creative commons
COMMONS DEED

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

dCollection

한 지 수 교수지도
석사학위 청구논문

베트남여성의 반영구화장 실태 및 만족도에 관한 연구

2019

성신여자대학교 뷰티융합대학원
뷰티융합학과 메이크업·특수분장 전공
김 레 지 나

베트남여성의 반영구화장 실태 및 만족도에 관한 연구

한 지 수 교수지도

이 논문을 석사학위 논문으로 제출함

2019년 5월

성신여자대학교 뷰티융합대학원
뷰티융합학과 메이크업·특수분장 전공
김 레 지 나

인 준 서

김레지나의 석사학위 논문으로 인준함

2019년 5월

심사위원장 김 주 덕 (인)

심 사 위 원 조 선 영 (인)

심 사 위 원 안 지 수 (인)

성신여자대학교 뷰티융합대학원

논 문 개 요

현재 베트남의 산업 환경은 한국의 1970~1980년대와 비슷하며, 근면한 민족성까지 한국인과 정서적으로도 닮아있다. 베트남은 약 1억 명의 인구 중 70%가 30대 이하인 젊은 국가로, 경제성장 가능성 또한 높게 평가되고 있다. CEIC 데이터에 의하면 2018년 베트남의 1인당 국민소득은 2,587불로 베트남 소비자들의 높은 구매력을 기대하기에는 다소 어려운 상황이지만, 빈부의 격차 속에 경제적으로 풍요로운 계층의 등장과 '한류 열풍'으로 베트남여성은 한국 화장품과 패션에 많은 관심을 가지고 있다.

베트남의 신여성은 기성세대와 달리 고등교육을 받고 사회에 진출하여 경제력을 가지고 있다. SNS를 통한 다양한 활동을 하며 외모에 대한 깊은 관심을 가지고 있으며, 아름다운 모습을 유지하기 위해 화장을 지속적으로 고쳐줘야 하는 번거로움을 벗어날 수 있는 반영구화장에 관한 관심이 커지면서 그 시장이 발전하고 있다.

이에 본 연구에서는 연구대상자인 베트남여성의 선호하는 이미지와 메이크업에 대해 알아보고, 반영구화장에 대한 이용 실태와 시술 과정을 조사하였다. 또한 만족도 요인과 재방문 의사를 파악한 결과를 토대로 베트남여성의 반영구화장 시술 경험 여부에 따른 차이를 분석하였다. 이를 바탕으로 베트남 반영구화장의 특성을 파악하여 베트남 반영구화장 시장의 성장 잠재력을 알아보았다.

본 연구의 조사는 번역한 설문지를 통해 반영구화장 경험이 있는 여성과 반영구화장 경험이 없는 여성을 나누어서 실시하였다. 본 연구는 현재 베트남 하노이와 호찌민 지역의 여성 395명을 대상으로 본 설문조사를 실시하였고, 고급 SPA(미용 토탈숍)의 고객이 일부 포함되었다. 수집된 자료는

SPSS WIN 25.0 프로그램을 이용하여 분석하였으며 연구의 결과를 요약하면 다음과 같다.

첫째, 연구대상자는 한국뷰티 이미지에 대한 높은 호감도를 가지고 있으며 맑고 청순한 이미지를 가장 선호하였다. 선호하는 메이크업을 알아본 결과 다크브라운 컬러의 일자형 눈썹과 레드오렌지 컬러의 도톰한 입술을 선호하는 것으로 조사되었다.

둘째, 이용실태를 알아본 결과 반영구화장을 시술한 경험이 있는 여성이 65.3%를 차지하였고, 시술부위는 눈썹(81.4%)과 입술(80.6%)의 순으로 나타났으며 시술 경험자의 권유가 시술 선택에 가장 큰 영향을 미쳤다.
반영구화장을 시술받은 이유는 예뻐 보이기 위해서 또는 민얼굴에 자신감을 가지기 위해서인 것으로 파악되었다. 반영구화장 시술을 받지 않은 이유로는 자연스러운 상태가 좋아서 또는 시술이 잘못될까 두려워서 시술받지 않는다는 응답이 높게 나타났다. 시술 선택 시 감염 등의 부작용과 심한 통증에 대해 가장 많이 염려하는 것으로 조사되었다.

셋째, 반영구 시술기법은 눈썹과 입술 모두 그러데이션 기법으로 시술받은 연구대상자가 가장 많았고, 눈썹 반영구화장 시술의 디자인은 일자형 눈썹모양에 다크브라운 컬러를 시술받았고, 51~100불의 시술비용을 지불한 연구대상자가 가장 많은 것으로 나타났다.
입술 반영구화장 시술의 디자인은 입술 라인 그대로 레드오렌지 컬러를 시술받았고, 101~200불의 시술비용을 지불한 연구대상자가 가장 많은 것으로 나타났다. 또한 시술 후 관리사항으로는 '재생크림이나 연고 도포'에 대한 설명이 눈썹을 시술받은 후에는 89.0%로, 입술을 시술받은 후에는 83.2%

의 연구대상자에게 전달되었고 ‘물 닿는 시기’와 ‘비누 세안 가능 시기’의 순으로 전달되었다.

넷째, 만족도 요인을 알아본 결과 반영구화장의 시술 후 만족도 수준은 높은 편으로 나타났으며 시술 과정 중 시술자와의 의사소통에 의한 만족도를 가장 높이 평가하였고 시술 장소의 분위기에 대한 만족도를 가장 낮게 평가함을 알 수 있었다.

해외 거주 경험이 있는 연구대상자에게는 ‘시술 과정 중 시술자와 의사소통’과 ‘시술 전 충분한 나의 의견 전달’과 같은 커뮤니케이션에 대한 만족도가 가장 큰 영향을 미치는 것으로 나타났다. 그리고 해외 거주 경험이 없는 연구대상자에게는 ‘시술 과정 중 시술자와 의사소통’과 ‘시술자의 전문성’, 그리고 ‘시술 장소의 분위기’의 영향이 큰 것으로 나타났다.

시술 후 만족도와 추천 의사는 모두 높은 편으로 조사되었지만 재방문 의사는 34.9%로 낮게 나타났고, 재방문 의사가 없는 이유는 디자인이 마음에 들지 않거나 시술자의 전문성이 떨어진다고 파악되었다.

다섯째, 시술경험 여부에 따른 차이를 분석한 결과 반영구화장을 시술 받은 경험이 있는 연구대상자는 반영구화장 시술 선택 시 디자인과 시술자의 전문성, 그리고 서비스에 대한 부분을 우선 고려하였고, 시술 받은 경험이 없는 연구대상자는 디자인과 청결한 시술 환경, 그리고 시술 시 통증이 적은 곳을 우선 고려함을 알 수 있었다. 그리고 연구대상자는 눈썹에서의 고민으로 눈썹을 그릴 줄 모르는 것과 전체적으로 눈썹 숱이 없는 것을 고민하였으며, 입술에서는 어두운 입술색이 가장 큰 고민임을 알 수 있었다.

본 연구는 베트남 반영구화장 시장의 특성을 조사하고, 한국 반영구화장 시장과의 차별성을 비교하여 학문적 발전과 산업 발전에 이바지하고자 설문조사를 통하여 연구·분석하였다.

그 결과 반영구화장에 대한 전반적인 만족도와 추천 의사는 높게 나타났지만, 연구대상자의 재방문율은 34.9%로 낮은 응답률을 보였다. 이는 시술받은 디자인이 마음에 들지 않았기 때문인 것으로 파악되며 예뻐 보이기 위해 반영구화장 시술을 받았지만, 디자인 때문에 만족하지 못하였고, 시술자의 전문성이 떨어진다고 인식하여 재방문이 아닌 다른 곳에서 시술받는 것을 선택한 것으로 분석하였다.

이를 해결하기 위하여 반영구화장의 디자인 교육뿐 아니라 위생교육과 서비스, 시술자의 전문성을 높이는 전문 교육기관의 양성이 필요하며, 본 연구를 통해 베트남 시장에 진출하고자 하는 한국의 뷰티 종사자들에게 도움을 줄 수 있기를 기대한다.

목 차

논문개요

I. 서 론 ····· 1

1. 연구의 필요성 및 목적 ····· 1

2. 연구 문제 ····· 3

II. 이론적 배경 ····· 4

1. 베트남 뷰티 시장 ····· 4

2. 베트남 반영구화장 ····· 9

3. 고객만족 ····· 23

III. 연구 방법 및 절차 ····· 26

1. 연구 대상 및 절차 ····· 26

2. 설문지 구성 ····· 26

3. 자료분석 및 측정도구 ····· 28

IV. 연구결과 및 해석 ····· 29

1. 연구대상자의 일반적 특성 ····· 29

2. 선호 이미지 ····· 31

3. 선호 메이크업 ····· 35

4. 반영구화장 이용 실태 ····· 41

5. 반영구화장 시술 과정 ····· 51
6. 반영구화장 시술에 대한 만족도 ····· 63
7. 반영구화장 만족도 요인 ····· 65
8. 반영구화장 재방문 의도 ····· 69
9. 반영구화장 시술 경험 여부에 따른 차이 ····· 72

V. 결 론 ····· 76
1. 요약 및 결론 ····· 76
2. 연구의 한계점 및 제언 ····· 80

참고문헌 ····· 81
ASTRACT ····· 89
부 록

표 목 차

<표 1> 설문지 문항 구성 ····· 27
<표 2> 측정도구의 신뢰도 ····· 28
<표 3> 연구대상자의 일반적 특성 ····· 29
<표 4> 선호하는 이미지 ····· 31
<표 5> 자신의 이미지에 따른 선호 이미지 ····· 33
<표 6> 한국뷰티 이미지 호감도 ····· 34
<표 7> 선호하는 눈썹 디자인 ····· 35
<표 8> 선호하는 눈썹 컬러 ····· 36
<표 9> 선호하는 입술 디자인 ····· 37
<표 10> 선호하는 입술 컬러 ····· 39
<표 11> 반영구화장 시술 경험 여부 ····· 41
<표 12> 반영구화장 시술을 받은 이유에 대한 인식 ····· 43
<표 13> 반영구화장 시술을 받지 않은 이유 ····· 44
<표 14> 반영구화장 무경험자의 반영구화장 선호 부위 ····· 45
<표 15> 현재까지 반영구화장 시술을 받은 부위 ····· 46
<표 16> 반영구화장 시술 횟수 ····· 47
<표 17> 반영구화장을 시술받은 장소 ····· 48
<표 18> 반영구화장 시술 선택 시 영향을 미친 요인 ····· 49
<표 19> 반영구화장 시술 선택 시 염려되는 요인 ····· 50
<표 20> 눈썹을 시술받은 방법 ····· 51
<표 21> 눈썹을 시술받은 디자인 ····· 52

<표 22> 눈썹을 시술받은 컬러 ····· 53
<표 23> 눈썹을 시술받은 비용 ····· 54
<표 24> 입술을 시술받은 기법 ····· 54
<표 25> 입술을 시술받은 디자인 ····· 55
<표 26> 입술을 시술받은 컬러 ····· 56
<표 27> 입술을 시술받은 비용 ····· 59
<표 28> 눈썹과 입술 시술 후 전달받은 관리사항 ····· 60
<표 29> 반영구화장 시술 시 통증 정도 ····· 62
<표 30> 반영구화장 시술 후 만족도 수준 ····· 63
<표 31> 반영구화장 시술 후 만족도와 추천 의사 ····· 64
<표 32> 만족도 요인 ····· 65
<표 33> 해외 거주 경험이 있는 연구대상자의 만족도 요인 ····· 67
<표 34> 해외 거주 경험이 없는 연구대상자의 만족도 요인 ····· 68
<표 35> 추후 반영구화장 시술 및 재방문 의사 ····· 69
<표 36> 재방문 의사가 없는 이유 ····· 71
<표 37> 눈썹에 대한 현재 고민 ····· 72
<표 38> 입술의 현재 고민 ····· 73
<표 39> 반영구화장 시술 선택 시 우선 고려사항 ····· 74

그 림 목 차

<그림 1> 베트남 인기 뷰티 블로거 ····· 6
<그림 2> 아날로그 머신 / 디지털 머신 ····· 11
<그림 3> 피부의 모식도 ····· 12
<그림 4> 그러데이션 기법 눈썹 ····· 14
<그림 5> 페더링 기법 눈썹 ····· 15
<그림 6> 여러 종류의 엠보 니들 ····· 16
<그림 7> 뜯기용 엠보 니들과 엠보 펜대 ····· 17
<그림 8> 긋기용 엠보 니들과 엠보 펜대 ····· 17
<그림 9> 뜯기 엠보 기법 눈썹 ····· 17
<그림 10> 긋기 엠보 기법 눈썹 ····· 19
<그림 11> 수지 니들 ····· 19
<그림 12> 수지 펜대 ····· 19
<그림 13> 수지 기법 눈썹 ····· 20
<그림 14> 눈썹 디자인 ····· 21
<그림 15> 입술 시술 컬러 ····· 22
<그림 16> 머신 전용 색소 ····· 22
<그림 17> 어두운 입술 전용 색소 ····· 57
<그림 18> 반영구화장 시술 후 재생크림 ····· 61

I. 서 론

1. 연구의 필요성 및 목적

최근 한국과 베트남의 교역은 활발함 그 이상이다. 베트남 축구 대표팀 감독 박항서는 2018년 베트남 국영방송이 뽑은 올해 최고의 인물로 선정되었고 한류열풍으로 한국드라마가 인기를 끌자 한국어능력시험의 인기도 같이 높아지면서 제1 외국어로의 승격을 논하고 있다. 한국의 대표 영화관 CGV가 베트남 멀티플렉스 영화관에서 압도적인 1위를 하고 있으며 한국의 대표 기업 삼성전자는 베트남 100대 기업 중 2위를 차지하고 있는 등, 한국과 베트남의 관계는 활발한 교역 이상의 경제·문화·정치 등 국가 전반적인 차원에서 포괄적이고 전략적인 협력동반자의 관계로 발전해가고 있다(“총알송금, 알짜 금리...” 2019년 6월 1일)(“베트남 축구영웅 박항서 감독...” 2019년 5월 2일).

베트남은 인구 1억 명의 큰 소비잠재력을 가지고 있는 시장이며, 가파른 경제성장으로 인해 국민소득과 생활수준이 높아지면서 베트남은 과거 생산기지에서 현재 판매기지로 변화하고 있다. 현지 화장품 협회(VEACA)에 따르면 베트남 뷰티 시장은 연간 86조 동(약 4조 4,000억 원)의 가치가 있다고 조사되었다(“탄력받은 베트남 뷰티산업...” 2019년 5월 25일). 최근 인기를 끌고있는 한국 드라마를 통해 한국의 뷰티 제품과 화장품이 자연스럽게 소개되어 베트남 소비자에게 긍정적인 평가를 받고 있기 때문에 화장품과 뷰티산업은 지금이 베트남 시장에 진출하는 적기라고 판단된다.

베트남의 모바일 보급률이 80%에 달하면서 SNS를 통한 베트남 여성의 사회진출 또한 늘어 외모관리에 대한 관심이 높아졌다. 특히 한번 시술하면 일정기간 동안 유지되어 화장을 매일 해야 하는 번거로움에서 벗어날 수 있는 반영구화장에 대한 관심이 커지면서 반영구화장의 시장은 아름다움을 유지할 수 있는 또 하나의 미용 영역으로 발전하고 있다(Hill, Pamela, Judith Culp 2007).

그러므로 베트남 반영구화장 시장의 실태를 분석하는 것이 유용한 결과를 도출할 것으로 판단하여 본 조사를 실시하였다.

반영구화장에 대한 선행연구를 살펴보면 대부분이 국내 연구에만 치우쳐 있다. 최근 연구에서는 “중국 광동지역 여성의 입술 컨투어 메이크업 서비스를 연구”한 김현숙(2016), “중국여성의 한국 퍼머넌트 메이크업에 대한 디자인 선호와 만족도 실태”를 조사한 홍지민(2016)의 연구 등, 중국여성에 대한 연구결과도 조금씩 발표되고 있으나 현재까지 베트남여성을 대상으로 한 연구결과는 전무한 실정이다.

본 연구에서는 베트남여성에 대한 이해의 부족으로 어려움을 겪고 있는 한국의 뷰티업계에 베트남 반영구화장 시장의 특성을 깊이 분석하여 국내 반영구화장 시장과 베트남 반영구화장 시장의 차별성을 찾아 더 나은 진출을 할 수 있도록 하고, 학문적 발전과 산업 발전에 이바지하고자 하였다.

베트남여성의 이미지 선호도 및 메이크업 선호도에 대해 알아보고 반영구화장에 대한 이용 실태와 시술 과정을 조사한다. 또한 만족도 요인과 재방문 의사를 파악해본 후 이를 토대로 베트남여성의 반영구화장 시술 경험 여부에 따른 차이를 분석해 보기로 한다. 이 연구를 활용하여 베트남 반영구화장 시장의 진출에 있어서 뷰티업계 종사자에게 긍정적인 효과를 줄 수 있으면 하는 바람이다.

2. 연구 문제

본 연구는 연구대상자를 대상으로 반영구화장 이용 실태를 조사하고 만족도 요인을 분석하여 향후 베트남 뷰티 시장에 진출하고자 하는 뷰티 종사자에게 베트남 반영구화장 시장의 특성을 알리고자 한다.

베트남여성을 대상으로 한 본 연구의 연구 문제는 다음과 같다.

첫째, 연구대상자의 선호하는 이미지와 메이크업에 대하여 알아본다.

둘째, 연구대상자의 일반적 특성에 따른 반영구화장 이용 실태를 조사한다.

셋째, 연구대상자의 반영구화장의 시술 과정에 대하여 알아본다.

넷째, 연구대상자의 반영구화장 시술에 대한 만족도요인과 재방문 의사를 파악한다.

다섯째, 연구대상자의 반영구화장 시술경험 여부에 따른 차이를 분석한다.

II. 이론적 배경

1. 베트남 뷰티 시장

1) 베트남 경제 현황

2018년 1~9월을 기준으로 베트남 경제성장률은 6.88%를 기록하였고 수출액과 수입액 또한 각각 1,789억 달러(전년 동기 대비 15.4% 증가), 1,735억 달러(11.8% 증가)로 확대 추세이다. 서비스 판매액 또한 약 1,380억 달러로 전년 동기 대비 11.3%가 증가해 소비 시장도 꾸준히 확대 중이다(KORTA 2019). 베트남 통계청이 공시한 현지 인구는 9,549만 명(2019년 추정치)에 육박하며, 베트남의 1인당 GDP는 약 2,725 달러(2019년 추정치)이다(IMF 통계 2019).

베트남의 수도는 하노이지만 최대 도시는 남부의 호찌민시로 경제의 중심지이기도 하다. 경제적으로는 1인당 GDP/PPP가 세계 130위이면서 전체 GDP/PPP는 46위로 경제적 가능성이 높으면서도 노동 비용은 상대적으로 낮은 나라라고 할 수 있다(베트남 통계청 2019).

베트남 축구대표팀 감독 박항서는 연이어 좋은 성과를 내어 베트남 총리로부터 우호 훈장을 수여받고 2018년 베트남 국영방송이 뽑은 올해 최고의 인물로 선정되기도 하였다(“베트남 축구영웅 박항서 감독...” 2019년 5월 2일). 이로 인해 베트남인들의 한국에 대한 이미지와 호감도가 또한 다시 상승하는 계기가 되었다. 더불어 2018년 3월 강경화 외교부 장관은 베트남과의 관계를 ‘포괄적이고 전략적인 동반자 관계’로 제안하며 ‘전략적 협력 동반자’로 관계를 심화시켰다(“강경화 외교부 장관....” 2019년 5월 25일).

2) 베트남 뷰티 시장의 변화

베트남의 뷰티 시장은 경제의 가파른 성장과 젊은 인구의 증가로 급성장하고 있다. 현지 화장품 협회(VEACA)에 따르면 베트남의 뷰티시장은 연간 86조 동(약 4조 4000억 원)의 가치를 가지고 있으며, 화장품에 한 달 평균 20달러를 지출한다고 밝혔다. 호찌민시 경제경영연구소장은 “화장품에 많은 돈을 지출하는 중산층 인구가 2020년까지 3300만 명으로 늘어날 것"으로 예상했고 이러한 상황들은 베트남 뷰티시장의 성장가능성을 증명한다(“탄력받은 베트남 뷰티산업...” 2019년 5월 25일).

한국의 화장품 브랜드가 베트남 화장품 내수 시장에도 큰 영향을 끼치고 있다. 소비 가능한 수준의 중고가 가격대, 품질의 신뢰감, 아시아인 피부에 맞춤 개발 등을 이유로 베트남 뷰티업계에서 한국산 화장품 제품에 대한 평은 전반적으로 긍정적이다(Vu Thi Thao 2014,60). 스킨케어 화장품은 베트남으로 수입될 시 HS 코드 3304.99로 분류되는데 이 코드의 통계에서 현재(2019.03.18) 베트남의 최대 화장품 수입국은 한국으로 한국화장품의 수요가 실제로 많다는 것을 보여준다(국제무역센터 베트남 2019).

베트남의 모바일 보급율이 80%로 높아짐에 따라 스마트폰을 이용하여 뷰티 관련 정보를 얻는 베트남여성이 점점 늘어나고 있다. 현재 베트남에서 활발하게 사용되고 있는 성형 커뮤니티 플랫폼 Womi(https://womi.asia/, 베트남의 성형 커뮤니티 플랫폼)는 한국을 비롯한 해외의 성형에 대한 다양한 정보를 제공할 뿐 아니라 화장품과 뷰티 제품 판매 서비스를 하고 있어 사용자들 간의 사회적 네트워크 역할을 한다(김지원, 박예원, 홍철화 2019,1396).

Similar Web의 발표에 의하면 베트남여성은 Google, Facebook, Youtube 순으로 접속을 많이 한 것으로 나타났으며, 이것은 Facebook과 Youtube의

인플루언서가 베트남 소비자에게 유효한 마케팅 수단이 될 수 있음을 나타낸다(“베트남 자외선 차단제...” 2019년 3월 20일). 또한 이러한 SNS를 이끌어나가는 중심엔 <그림 1>의 뷰티 블로거가 있고, 그 뷰티 블로거를 통해 소비를 하는 베트남 신여성 푸느딴또이[1]가 등장하였다.

<그림 1> 베트남 인기 뷰티 블로거
https://influence-asia.com/vn-nominees-2017
검색일: 2019.04.28

베트남은 한류 열풍이 높은 국가 중 하나로, 현지에서 K-pop이나 드라마 방송 프로그램 등 한류 콘텐츠의 접근성이 상대적으로 높아 드라마를 통해

1) PHỤ NỮ TÂN THỜI(푸느딴또이) : 경제적으로 풍요로운 환경 속에서 고등교육을 받은 여성으로 대도시에 거주하며, SNS를 통해 소비를 하고, 유행에 민감한, 경제적으로 독립한 베트남의 신여성을 지칭하는 신조어(“베트남 ‘신(新)여성’을...” 2019년 3월 18일).

여주인공들이 하얗고 깨끗한 피부에 아름다운 모습으로 등장하자 '한국인들은 화장품을 뭘 쓸까?' 궁금해하기 시작했고, 이것이 한국 화장품의 인기로 연결되는 등 뷰티 제품과 화장품이 자연스럽게 소개되어 동남아를 비롯한 베트남 소비자에게 긍정적으로 평가된다("뷰티 학계 선구자 김주덕 교수..." 2019년 3월 25일).

Euny Hong(2014)이 "The birth of Korean Cool"에서 쓴 것처럼 한국은 하나도 멋지지 않은 나라에서 세계 패션 분야의 선진국이 되었다. 언제부터인가 한국인의 얼굴, 한국인의 피부 결, 한국인의 패션 등, 이런 것들이 베트남 여성의 아름다움의 기준이 되어가고 있으며 한국 여성의 패션과 헤어스타일, 화장법 그리고 미모까지 닮고 싶어 한다(Nguyen Hue Tho 2018,36-37).

대부분의 베트남여성은 무덥고 습한 날씨에 오토바이를 주 운송수단으로 사용하기 때문에 검은 피부색에 트러블이 많다. 피부화장을 하기보다는 간단히 립스틱의 색조 화장만을 하므로 스킨케어에 대한 인식이 부족한 상태이다. 햇볕에 그을리지 않은 밝고 하얀 피부가 베트남의 전통적인 미인이라고 여기는 베트남여성은 '한국식 스킨케어가 미백효과가 높고 피부 트러블을 잡아준다'고 인식하여 한국식 스킨케어 서비스를 정기적으로 이용하는 소비자가 늘고 있고 관련 기구 시장도 커지고 있다("베트남 자외선 차단제..." 2019년 3월 20일).

3) 베트남 신여성 ‘푸느딴또이’

요즈음 베트남에서는 ‘푸느딴또이(PHỤ NỮ TÂN THỜI)’라는 신여성을 칭하는 용어가 매스컴을 통해 자주 등장한다. ‘푸느딴또이’란 20대 도시 여성으로 경제 풍요 시대 소비문화의 주역이라 일컬어지며 중국에서는 성뉘(剩女: 골드미스), 한국에서는 골드미스의 개념과 가깝다(“베트남 ‘신(新)여성’을...” 2019년 3월 18일). 베트남 미혼 여성의 변화는 여성이 사회경제적으로 지위가 높아졌으며 헌신적인 희생을 강요당하는 것이 아니라는 개인주의적 가치관이 새로이 유입되었기 때문이다. 먼저 여성의 교육 기회의 확대로 직업을 가진 여성이 늘어나게 되었고 경제력 또한 미혼의 생활이 유지될 정도로 확보할 수 있게 되었다(박충선 2002,163-171).

푸느딴또이라고 불리는 베트남의 신여성은 경제적으로 풍요로운 환경 속에서 고등교육을 받은 자들로 베트남 총 여성 인구의 10% 정도에 해당하지만 압도적인 구매력을 가지고 있으며 SNS를 통해서 여성의 전체 소비성향을 이끌고 있다. 현재의 베트남 뷰티시장에서는 푸느딴또이의 마음을 잡느냐 못 잡느냐에 따라서 기업의 성패가 달려있다고 해도 과언이 아니다(“베트남 ‘신(新)여성’을...” 2019년 3월 18일).

2. 베트남 반영구화장

1) 반영구화장의 개념 및 발전과정

반영구화장의 정의는 '오래가는 화장', '단점을 보완하여 주고 장점을 부각시켜 아름다움을 반영구적으로 지속해 주는 화장'이라는 의미이며 화장을 하지 않아도 결점을 커버하며 자연스러움과 편리함을 추구하는 혁신적인 기술이다(Vance et al 2014,126-127). 반영구화장은 나라별로 Semi-permanent make-up, Long time make-up. Simulate make-up, Contour make-up 등의 여러 가지 이름으로 칭해지고 있다(Glassy et al 2012). 우리나라에서는 영구화장, 반영구화장, 미세색소 침착술, 메디컬 메이크업 또는 외래어를 그대로 차용한 퍼머넌트 메이크업, 세미 퍼머넌트 메이크업 등으로 다양하게 칭해지고 있다(조소영 2013,16).

반영구화장은 전신에 새기는 문신에서 발전한 것으로 문신과는 다르게 주로 얼굴 부위 중 눈썹과 아이라인, 입술, 헤어라인을 선명하고 아름답게 표현하기 위해 심미적인 목적으로 행하여지는 것이 차이점이라 볼 수 있다(이지영 2005,11).

반영구화장은 메이크업을 오랜 기간 유지할 수 있도록 함으로써 개인의 시간을 절약시켜주고 또한 화장을 통하여 부족한 부분을 보완하고 향상해줌으로 자기 이미지를 돋보이게 해주고 있다(다니얼 맥닐 2003,475). 반영구화장을 시술함으로써 기초화장만으로도 공들여 화장한 듯한 모습을 유지할 수 있어 화장 시간을 줄여주어 경제적이다(함은주 2004,6-7). 또한 본연의 아름다움을 강조할 수 있으며 본인의 외모에 대한 긍정적인 마음을 갖게 되어 우울증이나 열등감 등의 같은 부정적인 마음으로부터 자신감을 높여서 즐거운 기분의 변화가 이루어질 수 있다(Graham, Jean Ann, Kligman 1985).

반영구화장은 시술을 받은 상태를 몇 년간 유지하면서 시술받은 부위에 필요한 곳을 수정하여 화장을 지속시키는 새로운 개념의 메이크업 개념이 정립되었다. 현재의 반영구화장은 화장의 또한 다른 방법으로 인식되고 있으며 세계의 전문가들이 활발한 활동을 하면서 외모 관리의 한 분야로써 자리매김하고 있다. 또한, 반영구적인 색소를 피부에 주입하여 매일같이 하게 되는 화장의 대안으로써 반영구화장을 선택한다(Hill, Pamela, Judith Culp 2007).

메디컬 부분에서도 치료의 목적으로 반영구화장이 적용된다. 유륜 재건술과 구순구개열 수술에도 활용되며, 흉터 커버나 백반증, 기름샘 치료 등 간단하고도 효과적인 시술로 발전하고 등에도 사용되고 있다(이진명 2005,107-109)(한승경 2014,164). 최근에는 두피에 모낭을 그려 넣는 형식의 SMT(Scalp Medical Tattooing) 기술이 발전되어 탈모 시술에 도움을 주고 있다(Jae Hyun Park, SeungHyun You, NaRae Kim 2019,103-107).

반영구화장의 시술 기법과 디지털 머신, 색소는 다양하게 발전하고 있다. 초창기에는 진한 화장을 한듯 한 화장 눈썹 기법의 반영구화장을 사용했지만 현재에는 눈썹의 털 느낌을 살리는 엠보 눈썹 기법을 많이 사용한다. 사용 도구나 테크닉에 따라서 입체감을 살리는 표현으로 3D 눈썹, 4D 눈썹, 5D 눈썹, 페더링 눈썹 등의 다양한 기법으로 발전해 반영구화장은 많은 고객이 시술하는 미용의 한 분야가 되었다(어경현 2018,10).

높은 경제적 수준과 사회적 활동을 영위하는 사람의 반영구화장에 대한 인지도가 높고 또한 개인에게 긍정적인 영향을 미치고 있는 만큼 반영구화장은 앞으로의 더 많은 발전을 할 것으로 기대한다(김도연 2012,66-70).

4) 베트남의 반영구화장 시술 시 사용되는 기구와 기법

① 반영구화장 기구 (아날로그 머신, 디지털 머신)

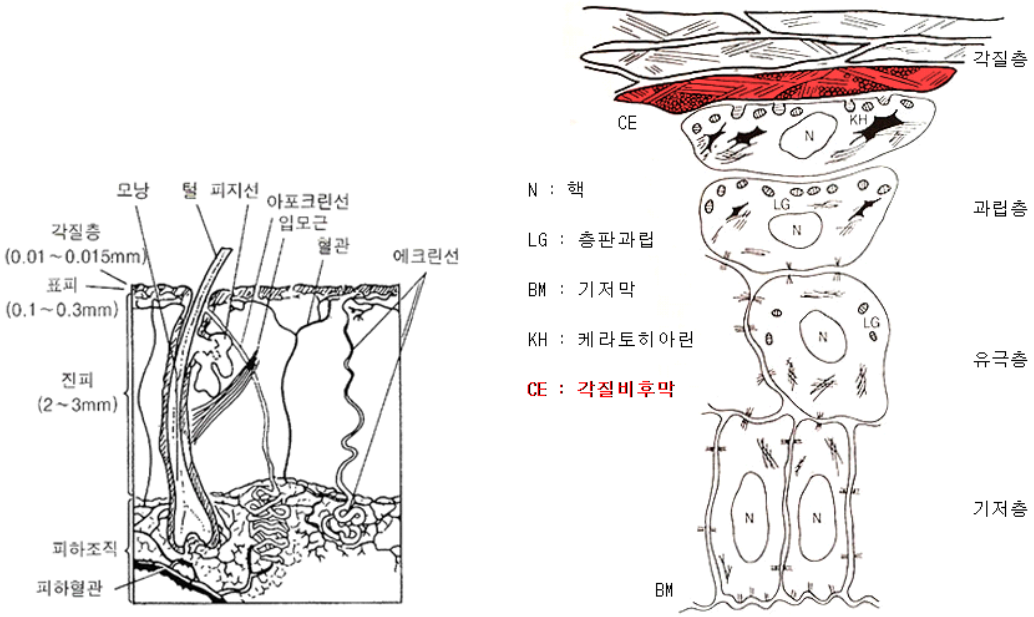
반영구화장 기구는 문신 기구에서 최초로 고안되어 만들어졌다. 반영구화장 색소가 담긴 작은 플라스틱 색소 용기에 바늘을 직접 찍어서 사용한다. <그림 2>의 머신 전원을 켜면 일정 간격으로 상하 반복운동을 하며 피부에 구멍을 내면서 색소를 주입하는 형식이며, 점으로 선을 만들거나 면을 채우는 방식으로 아이라인과 눈썹, 입술 등의 시술 시 기구를 사용하고 있다(이창열, 김봉환, 박용택 2018,516-521).

<그림 2> 아날로그 머신 / 디지털 머신
http://www.giniclinic.co.kr/contents/?st=sub15&smenu=01
검색일: 2019.03.20

반영구화장 시술 시에는 피부 표면으로부터 0.5mm에서 1.5mm 사이의 깊이에 색소가 정확히 주입되어야 한다. 0.5mm 이하의 너무 얕은 깊이에 시술된 색소는 각질과 함께 1주일에서 2주일 사이에 탈락하고, 2mm 이상의 너무 깊게 시술된 색소는 대식세포의 작용으로 흡수 배출되어 색소가 사라진다(이승용 2007,11-12).

이것은 진피 아래의 피하지방 조직을 외부의 힘으로부터의 직접 내부에 미치지 않도록 쿠션 역할을 하는 각질비후막이 물리적, 화학적인 자극으로

부터 생체를 지키기 위한 작용이다. <그림 3>의 CE: 각질비후막이 최외층의 각질층에 있고 강한 저항성을 가지기 때문에 그 아래로 색소가 들어왔을 때 색소를 흡수 배출되게 한다(김주덕 외 2004,15). 시술 후 1주일부터 색소가 점점 흐려져서 표피의 턴 오버 주기인 정상 피부는 4주까지, 노화 피부는 6주까지 기간을 두어 안정적으로 착색이 남은 이후에는 2~3년 후까지 그 색소가 유지된다. 이 과정에서 시술 깊이의 조절이 잘못되어 너무 깊게 시술하거나 각도조절에 실패하면 시술한 선이 푸른빛으로 퍼져 보이는 틴들 현상[2]이 나타난다(Alvaro C., Traquina 2001,123-128).



<그림 3> 피부의 모식도
출처: 김주덕 외. 2004. *신화장품학*. 파주: 동화기술. 27.

2) 틴들현상(Tyndall phenomenon) : 영국의 물리학자 틴들에 의해 밝혀진 것으로 빛이 매질 속의 입자나 매질 자체에 의해 빛의 일부가 산란되어 빛이 지나가는 통로가 보이는 현상으로 파장이 짧은 파란색 계열의 빛이 파장이 긴 붉은색 계열의 빛보다 훨씬 강하게 산란하는 현상으로 맑은 하늘이 푸르게 보이는 것, 손전등이나 헤드라이트의 불빛이 나가는 방향이 길게 보이는 현상이 있다(네이버 검색 결과를 재구성).

아날로그 머신은 니들과 캡이 분리되어 있어서 이를 결합해 사용해야 하는 불편함이 있으며 피부에 색소의 주입 시 일정하게 라인이 나오지 않고 퍼져서 나오거나 속도와 깊이가 일정하지 않고 또한 피부의 저항을 이기지 못하여 뜯기는 현상이 일어나므로 반영구화장을 처음 배우는 이들이 기구를 능숙하게 사용하는 법을 익히기까지 어려울 수 있다는 단점이 있지만, 과거에 시술자들이 처음으로 접한 기구이기 때문에 숙련자들에게 선호가 높은 익숙한 기구이기도 하다(박주영 2018,33). 기구 본체의 가격이 저렴하고 바늘이 저렴할 뿐 아니라 휴대가 간편하기 때문에 베트남의 많은 반영구화장 시술자들이 아날로그 머신을 애용하고 있다.

디지털 머신은 니들과 니들캡이 일체형으로 되어 있어서 바늘을 기구에 결합할 때 손을 다칠 수 있는 위험이 있는 것에 비해 위생적이고 안전하다.
사용 시 흔들림이 적고 속도 조절과 출력이 안정적이며 소음이 적어 소리에 의한 공포감을 덜 느끼게 되어 편안한 시술을 할 수 있게 도와준다.
또한 출력이 강하면서도 속도가 일정하여 피부의 저항을 받지 않아 타공점의 분포가 고르게 표현되므로 색소의 주입이 잘되어 정교하고 깔끔한 시술이 가능하다(이지영 2005,3).
디지털 머신은 그 종류가 다양하며 기계 가격이 높아서 초기 부담금이 크며, 바늘의 가격이 아날로그 머신에 비해 비싸서 유지비용 또한 잘 생각하여 선택할 필요가 있다. 시술자가 디지털 머신을 사용 시 출력과 깊이, 바늘의 종류에 따른 테크닉을 충분히 익혀 사용하면 눈썹과 입술 등 다양한 부위에 효과적으로 사용할 수 있다. 같은 기구와 색소를 사용하더라도 시술 테크닉이 부족하고, 고객의 선호 디자인을 고려하지 않는다면 비싼 가격의 최신식 기구를 사용한다고 하더라도 고객의 만족을 끌어내기는 힘들다. 결론적으로 디지털 머신이 아날로그 머신에 비해 사용성은 편리하지만 미용

기구는 시술자의 숙련도에 따른 차이가 더 크므로 시술자의 경험과 테크닉이 절대적이라고 볼 수 있다(어경현 2018,13-14).

그러데이션 기법은 머신을 이용하여 눈썹에 파스텔 느낌으로 화장을 한 것처럼 음영을 점진적으로 표현해 주는 기법이다. 머신의 상하운동을 이용하여 바늘이 피부를 반복적으로 지나가면서 점의 형태로 색소를 채워나가면을 만드는 테크닉으로 눈썹의 앞머리는 연하고 눈썹의 꼬리 부분으로 갈수록 점점 진하게 착색시키는 방법이다.

<그림 4>는 본 연구자가 직접 디지털 머신으로 그러데이션 기법 눈썹을 그린 것이다.

<그림 4> 그러데이션 기법 눈썹

점진적으로 밝은색에서 어두운색으로 표현되는 미술 용어를 인용하여 그러데이션 기법, 또는 자연스러운 파스텔의 느낌이 난다고 하여 파스텔 기법이라고 불린다(이가롱,이정민 2012,117).

페더링 기법은 머신을 이용하여 엠보선을 구현하는 것으로 디지털 엠보로도 불리며 인기를 끌고 있다. 깃털처럼 가벼운 터치로 바늘이 스치듯 색소를 착색시키는 것으로 부드럽고 섬세하게 표현되어 페더링 기법이라고 한다(박주영 2018,47).

<그림 5>는 본 연구자가 직접 디지털 머신으로 페더링 기법의 눈썹을 그린 것이다.

<그림 5> 페더링 기법 눈썹

시술 시 피가 나지 않고 변색의 위험이 없이 한 올 한 올 털을 심은 듯한 표현이 가능하여 자연스럽지만 유지 기간이 짧은 것이 가장 큰 단점이다.

또한 시술자의 테크닉에 따라서 시술 깊이가 너무 깊어지면 굵고 인위적인 선으로 표현되기 때문에 시술 결과의 차이가 커서 초보자가 익히기에는 어려운 기술이다. 아날로그 머신으로는 페더링 기법을 시술하기 힘들어서 안정적인 선을 구현할 수 있는 디지털 머신의 구비가 필수이기 때문에 아날로그 머신을 주로 사용하는 베트남에서는 활성화되지 않은 기법이다.

② 엠보 EMBO

엠보 기법은 대나무의 단면을 얇게 깎아서 조각칼의 형태로 만들어 피부에 색소를 찔러 넣는 방법으로 선을 만드는 중국의 문신 방법으로부터 유래

되었다. 현재는 의료용 니들을 가지런하게 배열한 엠보 니들을 만들어 사용하고 있고 그렇게 배열된 니들 사이사이에 색소가 머무르면서 피부에 주입되어 선이 만들어진다(서은경 2018,10-14).

엠보 니들은 <그림 6>에서와 같이 사선형과 라운드형으로 나뉘며 바늘의 개수와 굵기의 순으로 숫자를 붙여 사용된다. (예: R1925 = 굵기가 20인 19개의 바늘을 라운드형으로 배열한 엠보 니들)

<그림 6> 여러 종류의 엠보 니들
출처: (주)소프트터치 제공 샘플을 재구성

반영구화장 시술을 받은 사람들의 눈썹 시술 방법을 보면 엠보 눈썹이라는 시술 기법을 가장 많이 볼 수 있다. 선을 눈썹의 결 모양처럼 그려서 실제 털이 있는 것처럼 보이게 하는 기법으로 주로 자연스러운 눈썹을 연출할 때 많이 쓰는 기법이다. 이 엠보 기구에서 유래되어 엠보라는 기법이 탄생하였다(진은주 2015,8-10). 엠보 펜대는 입구가 일자 모양이나 십자가 모양으로 홈이 있는 펜대이며 엠보 펜대에 니들을 결합하여 사용한다. 엠보용 니들은 바늘의 개수와 바늘의 굵기, 모양에 따라서 다양하며 니들이 촘촘히 붙어 있는 형태를 보면 마치 칼처럼 보이기도 한다.

엠보 기법은 크게 <그림 7>의 뜯기 엠보 기법과 <그림 8>의 긋기 엠보 기법으로 나뉜다.

<그림 7> 뜯기용 엠보 니들과 엠보 펜대
http://www.rmm.co.kr
검색일: 2019.05.02

<그림 8> 긋기용 엠보 니들과 엠보 펜대
http://www.rmm.co.kr
검색일: 2019.05.02

뜯기 엠보 기법은 정통적인 엠보 기법의 원조라고 볼 수 있다. 선을 표현할 때 엠보 니들 전체를 피부에 닿은 채 시술해야 하며 피부에 색소의 주입 시 가볍게 튕기듯 뜯으면서 시술한다.

<그림 9>는 본 연구자가 직접 엠보기기로 뜯기 엠보 기법의 눈썹을 그린 것이다.

<그림 9> 뜯기 엠보 기법 눈썹

뜯기 엠보 기법은 표피에 시술하기 때문에 통증이 거의 없고 출혈도 거의 없으며 또한 깊이를 달리하면 명암을 자유롭게 표현할 수 있어서 눈썹의 앞머리 부분과 꼬리 부분까지 섬세하게 시술이 가능하다. 특히 자연스러운 결과물로 남자 눈썹 시술에 선호도가 높다.

시술한 눈썹의 결이 점선처럼 나올 수도 있고 곡선의 시술이 자연스럽지 않게 표현될 수도 있는 만큼 정교한 테크닉이 필요하다. 또한 메디컬 메이크업의 시술 방법으로 흉터 부위의 커버 시술이나 색소가 잘 들어가지 않는

부위를 시술하는 방법이기도 하다(Glassy et al 2012,761-770).

시술자의 숙련도에 따라서 결과물이 상이하므로 깨끗한 선이 나올 때까지는 충분한 연습과 경험이 필요하기 때문에 익숙해지기까지 난도가 높고 또한 긋기 엠보 기법보다 시술 시간이 많이 소요된다(이가롱, 이정민 2012,115). 하지만 시술자의 기술이 숙련되면 통증 없이 자연스러운 눈썹 결을 만들 수 있어서 이 기법으로 시술받은 고객은 다른 기법보다 뜯기 엠보 기법을 선호한다.

긋기 엠보 기법은 뜯기 엠보 기법의 습득에 어려움이 있어 대안으로 나온 기술로 빨리 초보자도 쉽게 배울 수 있는 기법이다. 눈썹 결을 표현할 때 피부를 찢거나 그어서 선을 만들면서 색소를 주입하는 것으로 심한 통증과 출혈을 동반하고 시술 후에 붉은 잔흔이 생길 수 있는 치명적 단점이 있다.

장점으로는 눈썹의 선이 얇게 표현되어 시술 직후가 가장 자연스럽기 때문에 인스타그램 등 SNS의 시술 전/후 눈썹 사진으로 홍보되고 있다. 대부분 반영구화장 시술 숍과 병원에서 긋기 엠보 기법을 사용하여 빠른 시간에 많은 고객을 시술할 수 있어서 이 기법을 선호한다.

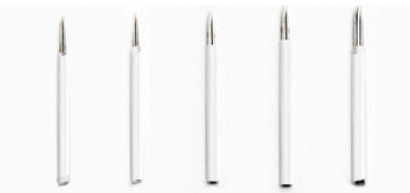
시술 시에 피부에 색소를 주입하는 깊이의 조절이 힘들어 의도와는 달리 색소가 깊이 주입되면 시술 선이 두껍게 번지고 얕게 주입되면 탈각 시 색소의 소실이 함께 일어나며 출혈로 인해 혈액과 색소가 섞여서 변색이 되는 등 자연스럽지 않은 경우가 많아 고객들의 불만이 많은 기법이기도 하여 선택 시에 주의를 요한다. 그러나 이러한 단점들은 시술 시 색소 주입의 깊이를 능숙하게 조절할 수 있는 숙련자의 테크닉으로 커버할 수 있기도 하다(박주영 2018,43-44).

<그림 10>은 본 연구자가 직접 엠보기기로 긋기 엠보 기법의 눈썹을 그린 것이다.

<그림 10> 긋기 엠보 기법 눈썹

③ 수지 기법

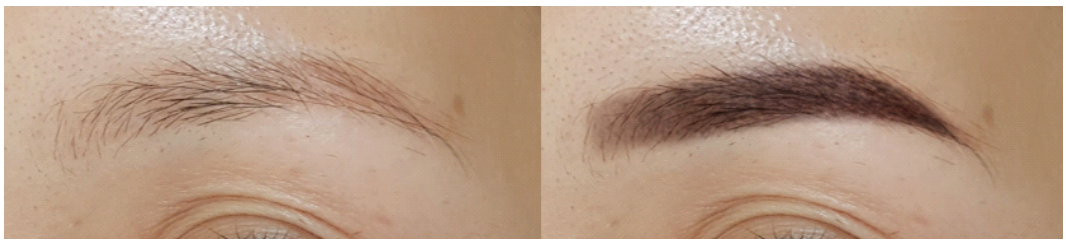
수지 기법은 수지 바늘을 손의 압력을 이용해 색소를 찔러 넣어 시술하는 문신의 원초적인 기법이라 할 수 있다. 시술 시 사용되는 도구인 <그림 11>의 수지 니들을 <그림 12>의 수지 펜대에 끼워 타공점을 찍어 색소를 주입하는 방식이다(이진명 2005,91-96). 작은 점을 찍어서 눈썹 전체의 면을 메우다 보니 초보자일 경우 시술 시간이 오래 걸리며 색소의 분포가 고르지 않고 얼룩덜룩한 형태로 침착이 생길 수 있다. 최근에는 시술자의 선호도가 떨어지는 기법이며, 숙련자의 경우엔 명암과 그러데이션을 자유롭게 구현하고 입체감을 표현할 수 있어 3D 기법 또는 4D 기법 등의 이름으로 새로운 시술로 소개되기도 한다. 또한 진동과 소리에 민감하고 두려움을 느끼는 시술 대상자에게도 소음과 통증 없이 편하게 시술할 수 있는 기법이다.



<그림 11> 수지 니들
http://www.rmm.co.kr
검색일: 2019.05.02

<그림 12> 수지 펜대
http://www.rmm.co.kr
검색일: 2019.05.02

<그림 13>은 본 연구자가 직접 수지 기기로 수지 기법의 눈썹을 그린 것이다.



<그림 13> 수지 기법 눈썹

5) 베트남의 반영구화장 특징

① 법적 규제

베트남의 반영구화장 시술에 대한 법적 규제는 아직 명확하게 규정지어지지 않았다. 베트남 보건부가 발급하는 미용시술 허가증으로 시술이 합법적으로 가능하며 병원 허가 또한 허가증만 받으면 미용실이나 SPA에서도 의사의 왕진으로 성형수술이 가능하며 시술이 용이한 만큼 아직은 규제가 느슨한 편이다.

반영구화장 시술 자격은 베트남 보건부에서 허가받은 미용학원을 졸업한 후 증명서를 취득하면 시술 자격이 주어진다. (2015년 5월 15일 법령 48/2015 / ND-CP) 베트남 보건부에서 허가받은 미용학원을 설립하는 조건은 다음과 같다.

2014 년 전문 교육법 및 지침에 따르면 스킨케어, 헤어 스타일링, 네일 아트, 메이크업, 반영구화장에 대한 교육학원으로 직업 교육 활동 신청서 및 등록 서류, 사업자 등록증, 회사 현장 사진과 시설 증명 서류(토지 사용증서 또는 5년 이상의 임대차 계약서(공증인 필요), 강의실 및 실습실의 면적은 1인당 4㎡ 이상)가 준비되어야 하며 연구 및 강의에 사용되는 이론자료를 제출해야 한다. 법 규정에 따라 표준, 전문 자격, 직업 기술 및 교육 기술을

갖춘 교사를 보유하고 있어야 하며, 교사 1인당 학생의 비율은 최대 25명이다. (2016년 10월 14일 법령 143/2016 / ND-CP)

베트남에서는 반영구화장 시술에 대한 규제는 따로 정해져 있지 않으므로 시술 자격을 갖추면 합법적으로 시술을 할 수 있기 때문에 반영구화장의 시장이 급속도로 성장하고 있다. 베트남여성은 반영구화장 시술을 할 때 병원보다는 SPA 형태의 소규모 피부관리 시설을 선호하며 이는 병원에서 의료진만이 시술해야 합법인 한국과는 달리 스파나 피부숍, 미용실에서도 합법적으로 시술을 받을 수 있기 때문이다. 또한 SNS를 통해 시술 장소의 이미지와 서비스 정보를 확인 할 수 있으며, 시술 동영상, 시술 효과와 리뷰 등의 관련 정보를 접하기가 쉽기 때문이다(베트남 복지부 2019).

② 반영구화장 눈썹 디자인과 입술 컬러

베트남에서 반영구화장 시술 시 시행되는 눈썹의 디자인은 아래의 <그림 14>와 같이 일자형, 상승형, 약간 처진 형, 일자 아치형, 아치형, 그리고 각진 아치형이 있다(한지수 2018,29)

<그림 14> 눈썹 디자인
http://www.rmm.co.kr 검색일: 2019.05.02

반영구화장 시술 시 사용되는 입술 컬러는 아래의 <그림 15>와 같이 레드, 핑크, 오렌지, 레드오렌지, 핑크오렌지, 와인레드 그리고 MLBB 컬러가 있다.

<그림 15> 입술 시술 컬러
http://www.rmm.co.kr 검색일: 2019.05.02

베트남의 시술자가 많이 사용하는 입술 색소는 문신 색소가 혼합된 것으로 시술 후 즉각적으로 컬러의 변화가 일어난다. 하지만 시간이 지남에 따라 변색이 되는 위험이 있음에도 불구하고 많은 반영구화장 시술자들에게 사용되고 있다. 안전성을 인증 받은 반영구화장 머신 전용 색소<그림 21>은 국내에서는 선호가 높은 색소이다. 그러나 문신 혼합 색소와 비교하면 시술 후 즉각적인 컬러의 변화가 적고, 금액 또한 높은 편이기 때문에 베트남 반영구화장 시술자들의 선호를 얻지 못하고 있다.

<그림 16> 머신 전용 색소
http://www.giniclinic.co.kr/contents/?st=sub15&smenu=05
검색일: 2019.05.02

3. 고객만족

1) 고객만족과 재방문

고객의 만족은 많은 연구자의 1980년대 이후 주된 연구주제와 관심의 대상이었다. 고객만족이란 어떤 특정 제품이나 서비스의 획득이나 소비 경험에 대한 구매자의 전반적이고 주관적인 평가 반응이라 할 수 있으며 고객이 만족하면 서비스의 재구매가 이루어지고 더불어 고객은 제품과 서비스에 신뢰감이 생긴다고 할 수 있다(이정은 2014,16).

Oliver(1981)는 재방문 의도에 고객만족이 직접적인 영향을 미친다고 하였으며 고객만족은 평가대상에 대해 긍정적인 태도를 만들어내어 긍정적 태도는 재방문 의도에 긍정적인 영향을 미친다는 사실을 발견하였다(Oliver, Richard L 1981).

고객의 구전 활동과 재방문 의도에 미치는 영향에 대한 연구에서 관계적, 정서적, 기능적 편익이 고객만족에 긍정적인 영향을 미치고 그것에 만족한 고객은 여러 사람에게 소개하게 되고, 또한 그런 고객은 재방문 및 재구매의 빈도가 높아진다. 더 나아가 이들은 긍정적인 구전효과를 나타내는 중요한 역할을 하는 것으로 나타내었다.

재방문 의도나 구전 의도는 체험에 근거하여 다시 방문하고 싶은 욕구의 정도를 말하는 것으로 고객만족과 관계된다. 고객만족이 재방문 의도나 소개에 미치는 영향의 연구에서는 재방문을 의미하는 것은 긍정적인 경험을 한 것으로 만족도가 높은 것을 알 수 있다(박성빈 2010,37).

고객만족은 고객에게 최대의 만족을 주는 것으로 제품이나 서비스의 이용에 대한 기본적인 보상의 문제이며 기회비용이라는 경제적 행위의 선택적 대가의 개념으로 이루어진다. 따라서 경험 전과 후의 기대가 일치되는 과정에서 형성되는 고객 태도인 고객만족은 경험 전과 후 얻은 성과와의 차이에

따라서 결정되고 내포되고 있는 내용과 그 의미는 다양한 형태로 나타날 수 있다(이종호 2005).

기존 고객을 유지하는 것보다 신규고객을 1명 유치하는데 발생하는 비용이 6배나 큰 비용이 든다. 자본회전율이 낮은 기업에는 장기적이고 효과적인 경쟁력이 될 수 있는 것이 바로 '고객 충성도 강화' 전략이다(박성빈 2010,34).

고객과의 관계에 있어서 신뢰감과 긍정적인 이미지를 줄 수 있다면 이는 재방문으로 이어질 수 있으며 이러한 관계 마케팅을 통해 고객의 충성도를 높일 수 있다. 고객 재방문을 높이기 위해서는 고객의 만족도 요인을 분석하여 전략적인 마케팅 컨셉을 계획하는 것이 중요하다.

2) 반영구화장 고객만족

심화진, 이병화(2006)는 CRM(Customer Relationship Management)은 고객을 이해하고 정확히 분류 선별하여 개개인이 선호하는 제품과 서비스를 제공하면서 유익한 가치를 상호적으로 창출하는 관계 정립으로 정의하였다(심화진, 이병화 2006). 이를 바탕으로 다음과 같이 성과적 요인, 신체적 요인, 경제적 요인, 기술적 요인, 사회 심리적 요인으로 분류하여 반영구화장의 만족을 결정하는 요인을 분류 선별하였다(송유이 2019).

항목별 만족도 요인을 측정하기 위한 질문은 다음과 같다.

① 성과적 요인

시술 과정 중 시술자와 의사소통은 잘 되었는가?

시술 전 충분히 나의 의견이 전달이 되었는가?

시술 후 원하는 시술 결과를 얻었는가?

마음에 드는 디자인과 컬러, 시술 기법이 사용되었는가?

② 신체적 요인

시술 과정 중 통증이 적었는가?

시술 과정은 청결하게 이루어졌는가?

시술 후 관리사항에 대해 전달받았는가?

③ 경제적 요인

지불한 시술비용은 적당하였는가?

④ 기술적 요인

시술자의 전문성을 느낄 수 있었는가?

⑤ 사회 심리적 요인

시술 장소는 위생적이었는가?

시술 장소의 분위기와 서비스는 좋았는가?

반영구화장의 고객만족은 다양한 요인에 의해 영향을 받으며 이러한 요인 분석을 통해 고객만족을 충족한다면 긍정적인 효과를 주어 재방문으로 이어질 수 있을 것이다.

또한 반영구화장의 시장 성장에 영향을 주는 요인으로 고객의 욕구를 충족시키기 위한 서비스 가치의 향상, 시술 체험에 대한 고객만족에 어떠한 차이점이 있는지 알아보고, 이러한 변수가 재방문 의도에 유의한 영향력을 미치는지 살펴보고자 한다(이은경 2017,64).

III. 연구 방법 및 절차

1. 연구 대상 및 절차

본 연구는 설문지 응답 방식으로 자료 수집을 하였으며, 현재 베트남에 거주하는 여성을 대상으로 하였다.

본 조사에 앞서 2019년 2월 5일부터 2019년 2월 11일까지 7일 동안 베트남 하노이 소재의 대학교 대학생과 대학원생 50명을 대상으로 예비조사를 실시하였고, 이를 토대로 적절하지 않은 문항은 제외하고 수정, 보완하여 베트남어로 번역 후 최종 설문지를 완성하였다.

예비조사에서 수정된 설문지로 2019년 3월 12일부터 2019년 4월 5일까지 33일간 베트남 하노이와 호찌민 지역의 여성을 대상으로 본 설문조사를 실시하였고, 일부 고급 SPA(미용 토탈숍)의 고객이 포함되었다. 설문지 450부를 배부하여 총 420부가 회수되었으며, 이 중 응답이 정확하지 않은 25부를 제외한 총 395부를 최종 실증분석의 연구 자료로 사용하였다.

2. 설문지 구성

본 연구의 조사도구로 설문지에 사용된 문항은 다음과 같이 7개의 영역에 총 52문항이며 이미지 선호도, 메이크업 선호도, 반영구화장 이용 실태, 반영구화장 시술 과정, 시술 후 만족도, 만족도 요인, 일반적인 특성에 관한 문항으로 구성하였다. 이고은(2009), 강근영(2011), 박건희(2013), 김도연(2014), 김윤희(2015), 진은주(2015), 황선희(2015), 홍지민(2016), 임우경(2017), 조채연(2018), 송유이(2019)의 설문지 문항을 참고하여, 본 연구 주제에 맞게 수정 보완하여 조사 설문지를 작성하였다.

<표 1> 설문지 문항 구성

조 사 항 목	내 용	문항수	선 행 연 구
이미지 선호도	선호하는 이미지, 자신의 이미지, 한국뷰티 이미지 호감도	3	강근영(2011) 김도연(2014) 임우경(2017) 조채연(2018)
메이크업 선호도	눈썹 고민, 선호하는 눈썹(모양, 컬러), 입술 고민, 선호하는 입술(모양, 컬러)	6	
반영구화장 이용 실태	시술 경험 여부, 시술받은 이유, 시술받지 않은 이유, 시술받고 싶은 부위, 시술받은 부위, 시술 횟수, 시술받은 장소, 시술 선택에 영향을 미친 요인, 시술 선택 시 우선 고려사항, 시술 선택 시 염려되는 요인	10	이고은(2009) 박건희(2013) 김도연(2014) 김윤희(2016) 홍지민(2016)
반영구화장 시술 과정	눈썹 시술 과정 (기법, 디자인, 컬러, 비용), 입술 시술 과정 (기법, 디자인, 컬러, 비용), 시술 후 관리사항 (눈썹, 입술), 통증 정도 (눈썹, 입술)	12	
시술 후 만족도	시술 부위 별 만족도(눈썹, 입술), 시술 후 만족도와 추천 의사, 재방문 의사 여부, 재방문 의사 없는 이유	6	박건희(2013) 김도연(2014) 진은주(2015) 김윤희(2016) 홍지민(2016) 송유이(2019)
만족도 요인	시술 과정 중 시술자와 의사소통, 시술 장소의 분위기, 시술자의 전문성, 시술 전 충분한 나의 의견 전달, 서비스, 시술 결과, 통증 정도, 시술 가격, 청결한 시술 환경	9	
일반적인 특성	나이, 결혼, 직업, 학력, 가정 월 소득, 해외 거주경험	6	황선희(2015) 임우경(2017)
계		52	

3. 자료분석 및 측정도구

본 연구의 수집된 자료는 프로그램 SPSS(Statistical Package for the Social Science) WIN 25.0을 이용하여 분석하였다. 분석방법으로는 χ^2(Chi-square) 검증과 빈도분석, 회귀분석, 차이분석, One-way ANOVA, 그리고 t-test 검증을 실시하였다.

자료의 분석방법은 연구 문제별로 다음과 같다.

연구대상자의 일반적 특성을 살펴보기 위하여 빈도와 백분율을 구하였고, 이미지 선호도와 메이크업 선호도, 반영구화장 이용 실태와 반영구화장 시술 과정에 대해 알아보기 위해 t-test 검증과 χ^2(Chi-square)검증, 그리고 빈도분석과 차이분석, One-way ANOVA를 실시하였다. 그리고 연구대상자의 시술 후 만족도와 만족도 요인에 대해 알아보기 위해 상관분석과 차이분석, 회귀분석을 실시하였다.

본 연구의 측정도구의 신뢰도는 신뢰할만한 수준으로 그 검증한 결과는 <표 2>에서 보는 바와 같이 반영구화장 시술 후 만족도의 Cronbach α가 0.91로, 신뢰할만한 수준인 것으로 나타났다.

<표 2> 측정도구의 신뢰도

구 분	문항 수	Alpha
반영구화장 시술 후 만족도	10	0.91

IV. 연구결과 및 해석

1. 연구대상자의 일반적 특성

본 연구에서 연구대상자의 일반적 특성은 <표 3>과 같다.

<표 3> 연구대상자의 일반적 특성

구	분	빈도(명)	백분율(%)
연 령	20~25세	103	26.1
	26~30세	66	16.7
	31~40세	104	26.3
	41~50세	69	17.5
	51세 이상	53	13.4
결혼여부	기 혼	208	52.7
	미 혼	166	42.0
	기 타	21	5.3
직 업	개인사업	85	21.5
	전 문 직	46	11.6
	회 사 원	46	11.6
	학생/대학원생	118	29.9
	공 무 원	49	12.4
	주 부	50	12.7
	기 타	1	0.3
최종학력	중졸이하	13	3.3
	고 졸	51	12.9
	전문대 졸(재학 중)	41	10.4
	대 졸(재학 중)	233	59.0
	대학원 졸(재학 중)	57	14.4
가 정 의 월 소 득 수 준	2,000$ 이하	193	48.9
	2,001~4,000$	88	22.3
	4,001~7,000$	44	11.1
	7,001~10,000$	14	3.5
	10,001$ 이상	56	14.2
해외거주 경 험	있 다	168	42.5
	없 다	227	57.5
계		395	100.0

총 연구대상자 395명 중 연령별로는 31～40세가 26.3%로 가장 많았고, 다음으로는 20～25세 26.1%, 41～50세 17.5%, 25～30세 16.7%, 51세 이상 13.4% 순으로 나타났다.

직업별로는 학생/대학원생이 29.9%로 가장 높은 분포를 보였고, 그 다음으로는 개인사업 21.5%, 주부 12.7%, 공무원 12.4%, 회사원 11.6%, 기타 0.3% 순으로 나타났다. 최종학력별로는 대졸(재학 중)이 59.0%로 가장 높은 분포를 보였고, 그 다음으로는 대학원 졸(재학 중) 14.4%, 고졸 12.9%, 전문대 졸(재학 중) 10.4%, 중졸이하 3.3% 순으로 나타났다. 가정의 월 소득 수준별로는 2,000$ 이하가 48.9%로 가장 높은 분포를 보였고, 그 다음으로는 2,001～4,000$ 22.3%, 10,001$ 이상 14.2%, 4,001～7,000$ 11.1%, 7,001～10,000$ 3.5% 순이었다. 해외 거주 경험별로는 해외 거주 경험이 없는 여성이 57.5%로 해외 거주 경험이 있는 여성 42.5%보다 많았다.

2. 선호 이미지

1) 선호하는 이미지

연구대상자가 선호하는 이미지에 대해 살펴본 결과는 <표 4>와 같다.

<표 4> 선호하는 이미지

구 분		카리스마 있는 강한 이미지	부드럽고 온화한 이미지	맑고 청순한 이미지	럭셔리한 고급스러운 이미지	도시적이고 세련된 이미지	독특하고 개성있는 이미지	계	x2 (df)	p
연 령	20~25세	10 (9.7)	16 (15.5)	45 (43.7)	6 (5.8)	14 (13.6)	12 (11.7)	103 (26.1)	43.40** (24)	0.009
	26~30세	7 (10.6)	8 (12.1)	21 (31.8)	5 (7.6)	17 (25.8)	8 (12.1)	66 (16.7)		
	31~40세	7 (6.7)	13 (12.5)	62 (59.6)	5 (4.8)	14 (13.5)	3 (2.9)	104 (26.3)		
	41~50세	2 (2.9)	21 (30.4)	32 (46.4)	5 (7.2)	5 (7.2)	4 (5.8)	69 (17.5)		
	51세 이상	4 (7.5)	10 (18.9)	24 (45.3)	3 (5.7)	8 (15.1)	4 (7.5)	53 (13.4)		
결혼 여부	기 혼	17 (7.4)	48 (21.0)	107 (46.7)	17 (7.4)	26 (11.4)	14 (6.1)	229 (58.0)	12.37 (6)	0.054
	미 혼	13 (7.8)	20 (12.0)	77 (46.4)	7 (4.2)	32 (19.3)	17 (10.2)	166 (42.0)		
직 업	개인사업	7 (8.2)	17 (20.0)	39 (45.9)	7 (8.2)	7 (8.2)	8 (9.4)	85 (21.5)	46.74* (30)	0.026
	전문직	2 (4.3)	5 (10.9)	30 (65.2)	2 (4.3)	6 (13.0)	1 (2.2)	46 (11.6)		
	회사원/기타	3 (6.4)	5 (10.6)	19 (40.4)	5 (10.6)	10 (21.3)	5 (10.6)	47 (11.9)		
	학생/대학원생	8 (6.8)	24 (20.3)	46 (39.0)	7 (5.9)	19 (16.1)	14 (11.9)	118 (29.9)		
	공무원	2 (4.1)	5 (10.2)	33 (67.3)	0 (0.0)	7 (14.3)	2 (4.1)	49 (12.4)		
	주 부	8 (16.0)	12 (24.0)	17 (34.0)	3 (6.0)	9 (18.0)	1 (2.0)	50 (12.7)		
최종 학력	고졸 이하	6 (9.4)	14 (21.9)	27 (42.2)	5 (7.8)	8 (12.5)	4 (6.3)	64 (16.2)	21.06 (18)	0.277
	전문대 졸	1 (2.4)	6 (14.6)	14 (34.1)	4 (9.8)	11 (26.8)	5 (12.2)	41 (10.4)		
	대 졸	21 (9.0)	37 (15.9)	116 (49.8)	11 (4.7)	28 (12.0)	20 (8.6)	233 (59.0)		
	대학원 졸	2 (3.5)	11 (19.3)	27 (47.4)	4 (7.0)	11 (19.3)	2 (3.5)	57 (14.4)		
가정의 월소득	2,000$ 이하	16 (8.3)	34 (17.6)	80 (41.5)	16 (8.3)	28 (14.5)	19 (9.8)	193 (48.9)	15.79 (18)	0.607
	2,001~4,000$	4 (4.5)	15 (17.0)	47 (53.4)	4 (4.5)	12 (13.6)	6 (6.8)	88 (22.3)		
	4,001~10,000$	4 (6.9)	11 (19.0)	29 (50.0)	1 (1.7)	10 (17.2)	3 (5.2)	58 (14.7)		
	10,001$ 이상	6 (10.7)	8 (14.3)	28 (50.0)	3 (5.4)	8 (14.3)	3 (5.4)	56 (14.2)		
해외 거주 경험	있 음	21 (12.5)	8 (4.8)	69 (41.1)	10 (6.0)	40 (23.8)	20 (11.9)	168 (42.5)	65.74*** (6)	0.000
	없 음	9 (4.0)	60 (26.4)	115 (50.7)	14 (6.2)	18 (7.9)	11 (4.8)	227 (57.5)		
전 체		30 (7.6)	68 (17.2)	184 (46.6)	24 (6.1)	58 (14.7)	31 (7.8)	395 (100.0)		

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

맑고 청순한 이미지를 선호하는 연구대상자가 46.6%로 가장 많았고, 다음으로는 부드럽고 온화한 이미지가 17.2%, 도시적이고 세련된 이미지는 14.7%, 독특하고 개성 있는 이미지가 7.8%, 카리스마 있는 강한 이미지는 7.6%, 그리고 럭셔리한 고급스러운 이미지가 6.1%의 순으로 나타났다.

연령별로는 26~30세인 연구대상자가 다른 연구대상자보다 도시적이고 세련된 이미지를 더 선호하였고, 41~50세인 연구대상자는 다른 연구대상자보다 부드럽고 온화한 이미지를 더 선호하였으며, 연령에 따라서 유의미한 차이를 보였다(χ^2=43.40, p<.01). 직업이 주부인 연구대상자는 다른 연구대상자 보다 부드럽고 온화한 이미지를 더 선호하였고, 유의미한 차이를 보였다(χ^2=46.74, p<.05). 해외 거주 경험별로는 해외에 거주한 경험이 있는 연구대상자가 도시적이고 세련된 이미지와 독특하고 개성 있는 이미지를 선호하였고, 해외에 거주한 경험이 없는 연구대상자는 부드럽고 온화한 이미지와 맑고 청순한 이미지를 더 선호하여 해외 거주 경험에 따라서 유의미한 차이를 보였다(χ^2=65.74, p<.001).

이상과 같이 연구대상자는 다른 이미지보다 맑고 청순한 이미지를 압도적으로 많이 선호하였으며, 31~40세와 41~50세인 여성과 공무원, 그리고 해외 거주 경험이 없는 연구대상자가 다른 연구대상자 보다 맑고 청순한 이미지를 더 선호하였다.

2) 자신의 이미지에 따른 선호 이미지

연구대상자가 인식하는 자신의 이미지에 따라서 선호하는 이미지에 대해 살펴본 결과는 다음과 같다.

<표 5> 자신의 이미지에 따른 선호 이미지

구 분		카리스마 있는 강한 이미지	부드럽고 온화한 이미지	맑고 청순한 이미지	럭셔리한 고급스러운 이미지	도시적이고 세련된 이미지	독특하고 개성있는 이미지	계	χ^2 (df)	p
자신의 이미지	카리스마 있는 강한 이미지	16	1	3	2	0	6	28	366.30*** (36)	0.000
		(57.1)	(3.6)	(10.7)	(7.1)	(0.0)	(21.4)	(100.0)		
	부드럽고 온화한 이미지	0	46	34	9	14	3	106		
		(0.0)	(43.4)	(32.1)	(8.5)	(13.2)	(2.8)	(100.0)		
	맑고 청순한 이미지	12	15	126	5	15	4	177		
		(6.8)	(8.5)	(71.2)	(2.8)	(8.5)	(2.3)	(100.0)		
	럭셔리한 고급스러운 이미지	0	0	2	2	1	0	5		
		(0.0)	(0.0)	(40.0)	(40.0)	(20.0)	(0.0)	(100.0)		
	도시적이고 세련된 이미지	2	2	7	4	21	3	39		
		(5.1)	(5.1)	(17.9)	(10.3)	(53.8)	(7.7)	(100.0)		
	독특하고 개성있는 이미지	0	4	12	2	7	15	40		
		(0.0)	(10.0)	(30.0)	(5.0)	(17.5)	(37.5)	(100.0)		
전 체		30	68	184	24	58	31	395		
		(7.6)	(17.2)	(46.6)	(6.1)	(14.7	(7.8)	(100.0)		

*** p<.001

<표 5>에서 보는 바와 같이 자신의 이미지가 카리스마 있는 강한 이미지라고 인식하는 여성이 다른 여성보다 카리스마 있는 강한 이미지를 더 선호하였고, 자신이 부드럽고 온화한 이미지라고 인식하는 여성은 다른 여성보다 부드럽고 온화한 이미지라고, 자신이 맑고 청순한 이미지라고 인식하는 여성은 다른 여성보다 맑고 청순한 이미지를, 자신이 도시적이고 세련된 이미지라고 인식하는 여성은 다른 여성보다 도시적이고 세련된 이미지를, 자

신이 독특하고 개성 있는 이미지라고 인식하는 여성은 다른 여성보다 독특하고 개성 있는 이미지를 더 선호하였으며, 통계적으로도 유의미한 차이를 보였다(χ^2=366.30, p<.001). 따라서 연구대상자는 자신에 대해 인식하는 이미지와 선호하는 이미지가 비슷함을 알 수 있었다.

3) 한국뷰티 이미지 호감도

한국뷰티에 대한 이미지 호감도는 <표 6>에서와 같이 90% 이상이 '호감이 간다'고 응답하였다.

<표 6> 한국뷰티 이미지 호감도

구분	내용	빈 도(N)	백분율(%)
한국뷰티 이미지 호감도	매우 호감이 간다	178	45.1
	호감이 간다	179	45.3
	보 통 이 다	30	7.6
	호감이 가지 않다	5	1.3
	전혀 호감이 가지 않다	3	0.8
계		395	100.0

이상과 같이 한국뷰티 이미지 호감도는 90.4%라는 높은 결과로 나타났으며, 연구대상자는 한국뷰티에 대한 호감도가 높음을 확인할 수 있다. 중국의 한류에 대한 선호도를 분석한 결과에서 호감도가 61.4%로 나타난 것과 비교하면, 연구대상자의 한국뷰티 호감도가 90.4%로 훨씬 더 높은 것으로 나타났다(홍지민 2016,83-84). 이는 최근에 더욱더 높아진 베트남 속 한류가 뷰티 한류에까지 영향을 미친 것으로 사료된다.

3. 선호 메이크업

1) 선호하는 눈썹 디자인

연구대상자가 선호하는 눈썹 디자인에 대해 살펴본 결과는 <표 7>과 같이 눈썹 디자인 중에 일자형을 선호하는 여성이 40.3%로 가장 많았고, 다음으로는 각진 아치형 19.7%, 약간 처진 형 15.7%, 상승형 13.7%, 일자 아치형 6.3%, 그리고 아치형 4.3% 순으로 나타났다.

<표 7> 선호하는 눈썹 디자인

구 분	일자형	상승형	약간 처진형	일자 아치형	아치형	각진 아치형	계
빈 도(N)	159	54	62	25	17	78	395
백분율(%)	40.3	13.7	15.7	6.3	4.3	19.7	100.0

이상과 같이 연구대상자는 눈썹 디자인 중 일자형을 가장 선호하였다. 이것은 청순하고 순한 이미지를 선호하는 연구대상자의 이미지 선호도와 일자형 눈썹이 주는 청순하고 착해 보이며 어려보이며 단정한 이미지와도 일치되는 결과이다(김예성, 김성희 2008,85-86)(조채연 2018,72).

한국여성은 동안열풍으로 인하여 숱이 많고 굵은 자연스러운 일자형 눈썹을 가장 선호하였다(조선영 2014,34). 하지만 최근의 연구결과에서는 표준형 눈썹을 41.8%로 메이크업 시 가장 선호한다는 결과를 보였고 이는 유행이 변하고 있음을 나타낸다(조채연 2018,66-67)(조선영 2014,8-9). 이것으로 보아 한류의 영향으로 한국에서 유행한 일자형 눈썹을 따라하는 동안메이크업

이 미디어에 많이 노출됨으로 그 선호도가 높아진 것으로 사료되며 한국에서 중국으로 또한 중국에서 베트남으로의 유행의 흐름을 알 수 있다.

2) 선호하는 눈썹 컬러

연구대상자가 선호하는 눈썹 컬러에 대해 살펴본 결과는 <표 8>과 같이 눈썹 컬러 중에 다크브라운을 선호하는 여성이 65.8%로 절반 이상을 차지하였으며, 다음으로는 블랙 18.7%, 그레이브라운 8.4%, 라이트브라운과 에보니 3.0%, 그레이 1.0% 순으로 나타났다.

<표 8> 선호하는 눈썹 컬러

구 분	블랙	다 크 브라운	그레이	그레이브 라운	라이트브 라운	에보니	계
빈 도(N)	74	260	4	33	12	12	395
백분율(%)	18.7	65.8	1.0	8.4	3.0	3.0	100.0

김도연(2015)의 연구에서 미국인은 검은색 눈썹 컬러를 선호하였고 한국인과 일본인은 갈색을 선호하는 것으로 연구되었다(김도연 2015,82). 본 연구의 연구대상자도 다크브라운을 선호하는 것으로 나타나 아시아인들은 대체적으로 수수하고 차분하며 부드럽고 고급스러운 느낌을 주는 브라운 계통 컬러를 선호하는 것을 알 수 있었다(한지수 2011,164).

3) 선호하는 입술 디자인

연구대상자가 선호하는 입술 디자인에 대해 살펴본 결과는 다음과 같다.

<표 9> 선호하는 입술 디자인

구 분		얇은 입술	볼륨감 있는 도톰한 입술	입꼬리가 올라간 입술	하트 모양 입술	구각이 선명한 입술	기타	계	X^2 (df)	p
연령	20~25세	6 (5.8)	35 (34.0)	10 (9.7)	43 (41.7)	9 (8.7)	0 (0.0)	103 (26.1)	33.58* (20)	0.029
	26~30세	5 (7.6)	33 (50.0)	10 (15.2)	11 (16.7)	7 (10.6)	0 (0.0)	66 (16.7)		
	31~40세	4 (3.8)	57 (54.8)	11 (10.6)	25 (24.0)	6 (5.8)	1 (1.0)	104 (26.3)		
	41~50세	3 (4.3)	36 (52.2)	8 (11.6)	14 (20.3)	7 (10.1)	1 (1.4)	69 (17.5)		
	51세 이상	1 (1.9)	25 (47.2)	6 (11.3)	13 (24.5)	5 (9.4)	3 (5.7)	53 (13.4)		
결혼 여부	기 혼	9 (3.9)	109 (47.6)	26 (11.4)	60 (26.2)	20 (8.7)	5 (2.2)	229 (58.0)	4.62 (5)	0.463
	미 혼	10 (6.0)	77 (46.4)	19 (11.4)	46 (27.7)	14 (8.4)	0 (0.0)	166 (42.0)		
직 업	개인사업	3 (3.5)	42 (49.4)	8 (9.4)	22 (25.9)	10 (11.8)	0 (0.0)	85 (21.5)	48.01 ** (25)	0.004
	전문직	1 (2.2)	24 (52.2)	8 (17.4)	10 (21.7)	2 (4.3)	1 (2.2)	46 (11.6)		
	회사원/기타	2 (4.3)	21 (44.7)	11 (23.4)	5 (10.6)	7 (14.9)	1 (2.1)	47 (11.9)		
	학생/대학원생	6 (5.1)	48 (40.7)	9 (7.6)	45 (38.1)	10 (8.5)	0 (0.0)	118 (29.9)		
	공무원	2 (4.1)	31 (63.3)	4 (8.2)	10 (20.4)	2 (4.1)	0 (0.0)	49 (12.4)		
	주 부	5 (10.0)	20 (40.0)	5 (10.0)	14 (28.0)	3 (6.0)	3 (6.0)	50 (12.7)		
최종 학력	고졸 이하	6 (9.4)	34 (53.1)	9 (14.1)	9 (14.1)	5 (7.8)	1 (1.6)	64 (16.2)	51.58 *** (15)	0.000
	전문대 졸	0 (0.0)	14 (34.1)	8 (19.5)	12 (29.3)	4 (9.8)	3 (7.3)	41 (10.4)		
	대 졸	11 (4.7)	103 (44.2)	16 (6.9)	79 (33.9)	23 (9.9)	1 0.4	233 (59.0)		
	대학원 졸	2 (3.5)	35 (61.4)	12 (21.1)	6 (10.5)	2 (3.5)	0 (0.0)	57 (14.4)		
가정의 월소득	2,000$ 이하	12 (6.2)	80 (41.5)	21 (10.9)	55 (28.5)	24 (12.4)	1 (0.5)	193 (48.9)	31.27 ** (15)	0.008
	2,001~4,000$	2 (2.3)	50 (56.8)	4 (4.5)	25 (28.4)	5 (5.7)	2 (2.3)	88 (22.3)		
	4,001~10,000$	3 (5.2)	22 (37.9)	13 (22.4)	14 (24.1)	4 (6.9)	2 (3.4)	58 (14.7)		
	10,001$ 이상	2 (3.6)	34 (60.7)	7 (12.5)	12 (21.4)	1 (1.8)	0 (0.0)	56 (14.2)		
해외 거주경험	있 음	11 (6.5)	70 (41.7)	11 (6.5)	57 (33.9)	19 (11.3)	0 (0.0)	168 (42.5)	21.34 ** (5)	0.001
	없 음	8 (3.5)	116 (51.1)	34 (15.0)	49 (21.6)	15 (6.6)	5 (2.2)	227 (57.5)		
전 체		19 (4.8)	186 (47.1)	45 (11.4)	106 (26.8)	34 (8.6)	5 (1.3)	395 (100.0)		

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

<표 9>를 보면 입술 디자인 중에 볼륨감이 있는 도톰한 입술을 선호하는 연구대상자가 47.1%로 가장 많았고, 다음으로는 하트모양 입술 26.8%, 입꼬리가 올라간 입술 11.4%, 구각이 선명한 입술 8.6%, 얇은 입술 4.8%, 기타 1.3% 순으로 나타났다.

연령별로는 20~25세 여성이 다른 연령대의 여성보다 하트모양 입술을 더 선호하였고, 31~40세 여성은 다른 여성보다 볼륨감이 있는 도톰한 입술을 더 선호하였으며, 연령에 따라서 유의미한 차이를 보였다(χ^2=33.58, p<.05).

최종학력별로는 대졸인 여성이 다른 여성보다 하트모양 입술을 더 선호하였고, 대학원 졸인 여성은 다른 여성보다 볼륨감이 있는 도톰한 입술과 입꼬리가 올라간 입술을 더 선호하였으며, 최종학력에 따라서 유의미한 차이를 보였다(χ^2=51.58, p<.001). 가정의 월 소득이 적은 여성일수록 하트모양 입술을 더 선호하였고, 가정의 월 소득에 따라서 유의미한 차이를 보였다(χ^2=31.27, p<.01). 해외 거주 경험별로는 해외에 거주한 경험이 있는 여성이 경험이 없는 여성보다 입술 디자인 중에 하트모양 입술과 구각이 선명한 입술을 더 선호하였고, 해외에 거주한 경험이 없는 여성은 있는 여성보다 볼륨감이 있는 도톰한 입술과 입꼬리가 올라간 입술을 더 선호하였으며, 해외 거주 경험에 따라서 유의미한 차이를 보였다(χ^2=21.34, p<.01).

이상과 같이 연구대상자는 입술 디자인 중에 볼륨감이 있는 도톰한 입술을 가장 선호하였으며, 31~40세인 여성과 공무원에 종사하는 여성, 최종학력이 대학원 졸인 여성, 가정의 월 소득이 10,001$ 이상인 여성, 그리고 해외에 거주한 경험이 없는 여성이 다른 여성보다 입술 디자인 중에 볼륨감이 있는 도톰한 입술을 더 선호하였다.

4) 선호하는 입술 컬러

연구대상자가 선호하는 입술 컬러에 대해 살펴본 결과는 <표 10>과 같다.

<표 10> 선호하는 입술 컬러

구 분		레 드	핑 크	오렌지	레 드 오렌지	핑 크 오렌지	와인 레드	mlbb	계	X2 (df)	p
연령	20~25세	19 (18.4)	11 (10.7)	1 (1.0)	34 (33.0)	5 (4.9)	14 (13.6)	19 (18.4)	103 (26.1)	57.85 *** (24)	0.000
	26~30세	5 (7.6)	2 (3.0)	2 (3.0)	17 (25.8)	15 (22.7)	5 (7.6)	20 (30.3)	66 (16.7)		
	31~40세	15 (14.4)	8 (7.7)	11 (10.6)	32 (30.8)	22 (21.2)	0 (0.0)	16 (15.4)	104 (26.3)		
	41~50세	9 (13.0)	10 (14.5)	1 (1.4)	21 (30.4)	9 (13.0)	6 (8.7)	13 (18.8)	69 (17.5)		
	51세 이상	7 (13.2)	4 (7.5)	2 (3.8)	18 (34.0)	6 (11.3)	2 (3.8)	14 (26.4)	53 (13.4)		
결혼 여부	기 혼	30 (13.1)	22 (9.6)	13 (5.7)	72 (31.4)	36 (15.7)	9 (3.9)	47 (20.5)	229 (58.0)	10.42 (6)	0.108
	미 혼	25 (15.1)	13 (7.8)	4 (2.4)	50 (30.1)	21 (12.7)	18 (10.8)	35 (21.1)	166 (42.0)		
직업	개인사업	12 (14.1)	10 (11.8)	3 (3.5)	24 (28.2)	17 (20.0)	2 (2.4)	17 (20.0)	85 (21.5)	53.59 ** (30)	0.005
	전 문 직	6 (13.0)	4 (8.7)	4 (8.7)	12 (26.1)	10 (21.7)	0 (0.0)	10 (21.7)	46 (11.6)		
	회사원/기타	6 (12.8)	4 (8.5)	3 (6.4)	10 (21.3)	9 (19.1)	2 (4.3)	13 (27.7)	47 (11.9)		
	학생/대학원생	21 (17.8)	11 (9.3)	1 (0.8)	37 (31.4)	7 (5.9)	20 (16.9)	21 (17.8)	118 (29.9)		
	공 무 원	5 (10.2)	4 (8.2)	3 (6.1)	18 (36.7)	7 (14.3)	1 (2.0)	11 (22.4)	49 (12.4)		
	주 부	5 (10.0)	2 (4.0)	3 (6.0)	21 (42.0)	7 (14.0)	2 (4.0)	10 (20.0)	50 (12.7)		
최종 학력	고졸 이하	9 (14.1)	6 (9.4)	4 (6.3)	16 (25.0)	12 (18.8)	2 (3.1)	15 (23.4)	64 (16.2)	18.51 (18)	0.422
	전문대 졸	3 (7.3)	4 (9.8)	0 (0.0)	15 (36.6)	7 (17.1)	2 (4.9)	10 (24.4)	41 (10.4)		
	대 졸	37 (15.9)	19 (8.2)	10 (4.3)	77 (33.0)	25 (10.7)	21 (9.0)	44 (18.9)	233 (59.0)		
	대학원 졸	6 (10.5)	6 (10.5)	3 (5.3)	14 (24.6)	13 (22.8)	2 (3.5)	13 (22.8)	57 (14.4)		
가정의 월소득	2,000$ 이하	23 (11.9)	18 (9.3)	10 (5.2)	58 (30.1)	20 (10.4)	14 (7.3)	50 (25.9)	193 (48.9)	19.04 (18)	0.389
	2,001~ 4,000$	11 (12.5)	5 (5.7)	3 (3.4)	30 (34.1)	17 (19.3)	9 (10.2)	13 (14.8)	88 (22.3)		
	4,001~ 10,000$	11 (19.0)	5 (8.6)	3 (5.2)	17 (29.3)	11 (19.0)	2 (3.4)	9 (15.5)	58 (14.7)		
	10,001$ 이상	10 (17.9)	7 (12.5)	1 (1.8)	17 (30.4)	9 (16.1)	2 (3.6)	10 (17.9)	56 (14.2)		
해외 거주 경험	있 음	25 (14.9)	12 (7.1)	9 (5.4)	58 (34.5)	11 (6.5)	19 (11.3)	34 (20.2)	168 (42.5)	24.36 *** (6)	0.000
	없 음	30 (13.2)	23 (10.1)	8 (3.5)	64 (28.2)	46 (20.3)	8 (3.5)	48 (21.1)	227 (57.5)		
전 체		55 (13.9)	35 (8.9)	17 (4.3)	122 (30.9)	57 (14.4)	27 (6.8)	82 (20.8)	395 (100.0)		

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

입술 컬러로 레드오렌지를 선호하는 연구대상자가 30.9%로 가장 많았고, 다음으로는 MLBB(나의 입술과 비슷하지만 좀 더 나은 색) 20.8%, 핑크오렌지 14.4%, 레드 13.9%, 핑크 8.9%, 와인레드 6.8%, 오렌지 4.3% 순으로 나타났다.

연령별로는 20~25세 여성이 다른 연령대의 여성보다 입술 컬러 중에 레드와 와인레드를 더 선호하였고, 26~30세 여성은 다른 여성보다 핑크오렌지를, 41~50세 여성은 다른 여성보다 핑크를, 51세 이상 여성은 다른 여성보다 레드오렌지를 더 선호하였으며, 연령에 따라서 유의미한 차이를 보였다(χ^2=57.85, p<.01).

해외 거주 경험별로는 해외에 거주한 경험이 있는 여성이 경험이 없는 여성보다 입술 컬러 중에 레드오렌지와 와인레드를 더 선호하였고, 해외에 거주한 경험이 없는 여성은 있는 여성보다 핑크와 핑크오렌지를 더 선호하였으며, 해외 거주 경험에 따라서 유의미한 차이를 보였다(χ^2=24.36, p<.001).

이상과 같이 연구대상자는 입술 컬러 중에 레드오렌지를 가장 선호하였으며, 51세 이상인 여성과 주부, 그리고 해외에 거주한 경험이 있는 여성이 다른 여성보다 입술 컬러 중에 레드오렌지를 더 선호하였다. 중국 여성의 입술 컬러 디자인 선호도를 분석한 결과에서는 핑크(M=3.41)를 가장 선호하는 것으로 나타났고, 레드(M=3.22)와 오렌지(M=3.22)의 순으로 나타났다(홍지민 2016,102). 하지만 컬러별 편차가 크지 않아 특정 컬러에 대한 선호가 있다고 볼 수는 없다.

이에 비해 연구대상자에서는 컬러의 편차가 레드오렌지가 30.9%로 유의미하게 나타났다. 이는 입술의 가장 큰 고민이 어두운색이라는 것에서 이것을 해결할 수 있는 컬러인 레드오렌지 컬러를 선택함과 관련되어 있는 것을 볼 수 있다(서수진 2014)(황선희 2018).

4. 반영구화장 이용 실태

1) 반영구화장 시술 경험 여부

연구대상자가 반영구화장 시술여부를 살펴본 결과는 <표 11>과 같다.

<표 11> 반영구화장 시술 경험 여부

구 분		있 다	없 다	계	χ2 (df)	p
연 령	20~25세	35 (34.0)	68 (66.0)	103 (26.1)	68.58*** (4)	0.000
	26~30세	44 (66.7)	22 (33.3)	66 (16.7)		
	31~40세	90 (86.5)	14 (13.5)	104 (26.3)		
	41~50세	51 (73.9)	18 (26.1)	69 (17.5)		
	51세 이상	38 (71.7)	15 (28.3)	53 (13.4)		
결 혼 여 부	기 혼	182 (79.5)	47 (20.5)	229 (58.0)	48.23*** (1)	0.000
	미 혼	76 (45.8)	90 (54.2)	166 (42.0)		
직 업	개인사업	67 (78.8)	18 (21.2)	85 (21.5)	118.23*** (5)	0.000
	전문직	41 (89.1)	5 (10.9)	46 (11.6)		
	회사원/기타	34 (72.3)	13 (27.7)	47 (11.9)		
	학생/대학원생	33 (28.0)	85 (72.0)	118 (29.9)		
	공무원	49 (100.0)	0 (0.0)	49 (12.4)		
	주 부	34 (68.0)	16 (32.0)	50 (12.7)		
최종학력	고졸 이하	57 (89.1)	7 (10.9)	64 (16.2)	32.97*** (3)	0.000
	전문대 졸	27 (65.9)	14 (34.1)	41 (10.4)		
	대 졸	128 (54.9)	105 (45.1)	233 (59.0)		
	대학원 졸	46 (80.7)	11 (19.3)	57 (14.4)		
가 정 의 월 소 득	2,000$ 이하	94 (48.7)	99 (51.3)	193 (48.9)	54.92*** (3)	0.000
	2,001~4,000$	76 (86.4)	12 (13.6)	88 (22.3)		
	4,001~10,000$	38 (65.5)	20 (34.5)	58 (14.7)		
	10,001$ 이상	50 (89.3)	6 (10.7)	56 (14.2)		
해 외 거주경험	있 음	84 (50.0)	84 (50.0)	168 (42.5)	30.27*** (1)	0.000
	없 음	174 (76.7)	53 (23.3)	227 (57.5)		
전 체		258 (65.3)	137 (34.7)	395 (100.0)		

*** p<.001

본 설문에서는 <표 11>과 같이 반영구화장을 시술한 경험이 있는 여성이 65.3%, 그렇지 않은 여성이 34.7%로 나타났다.

연령별로는 20~25세 여성이 다른 연령대의 여성보다 반영구화장을 시술한 경험이 없었고, 31~40세 여성은 다른 여성보다 반영구화장을 시술한 경험이 많았으며, 연령에 따라서 유의미한 차이를 보였다(χ^2=68.58, p<.001).

결혼 여부별로는 기혼 여성이 미혼 여성보다 반영구화장을 시술한 경험이 많았으며, 결혼 여부에 따라서 유의미한 차이를 보였다(χ^2=48.23, p<.001).

직업별로는 개인사업에 종사하는 여성이 다른 여성보다 반영구화장을 시술한 경험이 많았고, 학생/대학원생은 다른 여성보다 반영구화장을 시술한 경험이 없었으며, 직업에 따라서서 유의미한 차이를 보였다(χ^2=118.23, p<.001). 최종학력별로는 고졸 이하인 여성이 다른 학력의 여성보다 반영구화장을 시술한 경험이 많았고, 대졸인 여성은 다른 여성보다 반영구화장을 시술한 경험이 없었으며, 최종학력에 따라서 유의미한 차이를 보였다(χ^2=32.97, p<.001). 가정의 월 소득별로는 2,000$ 이하인 여성이 다른 여성보다 반영구화장을 시술한 경험이 없었고, 10,001$ 이상인 여성은 다른 여성보다 반영구화장을 시술한 경험이 많았으며, 가정의 월 소득에 따라서 유의미한 차이를 보였다(χ^2=54.92, p<.001). 해외 거주 경험별로는 해외에 거주한 경험이 없는 여성이 있는 여성보다 반영구화장을 시술한 경험이 많았으며, 해외 거주 경험에 따라서 유의미한 차이를 보였다(χ^2=30.27, p<.001).

이상과 같이 반영구화장을 시술한 경험이 있는 여성이 경험이 없는 여성보다 많았으며, 31~40세인 여성과 기혼인 여성, 개인 사업에 종사하는 여성, 최종학력이 고졸 이하인 여성, 가정의 월 소득이 10,001$ 이상인 여성, 그리고 해외에 거주한 경험이 없는 여성이 다른 여성보다 반영구화장을 시술한 경험이 많았다.

2) 반영구화장 시술을 받은 이유에 대한 인식

반영구화장 시술을 받은 이유에 대해 연구대상자의 인식을 살펴본 결과는 다음과 같다.

<표 12> 반영구화장 시술을 받은 이유에 대한 인식(복수응답)

구 분	빈 도(N)	백분율(%)	N값 대비 백분율(%)
예뻐 보이기 위해	175	28.7	67.8
민얼굴에 자신감을 가지기 위해	145	23.8	56.2
결점을 보완하기 위해	103	16.9	39.9
화장을 잘 못해서	97	15.9	37.6
화장하기가 귀찮아서	60	9.9	23.3
관상을 좋게하기 위해	27	4.4	10.5
기 타	2	0.3	0.8
계	609	100.0	N=258

<표 12>에서 보는 바와 같이 '예뻐 보이기 위해 반영구화장을 한다'라고 고 인식하는 연구대상자가 67.8%로 가장 많았고, 다음으로는 '민얼굴에 자신감을 가지기 위해' 56.2%, '결점을 보완하기 위해' 39.9%, '화장을 잘 못해서' 37.6%, '화장하기가 귀찮아서' 23.3%, '관상을 좋게하기 위해' 10.5%, '기타' 0.8% 순으로 나타났다(신기원 2010). 이것으로 연구대상자는 '예뻐 보이기 위해서'와 '민얼굴에 자신감을 가지기 위해서' 반영구화장을 하고 있음을 알 수 있다.

김도연(2014)은 한국인의 경우 반영구화장을 하는 이유가 '화장하기 귀찮아서' 30.7%라고 하였고, 박건희(2013)는 결점을 보완하기 위해서(4.13)와 또렷하고 예쁜 민얼굴을 위하여 반영구화장을 한다(3.93)는 결과가 나타났다(김도연 2014,36)(박건희 2013,69). 임주아(2015)의 조사 결과에서는 연구대상자인 중국의 여성의 반영구화장을 하는 이유가 화장시간을 절약할 수 있어서 25.7%, 화장하기 귀찮아서 22.9%로 보고되었고, 김희경(2007)의 조사 결과에서도 '메이크업 하는 시간을 절약할 수 있어서'와 '운동으로 땀을 흘려도 지워지지 않는 편리함 때문에' 그리고 '메이크업이 귀찮아서'의 순으로 나타난 결과와도 반영구화장 시술을 하는 이유에 차이를 보인다(임주아 2015,30)(김희경 2007,43). 연구대상자가 예뻐 보이기 위해 반영구화장을 한다는 것은 아름다움의 기준을 외모적인 것으로 판단하고 예쁜 것을 드러내고 싶어 하는 베트남여성의 특징이라 사료된다.

3) 반영구화장 시술을 받지 않은 이유

반영구화장 시술을 받지 않은 이유에 대해 조사한 결과는 다음과 같다.

<표 13> 반영구화장 시술을 받지 않은 이유(복수응답)

구 분	빈 도(N)	백분율(%)	N값 대비 백분율(%)
시술받지 않은 자연스러운 상태가 좋다	72	27.4	52.6
시술 가격이 부담스럽다	19	7.2	13.9
시술이 잘못될까 봐 두렵다	70	26.6	51.1
통증이 심할 것 같다	48	18.3	35.0
시술받을 시간이 없었다	11	4.2	8.0
시술받을 만한 곳을 찾지 못했다	41	15.6	29.9
기 타	2	0.8	1.5
계	263	100.0	N=137

<표 13>에서 보는 바와 같이 시술받지 않은 '자연스러운 상태가 좋다' 고 생각해 반영구화장 시술을 받지 않은 여성이 응답자 중 52.6%로 가장 많았고, 다음으로는 '시술이 잘못될까 봐 두렵다' 51.1%, '통증이 심할 것 같다' 35.0%, '시술받을 만한 곳을 찾지 못했다′ 15.6%, '시술 가격이 부담스럽다′ 7.2%, '시술받을 시간이 없었다′ 4.2%, '기타' 0.8% 순으로 나타났다. 따라서 반영구화장 시술을 받지 않은 주된 이유는 '시술받지 않은 자연스러운 상태가 좋은 것'과 '시술이 잘못될까 봐 두렵다'임을 알 수 있다.

시술에 두려움을 느끼는 연구대상자에게 시술 후 관리사항에 대한 설명과 함께 부작용의 위험을 최소화할 수 있도록 커뮤니케이션을 통해 안전한 시술에 대한 확신을 주어야 된다고 사료된다(Tittelbach et al 2018,458-459).

4) 반영구화장 시술 무경험자의 추후 반영구화장 시술 시 선호 부위

반영구화장 시술을 받지 않은 연구대상자가 반영구화장 시술 시 선호하는 부위에 대해 살펴본 결과는 다음과 같다.

<표 14> 반영구화장 무경험자의 반영구화장 선호 부위(복수응답)

구 분	빈 도(N)	백분율(%)	N값 대비 백분율(%)
눈 썹	53	28.8	38.7
아이라인	24	13.0	17.5
입 술	46	25.0	33.6
헤어라인	9	4.9	6.6
두 피	5	2.7	3.6
흉터 커버	19	10.3	13.9
없 음	28	15.2	20.4
계	184	100.0	N=137

<표 14>에서 보는 바와 같이 반영구화장 시술 시에 눈썹 부위에 시술을 받고 싶어 하는 여성이 38.7%로 가장 많았고, 다음으로는 입술 33.6%, 아이라인 17.5%, 흉터 커버 13.9%, 헤어라인 6.6%, 두피 3.6% 순으로 나타났고, 시술받을 의향이 없는 여성은 20.4%를 차지하였다. 따라서 반영구화장 시술을 받지 않은 여성은 반영구화장 시술 시에 눈썹 부위와 입술에 시술을 많이 받고 싶어 함을 알 수 있다. 눈썹은 얼굴의 지붕에 해당하는 곳으로 눈썹의 변화만으로도 인상변화에 대한 영향력을 미친다(85.7%)고 조사되었으며 얼굴 전체 이미지를 바꿀 수 있기 때문에 메이크업에서도 비중이 크기 때문에 연구대상자 중 반영구화장 시술 무경험자가 시술받기를 가장 원하는 부위이기도 하다(조채연 2018,52).

5) 반영구화장 시술을 받은 부위

연구대상자가 현재까지 반영구화장 시술을 받은 부위에 대해 살펴본 결과는 다음과 같다.

<표 15> 현재까지 반영구화장 시술을 받은 부위(복수응답)

구 분	빈 도(N)	백분율(%)	N값 대비 백분율(%)
눈 썹	210	39.9	81.4
입 술	208	39.5	80.6
아이라인	99	18.8	38.4
헤어라인	5	1.0	1.9
흉터 커버	3	0.6	1.2
기 타	1	0.2	0.4
계	526	100.0	N=258

<표 15>에서 보는 바와 같이 현재까지 반영구화장 시술 중 눈썹 시술을 받아 본 여성이 81.40%, 입술 시술을 받아 본 여성이 80.6%로 많았고 다음으로 아이라인 38.4%, 헤어라인 1.9%, 흉터 커버 1.2%, 기타 0.4% 순으로 나타났다. 따라서 연구대상자는 현재까지 반영구화장 시술 부위를 눈썹과 입술, 아이라인의 순으로 많이 시술 받았음을 알 수 있다.

한국의 경우를 조사한 결과에서도 눈썹이 가장 많았고 아이라인과 입술의 순이었다. 특히 입술 시술의 선호도는 7.8%로 높지 않았다(김도연 2014,35)(김회경 2007,34-35). 한국인은 사람의 인상을 상당부분 차지하는 눈썹과 아이라인을 시술하지만 본 연구에서 연구대상자는 '눈썹'이 81.40%, '입술'이 80.6% 그리고 '아이라인'은 38.4%로 나타나 한국시장과는 차별화된 결과로 시술경험에 있어서 한국이 눈썹과 아이라인 위주인데 반하여 베트남은 입술 시술이 80.6%로 어두운 입술에 대한 고민이 크다는 중요한 결과를 검증하였다.

또한 대체로 짙은 속눈썹을 가지고 있는 베트남여성이 메이크업에서 인상을 강해보이게 하는 아이라인 시술을 선호하지 않고, 대체적으로 입술을 밝은 색으로 시술하여 얼굴색이 환하게 보이는 것을 선호하는 동남아여성의 공통된 메이크업 특징이 나타난 것으로 사료된다.

6) 반영구화장 시술 횟수

연구대상자가 반영구화장을 시술한 횟수에 대해 살펴본 결과는 다음과 같다.

<표 16> 반영구화장 시술 횟수

구 분	1회	2회	3회	4회	5회 이상	계
빈 도(N)	132	83	26	7	10	258
백분율(%)	51.2	32.2	10.1	2.7	3.9	100.0

<표 16>에서 연구대상자 중 반영구화장을 1회 시술한 여성이 51.2%로 절반 이상을 차지하였으며, 다음으로 2회 32.2%, 3회 10.1%, 5회 이상 3.9%, 4회 2.7% 순으로 나타났다.

7) 반영구화장을 시술받은 장소

연구대상자가 최근에 반영구화장을 시술받은 장소에 대해 살펴본 결과는 <표 17>과 같이 SPA(미용 토탈숍)가 32.6%로 가장 많았고, 다음으로는 반영구화장 전문숍이 29.8% 그리고 병원 18.6%, 출장(집) 17.8%, 기타 1.2% 순으로 나타났다.

<표 17> 반영구화장을 시술받은 장소

구 분	병 원	SPA	반영구화장 전 문 숍	출장 (집)	기 타	계
빈 도(N)	48	84	77	46	3	258
백분율(%)	18.6	32.6	29.8	17.8	1.2	100.0

이상과 같이 연구대상자는 반영구화장 시술을 SPA(미용 토탈숍)에서 가장 많이 시술받은 것으로 조사되었다.

8) 반영구화장 시술 선택 시 영향을 미친 요인

반영구화장 시술 선택 시 영향을 미친 요인에 대해 연구대상자의 인식을 살펴본 결과는 다음과 같다.

<표 18> 반영구화장 시술 선택 시 영향을 미친 요인(복수응답)

구 분	빈 도(N)	백분율(%)	N값 대비 백분율(%)
시술 경험자(지인)의 권유	147	33.0	57.0
잡지/방송 광고	29	8.2	11.2
SNS	36	10.1	14.0
숍의 인테리어/분위기	32	9.0	12.4
시술자의 전문성	76	21.4	29.5
기 타	12	3.4	4.7
계	332	100.0	N=258

<표 18>에서 보는 바와 같이 반영구화장 시술 선택 시 시술 경험자의 권유가 영향을 미친다고 인식하는 여성이 57.0%로 가장 많았고, 다음으로는 시술자의 전문성 29.5%, 직원의 권유 20.5%, SNS 14.0%, 숍의 인테리어/분위기 12.4%, 잡지/방송 광고 11.2%, 기타 4.7% 순으로 나타났다.

따라서 연구대상자는 반영구화장 시술 선택 시 시술 경험자의 권유가 가장 큰 영향을 미친다고 인식하고 있음을 알 수 있다. 한국인을 대상으로 한 조사에서 친구나 동료들의 권유로 반영구시술을 받았다 52.7%가 가장 큰 시술 선택 영향력으로 조사되어 본 연구의 결과와 비슷하였다(김도연 2014,36). 국가를 막론하고 미용시장에서의 지인에 의한 추천은 가장 강력한 영향력을 미치는 것으로 판단된다.

9) 반영구화장 시술 선택 시 염려되는 요인

반영구화장 시술 선택 시 염려되는 요인에 대해 연구대상자의 인식을 살펴본 결과는 다음과 같다.

<표 19> 반영구화장 시술 선택 시 염려되는 요인(복수응답)

구 분	빈 도(N)	백분율(%)	N값 대비 백분율(%)
감염 등의 부작용	130	31.0	50.4
잘못된 시술 결과	73	17.4	28.3
주변의 부정적인 반응	45	10.7	17.4
유지기간이 짧음	62	14.8	24.0
심한 통증	110	26.2	42.6
계	420	100.0	N=258

<표 19>에서 보는 바와 같이 반영구화장 시술 선택 시 감염 등의 부작용을 염려하는 여성이 50.4%로 가장 많았고, 심한 통증(42.6%)과 잘못된 시술 결과(28.3%), 그리고 반영구화장의 유지 기간이 짧을까(24.0%) 걱정하며 주변의 부정적인 반응(17.4%)을 염려하고 있는 것으로 나타났다.

이것으로 보아 연구대상자는 반영구화장 시술을 선택 시 감염 등의 부작용을 가장 염려한다고 보이며, 이것은 반영구화장의 부작용에 대하여 연구한 Glassy의 붓고 피가 나며 괴사됨, 그리고 감염의 위험을 염려하는 연구결과와도 비슷한다(Glassy et al 2012,763-764).

5. 반영구화장 시술 과정

1) 눈썹을 시술받은 기법

연구대상자가 반영구화장 눈썹 시술을 받은 기법에 대해 살펴본 결과는 <표 20>과 같이 반영구화장 눈썹 시술로 그러데이션 기법을 받은 여성이 56.2%로 가장 많았고, 다음으로는 모름 22.4%, 엠보 기법 12.4%, 페더링 기법 8.1%, 수지 기법 1.0% 순으로 나타났다. 이상과 같이 연구대상자는 반영구화장 눈썹 시술 기법으로 그러데이션 기법을 가장 많이 받았다.

<표 20> 눈썹을 시술받은 방법

구 분	그러데이션 (머신) 기법	엠보 기법	페더링 기법	수지 기법	모 름	계
빈 도(N)	118	26	17	2	47	210
백분율(%)	56.2	12.4	8.1	1.0	22.4	100.0

김도연(2014)의 연구 결과에서 미국인의 경우 페더링 기법의 선호도가 80%로 가장 높은 것으로 나타났고, 한국인의 경우 잘 모르겠다가 54.7%이고 엠보 기법은 14.0%, 그러데이션 기법은 4%이다(김도연 2014,41).

진은주(2015)의 연구결과는 화장 눈썹(그러데이션 기법)이 29.2%, 디지털 엠보 시술(페더링 기법)이 24.9%의 순으로 높게 나타났다(진은주 2015,13). 홍지민(2016)의 눈썹 표현기법 선호도를 분석한 결과 중국인의 경우 페더링 기법 디자인(M=3.32)을 가장 선호하는 것으로 나타났고, 엠보 기법(M=2.82)과 그러데이션 기법(M=2.58)의 순으로 나타났다(홍지민 2016,104-105). 이것은 그러데이션 기법(56.2%)을 선호한다는 본 연구의 결과와는 많은 차이를

보인다.

베트남의 눈썹 반영구화장 시술의 방법에 그러데이션 기법이 많은 것은 선명한 눈썹과 깔끔한 라인을 좋아하는 연구대상자의 기호에 잘 맞는 기법이기도 하지만 다른 기법에 비해 고전적인 방법으로 아날로그 머신을 사용하여 시술하는 시술자가 많은 것도 큰 영향을 주었다.

이것은 페더링 기법의 눈썹은 비용이 높은 디지털 머신으로 시술하여야 하기 때문에 베트남의 반영구화장 시술자에게 디지털 머신의 보급율이 낮으므로 페더링 눈썹의 비율이 낮은 것으로 사료된다.

2) 눈썹을 시술받은 디자인

연구대상자가 반영구화장 눈썹 시술을 받은 디자인에 대해 살펴본 결과는 <표 21>과 같이 반영구화장 눈썹 디자인 중 일자형 시술을 받은 여성이 30.6%로 가장 많았고, 다음으로는 각진 아치형 22.4%, 상승형 18.6%, 약간 처진 형 15.7%, 아치형 7.6%, 일자 아치형 5.2%의 순으로 나타났다.

<표 21> 눈썹을 시술받은 디자인

구 분	일자형	상승형	약간 처진형	일자 아치형	아치형	각진 아치형	계
빈 도(N)	64	39	33	11	16	47	210
백분율(%)	30.6	18.6	15.7	5.2	7.6	22.4	100.0

이상과 같이 연구대상자는 반영구화장 눈썹 디자인 중 일자형 시술을 가장 많이 받았으며, 연구대상자가 가장 선호하는 눈썹이 일자형인 것과 선호하는 이미지가 맑고 청순한 이미지인 것 또한 일치하는 결과를 보였다.

최근까지 베트남에서는 한국 스타일의 도톰한 일자형의 눈썹을 가장 선호하며 실제 시술에도 적용된다.

3) 눈썹을 시술받은 컬러

연구대상자가 반영구화장 눈썹 시술을 받은 컬러에 대해 살펴본 결과는 <표 22>와 같이 반영구화장 눈썹 컬러 중 다크브라운 컬러 시술을 받은 여성이 63.8%로 가장 많았고, 다음으로는 블랙 20.0%, 그레이브라운 9.5%, 그레이 3.3%, 에보니 1.9%, 라이트브라운 1.4% 순으로 나타났다.

<표 22> 눈썹을 시술받은 컬러

구 분	블 랙	다 크 브라운	그레이	그레이 브라운	라이트 브라운	에보니	계
빈 도(N)	42	134	7	20	3	4	210
백분율(%)	20.0	63.8	3.3	9.5	1.4	1.9	100.0

이상과 같이 연구대상자는 반영구화장 눈썹 컬러 중 다크브라운 컬러 시술을 가장 많이 받았으며, 연령과 결혼 여부, 직업, 최종학력, 가정의 월 소득, 그리고 해외 거주 경험별로는 유의한 차이가 나타나지 않았다.

연구대상자의 눈썹은 헤어 컬러와 같이 주로 블랙이거나 다크브라운이며, 헤어 컬러보다는 조금 밝은 색의 눈썹이 유행하면서 검정보다는 다크브라운이나 그보다 조금 밝은 색의 눈썹을 선호한다. 다크브라운 컬러의 눈썹으로 메이크업을 하면 지적이고 세련된 이미지와 부드럽고 여성스러운 느낌을 주므로 연구대상자의 가장 선호하는 눈썹 컬러가 다크브라운이라고 사료된다.

4) 눈썹을 시술받은 비용

연구대상자의 반영구화장 눈썹을 시술받은 비용에 대해 살펴본 결과는 <표 23>과 같이 반영구화장 눈썹 시술로 51~100$를 지불한 여성이 30.5%로 가장 많았고, 다음으로는 101~200$, 0~50$ 24.8%, 201~500$ 16.2%, 501$ 이상 3.3% 순으로 나타났다.

<표 23> 눈썹을 시술받은 비용

구 분	0~50$	51~100$	101~200$	201~500$	501$ 이상	계
빈 도(N)	52	64	53	34	7	210
백분율(%)	24.8	30.5	25.2	16.2	3.3	100.0

이상과 같이 반영구화장 눈썹 시술로 51~100$를 지불한 여성이 가장 많았으며, 연령과 결혼 여부, 직업, 최종학력, 가정의 월 소득, 그리고 해외 거주 경험별로는 유의한 차이가 나타나지 않았다.

5) 입술을 시술받은 기법

반영구화장 입술을 시술받은 기법에 대해 살펴본 결과는 <표 24>와 같다.

<표 24> 입술을 시술받은 기법

구 분	그러데이션(머신) 기법	틴트 기법	수지 기법	모 름	계
빈 도(N)	119	38	16	35	208
백분율(%)	57.2	18.3	7.7	16.8	100.0

반영구화장 입술 시술을 그러데이션 기법으로 받은 연구대상자가 57.2%로 가장 많았으며, 다음으로 틴트 기법 18.3%, 모름 16.8%, 수지 기법 7.7%의 순으로 나타났다. 이상과 같이 연구대상자는 반영구화장 입술 시술을 그러데이션 기법으로 가장 많이 시술받았다.

6) 입술을 시술받은 디자인

연구대상자가 반영구화장 입술 시술받은 디자인에 대해 살펴본 결과는 <표 25>와 같이 반영구화장 입술 디자인으로 '입술 라인 그대로 선명한 시술'을 받은 여성은 51.0%로 가장 많았고, 다음으로는 '입술 라인 없이 틴트 바른 것처럼' 23.6%, '입술 하트라인 교정' 10.1%, '입술 라인보다 두껍게'와 '입술 라인보다 얇게'가 각각 4.3% 순으로 나타났다.

<표 25> 입술을 시술받은 디자인

구 분	입술라인 그대로 선명하게	입술라인보다 두껍게	입술라인보다 얇게	입꼬리 모양교정	입술 하트라인 교정	비대칭 교정	라인없이 틴트바른 것처럼	계
빈 도(N)	106	9	9	6	21	8	49	208
백분율(%)	51.0	4.3	4.3	2.9	10.1	3.8	23.6	100.0

이상과 같이 연구대상자는 반영구화장 입술 디자인으로 입술 라인 그대로 선명한 시술을 가장 많이 받았으며, 연령과 결혼 여부, 직업, 최종학력, 가정의 월 소득, 그리고 해외 거주 경험별로는 유의한 차이가 나타나지 않았다.

입술 라인 그대로 시술을 가장 많이 받았다는 결과는 볼륨감 있는 입술을 가장 선호하는 연구대상자의 조사 결과와는 다른 결과였다.

베트남에서는 반영구화장 입술디자인으로 '입술 라인 그대로 컬러만 바꿔

주는' 입술 시술을 가장 많이 시행된다. 입술 라인의 확장에 대한 시술이 잘 못될까 봐 걱정하는 마음 때문에 안정적인 디자인을 선택한 것으로 사료된다.

7) 입술을 시술받은 컬러

연구대상자가 반영구화장 입술을 시술받은 컬러에 대해 살펴본 결과는 <표 26>과 같이 반영구화장 입술 컬러로 레드오렌지 컬러 시술을 받은 여성이 24.0%로 가장 많았고, 다음으로는 레드 22.6%, 핑크오렌지 21.6%, MLBB 14.9%, 핑크 10.6%, 오렌지 4.8% 순으로 나타났다.

<표 26> 입술을 시술받은 컬러

구 분	레드	핑크	오렌지	레드 오렌지	핑크 오렌지	와인 레드	MLBB	계
빈 도(N)	47	22	10	50	45	3	31	208
백분율(%)	22.6	10.6	4.8	24.0	21.6	1.4	14.9	100.0

이상과 같이 연구대상자는 반영구화장 입술 컬러로 레드오렌지 컬러 시술을 가장 많이 받았으며, 연령과 결혼 여부, 직업, 최종학력, 가정의 월 소득, 그리고 해외 거주 경험별로는 유의한 차이가 나타나지 않았다.

연구대상자가 선호하는 입술 컬러가 레드오렌지 30.9%로 가장 많은 것과 시술받은 컬러가 일치하는 결과로 연구대상자의 가장 큰 입술 고민이 '어두운 입술색'이라는 것과도 관련된다. 베트남의 많은 시술자들이 어두운 입술을 밝게 시술할 때 오렌지 컬러나 옐로 컬러를 먼저 시술 후 컬러 보정 후 그 위에 다른 컬러로 시술을 하는 방법을 시행하지만 이러한 과정만으로는

어두운 입술을 커버하는 데에 어려움을 겪었다.

그러한 문제점을 해결하기 위해서 <그림 22>의 '블루립코렉터'[3]라는 보색을 활용한 컨실러 베이스의 어두운 입술 전용 색소까지 개발되었고 이것을 이용하여 많은 시술자들이 좋은 결과를 내고 있다.

<그림 17> 어두운 입술 전용 색소 (Blue Lip Corrector)
http://www.rmm.co.kr 검색일: 2019.05.22

8) 입술을 시술받은 비용

연구대상자의 반영구화장 입술을 시술받은 비용에 대해 살펴본 결과는 <표 27>과 같이 반영구화장 입술 시술을 받기 위해 01~200$ 지불한 여성이 50.5%로 가장 많았고, 다음으로는 51~100$ 21.2%, 201~500$ 13.5%, 0~50$ 12.5%, 501$ 이상 2.4% 순으로 나타났다.

연령별로는 20~25세 여성이 다른 연령대의 여성보다 반영구화장 입술 시

3) 블루립코렉터 : Blue Lip Corrector. 어둡고 푸른 입술을 보색의 원리를 이용해 커버하는 반영구화장 전용 색소. 미국 바이오터치사의 정보를 재구성.

술을 받기 위해 51～100$ 지불하였고, 26～30세 여성은 다른 여성보다 0～50$ 지불하였으며, 51세 이상 여성은 다른 여성보다 101～200$ 지불하였고, 연령에 따라서 유의미한 차이를 보였다(χ^2=36.19, p<.01).

결혼여부별로는 기혼 여성이 미혼 여성보다 반영구화장 입술 시술을 받기 위해 101～200$ 지불하였고, 미혼 여성은 기혼 여성보다 0～50$ 지불하였으나 유의미한 차이는 아니었다. 직업별로는 회사원/기타 직업에 종사하는 여성이 다른 여성보다 반영구화장 입술 시술을 받기 위해 0～50$ 지불하였고, 주부는 다른 여성보다 101～200$ 지불하였으나 직업에 따른 유의미한 차이는 없었다. 최종학력별로는 고졸 이하인 여성이 다른 여성보다 반영구화장 입술 시술을 받기 위해 101～200$ 지불하였고, 전문대졸인 여성은 다른 여성보다 0～50$ 지불하였으나 통계적으로는 유의미한 차이를 보이지 않았다.

가정의 월 소득별로는 가정의 월 소득이 적은 여성일수록 반영구화장 입술 시술을 받기 위해 0～50$ 지불하였고, 가정의 월 소득이 많은 여성일수록 101～200$ 지불하였으며, 가정의 월 소득에 따라서 유의미한 차이를 보였다(χ^2=32.34, p<.01). 해외 거주 경험별로는 해외에 거주한 경험이 있는 여성이 그렇지 않은 여성보다 반영구화장 입술 시술을 받기 위해 100$ 이하 지불하였고, 해외에 거주한 경험이 없는 여성은 있는 여성보다 101～200$ 지불하였으나 유의미한 차이는 아니었다.

이상과 같이 반영구화장 입술 시술을 받기 위해 101～200$ 지불한 여성이 가장 많았으며, 26～30세 여성과 가정의 월 소득이 적은 여성일수록 다른 여성보다 반영구화장 입술 시술을 받기 위해 적은 비용을 지불하였다.

<표 27> 입술을 시술받은 비용

구 분		0~50$	51~100$	101~200$	201~500$	501$ 이 상	계	χ2 (df)	p
연령	20~25세	3(11.5)	10(38.5)	11(42.3)	1(3.8)	1(3.8)	26(12.5)	36.19** (16)	0.003
	26~30세	10(37.0)	5(18.5)	7(25.9)	4(14.8)	1(3.7)	27(13.0)		
	31~40세	13(15.9)	15(18.3)	41(50.0)	12(14.6)	1(1.2)	82(39.4)		
	41~50세	0(0.0)	8(19.0)	26(61.9)	7(16.7)	1(2.4)	42(20.2)		
	51세 이상	0(0.0)	6(19.4)	20(64.5)	4(12.9)	1(3.2)	31(14.9)		
결혼 여부	기 혼	15(9.7)	32(20.6)	83(53.5)	21(13.5)	4(2.6)	155(74.5)	5.17 (4)	0.270
	미 혼	11(20.8)	12(22.6)	22(41.5)	7(13.2)	1(1.9)	53(25.5)		
직업	개인사업	3(5.5)	14(25.5)	30(54.5)	7(12.7)	1(1.8)	55(26.4)	20.40 (20)	0.433
	전문직	7(18.4)	7(18.4)	15(39.5)	8(21.1)	1(2.6)	38(18.3)		
	회사원/기타	7(26.9)	6(23.1)	10(38.5)	3(11.5)	0(0.0)	26(12.5)		
	학생/대학원생	3(15.8)	5(26.3)	7(36.8)	3(15.8)	1(5.3)	19(9.1)		
	공무원	3(6.5)	10(21.7)	27(58.7)	5(10.9)	1(2.2)	46(22.1)		
	주 부	3(12.5)	2(8.3)	16(66.7)	2(8.3)	1(4.2)	24(11.5)		
최종 학력	고졸 이하	6(13.0)	11(23.9)	25(54.3)	4(8.7)	0(0.0)	46(22.1)	13.21 (12)	0.354
	전문대 졸	6(31.6)	4(21.1)	6(31.6)	2(10.5)	1(5.3)	19(9.1)		
	대 졸	11(10.4)	23(21.7)	55(51.9)	14(13.2)	3(2.8)	106(51.0)		
	대학원 졸	3(8.1)	6(16.2)	19(51.4)	8(21.6)	1(2.7)	37(17.8)		
가정의 월소득	2,000$ 이하	18(26.9)	13(19.4)	28(41.8)	6(9.0)	2(3.0)	67(32.2)	32.34** (12)	0.001
	2,001~4,000$	6(9.1)	19(28.8)	30(45.5)	9(13.6)	2(3.0)	66(31.7)		
	4,001~10,000$	1(3.2)	9(29.0)	17(54.8)	4(12.9)	0(0.0)	31(14.9)		
	10,001$ 이상	1(2.3)	3(6.8)	30(68.2)	9(20.5)	1(2.3)	44(21.2)		
해외 거주 경험	있 음	9(14.8)	14(23.0)	28(45.9)	9(14.8)	1(1.6)	61(29.3)	1.16 (4)	0.885
	없 음	17(11.6)	30(20.4)	77(52.4)	19(12.9)	4(2.7)	147(70.7)		
전 체		26(12.5)	44(21.2)	105(50.5)	28(13.5)	5(2.4)	208 (100.0)		

** p<.01

9) 시술 후 관리사항에 대한 전달여부

연구대상자가 눈썹과 입술 시술 후 관리사항에 대하여 전달받았는지 여부를 살펴본 결과는 다음과 같다.

<표 28> 눈썹과 입술 시술 후 전달받은 관리사항(복수응답)

구 분	눈 썹			입 술		
	빈 도(N)	백분율(%)	N값 대비 백분율(%)	빈 도(N)	백분율(%)	N값 대비 백분율(%)
재생크림이나 연고 도포	187	31.6	89.0	173	30.8	83.2
물 닿는 시기	116	19.6	55.2	110	19.6	52.9
비누 세안 가능 시기	114	19.3	54.3	135	24.0	64.9
시술 부위 터치 제한	77	13.0	36.7	68	12.1	32.7
냉 찜 질	29	4.9	13.8	26	4.6	12.5
투 약 여 부	23	3.9	11.0	19	3.4	9.1
음 식 제 한	38	6.4	18.1	23	4.1	11.1
없 음	7	1.2	3.3	8	1.4	3.8
계	591	100.0	N=210	562	100.0	N=208

<표 28>에서 보는 바와 같이 눈썹 시술 후 관리사항으로 재생크림이나 연고 도포에 대해 전달받은 여성이 89.0%로 가장 많았고, 다음으로는 물 닿는 시기 55.2%, 비누 세안 가능 시기 54.3%, 시술 부위 터치 제한 36.7%, 음식 제한 18.1%, 냉찜질 13.8%, 투약여부 11.0%, 없음 3.3% 순으로 나타났다. 따라서 연구대상자는 눈썹 시술 후 관리사항으로 재생크림이나 연고 도포에 대해 가장 많이 전달받았음을 알 수 있다. 입술 시술 후 관리사항으로

는 재생크림이나 연고 도포에 대해 전달받은 여성이 83.2%로 가장 많았고, 다음으로는 비누 세안 시기 64.9%, 물 닿는 시기 52.9%, 시술 부위 터치 제한 32.7%, 냉찜질 12.5%, 음식 제한 11.1%, 투약 여부 9.1% 순으로 나타났고, 전달사항을 받지 않은 여성은 3.8%를 차지하였다.

이것으로 연구대상자는 입술 시술 후 관리사항으로 재생크림이나 연고 도포에 대해 가장 많이 전달받았음을 알 수 있으며 반영구화장 시술 후 관리사항의 전달이 대체로 잘 되고있어 시술 후 관리의 중요성에 대한 인식이 높은 것으로 짐작된다.

눈썹 반영구화장 시술 후 재생크림이나 연고를 도포하여야만 시술 부위가 건조하지 않게 두꺼운 각질이 일어나지 않도록 유지되어 좋은 결과물을 얻을 수 있을 뿐 아니라 상처 회복에 도움이 된다. 특히 입술의 건조함은 색소 착색을 방해하고 트러블을 야기하기 때문에 이것을 예방하기 위하여 <그림 18>의 재생크림이나 연고 도포는 꼭 해주어야만 좋은 결과물을 얻을 수 있다(최재은 외 2008,1353-1356). 반영구화장 시술 후 부작용을 줄이기 위해 시술 후 관리사항을 설명하여 숙지시키는 일관성 있는 노력이 필요하다고 사료된다.

<그림 18> 반영구화장 시술 후 재생크림
http://www.giniclinic.co.kr/contents/?st=sub15&smenu=03
검색일: 2019.05.22

10) 반영구화장 시술 시 통증 정도

반영구화장 시술 시 통증 정도에 대해 여성의 인식을 살펴본 결과는 <표 29>와 같이 5점 만점 중 전체 평균이 눈썹은 2.34로 연구대상자는 눈썹 반영구화장 시술 시 통증이 없는 편이라고 인식하였고 입술은 2.60으로 보통의 통증이라고 인식하였다.

<표 29> 반영구화장 시술 시 통증 정도

구 분	눈썹 시술 시 통증		입술 시술 시 통증	
	N	Mean	N	Mean
전 체	210	2.34	208	2.60

이상과 같이 연구대상자는 눈썹 반영구화장 시술 시 통증이 없는 편이라고 인식하였으며 입술 반영구화장 시술 시 통증이 보통이라고 인식하였고, 연령과 결혼 여부, 직업, 최종학력, 가정의 월 소득, 그리고 해외 거주 경험별로는 유의한 차이가 나타나지 않았다.

반영구화장은 수술이 필요 없이 간단하고 안전하고 효과적인 시술로 환자와 고객들에게 희망을 주는 획기적인 기술이지만 통증이 동반하는 시술이다. 예전에는 반영구화장 시술 시 통증 정도가 높았지만 최근에는 기술의 발달과 통증 완화제의 발전, 그리고 시술자들의 많은 연구를 통해 통증 감소를 도와주고 있기 때문에 통증수준이 높지 않게 나온 것으로 사료된다.

또한 연구대상자가 반영구화장을 시술받기 전에는 심한 통증에 대한 두려움을 가지며 염려하거나 시술을 망설였지만 연구대상자가 반영구화장 시술을 받은 후에는 통증에 대해 우려하지 않는 것으로 파악되었다.

6. 반영구화장 시술에 대한 만족도

1) 반영구화장 시술 후 만족도 수준

연구대상자의 반영구화장 시술 후 만족도 수준에 대해 살펴본 결과는 다음과 같다.

<표 30> 반영구화장 시술 후 만족도 수준

구 분	Mean	SD
시술 과정 중 시술자와 의사소통	3.79	0.91
시 술 가 격	3.74	0.81
청결한 시술 환경	3.70	0.95
통 증 정 도	3.69	0.99
시술자의 전문성	3.60	0.99
시 술 서 비 스	3.59	0.85
시 술 결 과	3.56	0.90
시술 전 충분한 나의 의견 전달	3.55	0.93
시술 장소의 분위기	3.42	0.92
전 체	3.63	

<표 30>에서 보는 바와 같이 전체 평균은 3.63으로 만족도수준이 높음으로 나타났다. '시술 과정 중 시술자와 의사소통'이 3.79로 가장 높았고, 다음

으로 ‘시술 가격’ 3.74, ‘청결한 시술 환경’ 3.70, ‘통증 정도’ 3.69, ‘시술자의 전문성’ 3.60, ‘시술 서비스’ 3.59, ‘시술 결과’ 3.56, ‘시술 전 충분한 나의 의견 전달’ 3.55 순으로 나타났으며, ‘시술 장소의 분위기’가 3.42로 가장 낮았다.

따라서 연구대상자는 반영구화장 시술 후 만족도 중 시술 과정 중 시술자와 의사소통에 대한 만족도가 가장 높고, 시술 장소의 분위기에 대한 만족도가 가장 낮음을 알 수 있다. 홍수남(2017)의 연구결과에서는 전반적인 반영구화장 시술만족도는 평균 3.32점으로 나타났으며 요인별로는 ‘시술 환경′(M=3.45)이 가장 높게 나타났고, ’테크닉′(M=3.37), ‘시술설명′(M=3.13) 순으로 나타났다(홍수남 2017,169-170).

2) 반영구화장 시술 후 만족도와 추천 의사

반영구화장 시술 후에 대한 연구대상자의 만족도와 추천 의사에 대해 살펴본 결과는 <표 31>과 같다.

<표 31> 반영구화장 시술 후 만족도와 추천 의사

구 분	N	Mean
눈썹 시술 만족도	210	3.67
입술 시술 만족도	208	3.55
시술 후 전체 만족도	258	3.61
추 천 의 사	258	3.69

5점 만점 중 전체 평균이 눈썹 시술의 만족도는 3.67, 입술 시술의 만족도는 3.54이며, 시술 후 전체 만족도는 3.61로 높은 편이고, 추천 의사는 3.69

로 연구대상자의 반영구화장 시술 후 만족도와 시술 부위별 만족도, 추천 의사 모두 높은 것으로 나타나 연구대상자는 반영구화장 시술에 대한 만족도가 높으며 추천 의사에 긍정적인 영향을 미친 것으로 사료된다.

7. 반영구화장 만족도 요인

1) 반영구화장 시술 후 만족도 요인

반영구화장 시술 후에 대한 연구자의 만족도 요인에 대해 살펴본 결과는 다음과 같다.

<표 32> 반영구화장 시술 후 만족도 요인

모형	비표준화 계 수		표준화 계 수	t	유의확률
	B	표준오차	베타		
(상수)	.391	.163		2.396**	.017
시술 과정 중 시술자와 의사소통	.432	.042	.473	10.285***	.000
시술 장소의 분위기	.177	.040	.196	4.369***	.000
시술자의 전문성	.144	.047	.172	3.066***	.002
시술 전 충분한 나의 의견 전달	.134	.047	.153	2.849**	.005
시 술 서 비 스	.076	1.561	.120	.098	.622
시 술 결 과	.068	1.098	.276	.123	.573
통 증 정 도	.045	.806	.421	.051	.475
시 술 가 격	.041	.765	.445	.048	.513
청결한 시술 환경	.013	.238	.812	.015	.529

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

<표 32>에서 보는 바와 같이 연구대상자의 반영구화장 시술 후 만족도에 미치는 영향이 유의한 것은 '시술 과정 중 시술자와 의사소통'(β=0.473; t=10.285; p=0.000), '시술 장소의 분위기'(β=0.196; t=4.369; p=0.000), '시술자의 전문성'(β=0.172; t=3.066; p=0.002), 그리고 '시술 전 충분한 나의 의견 전달'(β=0.153; t=2.849; p=0.005)로 나타났으며 '시술 서비스', '시술 결과', '통증 정도', '시술 가격', '청결한 시술 환경'은 유의한 영향을 미치지 않는 것으로 나타났다.

박건희(2013)의 연구결과에서는 '시술자에 대한 요인(4.33)'의 중요도가 가장 높게 나오고, '경제적인 요인(3.90)'은 가장 낮은 것으로 보고되어 본 연구 결과와는 차이를 보였다(박건희 2013,70-71). 이것은 연구대상자인 베트남여성의 만족도 수준은 시술자와의 의사소통을 중요하게 생각하며, 반영구화장을 시술받은 비용이 50$~100$로 저렴하기 때문에 경제적인 요인의 만족도 수준이 높게 나온 것으로 사료된다.

송유이(2018)의 연구결과에서는 반영구화장에 대한 만족도요인은 시술 전 의사소통 원활(4.13), 불편함 없이 안전하게 시술(4.06), 시간 및 비용감축(4.05), 시술자의 전문기술(4.01)의 순으로 만족도가 높았다(송유이 2019,45). 이 결과는 본 연구와 비슷하게 의사소통이 가장 중요한 만족도 요인으로 나타났다.

2) 해외 거주 경험 여부에 따른 만족도 요인

해외 거주 경험 여부에 따른 연구대상자의 시술 후 만족도 요인을 알아보기 위해서 회귀분석을 실시한 결과가 다음과 같다.

해외 거주 경험이 있는 대상자의 만족도 요인에 대한 회귀분석의 설명력은 R2=0.616으로 82%에 달하는 것으로 나타나 회귀모형이 유의하였다.

<표 33> 해외 거주 경험이 있는 연구대상자의 만족도 요인

해외 거주 경험 있음					
	비표준화 계수		표준화 계수	t	유의 확률
	B	표준오차	베타		
(상 수)	.197	.178		1.107	.272
시술 과정 중 시술자와 의사소통	.372	.068	.421	5.461***	.000
시술 전 충분한 나의 의견 전달	.337	.068	.345	4.966***	.000
청결한 시술 환경	.219	.074	.239	2.975***	.004

*** p<.01

해외 거주 경험이 있는 연구대상자에게 반영구화장 시술 후 만족도에 미치는 영향이 유의한 것은 <표 33>과 같이 '시술 과정 중 시술자와 의사소통(β=0.421; t=5.461; p=0.000)'과 '시술 전 충분한 나의 의견 전달(β=0.345; t=4.966; p=0.000)', 그리고 '청결한 시술 환경(β=0.239; t=2.975; p=0.004)'으로 나타났으며 '시술자의 전문성'과 '시술 장소의 분위기'등의 변수는 유의하지 않았다.

'시술 과정 중 시술자와 의사소통'과 '시술 전 충분한 나의 의견 전달'의 두 항목 모두 커뮤니케이션에 해당하는 것으로 해외 거주 경험이 있는 대상자는 다른 요인보다 커뮤니케이션을 매우 중요하게 생각하는 것으로 사료된다. 또한 '청결한 시술 환경'의 요인이 유의하게 나온 결과는 해외 거주 경험을 통해 감염의 위험에 대한 노출로 안전에 대한 중요도가 높아진 것으로 보인다.

<표 34> 해외 거주 경험이 없는 연구대상자의 만족도 요인

해외 거주 경험 없음					
	비표준화 계수		표준화 계수	t	유의 확률
	B	표준오차	베타		
(상 수)	.521	.234		2.221**	.028
시술 과정 중 시술자와 의사소통	.425	.054	.455	7.838***	.000
시술자의 전문성	.219	.050	.263	4.342***	.000
시술 장소의 분위기	.206	.055	.222	3.770***	.000

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

해외 거주 경험이 없는 연구대상자에게 반영구화장 시술 후 만족도에 미치는 영향이 유의한 것은 <표 34>와 같이 '시술 과정 중 시술자와 의사소통(β=0.455; t=7.838; p=0.000)'과 '시술자의 전문성(β=0.263; t=4.342; p=0.000)', 그리고 '시술 장소의 분위기(β=0.222; t=3.770; p=0.000)'로 나타났으며 '시술 전 충분한 나의 의견 전달'과 '청결한 시술 환경'등의 변수는 유의하지 않았다.

'시술 과정 중 시술자와 의사소통'이 가장 큰 만족도 요인으로 나타난 것은 해외 거주 경험 여부와 관계없이 커뮤니케이션이 중요하다는 것을 알 수 있다. 또한 '시술자의 전문성'과 '시술 장소의 분위기'의 요인이 유의하게 나온 결과는 연구대상자가 고급 SPA(미용 토탈숍)의 고객이 포함된 것을 감안하여 분위기와 시술자의 전문성을 높이 평가한 것으로 사료된다.

8. 반영구화장 재방문

1) 반영구화장 재방문 의사

연구대상자의 재방문 의사에 대해 살펴본 결과는 <표 35>와 같다.

<표 35> 추후 반영구화장 시술 시 재방문 의사

구 분		재 방 문	새로운 곳	시술받을 의향 없음	계	χ2 (df)	p
연 령	20~25세	3(8.6)	21(60.0)	11(31.4)	35(13.6)	36.13*** (8)	0.000
	26~30세	10(22.7)	21(47.7)	13(29.5)	44(17.1)		
	31~40세	41(45.6)	46(51.1)	3(3.3)	90(34.9)		
	41~50세	20(39.2)	26(51.0)	5(9.8)	51(19.8)		
	51세 이상	16(42.1)	17(44.7)	5(13.2)	38(14.7)		
결 혼 여 부	기 혼	70(38.5)	91(50.0)	21(11.5)	182(70.5)	5.72 (2)	0.057
	미 혼	20(26.3)	40(52.6)	16(21.1)	76(29.5)		
직 업	개인사업	19(28.4)	39(58.2)	9(13.4)	67(26.0)	40.57*** (10)	0.000
	전문직	22(53.7)	16(39.0)	3(7.3)	41(15.9)		
	회사원/기타	15(44.1)	15(44.1)	4(11.8)	34(13.2)		
	학생/대학원생	2(6.1)	18(54.5)	13(39.4)	33(12.8)		
	공무원	18(36.7)	30(61.2)	1(2.0)	49(19.0)		
	주 부	14(41.2)	13(38.2)	7(20.6)	34(13.2)		
최 종 학 력	고졸 이하	21(36.8)	27(47.4)	9(15.8)	57(22.1)	0.77 (6)	0.993
	전문대 졸	10(37.0)	13(48.1)	4(14.8)	27(10.5)		
	대 졸	42(32.8)	68(53.1)	18(14.1)	128(49.6)		
	대학원 졸	17(37.0)	23(50.0)	6(13.0)	46(17.8)		
가정의 월소득	2,000$ 이하	22(23.4)	52(55.3)	20(21.3)	94(36.4)	19.74** (6)	0.003
	2,001~4,000$	24(31.6)	45(59.2)	7(9.2)	76(29.5)		
	4,001~10,000$	18(47.4)	14(36.8)	6(15.8)	38(14.7)		
	10,001$ 이상	26(52.0)	20(40.0)	4(8.0)	50(19.4)		
해 외 거 주 경 험	있 음	23(27.4)	40(47.6)	21(25.0)	84(32.6)	12.12** (2)	0.002
	없 음	67(38.5)	91(52.3)	16(9.2)	174(67.4)		
전 체		90(34.9)	131(50.8)	37(14.3)	258(100.0)		

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

<표 35>에서 보는 바와 같이 추후 반영구화장 시술 장소로 새로운 곳을 선호하는 여성이 50.8%로 많았으며, 재방문하길 원하는 여성이 34.9%로 나타났고, 차후에 또 시술받을 의향이 없는 여성은 14.3%를 차지하였다.

연령별로는 20~25세 여성이 다른 연령대의 여성보다 추후 반영구화장 시술 장소로 새로운 곳을 더 선호하였고, 31~40세 여성은 다른 여성보다 재방문하기를 더 선호하였으며, 연령에 따라서 유의미한 차이를 보였다(χ^2=36.13, p<.001).

직업별로는 전문직에서 종사하는 여성이 다른 여성보다 추후 반영구화장 시술 장소로 재방문을 더 선호하였고, 학생/대학원생은 다른 여성보다 시술받을 의향이 없었으며, 공무원인 여성은 다른 여성보다 새로운 곳을 더 선호하였고, 직업에 따라서서 유의미한 차이를 보였다(χ^2=40.57, p<.001).

가정의 월 소득별로는 가정의 월 소득이 많은 여성일수록 추후 반영구화장 시술 장소로 재방문을 더 선호하였고, 2,001~4,000$인 여성은 다른 여성보다 새로운 곳을 더 선호하였으며, 가정의 월 소득에 따라서 유의미한 차이를 보였다(χ^2=19.74, p<.05). 해외 거주 경험별로는 해외에 거주한 경험이 있는 여성이 경험이 없는 여성보다 추후 반영구화장 시술 시 시술받을 의향이 없었고, 해외에 거주한 경험이 없는 여성은 있는 여성보다 시술받았던 곳 보다 새로운 곳을 더 선호하였으며, 해외 거주 경험에 따라서 유의미한 차이를 보였다(χ^2=12.12, p<.01).

이상과 같이 연구대상자는 추후 반영구화장 시술 장소로 재방문 하기보다는 새로운 곳을 선호하였으며, 20~25세인 여성과 공무원에 종사하는 여성, 가정의 월 소득이 2,001~4,000$인 여성, 그리고 해외에 거주한 경험이 없는 여성이 다른 여성보다 추후 반영구화장 시술 장소로 새로운 곳을 더 선호하였다.

2) 재방문 의사가 없는 이유

반영구화장 시술을 받은 여성이 재방문 의사가 없는 이유에 살펴본 결과는 다음과 같다.

<표 36> 재방문 의사가 없는 이유

구 분	빈 도(N)	백분율(%)
디자인이 마음에 들지 않음	62	36.9%
시술자의 전문성이 떨어짐	40	23.8%
청결하지 않은 시술 환경	25	14.9%
서비스가 좋지 않음	19	11.3%
가격이 비쌈	17	10.1%
분위기가 좋지 않음	3	1.8%
통증이 심함	2	1.2%
계	168	100.0

<표 36>에서 보는 바와 같이 기존에 시술받은 곳의 '디자인이 마음에 들지 않음'이 36.3%로 가장 많았고, 다음으로는 '시술자의 전문성이 떨어짐'이 23.8%, '청결하지 않은 시술 환경'이 14.9%, '서비스가 좋지 않음'이 11.3%, '가격이 비쌈'이 10.1%, '분위기가 좋지 않음'이 1.8%, '통증이 심함'이 1.2%의 순이다.

따라서 '디자인이 마음에 들지 않는 것'과 '시술자의 전문성이 떨어짐'이 반영구화장 시술을 받은 곳에 재방문하지 않는 주된 이유로 나타났다. 이것

은 본 연구결과에서 연구대상자 중 반영구화장 경험이 있는 대상자가 새로운 곳을 선택함에 있어서 고려하는 우선 사항이 '디자인'과 '시술자의 전문성'을 우선 고려한다는 결과와도 일치한다.

9. 반영구화장 시술 경험 여부에 따른 차이

1) 눈썹에 대한 현재 고민

연구대상자 중 눈썹에 대한 고민을 시술 경험 여부에 따라 살펴본 결과는 다음과 같다.

<표 37> 눈썹에 대한 현재 고민(복수응답)

구 분	시술 경험자			시술 무경험자		
	빈 도(N)	백분율(%)	N값 대비 백분율(%)	빈 도(N)	백분율(%)	N값 대비 백분율(%)
눈썹을 그릴 줄 모름	77	17.9	36.7	43	20.3	31.4
전체적으로 숱이 없음	72	16.8	34.3	33	15.6	24.0
디자인이 마음에 들지 않음	70	16.3	33.3	22	10.4	16.1
끝이 흐린 반쪽 눈썹	58	13.5	27.6	32	15.1	23.4
내 이미지에 어울리지 않음	54	12.6	25.7	13	6.1	9.5
비 대 칭	39	9.1	18.6	25	11.8	18.2
숱이 너무 많음	17	4.0	8.1	22	10.4	16.1
컬러가 마음에 들지 않음	14	3.3	6.7	0	0	0
자연스럽지 않음	8	1.9	3.8	0	0	0
흉 터	3	0.7	1.4	0	0	0
없 음	17	4.0	8.1	22	10.4	16.1
계	429	100.0	N=210	212	100.0	N=137

<표 37>에서 보는 바와 같이 눈썹에서 '눈썹을 그릴 줄 모르다'가 고민인 여성이 17.9%로 가장 많았고, 다음으로는 '전체적으로 숱이 없다' 16.3%, '디자인이 마음에 들지 않는다' 16.3%, '끝이 흐린 반쪽 눈썹이다' 13.5%, '내 이미지에 어울리지 않는다' 12.6%, '비대칭' 9.1%, '숱이 너무 많다' 4.0% 순으로 나타났고, '고민이 없다'는 여성은 4.0%를 차지하였다.

따라서 연구대상자는 눈썹에서 눈썹을 그릴 줄 모르는 것과 눈썹의 숱이 없는 것, 디자인이 마음에 들지 않는다, 끝이 흐린 반쪽 눈썹이다 등의 고민이 골고루 나와 눈썹 반영구화장을 많이 원하는 것을 알 수 있다. 향후 뷰티숍을 운영할 때에는 눈썹 그리는 방법을 교육해 주는 프로그램을 넣으면 좋은 마케팅이 될 것으로 사료된다.

2) 입술에 대한 현재 고민

입술에 대한 고민을 시술 경험 여부에 따라 살펴본 결과는 다음과 같다.

<표 38> 입술에 대한 현재 고민(복수응답)

구 분	시술 경험자			시술 무경험자		
	빈 도(N)	백분율(%)	N값 대비 백분율(%)	빈 도(N)	백분율(%)	N값 대비 백분율(%)
입술이 얇다	20	5.2	9.6	15	7.0	10.9
입술이 두껍다	32	8.4	15.4	16	7.5	11.7
비 대 칭	18	4.7	8.7	19	8.9	13.9
처진 입꼬리	23	6.0	11.1	12	5.6	8.8
선명하지 않은 윤곽	64	16.7	30.8	26	12.2	19.0
입술색이 어둡다	130	33.9	62.5	90	42.3	65.7
흐린 입술색으로 아파보임	41	10.7	19.7	22	10.3	16.1
변 색 됨	15	3.9	7.2	0	0 (0)	0
자연스럽지 않음	27	7.0	13.0	0	0 (0)	0
흉 터	3	0.8	1.4	3	1.4	2.2
없 음	10	2.6	4.8	10	4.7	7.3
계	383	100.0	N=208	213	100.0	N=137

<표 38>에서 보는 바와 같이 입술 반영구화장 시술 경험자와 시술 무경험자 둘 다에서 '어두운 입술색'이 가장 큰 고민으로 나타났고, 다음으로는 '선명하지 않은 윤곽', '흐린 입술색으로 아파보임'의 순으로 나타났다. 반영구화장 경험 여부를 막론하고 연구대상자의 입술에 대한 고민은 어두운 입술색인 것으로 파악되었다. 김현숙(2016)의 연구결과에서는 입술 부분 고민거리가 건조함(55.7%)로 나타나 최대 고민이 입술의 건조함인 중국과도 차이가 보였다(김현숙 2016,35-38).

이것은 베트남의 기후가 고온다습하기 때문에 연구대상자가 입술에 대한 건조함의 고민은 없는 것으로 짐작되며, 피부의 멜라닌 색소가 한국여성에 비해 많기 때문에 입술색이 어두운 유전적 요인을 가지고 있기 때문이라 사료된다.

3) 반영구화장 시술 선택 시 우선 고려사항

반영구화장 시술 경험 여부에 따른 시술 선택 시 우선 고려사항은 다음과 같다.

<표 39> 반영구화장 시술 선택 시 우선 고려사항(복수응답)

구 분	반영구화장 시술 경험자			반영구화장 시술 무경험자		
	빈 도(N)	백분율(%)	N값 대비 백분율(%)	빈 도(N)	백분율(%)	N값 대비 백분율(%)
디 자 인	148	24.3	57.4	99	28.0	72.3
시술자의 전문성	106	17.4	41.1	38	10.7	27.7
시 술 서 비 스	102	16.8	39.5	20	5.6	14.6
시 술 가 격	84	13.8	32.6	45	12.7	32.8
청결한 시술 환경	76	12.5	29.5	69	19.5	50.4
시술 시 통증이 적은 곳	56	9.2	21.7	64	18.1	46.7
시술 장소의 분위기	36	5.9	14.0	19	5.4	13.9
계	608	100.0	N=258	354	100.0	N=137

<표 39>에서 보는 바와 같이 반영구화장을 시술 받은 경험이 있는 연구대상자는 반영구화장 시술 선택 시 우선 고려사항으로 '디자인(57.4%)'을 가장 많이 선택하였고 '시술자의 전문성(41.1%)'과 '시술 서비스(39.5%)', '시술 가격(32.6%)'과 '청결한 시술 환경(29.5%)', '시술 시 통증이 적은 곳(21.7%)', 그리고 '시술 장소의 분위기(14.0%)'의 순으로 선택하였다.

반영구화장을 시술 받은 경험이 없는 연구대상자는 반영구화장 시술 선택 시 우선 고려사항으로 '디자인(72.3%)'을 가장 많이 선택하였고 '청결한 시술 환경(50.4%)'과 '시술 시 통증이 적은 곳(46.7%)', '시술 가격(32.8%)'과 '시술자의 전문성(27.7%)', '시술 서비스(14.6%)', 그리고 '시술 장소의 분위기(13.9%)'의 순으로 선택하였다.

반영구화장 시술 경험이 있는 연구대상자는 추후 반영구화장 시술을 선택할 때 '디자인'과 '시술자의 전문성', 그리고 '시술 서비스'를 우선시하여 고려함을 알 수 있다. 그리고 반영구화장 시술 경험이 없는 연구대상자는 추후 반영구화장 시술을 선택할 때 '디자인'과 '청결한 시술 환경', 그리고 '시술 시 통증이 적은 곳'을 우선시하여 고려함을 알 수 있다.

반영구화장 시술 경험 여부를 막론하고 연구대상자는 '디자인'을 가장 중요시 여기는 것으로 나타났다. 이것은 '예뻐 보이기 위해 반영구화장을 한다'고 인식하는 연구대상자가 67.8%로 가장 많게 나타난 결과와도 연관되며, 반영구화장 시술을 받지 않은 이유가 '시술이 잘못될까 봐 두렵다'가 51.4%로 나타난 본 연구의 결과와 감염 등의 부작용과 시술에 대한 두려움으로 청결한 시술 환경과 시술 시 통증이 적은 곳을 고려하는 것과 연관 지어진다.

V. 결 론

1. 요약 및 결론

베트남여성을 대상으로 연구대상자가 선호하는 이미지와 메이크업, 반영구화장에 대한 선호도와 선택요인을 분석하여 반영구화장의 이용 실태와 시술 과정, 만족도 요인과 재방문 의사 그리고, 반영구화장 시술 경험 여부에 따른 차이를 조사하였다.

본 연구의 결과를 요약하면 다음과 같다.

첫째, 연구대상자가 선호하는 이미지와 메이크업에 대해 알아본 결과 맑고 청순한 이미지(6.6%)를 가장 선호하였으며 한국뷰티 이미지에 대한 호감도는 90.4%로 높은 결과를 나타내었다. 선호하는 메이크업 중 눈썹 디자인은 일자형(40.3%)이며 다크브라운(65.8%) 컬러를 선호하였고, 입술 디자인은 볼륨감이 있는 도톰한 입술(47.1%)에 레드오렌지(30.9%) 컬러를 선호하였다.

둘째, 일반적 특성에 따른 반영구화장 이용 실태를 통해 반영구화장을 시술한 경험이 있는 여성이 65.3%로 파악되었다. 반영구화장을 시술받은 이유는 예뻐 보이기 위해서(67.8%)이며, 반영구화장 시술을 받지 않은 이유로는 자연스러운 상태가 좋거나(52.6%) 시술이 잘못될까 두려워서(51.1%) 시술받지 않았다는 의견이 나타났다.

시술한 경험이 있는 연구대상자 중 현재까지 시술받은 부위로는 눈썹(81.4%)과 입술(80.6%)이 많았고, 시술 경험이 없는 연구대상자는 앞으로

눈썹과 입술에 시술받기를 원하는 것으로 조사되어 눈썹과 입술에 대한 시술에 대한 관심이 높다는 것을 확인하였다.

시술 횟수가 1회인 연구대상자가 절반 이상을 차지하였으며, 시술받은 장소로는 SPA(미용 토탈숍)에서 가장 많이 시술받았다. 그리고 반영구화장 시술 경험자의 권유(57.0%)가 반영구화장 시술 선택에 가장 큰 영향을 미친다고 인식하는 것으로 파악되었으며, 감염 등의 부작용(50.4%)과 심한 통증(42.6%)을 염려하였다.

셋째, 반영구화장 시술 과정에 대해 알아본 결과, 눈썹 시술은 그러데이션 기법(파스텔 눈썹)으로 시술받은 연구대상자가 56.2%로 가장 많았고, 일자형 눈썹(30.6%) 디자인에 다크브라운(63.8%) 컬러를 통증(2.34)이 거의 없이 51~100불(30.5%)의 비용으로 시술받은 것으로 나타났다. 시술 후 '재생크림이나 연고 도포'에 대해 89.0%로 관리사항의 설명을 전달받았음을 알 수 있었다.

입술 시술은 그러데이션 기법(파스텔 눈썹)으로 시술받은 연구대상자가 57.2%로 가장 많았고, 입술 라인 그대로 디자인(51.0%)에 레드오렌지(24.0%) 컬러를 약간의 통증(2.60)을 느끼며 101~200불(50.5%)의 비용을 들여 시술받은 것으로 나타났다. 시술 후 '재생크림이나 연고 도포'에 대해 83.2%로 관리사항의 설명을 전달받았음을 알 수 있었다.

넷째, 연구대상자의 반영구화장 시술에 대한 만족도와 재방문 의사를 파악해 본 결과, 시술 후 만족도 수준은 평균 3.63으로 높게 나타났으며 시술 과정 중 시술자와의 의사소통에 의한 만족도를 3.79로 가장 높이 평가하였고 시술 장소의 분위기에 대한 만족도를 3.42로 가장 낮게 평가함을 알 수 있었다. 시술 부위별로 눈썹이 3.37, 입술 3.34로 시술 결과의 만족도가 그리

높지 않았으나 반영구화장 시술 후 만족도(3.61)와 추천 의사(3.69)는 모두 높은 편으로 파악되었다.

만족도 요인을 조사한 결과 해외 거주 경험이 있는 연구대상자는 '시술 과정 중 시술자와 의사소통(t=5.461***)'과 '시술 전 충분한 나의 의견 전달(t=4.966***)', 그리고 '청결한 시술 환경(t=2.975***)'이 만족도에 유의한 영향을 미치는 것으로 나타났다. 해외 거주 경험이 없는 연구대상자는 '시술 과정 중 시술자와 의사소통(t=7.838***)'과 '시술자의 전문성(t=4.342***)', 그리고 '시술 장소의 분위기(t=3.770***)'가 만족도에 유의한 영향을 미치는 요인으로 분석되었다.

연구대상자가 반영구화장을 시술받은 곳에 대한 재방문 의사는 34.9%로 낮은 편이었으며, 재방문 의사가 없는 이유로 디자인이 마음에 들지 않아서(36.9%) 또는 시술자의 전문성이 떨어져서(23.8%) 재방문하지 않겠다고 응답하였다.

다섯째, 연구대상자 중 반영구화장 시술 경험 여부에 따른 시술 시 선택 요인을 알아본 결과 모든 연구대상자의 눈썹에 대한 고민은 눈썹을 그릴 줄 모르는 것과 눈썹에 전체적으로 숱이 없는 것으로 나타났다. 입술에 대한 고민 또한 모든 연구대상자에게서 어두운 입술색이 62.5% 이상으로 보고되어 가장 큰 고민임을 알 수 있었다. 이는 한국 시장과는 차별화된 결과로 시술 경험에 있어서 한국이 눈썹과 아이라인 위주인데 반하여 베트남은 입술 시술이 80% 이상으로 어두운 입술에 대한 고민이 크다는 중요한 결과를 검증하였다.

반영구화장을 시술한 경험이 있는 연구대상자는 반영구화장 시술 선택 시 디자인(57.4%)과 시술자의 전문성(41.1%), 그리고 시술 서비스(39.5%)를 우선 고려하였고, 시술한 경험이 없는 연구대상자는 디자인(72.3%)과 청결한

시술 환경(50.4%), 그리고 시술 시 통증이 적은 곳(46.7%)을 우선 고려함을 알 수 있었다.

이처럼 베트남여성은 예뻐 보이기 위하여 반영구화장을 시술받으며 만족도와 추천 의사, 모두 높은 편으로 나타났다. 맑고 청순한 이미지와 그에 맞는 일자형 눈썹, 어두운 입술을 커버하기 위해 레드오렌지 컬러의 입술 시술을 선호하였다. 시술 과정 중 시술자와 의사소통이 잘 되었을 때 가장 크게 만족을 느꼈음에도 불구하고 재방문 의사는 낮게 파악되었다. 시술받은 디자인이 마음에 들지 않는다고 인식되어 재방문하기보다는 새로운 곳에서 시술받기를 더 원하였다.

고객이 좀 더 편안하게 자신의 의사를 이야기하고 상담을 통해 디자인과 시술에 대해 충분히 이해하는 것이 중요하다는 것을 시사한다. 반영구화장 업체가 재방문 고객을 놓치지 않고, 반영구화장의 시술 후 만족도를 높이기 위해서는 시술 과정 중 시술자와 의사소통을 명확히 할 수 있는 상담 시스템을 강화하고, 교육을 통한 전문성을 갖춘 전문가를 영입하며 시술 장소의 분위기 등의 서비스를 강화하면 고객의 만족도와 재방문율을 높일 수 있을 것으로 사료된다.

본 연구는 베트남 반영구화장 시장의 특징을 조사하고 국내 반영구화장의 시장과의 차별성을 비교·분석하여 학문적 발전과 산업 발전에 이바지하고자 설문조사를 통하여 연구·분석하였다. 향후 베트남에 진출하는 한국 반영구화장 아티스트들이 철저한 현지화 전략으로 반영구화장 사업에 진출하는 데에 도움이 되길 바라며 베트남 뷰티 시장 분석의 기초자료로 기여하기를 바란다.

2. 연구의 한계점 및 제언

베트남여성 중 연구자가 속해있는 고급 SPA(미용 토탈숍)에 멤버십을 가지고 있는 손님을 포함하여 조사하였고 하노이와 호찌민의 대도시 여성을 대상으로 한정하여 조사하였으므로 베트남의 일반적인 여성으로 연구의 결과를 해석하기는 어렵다. SNS나 네트워크를 통한 베트남 전 지역의 다양한 여성을 대상으로 한 조사가 필요할 것으로 사료되며 베트남 반영구화장에서 더 나아가 베트남여성과 한국여성의 반영구화장 실태 및 만족도를 비교 분석하는 후속 연구를 제안한다.

베트남 반영구화장 실태를 조사한 결과 연구대상자는 시술 장소의 분위기에 대한 만족도가 가장 낮은 것으로 파악되어 개선이 필요하다는 결과가 나타났으며, 위생에 대한 인식과 시술자의 전문성이 부족한 것으로 인식하여 연구대상자의 재방문율이 떨어지는 것으로 분석되었다.

반영구화장의 트렌드가 빠르게 변화하는 만큼 최신기기와 더불어 새로운 기법을 도입하고 전문 교육기관의 양성으로 시술자의 체계적인 교육이 필요하다. 위생교육과 함께 고객서비스를 강화하여 고객만족 뿐 아니라 재방문으로 긍정적인 흐름을 도출하기 위한 노력이 필요할 것으로 사료된다.

참 고 문 헌

<단행본>

김주덕. 2011. *최신 화장품학.* 파주: 광문각.

김주덕, 김상진, 김한식, 박경환, 이화순, 진종언. 2004. *신화장품학.* 파주: 동화기술.

김춘득. 2002. *동서양 미용문화사.* 서울: 현문사.

다니얼 맥닐. 2003. *얼굴.* 서울: 사이언스북스.

박경수. 2017. *관상을 바꾸는 반영구 화장.* 파주: 시대인.

서수진. 2014. *올 댓 메이크업: 초보에서 프로까지 기초에서 셀럽까지 메이크업의 모든 것.* 서울: 페퍼민트.

서은경, 홍지민. 2018. *반영구화장개론.* 서울: 여문각.

신기원. 2010. *신기원의 꼴 관상학.* 고양: 위즈덤하우스.

오세희. 2011. *스타일 메이크업.* 서울: 성안당.

이미자. 2009. *응용아트 메이크업.* 서울: 경춘사.

이유재. 2010. *서비스마케팅.* 파주: 학현사.

이진명. 2005. *영구문신과 반영구 화장의 실제.* 서울: 여문각.

조승복. 2004. *반영구 화장의 이해에서 시술까지.* 서울: 한미의학.

한승경. 2014. *백반증, 발병부터 완치까지.* 서울: 동아시아.

한지수. 2018. *반영구 메이크업 디자인.* 서울: 경춘사.

한지수, 이유나. 2016. *청소년 메이크업.* 파주: Book Star.

한지수. 2011. *컬러리스트.* 서울: 경춘사.

황선희, 김도이, 최정순, 유진우, 이정민. 2018. *뷰티색채학.* 고양: 한국의 맥.

Euny Hong. 2014. The birth of Korean cool: *How one nation is conquering the world through pop culture.* New York: Picador.

Grahan, J. A., and A. M. Kligman. 1985. *The psychology of cosmetic treatment.* New York: Prager Publisher.

Hill, Pamela, Judith Culp. 2007. *Permanent makeup: tips and techniques.* New York: Thomson Delmar Learning.

<학술지>

고혜정, 김용선. 2003. “한국 세미 퍼머넌트 메이크업 행위에 대한 제도 개선방안에 관한 연구.” *대한피부미용교육학술지*1(3):11-23.

김도연, 최태부. 2014. “반영구화장에 대한 경험 고객의 인식도 조사: 한국, 일본, 미국 비교.” *한국미용학회지*20(6):1083-1090.

김봉환, 박용택, 이창열. 2018. “트리즈 기법을 이용한 탈부착 가능 잉크 카트리지 반영구화장기기 개발.” *한국기계기술학회지*20(4):516-521.

김성희, 김예성. 2008. “얼굴형에 따른 눈썹화장에 대한 연구.” *한국인체예술학회지*9(3):77-92.

김수환, 김찬주, 안춘순. 2018. “베트남여성의 피부색 특성 연구.” *한국미용학회지*24(2):223-235.

김일환, 서수홍, 손상욱, 최재은. 2008. “여드름 환자에서 경구 Isotretinoin이 입술 피부장벽에 미치는 영향과 이에 대한 보습제의 예방 효과에 대한 연구.” *대한피부과학회지*46(10):1353-1356.

김주덕, 신혜진. 2007. “화장품 소비자의 연령별에 따른 구매 형태 및 성향.” *한국미용학회지*13(3):1130-1146.

김주덕, 조선영. 2009. “실버세대 여성의 화장에 대한 태도와 화장품 구매행동에 관한 연구.” *한국미용학회지*15(4):1477-1492.

김지원, 박예원, 홍철화. 2019. “베트남 내 한국 화장품 브랜드 접근성 및 판매 향상을 위한 종합 뷰티 어플리케이션 ‘K.I.M’ 개발.” *한국HCI학회지*2019(2):1395-1398.

박연희. 2006. “특수 화장 기법 반영구화장.” *코리아뷰티디자인학회지*2(1):109-110.

박충선. 2002. “독신에 대한 인식과 만족도에 관한 탐색적 연구.” *가정관리학회지*20(6):163-171.

심화진, 이병화. 2006. “우리옷 CRM의 성과에 영향을 미치는 마케팅 요인에 관한 연구.” *한국의류학회지*30(5):663-673

이가룡, 이정민. 2012. “세미 퍼머넌트 메이크업 시술 기법 분석.” *한국미용예술학회지*6(4):111-121.

홍수남. 2017. “반영구화장의 시술만족도가 긍정성 및 부정성 효과에 미치는 영향.” *한국미용학회지*23(1):187-197.

Alvaro C., Traquina Md. 2001. “Micropigmentation as an adjuvant in cosmetic surgery of the scalp.” *Dermatologic surgery*27(2): 123-128.

Arun K. Singh, Durga Karki. 2010. “Micropigmentation: tattooing for the treatment of lip vitiligo.” *Journal of Plastic, Reconstructive & Aesthetic Surgery*63(6):988-991.

Churchill Jr., Gilbert A., Carol Surprenant. 1982. “An investigation into the determinants of customer satisfaction.” *Journal of marketing research*19(4):491-504.

Garg, Geeta, Gurvinder P., Thami. 2005. “Micropigmentation: tattooing for medical purposes.” *Dermatologic surgery*31(8):928-931.

Glassy, Crystal M., Matthew S., Glassy, Saleh Aldasouqi. 2012. “Tattooing: medical uses and problems.” *Cleveland Clinic Journal of Medicine*79(11):761-770.

Goldman, Alberto, Uwe Wollina. 2014. “Severe unexpected adverse effects after permanent eye makeup and their management by Q-switched Nd: YAG laser.” *Clinical interventions in aging*2014(9):1305-1309.

Jae Hyun Park, Seung Hyun You, Na Rae Kim. 2019. “Shaved hair style scalp medical tattooing technique for treatment of advanced male pattern baldness patients.” *International journal of dermatology*58(1):103-107.

Morgan, Robert M., Shelby D. Hunt. 1994. “The Commitment-TrustTheory of RelationshipMarketing.“ *Journal of Marketing*58(Jul):20-38

Oliver, Richard L. 1981. “CS/D-Overview and Future Research Directionin Conseptualization and measurement of Consumer Satisfaction and Dissatisfaction.″ *Cambridge*MA:Marketing Science Institute.

Tittelbach, Jörg, Melanie Peckruhn, Sibylle Schliemann, Peter Elsner. 2018. “Sarcoidal Foreign Body Reaction as a Severe Side-effect to Permanent Makeup: Successful Treatment with Intralesional Triamcinolone.” *Acta dermato-venereologica*98(3-4):458-459.

Vance, Karl K. Fishman, Patricia M. Gaitonde, Sujata S. Krunic, Aleksandar L. 2014. “Indurated Nodules Within a Tattoo: A Quiz.” *Acta dermato-venereologica*94(1):126-127.

Snejina Vassileva, Evgeniya Hristakieva. 2007. “Medical applications of tattooing.” *Clinics in dermatology*25(4):367-374.

Wollina, Uwe. 2011. “Nodular skin reactions in eyebrow permanent makeup: two case reports and an infection by Mycobacterium haemophilum.” *Journal of cosmetic dermatology*10(3):235-239.

<학위논문>

강근영. 2011. “여성의 메이크업과 얼굴의 부분별 형태가 인상형성에 미치는 영향.” 박사학위논문, 중앙대학교 대학원.

김도연. 2012. “세미 퍼머넌트 메이크업에 대한 고객 인식도 변화에 관한 연구.” 석사학위논문, 한성대학교 예술대학원.

김도연. 2014. “반영구화장 시술 방법에 따른 한국, 일본, 미국인의 선호도 비교.” 박사학위논문, 건국대학교 대학원.

김윤희. 2016. “남성의 반영구화장 시술에 대한 경험 인식 및 만족도 연구.” 석사학위논문, 건국대학교 산업대학원.

김현숙. 2016. “중국 광동지역 여성의 입술 컨투어 메이크업 서비스 연구.” 석사학위논문, 광운대학교 정보콘텐츠대학원.

김혜옥. 2017. “반영구 화장의 인지, 실태 및 만족도에 따른 의미와 전망에 대한 연구.” 석사학위논문, 광운대학교 경영대학원.

김회경. 2007. “수요자 측면에서의 여성 퍼머넌트 메이크업 미용형태 연구.” 석사학위논문, 중앙대학교 의약식품대학원.

박건희. 2013. “반영구 화장의 시술실태에 관한 연구.” 석사학위논문, 중앙대학교 예술대학원.

박성빈. 2010. “호텔CRM요인이 고객가치·고객만족과 재방문 의도에 미치는 영향.” 석사학위논문, 경기대학교 대학원.

박주영. 2018. “반영구 화장 도구에 따른 눈썹 기법 사례 및 인식 연구.” 석사학위논문, 한남대학교 사회문화행정복지대학원.

송유이. 2019. “반영구 화장 시술경험자의 인식, 만족도 및 위험지각에 관한 연구.” 석사학위논문, 한남대학교 사회문화행정복지대학원.

어경현. 2018. “눈썹 반영구화장 재시술 만족도 연구.” 석사학위논문, 숙명여자대학교 원격대학원.

이고은. 2009. “30~40대 미혼 여성의 라이프스타일과 의복구매행동.” 석사학위논문, 고려대학교 대학원.

이승용. 2007. “두피 및 눈썹 부위의 반흔에서 시행한 미세색소침착술 결과.” 석사학위논문, 전북대학교 대학원.

이은경. 2017. “남성전문 뷰티 살롱의 이용 실태와 만족도 연구.” 석사학위논문, 을지대학교 보건대학원.

이정은. 2014. “피부관리숍 이용 행태와 고객서비스 만족도 및 선호도.” 석사학위논문, 가천대학교 경영대학원.

이종호. 2005. “서비스편익의 고객만족이 구전 및 재구매 의도에 미치는 영향.” 석사학위논문, 전북대학교 경영대학원.

이지영. 2005. “반영구화장 문신 비교 연구.” 석사학위논문, 한남대학교 사회문화과학대학원.

이화선. 2010. “눈썹형태가 얼굴에 미치는 이미지에 관한 연구.” 석사학위논문, 성신여자대학교 뷰티융합대학원.

임우경. 2017. “여대생 이미지 관리행동이 자아존중감에 미치는 영향.” 석사학위논문, 성신여자대학교 뷰티융합대학원.

임주아. 2015. “중국인 세미퍼머넌트 메이크업 실태 및 기법 선호도.” 석사학위논문, 건국대학교 교육대학원.

정유진. 2016. “반영구화장 민간자격 검정교육 만족도 및 정기교육 필요성에 관한 연구.” 석사학위논문, 대구한의대학교 보건복지대학원.

조선영. 2012. “대중스타의 눈썹 메이크업 유행이 20대 여대생의 눈썹 메이크업에 미치는 영향연구: 2010년 이후 국내 여성스타를 중심으로.” 석사학위논문, 건국대학교 디자인대학원.

조소영. 2013. “효과적인 눈썹보정을 위한 반영구 특수메이크업 기법 연구.” 석사학위논문, 서경대학교 미용예술대학원.

조채연. 2018. “눈썹 메이크업 형태별 인상과 관상학의 상관관계.” 석사학위논문, 한성대학교 예술대학원.

진은주. 2015. “눈썹 반영구화장 기법에 따른 고객만족도 및 통증연구.” 석사학위논문, 건국대학교 산업대학원.

함은주. 2004. “세미퍼머넌트 메이크업에 있어 지각된 위험 및 신체이미지가 태도와 행위의도에 미치는 영향에 관한 연구.” 석사학위논문, 조선대학교 디자인대학원.

홍지민. 2016. “중국 여성의 한국 퍼머넌트 메이크업에 대한 디자인 선호와 만족도 실태 조사.” 석사학위논문, 중앙대학교 예술대학원.

황선희. 2015. “프로스테틱 특수분장이 심리·생리적 특성에 미치는 영향.” 박사학위논문, 성신여자대학교 일반대학원

Nguyen Hue Tho. 2018. “베트남에 미치는 한국 엔터테인먼트 산업의 영향 연구.” 졸업논문, 하노이 국립대학교 외국어대학.

Vu Thi Thao. 2014. “베트남 소비자의 한국화장품 구매성향이 만족도와 재구매의도에 미치는 영향에 관한 연구.“ 석사학위논문, 조선대학교 일반대학원.

<인터넷 기사>

“강경화 외교부 장관, 베트남 공식 방문 결과.” (2019년 5월 25일) 외교부. 2018년 3월 10일 수정, http://www.mofa.go.kr/www/brd/m_4076/view.do?seq=367953.

“베트남식 경제 모델, 일단 한다면 북한...” (2019년 3월 15일) 중앙일보. 2019년 3월 13일 수정, https://news.joins.com/article/23409028.

“베트남 ‘신(新)여성’을 아시나요?” (2019년 3월 18일) 베한타임즈. 2019년 3월 16일 수정, http://www.viethantimes.com/news/articleView.html?idxno=11971.

“베트남 자외선 차단제 시장동향” (2019년 3월 20일) 코트라 해외시장뉴스. 2018년 9월 27일 수정, https://news.kotra.or.kr/user/globalBbs/kotranews/783/globalBbsDataView.do?setIdx=254&dataIdx=169741.

“베트남 축구영웅 박항서 감독 2년 연속 농림수산식품부 홍보...” (2019년 5월 2일) 글로벌이코노믹. 2019년 4월 26일 수정, http://news.g-enews.com/view.php?ud=2019042611001882819ecba8d8b8_1&md.

"'뷰티 학계 선구자' 김주덕 교수, K뷰티 르네상스..." (2019년 3월 25일) 일간스포츠. 2019년 3월 18일 수정, http://isplus.live.joins.com/news/article/article.asp?total_id=23413480.

"새로운 바람을 맞는 베트남 한류" (2019년 5월 15일) 관광정보지식시스템. 2019년 5월 10일 수정, http://blog.naver.com/PostView.nhn?blogId=kcti0&logNo=221272157960&redirect=Dlog.

"총알 송금, 알짜 금리... 베트남 사로잡은 '금융한류'..." (2019년 6월 1일) 서울신문. 2019년 5월 30일 수정, https://www.seoul.co.kr/news/newsView.php?id=20190530019007&wlog_tag3=naver#csidxfe5ab484e572250853e34c7d4a444df.

"탄력받은 베트남 뷰티산업 연 규모 4조원 이상" (2019년 5월 25일) 베트남 리포트. 2019년 5월 15일 수정, http://www.newspim.com/news/view/20190515001600.

<인터넷 사이트>

국제무역센터 베트남, http://www.intracen.org/country/viet-nam
레지나 메디메이크업, http://www.rmm.co.kr
베트남 복지부, https://www.moh.gov.vn
베트남 외국인 투자청, https://dautunuocngoai.gov.vn
베트남 통계청, https://www.gso.gov.vn
지니엔클리닉, http://www.giniclinic.co.kr
CEIC 데이터, https://www.ceicdata.com/ko/introduction-ceic
Euromonitor, https://www.euromonitor.com/vietnam
IMF 통계, https://www.imf.org/en/Countries/VNM
KORTA, http://news.kotra.or.kr

ABSTRACT

A Study on the Status and Satisfaction of Vietnamese Women for Permanent Makeup

Regina Kim
The Graduate School of
Sungshin Women's University
Department of Convergence Beauty
Make-up · Special Effect Make-up Major

The current industrial environment in Vietnam is similar to that of Korea in the 1970s and 1980s. Moreover, they have similar ethnicity to Koreans such as diligence. Vietnam is a young country with about 70% of the population of about 100 million in their 30s or younger. Its potential of economic growth is also highly evaluated. Although we cannot expect high purchasing power from the Vietnamese as income per capita in 2018 is $ 2,587 according to CEIC data, the emergence of economically wealthy classes and the craze for 'Hallyu [Korean Wave]' made them pay attention to Korean cosmetics and fashion

Unlike the older generation, the Vietnamese younger generation is well educated and make money having a job. They paid a lot of attention to their appearance doing various activities through SNS, and interested in

permanent makeup which allows them to escape from the burdens of constant corrections. Accordingly the market of permanent makeup is growing.

Accordingly, this study tried to investigate the image preference and makeup preference of Vietnamese women and reviewed the status of use and procedures of permanent makeup. The ultimate purpose of this study was to identify the satisfaction factors and intention to revisit and to analyze the difference according to permanent makeup experiences. The growth potential of permanent makeup market in Vietnam was analyzed based on the characteristics of Vietnamese market through the analysis of status of use and satisfaction factors of the customers.

The subjects of this study were Vietnamese women with or without the experience of permanent make-up. 395 female customers of high-end SPA(Total Beauty Shop) in Hanoi and Ho Chi Minh were surveyed. Collected data were analyzed using SPSS WIN 25.0 program. The followings are the summary of this study.

First, The subjects of the study had high preference for Korean beauty image and preferred the clear and innocent image. Their favorite makeup style was found to be dark brown color straight eyebrows and red orange color fluffy lips.

Second, 65.3% of women experienced permanent makeup. They had

permanent makeup for their eyebrows (81.4%) and then lips (80.6%). The recommendation from the people who had had permanent makeup made the greatest effect on the decision of new people.

The reason why they had permanent make-up was to look beautiful or to have confidence in their face without daily makeup. The reasons why they did not have permanent make-up treatment were; because they liked natural condition and because they were afraid that the procedure would go wrong. Most of the patients were concerned about side effects such as infection and severe pain during the procedure.

Third, the most common technique was gradation both in eyebrow and lips. The eyebrow design that they preferred was straight line with dark brown color. Most of subjects paid $51～100 for the treatment.

The most popular design on the lips in permanent makeup treatment was red orange color on the original lip line. Most of subjects paid $101 ~ 200 for the treatment. Regarding the management after treatment, explanation of “application of regeneration cream or ointment" was delivered to 89.0% of subjects after eyebrow treatment and 83.2% of subjects after lip treatment. The next most frequently delivered instructions were in the order of ‘Time to use water on the treated spots' and ‘time to wash the spots with soap.'

Fourth, regarding the satisfaction factors, the satisfaction level of permanent make-up was high. They evaluated the communication with practitioner during the procedure the highest, and the atmosphere of the

treatment place the lowest.

Those who had experience living abroad answered that 'communication with practitioner during the procedure' and 'communicating their opinions sufficiently before the procedure' made big influence on their satisfaction. Those without experience living abroad pointed that 'communication with practitioner during the procedure', 'expertise of the practitioner' and 'atmosphere of the treatment place' were the most influencing factors.

The satisfaction and the intention to recommend the procedure after the treatment were high, but the intention of revisit was low (34.9%). The reason why they don't want to revisit was they don't like the design or that they were not satisfied with the expertise of practitioner.

Fifth, in the analysis of difference according to the treatment experience, those who had permanent makeup before considered design, expertise of the practitioner and service with priority, while those who had no experiences in permanent makeup considered design, clean atmosphere, and part that is less painful in the procedure. The main issues of the subjects were that they don't know how to draw their eyebrows, their eyebrows don't have many hairs, and they have dark colored lips.

The purpose of this study was to investigate the characteristics of the permanent makeup market in Vietnam and to contribute to the development of permanent makeup academically and commercially. To this end, it was researched and analyzed through survey.

Accordingly, it was found that overall satisfaction and intention to recommend permanent makeup were relatively high, but the rate of revisit was as low as 34.9%. It might be because they did not like the design of their treatment. Although they had permanent makeup to get more beautiful, they seemed not to be satisfied with the results because of the design. It was also analyzed that they selected to get treatment in somewhere else because they perceived the expertise of the practitioners was not secured.

In order to solve this problem, it is necessary to have a specialized education and training center to train the practitioners not only the design, but also hygienic and services to enhance the expertise of practitioners. It is expected that this study can contribute to the beauty industry workers who try to enter the Vietnamese market.

설 문 지

안녕하십니까?

본 설문지는 '베트남여성의 반영구화장 실태 및 만족도에 관한 연구'라는 논제로 조사하고 있는 성신여자대학교 뷰티융합대학원 석사과정에 재학 중인 김레지나입니다.

이 설문지는 저의 학위논문 작성에만 활용될 것이며, 또한 설문이 무기명으로 실시됩니다. 귀하께서 응답하신 내용은 비밀이 철저하게 보장되며 순수한 학술적 연구목적으로만 활용될 것입니다.

성의 있는 답변 부탁드리며, 바쁘신 가운데도 시간을 내셔서 이렇게 본 연구에 참여해 한층 빛내주신 분들께 진심으로 감사드립니다.

2019년 3월

성신여자 대학교 뷰티융합대학원
뷰티융합학과 메이크업·특수분장 전공 석사과정

지 도 교 수 : 한 지 수 교수
연 구 자 : 김 레 지 나
(42017005@sungshin.ac.kr)

선호하는 이미지

1. 귀하가 선호하는 이미지는 무엇입니까?
   ① 카리스마 있는 강한 이미지 ② 부드럽고 온화한 이미지 ③ 맑고 청순한 이미지
   ④ 럭셔리한 고급스러운 이미지 ⑤ 도시적이고 세련된 이미지
   ⑥ 독특하고 개성 있는 이미지

2. 귀하는 귀하 자신의 이미지가 무엇이라고 생각합니까?
   ① 카리스마 있는 강한 이미지 ② 부드럽고 온화한 이미지 ③ 맑고 청순한 이미지
   ④ 럭셔리한 고급스러운 이미지 ⑤ 도시적이고 세련된 이미지
   ⑥ 독특하고 개성 있는 이미지

3. 귀하가 생각하는 한국뷰티에 대한 호감도는 어떠합니까?
   ① 전혀 호감이 가지 않는다 ② 호감이 가지 않는다 ③ 보통이다 ④ 호감이 간다
   ⑤ 매우 호감이 간다

선호하는 메이크업

4. 귀하의 입술에서 현재 고민은 무엇입니까? (중복선택 가능)
   ① 입술이 얇다 ② 입술이 두껍다 ③ 비대칭 ④ 처진 입꼬리 ⑤ 입술색이 어둡다
   ⑥ 선명하지 않은 윤곽 ⑦ 흐린 입술색으로 아파보임 ⑧ 자연스럽지 않음
   ⑨ 변색됨 ⑩ 흉터 ⑪ 없음 ⑫ 기타 ( )

5. 귀하가 선호하는 입술 컬러은?
   ① 레드 ② 핑크 ③ 오렌지 ④ 레드오렌지 ⑤ 핑크오렌지 ⑥ 와인레드
   ⑦ MLBB (나의 입술 색과 비슷하지만 좀 더 나은 색)

6. 귀하가 선호하는 입술 디자인은?
   ① 얇은 입술 ② 볼륨감이 있는 도톰한 입술 ③ 입꼬리가 올라간 입술
   ④ 하트 모양 입술 ⑤ 구각이 선명한 입술 ⑥ 기타 ( )

7. 귀하의 눈썹에서 현재 고민은 무엇입니까? (중복선택 가능)
① 전체적으로 숱이 없다 ② 끝이 흐린 반쪽 눈썹이다 ③ 숱이 너무 많다
④ 디자인이 마음에 들지 않는다 ⑤ 비대칭 ⑥ 내 이미지에 어울리지 않는다
⑦ 눈썹을 그릴 줄 모른다 ⑧ 컬러가 마음에 들지 않는다 ⑨ 자연스럽지 않음
⑩ 흉터 ⑪ 없음 ⑫ 기타 ( )

8. 귀하가 선호하는 눈썹 컬러은?
① 블랙 ② 다크브라운 ③ 그레이 ④ 그레이브라운 ⑤ 라이트브라운 ⑥ 에보니

9. 귀하가 선호하는 눈썹 디자인은?
① 일자형 ② 일자 아치형 ③ 아치형

④ 상승형 ⑤ 약간 처진 형 ⑥ 각진 아치형

반영구화장 이용 실태

10. 귀하는 반영구화장 시술한 경험이 있습니까?
① 있다 ② 없다

위 10번에서 '② 없다'를 선택하신 분은 **반영구화장 경험이 없는 사람 설문 44**번 문항으로 가주십시오.

11. 귀하의 반영구화장 시술 경험 횟수는? (동시에 시술한 부위는 1회로 간주함)
① 1회 ② 2회 ③ 3회 ④ 4회 ⑤ 5회 이상

12. 귀하가 현재까지 받아 본 반영구화장 시술 부위는 어디입니까? (모두 고르시오)
① 눈썹 ② 아이라인 ③ 입술 ④ 헤어라인 ⑤ 흉터 커버 ⑥ 기타( )

13. 귀하가 가장 최근에 반영구화장 시술을 받은 장소는 어디입니까?
① 병원 ② SPA(미용 토탈숍) ③ 반영구화장 전문숍
④ 출장(집) ⑤ 기타(　　)

14. 귀하가 반영구화장 시술을 받은 이유는 무엇입니까? (중복선택 가능)
① 예뻐 보이기 위해 ② 민얼굴에 자심감을 가지기 위해 ③ 화장을 잘 못해서
④ 결점을 보완하기 위해 ⑤ 화장하기가 귀찮아서 ⑥ 관상을 좋게하기 위해
⑦ 기타(　　)

15. 귀하가 반영구화장 시술을 선택 시 영향을 준 것은 무엇입니까? (중복선택 가능)
① 시술 경험자(지인)의 권유 ② 잡지/방송광고 ③ SNS ④ 숍의 인테리어/분위기
⑤ 시술자의 전문성 ⑥ 기타(　　)

16. 귀하가 반영구화장 시술을 선택 시 염려되는 점은 무엇입니까? (중복선택 가능)
① 감염 등의 부작용 ② 잘못된 시술 결과 ③ 주변의 부정적인 반응
④ 통증이 심할 것 같다. ⑤ 유지기간이 짧음(반복되는 리터치)

반영구화장 시술 과정 (가장 최근에 받은 시술을 떠올리며 답변해주십시오)

17. 귀하가 반영구화장 입술을 시술받은 기법은 무엇입니까?
① 그러데이션(머신) 기법 ② 엠보 기법 ③ 페더링 기법 ④ 수지 기법 ⑤ 모름
⑥ 시술받지 않음

18. 귀하가 반영구화장 입술 시술에 지불한 비용은 얼마입니까? (단위 : USD=$)
① 0~50$ ② 51~100$ ③ 101~200$ ④ 201~500$ ⑤ 501$ 이상 ⑥ 시술받지 않음

19. 귀하가 반영구화장 입술을 시술받은 컬러는 무엇입니까?
① 레드 ② 핑크 ③ 오렌지 ④ 레드오렌지 ⑤ 핑크오렌지 ⑥ 와인레드
⑦ MLBB (나의 입술 색과 비슷하지만 좀 더 나은 색)

20. 귀하가 반영구화장 입술을 시술받은 디자인은?
① 입술 라인 그대로 선명하게 ② 입술 라인보다 두껍게
③ 입술 라인보다 얇게 ④ 입꼬리 모양 교정 ⑤ 입술 하트라인 교정
⑥ 비대칭 교정 ⑦ 입술 라인 없이 틴트 바른 것처럼 ⑧ 흉터 커버 ⑨ 시술받지 않음

21. 귀하가 반영구화장 눈썹을 시술받은 기법은 무엇입니까?
① 그러데이션(머신) 기법 ② 엠보 기법 ③ 페더링 기법 ④ 수지 기법 ⑤ 모름
⑥ 시술받지 않음

22. 귀하가 반영구화장 눈썹 시술에 지불한 비용은 얼마입니까? (단위 : USD=$)
① 0~50$ ② 51~100$ ③ 101~200$ ④ 201~500$ ⑤ 501$ 이상 ⑥ 시술받지 않음

23. 귀하가 반영구화장 눈썹을 시술받은 컬러는 무엇입니까?
① 블랙 ② 다크브라운 ③ 그레이 ④ 그레이브라운 ⑤ 라이트브라운 ⑥ 에보니
⑦ 시술받지 않음

24. 귀하가 반영구화장 눈썹을 시술받은 디자인은 무엇입니까?
① 일자형

② 일자 아치형

③ 아치형

④ 상승형

⑤ 약간 처진 형

⑥ 각진 아치형

⑦ 숱만 많아보이게 시술

반영구 화장 시술 후

25. 반영구화장 시술 후 아래의 관리사항에 대해 전달받았습니까? (중복선택 가능)

관리사항	눈썹 시술	입술 시술
1) 재생크림이나 연고 도포	① 예 ② 아니오	① 예 ② 아니오
2) 물 닿는 시기	① 예 ② 아니오	① 예 ② 아니오
3) 비누 세안 시기	① 예 ② 아니오	① 예 ② 아니오
4) 시술 부위 터치 제한	① 예 ② 아니오	① 예 ② 아니오
5) 냉 찜 질	① 예 ② 아니오	① 예 ② 아니오
6) 투약 여부	① 예 ② 아니오	① 예 ② 아니오
7) 음식 제한	① 예 ② 아니오	① 예 ② 아니오
8) 전달받은 내용 없음	① 예 ② 아니오	① 예 ② 아니오

26. 반영구화장 눈썹 시술 시 통증은 어느 정도 입니까?
① 전혀 통증이 없다 ② 통증이 없는 편이다 ③ 보통이다 ④ 통증이 심한 편이다
⑤ 매우 통증이 심하다

27. 반영구화장 입술 시술 시 통증은 어느 정도 입니까?
① 전혀 통증이 없다 ② 통증이 없는 편이다 ③ 보통이다 ④ 통증이 심한 편이다
⑤ 매우 통증이 심하다

28. 귀하가 받으신 반영구화장 눈썹 시술 결과에 대하여 만족하였습니까?
① 매우 불만족함 ② 불만족함 ③ 보통이다 ④ 만족함 ⑤ 매우 만족함

29. 귀하가 받으신 반영구화장 입술 시술 결과에 대하여 만족하였습니까?
① 매우 불만족함 ② 불만족함 ③ 보통이다 ④ 만족함 ⑤ 매우 만족함

30. 귀하는 반영구화장 시술을 다른 사람에게 추천하시겠습니까?
① 적극 추천하지 않음 ② 추천하지 않음 ③ 보통이다 ④ 추천함 ⑤ 적극 추천함

만족도

반영구화장 경험이 있는 사람 설문입니다.
시술 경험이 없는 분은 다음으로 넘어가 주십시오.

항 목	매 우 불만족		보 통		매 우 만 족
31. 시술 장소의 분위기	①	②	③	④	⑤
32. 시술 서비스	①	②	③	④	⑤
33. 시술 가격	①	②	③	④	⑤
34. 시술 전 충분한 나의 의견 전달	①	②	③	④	⑤
35. 청결한 시술 환경	①	②	③	④	⑤
36. 시술자의 전문성	①	②	③	④	⑤
37. 시술 과정 중 시술자와 의사소통	①	②	③	④	⑤
38. 시술 결과	①	②	③	④	⑤
39. 통증 정도	①	②	③	④	⑤

반영구화장 경험이 있는 사람 설문입니다.
시술 경험이 없는 분은 다음으로 넘어가 주십시오.

추가 시술과 재방문 의도

40. 귀하가 차후에 또 반영구화장 시술을 받으신다면 어느 부위에 받고 싶으십니까?
(중복선택 가능)
① 눈썹 ② 아이라인 ③ 입술 ④ 헤어라인 ⑤ 두피 ⑥ 흉터 커버 ⑦ 없음

41. 반영구화장의 추가 시술을 선택할 때 우선 고려사항은 무엇입니까?
(중복선택 가능)
① 디자인 ② 시술자의 전문성 ③ 청결한 시술 환경 ④ 서비스 ⑤ 가격
⑥ 시술 장소의 분위기 ⑦ 시술 시 통증이 적은 곳

42. 귀하는 마지막으로 시술받은 곳에 시술을 목적으로 재방문 의사가 있습니까?
① 재방문 의사 있음 ② 재방문 의사 없고 새로운 곳 선택 ③ 시술계획 없음

43. 재방문 의사가 없으신 이유는 무엇입니까?
(위 41번 문항에서 ②번을 선택하신 분께만 해당사항)
① 심한 통증 ② 높은 가격 ③ 서비스 불만족 ④ 디자인 불만족
⑤ 청결하지 못한 시술 환경 ⑥ 시술자의 전문성 결여 ⑦ 분위기가 좋지 않음

반영구화장 경험이 없는 사람 설문

44. 귀하가 반영구화장을 시술받지 않은 이유는 무엇입니까? (중복선택 가능)
① 시술받지 않은 자연스러운 상태가 좋다. ② 시술 가격이 부담스럽다.
③ 시술받을 시간이 없었다. ④ 통증이 심할 것 같다.
⑤ 시술 결과가 잘못될까 봐 두렵다. ⑥ 감염 등의 부작용이 두렵다.
⑦ 기타 ( )

45. 귀하가 반영구화장의 시술을 선택할 때 우선 고려사항은 무엇입니까?
(중복선택 가능)
① 디자인 ② 시술자의 전문성 ③ 청결한 시술 환경 ④ 서비스 ⑤ 가격
⑥ 시술 장소의 분위기 ⑦ 시술 시 통증이 적은 곳

46. 귀하가 차후에 또 반영구화장 시술을 받으신다면 어느 부위에 받고 싶으십니까?
(중복선택 가능)
① 눈썹 ② 아이라인 ③ 입술 ④ 헤어라인 ⑤ 두피 ⑥ 흉터 커버 ⑦ 없음

일반적인 특성

47. 귀하의 현재 나이는?
① 20～25세 ② 26～30세 ③ 31～40세 ④ 41～50세 ⑤ 51세 이상

48. 귀하의 결혼 여부는?
① 기혼 ② 미혼 ③ 기타

49. 귀하의 직업은?
① 개인사업 ② 전문직 ③ 회사원 ④ 학생/대학원생 ⑤ 공무원 ⑥ 주부
⑦ 미용업계 종사자 ⑧ 기타 ( )

50. 귀하의 최종 학력은?
① 중졸이하 ② 고졸 ③ 전문대 졸(재학중) ④ 대졸(재학중) ⑤ 대학원 졸(재학중)

51. 귀하 가정전체의 월 소득수준은 어느 정도 입니까? (단위 : USD=$)
① 0～2,000$ ② 2,001～4,000$ ③ 4,001～7,000$ ④ 7,001～10,000$ ⑤ 10,001$ 이상

52. 귀하는 해외에 거주한 경험(1년 이상 거주)이 있습니까?
① 경험 있음 (국내소재 국제학교 졸업) ② 경험 없음

설문에 응해 주셔서 감사합니다.

Bài khảo sát

Xin chào các bạn!

Tôi là Kim Re Ji, nghiên cứu sinh hệ thạc sĩ tại Trường đại học nữ Sungshin(성신여자대학교). Trước tiên xin cám ơn vì đã tham gia bài khảo sát này. Bài khảo sát này được thực hiện với mục đích làm tài liệu tham khảo cho đề tài luận "Khảo sát chỉ số hài lòng về phun xăm thẩm mỹ (đối tượng là giới nữ Việt Nam)".

Phiếu khảo sát này chỉ được sử dụng với mục đích cho việc nghiên cứu kể trên và hoàn toàn bảo mật danh tính các cá nhân tham gia khảo sát. Vì thế, rất mong các bạn trả lời đúng với suy nghĩ và cảm nhận của bản thân. Một lần nữa xin cám ơn các bạn đã tham gia vào bài khảo sát này.

Tháng 3 năm 2019

Giáo sư chỉ đạo : Giáo sư Han Ji Soo,
khoa Hoá trang đặc biệt Trường đại học nữ Sungshin
Nghiên cứu sinh : Kim Regina,
chương trình thạc sĩ khoa Hoá trang đặc biệt,
Hệ Cao học Trường đại học nữ Sungshin
Các thắc mắc liên quan đến bài khảo sát vui lòng liên lạc theo địa chỉ sau.
E-mail : 42017005@sungshin.ac.kr

1. Bạn thích hình tượng nào hơn?

① Hình tượng mạnh mẽ, hấp dẫn ② Hình tượng dịu dàng, nhẹ nhàng
③ Hình tượng trong sáng, trẻ trung ④ Hình tượng sang trọng, quý phái
⑤ Hình tượng hiện đại, tinh tế ⑥ Hình tượng cá tính

2. Bạn nghĩ hình tượng của bản thân là gì?

① Hình tượng mạnh mẽ, hấp dẫn ② Hình tượng dịu dàng, nhẹ nhàng
③ Hình tượng trong sáng, trẻ trung ④ Hình tượng sang trọng, quý phái
⑤ Hình tượng hiện đại, tinh tế ⑥ Hình tượng cá tính

3. Cảnh tượng của người Hàn Quốc mà các bạn nghĩ là?

① Rất không có thiện cảm ② không có thiện cảm ③ Bình thường
④ có thiện cảm ⑤ Rất có thiện cảm

4. Bạn đang vấn đề gì với môi của bản thân? (có thể chọn nhiều mục)

① Môi mỏng ② Môi dày ③ Không đối xứng ④ Môi bị trễ
⑤ Đường viền môi không rõ ràng ⑥ Môi bị thâm ⑦ Môi bị tái
⑧ Có sẹo lồi ⑨ Không có vấn đề ⑩ Khác ( )

5. Bạn thích màu môi như thế nào?

① Màu đỏ ② Màu hồng ③ Màu cam ④ Màu đỏ cam ⑤ Màu hồng cam
⑥ Màu đỏ rượu ⑦ Màu da MLBB (tương tự màu môi tự nhiên nhưng tươi hơn)

6. Bạn thích dạng môi như thế nào?

① Môi mỏng ② Môi căng mọng, có độ đàn hồi ③ Môi có khoé cong lên
④ Môi hình trái tim ⑤ Môi có góc rõ ràng ⑥ Khác ( )

7. Bạn đang vấn đề gì với lông mày của bản thân? (có thể chọn nhiều mục)

① lông mày quá mỏng ② lông mày ngắn, không có đuôi ③ lông mày quá rậm ④ lông mày không đối xứng ⑤ Không ưng ý hình dạng lông mày ⑥ lông mày không hợp với hình tượng cá nhân ⑦ Không biết cách vẽ lông mày ⑧ Không thích màu lông mày ⑨ lông mày không tự nhiên ⑩ Có sẹo lồi ⑪ Không có vấn đề ⑫ Khác ( )

8. Bạn thích lông mày màu gì?

① Màu đen ② Màu nâu đen ③ Màu xám ④ Màu xám nâu ⑤ Màu nâu sáng ⑥ Màu gỗ mun

9. Bạn thích hình lông mày nào hơn?

① Dạng thẳng ② Dạng vòng cung ③ Dạng cong

④ Dạng xếch đuôi ⑤ Dạng hơi thoải xuống ⑥ Góc cong

10. Bạn đã từng phun xăm thẩm mỹ chưa?

① Rồi ② Chưa

Ở câu này, nếu các bạn chọn mục “② Chưa” thì vui lòng đến Phần 44 để tiếp tục khảo sát.

11. Bạn đã từng phun xăm thẩm mỹ bao nhiêu lần? (Kể cả xăm lại tại 1 vị trí)

① 1 lần ② 2 lần ③ 3 lần ④ 4 lần ⑤ từ 5 lần trở lên

12. Cho đến bây giờ bạn đã phun xăm ở những vị trí nào? (có thể chọn nhiều mục)

① lông mày ② Mí mắt ③ Môi ④ Đường chân tóc ⑤ Vết sẹo ⑥ Khác

13. Gần đây nhất bạn đã đến đâu để nhận điều trị?
① Bệnh viện ② Spa ③ Tiệm phun xăm chuyên nghiệp, cửa hàng trang điểm
④ Gọi người đến (nhà) ⑤ Khác ( )

14. Theo bạn, người khác ưa chuộng phun xăm thẩm mỹ vì lý do nào sau đây? (có thể chọn nhiều mục)
① Để đẹp hơn ② Để tự tin vào mặt mộc ③ Vì không thể tự trang điểm đẹp
④ Để chỉnh sửa các khuyết điểm trên mặt
⑤ Vì cảm thấy phiền khi phải trang điểm ⑥ Để thay đổi tướng ⑦ Khác ( )

15. Bạn chịu ảnh hưởng từ đâu khi quyết định phun xăm thẩm mỹ?
(có thể chọn nhiều mục)
① Nghe lời khuyên của người quen từng phun xăm ② Xem quảng cáo, tạp chí
③ Trên mạng (SNS) ④ Xem xét cách thiết kế của cửa tiệm
⑤ Độ nổi tiếng của chuyên gia phun xăm ⑥ Khác ( )

16. Quý vị thực hiện tiểu phẫu phun xăm sẽ lựa chọn những chú ý nào đáng ngại nhất? (có thể chọn nhiều mục)
① Sự lây nhiễm và tác dụng phụ ② Kiểu dáng không tốt
③ Phản ứng tiêu cực xung quanh ④ Quá đau ⑤ Thời gian duy trì là ngắn

Nghĩ về lần điều trị phun xăm gần đây nhất của bạn và trả lời các câu sau.

17. Bạn đã phun xăm môi theo phương pháp nào?
① Xăm bằng máy (kỹ thuật Gradation) ② Kỹ thuật phun vi chạm
③ Kỹ thuật nhựa dầu ④ Không biết ⑤ Không điều trị

18. Chi phí cho việc phun xăm môi của bạn khoảng bao nhiêu?
(đơn vị tính: USD $)
① 0~50$ ② 51~100$ ③ 101~200$ ④ 201~500$ ⑤ trên 501$ ⑥ Không điều trị

19. Bạn đã phun xăm môi màu gì?

① Màu đỏ ② Màu hồng ③ Màu cam ④ Màu đỏ cam ⑤ Màu hồng cam

⑥ Màu đỏ rượu ⑦ Màu da MLBB (tương tự màu môi tự nhiên nhưng tươi hơn)

20. Bạn đã phun xăm môi theo mẫu nào?

① Theo viền môi tự nhiên ② Dày hơn viền môi ③ Mỏng hơn viền môi

④ Chỉnh sửa mép môi ⑤ Hình trái tim ⑥ Đối xứng

⑦ Không xăm lên viền môi, để tạo sự tự nhiên ⑧ Xoá sẹo ⑨ Không điều trị

21. Bạn đã phun xăm lông mày theo phương pháp nào?

① Xăm bằng máy (kỹ thuật Gradation) ② Kỹ thuật dập nối

③ Kỹ thuật kết hợp (Combo) ④ Kỹ thuật nhựa dầu ⑤ Không biết

⑥ Không điều trị

22. Chi phí cho việc phun xăm lông mày của bạn khoảng bao nhiêu?

(đơn vị tính: USD $)

① 0~50$ ② 51~100$ ③ 101~200$ ④ 201~500$ ⑤ trên 501$ ⑥ Không điều trị

23. Bạn đã phun xăm lông mày màu gì?

① Màu đen ② Màu nâu đen ③ Màu xám ④ Màu xám nâu ⑤ Màu nâu sáng

⑥ Màu gỗ mun ⑦ Không điều trị

24. Bạn đã phun xăm lông mày theo mẫu nào sau đây?

① Dạng thẳng ② Dạng vòng cung ③ Dạng cong

④ Dạng xếch đuôi ⑤ Dạng hơi thoải xuống ⑥ Góc cong

⑦ Kích lông mày dày lên, không theo mẫu cố định

25. Bạn đã được dặn cách chăm sóc lông mày, môi sau khi phun xăm như thế nào? (có thể chọn nhiều mục)

Câu hỏi	xăm lông mày	xăm môi
Bôi kem hoặc thuốc tái tạo biểu bì	① Có ② Không	① Có ② Không
Thời gian tránh tiếp xúc nước	① Có ② Không	① Có ② Không
Thời gian tránh rửa bằng xà phòng	① Có ② Không	① Có ② Không
Tránh chạm vào vị trí vừa phun xăm	① Có ② Không	① Có ② Không
Chườm lạnh	① Có ② Không	① Có ② Không
Phải uống thuốc theo đơn	① Có ② Không	① Có ② Không
Hạn chế một số thực phẩm	① Có ② Không	① Có ② Không
Không điều trị	① Có ② Không	① Có ② Không

26. Khi phun xăm lông mày, bạn cảm thấy đau như thế nào?

① Hoàn toàn không đau ② Không đau ③ Bình thường ④ Đau ⑤ Rất đau

27. Khi phun xăm môi, bạn cảm thấy đau như thế nào?

① Hoàn toàn không đau ② Không đau ③ Bình thường ④ Đau ⑤ Rất đau

28. Bạn có hài lòng với kết quả thủ xăm lông mày của mình không?

① Rất hài lòng ② Hài lòng ③ Bình thường ④ Không hài lòng ⑤ Rất không hài lòng

29. Bạn có hài lòng với kết quả thủ xăm môi của mình không?

① Rất hài lòng ② Hài lòng ③ Bình thường ④ Không hài lòng ⑤ Rất không hài lòng

30. Có muốn giới thiệu cho người khác không?

① Hoàn toàn không ② toàn không ③ Bình thường ④ toàn có ⑤ Hoàn toàn có

31. Sau này bạn muốn phun xăm thêm phần nào nữa không?

① Lông mày ② Viền mắt ③ Môi ④ Viền tóc ⑤ Da đầu ⑥ Xoá sẹo

⑦ Không có

32. Nếu sau này bạn muốn phun xăm tiếp thì sẽ lưu ý điều gì?

(có thể chọn nhiều mục)

① Kiểu dáng ② Nhân viên phun xăm ③ Vệ sinh ④ Giá cả ⑤ Không khí tiệm ⑥ Sự thoải mái ⑦ Chọn nơi có nhiều khách hàng ⑧ Nơi làm không đau ⑨ Khác ( )

33. Nếu muốn phun xăm thêm vị trí khác, bạn sẽ chọn vị trí nào?

① Vùng từng xăm thăm cùng nơi lần nữa ② Vùng chưa xăm thăm cùng nơi lần nữa

③ Không có ý định làm

34. Lý do bạn không muốn xăm thêm là gì?

① Quá đau ② Giá thành quá cao ③ Không khí tiệm không tốt

④ Kiểu dáng không tốt ⑤ Không vệ sinh ⑥ Không chuyên nghiệp

⑦ Dịch vụ không tốt

Câu hỏi về độ hài lòng sau khi phun xăm. Các bạn chưa từng phun xăm vui lòng lướt qua.

Câu hỏi	Hoàn toàn không		Bình thường		Hoàn toàn có
35. Có hài lòng về không khí, cách trang trí của nơi phun xăm không?	①	②	③	④	⑤
36. Có hài lòng về dịch vụ không?	①	②	③	④	⑤
37. Có hài lòng về giá cả không?	①	②	③	④	⑤
38. Ý kiến của tôi đã được truyền đạt đầy đủ trước khi làm thủ tục chưa?	①	②	③	④	⑤
39. Khi phun xăm, có vệ sinh không?	①	②	③	④	⑤
40. Có cảm thấy sự chuyên nghiệp của nhân viên phun xăm không?	①	②	③	④	⑤
41. Nhân viên có lắng nghe những câu hỏi và lo lắng của bạn khi phun xăm không?	①	②	③	④	⑤
42. Có làm đúng màu sắc và kiểu dáng bạn đã chọn không?	①	②	③	④	⑤
43. Khi phun xăm Có hài lòng cơn đau vụ không?	①	②	③	④	⑤

PHẦN DÀNH CHO CÁC BẠN CHƯA CÓ KINH NGHIỆM PHUN XĂM

44. Lý do bạn chưa từng phun xăm là gì?
① Thích sự tự nhiên ② Giá thành phun xăm quá cao
③ Sợ sẽ xảy ra lỗi khi phun xăm ④ Sợ đau ⑤ Không có thời gian
⑥ Không có nơi đáng tin cậy ⑦ Khác ( )

45. Nếu sau này bạn muốn phun xăm thì sẽ lưu ý điều gì?
(chọn 3 mục)
① Kiểu dáng ② Nhân viên phun xăm ③ Vệ sinh ④ Dịch vụ ⑤ Giá cả
⑥ Không khí tiệm ⑦ Nơi làm không đau

46. Sau này bạn có muốn phun xăm ở phần nào không?
(có thể chọn nhiều mục)
① Lông mày ② Viền mắt ③ Môi ④ Viền tóc ⑤ Da đầu ⑥ Xoá sẹo ⑦ Không có

47. Quý vị thực hiện tiểu phẫu phun xăm sẽ lựa chọn những chú ý nào đáng ngại nhất? (có thể chọn nhiều mục)
① Sự lây nhiễm và tác dụng phụ ② Kiểu dáng không tốt
③ Phản ứng tiêu cực xung quanh ④ Quá đau ⑤ Thời gian duy trì là ngắn

Câu hỏi tổng hợp

48. Hiện tại bạn bao nhiêu tuổi?
① 20～25 ② 26～30 ③ 31～40 ④ 41～50 ⑤ Trên 50

49. Tình trạng hôn nhân của bạn như thế nào?
① Đã kết hôn ② Chưa kết hôn ③ Khác

50. Bạn làm nghề gì?
① Tự kinh doanh ② Lao động chuyên môn ③ Quản lý, văn phòng
④ Học sinh, sinh viên ⑤ Công nhân viên chức ⑥ Nội trợ
⑦ Nhân viên thẩm mỹ ⑧ Khác ( )

51. Bằng cấp cao nhất của bạn là gì?
① dưới Trung học ② tốt nghiệp Phổ thông ③ Cao đẳng, trung cấp
④ Đại học ⑤ Cao học

52. Chi tiêu hàng tháng của gia đình bạn khoảng bao nhiêu? (đơn vị : USD $)
① 0～2,000$ ② 2,001～4,000$ ③ 4,001～7,000$ ④ 7,001～10,000$ ⑤ trên 10,000$

53. Bạn đã từng sống ở nước ngoài chưa? (có thể chọn nhiều mục)
① Có (bao gồm các bạn tốt nghiệp trường Quốc tế trong nước) ② Không

- Cám ơn các bạn đã tham gia khảo sát -