두리까지 확대되고 있으며 이러한 추세는 앞으로 더 가속화될 것으로 전망 된다¹⁾

1) 윤수용 : 뷰티싸롱 종사자의 직무 특성요인과 성과에 관한 연구(2001)

이러한 추세임에도 불구하고 뷰티싸롱 종사원의 직무에 관한 연구는 미미한 실정이며 미용관련 대학과 미용기업들의 적극적인 연구와 관심이 있어 할 것으로 본다. 이러한 측면에서 볼 때, 뷰티싸롱 종사원의 직무만족에 영향을 미칠 수 있는 직무만족요인들을 연구 분석 하는 일은 매우 의미가 있다고 할 수 있다.

이는 종사원들에 대한 직무만족요인을 면밀히 검토 분석하여 종사원들의 직무 활동에 대한 동기를 부여함으로서 뷰티싸롱 조직의 목표달성을 유효하게 할 뿐만 아니라 미용산업의 급격한 환경변화에도 능동적으로 대응케 함으로써 뷰티싸롱의 경영자 에게도 매우 유용한 관리 수단이 될 수 있을 것이다. 그러므로 뷰티싸롱 종사원의 경영자 유형별 직무만족요인에 대한 직무만족의 차이를 알아보고자하며 이러한 목적을 달성하기 위하여 다음과 같은 분석을 실시하였다. 첫째, 뷰티싸롱의 전문화, 대형화로 인한 다양한 형태의 경영자 유형을 분류해보고, 둘째, 각각의 싸롱에 종사하는 종사원들의 직무만족에 영향을 줄 수 있는 직무만족요인들을 철저히 연구 분석하고, 셋째 뷰티싸롱 경영자 유형별 종사원의 직무만족에 대한 차이를 알아보고자 한다. 이러한 연구는 직원들의 직무활동에 필요한동기를 부여함과 아울러 불확실한 미용산업 환경의 변화에 능동적으로 대처하여 경영자의 합리적이고 효율적인 종사원관리를 통해 기업의 목표달성에 기여하고 뷰티싸롱 종사원들의 삶의 질 향상에 도움을 주고자 한다.

제2절 연구의 방법 및 범위

연구목적을 달성하기 위하여 본 연구에서 채택한 연구방법은 다음과 같다. 첫째, 문헌적 연구방법을 통해 직무만족의 개념, 직무만족의 중요성, 직무만족의 제이론, 직무만족의 영향요인에 대한 이론적 고찰과 함께 국내외 선행연구를 검토하고자 한다.

둘째, 실증적 연구방법에서는 2004년 8월 2일부터 8월 31일까지 실시하였으며 본 연구자가 뷰티싸롱을 직접 방문하여 배포, 회수하는 방법을 채택하였다. 총 200부의 설문지를 배포하여 134부를 회수하였으나 부적절한 13부를 제외한 121부가 최종적인 분석자료로 채택되었다. 부산광역시, 울산광역시, 경상남도 일원의 뷰티싸롱 종사원을 대상으로 설문조사를 실시하여 얻어진 자료를 기술통계, 요인분석, 신뢰성분석 및 가설검증을 위해 분산분석(ANOVA)을 사용하고자 하며 그 통계자료는 SPSS 10.0 통계 패키지를 사용하여 분석을 실시하고자 한다.

그리고 연구목적을 달성하기 위하여 문헌연구의 범위는 직무만족에 관한 선행연구를 통해 기존연구의 흐름과 개념을 살펴보고 이를 토대로 가설을 도출하고 가설검증을 실시하여 결과 및 시사점을 결론에 제시하고자 한다.

제 II 장 이론적 배경

제1절 뷰티싸롱의 개념과 현황

1. 뷰티싸롱의 개념

미용이란 복식 이외의 여러 가지 방법으로 용모에 물리적, 화학적 기교를 행하는 것으로 공중위생관리법 제2조(정의)에 보면 “미용업이란 손님의 얼굴, 머리, 피부 등을 손질하여 손님의 외모를 아름답게 꾸미는 영업”이라고 정의하고 있다. 시행규칙 제14조2에 미용사의 업무범위를 파악, 머리카락 자르기, 머리카락모양내기, 머리피부손질, 머리카락염색, 머리감기, 손톱손질 및 화장, 피부미용(의료기구나 의약품을 사용하지 아니한 순수한 피부미용), 얼굴손질 및 화장이라고 규정하고 있다.

머리뿐만 아니라 얼굴화장, 손톱관리, 피부미용 등 손님의 외모를 아름답게 가꾸는 영업은 모두 미용이 되는 것으로서 법률상으로는 미용업의 범주를 벗어나서 피부 미용업 이라든지 메이크업영업 등으로 영업의 종류를 나눌 수 없도록 되어있다. 또한 미용사만이 미용업무를 할 수 있도록 규정하고 있으므로 피부미용을 피부미용사가 한다든지 메이크업을 메이크업미용사가 한다는 것이 아니라 오직 미용사만이 미용업무를 할 수 있도록 하여 미용사의 지위를 명확히 확보해 놓고 있는 것이다.

우리나라에서 미용업이란 용어는 미장원, 미용실, 등으로 지칭되어 왔는데 최근 들어 미용업에서 산업이란 용어로 바뀌고 있다. 이는 미용업의 경영측면에서 체계화되고 규모측면에서 확대되고 있음을 의미한다고 할 수 있다. 몇 년 전 까지만 해도 미용기술습

득의 길은 순서나 체계가 있는 것이 아니라 단순히 보고 익히는 것이었다. 하지만 현대의 미용은 그 기술에 과학성을 받아들이지 않으면 안 될 정도로 다양화되었다.

여기에 이론적 계기가 갖추어져서 기술의 근대성이 확립되어지기까지에 이르렀다.

미용은 그림, 조각, 조경 등과 같은 조형예술에 속하지만 응용예술과 보건학적 측면에서 다루어지고 있으며 그 특징을 살펴보면

첫째, 미용 기술 시 우선적으로 고객의 의사를 존중해야하며 미용인의 감성이 극히 제한된다. 둘째, 소재가 신체의 일부이므로 자유롭게 선택할 수 없으며 새로운 것으로 바꿀 수도 없다. 셋째, 미용은 비교적 짧은 시간 내에 작품을 완성하여야 하며 고객의 여러 가지 상황(모발진단, 연령, 피부타입, 직업, 계절, 취향, 장소 등)에 맞추어 디자인하여야 한다. 넷째, 단지 고객의 아름다움만을 추구하는 것이 아니라 모발과 피부의 건강을 고려해야 한다²⁾.

2. 뷰티싸롱의 현황

1) 뷰티싸롱의 역사와 현황

우리나라 여성들이 신 문명에 의한 미용에 눈을 뜨게 된 것은 한일합방 이후부터로 일본이나 중국 등 외국각지를 순방하거나 공부를 하고 돌아온 新女性 등에 의해서 급진적인 발전이 이루어졌다. 이와 같은 신여성의 화장과 옷차림은 기생 및 접대부들에게 먼저 유행되었고 일부 신여성의 자유연애 예찬론 등으로 인해서 일반 여성들에게는 반발과 기피의 대상이 되었다. 신여성과 자신을 구분 짓기 위하여 화장의 색조가 종전보다 더욱 열어지게 됨에 따라 전통적인 농장(農粧: 짙은 화장)이 없어지게 되었다.

2) 대한미용사회 중앙회 2004 위생교육교재

우리나라에서 뷰티싸롱이 처음 생긴 곳은 1920년(대정9년) 7월28일자 동아일보 광고란에 경성미용원이라는 뷰티싸롱 선전문이 나오는데 이것이 처음이다. 그 후 이숙종(李淑種)여사의 높은 머리(일명 다까머리)와 김활란(金活蘭)여사의 단발머리가 우리나라 여성들의 머리형에 혁신적인 변화를 일으켜 일대 선풍을 일으켰고, 서기 1933년 3월 초순경에는 한때 일본에서 영화배우까지 했던 오엽주(吳葉舟)여사가 일본에서 미용연구를 하고 돌아와 서울 종로에 있는 화신백화점 내에 화신 뷰티싸롱을 개설함으로써 머리형의 개화와 변혁을 가져왔다.

일본인들이 건너와서 다나카(田中) 미용학교를 설립하여 많은 한국인들 미용사를 배출해 냈다. 해방 후 김상진 선생이 현대미용학원을 설립했다. 6.25사변이후 미용사들의 양성이 절실해지자 국내에서 고등교육을 마치고 일본 데루미(熙見)미용학교를 졸업한 권정희(權貞姬) 선생께서 우리나라 최초로 정화고등기술학교를 설립해서 사범과 2년제까지 두었으며 이어 오엽주 선생으로부터 오랜 기간 사사 받던 임형선(任亨善) 선생께서 예림 고등기술학교(藝林高等技術學敎)를 설립해 오늘에 이르렀다.

6.25사변이후로 급진적인 발전을 거듭해 옴으로서 외국에 나가서 연구하는 미용인도 늘게 되었다. 이와 함께 외국의 최신 미용기구와 함께 기법 등도 도입되어 미용의 큰 혁신 기를 이룩하였으며³⁾ 1991년 동주대학에 피부미용과 개설로 미용계에 새로운 전기를 마련하게 되었고 1996년 부산 대동대학이 피부미용과를 개설 최초로 남·여 학생을 모집함으로써 남자미용인의 위상을 높이는데 크게 기여하였다.

이후 부산여자대학, 춘해대학, 양산대학, 부산정보대학, 동부산대학, 경남정보대학, 동명대학, 부산예술대학, 동의공업대학, 부산경상

3) 종합미용이론 : 유신문화사(2004)

대학 등에 피부미용 관련 학과를 개설(2005년 입시기준)하여 미용인의 질적 향상과 미용전문화에 기여한바 크다고 할 수 있으며 향후 미용 산업의 발전에 한 몫을 담당할 것으로 기대된다.

2) 뷰티싸롱의 일반적 현황

전국 각 시·도별 뷰티싸롱 현황과 종사원현황을 살펴보면 외환위기 이후 실직자 및 그 가족들의 고용보험, 고용촉진제도 등을 통한 정부의 기술교육 지원정책의 영향으로 싸롱수 증가에 비해 종사원수의 증가율이 높게 나타났다. 2000년에는 둔화추세를 보였으나 2001년에는 경기 침체의 영향으로 유례없는 감소세였고 2002년부터는 다시 증가하고 있다. 매년 뷰티싸롱 수의 증가에 비해 종사원수의 증가율이 높게 나타나는 것은 뷰티싸롱의 대형화로 인한 현상으로 볼 수 있으며 전국 각 시·도별 뷰티싸롱 및 종사원현황은 표 <표2-1> 과 같다.

<표2-1> 전국 뷰티싸롱 및 종사원 현황

시 점	뷰티싸롱수	증감률 (%)	종사원수	증감률 (%)
	개 소		명	
1998	72,047		105,250	
1999	74,472	3.327	113,684	8.013
2000	75,939	1.969	120,291	5.811
2001	75,660	0.367	121,155	0.718
2002	77,546	2.492	128,773	6.287

자료원 : 부산광역시 2003년 사업체 기초통계조사 보고서

전국의 뷰티싸롱은 1998년 까지는 전국적으로 매년 증가하다 1999년

인천광역시와 울산광역시가 다소 감소하였으며 2000년 들어 광주광역시, 전라북도가 감소세로 나타났고, 2001년에는 충청남도, 전라북도, 경상남도 등이 감소하였다. 이러한 현상은 침체된 경기의 반영으로 보이며 이후 차츰 증가 추세를 보이고 있어 미용 산업 경기의 희망이 보인다. 각 시·도별 뷰티싸롱의 현황은 <표2-2>와 같다

<표2-2> 각 시·도별 뷰티싸롱 현황

시,도/년도/ 뷰티싸롱수	1998	1999	2000	2001	2002
서울특별시	15,079	15,306	15,754	15,563	15,813
부산광역시	6,442	6,474	6,597	6,607	6,730
대구광역시	4,428	4,625	4,733	4,796	4,928
인천광역시	3,801	3,955	3,888	3,851	3,890
광주광역시	2,587	2,706	2,689	2,730	2,812
울산광역시	1,710	1,688	1,769	1,740	1,835
경기도	11,701	12,417	12,819	12,934	13,547
강원도	2,595	2,633	2,686	2,705	2,723
충청북도	2,115	2,183	2,214	2,219	2,274
충청남도	2,752	2,890	2,900	2,894	2,927
전라북도	3,399	3,563	3,550	3,329	3,384
전라남도	3,218	3,310	3,363	3,300	3,331
경상북도	4,323	4,592	4,707	4,714	4,859
경상남도	4,544	4,648	4,799	4,793	4,948
제주도	928	971	1,001	1,016	1,023

자료원 : 부산광역시 2003년 사업체 기초통계조사 보고서

전국의 각 시·도별 뷰티싸롱에 근무하는 종사원현황을 살펴보면 전국적으로 꾸준히 증가추세를 보여 오다 2001년 들어 인천광역시, 전라북도, 전라남도, 경상북도, 제주도 등에서 다소 감소하였으며 이는 경기침체의 원인으로 보이며 이후 전반적으로 증가추세를 보이고 있으며 각 시·도별 뷰티싸롱 종사원 현황은 <표 2-3>과 같다.

<표2-3> 각 시·도별 뷰티싸롱 종사원 현황

시,도/년도/	1998	1999	2000	2001	2002
서울특별시	25,339	26,841	29,025	29,186	30,649
부산광역시	9,515	10,196	10,675	10,819	11,404
대구광역시	6,079	6,672	6,990	7,224	7,645
인천광역시	5,471	6,062	6,216	6,069	6,509
광주광역시	3,718	4,060	4,197	4,387	4,632
울산광역시	2,216	2,360	2,601	2,646	2,881
경기도	17,382	19,404	20,929	21,498	23,559
강원도	3,541	3,721	3,928	3,936	4,063
충청북도	3,114	3,352	3,410	3,425	3,691
충청남도	3,661	3,915	4,052	4,075	4,324
전라북도	4,582	4,896	5,002	4,716	4,856
전라남도	3,885	4,196	4,426	4,342	4,585
경상북도	5,605	6,110	6,502	6,411	6,723
경상남도	6,306	6,711	7,091	7,125	7,579
제주도	1,377	1,466	1,542	1,535	1,601

자료원 : 부산광역시 2003 사업체 기초통계조사 보고서

제2절 뷰티싸롱 경영자의 유형

우리 미용인들은 최근 뷰티싸롱의 대형화, 전문화, 고급화로 인한 다양한 경영자의 유형에 대하여 관습적으로 지각하고 있으나 선행연구를 전혀 찾아 볼 수 없어 미용실 유형⁴⁾ 등의 선행연구를 고찰하고 본 연구자가 현장실무경험을 바탕으로 하여 감히 뷰티싸롱 경영자의 유형을 미용실무형경영자, 투자관리형 경영자, 실무/관리 복합형 경영자로 구분하여 다음과 같이 정의하고자 한다.

1. 미용실무형 경영자

미용기술학원, 미용직업전문학교 등에서 이론과 실기교육을 이수하고, 산업인력관리공단에서 실시하는 이론, 실기시험에 합격하여 미용사자격을 취득하거나 미용고등학교, 대학의 미용관련학과(대학, 대학교)에서 소정의 교육을 이수한 후 미용사 면허증을 취득하여 뷰티싸롱 현장에서 보조, 디자이너, 수석디자이너, 실장, 점장 등의 단계를 거치면서 미용이론과 실기기능을 익히고 미용기자재 유통과 사용 방법 등을 습득하며 다양한 고객의 욕구에 부응할 수 있는 경영자로서의 자질을 충분히 배양한 다음 뷰티싸롱을 창업한 경영자를 미용실무형 경영자로 정의하였다.

우리나라 전통적인 뷰티싸롱 경영자의 유형으로 볼 수 있으며 대체로 소규모이고 시내 중심가, 시외각의 주거지역, 대학가 등에 고루 분포되어 있다.

4) 오경숙 : 미용실유형에 따른 직원의 직무만족과 고객만족에 관한 연구(2003)

2. 투자관리형 경영자

1990년대 이후 급격한 미용시장의 환경변화로 뷰티싸롱 규모의 대형화, 고급화, 전문화, 기업경영의 투명성 등으로 인하여 전문경영인의 필요성이 제기되었다. 이러한 필요성에 따라 등장한 형태가 투자관리형 미용경영자이다.

이는 미용실무형 경영자와는 달리 미용기술 습득이나 미용기업 현장 경험 과정 없이 투자여력이나 사업성, 경영관리 능력만을 가지고 미용실무 경력자를 채용하여 창업한 형태를 투자관리형 경영자라 정의하였다. 이는 시내중심의 변화가, 대학가, 백화점, 대형마트 등에 주로 분포되어 있으며 투자관리형 미용기업에는 출. 퇴근 시 교통편의 편리함, 유연한 근무조건 조직관리의 전문성 등의 환경적요인 으로 직원채용에 유리하며 장기근속자가 많은 편이나 경영자의 실무경험 부족으로 인한 체계적이고 지속적인 직무교육에 문제가 있을 수 있다.

3. 실무/관리 복합형 경영자

미용실무형 경영자와 투자관리형 경영자의 복합형태로서 규모의 대형화, 전문화, 계열화 등으로 인한 고객의 다양한 욕구와 종사원들의 고학력화로 전문경영인의 필요성이 제기되었으며 다양한 욕구충족을 위해서는 미용실무형 경영자의 경영관리측면의 보완이 필요하게 되었고 이에 미용실무형 경영자(뷰티싸롱 원장)가 전문경영관리자(본부장)를 채용하여 미용실무와 경영관리를 분담해 운영하는 뷰티싸롱을 실무/ 관리 복합형 경영자로 정의하였다.

有名美容人뷰티싸롱, 중. 대형 뷰티싸롱, 프렌차이즈형 뷰티싸롱, 대형 쇼핑센터 내 뷰티싸롱, 시내 중심가, 대학가 등에 주로 분포

되어 있으며 미용시장의 대외개방에 적극대응하고 대기업의 미용시장 진출을 억제하며 개별 뷰티싸롱의 성공적인 경영을 위해서는 향후 바람직한 형태라 볼 수 있다.

제3절 뷰티싸롱 종사원의 직무만족

1. 직무만족의 개념

직무만족에 관한 연구는 1936년 호포크(Hoppock)의 연구이후 최근까지 록크(Locke)⁵⁾의 개관 및 비판사이에 수천 건의 연구가 발표되었기는 하였으나 이론적으로 직무만족에 관한 정의는 만족한 만큼 일반화 되어있지 못하다.

여러 학자들의 견해를 종합하여 집약해 봄으로써 이론적 정의를 도출해 볼 수 있다. 스미스(Smith)⁶⁾는 직무만족을 자신의 직무 또는 경험되는 모든 감정의 조화, 혹은 이런 감정의 균형 상태에서 기인되는 태도라고 하였고 록크(Locke)는 직무만족을 자신은 직무 또는 경험에서 나오는 즐겁고 긍정적인 정서의 상태라 하였다.

그리고 길머(Gilmer)⁷⁾는 직무만족은 자기직무에 대하여 관련요인 및 일반적인 생활에 대하여 가지고 있는 여러 가지 태도의 결과라고 정의하고, 직무만족이란 용어는 직무태도와 종사자의 사기(morale)와 상호 교차적으로 사용되고 있으나 동의어는 아니라고 하였다. 타핀(Tiffin)⁸⁾과 맥코믹(Mccormick)은 직무만족이란 구성

5) Locke. E.A. The Nature and Causes of Job Satisfaction. in M.D. Dunnetted, Handbook of Industrial and Organization Psychology. 1976
6) Smith, H.C. Psychology of Industrial Behavior. New York : McGraw-Hill Book Co. Inc, 1995. pp114-115
7) Gilmer. B.H., Industrial Psychology, 2th(ed.) McGraw-Hill Co, 1996
8) Tiffin, J & Mccormick, E.J., Psychology, 6th(ed.) Englewood Cliffs, New Jersey : Prentice Hall Inc, 1974, pp298-299

원이 직무가치를 달성하고 촉진시키는 것으로서 개인별로 직무평가에서 얻게 되는 유쾌한 정서적 상태(pleasurable emotional state)라고 정의하고 있다. 이상의 정의들을 종합해 보면 직무만족은 직무에 대한 태도의 하나로서 한 개인이 직무나 직무경험 평가 시에 유쾌하고 긍정적인 정서상태라고 정의할 수 있다.

2. 직무만족의 중요성

1)조직 외적인 측면

첫째, 가치판단의 측면에서 볼 때 매우 중요하다. 사람들은 깨어 있는 절반을 직장에서 활동한다. 최소한의 인간적인 삶에서 보더라도 보다 유쾌하고 충족된 것이기를 누구나 바랄 것이다. 일을 하지 않아도 먹고 살수 있는 사람은 얼마 되지 않으며 경제적인 이유로 일을 해야 하는 대부분의 사람들에게 어디서 무슨 일을 할 것인가에 대한 선택의 폭은 상당히 제한되어 있다. 이러한 제약으로 인해 직장이 만족의 기회를 제공하지 못한다면 우리들의 대다수는 진정한 삶의 기쁨을 맛볼 수 없을 것이다.

둘째, 직무만족은 정신건강적인 측면에서 매우 중요하다. 사람들은 자기 생활의 한 부분이 불만족스러우면 그것이 전이효과를 가져와 그와 관련 없는 다른 부분의 생활도 불만족스럽게 보는 경향이 있다. 직장생활에 불만족을 느끼는 사람은 가정생활이나 여가활동 심지어 삶 자체까지도 불만을 느낄 수가 있는 것이다. 물론 직무만족이 생기면 이를 다른 생활을 통해 상쇄하려 한다는 보상효과를 주장하는 학자도 있지만, 우리는 주위에서 직장생활의 불만이 다른 측면의 생활에 얼마나 영향을 미치고 있는가를 항상 볼 수 있다.

셋째, 직무만족은 신체적인 건강에도 영향을 미친다. 일에 만족

을 느끼는 사람은 수명이 길어진다는 연구도 나와 있는데 이는 직무에 대한 불만이 스트레스를 쌓이게 하고 그것이 사람의 신체에 영향을 미친다는 것이다. 이상의 가치판단이나, 정신적·신체적 측면은 조직 구성원의 직무만족에 대해 상당히 책임 있다는 것을 의미하는 것으로 조직 외적인 측면에서 살펴본 것이다.

2) 조직 내적인 측면

직무특성요인은 조직 외적인 측면 외에도 내적으로 다음과 같은 중요한 측면을 내재하고 있다.

첫째, 이론적으로 완전하게 타당성이 인정되고 있지는 않지만 경영자들 중에는 직무만족이 작업자의 성과에 직접 영향을 준다는 생각을 지니고 있는 사람들이 적지 않다. 그들은 행복한 작업자가 그렇지 못한 사람들보다는 효율적이며 현실적이고 사려 깊은 것이라고 생각하고 있는 것이다.

둘째, 자신의 직무생활에 대해 긍정적인 감정을 가진 사람은 외부사회에 대하여 자기가 속해있는 조직을 호의적으로 이야기하게 된다. 이는 좋은 의미에서 공적관계기능을 표현하는 것이라 할 수 있다. 이렇게 되면 조직 구성원의 충원이 원활하게 되고 일반 대중이 그 조직에 대해 호감을 갖게 되며 조직 활동 등의 합법성과 목적이 고양된다.

셋째, 자신의 직무를 좋아하는 사람은 조직 외부에서뿐만 아니라 조직 내부에서도 원만한 인간관계를 유지해 나간다.

넷째, 조직의 입장에서 볼 때 직무만족이 높게 되면 이직율과 결근율이 감소되고 이에 따른 생산성 효과도 얻을 수가 있다.

그리고 즐거운 분위기 속에서 일한다는 것은 조직 구성원 모두에게 바람직한 일이라고 할 수 있다.

3. 직무만족의 제이론

1) 동기부여 이론

(1) 동기부여의 초기 접근법

과학적 관리법을 제창한 테일러(Frederick Taylor)는 인간은 주로 경제적 요인(돈)에 의하여 동기유발 된다고 보았으며, 인간관계학과 학자들은 작업의 사회적 측면에 초점, 작업자들 자신을 중요시 느끼도록 동기부여 시켜야 한다고 주장하였다. 양쪽 모두 종업원들을 극히 반복적이고 세분화된 작업을 수행하는 데 있어서 관리자의 지시에 엄격히 복종하도록 해야 한다는 것을 강조하였다.

(2)내용이론과 과정이론

다양한 동기부여 이론들은 크게 두 가지의 범주로 분류한다. 그 하나는 내용이론(content theory)으로서 “인간의 행동을 유발하고 활성화시키는 것은 무엇(what)인가?” 에 초점을 두는 이론이다. 이 이론에서는 인간의 욕구 또는 동인이 인간을 행동하도록 하는 요인이라고 가정하여 인간의 행동에 영향을 주는 내적 욕구를 발견하는데 초점을 두었다. 이 이론에서는 동기 유발될 행동의 원인을 묘사하는 내용 지향적이다. 욕구계층이론과 2요인이론은 이 같은 내용이론에 속한다.

동기부여이론의 다른 또 하나의 범주는 과정이론(process theory)것으로 서 인간의 행동을 유발시키고 활성화시키는 요인이 인간의 욕구라면 “인간의 욕구충족을 위해 여러 가지 행동과 행동전략을 어떻게(hwo) 선택하는가?” 에 초점을 두는 것이다. 따라서 이 이론은 동기 유발된 행동이 일어나는 과정을 묘사하는데 중점을 둔다. 기대이론과 공정성 이론 등이 이러한 과정의 범주에 속한다.

2) 내용이론

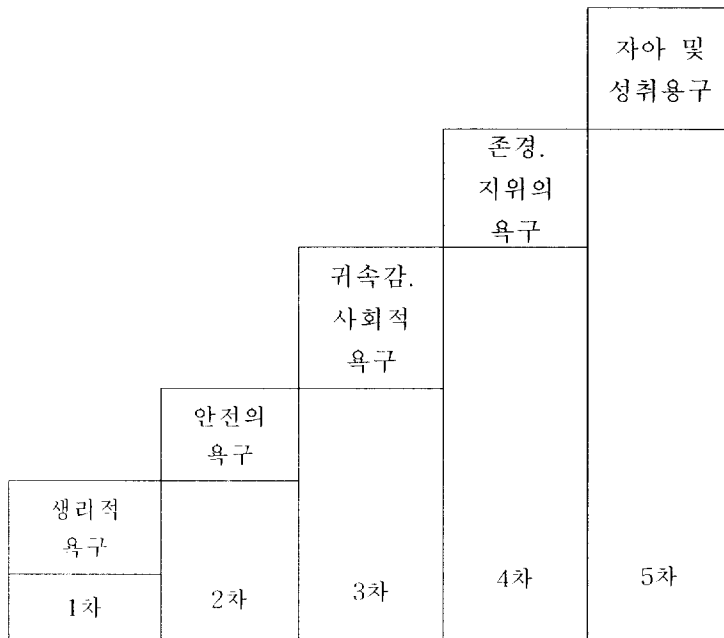
(1)매슬로우⁹⁾의 욕구계층이론

개인의 행동은 일반적으로 일정한 시점에 있어서 그 개인의 가장 강한 욕구에 의해서 결정된다고 할 수 있다. 사람들에게 공통적으로 중요한 욕구가 무엇인가에 대해 이해한다는 것은 관리자의 입장에서 매우 중요한 일이 아닐 수 없다.

매슬로우는 이러한 욕구의 강도를 설명 하는데 도움이 되는 frame work을 하는데 그에 의하면 인간의 욕구는 생리적 욕구, 안전의 욕구, 사회적 욕구, 자존의 욕구, 자기실현의 욕구 순의 5단계로 이루어지고 있다는 것이다.

그러나 그의 욕구계층이론은 다음과 같은 한계점을 가지고 있다. 첫째, 모든 사람에게 꼭 다섯 단계의 욕구가 존재한다고 하였는데 이는 개인차를 고려하는 것을 무시하였다. 둘째, 한 개인의 욕구는 정태적이 아니라 동태적이다. 셋째, 어떤 상황에서는 한 가지 욕구 이상이 동시에 작용한다. 넷째, 어떤 욕구는 속성상 완전 만족이 없다. 매슬로우의 욕구계층 이론은 그림 2-1과 같다.

9) Maslow, A.H., A Theory of Motivation, South Western Publishing Co., 1960



〈그림2-1〉 매슬로우 의 욕구계층 이론

①생리적 욕구(physiological need)

생리적 욕구는 삶 그 자체를 유지하기 위한 기초적인 인간의 욕구이다. 즉 급여, 작업환경 주거에 대한 욕구 등이 이에 해당된다.

②안전의 욕구(safety needs)

생리적인 욕구가 어느 정도 충족이 되고 나면 삶의 안전에 대한 욕구가 생성된다. 이는 근본적으로 신체적인 위협과 기초적인 생리적 욕구로부터 자유로워지는 욕구이다.

③귀속감과 사회적 욕구(possession and social need)

이는 귀속욕구(affiliation need)라고도 불리는데 일단 생리적 욕구와 안전욕구가 충족되면 삶의 질을 다양하게 하기 위하여 귀속감이나 사회적 욕구가 지배적인 것으로 나타나게 된다.

인간은 사회적 존재이므로 어디에 소속하거나 다른 집단에 의해서 받아들여지기를 바라는 욕구를 가지고 있으며 여러 방향으로 동료와의 관계를 발전시키거나 또는 이성간의 교제나 결혼을 갈구하게 된다.

④자존의 욕구

인간은 어디에 귀속되려는 욕구가 만족되기 시작하면 어느 집단의 단순한 구성원 이상의 것이 되기를 원한다. 직장으로부터 적절한 보상과 인정을 받기를 원하며 이 자존의 욕구가 만족되면 자신감이나 명예심, 힘, 통제력 등이 생긴다.

⑤자아실현 및 성취욕구

마지막으로 자존의 욕구가 만족되면 자아실현 및 성취욕구가 강력하게 나타나기 시작한다. 이는 계속적인 자아 발전을 위해서 자신의 잠재력을 극대화하려는 욕구이며 보다 더 자기 본래의 모습을 찾고자 하며 바라는바 대로 성취 하고자 하는 욕구이다. 이러한 매슬로우 이론의 본질은 한 단계(계층)의 욕구가 충족되고 나면 그 다음의 욕구가 동기부여의 욕구로 등장하게 된다. 이것은 여러 욕구계층이 상호 의존적이고 중첩적 이라는 것을 의미한다.

인간의 욕구는 일정한 단계에서 다음 단계로 옮겨가기 전에 반드시 극대(maximum)나 최적(optimum)의 수준에 도달하는 것은 아니고 다만 충분한 만족수준 정도면 대체로 수용되는 것이며 각 단계의 욕구는 서로 독립적이 아니고 하위 단계로부터 점차로 중복되면서 결국 각 단계의 장점이 이루어지고 최후의 수준인 자기 실현의 단계에 도달되게 된다.

(2)허즈버그¹⁰⁾의 2요인이론

매슬로우의 욕구계층 이론과 더불어 조직행동 분야와 실제 조직 관리에서 가장 많이 인용되고 있는 또 하나의 동기이론은 허즈버그의 2요인 이론이다. 허즈버그 이론의 핵심은 조직 구성원의 일에 대한 태도 즉, 직무태도(job attitudes)를 결정하는 요인은 무엇이고 일에 대한 태도에 의해서 나타나는 효과는 어떤 것인가 하는 것이다.

①허즈버그 연구의 이론적 배경

허즈버그의 이론은 당시까지 단편적이고 체계적이지 못한 직무태도에 대한 연구를 체계화시켜야 할 필요성을 느꼈으며, 그 당시까지의 단편적인 접근방법을 지양하고 직무에 대한 태도에 영향을 미치는 요인들과 직무태도에 의해서 나타나는 효과들이 어떻게 상호 관련되어 있는지를 알아내기 위하여 이것들을 동시에 전체로서 다루어야 한다고 생각하였다. 허즈버그는 직무에 대한 태도를 결정하는데 영향을 미치는 요인과 이 요인들에 의해서 나타나는 직무의 태도, 그리고 직무에 대한 태도에 의해서 나타나는 효과(effect)를 별도로 다루지 않고 이들의 전체적인 요인-태도-효과의 복합체 접근 사용방법을 사용하여 실증적 연구를 했다.

허즈버그는 이외 실증적 뒷받침을 위해 다음과 같은 조사 방법을 사용하였다. 첫째, 연구대상으로 한 조직구성원에게 그들 자신의 과거의 조직 생활에서 아주 만족스러웠거나 아주 불만족스러웠던 때를 기억해내서 이야기하도록 했고, 둘째, 그들에게 미리 준비한 요인 리스트에서 만족 또는 불만족스러웠던 때에 그 원인이었던 것을 지적하도록 하였다. 그리고 직무동기(Motivation)에 영향을 주었던 요인들을 1차 수준요인(first-level factors)과 2차 수준

10) Herzberg, F., B. Mausner, R.O. Peterson and D.E. Capwell, job Attitudes : Review of Research and Opinion, Psychological Service of Pittsburgh, 1957

요인(second-level factors)으로 구분하여 조사하였다.

1차 수준요인이란 직무에 대한 태도가 결정되기 전에 있었던 객관적인 요인들을 말하며 2차 수준요인이란 1차 수준요인들에 의해서 나타나게 되는 욕구나 동인으로서 객관적인 사건에 대한 개인의 주관적이고 심리적인 반응과 해석을 말한다. 자기 자신이 직무에 대하여 지니고 있는 감정을 갖게 된 이유들이 2차 수준요인에 속한다.

이러한 배경과 조사방법을 통해 다음과 같은 결론을 제시하고 있다. 첫째, 서로관련을 가지고 있는 극소수의 요인들만이 직무에 대한 만족을 결정한다. 둘째, 직무만족에 영향을 미치는 제 요인은 직무수행의 환경요인과 관련 있다기보다는 직무자체를 수행하는 것과 관련되거나 직무의 내적 요인과 관련된다. 셋째, 만족 요인들로부터 초래된 직무만족은 일시적이라 기보다는 현저하게 지속적이다. 넷째, 직무에 대한 만족감이 일시적으로 나타나는 사례는 특수한 성취와 이들 특수한 성취의 인정으로부터 생겨난다. 다섯째, 2차 수준 요인들을 분석한 결과에 의하면 개인적인 성장감과 자기실현감이 직무에 대한 만족을 이해하는데 있어 핵심적 요인이라는 결론을 내릴 수 있다. 2차 수준요인들 중에서 성취, 책임, 작업자체 및 승진 등의 복합적 요인들이 개인적 성장감과 자기실현감을 느끼게 하는 요인들 이었다. 대인관계, 봉급 등으로 압축 가능하다. 이와 같은 허즈버그의 2요인이론은 결국 전통적인 가설에서와 같이 만족이 직무동기(work motivation)을 결정하는 원인이라고 보고 있다. 그러나 오늘날에 와서는 만족은 워크모티베이션의 원인이라기보다는 결과로 보는 것이 일반적이다. 이상과 같은 허즈버그의 수준요인에 관한 것을 정리하면 다음<표2-4>와 같다.

〈표2-4〉 수준요인의 분류

1차 수준요인	2차 수준요인
①인정	①인정감
②성취	②성취감
③성장 가능성	③성장 가능성에 대한 느낌
④승진	④직무수행에 관한 관심의 유 무
⑤급료	⑤직위의 상승이나 하강감
⑥대인관계	⑥안정감
⑦기술적 감독	⑦공평한 대우를 받는다는 느낌감 혹은 죄악감
⑧책임	⑨급료에 대한 느낌
⑨회사정책과 관리	⑩작업자체 또는 조건에 대한 느낌
⑩작업자체	
⑪지위	
⑫개인생활의 요인	
⑬작업조건	
⑭직무 안정성	

② 허즈버그 이론의 정립

위와 같은 요인들의 분석에 의거해서 허즈버그는 [동기유발 위생요인이론] 즉, [2요인 이론]이라 불리우는 이론을 제시했다. 이 동기유발, 위생요인 이론의 내용은 대체로 다음과 같이 요약 할 수 있다. 직무만족에는 첫째, 일에 대한 직무동기(work motivation)를 높이는 것과 같은 만족이 있다.

이러한 타입의 만족을 가져오는 조직요인을 동기유발요인(motivator)이라 하는데 이것은 직무에 대한 만족을 결정 짓는다는 의미에서 만족요인이라고도 부른다. 그리고 동기유발요인은 직무자

체의 성격과 관련되고, 자기실현의 욕구와 관련된다. 이 동기요인의 특성은 이러한 요인이 충족되지 않아도 불만족을 가져오지는 않지만 일단 충족되면 만족에 적극적인 영향을 주고 일에 대한 직무동기(work motivation)를 높이지는 않으나 그것이 결여되면 직무동기(work motivation)를 저하시키는 것과 같은 만족이 있다.

이러한 타입의 만족을 가져오는 조직요인을 위생요인(hygiene) 또는 보전요인(maintenance factor)이라고 한다.

또 불만족요인(dissatisfaction)이라고도 부르는데 이것은 일 그 자체에 관련되는 것이 아니라 일을 둘러싼 환경(요인)이고 불유쾌한 것을 회피하려는 욕구와 관련된다. 이 불만족요인의 특성은 이 요인의 충족은 단지 불만족의 감소를 가져올 뿐이고, 만족에 적극적인 작용을 하지 못한다. 이렇게 볼 때 만족요인은 성취, 인지, 작업 그 자체, 책임, 승진 등으로 요약될 수 있고 불만족요인은 회사의 정책과 관리, 기술적 감독, 작업조건, 대인관계, 봉급 등으로 압축 가능하다.

왜 특정의 만족요인이 동기유발요인이 되고 다른 특성의 요인들은 위생요인이 되는가? 이에 대하여 허즈버그는 다음과 같이 설명하고 있다. 동기유발의 공통적인 특성은 일 그 자체에 관련된 것인데 일 그 자체는 자기실현 욕구를 만족시키고 이 욕구의 만족은 일에 대한 의욕을 높이기 때문에 일 그 자체는 동기유발 요인이 된다는 것이고 위생요인의 공통적인 특성은 작업환경에 관련된 요인인데 작업환경은 불유쾌한 것을 회피하려는 욕구(avoidance)는 충족시킬지는 몰라도 회피욕구의 충족은 일에 대한 의욕을 높이지는 못하기 때문에 작업환경은 위생요인이 된다는 것이다. 이 부분도 역시 “만족이 일에 대한 의욕을 높인다”는 가설을 전제로 하고 있다는 것을 알 수 있다.

③허즈버그 이론의 의의

허즈버그 이론에 관하여는 공산권 국가(특히 헝가리, 러시아 등)를 포함한 여러 나라의 여러 직종의 근로자들을 대상으로 1968년까지만 해도 20여 개에 달하는 실증연구가 수행되었다.

허즈버그 이론은 내용상으로는 약간의 문제점을 내포한 것은 사실이지만 직무동기(work motivation)분야의 연구에 대한 공헌은 매우 크다. 동기유발요인(motivator)의 개념을 개발하여 이후의 이 분야에서의 연구를 활발하게 했을 뿐만 아니라 종업원들에게 흥미 있고 재미있는 작업을 마련해 주기 위한 직무설계의 기초가 되었다. 그리고 비록 내재적 동기유발의 개념을 훌륭하게 발전시키지는 못했지만 내재적 동기(intrinsic motivation)라고 하는 부분에 많은 관심을 불러 일으켰다.

허즈버그 이론은 인간관계론 적 관리에서 행동과학적 관리로의 이행점이 위치한다는 점에서도 중대한 의미를 갖는다. 조직 구성원에게 어떻게 근로의욕을 불러일으키느냐의 문제는 인간이 무엇 때문에 일하느냐의 생각과 함께 변천해 왔다고 볼 수 있는데, 이 변천은 경제적 모델에 기초를 둔 과학적 관리에서 사회적 모델에 바탕을 둔 행동과학적 관리로서의 변천이라고 할 수 있다. 그런데 허즈버그 이론은 인간관계론 적 관리에서 행동과학적 관리로 이행하는 연결고리가 되었다는 점에서 또 하나의 의미를 갖는다

3)과정이론

(1)기대이론

브룸(Victor H. Vroom)¹¹⁾에 의해 제안된 기대이론(expectancy theory)

11) Vroom, V.H., Work and Motivation, John Wiley & Sons, Inc, N.Y., 1964

theory)은 사람들은 자신이 원하는 일을 수행하고 그에 따라 가치 있는 보상을 받기 위해 노력하게 된다는 생각에서 출발하였다. 기대이론에 의하면 사람이 어떤 일을 위해 노력하는 정도는 그 사람이 그것을 얼마나 원하는지에 따라 그것을 이루거나 얻을 수 있을 것이라고 확신하는 정도에 따라 달라진다고 보았다. 따라서 기대이론에서는 사람들은 어느 일정수준의 성과를 달성하기 위해 필요한 노력을 하기 전에 다음의 세 가지 주요문제를 고려한다고 보는 것이다.

①기대감

기대감(expectancy)은 내가 나의 능력으로 바람직한 업적수준을 올릴 수 있을 것인가를 나타낸다. 즉 자신의 능력을 발휘하여 노력하면 바람직한 업적을 해낼 수 있을 것인가에 대한 기대를 말한다. 여기서 기대감은 0에서 +1의 범위를 가진다.

②수단성

수단성(instrumentality)은 바람직한 업적수준을 올렸을 때 그 대가로 내가 받게 되는 보상의 수단이 무엇이며 제대로 보상받을 수 있는가를 나타내는 것이다. 즉 바람직한 업적수준을 올렸을 때 그 결과로 받게 되는 보상은 무엇 인가? 수단성은 -1에서 +1의 범위를 가진다.

③보상의 가치

보상의 가치(valence)는 노력에 의한 업적의 결과로 얻게 되는 보상은 나에게 어느 정도 가치 있는 것인가를 나타내는 것이다. 이때 보상은 외적 보상일 수도 있고 내적 보상일 수도 있다. 이러한 세 가지 문제를 고려하여 기대이론에서는 종업원의 동기부여는 다음과 같이 표시하고 있다. 동기부여(M) = 기대감(E) × 수단성(I) ×

보상의 가치(V)를 말한다. 만일 기업에서 아무리 큰 보상을 준다고 해도 업적을 달성해 낼 능력이나 시간, 자원이 충분하지 않다면 종업원은 보상에 대한 기대를 별로 하지 않게 되므로 동기부여는 낮아진다. 또한 과거에 보상을 제대로 하지 않았다면 수단성이 낮아져서 전체적으로 동기부여를 저하시킨다. 기대이론에 따르면 경영자가 종업원의 동기를 유발하기 위해서는 세 가지 요인 즉 기대감, 수단성, 보상의 가치 모두를 극대화시켜야 할 것이다.

(2)공정성이론

공정성이론(equity theory)은 아담스(J. Stacy Adams)가 개발한 것으로 직무에 대한 동기부여는 개인이 받는 보상이 얼마나 공정하게 배분되는가 하는 평가에 달려 있다고 보는 이론이다.

이 이론에 따르면 사람들은 자신의 업적에 따라 주어지는 보상이 공정하다고 느끼면 동기가 유발된다는 것이다. 또한 사람들은 자신의 업적에 따라 주어지는 보상이 불공정하다고 느끼면, 그런 불공정을 줄일 수 있는 방향으로 동기유발 된다. 따라서 개인의 입장에서 작업상의 자신의 투입과 산출 간의 비율을 다른 사람의 투입과 산출 간의 비율과 비교하여 자신이 공정하게 대우받고 있는지를 판단하게 되는 것이다.

비교결과 자신의 비율이 다른 사람의 비율과 비슷하다고 느끼면 공정하게 대우받았다고 생각하는 반면, 다른 사람에 비해 불공정하게 적은 보상을 받거나 많은 보상을 받게 되면 그런 불공정상태를 줄이기 위해 동기부여 된다. 이때 불공정성을 감소시키기 위해 다음과 같은 방안들을 이용한다. 적은 보상을 받고 있다고 생각되면 자신의 직무에 대해 덜 노력 함으로써 투입을 줄이거나, 더 많은 보상을 요구해 산출을 높이려고 한다.

실제로 투입이나 결과를 변경시키지 않고도 사람들은 인지적으

로 이것을 왜곡시킴으로써 같은 결과를 얻을 수 있다. 예를 들면, 불공정한 대우를 받았다고 느꼈을지라도 직무의 결과를 의도적으로 증대시킬 수 있다. 즉 “내가 하고 있는 일이 더 중요하니까” 등으로 생각할 수 있다는 것이다. 그래도 여전히 불공정하다고 느끼면 비교대상을 바꾸거나 조직을 떠나게 된다.

다른 사람에 비해 불공정하게 많은 보상을 받고 있다고 느끼는 경우에는 적은 보상을 받은 경우만큼 불만을 느끼지는 않겠지만 역시 불공정상태를 줄이기 위해 동기부여 된다. 즉 자신의 투입을 늘리거나, 자신이나 다른 사람의 투입과 산출간의 비율에 관한 처우 생각을 의도적으로 변화시켜 공정한 상태를 이끌어 냄으로써 공정상태를 이루려고 노력하게 된다.

경영자가 종업원들에 대한 보상을 할 때는 항상 형평의 원칙에 어긋나지 않도록 주의를 기울여야 한다. 많은 보상이 주어진다고 해도 그것이 공정하게 배분되지 않으며 종업원들의 동기를 유발시키기는 어렵게 된다. 이렇게 종업원들의 노력이나 성과에 따라 공정한 보상이 이루어질 수 있도록 노력해야 동기부여가 이루어진다는 것이 공정성이론이다.

제4절 뷰티싸롱 종사원의 역할

미용의 정의에서 살펴본 바와 같이 뷰티싸롱 경영자의 지시나 감독 없이도 스스로 직무수행 능력을 요구하고 있고 또한 부여된 권한 내에서 사리의 판단능력을 가지고 고객을 맞이하여 시술을 행할 수 있어야 한다는 것이다. 이렇게 볼 때 뷰티싸롱 종사원으로서 기본적인 자질을 기술적인 부분에서뿐만 아니라 대인능력과 창조적 사고력 등 예술적 능력을 겸비한 전문직으로서의 능력을 갖춘 기능인을 대상으로 하고 있다. 정도의 차이는 있을지 몰라도 뷰티싸롱의 직무특성요인이 요구하는 조건은 기술적인 처리능력 만

으로서는 현대적 의미에서의 뷰티싸롱 종사원의 역할을 다할 수 없다는 것을 의미한다.

뷰티싸롱의 종사원으로서 바람직한 프로 디자이너는 다음과 같은 요건을 갖추어야 하겠다. 첫째, 뷰티싸롱 종사원은 뷰티싸롱의 경영자를 대신하여 어느 정도 재량권을 가지고 스스로 판단하여 실제로 직무를 수행할 수 있는 능력을 갖추고 있어야 하겠다. 둘째, 뷰티싸롱 종사원은 현대와 같이 복잡하고 급변하는 미용업의 환경변화에 즉시 대응할 수 있는 훌륭한 기술과 뷰티싸롱 팽창에 따른 사회변동에 적극 대처할 수 있는 기민성 그리고 이를 뒷받침할 수 있는 지적 수준의 향상을 도모 하여야 한다. 셋째, 종사원은 항상 자기의 전문적 분야인 직무 수행에 관련되는 직무지식에 숙달하고 기술, 감성, 정책에 이르는 직무수행과정에 대해 꾸준한 자기 개발과 훈련을 쌓아야만 비로소 뷰티싸롱의 경영자가 바라는 전문적인 훌륭한 종사원이 될 수 있다. 이 경우 뷰티싸롱 종사원은 전문적인 디자이너가 되는 것이며 경영자는 직무를 결정하고 종사원은 그 결정사항을 잘 처리하는 하나의 유기적 연결 관계를 이루게 되는 것이다.

뷰티싸롱 종사원의 자질요건은 광범위하지 않을 수 없고 우선 미용기술이 뛰어나야 하고 대인능력과 창조적 능력 및 뷰티싸롱 경영방법의 문제인식과 대처방안 등 여러 가지 전문 지식이 요구된다. 또한 모든 뷰티싸롱 에서 직무를 전문화, 세분화하고 있는 이즈음에 전문적이고 확실한 자기만의 특별한 기술 없이는 직무수행에 어려움이 예상되며 뷰티싸롱 헤어디자이너로서의 자격을 의심받을 수 도 있을 것이다.

뷰티싸롱 종사원은 기술적 능력뿐만 아니라 고객의 스타일에 따라 어드바이스 할 수 있는 능력을 갖추기 위해 주변학문인 의상학, 색채학, 심리학 등 전문적인 지식까지 필요하게 되었다. 의상학이나 색채학을 익혀 고객의 스타일에 맞게 시술하게 되면 뷰티싸롱

의 직무성과 뿐만 아니라 종사원의 직무에 대한 만족까지 가져올 수 있는 전문지식을 바탕으로 한 미용요업은 오늘날 뷰티싸롱의 경영자 들이 바라는 요구사항이며 종사원의 직무만족과도 그 맥을 같이 한다고 할 수 있다.

오늘날의 미용환경은 인터넷 위성TV등 정보통신의 발달로 전 세계의 문화를 동시에 안방에서 즐길 수 있는 문화의 시대가 도래했다. 따라서 뷰티싸롱 종사원도 단순히 얼굴을 만져주고 머리를 손질해주는 기능공이 아닌 고객의 아름다움을 창조하고 완성하는 미용예술인으로서 당당히 인정받아야 한다. 파리의 최신헤어스타일을 같은 시간 부산이나 서울의 한복판에서 만나게 될 것이며 우리의 자랑인 한복과 어울리는 헤어스타일도 동시에 전 세계에 알릴 수 있는 시대가 되었다.

국가와 민족 간에 경계가 사라지는 글로벌 시대에 한국미용이 세계로 뻗어 나아갈 수 있는 좋은 기회로 삼아야 할 것이다. 뷰티싸롱들은 예전에 비해 뷰티싸롱을 찾는 고객들의 수준이 점점 높아지고 있고 미용에 대한 전문적인 지식을 갖춘 고객들도 많아지고 있음으로 뷰티싸롱 경영자가 올바른 직무명령을 하기 위해서는 다방면의 미용공부를 하여야 할 뿐더러 경영자는 전문적인 종사원의 도움을 받아야 할 입장이 되어 뷰티싸롱 종사원의 역할이 중요하게 된 것이다. 따라서 미래에 특히 요구되는 뷰티싸롱 종사원(헤어디자이너)의 역할 중 전문가로서 경영자를 보좌하며 미용문화 발전에 기여하고 자아발전을 위한 뷰티싸롱 내에서의 역할이 매우 중요시되고 있음을 알 수 있다.

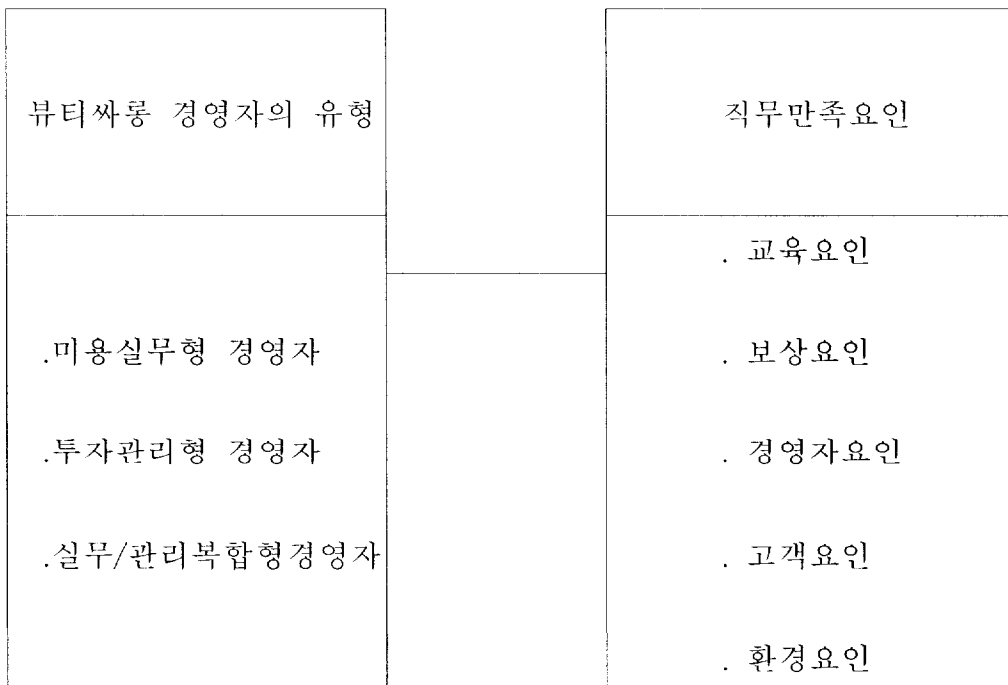
제 3 장 조사 설계

제1절 연구모형 및 가설의 설정

1.연구의 모형

본 연구는 선행연구에서 제시된 여러 요인들에 근거하여 뷰티싸롱 종사원들의 직무만족요인에 영향을 미칠 것으로 판단되는 요인들에 대한 경영자의 유형별 종사원 직무만족의 차이를 알아보고자 한다 구체적인 연구모형은 〈표3-1〉과 같다

〈표3-1〉 연구모형



2.가설의 설정

이미 제시한 이론적 배경과 본 연구에서 설정한 연구모형을 바탕으로 직무만족 요인에 대한 경영자의 유형별 종사원 직무만족의 차이에 관하여 가설을 설정하여 분석하고자 한다

1)연구가설

가설1 : 경영자 유형에 따라 교육요인에는 유의한 차이가 있을 것이다

가설2 : 경영자유형에 따라 보상요인에는 유의한 차이가 있을 것이다

가설3 : 경영자유형에 따라 경영자요인에는 유의한 차이가 있을 것이다

가설4 : 경영자유형에 따라 고객요인에는 유의한 차이가 있을 것이다

가설5 : 경영자유형에 따라 환경요인에는 유의한 차이가 있을 것이다

2)변수의 조작적 정의

각 요인들을 확정하기 위해 본 연구에 사용된 변수들을 다음과 같이 과 같이 정의하였다

(1)교육요인

유능한 미용인이 되기 위해서는 본인의 꾸준한 노력과 뷰티싸롱 내에서 이루어지는 교육의 유, 무 차이에 따라 상당한 차이가 있을 수 있고 종사원들의 직무만족의 차이 또한 클 것이며, 그 요인으로 는 체계적인 재교육, 직급에 따른 단계별 교육, 지속적인 교육, 외 부강사 초빙 등 4개 항목을 이용해 “전혀 그렇지 않다” 를 1점 “항상 그렇다” 을 5점으로 한 리커드 5점 척도를 이용하였다.

(2)보상요인

보상을 통한 동기부여의 효과는 대단히 클 것이며 임금 및 복 리 후생 등에 관한 직무만족으로 능력에 적절한 임금, 승진 기회, 아이디어 반영, 능력에 따른 충분한 대우, 개인 실적별 보상, 퇴직 금 등의 8개 항목을 이용해 “전혀 그렇지 않다” 를 1점 “항상 그렇다” 를 5점으로 한 리커드 5점 척도를 이용하였다.

(3)경영자요인

명장 밑에 명장 난다고 하는 속담에서 보듯이 경영자의 역할은 대단히 중요하며 현재 종사하고 있는 뷰티싸롱 경영자의 유형에 따라 직무만족에 영향을 줄 수 있는 운영방침과 정책, 경영자의 미 용실무능력, 경영관리능력, 종사원관리능력 등 5개 항목을 이용해

“전혀 그렇지 않다”를 1점으로 “항상 그렇다”를 5점으로 한 리커트 5점 척도를 이용하였다.

(4)고객요인

고객의 아주 일부이긴 하나 아직도 미용인을 무시하는 듯한 행동이나 언행 등 쉽게 대하는 경우가 종종 있는 것을 보면서 고객요인에 의해 느끼는 직무 만족으로 미용인에 대한 경시풍조, 업무 외적인 심부름, 미용사에 대한 호칭 등 3개 항목을 이용해 “전혀 그렇지 않다”를 1점 “항상 그렇다”를 5점으로 한 리커트 5점 척도를 이용하였다.

(5)환경적요인

뷰티싸롱에 적응하기 위한 환경적인 요인으로 구성원들과 친근하게 잘 지낸다, 미용에 대한 비전이 있다고 생각한다, 미용실에서 문제발생 시 솔선 수범한다, 상급자나 동료들로부터 칭찬과 격려를 많이 받는다, 휴무에 만족 한다 등 14개 항목을 이용해 “전혀 그렇지 않다”를 1점으로 “항상 그렇다”를 5점으로 한 리커트 5점 척도를 이용하였다.

제2절 조사설계

1) 연구대상과 조사방법

실증적 연구를 위하여 뷰티싸롱에 종사하는 종사원 들을 대상으로 설문지를 통한 반응조사에 의해 자료를 수집하였으며 뷰티싸롱의 선정은 부산광역시, 울산광역시, 경상남도 일원의 미용실무형 경영자의 뷰티싸롱, 투자관리형 경영자의 뷰티싸롱, 실무/관리복합형 경영자의 뷰티싸롱 별로 또한 시내 중심가, 대학가, 시내변두리 지역 등을 고려하였으며 설문 조사기간은 2004년 8월2일부터 8월 31일까지 실시하고 기간 중 연구자가 뷰티싸롱을 방문하여 직접 배포, 회수하는 방법을 채택하였다. 총 200부의 설문지를 배포하여 134부를 회수하였으나 부적절한 13부를 제외 한 121부가 최종적인 분석 자료로 채택되었다.

본 연구에서 조사된 자료의 분석을 위해 SPSS 통계패키지를 이용하여 다음과 같이 분석하였다. 첫째, 표본의 일반적 특성을 알아보기 위해서 빈도분석을 실시하였다. 둘째, 실증조사자료 의 신뢰도 및 타당도를 검증하기 위하여 요인분석(Factor Analysis) 및 신뢰성분석을 실시하였다. 셋째, 가설검증을 위하여 일원분산분석(ANOVA)을 실시하였다.

본 연구의 설문지 구성은 5가지 직무만족요인에 관한 문항과 인구통계학적 문항으로 이루어져 있다. 직무만족요인에 관한 문항은 교육요인, 보상요인, 경영자요인, 고객요인, 환경요인 등의 총 다섯 가지로 설문지의 구성은 <표3-2>와 같다

〈 표 3-2 〉 설문지의 구성

조사 영역	구체적 내용	문항 번호	문항수	척도
경영자 요인	운영방침과 정책 경영관리 능력 종사원관리 능력 충분한 재료 공급 등	I.1-5	5	리커드 5점척도
환경 요인	솔선수범 기술습득노력 칭찬과 격려 등	I.6-19	14	리커드 5점척도
교육 요인	체계적재교육 단계별교육 지속적 교육 외부강사교육 등	I.20-23	4	리커드 5점척도
보상 요인	승진기회 충분한 대우 아이디어반영 퇴직금 등	I.24-31	8	리커드 5점척도
고객 요인	종사원 경시풍조 개인 심부름 정확한 호칭부재	I.31-34	3	리커드 5점척도
인구통계적 변수	성별,연령,결혼여 부,학력,월소득,채 직기간,직위	II.1-7	7	명목 척도

제 4 장 실증 연구

제1절 연구대상의 일반적 특성

연구대상의 일반적 특성에 대해서 분석을 실시한 결과, 성별로는 여자가 82명(67.8%)으로 남자인 39명 (32.2%)보다 2배 이상 많은 것으로 나타났으며, 연령에서는 21-25세가 53명(43.8%)으로 가장 많았고 26-30세가 41명(34.0%) 20세 이하 17명(14%), 31세 이상도 10명(8.2%) 순으로 나타났다.

결혼여부 별로는 미혼이 109명 (90.1%), 기혼이 12명(9.9%)으로 미혼이 매우 높게 나타났다.

학력에서는 고졸 이하가 62명(51.2%)으로 가장 많았고, 전문대 및 대학교재학이 28명(23.1%), 전문대학 및 대학교 졸업 24명 (19.8%), 대학원이상은 1명(0.8%), 무응답 6명(5.0%)으로 나타났다. 연구대상의 총 재직기간 에서는 1년 미만이 56명(46.3%)으로 가장 많았고, 1-3년 미만은 35명(28.9%), 3-5년은 16명(13.2%), 5년 이상은 13명인(10.7%), 무응답 1명으로 나타났다.

월 소득에서는 50만원-100만원미만이 71명(58.7%)으로 가장 많았고, 100-200만원이 39명(32.2%), 50만원미만이 8명(6.6%), 무응답이 3명(2.5%)순으로 나타났고 연구대상자중 200만원 이상자는 1명도 없으며 이는 미용업계가 저임금임을 여실히 나타내고 있다. 직급별로는 디자이너가 전체의 45명(37.2%)으로 가장 많았으며 스탭이 39명(32.2%), 중상이 25명(20.7%), 실장 및 전문매니저 11명(9.1%)으로 나타내고 있었다.

표본의 일반적 특성은 <표 4-1> 과 같다

〈표4-1〉 표본의 일반적 특성

구 분		빈 도	비 율
성 별	남 자	39	32.2
	여 자	82	67.8
년 령	20세 이하	17	14.0
	21-25세 이하	53	43.8
	25-30세 이하	41	34.0
	31세 이상	10	8.2
결 혼 여 부	미 혼	109	90.1
	기 혼	12	9.9
학 력	고졸이하	62	6.6
	전문대 및 대학교재	28	58.7
	전문대 및 대학교 졸업	24	32.3
	대학교 이상	1	0
소 득	50만원 미만	8	6.6
	50-100만원 미만	71	58.7
	100-200만원	39	32.2
	200만원 이상	0	0
재 직 기 간	1년 미만	56	46.3
	1-3년	35	28.9
	3-5년	16	13.2
	5년 이상	13	10.7
작 위	점 장	0	0
	실장 및 전문매니저	11	9.1
	디자이너	45	37.2
	중 상	25	20.7
	스 텀	39	32.2
Total		121	100

제2절 신뢰성 및 타당성 검증

변수에 대한 신뢰성 및 타당성 검증결과 <표4-2> 와 같다

<표4-2> 변수에 대한 신뢰성 및 타당성

변 수	요 인					공통성	신뢰 계수
	교육 (요인1)	보상 (요인2)	경영자 (요인3)	고객 (요인4)	환경 (요인5)		
체계적재교육	.894					.882	0.9238
단계별교육	.868					.818	
지속적 교육	.845					.868	
승진기회		.696				.600	0.7581
충분한대우		.532				.494	
아이디어반영		.616				.464	
정기승급제도		.581				.504	
실적보상퇴직금		.672				.491	
		.666				.459	
운영방침정책			.787			.741	0.8636
경영관리능력			.842			.757	
종사원관리능력			.860			.816	
종사원경시풍조				.811		.713	0.7799
개인심부름요구				.791		.759	
정확한호칭부재				.855		.741	
술선수범					.791	.731	0.6676
기술습득노력					.777	.636	
칭찬과 격려					.722	.617	
고유값	5.058	2.476	1.853	1.492	1.209		
분산비율(%)	28.100	13.754	10.297	8.287	6.715		
누적분산비율(%)	67.157						

제3절 가설검증

〈가설 1〉의 검증 결과

경영자 유형별 종사원의 교육요인에 대한 직무만족의 차이 검증 결과 $F=9.877(P < 0.01)$ 로써 유의한 차이가 있음을 확인하였고 각 항목들에 대한 경영자 유형별 직무만족의 차이에 대한 일원분산분석(ANOVA)을 실시한 결과, 단계별 재교육 항목에서 가장 유의한 차이가 있는 것으로 나타났다. 사후검증을 위해 Duncan's Test를 실시하였고 실무/관리복합형, 미용실무형, 투자관리형 순으로 나타났으며 <가설1>은 채택되었다.

〈표4-3〉 가설1의 검증결과

교육요인	경영자유형			F값	P값
	미 용	투 자	실무/관리		
	실무형	관리형	복합형		
	A 평균/편차	B 평균/편차	C 평균/편차		
체계적인재교육	2.70/1.07	2.20/0.89	2.98/0.89	5.513	0.000***
단계별재교육	2.65/1.05	2.00/0.86	3.10/0.90	11.604	0.000***
지속적인교육	2.78/1.02	2.19/0.83	3.20/0.94	9.870	0.000***
Duncan's Test	C > A > B			9.877	0.000***

* $P < 0.1$ ** $P < 0.05$ *** $P < 0.01$

〈가설 2〉의 검증 결과

경영자 유형별 종사원의 보상요인에 대한 직무만족의 차이검증 결과 $F=5.649(P < 0.01)$ 로써 유의한 차이가 있음을 확인하였고 각 항목에 대한 일원분산분석(ANOVA)을 실시한 결과 퇴직금제도 항목에서 가장 유의한 차이가 있는 것으로 나타났다. 사후검증을 위해 Duncan's Test를 실시하였고 실무/관리복합형, 미용실무형, 투자관리형 순으로 나타났으며 〈가설2〉는 채택되었다.

〈표4-4〉 가설2의 검증결과

보상요인	경영자유형			F값	P값
	미 용 실무형	투 자 관리형	실무/관리 복합형		
	A	B	C		
	평균/편차	평균/편차	평균/편차		
승진기회	2.80/.99	2.35/.88	3.08/.86	5.378	.006***
충분한 대우	2.94/.96	2.97/.66	3.20/.76	1.236	.294
아이디어 반영	2.90/.97	2.65/.84	2.86/.58	.953	.389
실적보상	2.58/1.03	2.42/.72	3.03/.93	4.220	.017**
퇴직금 제도	1.92/.98	1.19/.48	2.03/1.08	8.352	.000***
Duncan's Test	C > A > B			5.649	0.005***

*P < 0.1, **P < 0.05, ***P < 0.01

〈가설3〉의 검증결과

경영자 유형별 종사원의 경영자요인에 대한 직무만족의 차이 검증결과 $F=2.751(P < 0.1)$ 로써 유의한 차이가 있음을 확인하였고 각 항목들에 대한 일원분산분석(ANOVA)을 실시한 결과 운영방침과 정책 항목에서 가장 유의한 차이가 있는 것으로 나타났다. 사후 검증을 위해 Duncan's Test를 실시하였고 실무/관리복합형, 투자관리형, 미용실무형 순으로 나타났으며 〈가설3〉은 채택되었다.

〈표4-5 가설3의 검증결과〉

경영자요인	경영자유형			F값	P값
	미 용 실무형	투 자 관리형	실무/관리 복합형		
	A	B	C		
	평균/편차	평균/편차	평균/편차		
운영방침과정 책	3.02/1.00	3.42/.81	3/.60/.74	5.196	.007***
경영관리능력	3.32/1.00	3.29/.86	3.72/.72	2.841	.062*
종업원관리능력	3.28/1.11	3.03/.84	3.43/.84	1.472	.234
Duncan's Test	C > B > A			2.751	.068*

*P < 0.1, **P < 0.05, ***P < 0.0

〈가설4〉의 검증결과

경영자 유형별 종사원의 고객요인에 대한 직무만족의 차이 검증결과 $F=2.430(P < 0.1)$ 로써 유의한 차이가 있음을 확인하였고 각

항목들에 대한 경영자유형별 직무만족의 차이에 대한 일원분산분석(ANOVA)을 실시한 결과 개인 심부름, 미용인 경시풍조 항목에서 비슷하게 유의한 차이가 나타났다. 또한 사후 검증을 위해 Duncan's Test를 실시하였고 투자관리형, 실무/관리복합형, 미용실무형 순으로 나타났으며 <가설4>는 채택되었다.

〈표4-6〉 가설4의 검증결과

고객요인	경영자유형			F값	P값
	미용 실무형	투자 관리형	실무/관리 복합형		
	A 평균/편차	B 평균/편차	C 평균/편차		
미용인 경시풍조	2.62/.092	3.03/.96	3.03/.92	2.801	.065*
개인 심부름	2.36/.94	2.90/1.01	2.73/1.13	2.996	.054
정확한 호칭부재	2.90/1.07	3.00/.93	3/13/.97	.558	.574
Duncan's Test	B > C > A			2.430	.092*

*P <0.1, **P <0.05, ***P <0.01

〈가설 5〉의 검증 결과

경영자유형별 종사원의 환경요인에 대한 직무만족의 차이 검증결과 $F=.775(P>.463)$ 로써 유의한 차이가 없음을 확인하였고 각 항목들에 대한 경영자 유형별 지각차이에 대한 일원분산분석

(ANOVA)을 실시한 결과 유의한 차이가 없는 것으로 나타나 <가설5>는 기각되었다.

〈표4-7〉 가설5의 검증결과

환경요인	경영자유형			F값	P값
	미용 실무형	투자 관리형	실무/관리 복합형		
	A 평균/편차	B 평균/편차	C 평균/편차		
술선수범처리	3.10/.86	3.39/.62	3.08/.78	1.724	.183
기술습득노력	3.34/.89	3.65/.71	3.62/.59	2.117	.125
칭찬과 격려	3.30/.61	3.19/.70	3.20/.65	.369	.692
Duncan's Test					

*P <0.1, **P <0.05, ***P <0.01

제4절 가설의 채택여부

가설의 채택여부는 가설1, 2, 3, 4, 는 유의한 차이가 있는 것으로 분석 되어 채택되었고 가설5는 경영자 유형별 차이가 나지 않아 기각되었으며 <표 4-8>과 같다

〈표4-8〉 가설의 채택여부

가 설	내 용	채 택여부
가 설 1	경영자의 유형에 따라 교육요인에는 유의한 차이가 있을 것 이다	채 택
가 설 2	경영자의 유형에 따라 보상요인에는 유의한 차이가 있을 것이다	채 택
가 설 3	경영자의 유형에 따라 경영자요인에는 유의한 차이가 있을 것이다	채 택
가 설 4	경영자의 유형에 따라 고객요인에는 유의한 차이가 있을 것이다	채 택
가 설 5	경영자의 유형에 따라 환경요인에는 유의한 차이가 있을 것이다	기 각

제 5 장 결론 및 제언

제1절 요약 및 결론

본 연구는 뷰티싸롱 경영자 유형별 종사원 직무만족요인에 대한 직무만족의 차이에 관하여 알아보으로써 뷰티싸롱 경영자들의 향후 종사원 관리에 대한 시사점을 제시해 주고 뷰티싸롱 종사원들의 직무만족을 통한 삶의 질을 높이는데 기여하고자 한다. 이를 위해 부산광역시, 울산광역시, 경남일원의 지역별, 뷰티싸롱의 경영자 유형별로 선정 각각의 뷰티싸롱에 근무하는 종사원을 대상으로 설문지를 배포 회수하여 조사를 실시하였다. 설문지는 총 200부를 배포하였으나 134부를 회수하여 이중 부적절한 응답자를 제외한 121부를 최종 분석 자료로 사용하였다.

본 연구에서 조사된 자료의 분석을 위해 SPSS 통계패키지를 이용하여 다음과 같이 분석하였다. 첫째, 표본의 일반적 특성을 알아보기 위하여 빈도분석을 실시하였다. 둘째, 실증조사 자료의 신뢰도 및 타당도를 검증하기 위하여 요인분석 및 신뢰성분석을 실시하였다. 셋째, 가설검증을 위하여 일원분산분석을 실시하였다.

연구결과를 요약하면 다음과 같다.

첫째, 뷰티싸롱 경영자 유형별 종사원 직무만족요인 중 교육요인에 대한 직무만족의 차이는 유의한 것으로 나타났으며, 특히 단계별 재교육의 항목에서 가장 유의한 차이가 있으며 지속적인 교육, 체계적인 재교육 순으로 나타났다. 이는 미용업의 질적 향상을 위한 아주 바람직한 현상으로 뷰티싸롱 종사원들의 고학력과 무관치 않으며 전문직으로서 성장할 수 있는 가능성을 가늠할 수 있는 척도로 보아도 무방할 것으로 생각된다. 둘째, 직무만족요인 중 보상

요인에 대한 직무만족의 차이는 유의한 것으로 나타났고 특히 퇴직금제도 항목에서 가장 유의한 차이가 있는 것으로 나타났으며, 승진기회, 실적보상 순으로 나타났다. 우리나라 뷰티싸롱의 경영자들이 경영활동을 함에 있어 큰 문제점중 하나가 이직율이 매우 높다고 하는데 있는 바, 퇴직금제도를 도입 정착시키므로 해서 장기근속자가 늘어나고 이직율이 감소할 것으로 전망되며, 동기부여를 통한 기업의 목표달성이 한층 더 쉽게 달성 될 것으로 생각된다.

셋째, 직무만족요인 중 경영자요인에 대한 직무만족의 차이에서는 유의한 차이가 있는 것으로 나타났다. 운영방침과 정책에서 가장 유의한 차이가 있으며, 경영관리 능력, 종업원관리 능력 순으로 나타났다. 미용기술은 단기간에 이루어 질 수 없는 특성을 가지고 있으므로 종사원들이 장래에 대한 확신과 불안감이 상존하는 것으로 생각되며 이는 경영자의 확실한 비전제시가 있어야 할 것으로 생각된다.

넷째, 직무만족요인 중 고객요인에 대한 직무만족의 차이는 유의한 차이가 있는 것으로 나타났으며 개인 심부름, 항목에서 가장 유의한 차이가 있으며 미용인 경시 풍조, 정확한 호칭부재 순으로 나타났다. 고객이 종사원에 대한 정확한 호칭부재와 무시풍조 같은 현상은 경영자나 선배 미용인들의 책임이 크다고 할 수 있으며 하루빨리 뷰티싸롱 내부에서 상호간의 호칭을 정확하게 불러주는 것이 선결과제라 할 수 있다.

다섯째, 직무만족요인 중 환경요인에 대한 직무만족의 차이는 경영자 유형별 유의한 차이가 없는 것으로 나타났으며 기각되었다.

이는 뷰티싸롱 경영자 모두가 종사원(내부고객)이 직무에 만족해야 외부고객만족이 이루어질 수 있다고 하는 생각을 하고 있으며 종사원들이 직무에 잘 적응할 수 있도록 많은 배려를 하고 있음을 보여주는 것으로서 나아가 이직율 감소와 고용안정에 상당부분 기여할 것으로 사료된다.

종합해서 판단해보면 뷰티싸롱 경영자 유형별 종사원 직무만족 요인에 대한 직무만족의 차이는 경영자 유형에 따라서 유의한 차이가 있는 것으로 나타났으며 다음과 같이 설명하고자 한다. 교육요인 > 보상요인 > 경영자요인 > 고객요인 > 환경요인 순이다.

경영자가 종사원들의 직무만족요인에 대한 직무만족의 차이를 정확하게 파악하고 동기를 부여함으로서 조직을 합리적으로 관리, 운영할 수 있을 뿐만 아니라 고객만족을 통한 기업의 목표달성을 효율적으로 이룩할 수 있을 것이다.

제2절 연구의 한계점 및 향후 연구과제

첫째, 본 연구는 연구대상을 부산광역시, 울산광역시, 경남일원을 대상으로 한 만큼 전체를 대표하기엔 어려움이 있다. 둘째, 뷰티싸롱 경영자의 비협조로 설문조사에 상당한 어려움이 발생하여 표본수가 적어 뷰티싸롱 전체를 대표하기엔 무리가 있다. 셋째, 설문지의 오류를 보완하기 위하여 전화 인터뷰, 직접면담 등을 통한 조사의 필요성이 제기 되었다. 넷째, 뷰티싸롱 경영자 유형에 대한 선행연구가 전혀 없어 본 연구자가 미용실 유형 등에 대한 선행연구의 고찰과 본 연구자의 실무경험을 바탕으로 감히 미용실무형 경영자, 투자관리형 경영자, 실무/관리복합형 경영자로 구분, 정의하였으나 미흡한 부분이 많아 아쉬움이 있다. 다섯째, 종사원의 직무만족 요인에 대한 직무만족의 차이와 직무성과 간의 관계에 대한 연구가 있었으면 한다. 여섯째, 피부관리, 메이크업, 네일, 발관리실 등에 종사하는 종사원들과의 비교 분석 연구가 이루어지길 기대한다.

참 고 문 헌

1. 국내문헌

1) 단행본

대한미용사회, 『위생교육교재』, 2004.

류태모 외, 『TOP을 위한 경영학』, 도서출판대명, 2003.

유신문화사, 『미용종합이론』, 2004.

한국모발학회, 『학회지』, 2004.

2) 학위논문

곽수남, “피부미용사의 직무만족 직장애착 및 이직의향에 관한 연구”,
조선대학교 대학원 석사학위 논문, 2001.

김정균, “고객만족과 지각된 서비스품질관계에 관한 연구”, 서울대
학교 대학원 석사학위 논문, 1995.

김재경, “미용서비스업 이용자의 고객만족영향요인”, 인제대학교
대학원 석사학위 논문, 1998.

박봉규, “호텔종사원의 직무만족과 고객지향간의 관계에 있어서 자
발적 행동과 직무역할행동에 관한 연구”, 한국 관광학회
관광학 연구 제22권 제3호(통권28호) p31-53, 1999.

박춘심, “미용종사자의 전문직업성과 직무만족”, 인제대학교 대학
원 석사학위 논문, 2002.

신호준, “서비스기업의 유형에 따른 종업원 임파워먼트가 직무만족
및 서비스 품질에 미치는 영향”, 서강대학교 대학원 석사
학위 논문, 2000.

- 심인섭, “서비스업에서 고객만족도에 영향을 미치는 요인 분석”, 중앙대학교 석사학위 논문, 1998.
- 윤수용, “뷰티싸롱 종사자의 직무특성요인과 성과에 관한 연구”, 부경대학교 경영대학원 석사학위 논문, 2001.
- 이만구, “지방공무원 직무만족에 관한 연구”, 동국대학교 대학원 박사학위 논문, 2001.
- 안미연, “서비스 조직내부의 커뮤니케이션 만족도가 서비스품질에 미치는 영향에 관한 연구”, 서강대학교 대학원 석사학위 논문, 1999
- 오경숙, “미용실 유형에 따른 직원의 직무 만족과 고객만족에 관한 연구”, 동아대학교 대학원 석사학위논문, 2003.
- 정장용, “미용서비스 소비자 만족에 관한 연구”, 동아대학교 대학원 석사학위 논문, 2001.
- 조판래, “미용업종사원(미용사)의 직무만족에 관한 연구”, 아주대학교 대학원 석사학위 논문, 1991.
- 전혜진, “종업원 만족과 고객만족 간의 관계에 관한 연구”, 고려대학교 대학원 석사학위 논문, 1998.
- 정은영, “피부관리사의 직무만족에 관한 조사연구”, 경산대학교 대학원 석사학위 논문, 1999.
- 홍주빈, “서비스 품질과 고객만족이 재 구매의사와 구전 의도에 미치는 실증적 연구”, 동국대학교 대학원 박사학위 논문, 1998.
- 황선아, “미용실의 서비스품질과 소비자 만족에 관한 연구”, 성균관대학교 대학원 석사학위 논문, 2000.
- 정 훈, “서비스 마케팅 전략에 관한 연구(미용업 사례를 중심으로)” 한양대학교 경영대학원 석사학위 논문, 2000.

최혜련, “미용실의 마케팅 전략과 직무만족도 연구” , 중앙대학교 대학원 석사학위 논문, 2002.

2. 외국문헌

Founmt, GP, MK Distefano JR & MW. Pryer, Job Satisfaction, Issues and Problems, *Problem Personal Psychology*, Vol 19, 1966

Lock, E,A, Satisfiers and Dissatisfiers Among White Collar and Blue collar Employees, *Journal of Applied Psychology*, Vol 58,1973

Taylor, F, W, Scientific Management, N,Y : Haper & Brothers, 1919

Gillmer, B,H, Industrial Psychology, 2th(ed) McGraw-Hill Co, 1966

Vroom, V,H,. Work and Motivation, John Wiley & Sons, Inc, N,Y,. 1964

[부록 I]

〈설 문 지〉

- ▶미용실무형경영자 ()
- ▶투자관리형경영자 ()
- ▶실무/관리복합형경영자()

안녕 하십니까 ?

저는 부경대학교 경영대학원에 재학 중인 한홍경 입니다.

본 설문지는 석사학위 논문에 사용할 연구자료 수집을 위한 것 입니다. 각 문항에는 옳고 그름이 없으니 귀하께서 평소에 생각 하시는 대로 솔직하게 답변해 주시면 감사하겠습니다.

수집한 자료는 오직 통계목적으로 처리될 뿐이며 개별적으로 공개되는 일은 없으니 안심하시고 기입해 주시면 감사하겠습니다.

귀하의 협조가 연구에 결정적인 역할을 하게 될 것이오니 한 문항도 빠짐없이 작성해 주시면 감사하겠습니다. 바쁘신 중에도 본 연구에 참여해 주신데 대하여 진심으로 감사드리며 행운과 행복이 함께 하시길 기원합니다.

2004년 8월

부경대학교 경영대학원 경영학과 석사과정 한 홍 경

지도교수 : 경영대학원장 경영학박사 류 태 모

설 문 지

1. 다음문항을 읽어보시고 귀하의 생각과 일치하는 곳에 ‘√’ 표 하여주시기 바랍니다

	항 목	전혀 그렇지 않다	그렇지 않다	보통 이다	그렇다	항상 그렇다
1	나는 우리미용실의 운영방침과 정책이 좋다					
2	원장의 미용실무 능력이 탁월하다					
3	원장의 경영관리 능력이 탁월하다					
4	원장의 종사원관리 방법이 좋다					
5	우리미용실에 미용재료는 충분히 제공 된다					
6	나는 미용실내의 구성원들과 친근하게 잘 지낸다					
7	나는 향후 미용분야에 비전이 있다고 생각 한다					
8	나는 미용인임을 자랑스럽게 생각 한다					
9	미용실내 문제 발생 시 솔선하여 처리 한다					
10	미용실에 근무하는 게 내가 원해서보다 어쩔 수 없어 한다					
11	미용실의 모든 업무는 상급자의 지시에 따른다					
12	우리미용실은 상 하급자간의 팀웍이 좋다					
13	나 스스로 기술 습득을 위해 노력 한다					
14	상급자나 동료들로부터 칭찬과 격려 을 많이 받는다					
15	야유회나 회식 등이 화목한 분위기를 만들어 준다					
16	차별화 된 근무 복장이 좋다					

	항 목	전혀 그렇지 않다	그렇지 않다	보통 이다	그렇다	항상 그렇다
17	미용실 일일 근무시간이 적당하다					
18	우리미용실의 휴무에 만족 한다					
19	우리미용실은 퇴근시간이 일정하다					
20	우리미용실은 체계적인 재교육을 실시한다					
21	우리미용실은 직급에 따른 단계별 교육을 실시한다					
22	우리미용실은 지속적으로 교육을 하고 있다					
23	교육 시 외부강사를 정기적으로 초청 하여 실시하고 있다					
24	나는 나의 능력에 적절한 임금을 받고 있다					
25	우리미용실에는 승진기회가 많다					
26	우리미용실은 국민4대 보험에 가입해 준다					
27	나는 나의 능력만큼 충분한 대우를 받고 있다					
28	나의 제안이나 아이디어가 업무에 적극 반영되고 있다					
29	우리미용실에는 정기승급제도가 있다					
30	우리미용실에는 개인의 실적에 따른 보상을 하고 있다					
31	우리미용실에는 퇴직금제도가 있다					
32	고객은 미용인을 경시하는 풍조가 있다					
33	고객으로부터 개인 심부름 등의 무리한 요구를 받을 때가 있다					
34	고객은 미용사에 대한 정확한 호칭이 없다					

II. 다음의 질문들은 통계적인 목적을 위한 것이오니 솔직하게
응답해주시면 감사 하겠습니다

- [illegible]

- 귀하의 답변에 깊은 감사를 드리며 항상
행운과 행복이 함께 하시길 기원 합니다 -

감사의 글

논문이 완성되기까지 끊임없는 지도와 애정 어린 격려로 학문의 자세를 일깨워주시고 때론 엄한 질책과 격려로 오늘이 있기까지 지도해주신 류태모 대학원장님의 높고 깊은 은혜에 진심으로 감사드립니다.

언제나 가능한 쪽으로 긍정적 사고를 심어주신 윤영삼 교수님, 논문이 완성되기까지 세심한 검토와 조언을 해 주신 홍재범 교수님, 시도하지 않으면 아무것도 이룩할 수 없다는 신념을 일깨워주신 전중옥 교수님께도 큰 감사를 드립니다.

또한 논문연구에 대한 많은 정보와 조언을 수많은 참고문헌들을 손수 찾아 주시며 할 수 있다는 확신을 심어 주신 오경숙 교수님, 언제나 든든한 힘이 되어 주시는 장기봉 원장님, 김영태 교수님, 정연술 사장님께도 한없는 감사를 드립니다.

항상 변함없는 사랑으로 25년을 함께하며 온갖 어려움 참아내며 향학의 미련을 버리지 못한 남편 끝까지 뒷바라지 하느라 얼굴에 잔주름 가득한 모습의 사랑하는 아내 김정숙, 귀엽고 예쁜 두 딸민, 아름, 총명하고 믿음직스러운 아들 임수와 함께 이 기쁨을 나누고자 합니다.

부모님 모시며 집안의 대소사 챙기시고 못난 동생 잘되기를 바라며 헌신적으로 도와주신 형님 형수님, 언제나 변함없는 누님 자형, 동생내외, 25년 동안 변함없으신 사랑으로 감싸주시는 장인 장모님, 사랑하는 처제들에게도 감사를 드리며 주위에서 항상 격려와 용기를 주시는 모든 분들에게 행운과 행복이 항상 함께 하시기를 진심으로 기원 합니다.

2004. 12 한 홍 경