



저작자표시-비영리-변경금지 2.0 대한민국

이용자는 아래의 조건을 따르는 경우에 한하여 자유롭게

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

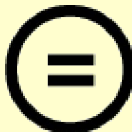
다음과 같은 조건을 따라야 합니다:



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](#)

경영학석사 학위논문

항공사 승무원 지원자들의
미의식과 외모관리행동에 대한
지불의사 연구



2011년 2월

부경대학교 경영대학원

관광경영학과

이 수 정

경 영 학 석 사 학 위 논 문

항공사 승무원 지원자들의
미의식과 외모관리행동에 대한
지불의사 연구

지도교수 양 위 주

이 논문을 경영학석사 학위논문으로 제출함

2011년 2월

부경대학교 경영대학원

관광경영학과

이 수 정

이수정의 경영학석사 학위논문을
인준함

2010년 12월

주	심	관광경영학박사	설	훈	구	(인)
위	원	관광경영학박사	전	재	균	(인)
위	원	관광레저학박사	양	위	주	(인)

목 차

제 1 장 서 론

제 1 절 연구의 배경 및 목적	1
제 2 절 연구내용	3

제 2 장 이론적 배경

제 1 절 미의식에 관한 고찰.....	5
1. 미의식.....	5
2. 항공사 여승무원의 외적용모의 중요성.....	6
제 2 절 외모관리행동.....	8
1. 피부관리.....	11
2. 헤어관리.....	12
3. 성형수술.....	14
4. 네일관리.....	16
5. 체중관리.....	17
제 3 절 지불의사(WTP)가격.....	19

제 3 장 연구 설계

제 1 절 연구 대상 및 자료수집.....	23
제 2 절 실증조사의 설계.....	23
1. 연구모형.....	23
2. 연구가설.....	24
3. 조사도구.....	26
4. 분석 방법.....	29

제 4 장 분석 결과

제 1 절 조사대상자의 일반적인 특성.....	30
제 2 절 미의식이 외모관리행동 지불의사에 미치는 영향.....	31
1. 미의식이 피부관리행동 지불의사에 미치는 영향.....	31
2. 미의식이 헤어관리행동 지불의사에 미치는 영향.....	32
3. 미의식이 성형수술행동 지불의사에 미치는 영향.....	32
4. 미의식이 네일관리행동 지불의사에 미치는 영향.....	33
5. 미의식이 체중관리행동 지불의사에 미치는 영향.....	34
제 3 절 경험유무에 의한 미의식이 외모관리행동 지불의사에 미치는 영향.....	35
1. 경험유무에 의한 미의식이 피부관리행동 지불의사에 미치는 영향.....	35
2. 경험유무에 의한 미의식이 헤어관리행동 지불의사에 미치는 영향.....	36
3. 경험유무에 의한 미의식이 성형수술행동 지불의사에 미치는 영향.....	37
4. 경험유무에 의한 미의식이 네일관리행동 지불의사에 미치는 영향.....	38
5. 경험유무에 의한 미의식이 체중관리행동 지불의사에 미치는 영향.....	39

제 5 장 결론 및 제언

제 1 절 결론.....	40
제 2 절 제언.....	42
참고문헌.....	44
설문지.....	52

표 목 차

<표1> 외모관리행동 선행연구.....	10
<표2> 설문지의 주요 구성 및 문항	27
<표3> 조사도구의 요인분석결과.....	28
<표4> 설문지의 신뢰도분석 결과.....	29
<표5> 연구대상자의 일반적 특성.....	30
<표6> 미의식이 피부관리행동 지불의사에 미치는 영향.....	31
<표7> 미의식이 헤어관리행동 지불의사에 미치는 영향.....	32
<표8> 미의식이 성형수술행동 지불의사에 미치는 영향.....	33
<표9> 미의식이 네일관리행동 지불의사에 미치는 영향.....	34
<표10> 미의식이 체중관리행동 지불의사에 미치는 영향.....	34
<표11> 경험유무에 의한 미의식이 피부관리행동 지불의사에 미치는 영향.....	36
<표12> 경험유무에 의한 미의식이 헤어관리행동 지불의사에 미치는 영향.....	37
<표13> 경험유무에 의한 미의식이 성형수술행동 지불의사에 미치는 영향.....	38
<표14> 경험유무에 의한 미의식이 네일관리행동 지불의사에 미치는 영향.....	39
<표15> 경험유무에 의한 미의식이 체중관리행동 지불의사에 미치는 영향.....	39

그 립 목 차

<그림1>연구모형.....	23
----------------	----



ABSTRACT

WTP on the relationship between Beauty and appearance management behavior by Airline applicants.

Lee Su Jung

Department of Tourism Management

Pukyong National University Graduate School of Business

The purpose of this study is to find aesthetic consciousness of women who hope to become a flight attendant how they evaluate their own appearance about beauty and to investigate effects of their aesthetic consciousness on appearance management behavior WTP. In addition, this study will look into if there is difference in effects of experience status on appearance management behavior WTP. If effects of airline applicants' aesthetic consciousness on appearance management behavior WTP can be proved then it will be an opportunity of providing more clear market chance to target airline applicants in the marketing strategy aspect of appearance related businesses and the range of selection for appearance management will be widened for airline applicants.

A survey was conducted on 300 airline applicants of Busan to investigate subjects of this study. Sampling was conducted by selecting female students of airline service management department of 2 junior colleges, airline applicants who are attending 4-year university, and 3 flight attendant academies.

A questionnaire method modified and supplemented by the researcher based on literature and the precedent studies was used and multiple regression analysis was conducted using SPSS 15.0 statistic program for credibility analysis, exploratory factor analysis, frequency analysis and percentage, and effects of aesthetic consciousness of ailing applicants on appearance management behavior WTP. Moreover, Chow-test was conducted for comparison of regression

coefficient of two groups to find difference of effects according to experience status.

Results of data analysis are as follows.

First, as a result of analyzing effects of aesthetic consciousness on skin management behavior WTP, high aesthetic consciousness has positive (+) effects on skin management behavior WTP.

Second, as a result of analyzing effects of aesthetic consciousness on hair management behavior WTP, there was partially significant result. Only shape factor from aesthetic consciousness had positive effect on hair management behavior WTP, and it is because hair management behavior WTP is higher when people perceive themselves 'cool' and 'fabulous' as variables like 'cool' and 'fabulous' exist in the shape factor.

Third, as a result of analyzing effects of aesthetic consciousness on plastic surgery management behavior WTP, high aesthetic consciousness has positive (+) effects on plastic surgery management behavior WTP. This is because people have high interest and plastic surgery WTP for beauty even with high aesthetic consciousness as awareness that beauty is one kind of ability or capital territory.

Fourth, as a result of analyzing effects of aesthetic consciousness on nail management behavior WTP, there was partially significant result. If the shape factor is perceived high from aesthetic consciousness then it has positive (+) effect on nail management behavior WTP, however, the style factor does not have effect. It is expected that people will invest more money on nail management behavior when people perceive themselves 'cool' and 'fabulous' as variables like 'cool' and 'fabulous' exist in the shape factor.

Fifth, as a result of analyzing effects of aesthetic consciousness on weight management behavior WTP, it was shown that high aesthetic consciousness has no significant effect on weight management WTP. This supports the results of

Kim Ok Soo et al. (2002) that skipping meals and fasting which most of women choose in general take high frequency in weight control behavior.

Sixth, as a result of finding effects of aesthetic consciousness according to skin management experience status on skin management behavior WTP, if the group that experience skin management perceives aesthetic consciousness as high then it has positive effect on skin management behavior WTP. Aesthetic consciousness of the group with no experience has no significant effect on skin management behavior WTP. When looking at Chow-test analysis result to find out difference of regression coefficient, it is significant at 5% of significance level with the F value of over 2.60. In other words, there is significant difference in regression coefficient between two groups.

Seventh, as a result of finding effects of aesthetic consciousness according to hair management experience status on hair management behavior WTP, both experienced group and no experience group had partially significant results, and only the shape factor has positive (+) effect on hair management behavior WTP in two groups. When looking at Chow-test analysis result to find out difference of regression coefficient, it is significant at 5% of significance level with the F value of over 2.60. In other words, there is significant difference in regression coefficient between two groups.

Eighth, as a result of finding effects of aesthetic consciousness according to plastic surgery experience status on plastic surgery behavior WTP, only shape factor in the group that has plastic surgery experience has positive (+) effect on WTPshape factor then it has positive (+) effect on inail management behavior WTP and it was shown that aesthetic consciousness of the group with no experience has no significant effect on plastic surgery behavior WTP. When looking at Chow-test analysis result to find out difference of regression coefficient, it is significant at 5% of significance level with the F value of over 2.60. In other words, there is significant difference in regression coefficient between two groups.

Ninth, as a result of finding effects of aesthetic consciousness according to nail

management experience status on nail management behavior WTP, if the group that has nail management experience perceives shape factor then it has positive (+) effect on nail management behavior QTP. It was shown that aesthetic consciousness of the group with no experience has no significant effect on nail management behavior WTP. When looking at Chow-test analysis result to find out difference of regression coefficient, it is significant at 5% of significance level with the F value of over 2.60. In other words, there is significant difference in regression coefficient between two groups.

Tenth, as a result of finding effects of aesthetic consciousness according to weight management experience status on weight surgery behavior WTP, both experienced group and no experience group had no significant influence. When looking at Chow-test analysis result to find out difference of regression coefficient, it is significant at 5% of significance level with the F value of over 2.60. In other words, there is significant difference in regression coefficient between two groups.

It is judged that appearance management behavior WTP according to aesthetic consciousness of airline applicants who are the research target is somewhat high, more various services and products of appearance management business in many price ranges must be developed to satisfy their needs. In addition, it is necessary to launch products and to provide guides that can help professional appearance management behavior for airline applicants.

제 1 장 서 론

제 1 절 연구의 필요성 및 목적

아름다움에 대한 추구와 동경은 인류의 역사와 함께 과거로부터 존재해왔다. 아름다움이란 감각적인 기쁨을 주는 대상의 특성으로 마음을 끌어당기는 조화의 상태이다(위키백과, 2010). 그러나 아름다움을 고유하게 정의하는 것은 곤란하며 자연의 사물, 사람 등에 대해 감각적으로 느끼는 소박한 인상으로부터 인간행위의 윤리적 가치에 대한 평가에 이르기까지 다양한 의미와 해석의 위상을 가지고 있다.

Nancy(2001)는 아름다움은 선천적이라고 하였다. 즉, 아름다움이라는 것은 태생적이라는 것이다. 지금껏 아름다움이 어떤 절차에 의해 판단되어지는지를 규명하기 위해 많은 연구가 있어왔다. 생물학적 연구에 따르면 아름다움은 시각자의 감정적 평가에 반응하는 활발한 뇌의 움직임으로 평가된다고 하였다(Giacomo, 2007). 즉, 아름다움은 대상을 바라보는 사람의 감정적 평가에 따라 달라질 수 있다는 것이다. 또한 아름다움은 시대와 사회문화에 따라 기준이 다르다고 할 수 있다. 현대사회는 매스 미디어와 각종 사회문화에 의해 미의 기준이 제시된다(Nancy, 2004). 사람의 내적인 아름다움을 중요시하던 과거와는 다르게 현대사회는 외적인 아름다움을 지향하는 외모지상주의의 사회라고 할 수 있다(윤소영, 2007).

Hamermesh(1994)의 연구에 의하면 좋은 외모를 지녔다고 평가된 사람들은 평균적 외모를 지닌 사람보다 5-10% 정도 높은 소득을 얻고 있다고 하였다. 최근 외모에 대한 관심과 외모를 가꾸기 위한 행동이 사회적 현상으로 특징되어질 만큼 외모가 점점 강조되고, 사람을 평가하는 기준에 있어서도 중요한 판단요소로 작용하고 있으며, 대인관계에서도 사람의 외모는 매우 중요한 역할을 한다(황윤정, 2007). 이렇듯 외모를 중시하는 사회풍조에서 비롯된 결과로 현대인들은 외적인 아름다움을 추구하고 있으며, 외모관리는 이제 필수조건이 되었다.

아름다움을 지향하는 외모의 영향은 사회생활의 시작인 취업에서도 예외라고 할 수 없다. 관광관련 기업 중 다양한 사람들을 접하는 직업은 항공사 승무원이다. 승무원 서비스 수행과 관련하여 외모도 주요한 품질결정 요인이라는 것은 PZB(1988)의 연구에 의해 규명되었다. 윤지연(2007)은 항공사 승무원을 대상으로 한 조사에서 ‘항공

사 승무원이 다른 사람들보다 외모가 아름다워야 한다고 인식하는가?’라는 질문에 61.3%가 그렇다고 대답하였다고 하였으며 고객들을 상대로 하는 항공사 승무원의 직업 특성상 외모의 호감도가 고객 접객 업무 성과에 영향을 미친다고 하였다. 조경희(2005)는 항공사승무원의 외모에 따른 서비스 수행능력에 관한 연구에서 매력적인 외모는 서비스 수행능력판단에 유의한 영향을 미친다는 결론을 도출하였다. 실제 아시아나항공은 2005년 세계적인 항공서비스 품질 리서치 기관인 영국 스카이트렉스(Skytrax)사로부터 승무원서비스부문 1위인 ‘World Best Cabin Staff, 2005’로 선정되었다. 이 조사는 실제 탑승객 인터뷰 등을 통한 설문조사의 결과이며 승무원 서비스 품질을 평가하는 기준으로 기내분위기, 친절함과 예의, 언어 능숙도, 승무원의 외모가 포함되어 있다. 이처럼 승무원의 외모가 항공사의 이미지에도 영향을 주고 있다는 것이 증명되면서 각 항공사들은 승무원 선발 시 외모를 중요한 평가요소로 규정하고 있다.

외모가 면접에서 미치는 영향에 관한 연구들을 살펴보면 James(2000)는 입사 면접관들은 지원자의 외모에 치우쳐 평가하고, 외모에 덜 매력적인 지원자에게 낮은 점수를 준다고 하였다. 또한 Chung & Leung(1988)은 면접지원자의 외모에 관한 정보만 제공했을 때 매력적인 외모를 가진 지원자들을 고용하기 쉽다는 의견을 제시하였다. 신미정(2007)은 면접에서 여성지원자를 평가할 때 외모를 중요하게 고려한다고 주장하였으며, 특히 업무상 외부인의 접촉이 많은 직업일수록 외모가 면접에 중요한 평가항목이라고 하였다. 김혜리(2008)는 취업지원자의 외모가 면접관의 평가에 미치는 영향을 알아보기 위해 면접관을 대상으로 설문조사를 실시한 결과 ‘면접에서 지원자의 외모가 평가결과에 영향을 미친다고 생각한다’는 것을 확인하였으며 지원자의 외모가 중요한 이유로 ‘자기관리를 잘하기 때문’ 과 ‘기업의 이미지를 위하여’ 라고 응답하여 지원자의 외모가 그들의 이미지 관리뿐만 아니라 실력이나 능력과도 관계가 있음을 나타내는 결과를 도출하였다. 이와 같이 기업체의 직원평가항목에서 중요한 역할을 하는 변수로 외모가 면접평가에 미치는 영향을 입증하는 연구이다.

따라서 이러한 항공사 승무원이 되기를 지망하는 여성들은 면접평가에서 자신의 외모에 대해 긍정적인 평가를 받기위해 높은 미(美)의식을 가지고 있을 것이며, 그들이 가지고 있는 미(美)의식이 외모를 가꾸기 위한 외모관리행동의 지불의사에 영향을 미칠 것이라는 사고에서 본 연구를 시작하게 되었다.

아름다움을 중시하는 사회적 현상은 항공사 승무원 채용면접에서 외모가 중요한 평

가항목이라는 결과를 가져왔으며(김민수, 2003) 면접관의 평가에 있어 아름다운 외모를 형성하기 위해 지원자들의 외모관리행동의 지불의사를 연구하는 것은 유용한 의미가 있다고 생각되어진다. 또한 승무원지원자들의 미의식이 외모관리행동 지불의사에 미치는 영향이 입증되어진다면 외모관련산업의 마케팅전략 차원에서 승무원지원자들을 공략할 더욱 확실한 시장기회를 제공하는 계기가 될 것이고 승무원 지원자들에게는 외모관리를 위한 선택의 폭이 넓어질 것이다. 본 연구는 항공사 승무원 지원자들을 연구대상으로 하여 아름다움에 대한 본인의 외모는 어떠하다고 평가하는지 그들의 미의식을 조사하고 미의식이 외모관리행동 지불의사(WTP)에 미치는 영향을 알아보고자 한다. 또한 경험의 유무에 따라서 외모관리행동 지불의사(WTP)에 미치는 영향에 차이가 있는지를 알아보고자 한다. 본 연구를 위한 구체적인 목적은 다음과 같다.

첫째, 항공사 승무원을 지망하는 여성들의 미의식을 조사한다.

둘째, 항공사 승무원 지원자들의 미의식이 외모관리행동 지불의사(WTP)에 미치는 영향을 알아보고자 한다.

셋째, 경험의 유무에 따라서 미의식이 외모관리행동 지불의사(WTP)에 미치는 영향에 차이가 있는지를 알아본다.

제 2 절 연구내용

Langmeyer 및 Shank(1994)가 제시한 내적인 아름다움과 외적인 아름다움의 두 가지 차원의 아름다움은 박상준 외(2008)의 연구에 의해 외적인 아름다움(형상, 스타일)차원, 내적인 아름다움(역동적 성격, 배려)차원으로 구분되었다. 또한 외적인 아름다움이 내적인 아름다움보다 높게 인식된다는 결론을 도출하였다. 본 연구에서는 그들의 연구를 바탕으로 항공사 승무원 지원자들의 미의식을 살펴보고자 한다. 또한 미의식이 외모관리행동 지불의사에 미치는 영향을 알아보기 위해 다소 영향을 덜 미칠 것이라고 판단되어지는 내적인 아름다움(역동적 성격, 배려)차원은 제외하고 외적인 아름다움(형상, 스타일)차원만을 가지고 본 연구에 적용하였다.

각 장에서 이루어질 전체적인 내용은 다음과 같다.

I 장에서는 서론으로 연구의 필요성 및 목적, 연구내용을 제시한다.

II 장에서는 이론적 배경으로서 미의식과 외모관리행동 지불의사에 대해 선행되어진

연구들을 살펴본다.

III장에서는 이 연구의 연구모형과 연구가설, 자료수집 방법, 조사도구 및 내용, 분석 방법을 제시한다.

IV장에서는 항공사 승무원을 지망하는 여성들의 미의식이 외모관리행동의 지불의사(WTP)에 미치는 영향을 알아본다. 경험의 유무에 따라 미의식이 외모관리행동 지불의사에 미치는 영향의 차이가 있는지 알아본다.

V장에서는 결론으로 항공사 승무원을 지망하는 여성들의 미의식에 따른 외모관리행동 지불의사(WTP)의 결과를 바탕으로 이 연구의 결론과 한계점을 제시한다.



제 2 장 이론적 배경

제 1 절 미(美)의식에 관한 고찰

1. 미의식

미의식이란 미(美)에 대해 느끼고 판단하는 의식을 말한다. 심리학에서는 미적 태도에 있어서의 의식과정을 뜻하며, 철학에서는 미적 가치에 관한 직접적 체험을 뜻한다. 미의식을 이루고 있는 요소로는 감각, 표상, 상상, 사고, 의지, 감정 등이 있으며 이러한 요소들이 결합되는데 있어서 미의식 고유의 성질이 드러난다고 할 수 있다. 요컨대 미의식은 이러한 요소들의 복합체이며 일상적 경험을 통해 얻게 된다(김문환, 1994).

역사를 통틀어 아름다움을 추구하는 인간의 본능은 변함이 없었고, 이것을 표현하기 위한 노력도 끊임없이 계속 되어지고 있다(이소정, 2008). 현대사회는 문화의 발달과 함께 미의 개념도 모든 여성에게 다양화, 개성화 되어가면서 신체 내·외적인 건강을 포함한 외적 아름다움에 대한 기대와 욕구가 강해지고 있다(조슬기, 2006).

김성희(2005)는 “사람들은 아름다운 외모를 가지면 더 행복하고 더 성공하며, 더 현명하고 더 사교적이라고 평가한다. 아름다운 외모를 가진 사람은 자기 스스로도 만족을 느끼고 능동적으로 살아가게 되고, 사회생활에서도 자신의 능력을 발휘하고 자신감을 가지게 된다. 반면에 아름답지 않은 외모는 사회적으로 위축되고 사회생활에서 타인들에게 좋은 대우를 받지 못하게 된다”고 하였다.

평균적인 미의 추구와 내적인 아름다움의 강조속에서도 계속적으로 추구되는 외형적인 미의 갈망으로 인하여 인간은 계속적으로 자신의 미를 발전시키는데 많은 노력을 강구하고 있다. 아름다운 외모가 인상의 중요한 부분을 차지한다는 것은 부정할 수 없는 사실이며 소홀히 생각할 수 없는 중요한 요소이기도 하다(최미혜, 2007). 그러나 지나치게 외모만을 중시하는 외모지상주의문화는 아름다움에 대한 가치관을 그릇되게 왜곡시킴으로서 나타난 현상이다. 이러한 왜곡된 진리와 가치관의 산물인 외모지상주의를 타파하고 진정한 아름다움을 이루기 위해서는 외적인 아름

다움과 내적인 아름다움이 모두 조화롭게 갖추어져야 한다. 미의식에 관련된 선행 연구는 다음과 같다. 이연미(2003)는 고등학교 여학생의 미의식에 대한 연구에서 정형화된 미인을 이상형으로 꼽는 다기 보다는 나름의 자연스러운 모습을 소중히 생각하는 자기에가 강하게 나타났다는 결론을 도출하였다. Bloch 및 Richins(1992)는 이상적 미의 제시는 외모관리행동 (다이어트, 운동, 체중조절, 화장품사용, 의복 착용 등)을 촉진시켜 자아 존중감을 향상시키게 하는 경향이 있고 그로 인하여 사회적 이점을 얻게 된다고 하였다. 최미혜(2007)는 연령대별 미의식과 외모에 대한 인식 비교분석에서 모든 연령대의 여성이 아름다움이라는 것은 선천적인 걸로 생각하고 있었으며, 외모와도 밀접한 관련이 있다고 하였다. 또한 아름다운 외모가 인간관계 형성에 영향을 미친다고 하였다.

아름다움에 대한 관심이 증가하면서 아름다움을 측정할 수 있는 척도개발에 대한 연구가 있어왔다. 박상준 외(2008)는 인간의 아름다움을 측정할 수 있는 객관적인 방법의 개발에 목적을 두고 아름다움을 구성하는 내재적인 차원들에 대한 분석을 시도하였다. 이를 위해 Langmeyer 및 Shank(1994)의 연구에서 제시된 내적인 아름다움과 외적인 아름다움의 측정항목들을 기초로 하였으며 미국과 한국이라는 문화적 특성에 관계없이 아름다움이 두 가지 차원으로 구분될 수 있는지 파악하고자 그들의 연구를 국내에서 수집된 자료를 바탕으로 재검토하였다. 그 결과 아름다움은 4가지 차원인 외적인 아름다움(형상, 스타일)차원과 내적인 아름다움(역동적 성격, 배려)차원으로 구분되었다. 또한 외적인 아름다움이 내적인 아름다움보다 높게 인식된다는 결론을 도출하였다.

본 연구에서는 미의식을 자신의 아름다움에 대한 본인의 평가라고 정의한다. 따라서 조사대상자인 항공사 승무원 지원자들이 인지하는 본인의 미의식은 어떠한지 알아보고자 하며 미의식이 외모관리행동 지불의사에 미치는 영향을 알아보기 위해 연구자가 판단하기에 외모관리행동 지불의사에 다소 영향을 덜 미칠 것으로 판단되는 내적인 아름다움차원은 제외하고 외적인 아름다움차원만을 가지고 본 연구에 적용하였다.

2. 항공사 여승무원의 외모의 중요성

PZB(1988)은 서비스 품질의 구성요인들로 5가지 요인(유형성, 신뢰성, 반응성, 확

신성, 공감성)들을 제시하였다. 유형성 서비스 품질 구성요인에는 근로자들의 외적용모도 포함하고 있다. 많은 근로자들이 서비스를 직접 고객들에게 수행하는 순수 서비스 조직에서는 특히 근로자들의 외적용모는 고객만족에 많은 영향을 줄 수 있다.

항공사는 순수 서비스 조직이며 한국의 국적항공사들 중 대한항공에는 4,000명이 넘는 여승무원들이, 아시아나 항공사에는 2,000명 정도의 여승무원들이 근무하고 있다. 이렇게 많은 여승무원들이 직접 고객에게 장시간의 서비스를 수행하고 있는 국적항공사들로서는 여승무원들의 외적 용모품질도 다른 서비스 품질요인 못지않게 중요하다고 할 수 있다(김민수, 2003). 현재 아시아나항공의 신입여승무원의 12주간의 교육 프로그램 중 52시간이 외적 용모인 Image making program(make-up, walking, 피부관리, 헤어관리, 미소 훈련, 유니폼 관리, 바른 자세 등)으로 구성되어 있다. 물론 다른 항공사들도 아시아나항공과 거의 같은 교육시간과 내용을 승무원 Image making program에 사용하고 있다.

기내승무원을 선발 시에도 K국적항공사의 경우 1차 면접, 2차는 영어 및 체력검사, 3차 면접, 4차는 신체검사의 순으로 실시하는데 기본적인 어학능력과 성품, 기질, 대면호감도, 외적용모 등이 중요한 평가기준이다. A국적항공사는 1차 면접, 2차 영어, 3차 최고경영자 면접, 4차 신체검사 순으로 이뤄지며, 1차 면접 시 대부분 전체적인 외적 용모 이미지로만 평가하고 있다. 또한 기내 근무평가 제도를 이용하여 승무원의 서비스 품질을 규칙적으로 측정하고 있으며 그 중 외적이미지 품질 요인도 측정을 하고 강제로 교정을 하는 프로그램도 운영하고 있다.

이와 같이 국적 항공사들은 승무원의 외적용모 품질 향상에 많은 노력을 기울이고 있다. 이는 국적 항공사들이 여승무원들의 외적용모 품질을 중요시 하는 증거일 수도 있다. 따라서 항공사 승무원의 외모는 서비스품질의 좋고 나쁨을 판단하는 기준이 되는 가능성이 높음으로 수준 높은 인적 서비스를 실현하기 위하여 승무원 선발 시 엄격한 외모규정을 두고 있으며, 승무원 지원자들이 면접에 대비하여 행해지고 있는 외모관리행동에 대한 연구가 필요하다고 할 수 있다. 항공사 여승무원의 외모에 관련된 선행연구는 다음과 같다.

김민수(2003)는 국적항공사의 한국인 고객들의 여승무원 외모에 대한 기대는 높은 것으로 나타났으며, 특히 여승무원들의 단정한 외모와 품위에 높은 기대치를 나타낸다는 결론을 도출하였다. 조경희(2005)는 항공사승무원의 신체적 매력요인이 대인

지각에 긍정적인 요인으로 기인하며 대인지각 요인 중에서 사회성, 성숙성, 감수성, 역능성 4가지 요인은 얼굴이 매력형이고 체형이 매우 마른 형일 때 가장 높다는 결론을 도출하였다. Wolf(1991)는 1960년대 이후 여성의 외모관리에 대한 의무가 강화됨에 따라 여성의 미모가 노동 시장에서 하나의 직업적 자격요건으로 변화했다는 것을 지적하였다. 이것은 서양에서도 승무원의 외모 품질이 매우 기본적이고 중요하다고 할 수 있다.

승무원의 외모가 하나의 서비스품질요인이라는 인식에 따라 승무원의 외모가 고객 만족에 미치는 영향에 관한 연구는 많은 실정이다. 그러나 항공사 승무원을 지망하는 지원자들의 외모에 관한 연구는 거의 없는 실정이다.

따라서 본 연구에서는 항공사 승무원 지원자들의 외적용모에 관한 자신의 미의식이 어떠한가를 알아보고자 한다.

제 2 절 외모관리행동

미에 대한 욕구와 관심이 높아지고 경제적 생활수준이 향상됨에 따라 여대생들의 피부관리와 헤어스타일 등 외모관리에 대한 관심은 점점 높아지고 있다. 현대를 살아가는 여성들은 자신은 관리하고 투자하는데 주저하지 않는다(김은주, 2001). 이러한 경향은 여대생에게 더욱 두드러지게 나타나고 있는데, 학업과 직업에 대한 관심이 많고 외모단장에 필요한 화장품, 헤어스타일과 피부 미용 및 화장을 위하여 미용실을 자주 이용하는 등 외모관리를 위해 왕성한 소비 활동을 한다(이지영, 2000).

외모관리행동이란 다른 사람에게 자신의 모습을 나타내 보일 때 자신이 기대하는 대로 보이도록 하기 위해서 여러 가지 도구, 즉 피부관리, 화장, 헤어스타일, 체중조절, 네일관리 등을 하는 것을 의미한다(Goffman, 1961). 외모관리행동은 선천적으로 타고난 자기 자신의 외모에 대하여 외모관리행동의 노력을 통하여 자신의 단점을 장점으로 변화시킬 수 있다는 사고에서 출발한다. 미(美)에는 내적인 면과 외적인 면이 있는데, 내적인 면에 비해 외적인 면은 다른 사람들에게 보여 지기 때문에 다른 사람과 자신을 비교하게 된다(임숙자, 1992). 대부분의 사람들은 자신의 외모에 지대한 관심을 갖고 외모가 더 나아지도록 노력한다. 외적인 외모는 자기 자신이 만들어 내는 것이라고 할 수 있으므로 외모를 가꾸기 위한 개인의 의지는 외모관리 행동을 가능하게 하는 충분한 동기가 되는 것이다.

Kaiser(1990)에 의하면 외모관리란 ‘개인 각자가 다른 사람들과의 상호관계를 통해 자신의 역할을 연기하면서 자기표현을 해나가는 과정’이라고 한다. 다시 말하면 외모관리는 자기를 표현하기 위한 수단이라고 할 수 있으며 사회적 기준안에서 자신의 외모를 평가하고 이상적인 신체모습과의 차이를 좁혀나가기 위해 메이크업, 의복, 헤어스타일, 피부 관리, 네일, 성형 등 다양한 외모관리를 추구하여 자신을 변화시키고 향상시키는 동기가 된다고 하였다.

오늘날 여성들의 외모가 하나의 자본이 되는 현상은 ‘타고난 미모’라는 과거의 개념과는 달리, 현대를 살아가는 여성의 외모는 명백히 만들어지고 관리되는 것이라는 사회적 관념과 그를 뒷받침하는 제도들이 형성되면서 여성들의 외모관리에 대한 요구와 기대를 점차 증대시키는 결과를 가져왔다(허미영, 1997). 현대사회는 능력만으로 평가되었던 과거와 달리 호감을 주는 이미지가 사회적인 성공을 가져다주며, 적절한 외모관리가 그 사람의 능력, 원만한 대인관계, 믿음 등을 통해 긍정적인 평가를 만드는 사회를 살아가는 많은 현대인들은 더 이상 외모관리에 있어서 자유로울 수 없는 상태에 놓였다(김은희, 2006).

오늘날 현대여성들은 자신의 외모에 지대한 관심을 갖고 외모가 더 나아지도록 노력하며, 이러한 모습은 최소한의 자기관리이자 당연한 것으로 인식되고 있다. 그러므로 현대인들은 여러 분야의 외모관리행동에 시간과 돈을 투자하며 살아가고 있으며 외모가 경쟁력이 된 이 사회에서 보다 나은 삶과 기회를 갖기 위해서는 항상 외모관리행동을 하며 살아야 하는 것이다. 현대인에게 있어서 필수항목이 된 외모관리행동은 신체와 관련된 산업이 급속하게 발전시키는 결과를 가져왔다. 현대인들은 과거에 비해 더 다양한 외모관리행동 등을 통하여 자신이 원하는 이상적인 외모를 갖기 위해 노력하고 있는 것이다.

외모관리행동에 관한 연구는 요인에 따라 차이가 있지만 체중조절, 미용성형, 피부 관리, 헤어관리, 네일관리, 화장행동 등으로 과거에서부터 현재에 이르기까지 끊임 없이 연구되어지고 있다. 외모관리행동에 관련된 선행연구는 다음과 같다.

김은주(2001)는 여대생을 대상으로 외모관리행동에 관한 조사에서 일반적인 특성에 따라서 외모관리행동에 매우 유의한 차이가 난다고 하였다. 학교 특성에 따라서는 여대에 재학 중인 여대생이 남녀공학에 재학 중인 여대생보다 외모관리행동의 경험이 많았으며, 학년별로는 4학년이 가장 경험이 많고 전공별로는 예체능 계열의 학생들이 다른 전공의 학생들보다 경험이 많은 것으로 나타났다. 윤소영(2007)은 여

대생의 외모관리에 대한 인식 및 태도 연구에서 여대생들의 외모관리 전반에 대한 인식과 태도는 전체 평균이 보통 수준의 관심을 보이는 것으로 나타났으며 외모관리행동 유형 중 피부관리를 가장 선호하는 것으로 나타났다. 기존의 외모관리행동에 관한 선행연구들은 조사 대상자의 일반적인 특성에 따른 분류로 외모관리행동의 선호도 조사 연구, 외모관심도에 따른 외모관리행동 비교연구 등으로 조사되어져 왔다. 본 연구에서는 미의식에 따른 외모관리행동 지불의사를 알아보고자 하며, 외모관리행동에 관한 선행연구를 바탕으로 외모관리행동을 피부관리, 헤어관리, 성형수술, 네일관리, 체중관리로 한정하여 조사하고자 한다.

< 표 1 > 외모관리행동 선행연구

연구자	연구대상	변인
김은주(2001)	여대생	피부관리, 성형수술, 체중조절, 화장행동
신효정(2002)	여대생, 40대 이후 세대의 여성	화장, 헤어스타일, 신체이미지, 성형수술, 의복행동
이연미(2003)	고등학교 여학생	화장행동, 헤어미용, 네일관리, 성형수술
오영진(2005)	성인여성	체중관리, 의복행동, 헤어관리, 성형수술, 피부관리
조슬기(2006)	외적이미지를 리드하는 직업의 여성	화장, 의복, 헤어관리, 네일관리, 피부관리, 성형관리, 건강관리
최미혜(2007)	성인여성	성형수술
이경숙(2007)	성인여성	메이크업, 피부관리, 헤어스타일, 모발관리, 반영구화장, 네일관리, 의복행동, 체중관리, 성형수술
황윤정(2007)	남녀대학생	얼굴관리, 긍정적 체중관리, 부정적 체중관리, 헤어관리, 의복관리
이소정(2008)	20-30대 여성	헤어관리, 피부관리, 메이크업, 네일관리

1. 피부관리

오늘날 현대인들은 웰빙 시대를 맞이하여 건강과 아름다움에 대한 기대와 욕구가 더욱 강해졌으며 경제적 수준 향상으로 인해 최근 피부건강에 대한 관심이 꾸준히 증가하고 있다. 또한 남자들도 화장은 물론 피부미용에 각별한 관심을 쏟고 있는데 이는 사회전체 뿐 아니라 세계적으로 확산되고 있는 외모지상주의가 성별의 구분을 더 이상 무의미하게 만든 것이다(윤소영, 2007).

피부관리는 “피부가 지닌 모든 기능을 가능한 완전하게 유지시켜 아름답고 건강하게 만들어 보다 젊게 보이는 피부상태가 되도록 관리하는 것을 말하며 즉, 노화에 성공적이고 적극적인 대처과정”(배수현, 2003)이라 할 수 있다. 피부는 건강을 유지하기 위한 생리적인 기능을 가지고 있으나 이것은 연령, 계절, 환경, 생활조건 등에 의하여 변화되어 간다. 이러한 내·외적인 요인으로 인한 주름살, 피부탄력 저하, 건조 등의 미용상의 문제를 예방하고 아름답고 건강한 피부를 유지하기 위하여 전신의 피부를 관리해 주는 것이 바로 피부미용 혹은 피부관리다(김문주, 2000).

피부는 인체 전부를 감싸고 있는 인체의 기관 중 가장 넓은 기관이며 두께는 얇아도 표면적의 넓이 때문에 가장 무거운 기관에도 속한다. 피부는 단순히 인체 표면을 감싼 껍질에 불과한 것이 아니라, 표피, 진피, 피하조직으로 구성되어 있고, 대외 보호작용·광선에 대한 보호작용, 화학적 자극에 대한 보호작용, 세균에 대한 보호작용, 체온조절작용, 지각작용과 반사작용, 분비작용, 흡수작용, 저장작용, 대내보호작용, 비타민형성 작용, 표정작용, 재생작용의 기능을 하는 매우 복잡한 구조물이다(김덕록, 1997). 트러블, 색소침착, 주름, 건조함 또는 분비물 불균형을 통해 인체의 건강상태와 정신적인 안정 상태를 표면의 어떠한 현상으로 표현하기도 한다. 따라서 피부는 인체 내부의 여러 증상을 표현하는 거울이라 할 수 있다.

여성들이 통상적으로 ‘마사지 받는다’고 말하는 일련의 피부관리 행위는 단순한 기술에 의한 마사지만을 포함하는 것이 아니고, 피부 관리실에서 행해지는 피부를 아름답게 유지할 수 있도록 도와주는 모든 방법으로서, 영양과 건강 등의 내적 관리와 외적관리인 세안과 팩, 마사지, 미용기기의 적용 등이 있으며, 피부조건에 맞는 화장품선택과 고기능성 화장품을 사용하는 것을 말한다. 피부관리에 관련된 선행연구들을 살펴보면 다음과 같다.

이명선(2001)은 성인여성의 영양지식 및 식습관이 안면피부유형에 미치는 영향 연

구에서 성인여성의 식습관에 나타나는 현상과 더불어 영양지식 및 식이 내용에 차이가 안면 피부형과 피부미용에 어떠한 영향을 미치는지를 조사하고자 하였으며, 건강한 피부를 유지하기 위해서 올바른 영양지식을 토대로 한 영양섭취의 중요성과 올바른 식습관 형성을 모색하고 그 실천을 위한 기초자료를 제시하였다. 명은진(2000)의 20-30대 여성이 피부건강관리에 대한 지식 및 행위에 관한 연구 등을 보면 20대 여성들은 화장을 하는 첫 번째 목적이 자신의 미적 표현을 위해서였으며, 외제 화장품에 대한 선호정도, 피부에 대한 관심, 전문적으로 피부관리를 받고자 하는 욕구 등이 매우 높은 것으로 나타났다. 특히 피부관리의 경우는 희망하는 정도에 비해서 실제 경험이 적었는데, 이는 피부 관리의 경우, 경제력과 직결되는 문제이기 때문이라고 설명할 수 있다.

이상과 같이 피부관리행동에 관한 선행연구는 여성들의 피부관리에 대한 지식 및 행위에 관한 연구들을 중심으로 연구되어지고 있다. 하지만 이러한 행동들을 외모 관리의 측면, 즉 본인의 미의식에 따른 행동적 측면에서 바라 본 피부관리행동에 관한 연구는 거의 없는 실정이다.

따라서 본 연구에서는 항공사 승무원을 지망하는 여성을 대상으로 하여 그들의 미의식이 피부관리행동의 지불의사에 미치는 영향을 알아보려고 한다. 또한 경험의 유무에 따라 미의식이 피부관리행동의 지불의사에 미치는 영향이 차이가 있는지 알아보려고 한다.

2. 헤어관리

과거의 헤어스타일은 그 사람의 계급, 지위, 결혼여부 등을 알 수 있었기에 헤어스타일이 신분에 따른 부와 권력을 의미하였으나, 오늘날에는 단순히 신분을 나타내거나 인체를 치장하는 기능을 넘어 자신의 단점을 보완하고 장점을 돋보이게 하여 자신감을 불어넣어주는 등의 심리적 기능을 하고 있다(강경애, 2007).

헤어(hair)란 모발과 두피의 건강 및 스타일을 아우르는 것이다. 헤어스타일(hair style)이란 머리형이나 머리 형태, 머리 풍을 말한다. 영어로 헤어 두(hair do), 프랑스어로는 꼬아퓨르(Coiffure)라고 한다. 헤어스타일은 사회생활에서 “첫인상과 이미지를 좌우하는 중요한 요소이며 개인의 자신감과 외모만족도를 상승시키는 효과”(이명희, 2000)를 지닌다고 할 수 있다. 또한 자신만의 개성을 추구하는 스타일이

다양해졌고 장식적인 역할 뿐만 아니라 개인의 이미지 연출에도 많은 영향을 미치게 되었으며 아름다움을 표현하는데 모발의 기능과 역할이 점차 증대되었다. 헤어스타일에 있어서 “패션 잡지나 트렌드 북은 최신유행 헤어스타일에 관한 여러 가지 정보와 다양한 이미지를 제공해 줌으로써 여성들로 하여금 지속적으로 새로운 스타일로 변신하도록 자극한다(권기영, 2001). 헤어스타일이라는 것은 영향력 있는 여러 가지 신체적 외모 변인 등의 하나로서 사회의 개방화에 따라 젊은이들 사이에서 개성 표현의 수단이 되고 있으며 매스미디어의 확산에 따른 급속한 유행 및 지속적인 변화를 추구한다(김경민, 2006).

헤어관리에는 염색, 펌, 드라이, 코팅, 영양, 두피 또는 모발 마사지 등의 여러 가지 행동들이 있으며, 가꾸기 위해 관리하는 목적과 아름다워지고자 하는 외모지향적인 목적을 갖추고 있다. 한편, 현대인들의 의식수준이 높아지면서 미적인 측면보다는 모발 건강에 대한 중요성을 인식하게 되었다. 김리라(2003)에 의하면 이상적인 모발관리를 위해서는 모발의 특성에 따라 이에 맞는 관리가 요구되어지며, 새로운 스타일을 창조하는 것도 물론 중요하지만 무엇보다도 스타일의 기본 소재가 되는 모발을 관리하는 것 또한 중요한 요인이 된다고 하였다.

헤어스타일은 인간의 삶을 풍요롭게 하는 생활문화이다. 특히 미용예술로서 모발 관리는 살아 있는 예술적인 소재를 통해 이미지를 변화시키는 헤어스타일로 최근 유행이라는 말이 필요 없을 정도로 다양한 스타일이 공존하고 있으며 선진화된 미용문화의 도약을 보여주고 있다. 특히 모발은 개인적인 장식으로서의 역할을 하는데 헤어스타일에 따라 개인의 이미지에 많은 영향을 미치며 여성의 아름다움을 연출하고자 함에 있어 모발을 건강하게 관리하는 측면을 간과할 수 없다. 더구나 인간의 아름다움을 추구하기 위한 수단이라는 중요한 기능을 갖고 시대의 흐름에 따라 변화와 발전을 계속해 온 헤어스타일은 의상, 메이크업과 함께 패션경향을 결정하는 주요 요소가 되고 개성의 강조와 유행의 물결 속에 새로운 머리 예술을 선도하고 있다(홍성임, 2007).

헤어의 변화에서 오는 자기 자신의 자신감은 우위를 판단할 수 없을 만큼 이미지 변화에 영향을 준다. 그만큼 헤어스타일은 얼굴의 인상뿐만 아니라 이미지 전체를 결정할 만큼 매우 중요한 요소이다. 헤어에 대한 여성의 인식은 과거에는 깔끔하면서도 청결한 이미지를 대표적으로 생각하는데 비해 현대에는 스타일과 염색 등의 여러 가지 변화요소들로 새로운 하나의 미를 추구하는 방법이 되고 있다. 헤어관리

에 관련된 선행연구를 살펴보면 다음과 같다. 김진숙(1999)은 여성들의 헤어스타일 변화에 따라 스트레스해소 여부를 조사한 결과 ‘어느 정도 해소된다’가 63.97%로 가장 많았고, 변화 여부에 따라 ‘주의 사람들의 관심 정도 및 평가에 항상 관심을 갖는다’가 85.43%로 대부분이 헤어스타일 변화에 민감한 태도를 보였다. 또한 헤어스타일을 변화시키는 목적은 대부분 아름다워 보이기 위함이었다. Davis(1976)은 얼굴형은 헤어스타일에 따라서도 이미지가 다르게 지각된다고 하였다. 얼굴매력은 눈, 예쁜 얼굴형태, 머리카락, 그리고 코의 순서로 중요하다고 하였으며, 헤어스타일도 인상에 영향을 주는 요인이라고 하였다. 여대생의 경우 짧은 머리일수록 발랄하고 젊게 보이는 인상을 준다고 하였으며, 특히 스트레이트 헤어스타일은 젊고 청순하고 단정한 느낌을 주고, 컬이 있는 헤어스타일은 노숙하고 성숙한 느낌을 준다는 것이다. 앞머리를 내리는 스타일은 넘긴 스타일보다 평범하고 수수하고 소극적인 느낌을 주며, 가르마가 있는 스타일은 가르마가 없는 스타일보다 현대적이고 도시적인 느낌을 준다고 하였다.

이상과 같이 헤어관리행동에 관한 선행연구는 헤어스타일의 변화에 따른 외적 이미지에 관한 연구, 헤어스타일에 관한 선호도를 중심으로 한 미적 연출에 관하여 연구되어지고 있다. 하지만 이러한 행동들을 외모관리의 측면, 즉 본인의 미의식에 따른 행동적 측면에서 바라 본 헤어관리행동에 관한 연구는 없는 실정이다.

따라서 본 연구에서는 항공사 승무원을 지망하는 여성을 대상으로 하여 그들의 미의식이 헤어관리행동의 지불의사에 미치는 영향을 알아보고자 한다. 또한 경험의 유무에 따라 미의식이 헤어관리행동의 지불의사에 미치는 영향이 차이가 있는지 알아보고자 한다.

3. 성형수술

미용성형수술(plastic surgery)이란 신체적 기능장애를 호소하는 일이 없이 외견상 보기 싫다는 정신적 작용이 주가 되어 행해지는 수술이라고 정의한다(유재덕, 1994). 최근 성형기술의 발달과 함께 보편화되고 요구도 증가하여 시대와 문화의 변천으로 부모에게서 받은 몸을 인위적으로 변형하는 것을 금기시해오던 사고와 미에 대한 관념이 변화되고, 생활수준의 향상으로 외모에 대한 관심이 많아짐에 따라 성형수술을 원하는 여성들이 증가(이경희, 1992)하고 있다. 아름다움을 일종의 능력이나

자본의 영역 중 하나라는 인식이 증가하면서 성형수술에 대한 거부감이 적어지고 개인적인 아름다움이 투자의 대상, 즉 인적 자본의 일부라고 인식함에 따라 미용을 목적으로 하는 성형수술은 전 세계적으로 급증하는 추세를 보이고 있다. 삶의 가치 기준이 다양한 현대사회에서 과거에 비해 미용 성형수술에 대한 거부감이 줄어들면서 더 빠르게 보편화되고 있다. 요즘은 수술범위도 얼굴 뿐만 아니라 신체 각 범위로 확산되고 있으며 성형시장 규모는 점차 확대되고 있는 실정이다.

최근 국민들의 가치관의 변화는 미용성형에 대해서도 점차 긍정적인 태도로의 변화를 가져왔다. 다른 수술과 달리 미용성형의 목적은 외모향상을 위한 것으로 정신적인 안정과 만족을 구하여 심리적인 측면의 개선을 촉진하는 데 있다. 그러므로 환자들의 신체와 외모에 대한 만족감 및 자아 존중감을 높이는데 중요한 역할을 하고 있다. 즉, 불만족스러운 외모를 미용성형을 통한 외모변화를 주었을 때 오늘날 미용성형에 대한 인식의 변화가 자아존중감에도 변화를 준다는 것이다.

요즘은 성형수술에 관심이 높아지면서 특히, 졸업 시즌이나 겨울 방학 때 성형외과를 찾는 여대생, 여고생, 심지어 여중생에 이르기까지 그 수가 급증하고 있다. 또한 노년층에서는 주름을 없애기 위해 보톡스 주사등을 맞는 등 외모관리행동 중 외모에 가장 확실한 변화를 줄 수 있는 요소로 자리 잡고 있다. 성형수술에 관련된 선행연구를 살펴보면 다음과 같다.

신효정(2002)은 사람들이 성형수술을 하려는 중요한 이유는 외모가 놀랄 만큼 향상되기를 바램, 자신의 느낌에 대한 향상, 자신의 외모에 대해 칭찬받고 싶음, 부정적인 자의식 감소, 인간관계 향상을 나타낸다고 밝히고 있다. 김현희(2001)는 여고생을 대상으로 성형수술에 대한 조사에서 38.8%가 ‘아름다워 질 수 있다면 성형수술을 할 수 있다’고 생각한다는 결론을 도출하면서 성형수술에 대한 생각이 현재의 고등학교 여학생들에게는 일상적이며 적극적인 외모변형의 수단인 것으로 받아들여지고 있음을 알 수 있다. Sarwer 외(2002)는 성형수술 전, 수술 후 환자들 자신의 신체 이미지에 대한 긍정도를 비교하여 부정적인 생각과 느낌의 감소, 부정적인 행동의 감소 등 정신적, 신체적 행동의 긍정적 변화를 볼 수 있었다고 하였다. Lewis 외(1989)는 미용성형수술 환자들이 자신의 외모로부터 자아존중감의 상당부분을 얻는다고 하였으며, Langman(1982)은 자아존중감이 떨어졌을 때 신체적 외형의 수술적인 변화를 찾는다고 하였다.

이상과 같이 성형수술에 관련된 선행연구들은 미용성형수술이 자아존중감에 미치

는 영향에 관한 연구, 성형수술과 신체만족도와의 관련 연구에 관한 연구들이 있다. 하지만 이러한 행동들을 외모관리의 측면, 즉 본인의 미의식에 따른 행동적 측면에서 바라 본 성형수술행동에 관한 연구는 없는 거의 실정이다.

따라서 본 연구에서는 항공사 승무원을 지망하는 여성을 대상으로 하여 그들의 미의식이 성형수술행동의 지불의사에 미치는 영향을 알아보고자 한다. 또한 경험의 유무에 따라 미의식이 성형수술행동의 지불의사에 미치는 영향이 차이가 있는지 알아보고자 한다.

4. 네일관리

최근 여성의 사회진출과 여성의 미에 대한 관심 증가로 미에 대한 욕구가 다양해지고 아름다움에 대한 호기심이 점차 높아지고 있다. 사회 전체에 걸쳐 문화와 여가에 관심이 증가되면서 미용 산업 분야도 전문화, 세분화되어 네일 케어, 네일 아트가 새로운 분야로 급부상하고 있다(이경숙, 2007).

매니큐어(Manicure)란 말은 상식화된 것처럼 색상을 의미하는 것이 아니라 네일 관리를 의미하는 말이다. 어원을 살펴보면, 매니(Mani)는 라틴어의 마누스(Manus), 즉 손을 말하며, 큐어(Cure)는 큐라(Cura) 즉, 치료를 의미한다. 따라서 매니큐어의 본래의 의미는 손을 치료하는 것이었지만, 그후 손을 아름답게 하는 방법을 의미하게 되었다. 즉 매니큐어란 네일의 모양 정리, 큐티클(Cuticle) 정리, 손 마사지, 칼라링(Coloring)등을 포함한 총괄적인 관리를 뜻하며 지금까지 5000년에 걸쳐 변화되어 왔다. 기원은 손톱에 광택과 색을 입혀 건강하고 아름답게 표현할 목적으로 기원전 3000년경 최초의 네일 케어(Nail Care)가 이집트와 중국에서 행하여졌다는 것으로 기록되어 있다(문지연, 2003).

네일컬러(Nail Color)란 손과 발(톱)을 건강하게 관리한다는 에스테틱(Esthetic)적 요소이며 네일아트는 손톱관리 바탕에 예술적 감각과 디자인을 응용한다는 메이크업적 요소가 강조된다(조슬기, 2006). 손톱관리 서비스에는 손톱관리(Nail care), 인조 손톱(Artificial nail), 네일아트(Nail art)로 크게 나눌 수 있다. 손톱관리(Nail care)는 손톱의 길이를 정리하고 큐티클을 제거하여 손이나 발에 윤기를 준 뒤 에나멜로 아름답게 바르는 기술의 총칭이다. 인조 손톱(Artificial nail)은 찢어지거나 약한 손톱을 보강하는 랩핑(Wrapping)서비스와 짧은 손톱을 길게 붙여주는 인조손

톱이 있다. 네일아트(Nail art)는 손톱 관리 서비스 중 가장 다양하고 시각적인 효과가 가장 큰 분야이다. 장식적인 효과는 손 모양에 맞는 손톱의 모양 정리를 기본으로 하고, 일반적으로 디자인 아트, 인조 보석, 손톱에 드릴로 구멍을 내는 뎅글, 워터마블, 2D, 3D로 이용하여 다양한 색채와 문양의 표현으로 자신만의 독특한 개성을 표현하기도 한다.

네일관리에 대한 현대여성의 생각을 묻는 질문에 대해 많은 여성들이 네일아트는 옷이나 핸드백처럼 값비싼 비용을 투자하지 않아도, 성형수술이나 헤어스타일을 바꾸는 모험을 하지 않고도 저렴한 가격에 휴식과 변화, 그리고 확실한 기분전환을 해준다고 덧붙였다. 이처럼 네일아트는 자신의 외모관리 뿐만 아니라 바쁜 현대인들의 쌓인 스트레스를 풀기위한 하나의 방법으로도 효과적이다. 조슬기(2006)의 연구에 따르면 이미 미국이나 유럽 등에서는 네일관리는 기본적인 에티켓의 하나로 에나멜을 바르지 않은 것은 립스틱을 바르지 않은 것과 동일하게 생각 할 만큼 하나의 예의로 보았다고 뉴욕 타임즈(1999.8)에서 밝힌 바 있다.

네일의 기본적인 깔끔함과 자신의 피부색이나 입고 있는 옷 스타일에 맞춰 잘 마무리된 네일은 전체적인 이미지를 결정하는 마지막 단계의 코드라고 할 수 있다. 또한 조금만 더 신경을 쓴다면 더 좋은 이미지를 다른 사람에게 심어주는 요인이 되기도 한다. 네일관리에 관련된 선행연구는 다음과 같다.

이상과 같이 네일관리행동에 관한 선행연구는 네일관리의 행위에 관한 연구, 조사 대상자의 인구통계적 분류에 따른 네일관리 행동의 비교를 중심으로 연구되어지고 있다. 하지만 이러한 행동들을 외모관리의 측면, 즉, 본인의 미의식에 따른 행동적 측면에서 바라 본 네일관리행동에 관한 연구는 거의 없는 실정이다.

따라서 본 연구에서는 항공사 승무원을 지망하는 여성을 대상으로 하여 그들의 미의식이 네일관리행동의 지불의사에 미치는 영향을 알아보고자 한다. 또한 경험의 유무에 따라 미의식이 네일관리행동의 지불의사에 미치는 영향이 차이가 있는지 알아보하고자 한다.

5. 체중관리

체중관리는 체중조절을 포함하여 외적으로 보이는 체형(body shape)을 위한 총체적 관리를 의미한다. 90년대 초반부터 조금씩 그 유행의 조짐이 보이기 시작한 다

이러한 다이어트는 불어난 체중으로 고민하는 사람들, 심지어 다이어트로 목숨을 잃었다는 사람들의 기사에서 볼 수 있듯이 사회의 보편적인 문화현상으로 자리 잡았다. 다이어트의 사전적 의미와는 상관없이 ‘다이어트 한다’는 것은 단지 살을 빼고 있다는 의미와 동일하다. 이러한 과정에서 원래 질병의 예방과 치료를 위한 식이요법의 의미를 가지고 있던 다이어트는 여성들이 행하는 외모관리의 영역으로서 자리 잡았다.

현대 여성의 경우 외모를 더욱 중시하는 사회분위기가 형성되면서 사회생활을 준비하는 여성들과 직장 여성들이 살찌지 않기 위해 다이어트와 체형관리에 관심을 쏟고 있다. 많은 여성들은 건강이 목적이 아닌 미용 상의 이유로 체중조절을 시도하는 경우가 많은데 이러한 현상에 대해 Heyes et al.,(1987)은 여성은 외모에 대한 관심이 많고, 외모에 대해 사회적인 영향을 받고 있으며 외모는 여성에게 있어서 하나의 자원으로 작용하는 것을 그 이유로 설명하고 있다.

여성들이 아름다운 외모를 가꾸는데 많은 관심을 갖고 있는 부분은 체형으로 대부분 여성들은 마른 체형을 선호하여 강박관념이 되다시피 살빼기를 하고 있으며 이를 위해 온갖 방법이 개발되고 행하여지고 있다. 이런 사회 분위기로 인해 다이어트 관련 상품들이 연일 쏟아져 나오고 연예인들의 다이어트 비디오가 잘 팔리며 요가 열풍이 부는 등 ‘뷰티’는 이제 선택사항이 아닌 필수적으로 갖추어야 할 경쟁력이 되고 있다.

각종 언론 매체들과 사회적 유행이 마른 체형을 강조하게 되면서 많은 젊은이들이 주로 선택하는 체중관리 방법으로는 식이조절과 운동이 있다. 먼저 식이조절 방법으로는 식사거르기가 가장 많았고, 심지어 약물을 사용하는 경우도 있으며, 체중조절행위는 전문가의 지도 없이 주로 대상자 스스로 방법을 선택하는 경향이 강했다. 또한 식이조절은 젊은이를 포함한 대부분의 여성들이 보편적으로 선택하는 음식섭취 방법이 되었다(김옥수 외, 2002). 즉 건강상의 문제보다는 외모상의 이유로 체중관리의 주요동기가 되고 있는 것으로 볼 수 있다.

이와 같이 체중관리는 최근에 들어 사회문제로 다루어질 만큼 큰 대상이 되고 있다. 이는 신체에 관심을 기울이도록 사회적인 압력을 받고 있고, 신체는 하나의 개인적인 차원으로 작용하기 때문에 건강을 목적으로 한 것이 아니라 외모관리나 신체상의 이유로 체중조절을 시도하기 때문이다. 체중조절에 관련된 선행연구는 다음과 같다. 손희애(2007)는 대학생들의 연령별 하고 있는 체형관리 조사에서 대개의

연령 군에서 운동과 식사대용식에 대한 빈도가 높게 나타났으나 25세 이상 군에서 단식에 대한 빈도가 높다는 결론을 도출하였다. Stice(1994)는 사회·문화적 압력이 다른 체형의 여성을 이상적인 신체로 강조하여 무분별한 다이어트열풍을 가져왔으며, 여성의 성역할에서 외모가 중심적인 역할을 하며, 외모가 사회적 성공에 매우 중요한 요소로 작용한다고 주장했다. Fisher(1986)는 전반적으로 여성이 남성에 비해 자신의 외모에 비판적이며 특히 체중관리에 더욱 집중한다고 주장하였다.

기존의 체중관리에 관한 선행연구들은 체중관리 방법에 관한 연구, 신체만족도가 체중조절행동에 미치는 영향에 관한 연구가 주를 이루어왔다. 하지만 이러한 행동들을 외모관리의 측면, 즉 본인의 미의식에 따른 행동적 측면에서 바라 본 체중관리행동에 관한 연구는 거의 없는 실정이다.

따라서 본 연구에서는 항공사 승무원을 지망하는 여성을 대상으로 하여 그들의 미의식이 체중관리행동의 지불의사에 미치는 영향을 알아보고자 한다. 또한 경험의 유무에 따라 미의식이 체중관리행동의 지불의사에 미치는 영향이 차이가 있는지 알아보고자 한다.

제 3 절 지불의사(WTP)가격

조건부가치추정법(Contingent valuation Method; CVM)이란, 환경재의 경제적 가치를 추정함에 있어 대상이 되는 환경재와 관련된 시장가격이나 대체제가 없는 경우, 가상 시장을 설정하여 설문조사를 통해 응답자가 해당 환경재에 대해 부여하고 있는 가치의 정도를 지불의사액(Willingness To Pay; WTP)의 형태로 이끌어 내는 평가방법이다. 조건부가치추정법은 강한 이론적 기반에 근거하여 Hicks적 후생(Hicksian Welfare)을 직접 추정할 수 있다는 장점을 가지고 있으나(박현 외, 2004), 방법론상 설문조사를 실시하여 자료를 수집하기 때문에 설문지의 구성, 설문방법, 응답자의 응답태도나 이해도와 같은 다양한 변수에 의해 연구결과가 왜곡될 수 있다는 우려가 제기되어 왔다. 이러한 이유로 조건부가치추정법은 현재 가장 널리 이용되고 있는 환경재 경제가치 평가방법 중 하나임에도 불구하고 유효성 문제에 대해 논란이 계속되고 있다.

조건부가치추정 연구들은 환경 분야에서 주로 활용되었다. 조건부가치추정 연구의 예로는 1981년 미국 레이건 행정명령 12291호에서 환경규제에 비용-편익 분석을

의무화하여, 환경재의 가치 추정을 위한 연구에 집중하게 되었다. 1989년 엑손사의 발데스호의 대량 기름 유출사고로 인한 대규모 환경오염의 피해액 산출을 위해 실질적으로 활용되었으며 이때부터 보편적으로 인정(NOAA, 1993) 받게 되었다. 노벨 경제학상 수상자 에로우(Kenneth Arrow)교수와 슬로우(Robert Slow)교수 등 경제학 전문가 특별위원회에서 조건부가치추정법의 유효성과 신뢰성 검증받게 되었고, 이에 대한 가이드라인도 제시되었다(Arrow et al., 1993). 이 방법은 현재 환경 분야뿐만 아니라 여러 분야에서 경제적 가치의 직접적 도출을 위해 활용되고 있다.

보건경제학에서의 조건부가치추정은 보건사업들이나 건강상태에 대해 개인들의 금전적 가치를 도출하는 한 방법이다. 비용-편익분석에서, 건강 결과들은 일반적으로 조건부가치추정의 방법을 통해 측정되며, 이 방법에서 개인들은 가상적인 시장에서 건강향상을 위해 얼마만큼의 돈과 교환할 것인지 질문 받는다(Bayoumi, 2004).

보건의료에서는 주로 비공식 케어분야에서 조건부가치추정법을 사용한다. 최근 의료분야에서 기존의 치료(Cure)개념에 관리(Care)개념에 대한 비중이 확대되고 있어, 장기요양이나 노인요양, 예방의학, 비만 건강관리, 운동, 미용치료 등에서 사용될 것으로 예견된다. 국내에서는 아직 미비한 실정이지만 이미 외국에서는 이 분야에 조건부가치추정법을 이용한 논문들이 많이 발표되고 있다(Berg, 2005).

국내 논문의 예로는 노인 장기요양보험에 대한 지불의사금액 추정(이수형 등, 2003)과 공적 노인요양보장제도 도입의 경제성 평가(권순만 등, 2005)를 들 수 있다. 국외 논문의 예로는 보청기의 유용성에 대한 가치를 조건부가치추정법(지불의사가격)을 사용하여 측정(Chisolm et al., 2001), 비만치료에 대한 지불의사가격(Nabro et al., 2000), 심근경색에서의 의료관리 서비스를 위한 지불의사가격(Yasunaga et al., 2006), 공중보건 건강진단 프로그램을 위한 지불의사가격(Ohshige et al., 2004), 지역사회를 토대로 한 보험에 대한 지불의사 가격(Dong et al., 2003), 어린이들의 백신주사로 인한 통증과 정신적 불안을 감소시키는 것에 대한 부모들의 경제적 가치(Meyerhoff et al., 2001), 의약품과 관련된 사고의 위험을 감소시키는 제약 서비스에 대한 소비자들의 지불의사가격(Suh et al., 2000), 장애 보정을 위한 년 수에 대한 지불의사가격 : 공중보건관리 자원 할당을 포함함(King et al., 2005), 골다공증 환자의 무릎과 골반 접합 대체제에 대한 지불의사가격의 결정요인들(Cross et al., 2000)등 다수가 있다.

보건의료에서 사용되는 조건부가치측정은 ①개방형(open-ended)과 ②폐쇄형(closed-ended)의 두 가지 질문형태가 있다. 폐쇄형 질문형태는 다시 경매법(bidding games)와 양분선택형 질문법('dichotomous choice method' or 'referendum format' or 'take-it-or-leave-it')으로 나눌 수 있다. 이러한 유형 중에서 미국 국립해양대기관리국(NOAA : National Oceanic and Atmospheric Administration)이 조건부가치 측정 도출의 이상적인 것으로 권고하는 것은 양분선택형 질문법이다.

④개방형 질문법 : 응답자에게 대상재화에 대한 최대지불의사 금액을 직접 대답하게 하는 방법으로 경우에 따라서 필요하면 언제든지 자세하게 물어 볼 수 있어서, 확실하고 정확한 대답을 이끌어낼 수 있고, 질문 자체에 융통성을 부여할 수 있어 새로운 사실을 발견 할 수 있는 점을 장점으로 들 수 있고, 단점은 응답자들이 일반적으로 평가대상이 되는 재화의 가격을 책정하는 일에 익숙하지 않아 본인의 최대 지불 의사 금액을 보다 높거나 나제 응답하는 문제가 발생할 수 있고 해당 재화에 대한 무응답(non-response)이 높게 나타날 수 있다.

⑤폐쇄형 질문법 : 응답자가 선택할 수 있는 응답의 내용이 미리 몇 개로 한정되어 그 중 하나를 선택하도록 하는 질문으로 장점은 응답의 처리가 용이하고 측정에 통일성을 기할 수 있어 신뢰성을 높일 수 있으나 응답자의 의견이 충분하게 반영되기 어렵다는 점이 단점이다.

⑥경매법 : 특정한 제시금액부터 시작하여 '예'의 응답이 나올 때까지 계속해서 금액을 제시하여 최대지불의사금액을 유도하는 방법이다. Davis(1963)에 의해 처음 제안되었으며 장점은 별도의 복잡한 계량분석 없이 지불의사금액을 도출할 수 있다는 것이나, 처음에 제시되는 특정 금액에 따라 응답자의 지불의사가 민감하게 영향을 받는 출발점 편의(starting point bias)가 발생하는 문제이다. 즉, 처음 제시금액이 높으면 높을수록 지불의사 금액은 높아지는 경향을 단점으로 들 수 있다.

⑦양분선택형 질문법 : 2개의 제시금액을 제시하여 첫 번째 제시금액을 지불할 의사가 있는 응답자에게 첫 번째 제시금액보다 높은 금액을, 첫 번째 제시금액을 지불할 의사가 없는 응답자에게 첫 번째 제시금액보다 낮은 금액을 제시하여 최대지불의사금액을 추정하는 방법이다. 자료의 효율성을 높일 수 있고 제시금액 설계가 잘못될 경우 이를 정정할 수 있다는 점과 응답자로 하여금 상대적으로 친숙한 시장상황에 접하게 한다는 장점이 있고 다른 지불의사 유도방법보다 상대적으로

많은 비용과 시간이 소요된다는 점과 정확한 지불의사금액을 추정하기 위한 제시 금액 선정에 따른 어려움이 있다는 단점이 있다. 지불의사(WTP)에 관련된 선행연구는 다음과 같다.

고재윤(2007)은 지역축제 유형별 WTP 및 행태분석 비교연구에서 3개의 지역축제별 비용변수에 따른 지불의사 평균값을 절단한 평균값과 그렇지 않은 평균값으로 나누어 비교하였으며, WTP를 종속변수로 하여 선행회귀분석을 하였는데 절단된 경우와 절단되지 않은 경우의 추정계수의 부호를 알아봄으로써 절단에 따른 비용 관련 변수가 변화함에 따라 비용변수들과 유의한 상관관계가 있는 주요 변수들의 변화를 살펴봄으로써 전략적 '0'의 응답자를 포함한 결측치들의 통계적 처리에 따른 경제 지표의 변화를 제시하였다.

이상과 같이 지불의사에 관련된 선행연구들은 주로 금전적 가치로 측정되기 어려운 환경재나 공공재 등의 경제적 가치를 도출하는데 주로 연구되어져 왔다. 그러나 경제적 가치 도출이 목적이 아닌 미(美)의식이 외모관리행동의 지불의사에 미치는 영향에 관한 연구는 아직 없다.

따라서 미의식이 외모관리행동 지불의사에 미치는 영향을 알아보는데 유용한 의미가 있다.

제 3 장 연구설계

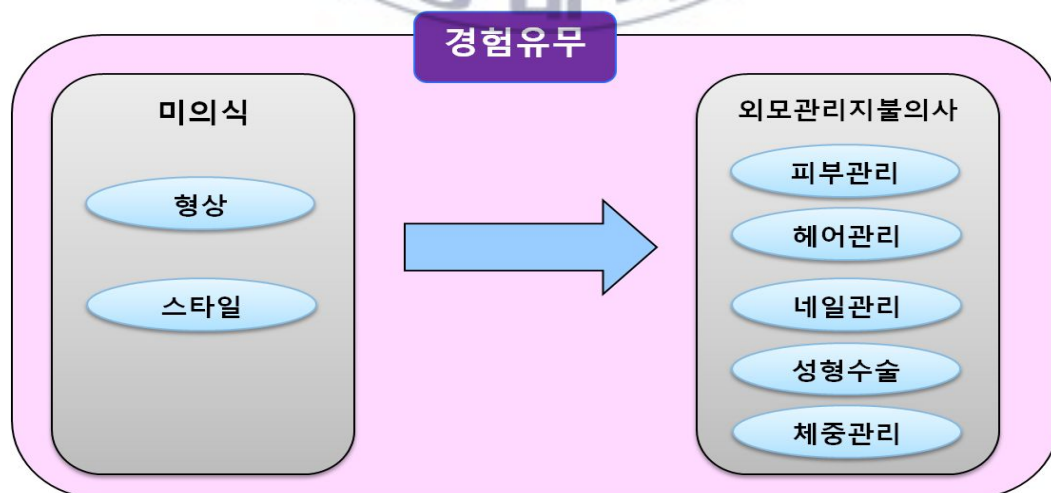
제 1 절 연구 대상 및 자료 수집

본 논문의 연구 대상은 부산에 소재하고 있는 2년제 대학 항공운항과 2개 학교와 4년제 대학교 관광경영학과 1개 학교, 그리고 부산 서면 일대의 3개의 스튜어디스 학원의 항공 승무원 지원자를 대상으로 선정하였다. 조사기간은 2010년 11월 3일부터 11월 10일까지 실시하였다. 연구의 목적을 이해하고 설문에 응해준 대상자들에게 자기평가기입법(self-administration method)으로 각 문항에 응답하도록 하였으며, 총 300부의 설문지를 배포하여 283부가 회수되었다. 회수된 설문지 중에서 무응답 문항이 있거나 불성실한 응답이 있다고 판단되는 설문지 8부를 제외한 275부를 실증분석에 활용하였다.

제 2 절 실증조사의 설계

1. 연구모형

미의식이 외모관리행동을 위한 지불의사(WTP)에 미치는 영향을 알아보고자 한다. 본 연구의 모형은 다음 < 그림 1 >과 같다.



< 그림 1 >연구모형

2. 연구가설

본 연구는 승무원을 지망하는 여성들이 인지하는 본인의 미의식이 외모관리행동을 위한 지불의사(WTP)에 미치는 영향을 알아보고자 하며, 경험의 유무에 따라서 미의식이 외모관리행동 지불의사(WTP)에 미치는 영향은 차이가 있는가를 검증하기 위해서 다음과 같은 가설을 도출하였다.

1) 미의식과 외모관리행동 지불의사 관계에 관한 가설

미의식과 외모관리행동 지불의사에 관한 선행연구로서 정명선(2003)은 신체적 매력성 자아지각이 일상적인 외모관리행동에도 부분적으로 유의한 영향을 미쳤으며, 신체적 매력성 자아지각이 높을수록 대다수의 일상적인 외모관리행동의 빈도가 더 높다고 하였다. 오영진(2005)은 현대 여성들의 외모관리행동과 미적 외모에 대한 자아존중감의 관련성 연구에서 전체적인 외모관리행동과 미적외모에 대한 자아존중감 간에 상호작용, 즉 영향을 미친다고 함으로써 ‘미적외모에 대한 자아존중감이 높을수록 외모관리행동에 적극적이다’라는 결론을 내렸다. 이현옥·박경애(2000)는 여성 소비자의 외모만족도를 얼굴만족형, 피부상태만족형, 외모 불만형, 외모만족형 등으로 분류한 후 이들의 특성을 파악한 결과, 외모에 대한 관심과 만족이 높을수록 외모관리행동을 많이 한다는 결과를 도출하였다. 임혜원(1999)은 여대생을 대상으로 한 조사에서 외모만족도가 높을수록 피부건강관리 행위수준이 높다는 결과를 도출하였다. 이와 같은 선행연구의 결과를 볼 때 신체적 매력성 지각이 외모관리행동을 증가시키는 것을 알 수 있다. 김은주(2001)는 신체만족에 따른 외모관리행동 연구에서 신체에 만족할수록 외모관리행동 중 화장행동의 경험이 많다는 결론을 도출하였다. 따라서 본 연구에서는 항공사 승무원을 지망하는 여성들이 인지하는 본인의 미의식이 외모관리행동을 위한 지불의사(WTP)에 유의한 영향을 미칠 것으로 판단되어짐에 따라 본 연구에서는 이러한 관계를 실증적으로 검증하고자 다음과 같은 가설을 설정하였다.

H1. 미의식이 높으면 외모관리행동 지불의사에 정(+의 영향을 미칠 것이다.

H1-1. 미(형상, 스타일)의식이 높으면 피부관리행동 지불의사에 정(+의 영향

을 미칠 것이다.

H1-2. 미(형상, 스타일)의식이 높으면 헤어관리행동 지불의사에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

H1-3. 미(형상, 스타일)의식이 높으면 네일관리행동 지불의사에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

H1-4. 미(형상, 스타일)의식이 높으면 성형수술행동 지불의사에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

H1-5. 미(형상, 스타일)의식이 높으면 체중관리행동 지불의사에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

2) 경험의 유무에 따른 미의식이 외모관리행동 지불의사 관계에 관한 가설

경험에 따른 미의식과 외모관리행동 지불의사에 관한 선행연구로서 이경숙(2007)은 외모관심에 따른 외모관리행동의 경험빈도에 따라서 외모무관심집단, 타인의식형 외모관심집단, 자기관리형 외모관심집단으로 나누었는데, 외모무관심집단이 가장 낮은 외모관리비용을 투자하고 있으며 자기관리형 외모관심집단이 외모관리를 위해 사용하는 월평균비용이 가장 높아 외모관심에 따른 행동의 빈도가 높은 집단이 외모관리행동을 위해 많은 투자를 하고 있다는 결론을 도출하였다. 따라서 경험이 지불의사를 증가시키는 것을 알 수 있다. 이에 본 연구에서는 경험의 유무에 따라 미의식이 외모관리행동을 위한 지불의사(WTP)에 유의한 영향을 미칠 것으로 판단되어짐에 따라 본 연구에서는 이러한 관계를 실증적으로 검증하고자 다음과 같은 가설을 설정하였다.

H2. 경험의 유무에 따라서 미의식이 외모관리행동 지불의사에 미치는 영향은 차이가 있을 것이다.

H2-1. 경험의 유무에 따라서 미(형상, 스타일)의식이 피부관리행동 지불의사에 미치는 영향은 차이가 있을 것이다.

H2-2. 경험의 유무에 따라서 미(형상, 스타일)의식이 헤어관리행동 지불의사에 미치는 영향은 차이가 있을 것이다.

H2-3. 경험의 유무에 따라서 미(형상, 스타일)의식이 성형수술행동 지불의사

에 미치는 영향은 차이가 있을 것이다.

H2-4. 경험의 유무에 따라서 미(형상, 스타일)의식이 네일관리행동 지불의사에 미치는 영향은 차이가 있을 것이다.

H2-5. 경험의 유무에 따라서 미(형상, 스타일)의식이 체중관리행동 지불의사에 미치는 영향은 차이가 있을 것이다.

3. 조사도구

1) 조사도구의 구성내용

본 연구의 연구가설을 검증하기 위해 측정도구를 Langmeyer 및 Shank(1994)과 박상준 외(2008)의 연구에서 사용된 측정도구를 기초로 본 연구목적에 부합되도록 적용시켰다.

(1) 형상에 대한 조사도구

미(美)에 대한 형상 척도는 Langmeyer 및 Shank(1994)과 박상준 외(2008)의 연구에서 사용된 측정도구를 기초로 본 연구목적에 부합되도록 적용시켰다. 형상은 ‘예쁘다’, ‘참하다’, ‘빠어나다’, ‘멋지다’, ‘근사하다’, ‘곱다’, ‘잘생겼다’, ‘아름답다’의 문항으로 측정하였다. 각 문항은 5점 Likert 척도를 사용하였고 총 8문항을 연구에 사용하였다.

(2) 스타일에 대한 조사도구

미(美)에 대한 스타일 척도는 Langmeyer 및 Shank(1994)과 박상준 외(2008)의 연구에서 사용된 측정도구를 기초로 본 연구목적에 부합되도록 적용시켰다. 스타일은 ‘세련되다’, ‘우아하다’, ‘매력적이다’, ‘귀엽다’, ‘단아하다’, ‘애교있다’, ‘매혹적이다’, ‘반하게 만든다’의 문항으로 측정하였다. 각 문항은 5점 Likert 척도를 사용하였고 총 8문항을 연구에 사용하였다.

< 표 2 > 설문지의 주요 구성 및 문항

구분	구성내용		문항수
인구통계학적 특성	연령		4
	학년		
	월평균 소득(용돈)		
	가계 월 소득		
형상	미의 형상을 나타내는 문항		8
스타일	미의 스타일을 나타내는 문항		8
외모관리 행동	피부관리	경험유무	1
		지불의사	1
	헤어관리	경험유무	1
		지불의사	1
	성형수술	경험유무	1
		지불의사	1
	네일관리	경험유무	1
		지불의사	1
	체중관리	경험유무	1
		지불의사	1
계			30

2) 조사도구의 타당도

본 연구에서 사용된 설문항목들은 기존 연구들에서 사용된 것을 미의식에 맞게 수정·보완된 것이므로 확인적 요인분석을 통해서 타당성을 확인하였다. 확인적 요인분석은 주성분분석과 VARIMAX회전법을 사용하여 실시하였으며, 판단은 Eigenvalue 1, 요인 적재값 0.4 이상, 공통성(Communality) 0.5 이상 등을 기준으로 하였다. 그 결과, 형상요인 중 1개의 변수가 기각되었으며 스타일요인에서는 4개의 변수가 기각되었다. 변수선정의 적절성에 대한 KMO(Kaiser-Mayer-Olkin)지수는 .901로 나타나 요인분석을 위한 변수선정이 적절한 것으로 나타났다. 또한 요인분석 모형의 적합성여부를 나타내는 Bartlett의 구형성검정치($KMO=.901$, $\chi^2=1301.699$, $df=66$, $p<.001$)가 유의미한 것으로 나타나 본 연구의 조사도구 요인분석이 적합한 것으

로 나타났다. 이들 문항의 총 누적 설명력은 55.660%로 나타났다.

형상요인에 속하는 문항들은 ‘예쁘다’, ‘곱다’, ‘아름답다’, ‘멋지다’ 등으로, 승무원 지원자들이 자신의 외모에 대한 평가가 어떤지를 알아보고자 한 것으로 “형상”으로 요인명을 정하였으며 전체 변량의 34.192%를 설명하고 있다.

스타일요인에 속하는 문항들은 ‘매력적이다’, ‘귀엽다’, ‘단아하다’, ‘애교있다’ 등으로 승무원 지원자들이 자신의 스타일에 대한 평가가 어떤지를 알아보고자 한 것으로 “스타일”로 요인명을 정하였으며 전체변량의 55.660%를 설명하고 있다.

< 표 3 > 조사도구의 요인분석 결과

변수	요 인		Cronbach' α
	형상	스타일	
예쁘다	.681	.330	.869
참하다	.647	.223	
빼어나다	.760	.226	
멋지다	.741	.107	
근사하다	.687	.295	
곱다	.675	.231	
잘생겼다	.627	.124	
아름답다	.680	.237	
매력적이다	.335	.642	.770
귀엽다	.073	.891	
단아하다	.338	.630	
애교있다	.205	.735	
고유값	4.103	2.576	
분산%	34.192	21.467	
누적%	34.192	55.660	
KMO=.901, $\chi^2=1301.699$, $df=66$, $p<.001$			

3) 조사도구의 신뢰도

가설검증에 앞서 각 변수들의 신뢰성과 타당성을 확인하였다. 우선 변수들의 신뢰성을 검증하기 위하여 Cronbach' α 를 사용하여 기준치인 0.7을 만족하는지를 확인하였다. 그 결과 형상은 0.869, 스타일은 0.883로 나타나 내적일관성이 확보된 것으로 판단하였다.

< 표 4 > 설문지의 신뢰도분석 결과

구분	문항수	Cronbach' α
형상	8	.869
스타일	8	.883
계	16	.876

4. 분석방법

본 연구는 수집된 조사도구 중 응답내용이 부실하거나 누락된 자료를 제외한 총 275부의 자료를 SPSS 15.0 통계프로그램을 이용하여 다음과 같이 통계 처리하였다. 가설의 검증을 위해 사용된 조사도구의 개념변수가 어느 정도 일관성을 가지고 측정되었는가를 알아보기 위해 Cronbach' α 계수산출의 신뢰도 분석을 실시하였으며, 측정하고자 하는 개념 구성 타당도를 알아보기 위한 탐색적 요인분석을 실시하였다. 인구통계적 특성을 알아보기 위해서 빈도분석과 백분율을 실시하였다. 또한 승무원 지원자들의 미의식이 외모관리행동 지불의사에 미치는 영향을 알아보기 위해 다중회귀분석을 실시하였으며, 모든 통계의 유의수준은 $\alpha=.05$ 로 하였다.

제 4 장 분석결과

제 1 절 조사대상자의 일반적인 특성

본 연구의 연구대상자의 일반적 특성은 < 표 5 >와 같다.

< 표 5 > 연구대상자의 일반적 특성

구분		빈도(명)	백분율(%)
연령	19세-22세	153	55.6
	23세-26세	103	37.4
	27세-30세	19	7
학년	1학년	106	38.5
	2학년	39	14.2
	3학년	20	7.3
	4학년	37	13.5
	졸업	64	23.3
	기타	9	3.3
월소득(용돈)	30만원 미만	77	28.0
	30-50만원 미만	93	33.8
	50-70만원 미만	41	14.9
	70-90만원 미만	25	9.1
	90만원 이상	39	14.2
가계월소득	200만원 미만	39	14.2
	200-300만원 미만	57	20.7
	300-400만원 미만	76	27.6
	400-500만원 미만	54	19.6
	500만원 이상	49	17.8
계		275	100.0

본 연구의 대상자는 총 275명으로 연구 대상자의 연령은 최소 19세에서 최대 30세로 19-22세가 전체의 55.6%로 가장 많았으며, 다음으로는 23-26세 37.4%, 27-30세 7%순으로 나타났다. 학년은 1학년이 38.5%로 가장 많았으며, 졸업자 23.3%, 2학년 14.2%, 4학년 13.5%, 3학년 7.3%, 기타 3.3%로 나타났다. 기타로는 고등학교 재학중이 포함되어 있었다. 월 소득(용돈)으로는 30-50만원 미만 33.8%로 가장 많았으며, 30만원 미만 28%, 50-70만원 미만 14.9%, 90만원 이상 14.2%, 70-90만원 미만 9.1%순으로 나타났다. 가계 월 소득으로는 300-400만원 미만 27.6%로 가장 많았으며, 200-300만원 미만 20.7%, 400-500만원 미만 19.6%, 500만원 이상 17.8%, 200만원 미만 14.2% 순을 보였다.

제 2 절 미의식이 외모관리행동 지불의사에 미치는 영향

1. 미의식이 피부관리행동 지불의사에 미치는 영향

본 연구에서는 탐색적 요인분석을 통해 구성된 형상, 스타일 2개의 요인들이 피부관리행동 지불의사에 미치는 영향을 알아보기 위하여 다중회귀분석을 실시하였다.

< 표 6 > 미의식이 피부관리행동 지불의사에 미치는 영향

요인명	표준화계수	표준오차	t-value	p-value	다중공선성검증	가설 채택 여부
					VIF	
상수	.000	.303	-6.286	0.000		
형상	.245	.097	3.429	0.001	1.554	채택
스타일	.166	.093	2.316	0.021	1.554	채택
$R^2 = .136$, $Adj R^2 = .130$, $F = 20.668$, $p=0.000$						

연구에서 사용된 2개의 요인들의 다중공선성을 분석한 결과 VIF값과 Condition Index가 모두 기준치 이하로 다중공선성의 문제가 없는 것으로 나타났다. 분석결과, R^2 값이 0.136 이고, 조정된 R^2 값이 0.130로 나타났으며, $F=20.668$ 으로 제시된

회귀모형이 유의하여, 가설 검증에 적합한 것으로 나타났다. 미의식이 피부관리행동 지불의사에 미치는 영향을 분석한 결과 형상과 스타일 모두 정(+)의 영향을 미치는 것으로 나타났다. 따라서 본 연구의 표본대상인 항공사 승무원 지원자들은 미의식이 높으면 피부관리행동 지불의사가 높은 것으로 해석할 수 있으며, 아름다운 외모의 필수조건으로 깨끗한 피부를 유지하기 위해 나타난 결과임을 알 수 있다.

2. 미의식이 헤어관리행동 지불의사에 미치는 영향

미의식이 헤어관리행동 지불의사에 미치는 영향을 분석한 결과 형상요인을 높게 인지하면 헤어관리행동 지불의사에 정(+)의 영향을 미치는 것으로 나타났으나, 스타일요인은 헤어관리행동 지불의사에 영향을 미치지 않는 것으로 나타났다. 이는 형상요인의 항목에는 ‘멋지다’, ‘근사하다’와 같은 변수들이 존재함으로써 자신을 ‘멋지다’, ‘근사하다’고 인지할수록 헤어관리행동의 지불의사가 높은 것으로 생각할 수 있으며, 스타일요인의 항목에는 ‘귀엽다’, ‘애교 있다’와 같은 변수들이 존재하므로 헤어관리행동 지불의사에 영향을 미치지 않은 것으로 사료된다.

< 표 7 > 미의식이 헤어관리행동 지불의사에 미치는 영향

요인명	표준화계수	표준오차	t-value	p-value	다중공선성검증	가설 채택여부
					VIF	
상수	.000	.304	-6.282	0.000		
형상	.314	.098	4.422	0.000	1.537	채택
스타일	.094	.092	1.321	0.188	1.537	기각
$R^2 = .142$, $Adj R^2 = .136$, $F = 21.666$, $p=0.000$						

3. 미의식이 성형수술행동 지불의사에 미치는 영향

미의식이 성형수술행동 지불의사에 미치는 영향을 분석한 결과 미의식을 높으면 성형수술행동 지불의사에 정(+)의 영향을 미치는 것으로 나타났다. 김은주(2001)는

성형수술과 신체만족도와의 관련 연구에서 신체만족도가 높은 집단이 그렇지 않은 집단에 비하여 성형수술 경험이 많았으며, 신체불만족 집단의 44.2%에 해당되는 사람들이 성형수술을 원하고 있어, 신체만족 집단에서 성형수술을 원하는 숫자보다 더 높다는 결과를 도출하였는데, 본 연구의 결과와 상반된 결과라고 할 수 있다. 이는 최근 미에 대한 관념이 변화되고 외모에 대한 관심이 많아짐에 따라 성형수술을 원하는 여성들이 급증한다고 볼 수 있으며, 아름다움을 일종의 능력이나 자본의 영역 중 하나라는 인식이 증가하면서 자신의 미의식이 높다고 하더라도 미용을 목적으로 하는 성형수술에 대한 많은 관심과 지불의사가 있다고 사료된다.

< 표 8 > 미의식이 성형수술행동 지불의사에 미치는 영향

요인명	표준화계수	표준오차	t-value	p-value	다중공선성검증	가설 채택 여부
					VIF	
상수	.000	.314	-4.539	0.000		
형상	.159	.098	2.213	0.028	1.498	채택
스타일	.146	.095	2.037	0.043	1.498	채택
$R^2 = .074$, $Adj R^2 = .067$, $F = 10.674$, $p=0.000$						

4. 미의식이 네일관리행동 지불의사에 미치는 영향

미의식이 네일관리행동 지불의사에 미치는 영향을 분석한 결과 형상을 높게 인지하면 네일관리행동 지불의사에 정(+)의 영향을 미치는 것으로 나타났으나, 스타일요인은 영향을 미치지 않는 것으로 나타났다. 이는 헤어관리행동의 결과와 마찬가지로, 형상요인에는 ‘멋지다’, ‘근사하다’와 같은 변수들이 존재함으로 자신을 ‘멋지다’, ‘근사하다’고 인지할수록 네일관리 행동에 많은 금액을 투자할 것으로 추측할 수 있으며, 스타일요인에 ‘귀엽다’, ‘애교 있다’, ‘단아하다’와 같은 변수들이 존재하므로 네일관리 행동 지불의사에 많은 영향을 미치지 않는 것으로 사료된다.

< 표 9 > 미의식이 네일관리 행동 지불의사에 미치는 영향

요인명	표준화계수	표준오차	t-value	p-value	다중공선성검증	가설 채택 여부
					VIF	
상수	.000	.317	-3.936	0.000		
형상	.271	.098	3.765	0.000	1.484	채택
스타일	-.004	.095	-.062	0.951	1.484	기각
$R^2 = .047$, $\text{Adj } R^2 = .039$, $F = 6.230$, $p=0.002$						

5. 미의식이 체중관리행동 지불의사에 미치는 영향

미의식이 체중관리행동 지불의사에 미치는 영향을 분석한 결과 형상과 스타일 모두 체중관리행동 지불의사에는 유의한 영향을 미치지 않는 것으로 나타났다. 이는 김옥수 외(2002)의 체중조절행위는 전문가의 지도 없이 주로 대상자 스스로 방법을 선택하는 경우가 많은데, 대부분의 여성들이 보편적으로 선택하는 식사거르기과 단식이 체중관리 방법의 높은 빈도를 차지한다는 결과를 지지한다고 볼 수 있다. 따라서 많은 여성들이 체중관리를 하고 있지만 실제로 이를 위해 비용을 지불하여 체중관리를 하기보다는 단식이나 식사조절 등으로 체중관리를 선호한다고 볼 수 있다.

< 표 10 > 미의식이 체중관리행동 지불의사에 미치는 영향

요인명	표준화계수	표준오차	t-value	p-value	다중공선성검증	가설 채택 여부
					VIF	
상수	.000	.319	-3.137	0.002		
형상	.079	.101	1.069	0.286	1.522	기각
스타일	.137	.096	1.844	0.066	1.522	기각
$R^2 = .038$, $\text{Adj } R^2 = .030$, $F = 5.216$, $p=0.006$						

제 3 절 경험유무에 의한 미의식이 외모관리행동 지불의사에 미치는 영향

경험유무에 의한 미의식이 외모관리행동 지불의사에 미치는 영향을 알아보기 위해 경험 유무별 두 집단을 나누어 다중회귀분석을 실시하였으며, 경험유무에 따른 영향의 차이를 알아보기 위해 두 집단의 회귀계수를 비교하기 위한 Chow-test를 실시하였다. Chow-test는 두 집단의 회귀계수를 검정하기 위한 것으로, 다음과 같은 식에 의해 계산되어진다. 여기서 모형1은 유경험집단이며, 모형2는 무경험집단이다.

$$F = \frac{[\theta_3 - (\theta_1 + \theta_2)]/K}{(\theta_1 + \theta_2)/(n + m - 2K)} \sim F_{K, n+m-2K, \alpha}$$

θ_1 : 모형1에 대한 SSE

θ_2 : 모형2에 대한 SSE

θ_3 : 전체 자료에 대한 SSE

n : 모형1의 관측치 갯수

m : 모형2의 관측치 갯수

K : 모형의 모수의 갯수

Chow-test에서 계산되어진 F값에 대해 분자의 자유도가 3, 분모의 자유도는 252로써, 유의수준 5%에서 임계치 값은 2.60이 된다($F_{3,252;0.05} = 2.60$). 즉, Chow-test의 F값이 2.60보다 크면 유의수준 5%에서 유의하며, 두 집단의 회귀계수에는 차이가 있다고 할 수 있다.

1. 경험유무에 의한 미의식이 피부관리행동 지불의사에 미치는 영향

피부관리 경험유무에 의한 미(형상, 스타일)의식이 피부관리행동 지불의사에 미치는 영향을 알아본 결과 피부관리 유경험집단에서 미의식을 높게 인지하면 피부관리행동 지불의사에 정(+)의 영향을 미치는 결과가 나타났다. 무경험집단은 미(형상, 스타일)의식이 피부관리 행동 지불의사에는 유의한 영향을 미치지 않는 것으로 나타났다. 피부관리 유경험집단의 경우 R^2 값이 .179이고 조정된 R^2 값이 .165로 나타났으며 $F=12.622$ 로 가설검증에 적합한 것으로 나타났다. 두 집단 간 회귀계수의 차이를 알아보기 위한 Chow-test 분석결과를 보면, F값이 2.60이상이므로 유의수준 5%에서 유의하다.

즉, 두 집단 간 회귀계수에는 차이가 있다. 구체적으로 피부관리 유경험집단의 형상(.241)이 무경험집단의 형상(.100)보다 더 높게 나타나, 유경험 집단이 피부관리행동 지불의사가 더 높은 것을 알 수 있다. 스타일의 경우도 유경험집단(.233)이 무경험집단(.128)보다 피부관리행동 지불의사가 더 높은 것으로 나타났다.

< 표 11 > 경험유무에 의한 미의식이 피부관리행동 지불의사에 미치는 영향

	요인명	표준화 계수	표준오 차	t-value	VIF	R^2	Adj R^2	F-value	Chow-test F-value
피부관리 유경험 집단 (n=119)	상수	.000	.530	-4.400***		.179	.165	12.622***	4.048
	형상	.241	.154	2.312	1.537				
	스타일	.233	.156	2.232	1.537				
피부관리 무경험 집단 (n=146)	상수	.000	.387	-3.007**		.041	.027	3.033	
	형상	.100	.132	1.024	1.436				
	스타일	.128	.112	1.305	1.436				

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

2. 경험유무에 의한 미의식이 헤어관리행동 지불의사에 미치는 영향

헤어관리 경험유무에 의한 미(형상, 스타일)의식이 헤어관리행동 지불의사에 미치는 영향을 알아본 결과 헤어관리 유경험집단과 무경험집단 모두 형상요인만 헤어관리행동 지불의사에 정(+)의 영향을 미치는 것으로 나타났다. 헤어관리 유경험집단의 경우 R^2 값이 .160이고 조정된 R^2 값이 .148로 나타났으며 F=13.586로 가설 검증에 적합한 것으로 나타났다. 두 집단 간 회귀계수의 차이를 알아보기 위한 Chow-test 분석결과를 보면, F값이 2.60이하이므로 유의하지 않다. 즉 두 집단 간 회귀계수에는 차이가 없다. 구체적으로 헤어관리 유경험집단의 형상(.298)이 무경험집단의 형상(.232)보다 더 높게 나타나, 유경험집단이 헤어관리 지불의사가 더 높은 것을 알 수 있다. 스타일의 경우도 유경험집단(.142)이 무경험집단(.053)보다 지불의사가 높은 것으로 나타났다.

< 표 12 > 경험유무에 의한 미의식이 헤어관리행동 지불의사에 미치는 영향

	요인명	표준화 계수	표준 오차	t-value	VIF	R^2	Adj R^2	F-value	Chow-test F-value
헤어관리 유경험 집단 (n=146)	상수	.000	.461	-4.586***		.160	.148	13.586***	2.203
	형상	.298	.136	3.129	1.546				
	스타일	.142	.142	1.494	1.546				
헤어관리 무경험 집단 (n=118)	상수	.000	.419	-3.413***		.071	.054	4.362*	
	형상	.232	.146	2.137	1.463				
	스타일	.053	.118	.438	1.463				

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

3. 경험유무에 의한 미의식이 성형수술행동 지불의사에 미치는 영향

성형수술 경험유무에 의한 미(형상, 스타일)의식이 성형수술행동 지불의사에 미치는 영향을 알아본 결과 성형수술 유경험집단에서 형상요인만 정(+)의 영향을 미치는 것으로 나타났으며, 무경험집단에서는 형상, 스타일 요인 모두 성형수술행동 지불의사에 유의한 영향을 미치지 않는 것으로 나타났다. 성형수술 유경험집단의 경우 R^2 값이 .111이고 조정된 R^2 값이 .095로 나타났으며 F=6.824로 가설검증에 적합한 것으로 나타났다. 두 집단 간 회귀계수의 차이를 알아보기 위한 Chow-test 분석결과를 보면, F값이 2.60이상으로 유의수준 5%에서 유의하다. 즉 두 집단 간 회귀계수는 유의한 차이가 있다. 구체적으로 성형수술 유경험자집단의 형상(.248)이 무경험집단의 형상(-.009)보다 더 높게 나타나, 유경험집단에서 성형수술 지불의사가 더 높은 것을 알 수 있다. 스타일의 경우는 무경험집단(.175)이 유경험집단(.130)보다 지불의사가 높은 것으로 나타났다.

< 표 13 > 경험유무에 의한 미의식이 성형수술행동 지불의사에 미치는 영향

	요인명	표준화 계수	표준 오차	t-value	VIF	R^2	Adj R^2	F-value	Chow-test F-value
성형수술 유경험 집단 (n=112)	상수	.000	.576	-2.988**		.111	.095	6.824**	4.352
	형상	.248	.144	2.366	1.351				
	스타일	.130	.165	1.235	1.351				
성형수술 무경험 집단 (n=160)	상수	.000	.381	-2.209*		.029	.016	2.322	
	형상	-.009	.134	-.088	1.556				
	스타일	.175	.114	1.779	1.556				

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

4. 경험유무에 의한 미의식이 네일관리행동 지불의사에 미치는 영향

네일관리 경험유무에 의한 미(형상, 스타일)의식이 네일관리행동 지불의사에 미치는 영향을 알아본 결과 네일관리 유경험집단에서 형상요인을 높게 인지하면 네일관리행동 지불의사에 정(+)의 영향을 미치는 것으로 나타났다. 무경험집단은 미(형상, 스타일)의식이 성형수술행동 지불의사에는 유의한 영향을 미치지 않는 것으로 나타났다. 네일관리 유경험집단의 경우 R^2 값이 .111이고 조정된 R^2 값이 .095로 나타났다. 네일관리 유경험집단의 경우 $F=6.774$ 로 가설검증에 적합한 것으로 나타났다. 두 집단 간 회귀계수의 차이를 알아보기 위한 Chow-test 분석결과를 보면, F값이 2.60이상으로 유의수준 5%에서 유의하다. 즉, 두 집단 간 회귀계수는 유의한 차이가 있다. 구체적으로 네일관리 유경험집단의 형상(.391)이 무경험집단의 형상(.115)보다 더 높게 나타나, 유경험집단이 네일관리 지불의사가 더 높은 것을 알 수 있다. 스타일의 경우는 무경험집단(.062)이 유경험집단(-.132)보다 지불의사가 높은 것으로 나타났다.

< 표 14 > 경험유무에 의한 미의식이 네일관리행동 지불의사에 미치는 영향

	요인명	표준화 계수	표준 오차	t-value	VIF	R^2	Adj R^2	F-value	Chow-test F-value
네일관리 유경험 집단 (n=111)	상수	.000	.521	-1.866		.111	.095	6.774**	6.049
	형상	.391	.153	3.540	1.482				
	스타일	-.132	.150	-1.192	1.482				
네일관리 무경험 집단 (n=158)	상수	.000	.395	-2.503*		.025	.012	1.979	
	형상	.115	.125	1.216	1.421				
	스타일	.062	.117	.659	1.421				

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

5. 경험유무에 의한 미의식이 체중관리행동 지불의사에 미치는 영향

체중관리 경험유무에 의한 미(형상, 스타일)의식이 체중수술행동 지불의사에 미치는 영향을 알아본 결과 체중관리 유경험집단과 무경험집단 모두 유의한 영향을 미치지 않는 것으로 나타났다. 두 집단 간 회귀계수의 차이를 알아보기 위한 Chow-test 분석결과를 보면, F값이 2.60이상으로 유의수준 5%에서 유의하다. 즉, 두 집단 간 회귀계수는 유의한 차이가 있다. 구체적으로 체중관리 무경험집단의 형상(.105)이 유경험집단의 형상(-.370)보다 더 높게 나타나, 무경험집단이 체중관리 지불의사가 더 높은 것을 알 수 있다. 스타일의 경우는 유경험집단(.361)이 무경험집단(.153)보다 지불의사가 높은 것으로 나타났다.

< 표 15> 경험유무에 의한 미의식이 체중관리행동 지불의사에 미치는 영향

	요인명	표준화 계수	표준 오차	t-value	VIF	R^2	Adj R^2	F-value	Chow-test F-value
체중관리 유경험 집단 (n=63)	상수	.000	.694	1.008		.067	.036	2.145	9.408
	형상	-.370	.268	-1.961	2.291				
	스타일	.361	.255	1.914	2.291				
체중관리 무경험 집단 (n=207)	상수	.000	.343	-3.696***		.051	.042	5.532**	
	형상	.105	.105	1.300	1.392				
	스타일	.153	.098	1.906	1.392				

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

제 5 장 결론 및 제언

제 1 절 결론

시대가 요구하는 미의 기준은 사회·문화적인 배경에 따라 약간의 차이를 가지고 있지만 자신의 외모에 대한 노력은 새롭게 자신을 지각하는 계기가 되며, 동시에 자기를 사회와 연결시켜 객관적 평가를 받는 계기가 된다.

본 연구는 항공사 승무원이 되기를 지망하는 지원자들의 미(美)의식이 외모관리행동 지불의사에 어떤 영향을 미치는지를 알아보고, 경험유무에 따라서 미의식이 지불의사에 미치는 차이가 다른지를 알아보고자 하였다.

본 연구결과를 요약하면 다음과 같다.

첫째, 미의식이 피부관리행동 지불의사에 미치는 영향을 분석한 결과 미의식이 높으면 피부관리행동 지불의사에는 정(+)의 영향을 미치는 것으로 나타났다.

둘째, 미의식이 헤어관리행동 지불의사에 미치는 영향을 분석한 결과 부분적으로 유의한 결과가 나타났다. 미의식 중 형상요인만 헤어관리행동 지불의사에 정(+) 영향을 미치는 것으로 나타났는데 이는 형상요인의 항목에 ‘멋지다’, ‘근사하다’와 같은 변수들이 존재함으로써 자신을 ‘멋지다’, ‘근사하다’고 인지할수록 헤어관리행동의 지불의사가 높은 것으로 생각할 수 있다.

셋째, 미의식이 성형수술행동 지불의사에 미치는 영향을 분석한 결과 미의식이 높으면 성형수술행동 지불의사에 정(+)의 영향을 미치는 것으로 나타났다. 이는 최근 미에 대한 관념이 변화되고 외모에 대한 관심이 많아짐에 따라 성형수술을 원하는 여성들이 급증한다고 볼 수 있으며, 아름다움을 일종의 능력이나 자본의 영역 중 하나라는 인식이 증가하면서 자신의 미의식이 높다고 하더라도 미용을 목적으로 하는 성형수술에 대한 많은 관심과 지불의사가 있다고 사료된다.

넷째, 미의식이 네일관리행동 지불의사에 미치는 영향을 분석한 결과 부분적으로 유의한 결과가 나타났다. 미의식 중 형상을 높게 인지하면 네일관리행동 지불의사에 정(+)의 영향을 미치는 것으로 나타났으나, 스타일 요인은 영향을 미치지 않는 것으로 나타났다. 이는 헤어관리행동의 결과와 마찬가지로, 형상요인에는 ‘멋지다’, ‘근사하다’와 같은 변수들이 존재함으로써 자신을 ‘멋지다’, ‘근사하다’고 인지할수록

네일관리행동에 많은 금액을 투자할 것으로 추측할 수 있다. 또한 스타일요인에 ‘귀엽다’, ‘애교있다’, ‘단아하다’와 같은 변수들이 존재하므로 네일관리행동 지불의사에 많은 영향을 미치지 않은 것으로 사료된다.

다섯째, 체중관리행동 지불의사에 미치는 영향을 분석한 결과 미의식이 높으면 체중관리 지불의사에 유의한 영향을 미치지 않는 것으로 나타났다. 이는 김옥수 외(2002)의 체중조절행위는 전문가의 지도 없이 주로 대상자 스스로 방법을 선택하는 경우가 많은데, 대부분의 여성들이 보편적으로 선택하는 식사거르기와 단식이 체중관리 방법의 높은 빈도를 차지한다는 결과를 지지한다고 볼 수 있다. 따라서 많은 여성들이 체중관리를 하고 있지만 실제로 이를 위해 비용을 지불하여 체중관리를 하기보다는 단식이나 식사조절 등으로 체중관리를 선호한다고 볼 수 있다.

여섯째, 피부관리 경험유무에 따른 미의식이 피부관리행동 지불의사에 미치는 영향을 알아본 결과 피부관리 유경험집단에서 미의식을 높게 인지하면 피부관리행동 지불의사에 정(+)의 영향을 미치는 결과가 나타났다. 무경험집단은 미의식이 피부관리행동 지불의사에는 유의한 영향을 미치지 않는 것으로 나타났다. 두 집단 간 회귀계수의 차이를 알아보기 위한 Chow-test 분석결과를 보면, F값이 2.60이상이므로 유의수준 5%에서 유의하다. 즉, 두 집단 간 회귀계수에는 차이가 있다.

일곱째, 헤어관리 경험유무에 따른 미의식이 헤어관리행동 지불의사에 미치는 영향을 알아본 결과 헤어관리 유경험집단과 무경험집단 모두 부분적으로 유의한 결과가 나타났는데 두 집단에서 형상요인만 헤어관리행동 지불의사에 정(+)의 영향을 미치는 것으로 나타났다. 두 집단 간 회귀계수의 차이를 알아보기 위한 Chow-test 분석결과를 보면, F값이 2.60이하이므로 유의하지 않다. 즉, 두 집단 간 회귀계수에는 차이가 없다.

여덟째, 성형수술 경험유무에 따른 미의식이 성형수술행동 지불의사에 미치는 영향을 알아본 결과 성형수술 유경험집단에서 형상요인만 지불의사에 정(+)의 영향을 미치는 것으로 나타났으며, 무경험집단에서는 미의식이 성형수술행동 지불의사에 유의한 영향을 미치지 않는 것으로 나타났다. 두 집단 간 회귀계수의 차이를 알아보기 위한 Chow-test 분석결과를 보면, F값이 2.60이상으로 유의수준 5%에서 유의하다. 즉, 두 집단 간 회귀계수는 유의한 차이가 있다.

아홉째, 네일관리 경험유무에 따른 미의식이 네일관리행동 지불의사에 미치는 영향을 알아본 결과 네일관리 유경험집단에서 형상요인을 높게 인지하면 네일관리행

동 지불의사에 정(+)의 영향을 미치는 것으로 나타났다. 무경험집단은 미의식이 성형수술행동 지불의사에는 유의한 영향을 미치지 않는 것으로 나타났다. 두 집단 간 회귀계수의 차이를 알아보기 위한 Chow-test 분석결과를 보면, F값이 2.60이상으로 유의수준 5%에서 유의하다. 즉, 두 집단 간 회귀계수는 유의한 차이가 있다.

열 번째, 체중관리 경험유무에 따른 미의식이 체중수술행동 지불의사에 미치는 영향을 알아본 결과 체중관리 유경험집단과 무경험집단 모두 유의한 영향을 미치지 않는 것으로 나타났다. 두 집단 간 회귀계수의 차이를 알아보기 위한 Chow-test 분석결과를 보면, F값이 2.60이상으로 유의수준 5%에서 유의하다. 즉, 두 집단 간 회귀계수는 유의한 차이가 있다.

제 2 절 제언

본 연구는 항공사 승무원 지원자들의 미의식이 외모관리행동 지불의사에 미치는 영향에 대해서 살펴보고 경험유무에 따른 영향이 차이가 있는지를 알아보았다. 미의식 측정도구는 Langmeyer 및 Shank(1994)과 박상준 외(2008)의 외적인 아름다움(형상, 스타일)차원, 내적인 아름다움(역동적 성격, 배려)차원을 기초로 본 연구목적에 부합되도록 적용시켰다. 연구자가 판단하기에 외모관리행동지불의사에 다소 영향을 덜 미칠 것이라고 판단되어지는 내적인 아름다움(역동적 성격, 배려)차원은 제외하고 본 연구의 분석에 사용하였다. 따라서 조사대상자의 미의식을 측정하기에는 다소 무리가 있다고 판단되어진다. 또한 조사대상지역이 부산으로 한정하였다는 점은 확대해석하기에는 신중을 가하여야 할 것이다.

본 연구의 결과로써 조사대상자인 항공사 승무원 지원자들의 미의식에 따른 외모관리행동의 지불의사는 다소 높다고 판단되어지므로 이들의 니즈에 맞는 다양한 가격대의 외모관리산업의 서비스와 제품이 개발되어져야 할 것이다. 또한 항공사 승무원지원자들을 위한 전문적인 외모관리행동을 도울 제품들의 출시와 가이드 제공이 필요할 것으로 사료된다. 이를 위해 항공승무원학원과의 연계광고, 홍보전략, 인적판매의 확대 등과 같은 수단들의 효과적인 사용과 함께 신뢰성을 보장할 수 있는 기획과 마케팅 전략을 마련하여야 할 것이다. 또한 본 연구의 결과에서 외모관리행동 유경험자집단이 무경험자집단에 비해 외모관리행동 지불의사에 대체적으로 유의

한 영향을 미치는 결과가 도출되었다. 이는 외모관리행동 경험이 있으면 지속적인 외모관리행동을 위해 지불할 의사가 높다고 할 수 있으므로 외모관리 관련업종에서는 판매촉진을 위하여 무료체험서비스나 다양한 이벤트를 통하여 그들이 외모관리에 더욱 적극적으로 다가갈 수 있는 발판을 마련하여야 할 것이다. 또한 그들의 개성을 고려하여 시장을 세분화하면 판매자에게는 보다 확실한 시장기회를 제공하는 계기가 될 것이며, 소비자인 항공사 승무원지원자들은 선택의 폭이 넓어질 뿐만 아니라 보다 적절한 상품을 제공받을 수 있게 되어 궁극적으로 기업에게는 이윤을 소비자에게는 만족을 줄 것이다.



참 고 문 헌

<국내 문헌>

고재윤 (2007). 지역축제 유형별 WTP 및 행태분석 비교연구. 강원대학교 대학원 박사학위논문.

김경희 (2007). 네일관리에 대한 인식 및 네일 서비스 만족도에 관한 연구. 숙명여자대학교 원격대학원 석사학위논문.

김리라 (2003). 여대생의 모발미용 관리 및 행태에 관한 연구. 숙명여자대학교 대학원 석사학위논문.

김민수 (2003). 항공사 여승무원의 외적 용모품질에 대한 기대와 고객만족 및 재구매에 관한 연구. 경기대학교 서비스경영전문대학원 석사학위논문.

김민지 (2008). 외모가 현대 사회의 성공에 미치는 영향 : 부산지역을 중심으로. 숙명여자대학교 원격대학원 석사학위논문.

김선희 (2003). 외모에 대한 사회·문화적 태도와 외모관리행동에 대한 연구 : 20대 여성을 중심으로. 『대한가정학회지』, 41(5), 99-10.

김성희 (2005). 고등학생의 외모만족도와 대인관계, 자기주장성 및 학업성취도와의 관계분석. 강원대학교 교육대학원 석사학위논문.

김수정 (2006). 얼굴매력의 변화추세 및 교차문화적 특징. 연세대학교 대학원 박사학위논문.

김수정·박수진·정찬섭(2006). 얼굴매력의 변화추세 : 미스코리아 얼굴감성모형을 중심으로. 『한국콘텐츠학회』, 4(2), 340-343.

김수진 (2008). 대학생의 피부건강관리행동과 식생활행동에 영향을 미치는 외모관심

에 대한 연구 : 피부지식과 영양지식의 매개효과를 중심으로. 한양대학교 교육대학원 석사학위논문.

김영미 (2007). 메디칼 스킨케어에 대한 인식과 지불의사(WTP) 가격 연구. 연세대학교 보건대학원 석사학위논문.

김은주 (2001). 여대생의 외모관리행동에 관한 연구. 이화여자대학교 대학원 석사학위논문.

김은희 (2006). 전문직 미혼남성의 의복구매·외모관리행동 및 자아존중감과의 관계 연구. 경희대학교 대학원 석사학위논문.

김정애 (2001). 여고생의 신체만족도와 외모관리행동에 관한 연구. 전북대학교 대학원 석사학위논문.

김현희 (2001). 여고생의 화장행동과 화장품 구매불안과의 관계. 카톨릭대학교 대학원 석사학위논문.

김혜리 (2008). 취업지원자의 외적이미지가 면접관의 평가에 미치는 영향. 국제문화대학원대학교 석사학위논문.

문지연 (2003). 네일샵 이용자들의 소비행동에 관한 연구. 한성대학교 예술대학원 석사학위논문.

민주식 (2005). 미인상을 통해 본 미의 유형 : 수신미와 풍만미를 중심으로. 『미술사학연구회』. 제5집, 5-40.

박상준·이영란·김은정 (2008). 인물의 매력에 관련된 아름다움의 차원. 『감성과학』, 11(2), 139-152.

박수진·김한경·정찬섭 (2002). 아름다운 얼굴의 감성적 구성 개념. 『한국감성과학회』, 춘계학술대회

배수현 (2003). 여대생의 피부건강 관련행위와 사회 심리적 건강과의 관련성. 이화여자대학교 대학원 석사학위논문.

손희애 (2007). 대학생들의 피부·체형관리 실태와 선호도 조사. 중앙대학교 의약식품대학원 석사학위논문.

신미정 (2007). 취업면접 결정요인에 관한 연구. 이화여자대학교 대학원 석사학위논문.

신효정 (2002). 현대여성의 아름다운 외모에 대한 질적 연구 : 화장, 헤어스타일, 신체이미지, 성형수술, 의복중심으로. 건국대학교 대학원 박사학위논문.

안현경 (2006). 헤어스타일 연출에 관한 연구 : 수도권 20대 여성의 얼굴형과 헤어패션 감각을 중심으로. 이화여자대학교 대학원 박사학위논문.

엄현신 (2007). 얼굴에 대한 미의식과 성형수술에 대한 인식. 경희대학교 대학원 박사학위논문.

오영진 (2005). 여성의 외모관리행동과 자아존중감에 관한 연구. 남부대학교 산업정보대학원 석사학위논문.

오인영 (2006). 메이크업과 헤어스타일 유형에 따른 TV뉴스 앵커의 인상형성에 관한 연구. 경희대학교 대학원 박사학위논문.

윤소영 (2007). 여대생의 외모관리에 대한 의식 및 태도 연구 : 헤어, 피부, 화장, 미용성형을 중심으로. 한남대학교 사회문화대학원 석사학위논문.

윤연숙 (2006). 관광관련기업에서 여성종사원의 외모가 관계의 질에 미치는 영향. 대구대학교 국제경영대학원 석사학위논문.

이경숙 (2007). 성인 여성의 외모관심도에 따른 추구이미지와 외모관리행동. 서경대학교 미용예술대학원 석사학위논문.

이경희 (1992). 미용성형수술을 원하는 여성의 신체상과 자아존중감에 관한 연구. 이화여자대학교대학원 석사학위논문.

이명희·이미연 (2004). 여성외모의 대인매력 평가연구 『복식학회』, 54(6), 101-114.

이소정 (2008). 20-30대 여성의 미용관심도와 변화수용에 관한 연구. 숙명여자대학교 원격대학원 석사학위논문.

이수경·고애란 (2006). 외모향상추구행동에 관한 질적 연구. 『한국복식학회지』, 30(1), 59-70.

이연미 (2003). 고등학교 여학생의 미의식 및 미적행위 연구. 중앙대학교 의약식품대학원 석사학위논문.

이주희 (2010). 조건부가치측정법을 이용한 옥상공원의 경제적 가치 추정. 『국토연구』, 45(6), 137-148.

이지영 (2000). 여대생의 라이프 스타일에 따른 화장품소비행동의 연구. 전북대학교 대학원 석사학위논문.

이현옥·구양숙 (2009). 사회적 효능감, 외모관심, 외모만족, 외모관리행동에 관한 계층적 연구. 『한국의류산업학회지』, 11(2), 271-277.

이현옥·박경애 (2000). 여성 소비자의 외모만족도. 『대한 가정 학회지』, 38(7), 93-103.

임숙자 (1992). 여대생의 의복행동에 관한 연구. 이화여자대학교 대학원 박사학위논문.

임혜원 (1999). 일부 여대생의 피부건강관리에 대한 지식, 태도 및 행위에 관한 연구. 이화여자대학교 대학원 석사학위논문.

정규진 (2004). 자기표현과 외모관리 행동 및 신체노출 관련연구. 연세대학교대학원 석사학위논문.

정미숙 (2000). 여대생들의 피부관리와 화장습관에 관한 연구. 영남대학교 대학원 석사학위논문.

조경희 (2005). 항공사 승무원의 신체적 매력성이 대인지각과 서비스 수행능력판단에 미치는 영향 : 얼굴매력성과 체형을 중심으로. 경기대학교 대학원 박사학위논문.

조선명 (2000). 외모에 대한 사회문화적 태도와 신체이미지가 의복추구혜택에 미치는 영향. 연세대학교 대학원 석사학위논문.

조슬기 (2006). 외적 이미지를 리드하는 여성들의 외모관리행동 연구. 성신여자대학교 조형대학원 석사학위논문.

최미혜 (2007). 연령별로 본 여성의 미의식 및 미용성형수술에 대한 인지도 연구. 숙명여자대학교 원격대학원 석사학위논문.

최승용 (2003). 서비스인카운터에서 서비스제공자의 신체적 매력요인에 관한 연구 : 호텔 서비스 인카운터를 중심으로. 경기대학교 대학원 석사학위논문.

홍성임 (2007). 소득에 따른 중년층의 외모관리에 관한 연구. 성신여자대학교 아트디자인대학원 석사학위논문.

황윤정 (2007). 외모에 대한 사회문화적 태도, 자아존중감, 신체매력 지각이 외모관리행동에 미치는 영향. 대구가톨릭대학교 대학원 박사학위논문.

황인정 (1993). 원아·학부모·원장이 선호하는 유치원 교사의 체형과 이상적인 외모에 관한 연구. 숙명여자대학교 교육대학원 석사학위논문.

황창규, 김종화 (1997). 광고모델의 미의 유형과 제품의 일치가 광고효과에 미치는 영향. 『광고연구』, 35, 125-139.

<국외 문헌>

Bloch, P. H., & Richins, M. L.(1992). You look marvelous : the pursuit of beauty and the marketing concept. *Psychology and Marketing*, 9, 3-15.

Brown, T. A., Cash, T. F., & Mikula, O. J. (1990). Attitudinal body image assessment : Factor analysis of the body-self relations questionnaire.

Cann, A., Siegfried, W. D., & Pearce, L. (1981). Forced attention to specific applicant qualifications : Impact on physical attractiveness and sex of applicant biases. *Personnel Psychology*, 34(1), 65-75.

Charles, Q. C.(2007). Sense of Beauty Partly Innate, Study Suggests. *LiveScience*.

Chiu, R. K. & Babcock, R. D. (2002). The relative importance of facial attractiveness and gender in Hong Kong selection decisions. *International Journal of Human Resource Management*, 13(1), 141-155.

Chung, P. P. & Leung, K.(1988). Effects of Performance Information and Physical Attractiveness on Managerial Decisions About Promotion. *Journal of social Psychology*, 128(6) : 791-801.

Daniel, S. H. & Jeff, E.(1994). Biddle : Beauty and the labor market. *American Economic review*.

Fisher, S.(1986). Development and structure of the body image Hillsdale. NJ : Lawrence Erlbaum Associates.

Gilmore, D. C., Beehr, T. A., & Love, K. G. (1986). Effects of applicant sex, applicant physical attractiveness, type rater and type of job on interview decisions. *Journal of Occupational Psychology*, 59(2), 103-109.

Goffman(1965). Identity Kits. in M. E. Roach & J. B. Elcher(EDS). Dress Adornmaent's and The social order. New York : John Wiley & Sons.

Harre, R. (1991). Physical Being : A Theory for a Corporeal Psychology, Oxford: Blackwell.

James, P. T. F. (2000). Attractiveness and Outcome of Job Interviews. Management Research News, 23(12) : 11-18.

Kaiser, S. (1990). The Social Psychology of Clothing. Symbolic Appearance in Context. Macmillan Publishing Company, New York, 157-424.

Langman, M. W. (1982). : Psychatric considerations. In Courtiss E. H. Male Aesthetic Surgery St. Louis : Mosby : 1982.

Langmeyer, L., & Shank, M. (1994). Managing Beauty Products and People, Journal of Products and Brand management, 13(3), 27-37.

Lennon, J. S. (1988). Physical attractiveness age, body type. Home Economics Research Journal, 16(3), 195-203.

Lewis, G. M. (1989). Psychological considerations in Lipoplasty : The problematic or special care Patients. Annals of Plastic of Surgery, 23, 430

Lynn, M. & Shurgot, B. A. (1984) Responses to lonely heart advertisements : effect of reported physical attractiveness, psysique and coloration. Personality and Social Psychology Bulletin, 10, 349-357.

Mores & Gergen (1970). Social comparison, self-consistency, and the concept of self. journal of social Psycholigy, 16, 148-156.

Nancy, E. (2004). : THE REAL TRUTH ABOUT BEAUTY : A GLOBAL REPORT. Commissioned by Dove, a Unilever Beauty Brand.

Rudd, N. A. & Lennon, S. J. (2000). Body image and appearance management behaviors in college women. *Clothing and Textiles Research Journal*, 18(3), 152-162.

Sarwer, D. B., Wadden, T. A. & Whitaker, L. A. (2002). : An investigation of Changes in body image following cosmetic surgery.

Stice, E., Shaw, H. E. & Nemeroff, C. (1998). Dual pathway model of bulimia nervosa : Longitudinal support for dietary restraint and affect-regulation mechanism. *Journal of Social and Clinical psychology*, 17, 129-149.

Watkins, L. M. & Johnston, L. (2000). Screening job applicants : The impact of physical attractiveness and application quality. *International Journal of Selection & Assessment*, 8(2), 76-84.

Wells, L. E. & Maxwell, G. (1976). Self esteem : its conceptualization and measurement. *Sage Library of Social Research*, 20, 59.

Wolf. N. (1991). *The Beauty Myth : How Image of Beauty are Used Against Women* . New York : Anchor Books, 31-48.

Workman, J. E. & Johnson, K. P. (1991). The role of cosmetics in impression formation. *Clothing and Textiles Research Journal*, 10(1), 63-67.

World Science Staff (2007). Science gives beauty some of its mystery back for now. *Journal of Experimental Psychology : Human Perception and Performance*.

본 조사의 내용은 통계법 제8조
에 의거 비밀이 보장되며 통계목
적 외에는 사용하지 않습니다.

설 문 지

ID # : _____

안녕하십니까?

본 설문조사는 부경대학교 경영대학원 관광경영학과 석사논문 『항공사 승무원 지원자들의 미의식과 외모관리행동에 대한 지불의사가격 연구』에 사용될 자료를 수집하기 위한 것입니다.

귀하께서 답하신 의견은 오직 학문적인 목적으로만 사용되며,
본 연구에 도움을 주는 귀중한 자료가 됩니다.
한 문항도 빠짐없이 솔직하게 응답하여 주시기를 바랍니다.

바쁘신 와중에 귀한 시간 내주셔서 진심으로 감사드립니다.

2010년 11월

부경대학교 경영대학원 관광경영학과

지도교수 : 양 위주

연구자 : 이 수정

연락처 : 010-4400-3372

PART I. 다음은 「미(美)의식」에 관한 문항입니다. 항공사 승무원으로서 지녀야 할 외모와 관련된 아래의 항목들에 대하여 본인은 어느 정도라고 생각하는지를 표시해 주십시오.

	외모항목	①전혀 그렇지 않다	②다소 그렇지 않다	③보통이다	④조금 그렇다	⑤매우 그렇다
나는	예쁘다	①	②	③	④	⑤
	참하다	①	②	③	④	⑤
	빠어나다	①	②	③	④	⑤
	멋지다	①	②	③	④	⑤
	근사하다	①	②	③	④	⑤
	곱다	①	②	③	④	⑤
	잘생겼다	①	②	③	④	⑤
	아름답다	①	②	③	④	⑤
	세련되다	①	②	③	④	⑤
	우아하다	①	②	③	④	⑤
	매력적이다	①	②	③	④	⑤
	귀엽다	①	②	③	④	⑤
	단아하다	①	②	③	④	⑤
	애교있다	①	②	③	④	⑤
	매혹적이다	①	②	③	④	⑤
	반하게 만든다	①	②	③	④	⑤

PART Ⅱ. 다음은 「외모관리행동」에 대한 귀하의 경험을 묻는 문항입니다.

A. 「피부관리」에 대한 문항입니다. 해당되는 번호에 “O” 표시를 해 주십시오.

1. ‘피부관리를 위해’ 피부과 병원이나 피부관리실을 최근 이용해 본적이 있습니까?

①있다

②없다

2. 만약 피부과 병원이나 피부관리실을 **이용한다면**, 1회시 피부관리 비용으로 얼마를 지불할 의사가 있습니까?

_____ (원)

B. 「헤어관리」에 대한 문항입니다. 해당되는 번호에 “O” 표시를 해 주십시오.

1. '헤어관리를 위해' 헤어샵을 최근 이용해본 적이 있습니까?

①있다

②없다

2. 만약 헤어샵을 이용한다면, 1회시 헤어관리 비용으로 얼마를 지불할 의사가 있습니까?

_____ (원)

C. 「성형관리」에 대한 문항입니다. 귀하가 해당되는 번호에 “O” 표시를 해 주십시오.

1. '미용을 위해' 성형수술을 해본 적이 있습니까?

①있다

②없다

2. 만약 '미용을 위해' 성형수술을 한다면, 1회시 성형수술 비용으로 얼마를 지불할 의사가 있습니까?

_____ (원)

D. 「네일관리」에 대한 문항입니다. 귀하가 해당되는 번호에 “O” 표시를 해 주십시오.

1. '네일관리를 위해' 네일샵을 최근 이용해본 적이 있습니까?

①있다

②없다

2. 만약 네일샵을 이용한다면, 1회시 네일관리 비용으로 얼마를 지불할 의사가 있습니까?

_____ (원)

E. 「체중관리」에 대한 문항입니다. 귀하가 해당되는 번호에 “O” 표시를 해 주십시오.

1. '체중관리를 위해' 최근 비용을 지불해본 적이 있습니까?

①있다

②없다

2. 만약 '체중관리를 위해' 비용을 지불한다면, 1회시 얼마를 지불할 의사가 있습니까?

_____ (원)

PART Ⅲ. 다음은 귀하의 「개인적인 특성」을 알고자 하는 문항입니다.

1. 귀하의 나이는? _____세

2. 귀하의 학년은?

①1학년 ②2학년 ③3학년 ④4학년 ⑤졸업 ⑥휴학 ⑦기타()

3. 귀하의 월평균 소득(용돈)은 얼마입니까?

①30만원 미만 ②30-50만원 미만 ③50-70만원 미만 ④70-90만원 미만 ⑤90만원 이상

4. 귀하의 가계 총 월소득은 얼마입니까?

①200만원 미만 ②200-300만원 미만 ③300-400만원 미만 ④400-500만원 미만 ⑤500만원 이상

