



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](#)

김 주 덕 교수지도
박사학위 청구논문

뷰티관리행동의 심리적 효용성이
업무성취도에 미치는 영향

2024

성신여자대학교 대학원
뷰티산업학과
손 은 혜

뷰티관리행동의 심리적 효용성이
업무성취도에 미치는 영향

김 주 덕 교수지도

이 논문을 박사학위 논문으로 제출함.

2023년 10월

성신여자대학교 대학원


뷰티산업학과


손 은 혜


인 준 서


손은혜의 박사학위 논문으로 인준함


2023년 10월

심사위원장 한 지수 

심사위원 박 초희 

심사위원 황 선희 

심사위원 백 혜연 

심사위원 김 주탁 

성신여자대학교 대학원

논문개요

뷰티관리행동은 개인의 기대에 부합하는 시각적 자아상을 연출하기 위한 수단이자 매력적이고 건강한 신체 이미지를 추구하는 목적을 가진다. 현대 사회에서 개인은 아름다움과 개성에 대한 열망을 바탕으로 자신의 라이프스타일과 가치관에 따라 사회문화적 트렌드를 반영하는 다양한 뷰티관리행동에 참여한다. 여기에는 얼굴, 피부, 헤어스타일, 체형 및 기타 측면을 향상시키는 다양한 미용적 행동이 포함된다. 이러한 뷰티관리행동은 단순히 사치와 과시적 행위라는 인식에서 벗어나 개인의 삶의 질과 사회적 지위를 높이기 위한 필수요건으로 인식되어가고 있다.

한편, 뷰티관리행동의 심리적 효용성이 가진 잠재적인 이점에 관한 믿음은 뷰티관리에 대한 개인의 태도를 형성하는 데 중추적인 역할을 한다. 자주 언급되는 심리적 효용성에는 우울감 및 스트레스 완화, 자존감의 긍정적인 변화가 포함된다. 이러한 심리적 효용성은 직장과 같은 전문 영역으로 확장되어 개인이 가진 삶의 다양한 영역에 영향을 미칠 수 있다. 실제로 뷰티관리행동의 대한 믿음과 심리적 효용성을 통한 업무성취도 사이에는 유의미한 상관관계가 있다고 나타났다. 결과적으로 뷰티관리행동으로 인한 자기효능감의 증가와 스트레스 해소와 같은 심리적 효용성의 달성은 업무적으로도 설정된 목표를 달성할 수 있다는 스스로의 능력에 대한 자신감을 강화시킨다. 또한 사회적으로 단정하다고 인식되는 개인은 종종 자신의 역할에서 더 유능하고 생산적인 사람이라고 인식된다.

이에 본 연구는 20-40대 성인의 뷰티관리행동의 심리적 효용성이 업무성취도에 미치는 영향을 알아보고자 한다. 연구대상은 전국의 20-40대 성인남녀 826명으로 하였으며, 연구 방법은 온라인 설문지법을 사용하였다.

뷰티관리행동은 화장품 구매행동, 피부관리행동, 체형관리행동, 메이크업

관리, 헤어관리행동, 네일관리행동 6가지 요인을 사용하였으며, 심리적 효용성은 자기효능감, 스트레스완화, 자기신체존중감 3가지 요인을 사용하였다. 업무성취도는 업무역량 및 태도, 업무능력 및 자기개발, 조직 내 성장 및 보상, 조직 내 인간관계의 4가지 요인을 사용하였다.

자료 분석에 사용된 통계 기법으로는 SPSS(Statistical Package for the Social Science) WIN 27.0 프로그램을 이용하여 분석하였으며, 분석기법은 빈도분석(Frequency Analysis), 요인분석(Factor Analysis), 신뢰도분석(Reliability Analysis), 상관분석(Correlation Analysis), 독립표본 t-검정(Independent Samples t-test), MANOVA(다변량분석), 다중회귀분석(Multiple regression Analysis), 위계적 회귀분석(Hierarchical Regression), 매개효과 검증 Sobel-test을 실시하였다.

본 연구의 결과는 다음과 같다.

첫째, 연구대상자들의 일반적 특성에 따른 뷰티관리행동, 심리적 효용성, 업무성취도에 대해 살펴본 결과 전문직인 연구대상자의 뷰티관리행동, 심리적 효용성, 그리고 업무성취도가 높게 나타났다. 이는 전문직의 경우 개인적인 프레젠테이션이나 자기 관리가 강조되고 뷰티관리행동을 통한 자신감 구축 및 스트레스 해소와 같은 심리적 효용성을 통해 전반적으로 긍정적인 자아상이 형성되기 때문으로 생각된다.

둘째, 뷰티관리행동이 심리적 효용성에 미치는 영향을 살펴본 결과 자기효능감, 스트레스 완화, 자기신체존중감 모두 뷰티관리행동이 높은 연구대상자가 낮은 연구대상자보다 높았으며 통계적으로도 유의한 차이를 보였다. 자기효능감의 경우 헤어관리가 가장 큰 영향을 미친다고 나타났다. 이는 헤어관리행동이 가진 자기 관리와 외모에 대한 관심에 대한 상징이 자아상을 향상 시켜 자기효능감을 높이는 데 도움이 될 수 있음을 알 수 있다. 스트레스 완화에는 화장품 구매행동이, 자기신체존중감에는 피부관리가 가장 큰

영향을 미쳤다. 피부관리는 얼굴의 피부상태가 첫인상에 중요 요인으로 작용하기 때문에 타인에게 호감을 많이 받을수록 자신에 대한 존중감 또한 향상되고 이를 더 가꾸기 위한 필요성도 커진다고 해석할 수 있다.

셋째, 뷰티관리행동의 심리적 효용성이 업무성취도에 미치는 영향을 살펴본 결과 업무태도 및 역량, 업무능력 및 자기개발, 그리고 조직 내 성장 및 보상에는 자기효능감이, 조직 내 인간관계에는 스트레스 완화가 가장 큰 영향을 미친다고 나타났다. 이러한 결과는 자기효능감이 전반적으로 개인의 업무적합성에 유의한 효과를 미치고 자신의 능력에 대한 믿음을 강화하며 업무성과 및 몰입에 유의미한 영향을 주기 때문으로 보인다.

넷째, 뷰티관리행동과 업무성취도와의 관계에서 심리적 효용성의 매개효과를 살펴보기 위하여 뷰티관리행동과 업무성취도에 직접적으로 미치는 영향을 알아본 결과, 네일관리를 제외한 다섯가지 뷰티관리행동은 업무성취도에 영향을 미친다고 나타났다. 이는 의사나 간호사와 같이 업무 특성상 네일관리를 지양하는 직업군이 존재하고 특수한 경우를 제외하면 일반적으로 길고 화려한 손톱이 업무적으로 도움이 되지 않는다고 여기는 인식 때문이라고 생각된다.

다섯째, 뷰티관리행동과 업무성취도와의 관계에서 심리적 효용성의 매개효과를 살펴본 결과, 자기효능감, 스트레스 완화, 자기신체존중감 모두 업무성취도에 매개효과가 있는 것으로 나타났다. 이 중 자기신체존중감의 매개효과가 가장 높게 나타났다. 이는 매력적인 신체는 자아존중감에 영향을 미치고 자아존중감이 업무적 자신감과 직장 내 좋은 대인관계에도 긍정적인 영향을 미쳐 업무적 성과 및 보상에 유의미한 결과를 낼 수 있기 때문으로 확인된다.

이상을 종합해보면 20-40대 성인을 대상으로 한 뷰티관리행동의 심리적 효용성이 업무성취도에 영향을 미침을 확인하였다. 또한 직업군에 따른 차

이가 있음을 알 수 있었고 대부분의 뷰티관리행동이 업무성취도에 직접적인 영향을 줄 수 있으며 뷰티관리행동의 심리적 효용성이 업무성취도에 매개효과를 나타낸다는 것이 확인되었다.

요약하면, 뷰티관리행동의 심리적 효용성은 직업적 성취에 의미 있는 영향을 미칠 수 있다. 뷰티업계의 마케터는 뷰티제품을 포지셔닝할 때 이러한 측면을 고려할 수 있으며 또한 조직은 성과에 대한 후광 효과를 활용하기 위해 뷰티관리행동을 장려할 수 있다. 이러한 역학 관계에 대한 이해를 통해 뷰티산업계 이해관계자들에게 뷰티관리행동과 업무 성과 간의 긍정적인 상관관계에 대한 중요한 기반 자료로 도움이 되기를 기대한다.

목 차

논문개요

I. 서론	1
1. 연구의 필요성 및 의의	1
2. 연구의 목적 및 내용	4
II. 이론적 배경	5
1. 뷰티관리행동	5
2. 심리적 효용성	21
3. 업무성취도	30
III. 연구방법	42
1. 연구문제	42
2. 자료수집 및 연구대상	43
3. 자료분석	43
4. 측정도구	44
IV. 연구결과 및 논의	47
1. 연구대상자의 일반적 특성	47

2. 연구대상자의 뷰티관리행동, 심리적 효용성, 업무성취도 요인분석	49
3. 연구대상자의 뷰티관리행동, 심리적 효용성, 업무성취도 간의 상관관계	56
4. 일반적 특성에 따른 연구대상자의 뷰티관리행동, 심리적 효용성, 업무성취도의 차이분석	58
5. 뷰티관리행동이 심리적 효용성에 미치는 영향	64
6. 뷰티관리행동의 심리적 효용성이 업무성취도에 미치는 영향	70
7. 뷰티관리행동과 업무성취도와의 관계에서 심리적 효용성의 매개효과	78
V. 결론 및 제언	101
1. 결론	101
2. 연구의 한계점 및 제언	103

참 고 문 헌

ABSTRACT

부 록

표 목 차

<표 1> 뷰티관리행동의 선행연구	20
<표 2> 심리적 효용성의 선행연구	29
<표 3> 업무성취도의 선행연구	41
<표 4> 설문지의 구성	46
<표 5> 연구대상자의 일반적 특성	48
<표 6> 뷰티관리행동 요인분석	51
<표 7> 심리적 효용성 요인분석	53
<표 8> 업무성취도 요인분석	55
<표 9> 뷰티관리행동, 심리적 효용성, 업무성취도 간의 상관관계	57
<표 10> 일반적 특성에 따른 뷰티관리행동 차이	59
<표 11> 일반적 특성에 따른 심리적 효용성 차이	61
<표 12> 일반적 특성에 따른 업무성취도 차이	63
<표 13> 뷰티관리행동이 자기효능감에 미치는 영향	65
<표 14> 뷰티관리행동이 스트레스 완화에 미치는 영향	67
<표 15> 뷰티관리행동이 자기신체존중감에 미치는 영향	69
<표 16> 뷰티관리행동의 심리적 효용성이 업무역량 및 태도에 미치는 영향	71
<표 17> 뷰티관리행동의 심리적 효용성이 업무능력 및 자기개발에 미치는 영향	73
<표 18> 뷰티관리행동의 심리적 효용성이 조직 내 성장 및 보상에 미치는 영향	75
<표 19> 뷰티관리행동의 심리적 효용성이 조직 내 인간관계에 미치는 영향	77
<표 20> 뷰티관리행동과 업무성취도와의 관계에서 자기효능감의 매개효과	84

<표 21> 자기효능감의 매개효과 검증	85
<표 22> 뷰티관리행동과 업무성취도와의 관계에서 스트레스 완화의 매개효과	92
<표 23> 스트레스 완화의 매개효과 검증	93
<표 24> 뷰티관리행동과 업무성취도와의 관계에서 자기신체존중감의 매개효과	99
<표 25> 자기신체존중감의 매개효과 검증	100

I. 서론

1. 연구의 필요성 및 의의

아름다움의 기준은 시대에 따라 끊임없이 변화한다. 사람들은 자신이 속한 시대적 아름다움의 기준에 근거해 자신의 신체적 결점을 극복하고자 노력한다. 특히 여성들은 자신이 바라는 이상적인 신체 이미지와 현재의 외모 사이의 격차를 최소화하기 위해 메이크업, 피부관리, 체중조절 등 다양한 뷰티관리행동에 참여한다(류현혜, 2007). 뷰티관리행동은 개인이 사회적 상호작용에서 자신의 고유성을 표현하는 과정을 뜻하며 이상적인 이미지를 의도적으로 연출하고 유지하기 위한 메커니즘 역할을 한다. 이 과정에는 피부관리, 체형관리, 헤어관리, 메이크업, 그리고 경우에 따라 미용 및 성형시술 등을 통해 현재의 외모를 강화하고 변화시키는 데 필요한 다양한 노력이 포함된다(김숙희, 2021).

한편 뷰티관리행동은 사회문화적 기준과 개인의 가치관, 일반적 특성과 같은 다양한 요인에 영향을 받는다. 이는 뷰티관리행동이 인간관계 및 사회생활에 영향을 미친다는 뜻이다(신정원, 2023). 특히 젊은 층은 외모에 대한 관심이 높아 소득의 상당 부분을 뷰티관리에 소비하는 경향을 보인다. 이 생애 단계는 자기관용, 준거집단 내에서의 수용 추구, 이성과의 데이트와 같은 대인관계 측면에 중점을 둔다는 특징이 있다(Schiffman & Kanuk, 2014).

현대사회에서 외모의 중요성은 점차 높아지고 있다. 외모가 중요한 사회적 영향을 미친다는 인식은 여성만이 아닌 남성에게서도 드러났다. 또한 현대사회는 매우 매력적인 미디어 이미지를 통해 자동적으로 서로를 향한 비교를 제공한다(Lennon & Rudd, 1994). 이에 따라 남성들도 미용에 대한 관심

이 높아지고 성형 및 패션스타일에 관한 관심이 높아지면서 그루밍족, 메트로섹슈얼족이라는 새로운 용어가 탄생하게 되었다. 남성의 뷰티관리행동에서 눈에 띄는 변화는 매력적인 외모를 보다 긍정적인 사회생활과 경쟁에 도움이 되는 요소로 인식하고 있음을 나타낸다(이하나, 박옥련, 2015). 또한 자신의 외모에 대한 주관적인 만족은 자신의 신체에 대한 자기효능감, 자존감과도 상관관계가 있다고 알려졌다(장미숙, 2010).

한편, 정기적으로 뷰티서비스를 이용하는 개인은 인지된 스트레스 수준이 낮고 긍정적인 신체 이미지 인식을 가진 것으로 확인되었다. 이는 뷰티관리행동과 심리적 웰빙의 상호 연관성을 강조한다(Kuzu & Ergol, 2022). 일반적으로 자신의 신체 이미지에 만족하는 개인은 높은 심리적 자존감을 가지는 경향이 있다. 또한 자신을 가치 있는 존재로 인식하고 이러한 상태를 유지하기 위해 식단과 체중관리에 시간을 사용한다(Daniels & Gillen, 2015).

이처럼 뷰티관리행동의 심리적 효용성을 축적한 이들은 사회적으로도 업무처리에 있어서 지속 가능한 접근 방식을 채택하여 직업적 생명을 연장한다. 대표적인 예가 스포츠나 규칙적인 운동을 일상생활에 통합시키는 것이다. 실제로 직업적 삶의 질과 자기관리 사이에 이해에 관한 연구에서도 의미있고 지속 가능한 경력을 유지하는 데 있어 자기관리 행동의 중추적인 역할을 강조하였다(Quartiroli et al., 2022). 또한 뷰티관리는 인간관계 형성과 유지에 긍정적인 영향을 미치고 사회생활에서 좋은 평가에 기여한다는 믿음이 널리 퍼져있다(조미진, 2020).

본 연구는 뷰티관리행동이 점차 중요해지는 현대사회에서 이를 통한 심리적 효용성이 업무성취도에 어떠한 영향을 미치는지 주목하였다. 뷰티관리행동을 통해 어떠한 심리적 효용성을 얻을 수 있으며 뷰티관리행동으로 인한 심리적 효용성이 업무적 성취에도 실제 영향을 미치는지 살펴보았다. 이를 통해 업무에 대한 태도 및 성과, 조직 내 대인관계 등에서 그렇지 않은 사

람보다 어떤 긍정적 효과를 얻는지 조사하고자 한다.

이와 관련된 선행연구로는 뷰티관리행동에 영향을 미치는 미디어의 역할이나 화장품 구매, 피부관리, 체형관리와 같이 뷰티관리행동별로 세분화하여 각각의 특성을 분석한 연구, 그리고 연령 혹은 성별을 나눠 라이프스타일에 따른 뷰티관리행동 등이 다양하게 진행되었으나 뷰티관리행동의 심리적 효용성이 업무성취도에 미치는 영향에 대한 연구는 미비하다.

이에 본 연구는 뷰티관리행동의 심리적 효용성이 개인의 업무성취도에 유의미한 영향을 미치는지 살펴보고자 한다. 이를 통해 향후 전반적인 뷰티관리와 관련된 마케팅을 위한 기초자료 및 유용한 정보를 제공하는 데 의의가 있다.

2. 연구의 목적 및 내용

본 연구는 사회적 활동이 활발한 연령대인 20-40대의 뷰티관리행동을 조사하여 뷰티관리행동의 심리적 효용성이 업무역량 및 능력, 조직 내 보상과 인간관계와 같은 업무성취도에 미치는 영향을 알아보는 데 그 목적이 있다. 이러한 연구의 목적을 이루기 위하여 다음과 같은 연구내용을 설정하였다.

뷰티관리행동의 심리적 효용성과 이러한 심리적 효용성이 업무성취도에 미치는 영향에 대한 선행연구를 분석하고 20-40대를 대상으로 각 구성 요인을 추출하여 신뢰도를 입증한다. 또한 뷰티관리행동, 심리적 효용성, 업무성취도 간의 상관관계를 분석하고 각각 상호 미치는 영향과 그 매개효과를 통해 뷰티관리행동의 심리적 효용성이 업무성취도에 미치는 영향에 대한 관계를 정확하게 제시한다.

이를 바탕으로 연구대상자의 뷰티관리행동의 심리적 효용성이 업무성취도에서 업무역량과 능력, 조직 내 보상 및 성장, 그리고 인간관계에 실제로 어떠한 영향력을 미쳤는지 검증하고자 한다.

Ⅱ. 이론적 배경

1. 뷰티관리 행동

1) 뷰티관리행동의 정의

현대인들에게 뷰티관리는 단순히 외모를 가꾸거나 유지하는 것을 벗어나 자기표현의 과정이자 개인적인 가치를 나타내는 수단으로 사용된다. 뷰티관리행동은 피부관리, 헤어관리, 체형관리, 메이크업, 경우에 따라 성형 수술 등 다양한 미용 관련 행위를 통해 개인의 외적 이미지를 향상시키는 것을 뜻한다. 이러한 포괄적인 접근 방식은 신체적·정신적 개선을 위해 시간과 경제적, 노력 및 의지가 필요한 모든 관리도 포함한다(유은숙, 나운영, 2023).

소비자 행동의 맥락에서 가치는 개인이 추구하는 삶의 욕구를 충족시키는 실체를 나타낸다. 소비 순위를 결정하는 요소로서 가치는 중요한 역할을 한다. 이는 어떠한 제품이나 서비스가 개인의 필요를 충족시키는 데 유익한 것으로 인식되면 소비가 도움이 되는 것으로 간주하게 된다는 뜻이다. 즉, 가치는 개인의 의사를 결정하는 판단 요소가 된다(조미애 외, 2021). 개인은 자신의 신념에 기초한 정체성을 발전시킬 수 있는 제품이나 서비스를 통한 가치소비를 한다. 이러한 심리적 만족의 실현을 특징으로 하는 예로 경기가 불황일 때 오히려 자신을 가꾸거나 외적 가치를 높이는 데 지출하는 비용을 높인 가치소비 성향을 지니는 소비자들이 등장했고 이들을 ‘포미(For Me) 족’이라고 지칭했다(오인숙, 2018).

이처럼 소비문화와 미디어의 발달은 현대사회에서 외모의 의사소통 기능을 강조하며 대인관계와 이미지 형성에 결정적인 영향을 미치고 있다(박수연, 황진숙, 2015). 결과적으로 외모에 대한 사회적 강조가 높아지는 것은 인간

의 아름다움과 관련된 암묵적인 사회적 규범 및 합의를 반영하고 이는 뷰티 관리행동의 증가와 관련된다(Faust et al., 2022).

따라서 뷰티관리의 소비와 실천은 개인의 결점을 개선하고 장점으로 변화시키려는 목적으로 다양한 관리 방법을 통해 자신의 매력을 증대시키는 자기표현과정으로 해석할 수 있다. 이를 위해 긍정적인 수단으로 활용되는 모든 행위가 뷰티관리행동이 된다(박미승, 권기환, 2023). 뷰티관리행동의 본질적인 목적은 피부관리, 체형관리, 메이크업, 헤어관리 등의 실천을 통해 외모를 관리하고 변화시키는 데 있다. 이는 사회적인 이상과 실제 외모 사이에 격차를 줄여 사회의 미학적 기준에 부합하는 이상적인 이미지를 구현하기 위해 수행된다(박현주, 박숙현, 2011).

요약하면 뷰티관리행동은 자신의 신체적 장점을 발전시키고 결점은 커버하며 보다 아름다운 이미지를 만들기 위한 목적으로 다양한 관리를 수행하는 행동을 통틀어 말한다. 또한 뷰티관리행동의 특성상 꾸준한 실천은 신체적 아름다움뿐만 아니라 정신적으로도 여유롭고 자신감 있는 내면을 가꾸는 데 도움을 준다.

2) 뷰티관리행동의 유형

외모는 머리부터 발끝까지 나타나는 개인의 시각적 이미지를 의미하며 신체적 특성, 얼굴 특징, 화장, 헤어스타일 및 체형을 포함한다. 성격, 호감도, 감정과 선호도, 첫인상도 이러한 시각적 단서에서 파생된다. 따라서 외모의 개념은 관찰 가능한 분위기를 넘어 성격, 태도, 목소리 톤, 시각적 표현을 통해 투영되는 감정적 측면을 모두 포함하는 것으로 확장된다(김영숙, 박진영, 2009). 즉, 뷰티관리행동은 독특한 정체성을 구축하고 이상적인 외모와 개인이 원하는 이미지를 투영하기 위한 의도로 자신의 외모를 강화하고 수정하는 체계적인 과정이라고 특징지을 수 있다(김창현, 2011).

(1) 화장품 구매행동

인간의 아름다움은 얼굴과 신체의 매력을 포함하는 문화적 구성물이다. 이러한 외모를 수정하는 대중적인 방법의 하나가 화장품을 사용하는 것이다. 특히 여성들에게 화장품 소비는 미(美)에 대한 의식과 의미, 그리고 개인의 정체성 형성을 강화한다(Rudd, 1997). 구매행동은 소비자가 제품이나 서비스에 대한 정보탐색, 대체안 평가, 구매결정, 구매 후 평가 등과 같은 구매과정에서 발생하는 행동을 뜻한다. 다만 화장품 구매행동은 광범위한 의사결정보다 습관적, 또는 한정적 의사결정 과정을 거쳐 최종 구매를 한다는 특징이 있다(서정빈, 정원지, 2019). 소비자의 구매 선호도는 가치, 선호하는 소비방법 및 장소, 사회적 상호 작용 및 일반적인 추세에 따라 형성되는 경향과 함께 다양하게 나타난다(Brown, 2000).

소비자의 생활양식과 가치관이 변화함에 따라 화장품 또한 그 역할과 기능이 달라지고 구매패턴도 변화했다. 특히, 화장품은 인간이 아름다움과 신체

에 대해 가지는 관련 욕구를 충족시켜주고 외모 의식에 대한 변화 및 심리적 만족감을 준다는 점에서 다른 소비 상품과 차이를 보인다(박효원, 김용숙, 2004). 또한 화장품은 기능적 속성과 함께 상징적 의미와 사회적 인정을 받으려는 제품 속성을 지닌다. 이는 개인마다 화장품을 사용할 때 기대하는 긍정적 결과에 대한 추구 혜택도 다르다고 볼 수 있다(박은희, 이상주, 2015). 시대가 변함에 따라 여성뿐만 아니라 남성들도 화장품 구매행동에 관심이 높아지기 시작했다. 특히 밀레니얼세대 남성의 경우 화장품을 사용하여 메이크업을 하는 것에 대한 기대효과를 높게 평가하였다. 이에 따라 기존의 스킨케어 제품 외에 색조화장품을 사용하는 남성들도 증가하고 있다 연령이 많은 남성이어도 화장품을 사용한 피부표현은 수용하였다(박혜영, 김민신, 2019). 남성 소비자들이 자기관리와 자기효능감 측면에서 화장품 사용에 의미를 두기 시작하면서 남성 화장품 개발을 위해 연령별 니즈는 물론 남성 전용의 피부톤을 맞춰주는 베이스 화장품, 남성용 색조화장품 등에 대한 마케팅도 관심이 높아지고 있다(안진정, 2020).

연령대별 화장품 구매행동을 분석한 연구에 따르면, 노년층은 화장품 브랜드에 대한 중요성이 더 높은 것으로 나타났으며 중년 및 노년층 여성은 젊은 층에 비해 화장품의 품질 및 기능성에 더 관심이 높다고 나타났다. 한편 연령 차이에도 불구하고 모든 그룹에서 화장품 구매 시 가장 중요한 요소로 선택한 것은 피부 적합성이었다. 특히 색조화장품의 구매는 효과적인 메이크업을 통해 사회생활에서 사회적 연결을 유지하려는 목적으로 이루어지고 있다(신혜진, 김주덕, 2007).

2010년대에 들어와 인터넷의 발달과 더불어 스마트 기기를 이용하여 뷰티 콘텐츠를 시청하는 소비자도 크게 늘었다. 이는 온라인을 통한 화장품 구매도 급격하게 증가하게 만들어 Social Network Service(SNS)를 통한 화장품 구매시장도 확대되고 있다. 대표적으로 인스타그램, 페이스북, 유튜브 등의

매체에서 즐거움을 위해 흥미 위주로 화장품 정보를 탐색한 뒤 실제 구매 행동으로 이어져 뷰티관리행동에 영향을 미치기도 한다(황희성, 2019). 라이브 커머스 시장의 확대로 이를 통해 화장품을 구매해 본 경험이 있는 소비자도 늘었다. 실제로 라이브 커머스에서 가장 많이 시청하는 상품군은 이·미용 상품으로 확인되었다(곽지은, 김주덕, 2021).

결론적으로 다양한 소비접근을 포괄하는 구매행동은 심리적, 사회문화적 특성에 영향을 받는다. 화장품은 트렌드에 대한 민감성과 지속적인 신제품 출시로 인해 더욱 다양해지므로 개인의 가치가 화장품 구매행동을 형성하는데 중요한 역할을 한다(주영주, 이순희, 2016).

(2) 피부관리행동

신체의 가장 큰 독립기관인 피부는 체온 조절, 비타민D 합성, 체액 및 전해질 손실 방지, 유해 물질에 대한 장벽 역할을 하는 동시에 신체의 건강을 유지하는 데 중요한 역할을 한다(Williams, 2001). 이처럼 피부가 지닌 본래의 기능을 완전하게 유지하면서 피부의 아름다움과 건강을 보호하고 향상시키기 위한 적절한 조치를 적용하는 것을 피부관리행동이라고 한다(김남연, 2010). 피부관리는 단순히 외적인 아름다움을 제공하는 것이 아니라 얼굴과 전반적인 피부의 상태를 평가하고 필요한 관리를 적용함으로써 심리적인 안정과 만족감을 주는 것을 목표로 한다(오수연, 2012). 또한 피부관리와 관련하여 소비자의 선호도를 조사한 연구에 따르면 여드름, 잡티, 건조함, 색소 침착과 같은 피부 문제를 해결하는 것을 가장 중요하게 여겼다(Geisler et al., 2022).

피부관리에 대한 수요는 성별을 초월해 남성들의 관심도 높아지고 있다. 피부관리 및 노화에 관한 남성들의 높아진 관심은 토너, 로션 등 기초화장

품 외에도 미백, 각질관리, 주름개선 등 다양한 남성용 기능성 제품을 출시하게 만들었다(이주미, 2017). 특히 편리하고 빠른 스킨케어를 선호하는 남성의 특성에 맞춘 제품이 인기를 얻고 있다. 일반적으로 남성은 피부의 외적 상태와 건강을 보호하기 위해 경제적이면서 쉽게 사용할 수 있는 옵션을 선택하기 때문이다(Deubler et al., 2022).

한편, 2010년부터 2015년까지 피부미용과 관련된 퍼스널케어 판매가 전 세계적으로 급증한 것은 매력적인 신체 이미지를 유지하려는 소비자의 의지를 보여준다(Dai & Pelton, 2018).

Domzal & Kernan(1993)의 연구에 따르면 개인은 자신의 얼굴을 보편적인 자기 표현의 수단으로 활용한다고 밝혔다. 이는 기호학과 관련된 동기로 사회적 상호 작용에서 얼굴이 자신의 정체성을 표현하는 도구로 작용한다는 것을 의미한다.

현대 사회에서 미용은 메이크업, 피부관리, 네일관리 등의 요소를 완벽하게 통합하여 포괄적인 스타일을 만드는 예술의 하나로 인식된다. 특히 피부관리는 신체적 건강, 전반적인 이미지, 자아정체성과 복잡하게 연관되어 있어 피부 지식을 바탕으로 한 피부관리 실천의 중요성은 더욱 강조된다(전종국, 2008).

(3) 체형관리행동

체형관리행동이란 비만이나 과다체중인 사람이 체중 감량, 체지방 감소, 그리고 원하는 체형을 위해 관리하고 유지하는 노력을 뜻한다(조은정, 2014). 이는 현대 사회에서 신체적 매력이 대인관계의 시작에 중요한 영향을 미친다는 점을 나타낸다. 또한 신체적 매력은 사회적 상호작용에서 개인적 인 관계는 물론 인기와 같은 더 넓은 맥락의 관계에서도 역할을 한다(Blac

k, 1974). 특히 여성에 대한 사회적 규범은 자신의 신체에 대한 지속적인 관찰과 통제를 강요할 수 있으며 Cohn & Adler(1992)의 연구에서도 눈에 띄게 마른 여성을 선호하는 것이 입증되었다. 연구의 내용은 87명의 여학생과 118명의 남학생을 대상으로 이상적인 몸매이자 이성에게 가장 매력적으로 보이는 인물을 선택하게 하였다. 그 결과 여학생이 가장 매력적이라고 응답한 여성의 체형은 예상대로 현저히 마른 체형이었다.

여성들은 식이요법, 운동, 제한된 움직임, 미소 등을 통해 체계적으로 신체를 단련하도록 유도 받는 방법을 다양하게 시작한다. 이는 여성이 도달할 수 없는 이상적인 아름다움에 도달하려고 노력하게 만들며 실패할 경우 결핍감을 느끼게 만들기도 한다(Bartky, 2014), 그러나 시간과 노력을 투자해 외모를 긍정적으로 변화시킬 수 있다는 신념은 신체만족감을 줄 수 있는 긍정적인 측면도 있다. 여성들이 자신의 외모를 관리하고 통제하며 성취감을 얻을 수 있고 목표의식을 가지게 되는 것이 그 예이다(서은혜, 2012). 미디어의 발달로 이상적인 신체이미지에 관한 노출은 이상적인 여성의 가슴, 허리 및 엉덩이 크기에 대한 인식을 가지게 되고(Harrison, 2003), 이러한 기준에 맞추고자 체형관리 행동을 하게 된다. 신체이미지와 관련된 광고는 슬리밍 제품을 섭취하거나 체중 감량 프로그램 참여함으로써 쉽고 빠르게 체형이 변화됨을 설명한다(Riji, 2006).

Reed(1998)는 미디어 이미지가 자존감과 신체이미지에 미치는 영향을 조사하였는데, 여대생들이 사회적으로 형성되어 있는 외모 기준을 받아들일수록 신체만족도가 낮아 위험한 체형관리행동을 실시한다고 했다. 다양한 대중매체를 통한 이상적인 신체 기준을 자신과 비교하는 것은 신체불일치를 일으켜 자신의 얼굴이나 신체만족도에 부정적인 영향을 미친다. 이는 과도한 미용성형, 마른 몸을 선호하여 나타나는 지나친 다이어트, 섭식장애, 이뇨제를 복용하는 일로 연결된다고 하였다.

여성과 남성 모두 날씬한 몸매를 가져야 한다는 상당한 사회문화적 압력이 있지만 긍정적인 신체이미지가 더 높은 사람들은 현재 가지고 있는 자신의 몸을 소중히 여기므로 이러한 압력에 저항할 수 있다. 그들은 또한 지속적이고 올바른 체형관리행동을 통해 배고픔, 영양실조, 과도한 체중감소와 같은 부정적인 다이어트가 가질 수 있는 영향으로부터 신체를 보호할 수 있다 (McCreary, 2011).

한편 자신의 체형을 관리하는 행동은 이상적인 신체 이미지를 달성하기 위한 목적뿐만 아니라 전반적인 건강 증진의 목적으로도 수행된다. 이에 따라 여성의 신체에 대해 전통적으로 인식된 유약함과 수동성에 대한 인식에서 건강하고 운동 능력이 뛰어난 여성의 신체를 아름답다고 의미하는 것으로 변화되고 있다(Walseth & Tidslevold, 2020).

현대적 자아와 현대적 신체는 건강 및 피트니스 운동에 초점을 맞춘다. 이러한 차원에서 여성 또한 몸 안에 자아를 수행하고 가질 수 있는 방법이 제시된다. 현대적 신체의 개념은 몸과 마음의 상호의존성을 강조하므로 건강한 아름다움을 지닌 신체는 내면의 활력을 지니고 외적으로는 매력적인 빛이 존재한다. 특히 피트니스나 요가와 같은 운동은 여성의 심리 및 정서 상태, 일반적인 신체적 자아 감정 및 신체 상태에 긍정적인 영향을 미치는 것으로 나타났다(Skurikhina et al., 2016). 결론적으로 체형관리행동은 이상적인 신체이미지 형성 뿐만 아니라 신체적, 정신적 건강함을 이루는 것이 목적이다.

(4) 헤어관리행동

현대사회에서 헤어관리행동은 개인의 개성을 표현하는 수단으로 여긴다. 헤어스타일은 영향력 있는 여러 가지 신체적 외모 변인 중의 하나로

써 많은 변화가 가능하며 개성 표현의 특징이 있어 개인적 성향이 강하다. 또한 헤어스타일에 따라 이미지에 강한 영향을 미쳐 개성 표현 및 얼굴 인상과 이미지 형성에 중요한 역할을 한다(김혜균, 2013). 헤어관리행동은 자기 감정 이해 및 타인의 감정에 대한 이해와도 긍정적인 상관관계가 있으며, 이는 자기효능감과 감성 지능이 높은 개인이 효과적인 헤어관리에 더 많이 참여할 가능성이 있음을 시사한다(임미연, 2023). 이처럼 현대의 헤어관리 행동은 신체적 매력을 나타냄과 동시에 정서적 공감의 도구로 인식된다.

특히 현대사회에서 헤어 케어와 스타일링은 남녀 모두에게 이미지 측면에서 매우 중요한 역할을 하므로 모발의 건강과 아름다움을 향상시키기 위한 지출이 점차 증가하고 있다. 이러한 지출 증가 추세는 소비자들의 헤어스타일에 대한 관심을 반영한다(Alessandrini & Piraccini, 2016).

실제로 Grimalt(2005)의 연구에 따르면 탈모증을 겪는 남성은 자아상이 감소하고 우울증에 대한 민감성이 높아지며 매력적이지 않다는 인식이 증가하는 것으로 나타났다. 이에 따라 효과적인 탈모 방지 약물의 투여와 남성형 탈모와 관련된 헤어관리 및 심리적 치료를 통해 삶의 질이 향상되고 만족도가 높아졌다고 보고했다.

따라서 헤어는 신체의 매력을 결정하는 중요 요소로 건강을 유지하고 아름다움을 강화하며 빛나는 광채를 부여하는 것이 필요하다고 여겨진다. 이는 헤어 케어를 위한 새로운 제형 및 제품 개발에도 영향을 미친다. 특히 소비자들은 친환경적이고 클렌징에 효과적이며 천연 유래 성분으로 구성된 헤어 제품에 대한 선호도가 높다(Gubitosa et al., 2019).

모발을 위한 헤어관리행동에는 적절한 모발 손질 습관, 적절한 샴푸 및 컨디셔너 사용, 헤어컬러링, 헤어스타일링 보조제가 포함된다. 이러한 미용적 헤어관리행동은 모발이 노화되어 가늘어지는 상태를 완화하는데 도움을 준다(Davis et al., 2011).

현대는 이미지 생산의 시대라고 할 만큼 시각적인 요소가 중요하다. 아름다움에 대한 강조가 높아지면서 소비자의 관심도 커졌고 헤어관리행동의 다양한 측면을 탐구하기 위한 다양한 연구가 진행되었다. 헤어관리와 관련된 행동에 사용되는 용어도 헤어스타일 행동, 헤어스타일태도, 헤어 행동, 헤어태도 등 다양한 표현을 포괄한다(김아름, 2022).

(5) 메이크업관리

화장의 가장 보편적인 역할은 좋은 인상을 주는 것이다. 프랑스의 사회심리학자인 Moscovici(1984)의 상징적 상호작용론에 따르면 사람들은 자신에 속한 사회문화 속에서 부여받는 역할과 기대에 대해 공통적으로 약속된 의미(Meaning)가 담긴 상징(Symbol)을 사용해 전달한다고 밝혔다. 즉, 타인과의 상호작용은 기본적으로 서로 약속된 의미를 주고받는 과정이며 여기에는 언어나 제스처 뿐만 아니라 외모, 표정 같은 비언어적 요소도 상징적 상호작용의 도구로 사용된다는 것이다.

이는 화장이 비언어적 의사전달의 수단으로 외모, 표정, 몸짓처럼 의사를 전달하는 도구가 되어 효과적인 커뮤니케이션을 행한다는 것을 뜻한다. 또한 화장은 각 시대의 사회문화적 배경을 바탕으로 형성된 미적 가치를 반영한다(김희숙, 1996).

얼굴 화장은 일반적으로 지각된 얼굴 모양을 빠르게 바꿀 수 있어 널리 사용되는 비영구적 미용 변경의 한 예이다(Dantcheva & Ross, 2012). 메이크업 수준이 매력을 선형으로 증가시키지는 않지만, 메이크업을 한 여성은 대체로 더 건강하고 자기효능감이 있으며 더 큰 수입 잠재력을 가졌다고 인식된다. 이는 여성이 메이크업을 통해 자신을 평가하는 방법을 바꾸는 것이 유효하다는 것을 시사하며 취업 면접과 같이 여성이 외모로 평가받을 수 있

는 사회적 상황에서 유리하게 사용할 수도 있다(Nash et al., 2006). 또 다른 연구에서도 성별에 관계없이 화장을 한 얼굴을 더 매력적으로 인식한다는 결과가 나타났다. 특히 여성은 화장을 한 동료 여성을 더 큰 영향력을 발휘한다고 보는 경향이 있었고 남성은 더 높은 명성을 부여하는 경향을 보였다(Mileva et al., 2016). 또한, 메이크업을 한 여성은 성격적인 부분에서도 더 호의적인 평가를 받았고 40세가 넘는 중년의 경우 더 젊어 보이는 것으로 나타났다(Russell et al., 2019).

화장의 심리적 효용성은 자신의 아름다움을 직접적으로 향상시키는 개인적 만족, 대인관계의 유용성이라는 타인에 대한 배려 및 전반적인 만족감을 포함한다(최수경, 강경자, 2006). 한편 여성의 화장행동은 변화와 향상이라는 목표가 담긴 자기 표현의 한 형태이다. 그러나 화장의 의례화된 특성으로 인해 여성들의 자신의 화장 뒤에 숨은 의미나 목적을 의식적으로 인식하지 못하는 경우가 있다(Lennon & Rudd, 1994). 따라서 화장이 내면의 미학적 동기를 표현하고 창의성을 키우며 대인관계를 육성하는 수단으로 간주되면 자존감에 보다 즉각적인 영향을 미칠 가능성이 높다. 마찬가지로 메이크업을 함으로써 자존감을 높이고 타인으로부터 더 많은 신뢰를 얻으려는 외부 동기를 가진 사람들은 메이크업관리를 통해 낮은 기분이나 자존감을 간접적으로 보완할 수 있다(Tran et al., 2020).

메이크업관리와 관련된 소비는 메이크업 제품 구입, 메이크업 서비스 이용 및 화장관련 콘텐츠 활용을 위한 비용 지출을 들 수 있다. 메이크업관리는 자신을 표현하는 수단에 미적인 가치까지 부여되어 더욱 만족스러운 자신을 경험하게 만든다. 이는 메이크업이 창의성과 감정 표현을 장려하여 불안을 줄이고 자기 수용을 촉진하여 자존감을 높이는 것이다(Hoffman, 2016).

메이크업관리는 시대적으로 시각적 노출이 많고 미에 대한 욕구가 많아진 만큼 신체매력지각과 관계있으며 사회문화적 태도에서 이미지메이킹의 효과

가 있다(박선영, 2019).

(6) 네일관리행동

네일관리는 자기표현 및 스트레스 해소, 그리고 아름다움을 표현하는 목적이 복합된 뷰티행동이라고 볼 수 있다. 일상에서 노출이 큰 손 관리는 사회적 활동을 하거나 악수와 같이 타인에게 친근함 표현, 혹은 상대와 대화할 때 자신의 이미지를 좀 더 긍정적으로 보이게 하는 수단으로 사용된다(김해선, 2017). 손톱을 손질하고 장식하는 네일관리행동은 매우 인기있는 뷰티관리행동의 하나로 2001년 미국인들을 기준으로 네일케어 및 네일 화장품 소비에 연간 1억 달러 이상을 지출하는 것으로 추산됐다. 네일관리행동은 손톱의 간단한 모양잡기부터 기본 매니큐어, 화려한 아트에 이르기까지 다양하다. 손톱은 미용적 특성 뿐만 아니라 미세 운동작업 및 감각 및 지골 보호 등의 손가락 끝의 구조적, 기능적 목적을 제공하기 때문에 매우 중요한 관리 부위라고 볼 수 있다(Moossavi & Scher, 2001).

네일관리행동은 자기표현을 통해 자신의 개성과 이미지를 긍정적으로 전달하는 것을 뜻하며 자신을 타인과 차별화하고 자아를 표출하려는 욕구에서 비롯된다. 이는 평소 자신의 외모관리에 관심이 많고 평소 손톱의 자기관리, 이미지 변화 추구, 타인의 시선 의식을 중요하게 생각할수록 네일관리가 매우 필요하다고 인식하였다(방효진, 2013). 이러한 관점에서 마음이 편해지는 심리적 안정감 및 스트레스 해소를 위한 만족감이 높아진다고 볼 수 있다. 네일샵에 정기적인 방문 및 네일관리 제품 구입을 위한 지출이 네일관리행동을 위한 대표적 소비이다.

3) 뷰티관리행동의 선행연구

외모는 자기표현의 수단이자 타인과의 차별성 및 사회활동에 있어서 하나의 경쟁력을 강화하는 매개체로 인식된다. 이에 이미지 상승효과를 위한 뷰티관리에 시간과 경제적 투자는 점차 늘어나고 있으며 다양한 방법이 강구된다. 특히 현대인들은 건강한 아름다움에 대한 관심이 커졌고 외모를 개선하고 가꾸는 뷰티관리를 중요시하는 분위기가 형성되면서 삶의 방식과 직·간접적 관련성을 가지게 되었다. 또한 사회활동에서도 이미지가 중요한 수단으로 작용하여 효과적인 이미지 형성을 위한 뷰티관리행동이 확대되고 있다(나운영, 2022).

이러한 배경을 바탕으로 뷰티관리행동에 관한 선행연구를 살펴보면, 화장품 구매행동과 관련해서 김명희(2012)는 기능성 화장품 소비자들의 구매행동에 따른 상표전환 동기와 구매행동이 상표전환에 미치는 영향을 품목별로 파악함으로써 구매를 촉진시키는데 필요한 정보를 조사했다.

정지혜(2015)의 연구에 따르면 해외 명품 화장품을 사용하는 소비자들의 구매행동 및 결정에는 연령과 사회 계층이 큰 영향을 미친다고 나타났다.

조유경(2019)은 패션 매거진의 화장품 광고가 구매행동에 미치는 영향을 연구하였고 성별과 연령 등 인구통계적 특성에 따른 광고 특성과 화장품 구매 특성의 차이를 분석하여 성별 및 연령에 따른 구매행동의 특성을 파악하였다.

피부관리행동에 관한 선행연구로는 김금란(2010)은 피부상태에 맞는 적합한 피부관리 방법을 제시함으로써 피부관리 행동에 대한 합리적인 기준을 제시하였다. 또한 일상에서 쉽게 실천할 수 있는 피부 상태에 따른 피부관리방법을 제시하여 피부관리행동을 보편화하는 기틀을 마련하고자 하였다.

이지영(2014)은 여성의 자의식, 자기모니터링, 스킨케어 태도, 주관적 규범

수준을 알아보고 외적 인간미 강화를 위한 스킨케어 태도, 지각된 스킨케어 행동 측정을 조사하였다.

체형관리행동의 선행연구로 서승희 외(2010)는 패션리더십이라는 패션과 유행에 민감한 정도가 신체만족도와 체형관리행동에 미치는 영향을 조사하였다.

이하정(2022)은 통합적이고 객관적인 분석 결과를 바탕으로 비만관리 프로그램 적용했을 때 운동과 식이요법 및 수기요법과 기기요법에 대한 효과성을 입증하고 각 연구 결과들을 통해 체형관리행동을 위한 객관적이고 과학적인 근거자료를 제시했다.

헤어관리행동 관련 선행연구를 살펴보면, 박혜원(2013)의 연구에서도 헤어관리행동에는 스타일링 외에도 건강한 모발을 위한 헤어 및 두피관리, 염색, 펴머, 그리고 커트 등 다양한 아름다움을 추구하는 관리 행동이 포함된다고 하였다.

장혜선(2014)은 헤어관리는 모발의 건강함과 아름다움을 위한 관리를 뜻하며 물리적·화학적 자극으로부터 보호하고 예방하는 목적과 개인의 취향 및 특성에 맞게 꾸미는 장식적 목적이 있다고 하였다. 또한 헤어관리는 이미지 변화에 큰 영향을 미쳐 이미지 전체를 결정하기도 하는 중요한 뷰티관리행동으로 보았다.

김혜선(2017)의 연구에 따르면 헤어관리행동은 모든 사람에게 자기관리 이미지의 중요한 요소 중 하나라고 하였다. 또한 생활 수준이 높아지고 매체의 발달로 인해 외모의 변화 요인으로 자신을 표현하며 아름다움을 부각시키는 수단이자 자기만의 관리 행동을 의미한다고 밝혔다.

메이크업관리와 관련된 선행연구는 김기범, 차영란(2006)이 우리나라 여성의 화장의 의미는 아름다움에 대한 욕구와 더불어 사회적으로 인정받고 싶은 욕구의 표현 행동이라고 밝힌 내용이 있다. 더불어 화장을 아름다워질

수 있는 수단이자 타인에게 돋보이도록 하는 수단 등의 수단적 의미와 사회 문화 속에서 타인에 대한 예의와 같은 사회성 차원, 성숙이나 성인으로서의 상징적 의미로서 화장을 이해한다고 밝혔다.

구혜경, 나종연(2015)은 화장맥락에 따른 메이크업관리의 관찰과 심층 조사를 진행하여 메이크업관리를 생활주기, 화장 시간대, 화장의 목적 및 공간에 따라 나누고 특성을 설명했다. 이를 통해 소비자 중심의 화장의 관점을 제시한 의미가 있다.

네일관리행동의 경우, 방효진(2013)은 여대생을 대상으로 외모관심도와 네일관리행동을 조사한 결과 외모관심도와 네일관리행동은 자기주도관심도, 패션관심도, 타인주도관심도의 요인을 통해 자기표현과 자기변화를 위해 네일관리가 매우 필요하다고 인식함을 밝혔다.

조인숙, 황혜주(2019)는 남성의 스트레스 관리 행동으로 네일관리가 미치는 영향과 관리방안을 조사하였다. 연구결과 네일관리전 신체적, 감성적, 사회심리적, 직무 스트레스가 네일관리를 통해 완화되는 긍정적인 효과가 있음이 나타났다.

최성혜 외(2021)는 시니어 인구의 네일관리행동이 자아존중감과 삶의 질에 미치는 영향을 분석하였고 건강한 노후생활과 삶의 질 향상에 네일관리가 내재적인 자신감 회복, 자기 만족감을 높이는 수단으로 작용하고 있음을 확인했다.

이상의 선행연구들을 통해 여섯 가지로 나눈 뷰티관리행동의 다양한 결과를 확인할 수 있었다.

뷰티관리행동과 관련된 선행연구를 살펴보면 <표 1>과 같다.

<표 1> 뷰티관리행동의 선행연구

연구자	연구내용	뷰티관리행동
김명희 (2012)	기능성화장품 구매성향에 따른 구매행동과 상표전환 동기	화장품구매행동
조유경 (2019)	패션 매거진 화장품 광고가 구매행동에 미치는 영향: 관여도의 조절효과를 중심으로	
김금란 (2010)	피부관리가 40세 전후 여성의 안면 피부상태에 미치는 영향	피부관리행동
이지영 (2014)	자기의식과 자기검색이 피부관리태도, 피부관리규범, 피부관리행동 통제에 미치는 영향	
서승희, 최부영, 최미옥 (2010)	유행선도력에 따른 신체만족도 및 체형관리행동의 상관관계분석	체형관리행동
이하정 (2022)	메타분석을 활용한 비만관리 프로그램의 효과 및 연구동향	
박혜원 (2013)	자기표현, 외모관리행동 및 외모만족이 심리적 안녕감에 미치는 영향	헤어관리행동
장혜선 (2014)	신체이미지와 외모관리행동이 심리적 안녕감에 미치는 영향	
김혜선 (2017)	외모관리행동과 외모만족도가 삶의 질에 미치는 영향 : 사회문화 및 개인목표 행동적 접근	
김기범, 차영란 (2006)	여성의 화장을 통한 미(美)와 자기개념의 사회 문화적 의미 분석	메이크업관리
구혜경, 나종연 (2015)	여성 소비자의 메이크업관리 분석을 통한 화장 맥락의 이해	
방효진 (2013)	여대생의 외모관심도가 네일관리행동에 미치는 영향	네일관리행동
조인숙, 황혜주 (2019)	남성의 네일관리 서비스가 스트레스 및 만족도에 미치는 영향	
최성혜, 서현숙, 황혜주 (2021)	액티브시니어의 네일관리행동이 자아존중감과 삶의 질에 미치는 영향	

2. 심리적 효용성

1) 심리적 효용성의 정의

효용성이란 사용될 만한 가치가 있다는 뜻으로 보람있게 쓰거나 쓰이는 성질의 정도라고 할 수 있다. 즉, 대상에 대하여 주관적으로 느끼는 만족감의 정도를 관계 개념으로 나타낸 것으로 개개인의 주관적인 선호에 따라 효용성은 다르게 느껴질 수 있다(박윤미, 2023). 심리적 효용성은 개인의 삶과 질을 구성하는 모든 심리적 측면을 뜻한다. 따라서 심리적 효용이 높다는 것은 삶의 목적이 있고 자신의 행동에 대한 조절 능력과 주변 환경에 대한 통제력이 있으며 스스로의 잠재력을 실현시키는 동기가 있는 심리상태를 뜻한다(임미지, 김종운, 2019). 심리적 효용성의 구성요소는 자아수용, 긍정적 대인관계, 자율성, 환경에 대한 지배력, 삶의 목적, 그리고 개인적 성장으로 구분한다. 이러한 요소들을 통해 개인이 개인의 심리적 조건에 맞는 환경을 만들어 가고 자신이 가진 기준에 의해 스스로 생각하고 결정하며 행동하게 한다. 이러한 심리적 효용성은 개인이 사회의 구성원으로서 활동할 때 건강하게 환경에 적응하게 만들고 효율적인 생활을 유지하며 유능한 인적자원으로 발전하게 만든다(양재원, 2021).

심리적 효용성을 뷰티관리행동과 연관시켜보면, 뷰티관리행동은 개인의 정신적, 신체적, 사회적 건강증진에 기여하고 자아 이미지나 자아인식을 깨우치는 특성을 가진다(박미경, 2014). 따라서 뷰티관리행동은 외적인 아름다움을 추구할 뿐만 아니라 자아수용 및 대인관계를 향상시키는 측면에서 긍정적인 효과를 주고 심리적인 안녕감을 높여 삶의 행복감과 질 향상에 기여한다고 여겨진다. 뷰티관리행동을 통한 심리적 만족은 자기효능감 상승, 자아 존중감, 심리적 안정감, 스트레스 해소 등의 중요한 효과가 있는 것으로 분

석되었다(김숙희, 2021). 대체로 심리적 효용성은 소비가치를 분석하기 위해 소비자가 제품이나 서비스를 구매하거나 사용할 때 추구하는 의도를 심리적 효용성과 연결시켜 마케팅의 중요한 자료로 만드는 경우가 많다. 이 경우 만족감, 행복감 등을 중요한 심리적 효용성의 요인으로 보지만(한희은, 윤성준, 2020), 본 연구에서는 뷰티관리행동의 심리적 효용성을 통해 업무성취도에 미치는 영향을 보고자 하므로 다양한 심리적 효용성 중 전통적으로 조직개발 연구분야에서 인적자원의 강점과 심리적 자본을 측정하고 개발하여 조직의 유효성을 높이는 긍정심리자본의 요인을 참고하였다. 긍정심리자본에는 도전적인 과업을 성공하는데 필요한 자기효능감, 난관이나 좌절로부터 원래의 상태로 돌아오거나 그것을 뛰어넘는 복원력 등이 정의된다(이강수, 2016).

2) 심리적 효용성의 유형

(1) 자기효능감

자기효능감은 자신의 기능과 삶에 영향을 미치는 사건을 통제할 수 있는 능력에 대한 개인의 믿음으로 정의된다(Bandura, 1977). 외모 불안과 자기효능감의 관계를 직접적으로 보여주는 연구는 없었지만 여러 연구에서 신체이미지에 대한 불만족이 우울증, 불안, 낮은 자존감 등 신체적, 정신적 건강에 부적응적인 결과를 초래할 수 있음을 보여주었다. 이는 사회인지이론과 일맥상통하며 외모 불안이 자기효능감 저하로 이어진다는 것을 간접적으로 시사한다(이경희, 2011). 반면 자신의 신체에 대해 긍정적인 감정을 갖는 것은 자기 전체에 대한 긍정적인 감정으로 해석될 수 있다. 예를 들어 미국대학생을 표본으로 한 연구에서 신체 감상은 남성과 여성 모두에게서 자기효능감과 유의미한 관련이 있다고 나타났다(Tylka & Kroon, 2013).

자기효능감은 연구자들의 관점이나 정의가 조금씩 다르지만 자기를 긍정적인 시각으로 수용할 수 있도록 평가하고 회복할 수 있게 하는 역할에 중점을 둔다고 본다. 따라서 정신 건강 측면에서 자기효능감은 긍정적인 하나의 지표로 생각해 왔다(손재환, 2017).

자기효능감은 자기 스스로 가치 있다고 느끼는 정도이며 높은 자기효능감은 행복이나 안녕감을 예측하는 주요 변인이라고 할 수 있다. 반대로 낮은 자기효능감은 성격장애, 불안장애, 정서적 문제와 같은 여러 가지 심리문제와 연관된다. 또한 자기효능감은 외모나 대인관계에서 자신의 구체적인 특성을 종합해서 얻어지는 산출물로 간주하는 인지적 감정이다(김진아, 김성남, 2010). 자기효능감이 높은 사람은 자신의 능력을 신뢰하면서 적극적인 사고와 행동으로 자신이 원하는 결과를 얻을 수 있지만 반대의 경우 자신의

능력을 신뢰하지 않고 자신의 결함에 대해 집착하고 쉽게 포기하게 된다(홍금희, 2006).

Bae et al(2021)는 외모관리행동은 삶의 만족도에 긍정적인 영향을 미치며, 자기 효능감과 신체 이미지의 완전 매개효과를 입증했다. 여기에는 피부관리, 헤어스타일링 등이 언급되었다.

(2) 스트레스 완화

스트레스란 지나친 신체적, 심리적 요구에 대해 개인이 적응하기 위한 반응으로 자신에게 지각된 위협에 대처하기 위한 긴장을 의미한다(박병남, 홍성균, 2016). 이때 경험하는 스트레스의 기간과 강도가 한계를 벗어나 문제화되면 질병 상태에 이르게 된다. 이에 스트레스가 처음에는 부담이 되더라도 적절하게 대응하여 자신의 삶을 더 좋아지게 하는 경우 좋은 스트레스라고 하고, 우울증이나 불안 등의 증상을 일으킬 수 있는 스트레스는 나쁜 스트레스라고 정의된다. 이는 스트레스의 양면성을 나타낸다. 스트레스는 개인이 사회생활을 영위하는 데 있어 신체적, 심리적으로 부정적인 차원의 불안이나 위협, 자극, 질병을 발생시킨다. 그러나 정신의학적으로 스트레스나 불안은 생산성 있는 삶을 영위하는 데 필수적인 요소들로 표현된다. 따라서 스트레스는 현대문명의 빠른 변화, 직업, 인간관계, 일상생활에서 접하는 사건에 의해 발생하는 외부적 스트레스와 개인의 성격과 인생의 발달단계에 따라 만들어내는 내부적인 스트레스 모두를 의미한다(이종목, 박한기, 1998).

김창숙 외(2014)는 현대의학에서도 다양한 스트레스 해소 방법으로 정신치료 요법, 운동 요법, 마사지 등 보완 대체 요법에 관심을 두기 시작했으며, 아로마테라피의 경우, 몸에 바르거나 냄새를 맡는 오일은 마음에도 영향을 미치고 신진대사를 촉진하여 생리 대사기관의 활동을 원활하게 해서 스트레

스와 질병을 자연스럽게 치료해주는 역할을 한다. 또한, 다양한 메이크업 행동도 스트레스를 경감시키거나 해소하는 데 도움을 준다고 하였다. 메이크업 행동으로 자신의 얼굴을 긍정적으로 수용하고 외모 콤플렉스를 감소시켜서 즐겁고 긍정적인 정서로 생활과 삶의 질에 변화를 가져다 준다고 보고했다(임효정, 2014).

따라서 현대인에게 여러 측면에서 부정적인 영향을 주는 스트레스에 대해 그것을 어떻게 관리하고 완화 시킬 수 있는지에 따라 건강한 삶을 만드는 중요한 요소로 인지되고 있다.

(3) 자기신체존중감

자아존중감은 자신에 대한 평가를 뜻하는 것으로 일반적으로 이러한 자기 개념의 기본 구성요소로 신체도 간주된다는 점을 고려할 때(Gillihan & Farah, 2005), 자아에 기인한 모든 특성을 검토하며 자아의 다른 측면과 마찬가지로 신체도 자아 개념의 일부라고 지적했다. 신체적 자아개념의 발달은 자신의 몸이 모든 인체 중 하나이면서 또한 자신의 몸이 자신만의 고유한 것임을 배우는 것에서 시작된다. 이러한 신체 자아의 발달은 자신의 신체에 대한 이미지와 연결된다(Epstein, 1973).

다른 정의로는 개인의 신체적 자기지각으로 자신의 신체에 대한 감정이나 태도, 느낌 등 다차원적인 개념을 포함하는 정신적 표상으로 신체존중감과 신체만족도를 같은 개념이라고 하였다(Franzoi & Schields, 1984).

이처럼 신체존중감이란 신체의 기능과 외양에 대해 긍정적이거나 부정적인, 일종의 신체에 대한 전반적인 태도로 자신의 신체에 대한 만족 정도를 나타내는 것이며(이승아, 2009), Mendelson et al(2001)은 신체존중감을 자신의 신체나 외모에 대한 자기 평가라고 정의내렸다. 또한 사회 계층이 높고

월 수입이 높을수록 신체 만족도도 높게 나타났다고 밝혔다.

한편, 임경복(2008)은 신체만족도에 영향을 미치는 신체부위를 확인한 결과 체형이 만족도에 미치는 영향이 가장 큰 것으로 나타난다고 했다.

인간의 자아개념 형성에 있어서 자신의 신체에 대한 이미지 개념이 정신적인 면에 미치는 영향이 크다는 사실은 분명하다. 신체이미지는 개인의 정신과 심리적인 경로를 통해 신체만족도에 영향을 미치고 이는 뷰티관리행동에 영향을 미치게 된다. 개인은 태어날 때부터 선천적으로 주어진 유전적 요소뿐만 아니라 성장하면서 환경에 지배를 받고 사회로부터 영향받은 문화적 가치나 개인의 특수한 경험들에 의해 신체변화를 겪게 되고 이를 통한 신체 의식의 변화는 성격의 변화는 물론 자아존중감 및 자아개념 형성에 중요한 역할을 한다(서은혜, 2012). 이처럼 건강하고 아름다운 신체는 자기효능감과 자아실현을 향상시키는 매개체가 되며, 매력적인 외모는 대인지각에서 후광 효과로 작용하게 되고 다른 특질까지도 긍정적으로 평가된다(이은실, 2011). 또한 뷰티관리행동이 가진 스스로 신체를 아름답게 가꾸는 특성은 자기신체 존중감을 설명하는 중요한 연결고리가 된다.

3) 심리적 효용성 선행연구

심리적 효용성은 정신적 건강을 좌우하는 한 요인으로 심리적 효용성이 높을수록 대인관계가 향상되고 사회적 역할을 표현하는 데 적극적으로 만든다. 심리적 효용성은 자기 자신을 확인하며 강화시켜주는 역할을 하며 심리적 효용성을 높일 수 있는 도구나 방법을 통해 자아개념의 개선을 꾀할 수 있다(안진정, 2015).

뷰티관리행동의 심리적 효용성에 관한 선행연구로는 자기효능감과 관련되어 이현옥, 구양숙(2009)은 뷰티관리행동을 통해 향상된 외모는 심리적인 만족감과 안정감을 주고 자기효능감과 존중감을 향상시켜 사회생활에 적극적인 참여도를 높이는 데 매우 중요한 역할을 한다고 밝혔다.

윤천성, 김정숙(2010)은 50대 이상의 여성을 대상으로 피부관리가 자기 효능감에 미치는 효과를 검증한 결과, 피부관리를 통해 만족감이 높아지면 자기존중감과 자기효능감, 그리고 행복감이 상승하는 것으로 나타났고 만족감이 높아질수록 자신이 선택한 행동에 대해 확신을 갖게 되어 자신을 가치있게 여기고 자기 자신에 대해 긍정적인 평가를 하게 된다고 밝혔다.

이화순(2002)은 피부 및 모발관리, 화장관리를 지속적으로 실천한 여성 노인들의 경우 그렇지 않은 노인들보다 삶에 대한 만족도가 높았고 인생에 있어서 매우 적극적인 태도를 가지는 것으로 밝혀졌다.

스트레스 완화와 관련되어 윤석나 외(2014)는 마사지 시술 후 시각적 상사 스트레스(VAS) 평균값 감소, 기분상태 척도 비교(POMS) 감소, 심박변이도(HRV) 감소율을 보이므로 스트레스 완화에 많은 도움이 된다고 하였다.

조혜연(2016)은 아로마를 활용한 안면마사지 전, 후 스트레스는 사전 평균값보다 사후 평균값이 감소하여, 스트레스를 감소시키는 효과가 있는 것으로 나타났으며, 스트레스 반응은 공격성, 우울, 분노의 평균값이 사전보다

사후가 감소하여, 스트레스 반응의 모든 요인을 감소 시키는 것으로 나타났다.

최금주(2009)는 아유르베다 오일 마사지는 스트레스와 면역증진의 효과가 입증되어 스트레스 관리 및 면역체계 향상의 측면에서 효과적인 대안이 될 수 있음을 시사한다.

자기신체존중감에 관한 선행연구로 김완석 외(2009)는 자기 자신의 신체에 대한 존중감은 자기존중감을 구성하는 중요한 요소라고 하였다.

김숙희(2021)는 자기신체존중감을 자신의 신체에 대한 만족도를 나타내며 신체건강과 신체외모를 포함한 자신의 신체를 주관적인 지각을 통해 평가하는 것이다. 이를 통해 수반되는 감정을 인정하고 긍정적으로 수용하면서 신체를 가치 있게 여기는 것으로 정의했다.

심리적 효용성과 뷰티관리행동이 관련된 선행연구를 살펴본 결과는 <표 2>와 같다.

<표 2> 심리적 효용성의 선행연구

연구자	연구내용	심리적 효용성
이화순 (2002)	화장의 사회, 심리적 기대효과에 따른 화장이미지와 자의식에 관한 연구	
이현옥, 구양숙 (2009)	사회적 자기효능감, 외모관심, 외모관리행동에 관한 계층적 연구	자기효능감
윤천성, 김정숙 (2010)	중·노년여성의 피부미용 관리가 행복감에 미치는 영향	
최금주 (2009)	아유르베다오일 마사지가 스트레스와 면역증진에 미치는 영향	
윤석나, 김미영, 임희야, 문덕환 (2014)	직장여성의 스트레스 완화에 대한 등 마사지 시술효과	스트레스 완화
조혜연 (2016)	아로마를 활용한 안면마사지가 비행청소년들의 심리, 생리적 특성에 미치는 영향	
김완석, 박은아, Takemoto (2009).	객체화 신체의식과 신체존중감, 자기해석의 관계: 한국·중국·일본 여대생 비교	자기신체존중감
김숙희 (2021)	뷰티케어행동의 심리적 효용성과 스트레스 완화와의 관계	

3. 업무성취도

1) 업무성취도의 정의

업무란 개인에게 부여된 본연의 임무와 역할을 의미하며 이에 따라 수행하는 활동을 뜻한다. 업무적 성취는 일반적으로 어떤 일을 통해 얻은 결과를 말한다. 이러한 성취는 활동, 작업 등이 이루어짐으로써 발생한 행위, 결과의 상태와 영향 그리고 변화를 가리킨다. 이는 기업이 전략을 수립하고 수행 결과를 제시하는 지표이자 개인의 전략적 적합성을 검증하는 수단이고 조직목표의 달성 여부를 판단하는 근거가 된다(조정명, 2019).

업무성취는 다양한 정의가 가능하다. 사전적 의미로 업무, 즉 일에 대한 결과 또는 목표에 대한 업무수행결과의 개념이자 결과에 대해 만족감을 느끼는 심리상태이다. 일반적으로 업무성취는 업무만족과 연결되는데 업무만족도는 조직 내에서 성취감, 책임감, 승진 및 인간관계 등으로 평가할 수 있다. 이는 업무성취도가 일에 대한 결과 뿐만 아니라 일에 대한 즐거움, 만족과 성취감, 가치관과의 부합, 그리고 자부심 등의 개념과도 함께 적용할 수 있음을 의미한다(정혜경, 2016).

한편 업무성취를 조직의 목표에 대한 달성 여부로 보기도 하고 업무 자체(중요도에 따라), 임금, 그리고 승진 등을 업무성취와 관련지어 분석하기도 한다. 또한 개인과 조직의 효과성을 판단하는 기준이 되기도 한다(강재완, 이형룡, 2013).

업무성취도를 뷰티종사자와 연관지어보면 뷰티산업의 뷰티서비스 분야의 종사자는 뷰티에 대한 전문기술력과 연출의 창의력, 그리고 고객을 헤아리는 서비스 정신이 있어야 한다(곽주영, 2020). 뷰티서비스업 종사자의 업무만족에는 내부적으로는 권한위임, 교육훈련, 보상시스템 등이 있고 이 중 권

한위임이 업무만족에 가장 큰 영향을 미치는 것으로 보고되었다(류은주, 오강수, 2010). 뷰티종사자의 업무만족은 결국 서비스를 받는 고객만족으로 이어지는 경우가 높고 이는 다시 해당 뷰티종사자에 대한 긍정적인 평가로 이어져 지속적으로 업무성취가 이루어지는 선순환이 될 수 있다.

2) 업무성취도의 유형

(1) 업무역량 및 태도

업무역량이란 특정업무를 수행하는데 전문가가 그들의 전문성을 발휘하는데 있어 핵심적으로 요구되는 지식, 기술 등의 행동적 특성뿐 아니라 자기개념, 특질, 동기 등의 내적인 특성을 총칭해 이른다. 또한 역량은 업무성과와 관련이 높고 교육훈련과 개발을 통해 개선될 수 있는 지식, 기술, 태도의 집합체로 정의된다(박운주, 송선희, 2019). 업무역량과 태도를 이야기할 때 자기효능감이 자주 언급되는데 이는, 자기효능감이 인간의 행위와 성과에 중요한 영향요인으로 확립됐으며 높은 자기효능감을 가진 사람들은 그들의 삶을 영위하는 데 있어서 미래지향적 시각을 가지기 때문이다. 또한 개인적인 목표 설정치와 그 목표에 대한 실행도 더욱 높게 나타난다(홍현경 외, 2012).

업무역량 및 태도는 업무목표 설정과 관련된다. 목표는 주의를 집중시키고 노력을 동원하며 끈기를 높여 전략 개발에 동기를 부여함으로써 성과에 영향을 미친다. 성과를 내기 위한 성취에 대한 욕구와 자존감은 업무역량 및 태도를 견인하는 가장 유력한 요인일 수 있다(Locke et al., 1982).

업무역량 및 태도는 잠재적 직무성과를 예측하는데 도움이 되며 일반적으로 구직자나 직장인이 다른 이와 비교했을 때 돋보이는 특정 기술, 지식 및 행동이 포함된다. 이러한 업무역량은 핵심역량, 기능적 역량, 관리 역량으로 나뉘는데 핵심역량은 다양한 전문 기술처럼 조직에 특정한 이점을 제공할 수 있는 역량을 뜻하며 기능적 역량은 직무와 직접 관련된 역량으로 좋은 업무 결과를 내는 데 필요하다. 마지막으로 관리 역량은 문제 해결과 팀을 이끄는 능력으로 관리직에서 성공할 가능성을 지닌 역량이다(indeed, 기사작

성년도: 2022.06.25, 검색일: 2023.09.17). 뷰티관리행동과 연관되어서는 현대 사회에서 이미지 관리와 개성의 표현을 통해 자신의 가치를 향상시키는 것을 중요하게 생각하고 있으며 실제 심리적으로도 업무자신감에 가장 많은 영향을 준다고 나타났다. 즉, 자신의 신체에 대해 매력이 있다고 생각할수록 업무자신감이 향상되는 것이다(박미은, 2019). 이처럼 개인의 핵심 업무역량은 개인이 소유할 수 있고 특정 비즈니스 맥락에서 활동을 수행하는 데 중요하고 구체적이며 식별 가능하고 정의 및 측정 가능한 지식, 기술, 능력과 기타 태도, 행동, 그리고 잘 관리된 신체적 능력과 같은 특성으로 정의할 수 있다(Turner, 2022).

업무역량과 함께 업무태도는 직원의 성과 및 유지와 같은 중요한 개인의 조건이다. 업무태도는 업무에 대해 얼마나 가치를 갖고 있느냐와 관련이 있으며 개인 및 조직의 업무결과에 영향을 미친다(Schleicher et al., 2011).

(2) 업무능력 및 자기개발

업무능력이란 실현하고자 하는 업무의 목표나 바람직한 상태 등을 달성하는 정도를 의미하며 업무성과로 표현되기도 한다. 그러나 업무성과는 산출물(Output)과 같은 결과론적인 의미가 강하다고 간주되어 진행의 의미를 가진 업무능력이라는 용어를 사용하는 경향이 나타난다. 업무능력은 업무수행과 관련된 행동적 측면으로 직업의 기능과 업무를 수행하고자 개인이 활용하는 기술 및 행동의 집합체이며 비가시적으로는 자기개념, 태도, 가치, 동기 등을 의미한다(손인봉, 2019).

업무능력에 영향을 주는 신념 중 '향상가능성'은 자신의 업무 상황에서 어려움을 이겨내고 자신의 능력을 향상시키기 위한 방법으로 노력에 가치를 두는 것을 뜻한다. 이는 자신의 업무에 대해 노력할수록 업무수행과 업무만

족감에 긍정적인 영향을 주는 것으로 ‘향상가능성’ 신념을 강하게 가질수록 업무능력 향상 및 업무만족감이 상승된다고 여겨진다(안도희, 박윤지, 2014). 업무능력에는 정서지능의 개발도 중요한데 업무능력은 정서지능 중에서도 정서조절 점수가 이후에 업무능력을 예측할 수 있다고 나타났다. 이는 기업이나 조직에서 직원의 업무능력을 훈련하고 개발하는 프로그램을 제공할 때 인지능력 뿐만 아니라 정서 능력의 개발도 필요함을 시사한다(문용린 외, 2007). 정리하면, 업무능력은 개인에게 필요한 적절한 지식, 판단 및 기술을 발휘하고 유능하게 수행할 수 있는 것을 말하며 단순히 지식과 기술의 획득만으로 평가되는 것이 아닌 업무를 반영하고 보강하는 가치, 믿음, 태도 등을 총체적으로 포함한다고 할 수 있다(문태영 외, 2023).

한편, 자기개발은 직무, 개인, 그리고 조직의 개선을 목적으로 업무수행이나 개인적 성장을 향상시키기 위한 활동, 또는 개인이 각자의 필요성에 따라 스스로 학습하는 것을 말한다. 이러한 자기개발 노력은 개인의 다양한 욕구를 충족시켜주고 자기효능감을 증대시킴으로써 더 큰 동기부여와 몰입이 이루어져 조직효과성 및 개인 업무능력에 기여하게 된다(이민수, 2014). 이미지를 중시하는 현대의 직장인들은 외적 이미지도 자기개발의 하나로 생각하는데 직업군별로 중요하게 생각하는 뷰티관리행동은 차이를 보인다. 경영관리나 전문기술직의 경우 피부관리를 가장 중요하게 생각하며 전문직은 의복 스타일을 가장 신경 쓰는 것으로 나타났다. 서비스판매직의 경우는 고객을 상대하는 직군의 특성상 체형관리를 제일 중요하게 생각했다. 이와 같이 직업 특성별로 이상적인 외모를 결정짓는 요인은 다르지만 대체로 외모관리 또한 자기개발의 하나로 여기고 있음을 알 수 있다(박주현, 2010).

업무와 관련된 교육과 관련된 자기개발의 예로는 미용사를 대상으로 자기개발을 위한 교육을 진행하였을 때, 기술 개발을 위한 교육훈련의 만족도가 높을수록 업무성과와 자기효능감이 높아지는 것으로 나타났다. 이는 개인에

게 필요한 맞춤형 개발 교육이 업무에 대한 스트레스 감소와 업무에 대한 성취도 상승으로 이루어질 수 있다(전소영 외, 2022).

특히 급변하는 국내외의 업무 환경하에서 조직이나 개인이 생존과 성장을 유지하기 위해서는 개인의 능력 개발과 전략적, 유동적 사고를 요한다. 또한 개인이 업무를 통해 성취하고 싶은 욕구가 상승하면서 경력과 관련된 자기 개발이나 교육 및 훈련에 대한 요구도 함께 다양화되고 있다(김원형, 1998).

(3) 조직 내 성장 및 보상

업무성취도에서 자신이 속해있는 조직을 통해 받은 보상과 이에 대한 만족은 개인에게 동기부여와 성과에 영향을 미친다. 인간은 현재에 대한 초점 뿐만 아니라 미래를 예상하고 보장받고 싶은 욕구를 지니기 때문이다. 따라서 자신이 얻게 될 보상에 대한 미래적 기대를 통해서도 성취감, 만족감을 느낄 수 있는데 여기서 보상은 경제적인 차원뿐만 아니라 조직 내 인간관계, 자아실현 등 다양하다(함상우, 2014). 개인이 업무나 조직을 통해 받게 될 보상에 대한 긍정적 기대감을 가지면 이를 가능하게 하는 업무나 조직에 더 몰입하게 된다. 즉, 기대 그 자체로 개인의 행동과 태도, 동기부여에 영향을 미치는 것이다(Bandura, 1977).

조직 내 성장을 위한 욕구는 개인이 업무로부터 얻을 수 있는 성장에 대한 갈망으로 정의된다. 이때 성장은 현재가 아닌 미래지향적인 관점으로 자신의 업무나 조직생활을 통해 미래에 발전과 성장을 할 수 있다는 기대와 관련된다. 성장욕구의 강도는 개인이 지닌 성장에 대한 개인이 지닌 성장에 대한 각기 다른 욕구의 정도 및 충족에 대한 차이로 업무를 비롯한 개인의 외부환경과 상호작용하여 보다 높은 동기부여, 성과 향상에 영향을 미친다(Hackman & Oldham, 1975).

조직 내 보상의 정의를 나누면 조직에서 개인이 업무와 관련된 다양한 경험을 축적하고 그러한 경험이 강조되는 것이 업무 보상이라고 할 수 있다. 이밖에 조직보상도 존재하는데 조직보상은 조직에 의해 제공되는 승진 및 보상과 같은 외재적 보상을 뜻한다. 조직 내 성장도 다차원으로 구분할 수 있다. 경력 성장은 업무부문과 조직부문으로 구성되며 업무부문은 경력목표 향상, 전문능력개발, 조직부문은 승진속도 및 임금상승으로 구분된다. 여기서 경력목표향상은 조직에서 업무가 자신의 목표를 실현하는데 기회를 제공하는 정도를 뜻하며, 전문능력개발은 개인이 현 업무를 통해 획득가능한 기술 및 지식의 정도를 말한다. 또한 승진속도는 개인이 지각하는 승진 가능성과 실제로 일어나는 승진의 빠름 정도를 의미하고 임금상승은 개인에게 제공하는 경제적 보상 증대와 경제적 보상 증대 향상 가능성에 대한 평가를 포함한다(지성호, 강영순, 2015). 보상과 성장에 대해 정리하면, 보상은 개인이 받는 모든 종류의 화폐적, 비화폐적 서비스 및 이득을 말하며 보상시스템은 기업이나 조직 내에 성과에 대한 화폐적, 비화폐적 보상체계를 의미한다. 성장은 조직이나 개인이 목표를 달성하고자 하며 최선의 행동을 통한 평가를 뜻한다(김순기 외, 2012).

(4) 조직 내 인간관계

인간은 사회성을 지닌 존재로 타인과의 관계를 통해 삶의 방식을 익히며, 사회에 적응할 수 있게 된다. 특히 상호 간에 도움을 주고받으며 바람직한 성장과 발달을 도모할 수 있게 된다. 이때 원만한 인간관계는 개인에게 이익을 가져다 줄 수 있지만 바람직하지 않은 관계는 불필요한 갈등을 유발하여 개인의 생활에 부정적인 영향을 주는 요인으로 작용한다. 따라서 업무를 바탕으로 한 조직 내 인간관계는 매우 중요한 요소이다. 이는 조직 효과성

의 근원이 되며 조직 생활의 수준 및 조직목표 달성을 결정하는 요인이라고 할 수 있다(김영곤, 2017). 실제 조직 내 인간관계 능력은 업무만족, 조직몰입 및 회복탄력성과 유의미한 관계가 있다고 나타났다. 특히 인간관계 능력이 회복탄력성에 가장 큰 영향을 미치는 요인으로 조사되었는데 여기서 회복탄력성이란 변화하는 환경에서 자신에게 닥치는 역경을 극복하고 스스로에게 유리한 방향으로 그 환경을 이용해 도약의 발판으로 삼는 능력을 뜻한다. 이는 개인이 타고나는 것도 있지만 인간관계와 같이 주변 환경의 영향을 통해 향상되기도 한다(박신흥, 강현경, 2019). 이러한 인간관계는 사회적 매력을 얼마만큼 가지고 있는냐로 평가받는데 사회적 매력으로서의 외모는 타인에게 보이는 자신의 모습에 대해 좀 더 나아지고자 메이크업, 헤어관리, 의상 선택, 체형관리 등의 행동을 통해 결정된다. 따라서 뷰티관리행동을 통한 사회적 표현력은 자신의 의사를 표시하고 타인과의 상호작용에서 긍정적인 신체 언어를 전달하며 타인에게 긍정적인 반응을 끌어내 호감을 만든다고 할 수 있다(황정선, 2018).

인간활동의 모든 차원은 대인관계의 기반을 두고 있다. 직장 내 관계는 작업 기반이고 사적이지 않으며 지속적인 기간의 대인관계라고 정의할 수 있다. 이는 일정 기간에 걸친 교류를 포함하는 어느 정도의 상호성을 포함한 관계이며 또한 한 구성원의 행동이 다른 구성원의 행동을 어느 정도 고려한다는 점에서 일정 수준의 상호성을 포함하는 일련의 상호작용 관계라고 설명된다. 따라서 조직 내 인간관계는 개인이 속한 팀의 웰빙을 반영하지만 동적인 구성이다. 이는 같은 관계가 어떤 때는 긍정적일 수도 어떤 때는 부정적일 수도 있으며 강도가 바뀔 수도 있음을 뜻한다(Szostek, 2019). 이러한 대인관계 상황에서 갈등을 줄이고 팀워크 품질을 높일 수 있는 요소가 있는데 성실성과 친화력이다. 성실한 개인은 대체로 성취 지향적이고 질서 정연하며 시간을 잘 지키고 신뢰할 수 있어 다른 사람들에게 과업 지향적이

라고 인식된다. 성실성에서 높은 평가를 받은 개인은 집단 사업의 계획 및 조직에 잘 참여하는 특성을 가지고 따라서 팀워크 요구에 잘 부합한다. 이것은 상호의존적이고 원활한 대인관계를 통해 필요한 활동을 잘 수행한다는 의미이다. 친화력은 개방적인 의사소통을 하고 협조적이며 배려하는 성향을 가질 가능성이 높다. 또한 관계 갈등 노출 측면에서도 친화력이 높은 호의적인 개인은 갈등을 피하고 대인관계 스트레스를 덜 경험하는 경향이 있다고 나타났다(Vîrgă et al., 2014).

즉, 조직 내 인간관계는 같은 조직에서 함께 일하는 사람들 사이에 존재하는 강한 유대 관계를 말하며 서로 단결될 때 조직에서 최선을 다할 수 있고 궁극적으로 뛰어난 성취와 성공을 가져올 수 있음을 의미한다.

3) 업무성취도 선행연구

개인이 추구하는 업무적 성취목표는 숙달목표와 수행목표로 대표되는데, 숙달목표는 주어진 업무의 숙련을 통해 자신의 능력을 개발하는 것을 목표로 한다. 한편 수행목표는 타인과 비교하여 자신의 상대적 위치를 확인하는 것을 목표로 하여 이에 따르는 행동들을 유발한다. 숙달목표를 가지면 어려운 상황에 부딪혔을 때 인내심과 학습지향적 행동을 유지하게 하고 수행목표는 자신이 현재 과거 수준에 비해 능력이 향상되었는지 자신의 역량을 평가하게 만든다(이차연, 박영석, 2006).

이를 바탕으로 업무성취도와 관련된 선행연구를 살펴보면 송방호(2020)는 업무역량 및 태도에서 다양한 차원의 개인 성향 변수들이 업무태도에 미치는 영향을 통해 업무역량과의 매개 효과를 규명하였다. 또한 업무태도에 영향을 줄 것으로 예상되는 변수들의 영향 관계를 구체적으로 분석하여 설명했다.

최광우(2018)는 조직 구성원인 개인이 업무역량과 업무태도에 도움이 되는 심리적 자원으로써 관계적 에너지를 제시하고 이러한 관계에너지의 경험을 강화할 수 있는 내용을 실증적으로 증명해 보였다.

신형철(2018)은 자기개발의 자율적, 타율적 동기가 업무역량, 업무효능감, 업무수행에 유의미한 영향을 준다고 밝혔고 이를 통해 인적자원개발을 위한 자기개발의 중요성을 부각시켰다.

김학범, 이재영(2011)은 민간 경비원을 대상으로 한 연구에서 자아존중감과 성취욕구가 업무능력에 미치는 영향을 조사하여 유의미한 영향을 미치는 것을 밝혔다. 또한 업무능력은 조건적 보상이 높고 개별적 배려가 높을 때 높아진다고 나타났다.

이지만, 권인수(2005)는 개인이 조직의 경영자에 대한 신뢰의 요인과 그 효

과를 살펴볼 때 업무적 보상이 주는 영향을 살펴보았다. 연구결과 업무내재적, 외재적 보상의 상호작용 효과가 필요하며 이는 경영자에 대한 신뢰와 연결됨을 밝혔다.

장인자(2019)는 업무환경과 보상체계가 업무만족과 조직 몰입 및 이직의도에 미치는 영향을 살펴보았다. 이를 통해 업무만족과 조직몰입 향상 및 이직의도의 감소를 위한 구체적인 실천 보상 방안을 제공하였다.

윤은주 외(2012)는 조직 구성원의 인간관계 만족도가 이직의도에 어떠한 영향을 미치는지 알아보는 요인에 리더의 유형이 어떤 역할을 하는지 연구하였다. 이를 통해 상사의 업무관련 비전과 자부심이 구성원의 이직 의도를 낮추고 구성원의 인간관계에도 긍정적인 영향을 미친다고 밝혔다.

이재봉, 조옥선(2018)은 융-복합시대의 청년의 인간관계가 조직몰입에 미치는 영향을 알아보고자 근무환경과 성별에 따라 분석했다. 이에 인간관계는 조직몰입에 긍정적인 영향을 미친다고 나타났으며 근무환경 또한 조직몰입에 마찬가지로 유의미한 영향을 미침을 확인했다.

업무성취도와 관련된 선행연구를 정리한 결과는 <표 3>과 같다.

<표 3> 업무성취도의 선행연구

연구자	연구내용	업무성취도
최광우 (2018)	심리적, 관계적, 조직적 요인이 종업원의 업무태도 및 성과에 미치는 영향에 관한 연구	업무역량 및 태도
송방호 (2020)	이벤트 기획사 종사자의 개인 성향이 업무태도에 미치는 영향에 관한 연구	
김학범, 이재영 (2011)	민간경비원의 업무능력에 미치는 영향요인에 관한 연구	업무능력 및 자기개발
신형철 (2018)	자기개발 동기가 인적자원개발 효과에 미치는 영향	
이지만, 권인수 (2005)	조직구성원의 경영자에 대한 신뢰의 결정요인과 효과	조직 내 성장 및 보상
장인자 (2019)	직무환경과 보상체계가 요양보호사의 직무만족과 조직몰입 및 이직의도에 미치는 영향	
윤은주, 안희경, 이의령 (2012)	상사의 리더십 유형이 조직구성원의 인간관계 만족 및 이직의도에 미치는 영향	조직 내 인간관계
이재봉, 조옥선 (2018)	융·복합시대 청년들의 대인관계가 조직몰입에 미치는 영향	

Ⅲ. 연구방법

1. 연구문제

본 연구에서는 20-40대 성인의 뷰티관리행동의 심리적 효용성이 업무성취도에 미치는 영향에 대해 검증하고자 다음과 같은 연구문제를 설정하였다.

연구문제 1. 연구대상자의 일반적 특성을 알아본다.

연구문제 2. 연구대상자의 뷰티관리행동, 심리적 효용성, 업무성취도의 요인을 분석하고 신뢰도를 검증한다.

연구문제 3. 연구대상자의 뷰티관리행동, 심리적 효용성, 업무성취도의 상관관계 분석을 통하여 검증된 각 변인들의 인과관계를 알아본다.

연구문제 4. 연구대상자의 뷰티관리행동이 심리적 효용성에 미치는 영향을 알아본다.

연구문제 5. 연구대상자의 뷰티관리행동의 심리적 효용성이 업무성취도에 미치는 영향을 알아본다.

연구문제 6. 연구대상자의 뷰티관리행동의 심리적 효용성이 업무성취도에 매개역할을 하는지 매개효과 분석을 통하여 알아본다.

2. 자료수집 및 연구대상

본 연구는 20-40대 성인을 대상으로 뷰티관리행동의 심리적 효용성이 업무성취도에 미치는 영향을 파악하기 위하여 조사연구 방법으로 온라인 설문지법을 이용하였다.

연구대상자는 설문조사 전 스크리닝¹⁾을 통해 뷰티관리행동에 관심을 가지고 있는 20-40대 성인을 대상으로 선정하였으며, 연령대의 경우 20-29세 이하, 30-39세 이하, 40-49세 이하의 3개 구간으로 나누어 분석하였다.

설문조사는 2023년 4월10일에서 30일까지 이루어졌으며, 총 853명이 응답하였고 유효표본은 826명으로 진행하였다. 조사 내용은 뷰티관리행동, 심리적 효용성, 업무성취도 등이며 관련 선행연구를 참고하여 전반적으로 설계하였다.

3. 자료분석

본 연구에서 수집된 자료는 SPSS(Statistical Package for the Social Science) WIN 27.0 프로그램을 이용하여 분석하였으며, 분석기법은 다음과 같다.

첫째, 연구대상자의 일반적 특성을 살펴보기 위해 빈도와 백분율을 구하였다.

둘째, 변수의 타당성과 신뢰성을 검증하기 위해 요인분석(Factor Analysis)을 실시하고, Cronbach α 를 산출하였다.

셋째, 연구대상자들의 뷰티관리행동, 심리적 효용성, 업무성취도를 파악하

1) 본 설문조사에 들어가기 전에 연구목적에 부합한 대상자를 선별하기 위한 작업으로, 뷰티관리행동의 관심과 실천 여부에 대해 예비설문을 실시하였음을 뜻함.

기 위해 One-way ANOVA(일원변량분석), t-test(검증) 그리고 MANOVA(다변량분석)을 실시하였다. 사후검증으로는 Scheffe 검증을 실시하였다.

넷째, 연구대상자들의 뷰티관리행동의 심리적 효용성이 업무성취도에 미치는 영향을 살펴보기 위해 다중회귀분석(Multiple Regression)을 실시하였다.

다섯째, 연구대상자들의 뷰티관리행동이 업무성취도에 미치는 영향에서 심리적 효용성의 매개효과를 알아보기 위해 위계적 회귀분석(Hierarchical Regression)을 실시하였다.

여섯째, 뷰티관리행동과 업무성취도와의 관계에서 심리적 효용성의 매개효과를 검증하기 위해 Sobel-test를 실시하였다.

4. 측정도구

본 연구의 실증적 연구를 위하여 20-40대 성인을 대상으로 설문지법을 사용하였으며, <표 4>는 설문지의 구성과 문항 수를 정리한 것이다.

설문지의 문항은 크게 5가지로 구성하였으며, 20-40대 성인의 뷰티관리행동, 심리적 효용성, 업무성취도의 총 66문항을 5점 Likert 척도를 사용하여 매우 그렇지 않다(1점), 그렇지 않다(2점), 보통이다(3점), 그렇다(4점), 매우 그렇다(5점)로 하였고, 뷰티관리행동 일반 6문항, 연구대상자의 일반적 특성 5문항을 선다형으로 작성하여, 총 77문항으로 구성하였다.

1) 뷰티관리행동

뷰티관리행동 일반은 정우정(2022), 정이슬(2015)의 연구를 참고하여 뷰티관리행동의 목적, 이유, 횟수, 제약요인, 그리고 뷰티관리행동을 위한 지출비

용으로 구성하여 선다형으로 6문항, 뷰티관리행동은 이미림(2021), 김민아(2018), 김경희(2002)가 검증한 연구를 바탕으로 화장품 구매행동, 피부관리행동, 체형관리행동, 헤어관리행동, 메이크업관리행동, 네일관리행동 6가지 요인으로 구분하고 5점 Likert 척도를 적용하여 총 27문항을 최종 사용하였다.

2) 심리적 효용성

심리적 효용성은 선행연구 김숙희(2021), 고선형(2015), 서은혜(2012)의 연구를 바탕으로 자기효능감, 스트레스 완화, 자기신체존중감 3가지 요인으로 구분하고 5점 Likert 척도를 적용하여 총 15문항을 최종 사용하였다.

3) 업무성취도

업무성취도는 선행연구 서정규(2020), 이재일(2011), 정향진(2010)의 연구를 바탕으로 업무능력 및 자기개발, 업무역량 및 태도, 조직 내 성장, 조직 내 인간관계의 4가지 요인으로 구분하고 5점 Likert 척도를 적용하여 총 20문항을 최종 사용하였다.

4) 일반적 특성

일반적 특성에 대한 측정 도구는 연령, 성별, 최종학력, 직업, 결혼 여부에 관한 5개 문항으로 최종 구성하였다.

<표 4> 설문지의 구성

측정변인	하위요인	척도	출처	문항 개수
뷰티관리행동 일반	<ul style="list-style-type: none"> · 뷰티관리행동의 목적 · 뷰티관리행동의 이유 · 뷰티관리행동 횟수 · 뷰티관리행동의 제약요인 · 뷰티관리행동 지출비용 	선다형	정우정(2022) 정이슬(2015)	6
뷰티관리행동	<ul style="list-style-type: none"> · 화장품 구매행동 · 피부관리행동 · 체형관리행동 · 메이크업관리 · 헤어관리행동 · 네일관리행동 	5점 Likert 척도	이미림(2021) 김민아(2018) 김경희(2002)	27
심리적 효용성	<ul style="list-style-type: none"> · 자기효능감 · 스트레스 완화 · 자기신체존중감 	5점 Likert 척도	김숙희(2021) 고선형(2015) 서은혜(2012)	20
업무성취도	<ul style="list-style-type: none"> · 업무능력 및 자기개발 · 업무역량 및 태도 · 조직 내 성장 및 보상 · 조직 내 인간관계 	5점 Likert 척도	서정규(2020) 이재일(2011) 정향진, 류경민(2010)	19
일반적 특성		선다형	연구자	5
총 문항 수				77

IV. 연구결과 및 논의

1. 연구대상자의 일반적 특성

본 연구의 연구대상자의 일반적 특성은 <표 5>와 같다.

총 826명 중 연령별로는 30대가 36.7%로 가장 많았으며, 다음으로 40대 32.3%, 20대 31.0% 순으로 나타났다. 성별로는 여성이 51.1%로 남성 48.9%보다 약간 높은 분포를 보였다. 학력별로는 대학교 졸업이 73.4%로 대부분을 차지하였으며, 다음으로 대학원 졸업 이상 17.8%, 고등학교 졸업 이하 8.8% 순이었다. 직업별로는 일반 사무직이 70.5%로 절반 이상을 차지하였으며, 다음으로 전문직 12.5%, 자영업/사업 8.8%, 판매 및 서비스직 8.2% 순으로 나타났다. 결혼여부별로는 미혼이 63.1%로 기혼 36.9%보다 많았다.

<표 5> 연구대상자의 일반적 특성

구	분	빈도(명)	백분율(%)
연 령	20대	256	31.0
	30대	303	36.7
	40대	267	32.3
성 별	여성	422	51.1
	남성	404	48.9
학 력	고등학교 졸업 이하	73	8.8
	대학교 졸업	606	73.4
	대학원 졸업 이상	147	17.8
직 업	일반 사무직	582	70.5
	전문직	103	12.5
	판매 및 서비스직	68	8.2
	자영업/사업	73	8.8
결혼여부	미혼	521	63.1
	기혼	305	36.9
계		826	100.0

2. 연구대상자의 뷰티관리행동, 심리적 효용성, 업무성취도 요인분석

본 연구에서 변수의 타당성은 요인분석(Factor Analysis)을 통해 분석하였다. 이 분석기법은 변인 속에 있는 요인의 공통적인 변수를 찾아내어 변인들의 특성으로 자료가 지니고 있는 변수를 찾는 방법이다. 본 연구에서는 변수의 타당성을 검증하기 위해 요인분석 방법 중 주성분분석을 선택하였고, 요인 적재치를 높이기 위해서는 배리맥스 회전 방법을 거쳤으며, 요인 적재치는 0.50 이상인 문항을 사용하였다.

1) 뷰티관리행동

본 연구의 독립변수인 뷰티관리행동 변수에 대해 요인분석을 실시한 결과는 <표 6>과 같다.

<표 6>에서 보는 바와 같이 뷰티관리행동 변수는 총 27개의 변인이 추출되었으며, 6개의 요인으로 묶였다.

KMO의 표본적합도 점검결과 KMO값이 0.895로 나타났고 뷰티관리행동의 문항 간의 일관성은 각 요인별로 모두 0.8 이상의 신뢰도가 나타나 요인분석 가정을 만족시키므로 다음과 같이 요인분석을 시행하였다.

요인 1(13.102%)은 정기적으로 미백, 리프팅, 모공관리 등을 위해 레이저 치료나 관리를 받는다, 피부관리를 위해 주기적으로 피부과나 에스테틱을 방문한다, 피부관리를 위해 홈케어 기기를 사용한다, 주기적인 피부관리를 위해 홈케어 제품(마스크팩, 스크럽제 등)을 구매한다 등의 내용을 포함하고 있으므로 '피부관리'라고 명명하였다.

요인 2(12.724%)는 체형관리를 위한 홈트레이닝 기구나 제품을 구매한다,

평소 비만을 걱정하여 다이어트 제품을 구매한 적이 있다, 체형관리를 위해 꾸준히 운동을 등록하고 실행한다 등의 내용을 포함하고 있으므로 ‘체형관리’로 명명하였다.

요인 3(11.920%)은 주기적으로 네일샵을 방문하여 네일 관리를 받는다, 네일관리를 받으며 네일샵의 제품을 구매한 적이 있다, 나는 새로운 네일아트 가 나오면 시도해본다 등의 내용을 포함하여 ‘네일관리’라고 명명하였다.

요인 4(11.841%)는 화장품 구매 전 제품 관련 정보를 꼼꼼히 확인하는 편이다, 화장품 구매 시 여러 회사의 제품을 비교한 후 나의 피부타입에 맞는 제품인지 고려하여 구매한다, 늘 사용하는 화장품의 경우 가격이 변해도 계속 구입한다 등의 내용이 포함되어있으므로 ‘화장품 구매’라고 명명하였다.

요인 5(10.918%)는 나는 외모를 돋보이게 하기위한 화장법을 배운 적이 있다, 인기있는 연예인의 화장을 따라하기 위해 해당 메이크업을 받거나 제품을 구매한 적 있다, 나는 SNS나 TV의 화장법을 주의 깊게 관찰하며 따라하거나 응용한 적이 있다 등의 내용을 포함하여 ‘메이크업 관리’라고 명명하였다.

요인 6(10.547%)은 머릿결이나 두피에 좋은 영향을 준다면 고가의 샴푸나 트리트먼트, 에센스도 가격에 구애받지 않고 구매한다, 주기적으로 미용실을 방문하여 헤어스타일을 바꾼다, 나는 헤어스타일 변화 시 연예인이나 유행 스타일 자료나 사진을 활용한다 등의 내용이 포함되어 ‘헤어관리’라고 명명하였다.

<표 6> 뷰티관리행동 요인분석

문항	피부 관리	체형 관리	네일 관리	화장품 구매	메이크업 관리	헤어 관리
정기적으로 미백, 리프팅, 모공관리 등을 위해 레이저 치료나 관리를 받는다	.824	.149	.153	.035	.143	.100
피부관리를 위해 주기적으로 피부과나 에스테틱을 방문한다	.823	.190	.117	.039	.105	.101
피부관리를 위해 홈케어 기기를 사용한다	.818	.158	.081	.044	.148	.102
나는 보톡스나 필러와 같은 뿌티기술을 받아왔다	.792	.159	.165	.028	.129	.042
주기적인 피부관리를 위해 홈케어 제품 (마스크팩, 스크럽제 등) 을 구매한다	.763	.104	-.067	.095	.183	.077
체형관리를 위한 홈트레이닝 기구나 제품을 구매한다	.174	.811	.011	.037	.093	.084
건강과 몸매를 위해 영양제나 이너뷰티 제품을 정기적으로 구매한다	.134	.809	.031	.034	.109	.077
평소 비만을 걱정하여 다이어트 제품을 구매한 적이 있다	.132	.803	.136	.024	.093	.002
체형관리를 위한 디톡스 제품을 구입하는 편이다	.122	.792	.144	-.021	.105	.065
체형관리를 위해 꾸준히 운동을 등록하고 실행한다	.139	.788	-.012	.056	.077	.078
주기적으로 네일샵을 방문하여 네일 관리를 받는다	.074	.053	.874	.024	.132	.058
네일관리를 받으며 네일샵의 제품을 구매한 적이 있다	.104	.066	.865	.038	.153	.089
나는 새로운 네일아트가 나오면 시도해본다	.103	.119	.855	.052	.181	.085
나는 셀프네일 관리 제품을 가지고 있다	.115	.057	.832	.068	.201	.083
화장품 구매 전 제품 관련 정보를 꼼꼼히 확인하는 편이다	.067	.019	-.014	.820	.029	.046
나는 화장품 구매 시 브랜드를 고려한다	.035	.020	.001	.810	.021	.057
화장품 구매 시 여러 회사의 제품을 비교한 후 나의 피부타입에 맞는 제품인지 고려하여 구매한다	.075	.011	-.001	.802	-.030	.097
늘 사용하는 화장품의 경우 가격이 변해도 계속 구입한다	.023	.016	.047	.794	.010	.170
종종 기분전환을 위해 화장품 구매를 한다	.010	.053	.130	.717	.010	.048
나는 외모를 돋보이게 하기위한 화장법을 배운 적이 있다	.158	.127	.173	.002	.832	.087
인기있는 연예인의 화장을 따라하기 위해 해당 메이크업을 받거나 제품을 구매한 적 있다	.180	.101	.183	-.019	.828	.098
나는 SNS나 TV의 화장법을 주의 깊게 관찰하며 따라하거나 응용한 적이 있다	.182	.133	.141	.016	.816	.111
나는 중요한 행사나 모임이 있을 때 메이크업 서비스를 받는다	.164	.128	.197	.037	.777	.097
나는 헤어스타일 연출 시 디자인이나 결과가 마음에 들면 가격은 중요하지 않다	.092	.079	.076	.079	.054	.834
머릿결이나 두피에 좋은 영향을 준다면 고가의 샴푸나 트리트먼트, 에센스도 가격에 구애받지 않고 구매한다	.071	.103	.061	.086	.115	.821
주기적으로 미용실을 방문하여 헤어스타일을 바꾼다	.092	.025	.035	.153	.107	.813
나는 헤어 스타일 변화 시 연예인이나 유행스타일 자료나 사진을 활용한다	.106	.076	.121	.101	.079	.803
고유값	3.538	3.435	3.218	3.197	2.948	2.848
분산 (%)	13.102	12.724	11.920	11.841	10.918	10.547
누적 (%)	13.102	25.826	37.746	49.587	60.505	71.052
신뢰도 (Cronbach's α)	.897	.881	.890	.855	.911	.862
KMO=.895, $\chi^2=12519.387^{***}(.000)$						

2) 심리적 효용성

본 연구의 매개변수인 심리적 효용성 변수에 대해 요인분석을 실시한 결과는 <표 7>과 같다.

<표 7>에서 보는 바와 같이 심리적 효용성 변수는 총 15개의 변인이 추출되었으며, 3개의 요인으로 묶였다.

KMO의 표본적합도 점검결과 KMO값이 0.896으로 나타났고 심리적 효용성의 문항 간의 일관성은 각 요인별로 모두 0.8 이상의 신뢰도가 나타나 요인분석 가정을 만족시키므로 다음과 같이 요인분석을 시행하였다.

요인 1(23.115%)은 나는 내가 원하는 만큼 아름답다 혹은 멋지다 라고 생각한다, 나는 나의 외모 중에서 바꾸고 싶은 부분이 거의 없다, 뷰티관리행동을 통해 나는 남들보다 건강하다고 느낀다, 나는 나의 체력에 자신 있다 등의 내용을 포함하고 있으므로 ‘자기신체존중감’이라고 명명하였다.

요인 2(22.256%)는 메이크업, 헤어스타일링 등이 마음에 들면 다소 적극적으로 행동하게 된다, 뷰티관리행동을 통해 대인관계에도 적극적으로 표현하게 된다, 뷰티관리행동을 통해 업무에도 자기효능감이 생기며 일의 능력에 긍정적인 영향을 받는다 등의 내용을 포함하고 있으므로 ‘자기효능감’으로 명명하였다.

요인 3(22.170%)은 뷰티관리행동을 통해 스트레스가 해소된다, 뷰티관리행동을 통해 피로가 풀리고 신체에너지가 회복되는 것을 느낀다, 피부, 체형, 헤어, 메이크업, 네일 관리를 받으면 기분전환이 된다 등의 내용을 포함하여 ‘스트레스 완화’라고 명명하였다.

<표 7> 심리적 효용성 요인분석

문 항	자기신체 존중감	자기 효능감	스트레스 완화
나는 내가 원하는 만큼 아름답다 혹은 멋지다 라고 생각한다	.843	.108	.050
뷰티관리행동을 통해 나는 거울에 비친 나의 모습에 만족하는 편이다	.832	.078	.125
나는 나의 체력에 자신 있다	.825	.061	.094
나는 나의 외모 중에서 바꾸고 싶은 부분이 거의 없다	.816	-.010	.037
뷰티관리행동을 통해 나는 남들보다 건강하다고 느낀다	.808	.105	.146
뷰티관리행동을 통해 내 자신을 자랑스럽다고 생각한다	.800	.817	.112
메이크업, 헤어스타일링 등이 마음에 들면 다소 적극적으로 행동하게 된다	.026	.804	.154
뷰티관리행동을 통해 자기효능감이 생긴다	.068	.798	.098
뷰티관리행동을 통해 대인관계에도 적극적으로 표현하게 된다	.107	.798	.146
뷰티관리행동을 통해 업무에도 자기효능감이 생기며 일의 능률에 긍정적인 영향을 받는다	.052	.795	.124
뷰티관리행동을 하면 에너지가 왕성해짐을 느낀다	.107	.096	.816
뷰티관리행동을 통해 스트레스가 해소된다	.058	.156	.805
뷰티관리행동을 통해 피로가 풀리고 신체에너지가 회복되는 것을 느낀다	.087	.123	.796
뷰티관리행동을 하면 복잡했던 생각이 정리되고 정신이 맑아지는 편이다	.086	.164	.793
피부, 체형, 헤어, 메이크업, 네일 관리를 받으면 기분전환이 된다	.104	.100	.785
고유값	3.467	3.338	3.325
분산 (%)	23.115	22.256	22.170
누적 (%)	23.115	45.371	67.541
신뢰도 (Cronbach's <i>a</i>)	.889	.874	.873
KMO=.896, $\lambda^2=6129.472^{***}(.000)$			

3) 업무성취도

본 연구의 종속변수인 업무성취도 변수에 대해 요인분석을 실시한 결과는 <표 8>과 같다. 업무성취도 변수는 총 19개의 변인이 추출되었으며, 4개의 요인으로 묶였다.

KMO의 표본적합도 점검결과 KMO값이 0.919로 나타났고 업무성취도의 문항 간의 일관성은 각 요인별로 모두 0.8 이상의 신뢰도가 나타나 요인분석 가정을 만족시키므로 다음과 같이 요인분석을 시행하였다.

요인 1(17.902%)은 나는 업무에 새롭고 유용한 방법을 적용하는 것을 두려워하지 않는다, 나는 주어진 업무에 적합한 능력을 발휘하고 있다, 나는 업무 중 발생한 문제를 해결하는데 적극적으로 노력한다 등의 내용을 포함하고 있으므로 ‘업무역량 및 태도’라고 명명하였다.

요인 2(17.649%)는 나는 업무 과정에서 동료들과 소통하는데 어려움이 없다, 나는 동료 및 상사와의 관계가 원만하다, 나는 직장에서 환영받는 느낌을 받는다 등의 내용을 포함하고 있으므로 ‘조직 내 인간관계’로 명명하였다.

요인 3(17.006%)은 나는 매력적으로 보이고 다른 동료들에 비해 성과를 더 인정받는 편이다, 나의 업무를 통해 바람직한 보수를 받고 있다, 나는 매력적인 외모를 통해 직장에서 더 많은 기회를 얻는 편이다 등의 내용을 포함하여 ‘조직 내 성장 및 보상’이라고 명명하였다.

요인 4(14.229%)는 나는 업무능력 개발을 위한 새로운 기술이나 교육을 습득하려고 노력한다, 나는 현재의 직업에서 전문가가 되려는 열정이 있다, 나는 업무성과 목표 및 경력을 수립하고 실행하는데 어려움이 없다 등의 내용을 포함하여 ‘업무능력 및 자기개발’이라고 명명하였다.

<표 8> 업무성취도 요인분석

문항	업무 역량 및 태도	조직 내 인간 관계	조직 내 성장 및 보상	업무 능력 및 자기 개발
나는 업무에 새롭고 유용한 방법을 적용하는 것을 두려워하지 않는다	.810	.116	.153	.143
나는 주어진 업무에 적합한 능력을 발휘하고 있다	.790	.163	.101	.115
나는 계획된 업무량을 원활히 수행하고 있다	.790	.156	.176	.066
나는 업무 중 발생한 문제를 해결하는데 적극적으로 노력한다	.785	.145	.180	.118
나는 현재하는 업무에 대해 의욕적이다	.771	.179	.118	.179
나는 업무 과정에서 동료들과 소통하는데 어려움이 없다	.160	.793	.146	.100
나는 동료 및 상사와의 관계가 원만하다	.156	.789	.142	.117
동료들은 나의 업무와 업무 문제에 기꺼이 도움을 준다	.137	.787	.126	.136
나는 직장에서 환영받는 느낌을 받는다	.139	.775	.111	.128
동료들은 나와 팀으로 함께 일하는 것을 좋아한다	.145	.772	.150	.089
나의 직장은 나의 의견을 중요하게 생각한다	.160	.140	.777	.096
나는 매력적으로 보이고 다른 동료들에 비해 성과를 더 인정받는 편이다	.114	.164	.776	.134
나의 업무를 통해 바람직한 보수를 받고 있다	.140	.066	.765	.163
나는 매력적인 외모를 통해 직장에서 더 많은 기회를 얻는 편이다	.116	.127	.759	.138
동료들은 나의 업무수행에 대해 신뢰감을 가지고 있다	.175	.181	.757	.121
나는 업무능력 개발을 위한 새로운 기술이나 교육을 습득하려고 노력한다	.086	.122	.149	.796
나는 현재의 직업에서 전문가가 되려는 열정이 있다	.162	.081	.105	.793
나는 업무성과 목표 및 경력을 수립하고 실행하는데 어려움이 없다	.132	.176	.161	.777
나는 현재 직무에서의 성공을 위해 기대 이상의 노력을 기꺼이 할 수 있다	.154	.132	.173	.775
고유값	3.401	3.353	3.231	2.704
분산 (%)	17.902	17.649	17.006	14.229
누적 (%)	17.902	35.550	52.557	66.786
신뢰도 (Cronbach's α)	.884	.861	.838	.875
KMO=.919, $\chi^2=7537.219^{***}(.000)$				

3. 연구대상자의 뷰티관리행동, 심리적 효용성, 업무성취도 간의 상관관계

연구대상자들의 뷰티관리행동, 심리적 효용성, 업무성취도 간의 상관관계에 대해 살펴본 결과는 <표 9>와 같다.

상관관계는 강도와 방향성을 보는 것으로 강도는 표준편차 값을 통해 평균을 기준으로 분포되어 있는 정도를 본다. 대체로 0.4-0.7은 다소 높은 상관관계, 0.7-0.9는 높은 상관관계, 0.9 이상은 매우 높은 상관관계를 뜻한다. 이에 따라 각 변수들 간의 관계를 보면, 화장품 구매와 메이크업관리, 피부관리와 업무능력 및 자기개발, 네일관리와 업무성취도를 제외한 모든 변수들 간에 통계적으로 다소 높거나 매우 높은 수준의 상관관계가 나타났다.

다음으로 뷰티관리행동 및 심리적 효용성과 업무성취도와의 관계를 보면, 화장품 구매와 피부관리, 체형관리, 헤어관리, 메이크업관리는 업무성취도와 통계적으로 유의미한 정적 상관관계를 보였고, 네일관리는 업무성취도와 통계적으로 유의미한 상관관계를 보이지 않았다. 따라서 종합적인 뷰티관리행동이 자신의 신체이미지를 향상시킬 뿐만 아니라 단정하고 자신감 있는 외모로 직업적 성취에 잠재적으로 긍정적인 영향을 미칠 수 있음을 나타낸다. 이는 여성 병원종사자를 대상으로 신체이미지와 업무효율성 간의 상관관계 분석에서 신체이미지가 업무효율성에 유의한 정적 영향을 미친 것으로 나타난 이덕란(2023)의 연구결과와 맥을 같이한다. 또한 심리적 효용성인 자기효능감, 스트레스 완화, 자기신체존중감 모두 업무성취도와 통계적으로 유의미한 정적 상관관계를 보였다.

이상과 같이 연구대상자들은 네일관리를 제외한 뷰티관리행동과 뷰티관리행동의 심리적 효용성이 높을수록 업무성취도가 높음이 확인되었다.

<표 9> 뷰티관리행동, 심리적 효용성, 업무성취도 간의 상관관계

구 분		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13
뷰티관리 행 동	1. 화장품 구매	1												
	2. 피부관리	.130**	1											
	3. 체형관리	.081**	.375***	1										
	4. 헤어관리	.239***	.249***	.194***	1									
	5. 메이크업관리	.055	.407***	.304***	.262***	1								
	6. 네일관리	.108**	.267***	.204***	.214***	.412***	1							
심리적 효용성	7. 자기효능감	.211**	.186***	.179***	.283***	.174***	.153***	1						
	8. 스트레스 완화	.223**	.181**	.172***	.178**	.201**	.188**	.316**	1					
	9. 자기신체존중감	.099*	.290***	.116**	.160***	.261***	.220**	.179**	.227**	1				
업 무 성취도	10. 업무역량및 태도	.228**	.105**	.149***	.249***	.085*	.020	.290**	.257**	.193***	1			
	11. 업무능력 및 자기개발	.102**	.031	.111**	.242***	.074*	-.035	.224**	.150**	.183***	.360***	1		
	12. 조직 내 성장 및 보상	.160***	.214***	.206***	.272***	.216***	.038	.260***	.248***	.203***	.392***	.381***	1	
	13. 조직 내 인간관계	.166***	.182***	.171***	.211***	.172***	.038	.239***	.270***	.236***	.398***	.3**41	.3**75	1
Mean		3.70	2.92	3.37	3.34	3.03	3.00	3.72	3.61	3.13	3.65	3.72	3.59	3.67
(SD)		(.88)	(1.11)	(1.03)	(1.05)	(1.14)	(1.22)	(.90)	(.91)	(1.05)	(.95)	(.90)	(.90)	(.89)

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

4. 일반적 특성에 따른 연구대상자의 뷰티관리행동, 심리적 효용성, 업무성취도의 차이분석

1) 일반적 특성에 따른 뷰티관리행동 차이

연구대상자들의 일반적 특성에 따라 뷰티관리행동의 차이를 분석한 결과 <표 10>과 같으며, 전체 평균 5점 만점 중 3.53으로 높게 나타났다.

연령별로는 연령이 적은 연구대상자일수록 뷰티관리행동이 높았으나 유의미한 차이는 아니었다. 성별로는 여성 연구대상자가 남성 연구대상자보다 뷰티관리행동이 높았으나 성별에 따른 유의미한 차이는 없었다. 학력별로는 대학원 졸업 이상인 연구대상자가 뷰티관리행동이 가장 높았고, 고등학교 졸업 이하인 연구대상자는 그렇지 않은 연구대상자보다 뷰티관리행동이 낮았으나 통계적으로는 유의미한 차이를 보이지 않았다.

직업별로는 전문직인 연구대상자가 뷰티관리행동이 가장 높았고, 자영업/사업에 종사하는 연구대상자는 그렇지 않은 연구대상자보다 뷰티관리행동이 낮았으며, 직업에 따라 유의미한 차이를 보였다($F=4.81, p<.01$). 이는 전문직의 경우 개인적인 프레젠테이션이나 자기 관리가 강조되는 데서 비롯된다고 볼 수 있다. 중요한 고객을 상대하는 역할이거나 전문지식을 활용한 직업군에 종사하는 경우 단정한 외모는 신뢰감을 형성하는 데 도움을 줄 수 있기 때문이다. 이러한 본 연구의 결과는 외모관리행동에 대해 직업에 따른 분석 결과에서 전문직 집단이 기타 집단보다 높은 평균 점수를 보고하며 전문직의 경우 특히 외모관리행동 중 피부관리행동의 점수가 가장 높게 나타났다. 이는 밝고 깨끗한 피부는 신뢰감과 호감을 주는 긍정적인 이미지를 어필할 수 있다고 밝힌 강평미(2017)의 연구 내용이 본 연구의 결과를 뒷받침한다. 또한 사후검증을 실시한 결과, 일반 사무직과 전문직, 전문직과 자영업/사업

이 유의미한 차이를 보였다. 결혼여부별로는 미혼인 연구대상자가 기혼인 연구대상자보다 뷰티관리행동이 높았으며, 결혼여부에 따라 유의미한 차이를 보였다($t=3.97, p<.001$).

이상과 같이 연구대상자들은 뷰티관리행동이 높았으며 특히 전문직에 종사하거나, 미혼에 속하는 연구대상자가 그렇지 않은 연구대상자보다 뷰티관리행동이 높게 나타났다.

<표 10> 일반적 특성에 따른 뷰티관리행동 차이

구	분	N	Mean	SD	F or t	p	Scheffe
연령	20대	256	3.60	.65	1.06	.346	
	30대	303	3.58	.65			
	40대	267	3.54	.63			
성별	여성	422	3.61	.61	1.88	.061	
	남성	404	3.53	.68			
학력	고등학교 졸업 이하	73	3.52	.54	.71	.490	
	대학교 졸업	606	3.58	.66			
	대학원 졸업 이상	147	3.60	.64			
직업	일반 사무직 ^a	582	3.41	.65	4.81**	.002	a<b b>d
	전문직 ^b	103	3.70	.63			
	판매 및 서비스직 ^c	68	3.58	.57			
	자영업/사업 ^d	73	3.37	.65			
결혼여부	미혼	521	3.55	.65	3.97***	.000	
	기혼	305	3.37	.63			
전체		826	3.53	.65			

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

2) 일반적 특성에 따른 심리적 효용성 차이

연구대상자들의 일반적 특성에 따라 심리적 효용성의 차이를 분석한 결과는 <표 11>과 같으며, 5점 만점 중 전체 평균이 3.49점으로 연구대상자들은 심리적 효용성이 높은 것으로 나타났다.

연령별로는 30대 이하인 연구대상자가 40대인 연구대상자보다 심리적 효용성이 높았으나 연령에 따른 유의미한 차이는 없었다. 성별로는 여성 연구대상자가 남성 연구대상자보다 심리적 효용성이 높았으며, 성별에 따라 유의미한 차이를 보였다($t=2.38, p<.05$). 학력별로는 고등학교 졸업 이하인 연구대상자가 심리적 효용성이 가장 높았고, 대학교 졸업인 연구대상자는 그렇지 않은 연구대상자보다 심리적 효용성이 낮았으며, 학력에 따라 유의미한 차이를 보였다($F=13.01, p<.001$). 또한 사후검증을 실시한 결과, 고등학교 졸업 이하와 대학교 졸업, 대학교 졸업과 대학원 졸업 이상이 유의미한 차이를 보였다.

직업별로는 전문직인 연구대상자가 심리적 효용성이 가장 높았고, 자영업/사업에 종사하는 연구대상자는 그렇지 않은 연구대상자보다 심리적 효용성이 낮았으며, 직업에 따라 유의미한 차이를 보였다($F=9.04, p<.001$). 전문직의 심리적 효용성이 더 높은 것은 전문적인 직업환경에서 자기표현에 대한 강조가 높아져, 몸단장과 자기관리로 인한 자신감 구축과 스트레스 해소가 필수적인 것으로 인식할 수 있다. 이러한 결과는 뷰티관리행동 중 메이크업 관리에 대한 사회심리적 기대효과를 직업별로 분석한 결과에서 전문직의 심리적 안녕감이 높게 나타났다고 밝힌 조안진(2014)의 연구가 본 연구와 부분적으로 맥을 같이한다. 또한 사후검증을 실시한 결과, 일반 사무직과 전문직, 일반 사무직과 판매 및 서비스직, 전문직과 자영업/사업, 판매 및 서비스직과 자영업/사업이 유의미한 차이를 보였다. 결혼여부별로는 미혼인 연구

대상자가 미혼인 연구대상자보다 심리적 효용성이 높았으며, 결혼여부에 따라 유의미한 차이를 보였다($t=2.83, p<.01$).

이상과 같이 연구대상자들은 심리적 효용성이 높았으며, 여성 연구대상자와 고등학교 졸업 이하인 연구대상자, 전문직에 종사하는 연구대상자, 그리고 미혼인 연구대상자가 그렇지 않은 연구대상자보다 심리적 효용성이 높았다.

<표 11> 일반적 특성에 따른 심리적 효용성 차이

구	분	N	Mean	SD	F or t	p	Scheffe
연령	20대	256	3.49	.68	.07	.937	
	30대	303	3.49	.69			
	40대	267	3.47	.62			
성별	여성	422	3.54	.69	2.38*	.018	
	남성	404	3.43	.64			
학력	고등학교 졸업 이하	73 ^a	3.73	.61	13.01***	.000	a>b b<c
	대학교 졸업	606 ^b	3.42	.67			
	대학원 졸업 이상	147 ^c	3.65	.63			
직업	일반 사무직	582 ^a	3.44	.67	9.04***	.000	a<b,c b,c>d
	전문직	103 ^b	3.73	.50			
	판매 및 서비스직	68 ^c	3.68	.63			
	자영업/사업	73 ^d	3.32	.78			
결혼여부	미혼	521	3.57	.65	2.83**	.005	
	기혼	305	3.44	.67			
전체		826	3.49	.67			

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

3) 일반적 특성에 따른 업무성취도 차이

연구대상자들의 일반적 특성에 따라 업무성취도의 차이를 분석한 결과 <표 12>과 같으며, 5점 만점 중 전체 평균이 3.65로, 연구대상자들은 업무성취도가 높은 것으로 나타났다.

연령별로는 연령이 적은 연구대상자일수록 업무성취도가 더 높았으나 통계적으로는 유의미한 차이를 보이지 않았다. 성별로는 남성 연구대상자가 여성 연구대상자보다 업무성취도가 더 높았으나 유의미한 차이는 아니었다.

직업별로는 전문직인 연구대상자가 업무성취도가 가장 높았고, 자영업/사업에 종사하는 연구대상자는 그렇지 않은 연구대상자보다 업무성취도가 낮았으며, 직업에 따라 유의미한 차이를 보였다($F=9.04, p<.001$). 또한 사후검증을 실시한 결과, 일반 사무직/기술/연구직과 전문직, 일반 사무직과 판매 및 서비스직, 전문직과 자영업/사업, 판매 및 서비스직과 자영업/사업이 유의미한 차이를 보였다. 결혼여부별로는 기혼인 연구대상자가 미혼인 연구대상자보다 업무성취도가 더 높았으며, 결혼여부에 따라 유의미한 차이를 보였다($t=-3.21, p<.01$).

이상과 같이 연구대상자들은 업무성취도가 높았으며, 전문직에 종사하는 연구대상자, 그리고 기혼인 연구대상자가 그렇지 않은 연구대상자보다 업무성취도가 높았다.

<표 12> 일반적 특성에 따른 업무성취도 차이

구	분	N	Mean	SD	F or t	p	Scheffe
연 령	20대	256	3.72	.70	1.70	.183	
	30대	303	3.63	.64			
	40대	267	3.62	.66			
성 별	여성	422	3.63	.70	-1.11	.265	
	남성	404	3.68	.63			
학 력	고등학교 졸업 이하 ^a	73	3.47	.75	3.82*	.022	a<b
	대학교 졸업 ^b	606	3.69	.63			
	대학원 졸업 이상 ^c	147	3.62	.74			
직 업	일반 사무직 ^a	582	3.60	.68	9.04***	.000	a<b,c b,c>d
	전문직 ^b	103	3.89	.49			
	판매 및 서비스직 ^c	68	3.88	.55			
	자영업/사업 ^d	73	3.53	.78			
결혼여부	미혼	521	3.60	.70	-3.21**	.001	
	기혼	305	3.75	.58			
전 체		826	3.65	.67			

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

5. 뷰티관리행동이 심리적 효용성에 미치는 영향

1) 뷰티관리행동이 자기효능감에 미치는 영향

연구대상자들의 뷰티관리행동이 심리적 효용성 중 자기효능감에 미치는 영향에 대해 알아보기 위해 다중회귀분석(Multiple Regression)을 실시한 결과는 <표 13>과 같다. 또한 다중공선성을 진단하기 위해 Tolerance(공차한계)와 VIF(분산팽창지수)를 산출한 결과, 뷰티관리행동의 Tolerance는 0.1 이상, VIF는 10 미만으로 나타나 다중공선성에 문제가 없는 것으로 밝혀졌다.

연구대상자들의 뷰티관리행동이 자기효능감에 미치는 영향을 검증한 결과, R제곱값이 0.126($R^2=0.126$)으로 나타나며 뷰티관리행동으로 인해 자기효능감을 느끼는 것은 전체 분산의 약 12.6%로 설명되는 것으로 나타났다. 연구대상자들의 자기효능감에는 뷰티관리행동 중 화장품 구매($t=4.229, p<.001$)와 체형관리($t=2.346, p<.05$), 헤어관리($t=5.558, p<.001$)가 통계적으로 유의미한 정(+)의 영향을 미쳤고, 피부관리와 메이크업관리, 그리고 네일관리는 통계적으로 유의미한 영향을 미치지 않았다. 따라서 연구대상자들은 화장품 구매와 체형관리, 그리고 헤어관리를 많이 할수록 자기효능감이 높아짐을 알 수 있다. 체형관리행동은 개인이 체형을 관리하고 유지하기 위한 목적으로 운동이나 소식과 같은 건강한 생활방식을 선택하는 것을 의미한다. 홍승분 외(2012)의 연구에서도 비만 여대생을 대상으로 운동 실천과 식습관 관리 등 체형관리 프로그램에 참여하게 한 결과, 자기효능감에 대한 변화가 유의하게 나타나 본 연구결과를 뒷받침하며, 뷰티관리행동 중 체형관리를 지속하게 되면 자기효능감 향상에 긍정적인 요인이 된다고 해석된다. 또한 자기효능감의 향상은 체형관리행동을 지속하게 만드는 긍정적인 요인이 된

다고 밝혔다.

연구대상자들의 자기효능감에는 뷰티관리행동 중 헤어관리($\beta=.197$)가 가장 큰 영향을 미치는 것으로 나타났다. 모발의 질을 유지하고 타인에게 호감이 가는 헤어스타일을 연출하는 것은 자기관리와 외모에 대한 관심이 높다고 볼 수 있다. 이는 자아상을 향상시켜 자기효능감을 높이는 데 도움이 된다. 한만석, 김영삼(2019)의 연구결과에서도 헤어스타일 연출이 잘 되었을 때 자기효능감이 높아졌다고 밝혀 본 연구와 맥락을 같이 한다. 한편, 헤어관리 외에 화장품 구매($\beta=.143$), 체형관리($\beta=.084$) 순으로 자기효능감에 영향을 미쳤다.

<표 13> 뷰티관리행동이 자기효능감에 미치는 영향

구	분	자기효능감				Collinearity Statistics	
		<i>B</i>	β	<i>t</i>	<i>p</i>	Tolerance	<i>VIF</i>
뷰티관리 행 동	화장품 구매	.146	.143	4.229***	.000	.933	1.072
	피부관리	.045	.056	1.465	.143	.742	1.347
	체형관리	.073	.084	2.346*	.019	.824	1.213
	헤어관리	.168	.197	5.558***	.000	.853	1.173
	메이크업관리	.038	.048	1.243	.214	.706	1.417
	네일관리	.032	.044	1.196	.232	.805	1.243
Constant		2.027		12.095***	.000		
R^2		.126					
$F(p)$		19.734***(.000)					

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

2) 뷰티관리행동이 스트레스 완화에 미치는 영향

연구대상자들의 뷰티관리행동이 심리적 효용성 중 스트레스완화에 미치는 영향에 대해 알아보기 위해 다중회귀분석(Multiple Regression)을 실시하였으며, 다중공선성을 진단하기 위해 Tolerance(공차한계)와 VIF(분산팽창지수)를 산출한 결과는 <표 13>과 같다. 뷰티관리행동의 Tolerance는 0.1 이상, VIF는 10 미만으로 나타나 다중공선성에 문제가 없는 것으로 나타났다.

연구대상자들의 뷰티관리행동이 스트레스 완화에 미치는 영향을 검증한 결과, R제곱값이 0.110($R^2=0.110$)으로 나타나며 뷰티관리행동으로 인해 스트레스 완화를 느끼는 것은 전체 분산의 약 11.0%로 설명되는 것으로 나타났다. 연구대상자들의 스트레스 완화에는 뷰티관리행동 중 화장품 구매($t=5.278$, $p<.001$)와 체형관리($t=2.204$, $p<.05$), 메이크업관리($t=2.403$, $p<.05$), 그리고 네일관리($t=2.345$, $p<.05$)가 통계적으로 유의미한 정(+)의 영향을 미쳤고, 피부관리와 헤어관리는 통계적으로 유의미한 영향을 미치지 않았다. 따라서 연구대상자들은 화장품 구매와 체형관리, 메이크업관리, 그리고 네일관리를 많이 할수록 스트레스 완화가 높음을 알 수 있다. 이러한 결과는 조인숙, 황혜주(2019)의 남성의 네일관리 서비스가 스트레스 완화에 미치는 영향에 대한 연구에서 네일관리 후 기분이 전환되고 스트레스 감소 효과가 있으며 손이 건강해지는 느낌을 받았다고 밝혀 본 연구와 부분적으로 맥락을 같이한다. 이처럼 네일관리행동은 그 행위가 가진 케어를 통한 진정과 자기표현적 특성으로 인해 스트레스 완화가 가능하다고 생각된다.

연구대상자들의 스트레스 완화에는 뷰티관리행동 중 화장품 구매($\beta=.180$)가 가장 큰 영향을 미쳤다. 이는 화장품 구매행동이 가지는 쇼핑을 통한 만족감이 스트레스 완화에 도움을 준다고 해석된다. 김미성(2021)의 연구에서도 코로나19 이후 나타난 화장품 구매행동에서 20-30대 여성들의 경우 코로

나 시대에 자신의 삶에 대한 장악력을 잃고 받은 불안감과 스트레스를 명품이나 작은 사치에 해당하는 화장품을 구매함으로써 스트레스를 감소시킨다고 나타나 본 연구와 맥락을 같이한다. 다음으로 메이크업관리($\beta=.094$), 네일관리($\beta=.086$), 체형관리($\beta=.080$)가 스트레스 완화에 영향을 미쳤다.

<표 14> 뷰티관리행동이 스트레스 완화에 미치는 영향

구분	스트레스 완화				Collinearity Statistics		
	<i>B</i>	β	<i>t</i>	<i>p</i>	Tolerance	<i>VIF</i>	
뷰티관리 행동	화장품 구매	.186	.180	5.278***	.000	.933	1.072
	피부관리	.041	.050	1.316	.188	.742	1.347
	체형관리	.070	.080	2.204*	.028	.824	1.213
	헤어관리	.055	.064	1.799	.072	.853	1.173
	메이크업관리	.075	.094	2.403*	.016	.706	1.417
	네일관리	.064	.086	2.345*	.019	.805	1.243
Constant	1.967		11.509***	.000			
R^2			.110				
$F(p)$			16.827***(.000)				

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

3) 뷰티관리행동이 자기신체존중감에 미치는 영향

연구대상자들의 뷰티관리행동이 심리적 효용성 중 스트레스완화에 미치는 영향에 대해 알아보기 위해 다중회귀분석(Multiple Regression)을 실시하였으며, 다중공선성을 진단하기 위해 Tolerance(공차한계)와 VIF(분산팽창지수)를 산출한 결과는 <표 15>와 같다. 뷰티관리행동의 Tolerance는 0.1 이상, VIF는 10 미만으로 나타나 다중공선성에 문제가 없는 것으로 나타났다.

연구대상자들의 뷰티관리행동이 자기신체존중감에 미치는 영향을 검증한 결과, R제곱값이 0.124($R^2=0.124$)으로 나타나며 뷰티관리행동으로 인해 자기신체존중감을 느끼는 것은 전체 분산의 약 12.4%로 설명되는 것으로 나타났다.

연구대상자들의 자기신체존중감에는 뷰티관리행동 중 피부관리($t=5.379, p<.001$)와 메이크업관리($t=3.341, p<.01$), 그리고 네일관리($t=2.837, p<.01$)가 통계적으로 유의미한 정(+)의 영향을 미쳤고, 화장품 구매와 체형관리, 그리고 헤어관리는 통계적으로 유의미한 영향을 미치지 않았다. 이는 정기적인 피부관리행동이 자기 관리에 도움이 되고 외모에 대한 긍정적인 감정을 키워 자기신체존중감이 높아진다고 볼 수 있다.

연구대상자들의 자기신체존중감에는 뷰티관리행동 중 피부관리($\beta=.204$)가 가장 큰 영향을 미쳤다. 이는 대인관계에서 얼굴의 피부상태가 첫인상에 중요한 요인으로 작용하며 타인에게 호감을 많이 받는 사람일수록 자신에 대한 존중감도 향상된다고 해석할 수 있다. 이러한 결과는 피부관리실 이용 고객을 대상으로 한 이순희 외(2009) 연구에서 피부에 대한 만족도가 높고 스페셜 피부관리 기간이 긴 사람일수록 자아존중감이 높게 나타나고 통계적으로도 유의한 차이가 있다고 밝혀 본 연구결과를 뒷받침한다. 다음으로 메이크업관리($\beta=.130$), 네일관리($\beta=.103$) 순으로 자기신체존중감에 영향을 미쳤다.

<표 15> 뷰티관리행동이 자기신체존중감에 미치는 영향

구	분	자기신체존중감				Collinearity Statistics	
		<i>B</i>	β	<i>t</i>	<i>p</i>	Tolerance	<i>VIF</i>
뷰티관리 행 동	화장품 구매	.054	.045	1.333	.183	.933	1.072
	피부관리	.192	.204	5.379***	.000	.742	1.347
	체형관리	-.035	-.034	-.951	.342	.824	1.213
	헤어관리	.049	.049	1.375	.170	.853	1.173
	메이크업관리	.119	.130	3.341**	.001	.706	1.417
	네일관리	.089	.103	2.837**	.005	.805	1.243
Constant		1.697		8.664***	.000		
R^2		.124					
$F(p)$		19.342***(.000)					

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

6. 뷰티관리행동의 심리적 효용성이 업무성취도에 미치는 영향

1) 뷰티관리행동의 심리적 효용성이 업무성취도 중 업무역량 및 태도에 미치는 영향

연구대상자들의 뷰티관리행동의 심리적 효용성이 업무성취도 중 업무역량 및 태도에 미치는 영향에 대해 알아보기 위해 다중회귀분석(Multiple Regression)을 실시하였 다중공선성을 진단하기 위해 Tolerance(공차한계)와 VIF(분산팽창지수)를 산출하여 Tolerance는 0.1 이상, VIF는 10 미만으로 다중공선성에 문제가 없는 것으로 나타났으며 <표 16>과 같다.

연구대상자들의 업무태도 및 역량에는 심리적 효용성 중 자기효능감($t=6.306$, $p<.001$)과 스트레스 완화($t=4.621$, $p<.001$), 그리고 자기신체존중감($t=3.501$, $p<.001$) 모두 통계적으로 유의미한 정(+)의 영향을 미쳤다. 따라서 연구대상자들은 자기효능감과 스트레스 완화, 그리고 자기신체존중감이 높을수록 업무역량 및 태도가 높음을 알 수 있다.

특히 연구대상자들의 업무태도 및 역량에는 심리적 효용성 중 자기효능감($\beta=.218$)이 가장 큰 영향을 미쳤으며, 다음으로 스트레스 완화($\beta=.161$), 자기신체존중감($\beta=.118$) 순으로 영향을 미쳤다. 이는 자기효능감이 높은 개인은 자신감과 끈기있는 긍정적인 태도로 업무에 접근할 가능성이 높음을 알 수 있다. 또한 자신의 능력을 믿는 자기효능감이 업무태도 및 역량에서 보다 나은 태도를 보일 가능성이 높다는 것을 시사한다. 최재민, 정연자(2014)의 연구에서도 피부관리, 메이크업, 네일아트와 같은 뷰티서비스 이용자가 미이용자보다 자기효능감과 직무태도에서 모두 유의미한 영향을 받는다고 밝혀본 연구결과를 뒷받침한다. 또한 다중공선성을 진단하기 위해 Tolerance(공

차한계)와 VIF(분산팽창지수)를 산출한 결과, 심리적 효용성의 Tolerance는 0.1 이상, VIF는 10 미만으로 나타나 다중공선성에 문제가 없는 것으로 밝혀졌다.

<표 16> 뷰티관리행동의 심리적 효용성이 업무역량 및 태도에 미치는 영향

구	분	업무역량 및 태도				Collinearity Statistics	
		<i>B</i>	β	<i>t</i>	<i>p</i>	Tolerance	<i>VIF</i>
심리적 효용성	자기효능감	.230	.218	6.306***	.000	.888	1.126
	스트레스 완화	.169	.161	4.621***	.000	.870	1.149
	자기신체존중감	.107	.118	3.501***	.000	.936	1.069
	Constant	1.854		11.076***	.000		
	R^2			.128			
	$F(p)$			40.050***(.000)			

*** $p < .001$

2) 뷰티관리행동의 심리적 효용성이 업무성취도 중 업무능력 및 자기개발에 미치는 영향

연구대상자들의 뷰티관리행동의 심리적 효용성이 업무성취도 중 업무능력 및 자기개발에 미치는 영향에 대해 알아보기 위해 다중회귀분석(Multiple Regression)을 실시하였 다중공선성을 진단하기 위해 Tolerance(공차한계)와 VIF(분산팽창지수)를 산출하여 Tolerance는 0.1 이상, VIF는 10 미만으로 다중공선성에 문제가 없는 것으로 나타났으며 <표 17>과 같다.

연구대상자들의 업무능력 및 자기개발에는 심리적 효용성 중 자기효능감($t=5.046, p<.001$)과 자기신체존중감($t=3.942, p<.001$)이 통계적으로 유의미한 정(+의 영향을 미쳤고, 스트레스 완화는 통계적으로 유의미한 영향을 미치지 않았다.

연구대상자들의 업무능력 및 자기개발에는 심리적 효용성 중 자기효능감($\beta=.180$)이 자기신체존중감($\beta=.137$)보다 큰 영향을 미쳤다. 오강수(2016)는 외모관리행동을 통해 자신의 외모에 대한 만족도가 향상되면 자기효능감도 높아지며 이는 개인의 업무적응에 유의한 효과를 미쳐 업무능력에 긍정적인 결과를 가져올 수 있다고 보고해 본 연구와 맥락을 같이한다.

<표 17> 뷰티관리행동의 심리적 효용성이 업무능력 및 자기개발에 미치는 영향

구	분	업무능력 및 자기개발				Collinearity Statistics	
		<i>B</i>	β	<i>t</i>	<i>p</i>	Tolerance	<i>VIF</i>
심리적 효용성	자기효능감	.181	.180	5.046***	.000	.888	1.126
	스트레스 완화	.062	.063	1.742	.082	.870	1.149
	자기신체존중감	.118	.137	3.942***	.000	.936	1.069
Constant		2.459		14.996***	.000		
R^2		.075					
$F(p)$		22.112***(.000)					

*** $p < .001$

3) 뷰티관리행동의 심리적 효용성이 업무성취도 중 조직 내 성장 및 보상에 미치는 영향

연구대상자들의 뷰티관리행동의 심리적 효용성이 업무성취도 중 조직 내 성장 및 보상에 미치는 영향에 대해 알아보기 위해 다중회귀분석(Multiple Regression)을 실시하였 다중공선성을 진단하기 위해 Tolerance(공차한계)와 VIF(분산팽창지수)를 산출하여 Tolerance는 0.1 이상, VIF는 10 미만으로 다중공선성에 문제가 없는 것으로 나타났으며 <표 18>과 같다.

연구대상자들의 조직 내 성장 및 보상에 심리적 효용성 중 자기효능감($t=5.325, p<.001$)과 스트레스 완화($t=4.519, p<.001$), 그리고 자기신체존중감($t=3.957, p<.01$) 모두 통계적으로 유의미한 정(+)의 영향을 미쳤다. 따라서 연구대상자들은 자기효능감과 스트레스 완화, 그리고 자기신체존중감이 높을수록 조직 내 성장 및 보상이 높음을 알 수 있다.

연구대상자들의 조직 내 성장 및 보상에 심리적 효용성 중 자기효능감($\beta=.185$)이 가장 큰 영향을 미쳤고 다음으로 스트레스 완화($\beta=.159$), 자기신체존중감($\beta=.134$) 순으로 영향을 미쳤다. 이는 직장여성이 매력적인 외모관리를 통해 자아존중감이 높아지면 대인관계를 원활하게 만드는 요인이 되고 이를 통해 조직 내 성장 및 보상의 하나인 승진에 남들보다 상대적 우위에 설 수 있다는 인과관계를 밝힌 임창희(2007)의 연구가 본 연구와 맥을 같이 한다. 이러한 결과는 자기관리를 통한 호감가는 외모가 자아존중감에 영향을 주는 것과 동시에 성과나 사회적 성공에 영향을 주는 모델이 될 수 있음을 시사한다.

<표 18> 뷰티관리행동의 심리적 효용성이 조직 내 성장 및 보상에 미치는 영향

구	분	조직 내 성장 및 보상				Collinearity Statistics	
		<i>B</i>	β	<i>t</i>	<i>p</i>	Tolerance	<i>VIF</i>
심리적 효용성	자기효능감	.186	.185	5.325***	.000	.888	1.126
	스트레스 완화	.158	.159	4.519***	.000	.870	1.149
	자기신체존중감	.115	.134	3.957***	.000	.936	1.069
Constant		1.967		12.293***	.000		
R^2		.115					
$F(p)$		35.564***(.000)					

*** $p < .001$

4) 뷰티관리행동의 심리적 효용성이 업무성취도 중 조직 내 인간관계에 미치는 영향

연구대상자들의 뷰티관리행동의 심리적 효용성이 업무성취도 중 조직 내 인간관계에 미치는 영향에 대해 알아보기 위해 다중회귀분석(Multiple Regression)을 실시하였 다중공선성을 진단하기 위해 Tolerance(공차한계)와 VIF(분산팽창지수)를 산출하여 Tolerance는 0.1 이상, VIF는 10 미만으로 다중공선성에 문제가 없는 것으로 나타났으며 <표 19>와 같다.

연구대상자들의 조직 내 인간관계에는 심리적 효용성 중 자기효능감($t=4.348$, $p<.001$)과 스트레스 완화($t=5.272$, $p<.001$), 그리고 자기신체존중감($t=4.964$, $p<.001$) 모두 통계적으로 유의미한 정(+의 영향을 미쳤다.

특히 연구대상자들의 조직 내 인간관계에는 심리적 효용성 중 스트레스 완화($\beta=.184$)가 가장 큰 영향을 미쳤다. 전미자(2011)의 연구에서도 여대생의 베이스 메이크업 만족도가 높을수록 대인관계에 정(+의 유의한 영향을 미치고 스트레스에는 부(-)의 유의한 영향을 미친다고 나타나 본 연구와 부분적으로 맥락을 같이한다. 이는 건강하고 아름다운 외모를 위한 관리는 사회적 인간관계에 긍정적인 도움을 주며 개인의 정신건강 측면 중 스트레스 완화에도 영향을 미침을 알 수 있다. 스트레스 완화 다음으로 자기신체존중감, 자기효능감 순으로 조직 내 인간관계에 영향을 미치는 것으로 나타났다. 따라서 연구대상자들은 뷰티관리행동의 심리적 효용성인 자기효능감, 스트레스 완화, 자기신체존중감이 높을수록 업무성취도 중 조직 내 인간관계에 영향을 미치며 특히 스트레스 완화가 가장 높은 영향을 주는 것으로 나타났다.

<표 19> 뷰티관리행동의 심리적 효용성이 조직 내 인간관계에 미치는 영향

구	분	조직 내 인간관계				Collinearity Statistics	
		<i>B</i>	β	<i>t</i>	<i>p</i>	Tolerance	<i>VIF</i>
심리적 효용성	자기효능감	.150	.151	4.348***	.000	.888	1.126
	스트레스 완화	.182	.184	5.272***	.000	.870	1.149
	자기신체존중감	.143	.167	4.964***	.000	.936	1.069
Constant		2.001		12.643***	.000		
R^2		.125					
$F(p)$		39.216***(.000)					

*** $p < .001$

7. 뷰티관리행동과 업무성취도와의 관계에서 심리적 효용성의 매개효과

매개효과는 독립변인과 종속변인 사이에 매개변인이 미치는 영향을 분석하는 것을 의미한다. 여기에는 독립변인이 직접 종속변인에 미치는 영향과 독립변인이 매개변인을 거쳐서 종속변인에 미치는 영향을 모두 확인한다.

본 연구에서는 뷰티관리행동과 업무성취도와의 관계에서 심리적 효용성의 매개효과를 알아보기 위해 독립변인인 뷰티관리행동이 종속변인인 업무성취도에 직접 미치는 영향을 알아보는 1단계, 독립변인이 매개변인에 미치는 영향을 알아보는 2단계, 독립변인이 매개변인을 거쳐 종속변인에 미치는 영향을 확인하는 3단계에 걸친 위계적 회귀분석을 실시하였으며, 그 결과는 다음과 같다.

1) 뷰티관리행동과 업무성취도와의 관계에서 심리적 효용성 중 자기효능감의 매개효과

독립변인 뷰티관리행동과 종속변인 업무성취도와의 관계에서 매개변인 중 첫 번째로 자기효능감의 매개효과를 알아보기 위하여 위계적 회귀분석을 실시하였으며, 그 결과는 <표 20>과 같다.

먼저 연속형 독립변인인 뷰티관리행동 중 화장품 구매가 종속변인인 업무성취도에 미치는 영향을 심리적 효용성 중 자기효능감의 매개효과를 살펴보기 위하여 위계적 회귀분석을 실시하였다.

그 1단계로 독립변인이 종속변인에 미치는 영향에서 화장품 구매가 업무성취도에 미치는 영향을 알아본 결과 통계적으로 유의미하다고 나타났다($\beta=.230$, $t=6.775$, $p<.001$). 업무성취도를 5.3%($R^2=.053$, $F=45.987$, $p<.001$) 설명해

주는 것으로 나타났다. 즉, 독립변인 화장품 구매는 종속변인 업무성취도에 영향을 미친다고 확인되었다. 다음으로 독립변인이 매개변인에 미치는 영향을 알아보는 2단계에서 화장품 구매가 자기효능감에 미치는 영향이 통계적으로 유의하였고($\beta=.211$, $t=6.206$, $p<.001$), 자기효능감을 4.5%($R^2=.045$, $F=38.509$, $p<.001$) 설명해준다고 나타났다. 즉, 화장품 구매를 많이 할수록 자기효능감이 높아짐이 확인되며 독립변인 화장품 구매가 매개변인 자기효능감에 영향을 미친다는 것을 알 수 있다. 독립변인이 매개변인을 거쳐 종속변인에 미치는 영향을 알아보는 3단계에서는 화장품 구매와 자기효능감이 업무성취도에 미치는 영향이 통계적으로 유의하였고, 업무성취도를 14.7%($R^2=.147$, $F=71.122$, $p<.001$) 설명해주는 것으로 나타났다. 이는 화장품 구매를 통제된 상태에서 매개변수인 자기효능감이 업무성취도에 미치는 영향이 통계적으로 유의하다는 뜻으로 화장품 구매를 통제했다는 의미는 독립변인으로 연속형 독립변인의 하나인 화장품 구매를 넣었다는 뜻이다($\beta=.315$, $t=9.556$, $p<.001$). 정리하면 앞서 1단계에서 화장품 구매가 종속변인인 업무성취도에 영향을 미쳤다고 나왔으므로, 자기효능감은 화장품 구매와 업무성취도와의 관계를 부분 매개하는 매개변인임을 알 수 있다.

두 번째 피부관리가 업무성취도에 미치는 영향에서 자기효능감의 매개효과를 살펴보면, 독립변인이 종속변인에 미치는 영향을 직접 알아보는 1단계에서 피부관리가 업무성취도에 미치는 영향이 통계적으로 유의하다고 나타났다($\beta=.189$, $t=5.519$, $p<.001$). 업무성취도는 3.6%($R^2=.036$, $F=30.455$, $p<.001$) 설명해주는 것으로 나타났다. 즉, 독립변인 피부관리는 종속변인 업무성취도를 높이지게 만들 수 있다($\beta=.186$, $t=5.436$, $p<.001$). 다음, 독립변인이 매개변인에 미치는 영향을 알아보는 2단계에서 피부관리가 자기효능감에 미치는 영향이 통계적으로 유의하였고 자기효능감을 3.3%($R^2=.033$, $F=29.554$, $p<.001$) 설명해준다고 나타났다. 즉, 독립변인 피부관리가 매개변인

자기효능감에 영향을 미침을 알 수 있다. 3단계에서는 피부관리와 자기효능감이 업무성취도에 미치는 영향이 통계적으로 유의하였고, 업무성취도를 13.8%($R^2=.138$, $F=65.767$, $p<.001$) 설명해주는 것으로 나타났다. 그리고 피부관리를 통제된 상태에서 매개변수인 자기효능감이 업무성취도에 미치는 영향이 통계적으로 유의미하였다는 뜻이다. 여기서 피부관리를 통제했다는 의미는 독립변인으로 연속형 독립변인의 하나인 피부관리를 넣었다는 뜻이다($\beta=.325$, $t=9.875$, $p<.001$). 이때, 피부관리가 업무성취도에 미치는 영향(1단계)도 통계적으로 유의미하였으므로($\beta=.128$, $t=3.894$, $p<.001$), 자기효능감은 피부관리와 업무성취도와의 관계를 부분 매개하는 매개변수임을 알 수 있다.

세 번째 체형관리가 업무성취도에 미치는 영향에서 자기효능감의 매개효과를 살펴보면, 독립변인이 종속변인에 미치는 영향을 직접 알아보는 1단계에서 체형관리가 업무성취도에 미치는 영향이 통계적으로 유의미하다고 나타났다($\beta=.221$, $t=6.499$, $p<.001$), 업무성취도를 4.9%($R^2=.049$, $F=42.241$, $p<.001$) 설명해주는 것으로 확인됐다. 즉, 독립변인 체형관리는 종속변인 업무성취도에 영향을 미침을 알 수 있다. 다음으로 독립변인이 매개변인에 미치는 영향을 알아보는 2단계에서 체형관리가 자기효능감에 미치는 영향이 통계적으로 유의하였고($\beta=.179$, $t=5.209$, $p<.001$), 자기효능감을 3.2%($R^2=.032$, $F=27.132$, $p<.001$) 설명해준다고 나타났다. 즉, 체형관리를 많이 할수록 자기효능감이 높아짐이 확인되며 독립변인 체형관리가 매개변인 자기효능감에 영향을 미친다는 것을 알 수 있다. 독립변인이 매개변인을 거쳐 종속변인에 미치는 영향을 알아보는 3단계는 체형관리와 자기효능감이 업무성취도에 미치는 영향이 통계적으로 유의하게 나타났고, 업무성취도를 14.8%($R^2=.148$, $F=71.403$, $p<.001$) 설명해준다고 확인되었다. 이는 체형관리를 통제된 상태에서 매개변수인 자기효능감이 업무성취도에 미치는 영향이 통계적으로 유의미하다는 뜻으로 체형관리를 통제했다는 의미는 독립변인으로 연속형 독

립변인의 하나인 체형관리를 넣었다는 뜻이다($\beta=.320, t=9.783, p<.001$). 정리하면 앞서 1단계에서 체형관리가 종속변인인 업무성취도에 영향을 미쳤다($\beta=.164, t=5.006, p<.001$)고 나왔으므로, 자기효능감은 체형관리와 업무성취도와의 관계를 부분 매개하는 매개변수임을 알 수 있다.

네 번째 헤어관리가 업무성취도에 미치는 영향에서 자기효능감의 매개효과를 살펴보면, 독립변인이 종속변인에 미치는 영향을 직접 알아보는 1단계에서 헤어관리가 업무성취도에 미치는 영향이 통계적으로 유의미하다고 나타났다($\beta=.333, t=10.148, p<.001$). 업무성취도는 11.0%($R^2=.110, F=102.987, p<.001$) 설명해주는 것으로 확인되었다. 즉, 독립변인 피부관리는 종속변인 업무성취도를 높이지게 만듦을 알 수 있다. 다음, 독립변인이 매개변인에 미치는 영향을 알아보는 2단계에서 피부관리가 자기효능감에 미치는 영향이 통계적으로 유의하였고($\beta=.283, t=8.468, p<.001$), 자기효능감을 8.0%($R^2=.080, F=71.701, p<.001$) 설명해주는 것으로 나타났다. 즉, 독립변인 헤어관리가 매개변인 자기효능감에 영향을 미침을 알 수 있다. 3단계에서는 헤어관리와 자기효능감이 업무성취도에 미치는 영향이 통계적으로 유의하였고, 업무성취도를 18.2%($R^2=.182, F=91.375, p<.001$) 설명해주는 것으로 나타났다. 이는 헤어관리를 통제된 상태에서 매개변수인 자기효능감이 업무성취도에 미치는 영향이 통계적으로 유의미하였다는 뜻이다. 여기서 헤어관리를 통제했다는 의미는 독립변인으로 연속형 독립변인의 하나인 헤어관리를 넣었다는 뜻이다($\beta=.277, t=8.427, p<.001$). 이때 헤어관리가 업무성취도에 미치는 영향도 통계적으로 유의미하였으므로($\beta=.255, t=7.754, p<.001$), 자기효능감은 헤어관리와 업무성취도와의 관계를 부분 매개하는 매개변수임을 알 수 있다.

다섯째, 메이크업관리가 업무성취도에 미치는 영향에서 자기효능감의 매개효과를 살펴보면, 독립변인이 종속변인에 미치는 영향을 직접 알아보는 1

단계에서 메이크업관리가 업무성취도에 미치는 영향이 통계적으로 유의미하게 나타났고($\beta=.191, t=5.575, p<.001$), 업무성취도를 3.6%($R^2=.036, F=31.082, p<.001$) 설명해주었다. 즉, 독립변인 메이크업관리는 종속변인 업무성취도에 영향을 미침을 알 수 있다. 다음으로 독립변인이 매개변인에 미치는 영향을 알아보는 2단계에서는 메이크업관리가 자기효능감에 미치는 영향이 통계적으로 유의하였고($\beta=.174, t=5.070, p<.001$), 자기효능감을 3.0%($R^2=.030, F=25.704, p<.001$) 설명해주는 것으로 확인됐다. 즉, 메이크업관리를 많이 할수록 자기효능감이 높아짐이 확인되며 독립변인 메이크업관리가 매개변인 자기효능감에 영향을 미친다는 것을 알 수 있다. 임미연(2023)의 연구에서도 메이크업관리행동은 감성지능과 자기효능감에 통계적으로 유의미한 정(+)의 상관관계가 있다고 나타나 본 연구 결과와 맥을 같이 한다. 독립변인이 매개변인을 거쳐 종속변인에 미치는 영향을 알아보는 3단계에서는 메이크업관리와 자기효능감이 업무성취도에 미치는 영향이 통계적으로 유의하였고, 업무성취도를 13.9%($R^2=.139, F=66.614, p<.001$) 설명해주는 것으로 나타났다. 이는 메이크업관리를 통제된 상태에서 매개변수인 자기효능감이 업무성취도에 미치는 영향이 통계적으로 유의하다는 뜻으로 메이크업관리를 통제했다는 의미는 독립변인으로 연속형 독립변인의 하나인 메이크업관리를 넣었다는 뜻이다($\beta=.326, t=9.923, p<.001$). 정리하면 앞서 1단계에서 메이크업관리가 종속변인인 업무성취도에 영향을 미쳤다($\beta=.134, t=4.080, p<.001$)고 나타났으므로 자기효능감은 메이크업관리와 업무성취도와의 관계를 부분 매개하는 매개변수임을 알 수 있다. 이는 메이크업행동이 자기효능감을 향상시키며, 직무만족도에 미치는 영향도 유의하게 나타나 직무만족도 상승에 도움이 된다고 밝힌 이지연(2021)의 연구결과와 맥락을 같이 한다.

여섯째, 네일관리가 업무성취도에 미치는 영향에서 자기효능감의 매개효과를 살펴보면, 1단계에서는 네일관리가 업무성취도에 미치는 영향이 통계

적으로 유의미하지 않았다($p>.05$). 이는 독립변인이 종속변인에 영향을 미치지 못한다는 것을 뜻한다. 다음으로 독립변인이 매개변인에도 영향을 미치지 못하는지 검증해본 2단계의 결과, 네일관리는 자기효능감에 미치는 영향이 통계적으로 유의하다고 나타났다($\beta=.153, t=4.444, p<.001$). 자기효능감은 2.3%($R^2=.023, F=19.751, p<.001$) 설명해주는 것으로 나타났다. 즉, 연구대상자들은 네일관리를 많이 할수록 자기효능감이 높아짐을 알 수 있다. 독립변인이 매개변인을 거쳐 종속변인에 영향을 미치는지 알아보는 3단계에서는 네일관리와 자기효능감이 업무성취도에 미치는 영향이 통계적으로 유의하였고, 업무성취도를 12.3%($R^2=.123, F=57.558, p<.001$) 설명해주는 것으로 나타났다. 그리고 네일관리를 통제된 상태에서 매개변수인 자기효능감이 업무성취도에 미치는 영향이 통계적으로 유의미하였다($\beta=.354, t=10.705, p<.001$). 이때 네일관리가 업무성취도에 미치는 영향(1단계)는 통계적으로 유의미하지 않았다($p>.05$). 따라서 독립변인 네일관리는 매개변인 자기효능감을 통하여 종속변인 업무성취도에 영향을 미칠 수 있음이 확인되고 자기효능감은 네일관리와 업무성취도와의 관계를 완전 매개하는 매개변수임을 알 수 있다. 이러한 결과는 자기효능감이 사회적 성취나 업무적 성과에 미치는 영향이 크다는 것을 알려준다. 곽주영(2020)의 연구에서도 자기효능감이 실수를 두려워하지 않고 어려운 업무에 도전할 수 있게 하며 자신의 업무를 적극적으로 배워 목표를 성취하기 위해 더 노력하게 만든다고 나타나 본 연구결과를 뒷받침한다.

<표 20> 뷰티관리행동과 업무성취도와의 관계에서 자기효능감의 매개효과

단 계 구 분	검증 경로		B	β	t		R ²	F(p)
1단계	화장품 구매	업무성취도	.174	.230	6.775***	(.000)	.053	45.987***(.000)
	피부관리	업무성취도	.113	.189	5.519***	(.000)	.036	30.455***(.000)
	체형관리	업무성취도	.143	.221	6.499***	(.000)	.049	42.241***(.000)
	헤어관리	업무성취도	.212	.333	10.148***	(.000)	.110	102.987***(.000)
	메이크업관리	업무성취도	.111	.191	5.575***	(.000)	.036	31.082***(.000)
	네일관리	업무성취도	.013	.025	.708	.479	.001	0.501(.479)
2단계	화장품 구매	자기효능감	.215	.211	6.206***	(.000)	.045	38.509***(.000)
	피부관리	자기효능감	.150	.186	5.436***	(.000)	.033	29.554***(.000)
	체형관리	자기효능감	.155	.179	5.209***	(.000)	.032	27.132***(.000)
	헤어관리	자기효능감	.242	.283	8.468***	(.000)	.080	71.701***(.000)
	메이크업관리	자기효능감	.136	.174	5.070***	(.000)	.030	25.704***(.000)
	네일관리	자기효능감	.112	.153	4.444***	(.000)	.023	19.751***(.000)
3단계	화장품 구매 자기효능감	업무성취도	.234	.315	9.556***	(.000)	.147	71.122***(.000)
	피부관리 자기효능감	업무성취도	.242	.325	9.875***	(.000)	.138	65.767***(.000)
	체형관리 자기효능감	업무성취도	.238	.320	9.783***	(.000)	.148	71.403***(.000)
	헤어관리 자기효능감	업무성취도	.206	.277	8.427***	(.000)	.182	91.375***(.000)
	메이크업관리 자기효능감	업무성취도	.242	.326	9.923***	(.000)	.139	66.614***(.000)
	네일관리 자기효능감	업무성취도	.263	.354	10.705***	(.000)	.123	57.558***(.000)

*** $p < .001$

본 연구에서는 뷰티관리행동과 업무성취도와의 관계에서 자기효능감의 매개효과에 대한 통계적 유의성을 한 번 더 알아보기 위해 Baron & Kenny(1986)의 Sobel-test를 실시하였으며, <표 21>에서 보는 바와 같이 이 방식은 앞서 단계별 분석을 거친 값을 토대로 판정하므로 1단계, 2단계, 3단계에 걸쳐 매개효과를 검증하였다. Sobel-test는 Z검증 값의 절대값이 1.96보다 높아야 매개효과가 유의미하다고 판정한다. <표 21>에서 보는 바와 같이 뷰티관리행동과 업무성취도와의 관계에서 자기효능감의 매개효과($Z=5.36$, $p<.001$)는 절대값이 1.96보다 높게 나왔으므로 통계적으로 뷰티관리행동의 심리적 효용성 중 하나인 자기효능감은 업무성취도에 매개효과가 있음이 확인되었다. 이러한 결과는 업무성취에 유의미한 영향을 미친다고 예상한 자기효능감, 업무동기, 업무스트레스의 세 가지 요인 중 오직 자기효능감만이 업무성취에 유의미한 영향을 미친다고 나타난 김문성, 박성철(2011)의 연구내용과 맥을 같이한다.

<표 21> 자기효능감의 매개효과 검증

변인의 경로 단계				매개효과(Z-value)	
뷰티관리행동	→	자기효능감	→	업무성취도	5.36***(.000)

*** $p<.001$

2) 뷰티관리행동과 업무성취도와의 관계에서 심리적 효용성 중 스트레스 완화의 매개효과

뷰티관리행동과 업무성취도와의 관계에서 스트레스 완화의 매개효과를 알아보기 위하여 위계적 회귀분석을 실시하였으며, 그 결과는 <표 22>와 같다.

먼저 연속형 독립변인인 뷰티관리행동 중 화장품 구매가 종속변인인 업무성취도에 미치는 영향을 심리적 효용성 중 스트레스 완화의 매개효과를 살펴보기 위하여 위계적 회귀분석을 실시하였다.

그 1단계로 독립변인이 종속변인에 미치는 영향에서 화장품 구매가 업무성취도에 미치는 영향을 알아본 결과 통계적으로 유의미하다고 나타났다($\beta=.230$, $t=6.775$, $p<.001$). 업무성취도는 5.3%($R^2=.053$, $F=45.987$, $p<.001$) 설명해주었다. 즉, 독립변인 화장품 구매는 종속변인 업무성취도에 영향을 미친다고 확인되었다. 다음으로 독립변인이 매개변인에 미치는 영향을 알아보는 2단계에서 화장품 구매가 스트레스 완화에 미치는 영향이 통계적으로 유의하였고($\beta=.223$, $t=6.567$, $p<.001$), 스트레스 완화를 5.0%($R^2=.050$, $F=43.122$, $p<.001$) 설명해주는 것으로 나타났다. 즉, 화장품 구매를 많이 할수록 스트레스 완화가 높아짐이 확인되며 독립변인 화장품 구매가 매개변인 스트레스 완화에 영향을 미친다는 것을 알 수 있다. 독립변인이 매개변인을 거쳐 종속변인에 미치는 영향을 알아보는 3단계에서는 화장품 구매와 스트레스 완화가 업무성취도에 미치는 영향이 통계적으로 유의하였고, 업무성취도를 13.0%($R^2=.130$, $F=61.691$, $p<.001$) 설명해주는 것으로 나타났다. 이는 화장품 구매를 통제된 상태에서 매개변수인 스트레스 완화가 업무성취도에 미치는 영향이 통계적으로 유의미하다는 뜻으로 화장품 구매를 통제했다는 의미는 독립변인으로 연속형 독립변인의 하나인 화장품 구매를 넣었다는 뜻이다($\beta=.286$, $t=8.570$, $p<.001$). 정리하면 앞서 1단계에서 화장품 구매가 종속변인

인 업무성취도에 영향을 미쳤다고 나왔으므로, 스트레스 완화는 화장품 구매와 업무성취도와의 관계를 부분 매개하는 매개변인임을 알 수 있다.

두 번째 피부관리가 업무성취도에 미치는 영향에서 스트레스 완화의 매개효과를 살펴보면, 독립변인이 종속변인에 미치는 영향을 직접 알아보는 1단계에서 피부관리가 업무성취도에 미치는 영향이 통계적으로 유의미하다고 나타났다($\beta=.189$, $t=5.519$, $p<.001$). 업무성취도는 3.6%($R^2=.036$, $F=30.455$, $p<.001$) 설명해주는 것으로 나타났다. 즉, 독립변인 피부관리는 종속변인 업무성취도를 높아지게 만듦을 알 수 있다. 다음, 독립변인이 매개변인에 미치는 영향을 알아보는 2단계에서 피부관리가 스트레스 완화에 미치는 영향이 통계적으로 유의하였고($\beta=.181$, $t=5.288$, $p<.001$), 스트레스 완화를 3.3%($R^2=.033$, $F=27.968$, $p<.001$) 설명해주는 것으로 나타났다. 즉, 독립변인 피부관리가 매개변인 스트레스 완화에 영향을 미침을 알 수 있다. 이러한 결과는 신체적·정신적 스트레스를 받는 중년여성을 대상으로 한 김성자, 한채정(2010)의 연구에서 피부관리가 스트레스, 우울척도 및 갱년기 증상 완화에 긍정적인 작용을 한다고 밝혀 본 연구결과와 부분적으로 맥락을 같이하며, 업무스트레스가 높은 20-30대 커리어우먼을 대상으로 피부 마사지가 스트레스 감소에 영향을 미친다고 나타난 천윤희, 한채정(2011)의 연구도 본 연구결과를 지지한다. 3단계에서는 피부관리와 스트레스 완화가 업무성취도에 미치는 영향이 통계적으로 유의하였고, 업무성취도를 12.2%($R^2=.122$, $F=57.047$, $p<.001$) 설명해주는 것으로 확인되었다. 그리고 피부관리를 통제된 상태에서 매개변수인 스트레스 완화가 업무성취도에 미치는 영향이 통계적으로 유의미하였다. 여기서 피부관리를 통제했다는 의미는 독립변인으로 연속형 독립변인의 하나인 피부관리를 넣었다는 뜻이다($\beta=.298$, $t=8.983$, $p<.001$). 이때 피부관리가 업무성취도에 미치는 영향도 통계적으로 유의미하였으므로($\beta=.135$, $t=4.056$, $p<.001$) 스트레스 완화는 피부관리와 업무성취도와의 관계를

부분 매개하는 매개변수임을 알 수 있다.

세 번째 체형관리가 업무성취도에 미치는 영향에서 스트레스 완화의 매개 효과를 살펴보면, 독립변인이 종속변인에 미치는 영향을 직접 알아보는 1단계에서 체형관리가 업무성취도에 미치는 영향이 통계적으로 유의미하다고 나타났고($\beta=.221$, $t=6.499$, $p<.001$), 업무성취도를 4.9%($R^2=.049$, $F=42.241$, $p<.001$) 설명해주는 것으로 확인됐다. 즉, 독립변인 체형관리는 종속변인 업무성취도에 영향을 미침을 알 수 있다. 다음으로 독립변인이 매개변인에 미치는 영향을 알아보는 2단계에서 체형관리가 스트레스 완화에 미치는 영향이 통계적으로 유의하였고($\beta=.172$, $t=5.017$, $p<.001$), 스트레스 완화를 3.0%($R^2=.030$, $F=25.173$, $p<.001$) 설명해주는 것으로 나타났다. 즉, 체형관리를 많이 할수록 스트레스 완화가 높아짐이 확인되며 독립변인 체형관리가 매개변인 스트레스 완화에 영향을 미친다는 것을 알 수 있다. 독립변인이 매개변인을 거쳐 종속변인에 미치는 영향을 알아보는 3단계는 체형관리와 스트레스 완화가 업무성취도에 미치는 영향이 통계적으로 유의하게 나타났고, 업무성취도를 13.2%($R^2=.132$, $F=62.762$, $p<.001$) 설명해주었다. 이는 체형관리를 통제된 상태에서 매개변수인 스트레스 완화가 업무성취도에 미치는 영향이 통계적으로 유의미하다는 뜻으로 체형관리를 통제했다는 의미는 독립변인으로 연속형 독립변인의 하나인 체형관리를 넣었다는 뜻이다($\beta=.293$, $t=8.903$, $p<.001$). 정리하면 앞서 1단계에서 체형관리가 종속변인인 업무성취도에 영향을 미쳤다($\beta=.170$, $t=5.166$, $p<.001$)고 나왔으므로, 스트레스 완화는 체형관리와 업무성취도와의 관계를 부분 매개하는 매개변수임을 알 수 있다.

네 번째 헤어관리가 업무성취도에 미치는 영향에서 자기효능감의 매개 효과를 살펴보면, 독립변인이 종속변인에 미치는 영향을 직접 알아보는 1단계에서 헤어관리가 업무성취도에 미치는 영향이 통계적으로 유의미하다고 나

타났다($\beta=.333$, $t=10.148$, $p<.001$). 업무성취도는 11.0%($R^2=.110$, $F=102.987$, $p<.001$) 설명해주는 것으로 나타났다. 즉, 독립변인 헤어관리는 종속변인 업무성취도를 높아지게 만들음을 알 수 있다. 다음, 독립변인이 매개변인에 미치는 영향을 알아보는 2단계에서 헤어관리가 스트레스 완화에 미치는 영향이 통계적으로 유의하였고($\beta=.178$, $t=5.206$, $p<.001$), 스트레스 완화를 3.2%($R^2=.032$, $F=27.103$, $p<.001$) 설명해주는 것으로 나타났다. 즉, 독립변인 헤어관리가 매개변인 자기효능감에 영향을 미침을 알 수 있다. 3단계에서는 헤어관리와 자기효능감이 업무성취도에 미치는 영향이 통계적으로 유의하였고, 업무성취도를 18.3%($R^2=.183$, $F=91.995$, $p<.001$) 설명해주는 것으로 나타났다. 이는 헤어관리를 통제된 상태에서 매개변수인 자기효능감이 업무성취도에 미치는 영향이 통계적으로 유의미하였다는 뜻이다. 여기서 헤어관리를 통제했다는 의미는 독립변인으로 연속형 독립변인의 하나인 헤어관리를 넣었다는 뜻이다($\beta=.272$, $t=8.492$, $p<.001$). 이때 헤어관리가 업무성취도에 미치는 영향도 통계적으로 유의미하였으므로($\beta=.285$, $t=8.892$, $p<.001$), 스트레스 완화는 헤어관리와 업무성취도와의 관계를 부분 매개하는 매개변수임을 알 수 있다.

메이크업관리가 업무성취도에 미치는 영향에서 스트레스 완화의 매개효과를 살펴보면, 독립변인이 종속변인에 미치는 영향을 직접 알아보는 1단계에서 메이크업관리가 업무성취도에 미치는 영향이 통계적으로 유의미하게 나타났다($\beta=.191$, $t=5.575$, $p<.001$), 업무성취도를 3.6%($R^2=.036$, $F=31.082$, $p<.001$) 설명해주었다. 즉, 독립변인 메이크업관리는 종속변인 업무성취도에 영향을 미침을 알 수 있다. 다음으로 독립변인이 매개변인에 미치는 영향을 알아보는 2단계에서는 메이크업관리가 스트레스 완화에 미치는 영향이 통계적으로 유의하였고($\beta=.201$, $t=5.903$, $p<.001$), 스트레스 완화를 4.1%($R^2=.041$, $F=34.847$, $p<.001$) 설명해주는 것으로 확인되었다. 즉, 메이크업관리를 많이

할수록 스트레스 완화가 높아짐이 확인되며 독립변인 메이크업관리가 매개변인 스트레스 완화에 영향을 미친다는 것을 알 수 있다. 독립변인이 매개변인을 거쳐 종속변인에 미치는 영향을 알아보는 3단계에서는 메이크업관리와 스트레스 완화가 업무성취도에 미치는 영향이 통계적으로 유의하였고, 업무성취도를 12.1%($R^2=.121$, $F=56.458$, $p<.001$) 설명해주는 것으로 나타났다. 이는 메이크업관리를 통제된 상태에서 매개변수인 스트레스 완화가 업무성취도에 미치는 영향이 통계적으로 유의미하다는 뜻으로 메이크업관리를 통제했다는 의미는 독립변인으로 연속형 독립변인의 하나인 메이크업관리를 넣었다는 뜻이다($\beta=.296$, $t=8.882$, $p<.001$). 정리하면 앞서 1단계에서 메이크업관리가 종속변인인 업무성취도에 영향을 미쳤다고($\beta=.131$, $t=3.924$, $p<.001$)나왔으므로 스트레스 완화는 메이크업관리와 업무성취도와의 관계를 부분 매개하는 매개변수임을 알 수 있다.

네일관리가 업무성취도에 미치는 영향에서 스트레스 완화의 매개효과를 살펴보면, 1단계에서는 네일관리가 업무성취도에 미치는 영향이 통계적으로 유의미하지 않았다($p>.05$). 이는 독립변인이 종속변인에 영향을 미치지 못한다는 것을 뜻한다. 다음으로 독립변인이 매개변인에도 영향을 미치지 못하는지 검증해본 2단계의 결과, 네일관리는 스트레스 완화에 미치는 영향이 통계적으로 유의하다고 나타났다($\beta=.188$, $t=5.495$, $p<.001$). 스트레스 완화는 3.5%($R^2=.035$, $F=30.190$, $p<.001$) 설명해주는 것으로 확인되었다. 즉, 연구대상자들은 네일관리를 많이 할수록 스트레스가 완화됨을 알 수 있다. 독립변인이 매개변인을 거쳐 종속변인에 영향을 미치는지 알아보는 3단계에서는 네일관리와 스트레스 완화가 업무성취도에 미치는 영향이 통계적으로 유의하였고, 업무성취도를 10.6%($R^2=.106$, $F=48.555$, $p<.001$) 설명해주는 것으로 나타났다. 그리고 네일관리를 통제된 상태에서 매개변수인 스트레스 완화가 업무성취도에 미치는 영향이 통계적으로 유의미하였다($\beta=.330$, $t=9.826$, $p<.0$

01). 이때 네일관리가 업무성취도에 미치는 영향(1단계)는 통계적으로 유의미하지 않았다($p>.05$). 따라서 독립변인 네일관리는 매개변인 스트레스 완화를 통하여 종속변인 업무성취도에 영향을 미칠 수 있음이 확인되고 스트레스 완화는 네일관리와 업무성취도와의 관계를 완전 매개하는 매개변수임을 알 수 있다.

<표 22> 뷰티관리행동과 업무성취도와의 관계에서 스트레스 완화의 매개효과

단계 구분	검증 경로	B	β	t	R ²	F(p)
1단계	화장품 구매 업무성취도	.174	.230	6.775***	(.000)	.053 45.987***(.000)
	피부관리 업무성취도	.113	.189	5.519***	(.000)	.036 30.455***(.000)
	체형관리 업무성취도	.143	.221	6.499***	(.000)	.049 42.241***(.000)
	헤어관리 업무성취도	.212	.333	10.148***	(.000)	.110 102.987***(.000)
	메이크업관리 업무성취도	.111	.191	5.575***	(.000)	.036 31.082***(.000)
	네일관리 업무성취도	.013	.025	.708	(.479)	.001 .501(.479)
2단계	화장품 구매 스트레스 완화	.230	.223	6.567***	(.000)	.050 43.122***(.000)
	피부관리 스트레스 완화	.147	.181	5.288***	(.000)	.033 27.968***(.000)
	체형관리 스트레스 완화	.151	.172	5.017***	(.000)	.030 25.173***(.000)
	헤어관리 스트레스 완화	.154	.178	5.206***	(.000)	.032 27.103***(.000)
	메이크업관리 스트레스 완화	.160	.201	5.903***	(.000)	.041 34.847***(.000)
	네일관리 스트레스 완화	.139	.188	5.495***	(.000)	.035 30.190***(.000)
3단계	화장품 구매 스트레스 완화	.210	.286	8.570***	(.000)	.130 61.691***(.000)
	피부관리 스트레스 완화	.219	.298	8.983***	(.000)	.122 57.047***(.000)
	체형관리 스트레스 완화	.216	.293	8.903***	(.000)	.132 62.762***(.000)
	헤어관리 스트레스 완화	.200	.272	8.492***	(.000)	.183 91.995***(.000)
	메이크업관리 스트레스 완화	.218	.296	8.882***	(.000)	.121 56.458***(.000)
	네일관리 스트레스 완화	.242	.330	9.826***	(.000)	.106 48.555***(.000)

*** $p < .001$

본 연구에서는 뷰티관리행동과 업무성취도와의 관계에서 스트레스 완화의 매개효과에 대한 통계적 유의성을 한 번 더 알아보기 위해 Baron & Kenny (1986)의 Sobel-test를 실시하였으며, <표 23>에서 보는 바와 같이 이 방식은 앞서 단계별 분석을 거친 값을 토대로 판정하므로 1단계, 2단계, 3단계에 거쳐 매개효과를 검증하였다. Sobel-test는 Z검증 값의 절대값이 1.96보다 높아야 매개효과가 유의미하다고 판정한다. <표 23>에서 보는 바와 같이 뷰티관리행동과 업무성취도와의 관계에서 스트레스 완화의 매개효과($Z=4.95$, $p<.001$)는 절대값이 1.96보다 높게 나왔으므로 통계적으로 뷰티관리행동의 심리적 효용성 중 하나인 스트레스 완화는 업무성취도에 매개효과가 있음이 확인되었다.

<표 23> 스트레스 완화의 매개효과 검증

변인의 경로 단계				매개효과(Z-value)	
뷰티관리행동	→	스트레스 완화	→	업무성취도	4.95***(.000)

*** $p<.001$

3) 뷰티관리행동과 업무성취도와의 관계에서 심리적 효용성 중 자기신체 존중감의 매개효과

뷰티관리행동과 업무성취도와의 관계에서 자기신체존중감의 매개효과를 알아보기 위하여 위계적 회귀분석을 실시하였으며, 그 결과는 <표 24>와 같다.

먼저 연속형 독립변인인 뷰티관리행동 중 화장품 구매가 종속변인인 업무성취도에 미치는 영향을 심리적 효용성 중 자기신체존중감의 매개효과를 살펴보기 위하여 위계적 회귀분석을 실시하였다.

그 1단계로 독립변인이 종속변인에 미치는 영향에서 화장품 구매가 업무성취도에 미치는 영향을 알아본 결과 통계적으로 유의미하다고 나타났다($\beta=.230$, $t=6.775$, $p<.001$). 업무성취도는 5.3%($R^2=.053$, $F=45.987$, $p<.001$) 설명해주었다. 즉, 독립변인 화장품 구매는 종속변인 업무성취도에 영향을 미친다고 확인되었다. 다음으로 독립변인이 매개변인에 미치는 영향을 알아보는 2단계에서 화장품 구매가 자기신체존중감에 미치는 영향이 통계적으로 유의하였고($\beta=.099$, $t=2.850$, $p<.01$), 자기신체존중감을 1.0%($R^2=.010$, $F=8.123$, $p<.01$) 설명해주는 것으로 나타났다. 즉, 화장품 구매와 자기신체존중감의 정적 상관관계가 확인되며 독립변인 화장품 구매가 매개변인 자기신체존중감에 영향을 미친다는 것을 알 수 있다. 이는 자신의 외모에 대한 관심도가 높은 남성 소비자들이 높은 화장품 구매의도를 보인다고 밝힌 장진영 외(2007)의 연구와 맥을 같이한다. 독립변인이 매개변인을 거쳐 종속변인에 미치는 영향을 알아보는 3단계에서는 화장품 구매와 자기신체존중감이 업무성취도에 미치는 영향이 통계적으로 유의하였고, 업무성취도를 12.0%($R^2=.120$, $F=56.032$, $p<.001$) 설명해주는 것으로 나타났다. 이는 화장품 구매를 통제된 상태에서 매개변수인 자기신체존중감이 업무성취도에 미치는 영향이 통계적으로 유의미하다는 뜻으로 화장품 구매를 통제했다는 의미는 독립변인으로

연속형 독립변인의 하나인 화장품 구매를 넣었다는 뜻이다($\beta=.260$, $t=7.920$, $p<.001$). 정리하면 앞서 1단계에서 화장품 구매가 종속변인인 업무성취도에 영향을 미쳤다고 나왔으므로, 자기신체존중감은 화장품 구매와 업무성취도와의 관계를 부분 매개하는 매개변인임을 알 수 있다.

두 번째 피부관리가 업무성취도에 미치는 영향에서 자기신체존중감의 매개효과를 살펴보면, 독립변인이 종속변인에 미치는 영향을 직접 알아보는 1단계에서 피부관리가 업무성취도에 미치는 영향이 통계적으로 유의미하다고 나타났다($\beta=.189$, $t=5.519$, $p<.001$). 업무성취도는 3.6%($R^2=.036$, $F=30.455$, $p<.001$) 설명해주는 것으로 확인되었다. 즉, 독립변인 피부관리는 종속변인 업무성취도를 높이지게 만듦을 알 수 있다. 다음, 독립변인이 매개변인에 미치는 영향을 알아보는 2단계에서 피부관리가 자기신체존중감에 미치는 영향이 통계적으로 유의하였고($\beta=.290$, $t=8.695$, $p<.001$), 자기신체존중감을 8.4%($R^2=.084$, $F=75.606$, $p<.001$) 설명해주는 것으로 나타났다. 즉, 독립변인 피부관리가 매개변인 자기신체존중감에 영향을 미침을 알 수 있다. 3단계에서는 피부관리와 자기신체존중감이 업무성취도에 미치는 영향이 통계적으로 유의하였고, 업무성취도를 9.1%($R^2=.091$, $F=41.324$, $p<.001$) 설명해주는 것으로 나타났다. 그리고 피부관리를 통제된 상태에서 매개변수인 자기신체존중감이 업무성취도에 미치는 영향이 통계적으로 유의미하였다. 여기서 피부관리를 통제했다는 의미는 독립변인으로 연속형 독립변인의 하나인 피부관리를 넣었다는 뜻이다($\beta=.246$, $t=7.097$, $p<.001$). 이때 피부관리가 업무성취도에 미치는 영향도 통계적으로 유의미하였으므로($\beta=.117$, $t=3.380$, $p<.01$), 자기신체존중감은 피부관리와 업무성취도와의 관계를 부분 매개하는 매개변수임을 알 수 있다.

세 번째 체형관리가 업무성취도에 미치는 영향에서 자기신체존중감의 매개효과를 살펴보면, 독립변인이 종속변인에 미치는 영향을 직접 알아보는 1

단계에서 체형관리가 업무성취도에 미치는 영향이 통계적으로 유의미하다고 나타났고($\beta=.221$, $t=6.499$, $p<.001$), 업무성취도를 4.9%($R^2=.049$, $F=42.241$, $p<.001$) 설명해주는 것으로 나타났다. 즉, 독립변인 체형관리는 종속변인 업무성취도에 영향을 미침을 알 수 있다. 다음으로 독립변인이 매개변인에 미치는 영향을 알아보는 2단계에서 체형관리가 자기신체존중감에 미치는 영향이 통계적으로 유의하였고($\beta=.116$, $t=3.351$, $p<.01$), 자기신체존중감을 1.3%($R^2=.0132$, $F=11.228$, $p<.001$) 설명해주는 것으로 확인되었다. 즉, 체형관리를 많이 할수록 자기신체존중감이 높아짐이 확인되며 독립변인 체형관리가 매개변인 자기신체존중감에 영향을 미친다는 것을 알 수 있다. 이와 같은 결과는 외모 및 체중관리를 위해 운동 및 다이어트를 꾸준히 하는 여성들의 신체존중감이 그렇지 않은 여성들보다 높게 나타났다고 밝힌 김정숙(2017)의 연구와 맥을 같이한다. 독립변인이 매개변인을 거쳐 종속변인에 미치는 영향을 알아보는 3단계는 체형관리와 자기신체존중감이 업무성취도에 미치는 영향이 통계적으로 유의하게 나타났고, 업무성취도는 11.5%($R^2=.115$, $F=53.225$, $p<.001$)로 설명해주었다. 이는 체형관리를 통제된 상태에서 매개변수인 자기신체존중감이 업무성취도에 미치는 영향이 통계적으로 유의미하다($\beta=.258$, $t=7.822$, $p<.001$)는 뜻으로 체형관리를 통제했다는 의미는 독립변인으로 연속형 독립변인의 하나인 체형관리를 넣었다는 뜻이다. 정리하면 앞서 1단계에서 체형관리가 종속변인인 업무성취도에 영향을 미쳤다($\beta=.191$, $t=5.780$, $p<.001$)고 나왔으므로, 자기신체존중감은 체형관리와 업무성취도와 관계를 부분 매개하는 매개변수임을 알 수 있다. 이와 같은 결과는 매력적인 체형은 자아존중감에 영향을 미치고 자아존중감이 직장 내 좋은 대인관계에 영향을 미쳐 승진에 유의미한 결과를 나타낸 임창희(2007)의 연구가 본 연구내용을 뒷받침한다.

네 번째 헤어관리가 업무성취도에 미치는 영향에서 자기효능감의 매개효

과를 살펴보면, 독립변인이 종속변인에 미치는 영향을 직접 알아보는 1단계에서 헤어관리가 업무성취도에 미치는 영향이 통계적으로 유의미하다고 나타났다($\beta=.333$, $t=10.148$, $p<.001$). 업무성취도는 11.0%($R^2=.110$, $F=102.987$, $p<.001$) 설명해주는 것으로 확인되었다. 즉, 독립변인 헤어관리는 종속변인 업무성취도를 높이지게 만듦을 알 수 있다. 다음, 독립변인이 매개변인에 미치는 영향을 알아보는 2단계에서 헤어관리가 스트레스 완화에 미치는 영향이 통계적으로 유의하였고($\beta=.160$, $t=4.650$, $p<.001$), 자기신체존중감을 2.6%($R^2=.026$, $F=21.625$, $p<.001$) 설명해주는 것으로 나타났다. 즉, 독립변인 헤어관리가 매개변인 자기효능감에 영향을 미침을 알 수 있다. 3단계에서는 헤어관리와 자기효능감이 업무성취도에 미치는 영향이 통계적으로 유의하였고, 업무성취도를 16.4%($R^2=.164$, $F=80.749$, $p<.001$) 설명해주는 것으로 나타났다. 이는 헤어관리를 통제된 상태에서 매개변수인 자기효능감이 업무성취도에 미치는 영향이 통계적으로 유의미하였다($\beta=.233$, $t=7.220$, $p<.001$)는 뜻이다. 여기서 헤어관리를 통제했다는 의미는 독립변인으로 연속형 독립변인의 하나인 헤어관리를 넣었다는 뜻이다. 이때 헤어관리가 업무성취도에 미치는 영향도 통계적으로 유의미하였으므로($\beta=.296$, $t=9.169$, $p<.001$), 자기신체존중감은 헤어관리와 업무성취도와의 관계를 부분 매개하는 매개변수임을 알 수 있다.

메이크업관리가 업무성취도에 미치는 영향에서 스트레스 완화의 매개효과를 살펴보면, 독립변인이 종속변인에 미치는 영향을 직접 알아보는 1단계에서 메이크업관리가 업무성취도에 미치는 영향이 통계적으로 유의미하게 나타났다($\beta=.191$, $t=5.575$, $p<.001$), 업무성취도를 3.6%($R^2=.036$, $F=31.082$, $p<.001$) 설명해주었다. 즉, 독립변인 메이크업관리는 종속변인 업무성취도에 영향을 미침을 알 수 있다. 다음으로 독립변인이 매개변인에 미치는 영향을 알아보는 2단계에서는 메이크업관리가 스트레스 완화에 미치는 영향이 통계

적으로 유의하였고($\beta=.261$, $t=7.749$, $p<.001$), 자기신체존중감을 6.8%($R^2=.06$) 증감이 업무성취도에 미치는 영향이 통계적으로 유의미하였다($\beta=.289$, $t=8.432$, $p<.001$). 이때 네일관리가 업무성취도에 미치는 영향(1단계)는 통계적으로 유의미하지 않았다($p>.05$). 따라서 독립변인 네일관리는 매개변인 자기신체존중감을 통하여 종속변인 업무성취도에 영향을 미칠 수 있음이 확인되고 자기신체존중감은 네일관리와 업무성취도와의 관계를 완전 매개하는 매개변수임을 알 수 있다.

<표 24> 뷰티관리행동과 업무성취도와의 관계에서 자기신체존중감의 매개효과

단계 구분	검증 경로	b	β	t	R ²	F(p)		
1단계	화장품 구매	업무성취도	.174	.230	6.775***	(.000)	.053	45.987***(.000)
	피부관리	업무성취도	.113	.189	5.519***	(.000)	.036	30.455***(.000)
	체형관리	업무성취도	.143	.221	6.499***	(.000)	.049	42.241***(.000)
	헤어관리	업무성취도	.212	.333	10.148***	(.000)	.110	102.987***(.000)
	메이크업관리	업무성취도	.111	.191	5.575***	(.000)	.036	31.082***(.000)
	네일관리	업무성취도	.013	.025	0.708	(.479)	.001	0.501(.479)
2단계	화장품 구매	자기신체존중감	.118	.099	2.850**	(.004)	.010	8.123**(.004)
	피부관리	자기신체존중감	.273	.290	8.695***	(.000)	.084	75.606***(.000)
	체형관리	자기신체존중감	.118	.116	3.351**	(.001)	.013	11.228***(.000)
	헤어관리	자기신체존중감	.160	.160	4.650***	(.000)	.026	21.625***(.000)
	메이크업관리	자기신체존중감	.239	.261	7.749***	(.000)	.068	60.049***(.000)
	네일관리	자기신체존중감	.188	.220	6.473***	(.000)	.048	41.093***(.000)
3단계	화장품 구매	업무성취도	.166	.260	7.920***	(.000)	.120	56.032***(.000)
	자기신체존중감	업무성취도	.157	.246	7.097***	(.000)	.091	41.324***(.000)
	피부관리	업무성취도	.164	.258	7.822***	(.000)	.115	53.225***(.000)
	자기신체존중감	업무성취도	.148	.233	7.220***	(.000)	.164	80.749***(.000)
	헤어관리	업무성취도	.158	.248	7.201***	(.000)	.093	42.430***(.000)
	자기신체존중감	업무성취도	.184	.289	8.432***	(.000)	.080	35.824***(.000)

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

본 연구에서는 뷰티관리행동과 업무성취도와의 관계에서 자기신체존중감의 매개효과에 대한 통계적 유의성을 한 번 더 알아보기 위해 Baron & Kenny(1986)의 Sobel-test를 실시하였으며, <표 25>에서 보는 바와 같이 이 방식은 앞서 단계별 분석을 거친 값을 토대로 판정하므로 1단계, 2단계, 3단계에 거쳐 매개효과를 검증하였다. Sobel-test는 Z검증 값의 절대값이 1.96보다 높아야 매개효과가 유의하다고 판정한다. <표 25>에서 보는 바와 같이 뷰티관리행동과 업무성취도와의 관계에서 자기신체존중감의 매개효과 ($Z=5.51$, $p<.001$)는 절대값이 1.96보다 높게 나왔으므로 통계적으로 뷰티관리행동의 심리적 효용성 중 하나인 자기신체존중감은 업무성취도에 매개효과가 있음이 확인되었다.

<표 25> 자기신체존중감의 매개효과 검증

변인의 경로 단계				매개효과(Z-value)	
뷰티관리행동	→	자기신체존중감	→	업무성취도	5.51***(.000)

*** $p<.001$

V. 결론 및 제언

1. 결론

본 연구는 20-40대 성인을 대상으로 뷰티관리행동의 심리적 효용성이 업무성취도에 미치는 영향을 연구하고, 뷰티관리행동을 통해 획득한 심리적 효용성과 업무역량 및 능력, 조직 내 보상과 인간관계 사이에 연관성을 밝혔다. 이를 통해 최종적으로 20-40대 성인의 뷰티관리행동의 심리적 효용성이 실제 업무성취도에 미치는 영향을 예측할 수 있는 기초자료를 제공하였다.

본 연구의 결과는 다음과 같다.

첫째, 연구대상자들의 일반적 특성에 따른 뷰티관리행동, 심리적 효용성, 업무성취도에 대해 살펴본 결과, 직업군에서 전문직의 뷰티관리행동, 심리적 효용성, 그리고 업무성취도가 모두 가장 높게 나타났다. 학력별로는 뷰티관리행동은 연구대상자 중 대학원 졸업 이상 집단이 가장 높았고 심리적 효용성은 고등학교 졸업 이하, 업무성취도는 대학교 졸업이 가장 높게 나타났으나 대학원 졸업 이상과 유의미한 차이를 보이지는 않았다.

둘째, 뷰티관리행동이 심리적 효용성에 미치는 영향을 살펴본 결과 자기 효능감, 스트레스 완화, 자기신체존중감 모두 뷰티관리행동이 높은 연구대상자가 낮은 연구대상자보다 높게 나타났으며, 통계적으로도 정(+)의 유의한 영향을 보였다. 또한 자기효능감의 경우 헤어관리가, 스트레스 완화에는 화장품 구매행동이, 자기신체존중감에는 피부관리가 가장 큰 영향을 미친다고 확인되었다.

셋째, 뷰티관리행동의 심리적 효용성이 업무성취도에 미치는 영향을 살

펴본 결과 자기효능감은 업무태도 및 역량, 업무능력 및 자기개발, 그리고 조직 내 성장 및 보상에 가장 큰 영향을 미친다고 나타났다. 스트레스 완화는 업무능력 및 자기개발에는 유의미한 영향을 미치지 못했으나 조직 내 인간관계에서 가장 큰 영향을 미친다고 나타났다. 자기신체존중감은 모든 요인에서 정(+)^의 유의한 영향을 미치는 것으로 확인되었다.

넷째, 뷰티관리행동과 업무성취도와의 관계에서 심리적 효용성의 매개효과를 살펴보기 위하여 뷰티관리행동이 업무성취도에 직접적으로 미치는 영향을 알아본 결과, 화장품 구매행동, 피부관리행동, 체형관리행동, 헤어관리행동, 메이크업관리는 업무성취도에 영향을 미친다고 확인되었고 네일관리는 다른 뷰티관리행동과는 다르게 심리적 효용성, 즉 매개변수를 통해야 종속변수에 영향을 주는 결과가 나타났다.

다섯째, 뷰티관리행동과 업무성취도와의 관계에서 심리적효용성의 매개효과를 검증한 결과, 자기효능감, 스트레스완화, 자기신체존중감 모두 업무성취도에 매개효과가 있는 것으로 나타났으며, 이 중 가장 높은 매개효과가 나타난 매개변수는 자기신체존중감으로 나타났다.

따라서 본 연구의 결과를 종합해보면 연구대상자의 뷰티관리행동의 심리적 효용성이 업무성취도에 영향을 미치는 것을 확인하였고, 이러한 영향 관계에서 뷰티관리행동의 심리적 효용성이 가진 매개효과를 알 수 있었다. 이를 통해 뷰티관리행동은 긍정적 자기효능감 및 자기신체존중감을 높이며 스트레스 완화를 경험하게 만들어 업무역량 및 능력, 조직 내 성장과 인간관계 즉 업무성취도에 정(+)^의 유의한 영향을 미치는 것으로 조사되었다. 이와 같은 연구 결과는 뷰티관리행동의 심리적 효용성이 업무적 성과와 사회적 성취에 미치는 영향에 대한 더 나은 이해를 제공하며, 이를 기반으로 뷰티산업의 마케팅 전략에 도움을 줄 수 있길 기대하며, 실제 조직에서도 뷰티관리행동을 장려할 수 있는 기초자료가 됨을 시사한다.

2. 연구의 한계점 및 제언

본 연구의 결과를 통한 한계점 및 향후 연구를 위한 제언은 다음과 같다.

첫째, 본 연구는 특정 시점의 데이터를 기반으로 하고 있으므로 뷰티관리 행동의 심리적 효용성이 업무성취도에 미치는 영향에 대해 시간이 변함에 따라 변화되는 유의한 정도를 이해하기 위해 장기적인 연구가 필요할 것으로 보인다. 후속 연구에서 이러한 장기적인 연구를 통하여 뷰티관리행동의 심리적 효용성이 업무성취도에 미치는 영향이 시간이 지남에 따라 어떤 이유로 변화하는지 혹은 어떤 이유로 지속되는지 보다 명확하게 파악할 수 있을 것으로 생각된다.

둘째, 본 연구는 20-40대 성인 전체를 대상으로 진행되어 특정 집단에 대한 뷰티관리행동의 심리적 효용성이 업무성취도에 미치는 영향에 대한 구체적인 분석이 부족하다.

셋째, 최근 남성을 타겟층으로 한 뷰티 마케팅이 늘어나면서 남성들의 뷰티관리행동 또한 늘어나고 있다. 남성들은 사회적 성취에도 민감하게 반응하는 특성을 가지는데 외모가 이러한 업무성취에 영향을 미치는 요소가 됨을 자각한다면 뷰티관리행동을 실천하는 남성 인구는 더 많아질 것이다. 따라서 향후 연구에서는 남성의 뷰티관리행동의 심리적 효용성이 사회적, 심리적, 경제적 측면의 업무성취도에서 어떤 영향을 미치는지 가치 있는 연구 결과를 도출해낸다면 유익한 연구가 되리라 생각된다.

넷째, 업무성취도는 직업별로 측정하는 기준과 중요 요인이 다르므로 뷰티관리행동이 어떤 직업군의 업무성취도에 더 영향을 미치며, 어떤 업무성취도 항목에 유의한 영향을 미칠 수 있는지 조사한다면 보다 구체적이고 흥미로운 연구가 될 것이다.

이에 본 연구의 한계점과 제언들을 고려하여 후속 연구에서는 뷰티관리행
동, 심리적 효용성, 업무성취도와 관련된 사회적, 심리적, 경제적 측면에서
보다 포괄적이고 심층적인 연구를 수행함으로써 유용한 정보를 제공할 수
있기를 기대한다.

참 고 문 헌

국내문헌

- 강재완, 이형룡 (2013). 호텔직원의 직무불안정과 직무스트레스 및 직무성과의 관계. *호텔경영학연구*, 22(6), pp. 59-78.
- 강평미 (2017). *사회성, 신체이미지, 자아존중감이 외모관리행동에 미치는 영향*. 충남대학교 대학원 박사학위논문.
- 고선형 (2015). *성인의 자아존중감, 외모관리행동 및 신체이미지가 대인관계에 미치는 영향: 희망을 매개로*. 한서대학교 대학원 박사학위논문.
- 곽주영 (2020). *뷰티종사자의 성격특성에 따른 직무만족과 자기효능감이 목표지향성에 미치는 영향*. 성신여자대학교 대학원 박사학위논문.
- 곽지은, 김주덕 (2021). 라이브 커머스를 통한 화장품 구매행동과 만족도에 관한 연구. *한국화장품미용학회지*, 11(1), pp. 165-179.
- 구혜경, 나종연 (2015). 여성 소비자의 메이크업관리 분석을 통한 화장 맥락의 이해. *한국소비문화학회*, 18(3), pp. 147-179.
- 김경희 (2002). *한·중·일 여대생의 라이프스타일에 따른 피부관리·메이크업 관리·구매행동 비교: 서울, 북경, 동경을 중심으로*. 경희대학교 대학원 박사학위논문.
- 김금란 (2010). *피부관리가 40세 전후 여성의 안면 피부상태에 미치는 영향*. 건국대학교 대학원 박사학위논문.
- 김기범, 차영란 (2006). 여성의 화장을 통한 미(美)와 자기개념의 사회 문화적 의미 분석. *한국심리학회지*, 11(1), pp. 107-123.
- 김남연 (2010). *고객의 특성에 따른 피부관리실 고객만족도연구: 수도권을 중심으로*. *대한피부미용학회지*, 8(4), pp. 313-326.

- 김명희 (2012). *기능성 화장품 구매성향에 따른 구매행동과 상표전환 동기*. 경희대학교 대학원 박사학위논문.
- 김문성, 박성철 (2011). 공무원의 자기효능감이 업무성과에 미치는 영향. *한국공공관리학보*, 25(4), pp. 143-161.
- 김미성 (2021). *COVID19 시대의 지각된 사회적 위협과 스트레스가 화장품 신소비행동에 미치는 영향*. 상명대학교 대학원 박사학위논문.
- 김민아 (2018). *셀프 네일 관리와 전문 네일 관리에 대한 소비 동기 비교 연구*. 건국대학교 대학원 석사학위논문.
- 김성자, 한채정 (2010). 로즈와 클라리세이지 에센셜 오일을 이용한 전신마사지가 중년 여성의 스트레스, 우울 척도 및 갱년기 증상 완화에 미치는 영향, *아시아뷰티화장품학술지*, 8(4), pp. 1-10.
- 김숙희 (2021). *뷰티케어행동의 심리적 효용성과 스트레스 완화와의 관계 : 심리적 행복감과 신체적 존중감의 매개효과를 중심으로*. 건국대학교 대학원 박사학위논문.
- 김숙희 (2021). 뷰티케어행동의 심리적 효용성과 스트레스 완화와의 관계: 심리적 행복감과 신체적 존중감의 매개효과. *한국웰니스학회지*, 16(3), pp. 317-326.
- 김순기, 이상완, 김달곤, 임태중 (2012). 혁신전략과 조직 역량간의 관계에서 성과측정시스템과 보상시스템의 역할. *국제회계연구*, 46, pp. 167-194.
- 김아름 (2022). *MZ세대 라이프스타일과 개인 특성, 자아존중감, 헤어관리행동의 관계*. 서경대학교 대학원 박사학위논문.
- 김영곤 (2017). 지역 소방조직 내 세대 간 갈등 유발요인 분석: 제도, 업무인식 및 직무동기 요인을 중심으로. *地方行政研究*, 31(2), pp. 263-297.
- 김영숙, 박진영 (2009). 남자대학생의 외모관리 인식 및 행동 분석: 헤어·피부·미용성형·패션·몸매관리를 중심으로. *한국생활과학회지*, 18(1), pp. 259-273.

- 김완석, 박은아, Takemoto, T. (2009). 객체화 신체의식과 신체존중감, 자기 해석의 관계: 한국·중국·일본 여대생 비교. *한국심리학회지 : 여성*, 14(1), pp. 23-46.
- 김원형 (1998). 인적 자원개발과 조직개발이 조직효율성에 미치는 영향. *社會科學論文集*, 17(1), pp. 399-400.
- 김정숙 (2017). 개인적 특성에 따른 신체존중감과 뷰티관리행동에 관한 연구. *한국화장품미용학회지*, 7(1), pp. 85-97.
- 김진아, 김성남 (2010). 신체만족도에 따른 헤어스타일 행동에 관한 연구 : 서울소재대학교의 미용전공 여대생을 중심으로. *아시아뷰티화장품학술지*, 8(4), pp. 259-268.
- 김창숙, 김윤아, 정인, 류지영 (2014). 아로마테라피가 스트레스 완화에 미치는 영향. *대한피부미용학회지*, 12(3), pp. 331-337.
- 김창현 (2011). 남성의 패션라이프스타일 유형별 외모관심도와 외모관리행동 연구. 경성대학교 대학원 석사학위논문.
- 김학범, 이재영 (2011). 민간경비원의 업무능력에 미치는 영향요인에 관한 연구. *시큐리티연구*, 27, pp. 81-105.
- 김혜선 (2017). 외모관리행동과 외모만족도가 삶의 질에 미치는 영향: 사회문화 및 개인목표 행동적 접근. 조선대학교 대학원 박사학위논문.
- 김혜균 (2013). 20·30대 직장인 남성들의 외모관리 행동과 정보탐색에 관한 연구. 건국대학교 대학원 박사학위논문.
- 김희숙 (1996). 20세기 화장의 변천에 관한 연구: 대중스타를 중심으로. *한국미용학회지*, 2(1), pp. 27-52.
- 나운영 (2022). MZ세대의 언택트 시대 지각이 신체의식과 뷰티관리행동에 미치는 영향. *한국의류산업학회지*, 24(5), pp. 628-635.
- 류은주, 오강수 (2010). 미용실 내부마케팅이 직무만족에 미치는 영향. *한국*

디자인문화학회지, 16(4), pp. 297-306.

류현혜 (2007). 노년 여성의 개인적·사회적 자아의식과 외모관리행동과의 관계. 대구가톨릭대학교 대학원 박사학위논문.

문용린, 임태조, 박윤정, 이현웅 (2007). The Relationship between Emotional Intelligence and Adults' Work Performance in Korean Organizations. *인간발달연구*, 14(1), pp. 21-34.

문태영, 김경미, 이수빈, 장준혁, 도무환 (2023). 코로나19 유행에 따른 119구급대원들의 심리변인이 업무능력과 직무만족 및 삶의 질에 미치는 영향. *한국산학기술학회 논문지*, 24(2), pp. 305-314.

박미경 (2014). 대구·경북지역 여대생들의 피부건강 영향요인 분석. *대한피부미용학회지*, 12(1), pp. 85-92.

박미승, 권기한 (2023). 뷰티관리 행동과 피부관리실 선택 관계 연구. *한국화장품미용학회지*, 13(1), pp. 25-36.

박미은 (2019). 뷰티헬스케어행동, 미적 이미지가 외모에 대한 사회문화적 태도와 심리적 영향의 관계에 미치는 연구. 영산대학교 대학원 박사학위논문.

박병남, 홍성균 (2016). 경락마사지가 중년여성의 스트레스와 뇌활성에 미치는 영향. *아시아뷰티화장품학술지*, 14(1), pp. 58-64.

박선영 (2019). 여자대학생의 외모에 대한 사회문화적 태도와 메이크업관리 및 신체매력지각과의 관계: 이미지메이킹을 매개변수로. 세종대학교 대학원 박사학위논문.

박수연, 황진숙 (2015). 패션/뷰티 TV미디어 이용이 외모관리소비행동에 미치는 영향. *한국디자인포럼*, 47, pp. 115-130.

박신흥, 강현경 (2019). 치과위생사의 인간관계능력, 직무만족 및 조직몰입이 회복탄력성에 영향을 미치는 요인. *한국치위생학회지*, 19(6), pp. 983-992.

- 박운주, 송선희 (2019). 지역아동센터 종사자 업무역량 척도 개발 및 타당화. *한국콘텐츠학회논문지*, 19(4), pp. 256-266.
- 박윤미 (2023). 코스메슈티컬 제품에 대한 제품신뢰와 프리미엄 가격 지불의도의 관계에서 소비가치와 심리적 효용성의 구조적 관계. 건국대학교 대학원 박사학위논문.
- 박은희, 이상주 (2015). 여성 소비자의 화장품 구매체험이 이미지메이킹 효능감과 화장품 추구혜택에 미치는 영향. *한국의상디자인학회지*, 17(4), pp. 131-144.
- 박주현 (2010). 여성의 라이프스타일 유형별 외모관리 행동 연구. 경성대학교 대학원 박사학위논문.
- 박현주, 박숙현 (2011). 패션 및 뷰티소비행동이 자기만족도에 미치는 영향. *한국의류학회지*, 35(11), pp. 1285-1296.
- 박혜영, 김민신 (2019). 밀레니얼 세대의 남성 메이크업에 대한 인식 및 사용실태에 관한 연구. *예술인문사회융합멀티미디어논문지*, 9(3), pp. 131-147.
- 박혜원 (2013). 자기표현, 외모관리행동 및 외모만족이 심리적 안녕감에 미치는 영향. 전남대학교 대학원 박사학위논문.
- 박효원, 김용숙 (2004). 신세대 여성의 소비성향에 따른 화장품 구매: 20-30대 여성을 중심으로. *한국복식학회*, 54(6), pp. 59-73.
- 방효진 (2013). 여대생의 외모관심도가 네일관리행동에 미치는 영향. *한국미용학회지*, 19(4), pp. 613-620.
- 서승희, 최부영, 최미옥 (2010). 유행선도력에 따른 신체만족도 및 체형관리행동의 상관관계분석. *한국인체미용예술학회지*, 11(1), pp. 15-28.
- 서은혜 (2012). 자기에 성향, 신체의식과 외모관리행동 및 화장의 심리적 효용의 관계 연구. 성신여자대학교 대학원 박사학위논문.
- 서정규 (2010). 건설기업 관리자의 임파워링 리더십이 구성원의 소속감과 자

기효능감을 통해 직무열의와 직무성과에 미치는 영향: 조직문화의 조절효과. 동의대학교 박사학위논문.

서정빈, 정원지 (2019). 제주지역 모발화장품 소비자의 구매행동과 만족도에 관한 연구. *한국화장품미용학회지*, 9(2), pp. 293-307.

손인봉 (2019). 사회복지사가 인지한 개인-환경 적합성과 업무수행능력의 관계에서 자기효능감의 매개효과 - 장애인 직업재활시설을 중심으로. *GRI 연구논총*, 21(3), pp. 207-235.

손재환 (2017). 대학생의 자존감이 우울과 불안에 미치는 영향: 자기자비의 매개효과를 중심으로. *청소년상담연구*, 25(2), pp. 299-317.

송방호 (2020). 이벤트 기획사 종사자의 개인 성향이 업무태도에 미치는 영향에 관한 연구. 홍익대학교 대학원 박사학위논문.

신정원 (2023). 20-30대 직장 남성의 체면민감성이 라이프스타일과 외모관리행동에 따라 화장품 구매성향에 미치는 영향. 성신여자대학교 대학원 박사학위논문.

신형철 (2018). 자기개발 동기가 인적자원개발 효과에 미치는 영향. 경기대학교 대학원 박사학위논문.

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

안도희, 박윤지 (2014). 업무능력신념과 소진이 경찰공무원의 직무만족감에 미치는 영향. *HRD연구*, 16(1), pp. 103-119.

안진정 (2015). TV 진행자의 메이크업과 헤어스타일링의 만족도가 직무수행에 미치는 심리적 효용성. *대한피부미용학회지*, 13(2), pp. 147-155.

안진정 (2020). 남성 색조화장품의 소비 성향 연구. *아시안뷰티화장품학술지*, 18(4), pp. 533-547.

양재원 (2021). 노인들의 스포츠활동경험이 회복탄력성과 사회적지지, 심리

적 안녕감 및 지속적 참여의도에 미치는 영향. 성균관대학교 대학원 박사학위논문.

오강수 (2016). 연령별 외모만족도가 직업적응에 미치는 자기효능감의 매개 효과. *한국디자인문화학회지*, 22(3), pp. 307-317.

오수연 (2012). 가치관에 따른 소비자 집단의 외모관여도와 피부관리 구매 행동. 충남대학교 대학원 박사학위논문.

오인숙 (2018). 개인의 가치소비가 레스토랑 선택속성에 따라 고객만족에 미치는 영향. 경기대학교 대학원 박사학위논문.

유은숙, 나윤영 (2023). 대학생의 외모관리 기대가치와 뷰티관리행동 간의 관계에서 외모자기효능감의 조절효과. *한국의류산업학회지*, 25(3), pp. 358-465.

윤석나, 김미영, 임희야, 문덕환 (2014). 직장여성의 스트레스 완화에 대한 등 마사지 시술효과. *한국인체미용예술학회지*, 15(4), pp. 143-158.

윤은주, 안희경, 이의령 (2012). 상사의 리더십 유형이 조직구성원의 인간관계 만족 및 이직의도에 미치는 영향-PCO를 중심으로. *MICE관광연구*, 12(2), pp. 129-149.

윤천성, 김정숙 (2010). 중·노년여성의 피부미용 관리가 행복감에 미치는 영향. *아시아뷰티화장품학술지*, 8(4), pp. 383-396.

이강수 (2016). 긍정심리자본이 정서적 몰입과 고객지향성에 미치는 영향: 감성리더십의 조절효과를 중심으로. 경희대학교 대학원 박사학위논문.

이경희 (2011). 대학생의 우울, 자기효능감이 대인관계성향에 미치는 영향 : 외모만족도의 매개효과분석. 한서대학교 대학원 박사학위논문.

이덕란 (2023). 여성 병원 종사자의 신체이미지와 외모관리행동이 업무효율성에 미치는 영향: 20-50대를 중심으로. 건국대학교 대학원 석사학위논문.

- 이미림 (2021). *자기애성향이 뷰티관리행동에 미치는 영향 연구: 피부, 헤어 관리 중심으로*. 창원대학교 대학원 박사학위논문.
- 이민수 (2014). 자기개발 노력 및 리더의 지원이 군 조직 효과성에 미치는 영향: 자기효능감의 매개효과. *HRD연구*, 16(4), pp. 171-201.
- 이순희, 이경옥, 김순옥 (2009). 피부 관리가 이용고객의 정신건강 및 자아존중감에 미치는 영향. *한국미용학회지*, 15(1), pp. 155-167.
- 이승아 (2009). *생활체육 참여유무에 따른 객체화된 신체의식이 자기가치 및 심리적 정서에 미치는 영향*. 경희대학교 대학원 박사학위논문.
- 이은실 (2011). 신체매력 지각이 건강증진행동 및 외모관리행동에 미치는 영향. *대한가정학회지*, 49(6), pp. 47-56.
- 이재봉, 조옥선 (2018). 융·복합시대 청년들의 대인관계가 조직몰입에 미치는 영향-업무환경의 매개효과 및 성별의 조절효과를 중심으로. *융합정보논문지*, 8(1), pp. 281-290.
- 이재일 (2011). *학교조직 특성, 사회적 지원, 교사의 전문적 발달, 자아효능감 및 교사 소진간의 관계*. 인하대학교 대학원 박사학위논문.
- 이종목, 박한기 (1998). 직무 스트레스 척도제작에 관한 연구. *한국심리학회지*, 4(1), pp. 241-262.
- 이주미 (2017). *중년남성의 미용건강관리행동이 신체매력지각, 자아존중감 및 대인관계 성향에 미치는 영향*. 성신여자대학교 대학원 박사학위논문.
- 이지만, 권인수 (2005). 조직구성원의 경영자에 대한 신뢰의 결정요인과 효과: 직무 내 외재적 보상의 상호작용. *인사조직연구*, 13(2), pp. 35-71.
- 이지연 (2021). *메이크업행동이 자기효능감과 직무만족도에 미치는 영향*. 중앙대학교 예술대학원 석사학위논문.
- 이지영 (2014). 자기의식과 자기검색이 피부관리태도, 피부관리규범, 피부관리행동 통제에 미치는 영향. *대한피부미용학회지*, 12(5), pp. 669-675.

- 이차연, 박영석 (2006). 성취 목표 지향성이 업무수행 피드백에 미치는 효과. *한국심리학회지, 19(1)*, pp. 25-38.
- 이하나, 박옥련 (2015). 남성의 연령별 가치관이 뷰티관리행동에 미치는 영향. *대한피부미용학회지, 13(6)*, pp. 891-901.
- 이하정 (2022). *메타분석을 활용한 비만관리 프로그램의 효과 및 연구동향*. 대전대학교 대학원 박사학위논문.
- 이화순 (2002). *화장의 사회, 심리적 기대효과에 따른 화장이미지와 자의식에 관한 연구*. 경희대학교 대학원 박사학위논문.
- 임경복 (2008). 신체만족도에 따른 태도적 신체이미지와 의복행동에 대한 연구 - 남녀 대학생을 중심으로. *한국의류산업학회지, 10(6)*, pp. 882-889.
- 임미지, 김종은 (2019). 고등학생의 외모 만족도, 거부민감성, 사회적지지 및 심리적 안녕감 간의 구조적 관계 분석. *학습지중심교과교육연구, 18(41)*, pp. 93-125.
- 임창희 (2007). 직장여성의 외모가 승진에 미치는 영향: 자아존중감과 대인관계수준의 매개역할을 중심으로. *경영학연구, 36(3)*, pp. 597-621.
- 임효정 (2014). *긍정적 자아형성을 위한 메이크업 테라피 프로그램 개발 및 효과검증*. 중앙대학교 대학원 박사학위논문.
- 장미숙 (2010). *여성의 외모관리와 체형관리가 자기효능감과 자아존중감에 미치는 영향*. 대구한의대학교 대학원 박사학위논문.
- 장인자 (2019). *직무환경과 보상체계가 요양보호사의 직무만족과 조직몰입 및 이직의도에 미치는 영향: 임파워먼트의 매개효과*. 경기대학교 대학원 박사학위논문.
- 장진영, 황선진, 정호경 (2007). 외모관심도, 화장품 브랜드 원산지 및 관측 유형에 따른 남성화장품 구매행동. *복식, 57(6)*, pp. 160-171.
- 장혜선 (2014). *신체이미지와 외모관리행동이 심리적 안정감에 미치는 영향*.

서경대학교 대학원 박사학위논문.

- 전미자 (2011). *여대생의 베이스 메이크업 선호형태와 만족도가 사회심리적 변인에 미치는 영향*. 한성대학교 예술대학원 석사학위논문.
- 전소영, 진용미, 이채원 (2022). 헤어미용사의 교육훈련만족도가 업무성과와 자기효능감에 미치는 영향. *미용예술경영연구*, 16(3), pp. 213-228.
- 전종국 (2008). *외모관리서비스 이용 행동과 만족도 : 피부관리와 경락마사지를 대상으로*. 경희대학교 대학원 박사학위논문.
- 정우정 (2022). 여성 소비자의 외모만족도가 아이 메이크업 관심도 및 메이크업 관리행동에 미치는 영향. *한국응용과학기술학회지*, 39(2), pp. 348-358.
- 정이슬 (2015). *네일샵 여성고객의 네일 관리 및 재방문 의도에 관한 연구*. 가천대학교 대학원 석사학위논문.
- 정지혜 (2015). *해외명품화장품 소비자의 구매행동 및 구매결정요인에 대한 연구*. 상명대학교 예술디자인대학원 석사학위논문.
- 정향진, 류경민 (2010). 조리사의 사회적 지원과 자기효능감이 성취욕구에 미치는 영향: 삶의 질 조절효과를 중심으로. *관광연구저널*, 24(2), pp. 235-258.
- 정혜경 (2016). *간호사의 전문직업성과 직무성취감이 이직 및 경력중단에 미치는 영향*. 대구한의대학교 대학원 박사학위논문.
- 조미애, 박채린, 한채정 (2021). 뷰티 라이프스타일 행동이 미용가치추구와 화장품구매행동에 미치는 영향. *중소기업융합학회*, 11(1), pp. 261-267.
- 조미진 (2020). *생활체육 참여자의 신체이미지와 외모에 대한 사회문화적 태도가 뷰티관리행동에 미치는 영향*. 서경대학교 대학원 박사학위논문.
- 조안진 (2014). *화장의 사회심리적 기대효과와 신체매력성이 자기효능감과 심리적 안녕감에 미치는 영향*. 성신여자대학교 대학원 박사학위논문.
- 조유경 (2019). *패션 매거진 화장품 광고가 구매행동에 미치는 영향: 관여도의 조절효과를 중심으로*. 세종대학교 대학원 박사학위논문.

- 조은정 (2014). *고등학교 유형에 따른 미용관리행동, 선호도 및 자아존중감에 대한 연구*. 한성대학교 대학원 석사학위논문.
- 조인숙, 황혜주 (2019). 남성의 네일관리 서비스가 스트레스 및 만족도에 미치는 영향. *한국화장품미용학회지*, 9(3), pp. 391-403.
- 조정명 (2019). *직무성과의 영향요인에 대한 연구: 한류여행업 종사자를 대상으로*. 숙명여자대학교 대학원 박사학위논문.
- 조혜연 (2016). *아로마를 활용한 안면마사지가 비행청소년들의 심리.생리적 특성에 미치는 영향*. 성신여자대학교 대학원 박사학위논문.
- 주영주, 이순희 (2016). 한국 중년여성의 외모관심도가 화장품 구매행동에 미치는 영향. *한국디자인문화학회지*, 22(1), pp. 401-410.
- 지성호, 강영순 (2015). 지속경력학습과 조직경력성장의 관계에서 경력적응력 및 직무효능감의 매개효과. *인적자원관리연구*, 22(5), pp. 21-47.
- 천윤희, 한채정 (2011). 고주파 관리와 스톤테라피를 이용한 등 마사지가 20-30대 직장여성의 스트레스 완화에 미치는 영향. *한국피부미용향장학회지*, 6(3), pp. 235-246.
- 최광우 (2018). *심리적, 관계적, 조직적 요인이 종업원의 업무태도 및 성과에 미치는 영향에 관한 연구: 조직 내 관계에너지의 매개효과를 중심으로*. 홍익대학교 대학원 박사학위논문.
- 최금주 (2009). *아유르베다오일 마사지가 스트레스와 면역증진에 미치는 영향*. 성신여자대학교 대학원 박사학위논문.
- 최성혜, 서현숙, 황혜주 (2021). 액티브시니어의 네일관리행동이 자아존중감과 삶의 질에 미치는 영향. *인문사회21*, 12(3), pp. 989-1004.
- 최수경, 강경자 (2006). 신체만족도와 화장태도에 따른 성인 여성의 매슬로우 욕구와 화장 행동에 따른 연구. *복식문화연구*, 14(3), pp. 497-513.
- 최재민, 정연자 (2014). 뷰티서비스 이용이 자기효능감과 직무태도에 미치는

- 영향 분석. *대한피부미용학회지*, 12(5), pp. 613-623.
- 한희은, 윤성준 (2020). 휴먼브랜드 개성과 소비자-브랜드 관계 만족간의 인과관계: 자아연관성 및 자아동일시의 매개변수를 중심으로. *소비문화연구*, 23(1), pp. 93-112.
- 홍금희 (2006). 자아존중감에 대한 외모의 사회문화적 태도와 신체비만도 및 신체이미지의 영향. *한국의류학회지*, 30(2), pp. 348-357.
- 홍승분, 한지영, 황지선 (2012). 체중관리 프로그램이 비만여대생의 신체조성, 신체적 자기효능감 및 체형불만감에 미치는 영향. *한국웰니스학회지*, 7(1), pp. 223-232.
- 홍현경, 정규엽, 김원희 (2012). 자기효능감이 직무착근도, 혁신행동과 조직구성원 행동에 미치는 영향: 근무형태에 따른 조절효과 중심으로. *한국콘텐츠학회논문지*, 12(5), 415-430.
- 한만석, 김영삼 (2019). 20-50대 여성의 이미지 인식과 헤어이미지 연출에 따른 자기효능감. *Asian Journal of Beauty and Cosmetology*, 17(4), pp. 511-520.
- 함상우 (2014). 현재의 보상만족도와 미래의 보상기대감이 조직몰입에 미치는 영향 성장욕구강도의 조절효과. *한국경영학회 2014년 통합학술발표논문집*, 3, pp. 166-185.
- 황정선 (2018). *직장 여성의 사회적 매력 제고를 위한 인상관리 교육프로그램 설계*. 고려대학교 대학원 박사학위논문.
- 황희성 (2019). *유튜브 뷰티동영상 특성이 10-20대 여성의 뷰티관리행동 및 화장품 구매의도에 미치는 영향*. 서경대학교 미용예술대학원 석사학위논문.

국외문헌

- Alessandrini, A., Piraccini, B. M. (2016). Essential of Hair Care Cosmetics. *Cosmetics*, 3(4).
- Bae, J. S., Kim, Y. J., Lee, S. J. (2021). Double Mediating Effects of Self-efficacy and Body Image in the Effect of Appearance Management Behavior on Life Satisfaction Among Old People. *In Bio-inspired Neurocomputing*, pp. 419-427.
- Bandura, A. (1977). Self-efficacy: Toward a unifying theory of behavioral change. *Psychological Review*, 84(2), pp. 191 - 215.
- Bartky, S. L. (2014). Foucault, femininity, and the modernization of patriarchal power. *In Feminist Social Thought*, Routledge.
- Black, H. K. (1974). Physical Attractiveness and Similarity of Attitude in Interpersonal Attraction. *Psychological Reports*, 35(1), pp. 403-406.
- Brown, M. (2000). An Investigation of the relationship between consumer shopping orientation and online purchase behavior. *American Society of Business and Behavioral Sciences*, 7(4), pp. 59-64.
- Cohn, L. D., Adler, N. E. (1992). Female and Male Perceptions of Ideal Body Shapes: Distorted Views Among Caucasian College Students. *Psychology of Women Quarterly*, 16(1), pp. 69-79.
- Dai, B., Pelton, L. E. (2018). Exploring consumers' skincare retail patronage. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 43, pp. 269-277.
- Daniels, E. A., Gillen, M. M. (2015). 25 Body Image and Identity: A Call for New Research. *The Oxford handbook of identity development*, 406, pp. 406-422.

- Dantcheva, A., Chen, C., Ross, A. (2012). Can Facial Cosmetics Affect the Matching Accuracy of Face Recognition Systems? *Proc. of 5th IEEE International Conference on Biometrics: Theory, Applications and Systems (BTAS)*.
- Davis, M. G., Thomas, J. H., Velde S., Boissy, Y. Dowson Jr, T. L., Iveson, R., Sutton, K. (2011). A novel cosmetic approach to treat thinning hair. *British Journal of Dermatology*, *165*(S3), pp. 24-30.
- Deubler, G., Swaney Stueve, M., Koppel, K. (2022). Using in depth interviews to explore perceptions and opinions in men's skin care. *Journal of Sensory Studies*, *37*(1), p. e12716.
- Domzal, T. J., Kernan, J. B. (1993). Mirror, Mirror: Some Postmodern Reflections on Global Advertising. *Journal of Advertising*, *22*(4), pp. 1-20.
- Epstein, S. (1973). The self-concept revisited or a theory of a theory. *American Psychologist*, *28*(5), pp. 404-416.
- Faust, N. T., Hong, Y. Y., Gains, N., Christopoulos, G. I. (2022). The effect of implicit theories of human beauty and perceived pressure on cosmetic consumption. *Psychology of Aesthetics, Creativity, and the Arts*.
- Franzoi, S. L., Shields, S. A. (1984). The body esteem Scale: multidimensional structure and sex differences in a college population. *Journal of Personality Assessment*, *48*(2), pp. 179-178.
- Geisler, A., Masub, N., Toker, M., Nguyen, J., Seale, L., Srikantha, R., Halverstam, C., Lim, H., Jagdeo, J. (2022). Skin of Color Skin Care Needs: Results of a Multi-Center-Based Survey. *Journal of Drugs in Dermatology*, *21*(7), pp. 709-711.
- Gillihan, S. J., Farah, M. J. (2005). Is self special? A critical review of evidence

- from experimental psychology and cognitive neuroscience. *Psychological Bulletin*, 131(1), pp. 76–97.
- Grimalt, R. (2005). Psychological aspects of hair disease. *Journal of Cosmetic Dermatology*, 4, pp. 142–147.
- Gubitosa, J., Rizzi, V., Fini, P., Cosma, P. (2019). Hair Care Cosmetics: From Traditional Shampoo to Solid Clay and Herbal Shampoo, A Review. *Cosmetics*, 6(1).
- Hackman, J. R., Oldham, G. R. (1975). Development of the job diagnostic survey. *Journal of Applied Psychology*, 60(2), pp. 159–170.
- Harrison, K. (2003). Television Viewers' Ideal Body Proportions: The Case of the Curvaceously Thin Woman. *Sex Roles*, 48, pp. 255–264.
- Hoffman, B. (2016). The role of expressive therapies in therapeutic interactions: Art therapy– explanation of the concept. *Trakia Journal of Sciences*, 14(3), pp. 197 - 202.
- Kuzu, A., Ergöl, Ş. (2022). The effect of beauty services on women's stress and body image. *Karya Journal of Health Science*, 3(1), pp. 13–17.
- Lennon, S. J., Rudd, N. A. (1994). Linkages between attitudes toward gender roles, body satisfaction, self esteem, and appearance management behaviors in women. *Family and Consumer Sciences Research Journal*, 23(2), pp. 94–117.
- Locke, E. A., Shaw, K. N., Saari, L. M., Latham, G. P. (1982). Goal setting and task performance: 1969–1980. *Psychological Bulletin*, 90(1), pp. 125–152.
- McCreary, D. R. (2011). Body image and muscularity. In *Body image: A handbook of science, practice, and prevention*, New York: Guilford

Press.

- Mendelson, B. K., Mendelson, M. J., White, D. R. (2001). Body-esteem scale for adolescents and adults. *Journal of Personality Assessment*, *76* (1), pp. 90-106.
- Mileva, V. R., Jones, A. L., Little, A. C. (2016). Sex Differences in the Perceived Dominance and Prestige of Women With and Without Cosmetics. *Perception*, *45*(10), pp. 1166-1183.
- Moossavi, M., Scher, R. K. (2001). Nail Care Products. *Clinics in Dermatology*, *19*(4), pp. 445-448.
- Nash, R., Fieldman, G., Hussey, T., Leveque, J. L., Pineau, P. (2006). Cosmetics: They influence more than Caucasian female facial attractiveness. *Journal of Applied Social Psychology*, *36*, pp. 493-504.
- Quartiroli, A., Wagstaff, C. R. D., Zakrajsek, R. A., Knight, S. M., Etzel, E. F. (2022). The role of self-care and professional quality of life in sustaining a long-lasting career in sport psychology: A qualitative exploration. *Journal of Applied Sport Psychology*, *34*(6), pp. 1334-1351.
- Reed, L. R. (1998). Image and Attitude: The Impact of Media Images on the Self-Esteem, Body Image and Sexual Attitudes of College Students. *University of Rhode Island, Kingston*.
- Riji, H. M. (2006). Beauty Or Health? A Personal View. *Malays Fam Physician*, *1*(1), pp. 42-44.
- Rudd, N. A. (1997). Cosmetics consumption and use among women: Ritualized activities that construct and transform the self. *Journal of ritual studies*, *11*, pp. 59-77.
- Russell, R., Batres, C., Courreges, S., Kaminski, G., Soppelsa, F., Morizot,

- F., Porcheron, A. (2019). Differential effects of makeup on perceived age. *British Journal of Psychology*, *110*(1), pp. 87–100.
- Schiffman, L. G., Kanuk, L. L. (2014). *Consumer Behavior*. NJ: Pearson.
- Schleicher, D. J., Hansen, S. D., Fox, K. E. (2011). Job attitudes and work values. *In APA handbook of industrial and organizational psychology*, American Psychological Association.
- Skurikhina, N. V., Kudryavtsev, M. D., Kuzmin, V. A., Iermakov, S. S. (2016). Fitness Yoga as Modern Technology of Special Health Groups' Girl Students' Psycho-Physical Condition and Psycho-Social Health Strengthening. *Physical Education of Students*, *20*(2), pp. 24 - 31.
- Szostek, D. (2019). The Impact of the Quality of Interpersonal Relationships between Employees on Counterproductive Work Behavior: A Study of Employees in Poland. *Sustainability*, *11*(21), p. 5916.
- Tran, A., Rosales, R., Copes, L. (2020). Paint a Better Mood? Effects of Makeup Use on YouTube Beauty Influencers' Self-Esteem. *SAGE Open*, *10*(2).
- Turner, P. (2022). Complementarity and Competence-knowledge, Skills, Attitudes, and Behaviours. *In Complementarity in Organizations*, pp. 203-231.
- Tylka, T. L., Kroon V. A. M. (2013). The Intuitive Eating Scale-2: item refinement and psychometric evaluation with college women and men. *Journal of Counseling Psychology*, *60*(1), pp. 137–153.
- Virgă, D., Curseu, P. L., Maricutoiu, L., Sava, F. A., Macsinga, I., Magureanu, S. (2014). Personality, relationship conflict, and teamwork-related mental models. *Plos one*, *9*(11), e110223.
- Walseth, K., Tidslevold, T. (2020). Young women's constructions of valued

bodies: Healthy, athletic, beautiful and dieting bodies. *International Review for the Sociology of Sport*, 55(6), pp. 703-725.

Williams, C. (2001). 3M Cavilon Durable Barrier Cream in skin problem management. *British journal of nursing*, 10(7), pp. 469-472.

기타 자료

indeed (2022). Behavior-Based Competencies: A Definitive Guide <https://www.indeed.com/career-advice/career-development/behavior-based-competencies> (검색일: 2023. 09. 17)

Abstracts

The psychological benefits of beauty care behaviours on work performance

Son Eunhye

Department of Beauty Industry

Graduate School of Sungshin University

Beauty care behaviour can be defined as the act of creating a visual image of oneself as a means of achieving a beautiful and healthy body, in order to make oneself appear as one expects. As the times change, individuals who pursue beauty and individuality are performing various beauty care behaviours in line with beauty trends according to their lifestyles, values, and needs.

On the other hand, intrinsic beliefs about the practice of beauty care behaviours and their potential benefits play an important role in the psychological efficacy of beauty care behaviours. These psychological benefits can affect an individual's performance and expression in various aspects of life, including the workplace. In fact, there is a significant correlation between beliefs about beauty care behaviours and job performance through psychological efficacy.

Therefore, this study aims to investigate the effects of psychological efficacy of beauty care behaviour on work performance among adults aged 20–40. The study population was 826 men and women in their 20s and 40s nationwide, and the research method was an online questionnaire.

Statistical techniques used to analyse the data included the Statistical Package for the Social Science (SPSS) WIN 27. Frequency Analysis, Factor Analysis, Reliability Analysis, Correlation Analysis, Independent Samples t-test, MANOVA (Multivariate Analysis), Multiple regression Analysis, Hierarchical Regression, and Sobel test for mediation effect.

The results of this study are as follows.

First, we examined beauty care behaviour, psychological efficacy, and work performance according to the general characteristics of the research subjects, and found that beauty care behaviour, psychological efficacy, and work performance were higher among professionals.

Second, when examining the effects of beauty care behaviours on psychological efficacy, self-efficacy, stress relief, and self-esteem were all higher in subjects with high beauty care behaviours than in subjects with low beauty care behaviours, and the differences were statistically significant.

Third, we examined the effects of psychological efficacy of beauty care behaviours on work performance and found that self-efficacy has the greatest impact on work attitude and competence, work ability and self-development, and organisational growth and rewards, and stress relief has the greatest impact on organisational relationships.

Fourth, to examine the mediating effect of psychological efficacy on the relationship between beauty care behaviours and job performance, we examined the direct effects of beauty care behaviours on job performance and found that five beauty care behaviours, except nail care, had an effect on job performance.

Fifth, we examined the mediating effect of psychological efficacy on the relationship between beauty care behaviour and work performance, and found that self-efficacy, stress relief, and self-body esteem all had mediating effects on work performance.

Taken together, the results confirm that psychological efficacy of beauty care behaviour affects work performance among adults in their 20s and 40s. Marketers in the beauty industry can consider this aspect when positioning beauty products, and organisations can encourage beauty care behaviours to take advantage of the halo effect on performance.

설문지

뷰티관리행동의 심리적 효용성이 업무성취도에 미치는 영향

안녕하십니까?

바쁘신 가운데 귀한 시간 내주셔서 감사합니다.

저는 성신여자대학교 일반대학원 뷰티산업학과 박사과정 재학 중으로
“뷰티관리행동의 심리적 효용성이 업무성취도에 미치는 영향”을 주제로 박사
학위논문을 준비하고 있습니다.

본 연구를 통해 뷰티관리행동을 실천하는 성인이 심리적으로 느낄 수 있는 효
과 및 업무 성취도에 미치는 연관성 정도를 조사하여 향후 뷰티산업 분야에 올
바른 정보를 제공하고자 합니다.

(※뷰티관리행동이란, 일반적으로 피부관리, 메이크업관리, 헤어관리, 체형관리
등을 통해 신체적인 특성을 자신이 원하는 이미지로 만들고 나아가 이를 내면
화시키는 개인의 신체적, 정신적 노력이 들어간 뷰티관련행동을 뜻합니다.)

귀하께서 응답해주시는 내용은 통계법 제13조에 의거하여 익명으로 통계 처리
하며 연구 목적으로만 사용됨을 안내 드립니다.

귀하의 솔직하고 성실한 답변을 부탁드립니다, 다시 한번 귀하의 협조에 감사드립니다.

2023년 4월

성신여자대학교 일반대학원 뷰티산업학과
지도교수 : 김주덕 교수님

연구자 : 손은혜

E-mail: grace_son@naver.com

II. 다음은 뷰티관리행동에 관한 질문입니다.

항 목		매우 그렇다	그렇다	보통이다	그렇지 않다	전혀 그렇지 않다
1	나는 화장품 구매 시 브랜드를 고려한다.					
2	늘 사용하는 화장품의 경우 가격이 변해도 계속 구입 한다.					
3	종종 기분전환을 위해 화장품 구매를 한다.					
4	화장품 구매 시 여러 회사의 제품을 비교한 후 나의 피부타입에 맞는 제품인지 고려하여 구매한다.					
5	화장품 구매 전 제품 관련 정보를 꼼꼼히 확인하는 편이다.					
6	피부관리를 위해 주기적으로 피부과나 에스테틱을 방문한다.					
7	정기적으로 미백, 리프팅, 모공관리 등을 위해 레이저 치료나 관리를 받는다.					
8	나는 보톡스나 필러와 같은 뼈티시술을 받아왔다.					
9	피부관리를 위해 홈케어 기기를 사용한다.					
10	주기적인 피부관리를 위해 홈케어 제품(마스크팩, 스크럽제 등) 을 구매한다.					
11	평소 비만을 걱정하여 다이어트 제품을 구매한 적이 있다.					
12	체형관리를 위해 꾸준히 운동을 등록하고 실행한다.					
13	체형관리를 위한 홈트레이닝 기구나 제품을 구매한다.					
14	체형관리를 위한 디톡스 제품을 구입하는 편이다.					
15	건강과 몸매를 위해 영양제나 이너뷰티 제품을 정기적으로 구매한다.					
16	주기적으로 미용실을 방문하여 헤어스타일을 바꾼다.					
17	머릿결이나 두피에 좋은 영향을 준다면 고가의 샴푸나 트리트먼트, 에센스도 가격에 구애받지 않고 구매한다.					
18	나는 헤어스타일 연출 시 디자이너나 결과가 마음에 들면 가격은 중요하지 않다.					
19	나는 헤어 스타일 변화 시 연예인이나 유행 스타일 자료나 사진을 활용한다.					
20	나는 외모를 돋보이게 하기위한 화장법을 배운 적이 있다.					
21	인기있는 연예인의 화장을 따라하기 위해 해당 메이크업을 받거나 제품을 구매한 적 있다.					
22	나는 중요한 행사나 모임이 있을 때 메이크업 서비스를 받는다.					
23	나는 SNS나 TV의 화장법을 주의 깊게 관찰하며 따라하거나 응용한 적이 있다.					
24	주기적으로 네일샵을 방문하여 네일 관리를 받는다.					
25	네일관리를 받으며 네일샵의 제품을 구매한 적이 있다.					
26	나는 셀프네일 관리 제품을 가지고 있다.					
27	나는 새로운 네일아트가 나오면 시도해본다.					

Ⅲ. 다음은 뷰티관리행동의 심리적 효용성을 알아보기 위한 문항입니다.

항 목		매우 그렇다	그렇다	보통이다	그렇지 않다	전혀 그렇지 않다
1	뷰티관리행동을 통해 자신감이 생긴다.					
2	메이크업, 헤어스타일링 등이 마음에 들면 다소 적극적으로 행동하게 된다.					
3	뷰티관리행동을 통해 대인관계에도 적극적으로 표현하게 된다.					
4	뷰티관리행동을 통해 업무에도 자신감이 생기며 일의 능률에 긍정적인 영향을 받는다.					
5	뷰티관리행동을 통해 내 자신을 자랑스럽다고 생각한다.					
6	뷰티관리행동을 통해 기분이 좋아진다.					
7	피부, 체형, 헤어, 메이크업, 네일을 스스로 관리할 때 즐거움을 느낀다.					
8	뷰티관리행동 자체가 나를 존중하는 기분이 든다.					
9	뷰티케어를 받을 때 행복감을 느낀다.					
10	메이크업이나 스타일링 변화를 통해 나의 인상이 긍정적으로 바뀐다고 느낀다.					
11	뷰티관리행동을 통해 스트레스가 해소된다.					
12	뷰티관리행동을 통해 피로가 풀리고 신체에 에너지가 회복되는 것을 느낀다.					
13	피부, 체형, 헤어, 메이크업, 네일 관리를 받으면 기분전환이 된다.					
14	뷰티관리행동을 하면 에너지가 왕성해짐을 느낀다.					
15	뷰티관리행동을 하면 복잡했던 생각이 정리되고 정신이 맑아지는 편이다.					
16	뷰티관리행동을 통해 나는 남들보다 건강하다고 느낀다.					
17	뷰티관리행동을 통해 나는 거울에 비친 나의 모습에 만족하는 편이다.					
18	나는 나의 체력에 자신있다.					
19	나는 내가 원하는 만큼 아름답다 혹은 멋지다 라고 생각한다.					
20	나는 나의 외모 중에서 바꾸고 싶은 부분이 거의 없다.					

IV. 다음은 뷰티관리행동이 귀하의 업무성취도에 미치는 영향에 관한 문항입니다.

항 목	매우 그렇다	그렇다	보통이다	그렇지 않다	전혀 그렇지 않다
1					
2					
3					
4					
5					
6					
7					
8					
9					
10					
11					
12					
13					
14					
15					
16					
17					
18					
19					

V. 다음은 귀하의 일반적 특성에 대한 문항입니다.

1. 귀하의 연령대는 어떻게 되십니까?
① 20대 ② 30대 ③ 40대
2. 귀하의 성별은 무엇입니까?
① 여성 ② 남성
3. 귀하의 학력은 어떻게 되십니까?
① 고등학교 졸업 이하 ② 대학교 졸업 이하 ③ 대학원 졸업 이상
4. 귀하의 직업은 어떻게 되십니까?
① 일반 사무직 ② 전문직
③ 판매 및 서비스직 ④ 자영업/사업
5. 귀하의 결혼 여부는 어떻게 되십니까?
① 미혼 ② 기혼

- 바쁘신 가운데에도 귀한 시간을 할애해주셔서 대단히 감사합니다. -