



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 경 희 교수 지도  
박사학위 청구논문

뷰티서비스산업 초기경력자의  
무형식학습 활동과 LMX, TMX,  
CMX 및 조직유효성의 인과적 관계

2019

성신여자대학교 대학원  
의류학과  
주 하 나

뷰티서비스산업 초기경력자의  
무형식학습 활동과 LMX, TMX,  
CMX 및 조직유효성의 인과적 관계

김 경 희 교수 지도

이 논문을 박사학위논문으로 제출함

2019년 4월

성신여자대학교 대학원

의류학과

주 하 나

# 인 준 서

주하나의 박사학위 논문으로 인준함

2019년 4월

심사위원장 \_\_\_\_\_ (인)

심사위원 \_\_\_\_\_ (인)

심사위원 \_\_\_\_\_ (인)

심사위원 \_\_\_\_\_ (인)

심사위원 \_\_\_\_\_ (인)

성신여자대학교 대학원

## 논문개요

이 연구의 목적은 우리나라의 뷰티서비스산업 발전의 원동력이라 할 수 있는 초기경력자들의 입직과 이직 및 업무, 성과에 영향을 미치는 요인들의 인과적 관계를 밝히는 데 있었다.

본 연구는 뷰티서비스산업 초기경력자의 무형식학습 활동과 LMX, TMX, CMX 및 조직유효성의 인과적 관계를 분석하기 위해 설문지법을 이용한 조사연구 방법을 사용하였다.

연구대상자는 한국표준산업분류 기준에 따라 헤어미용(이용업포함), 피부미용, 네일미용, 메이크업미용(속눈썹·반영구포함), 모든 분야의 뷰티서비스 산업을 제공하는 업체와 제품판매와 생산기업은 종합미용업에 포함하여 이직없이 3년 이내 근속자를 뷰티서비스산업 초기경력자를 목표모집단으로 설정하여 무형식학습활동 요인은 자기 성찰 활동, 타인과의 학습활동, 외부정보 탐색활동 총 3개의 요인으로 구성되었고, LMX는 지적존경, 애착, 충성, 공헌 총 4개의 요인, TMX는 자기관점 TMX, 타인관점 TMX 총 2개의 요인 CMX는 단일 요인으로 구성되었으며, 조직유효성은 직무몰입, 직무만족 총 2개의 요인으로 구성되었다.

자료분석 방법으로는 빈도분석(Frequency Analysis), 요인분석(Factor Analysis), 신뢰도분석(Reliability Analysis), 기술통계분석(Descriptive statistics Analysis), 다중회귀분석(Multiple regression Analysis)을 실시하고 매개효과분석을 실시하였다.

본 연구의 결과를 정리하면 다음과 같다.

첫째, 뷰티서비스산업 초기경력자의 무형식학습 활동과 LMX의 관계에서는 애착, 충성 요인은 타인과의 학습활동에 유의한 것으로 나타났고 공헌과

지적존경요인은 타인과의 학습활동, 자기 성찰 활동에 유의한 것으로 나타났다.

둘째, 뷰티서비스산업 초기경력자의 무형식학습 활동과 TMX의 관계에서는 모두 타인과의 학습활동, 자기 성찰 활동에 유의했고 CMX는 외부정보 탐색활동, 자기 성찰 활동에 유의했다.

셋째, 뷰티서비스산업 초기경력자의 무형식학습 활동과 조직유효성의 관계에서는 모든 요인이 조직유효성에 유의한 결과를 보였다.

넷째, 뷰티서비스산업 초기경력자의 LMX는 지적존경과 충성이 TMX에 유의하였고 충성요인은 CMX, 애착요인은 조직유효성에 유의한 영향을 미쳤다.

다섯째, 뷰티서비스산업 초기경력자의 TMX는 CMX와 조직유효성 모두에 유의하였다.

여섯째, 뷰티서비스산업 초기경력자의 CMX는 조직유효성에 유의한 영향을 미치는 것으로 나타났다.

일곱째, 뷰티서비스산업 초기경력자의 무형식학습 활동, LMX, TMX, CMX는 자기 성찰 활동, LMX의 애착, TMX, CMX가 직무만족에 유의하였으며, 조직몰입에 대하여는 무형식학습 활동의 자기 성찰 활동, LMX의 애착, 지적존경, CMX가 유의한 영향을 끼쳤다.

여덟째, 뷰티서비스산업 초기경력자의 무형식학습 활동과 조직유효성의 관계에서 LMX, TMX, CMX의 매개효과의 결과를 살펴보면 LMX요인은 직무만족에 대하여 모두 매개효과가 있었으며 지적존경 요인은 외부정보 탐색활동, 자기 성찰 활동에 대한 매개효과가 있는 것으로 나타났다. 직무몰입은 LMX요인 모두 타인과의 학습활동, 자기 성찰 활동이 매개효과가 있었고, 지적존경은 모두 매개효과가 있었다. TMX의 자기관점 요인과 타인관점요인은 각각 직무만족에 대하여 외부정보 탐색활동, 자기 성찰 활동, 타인관점

은 자기 성찰 활동 요인에 매개효과가 있는 것으로, 직무몰입 요인은 자기 관점요인과 타인관점요인에서 자기 성찰 활동 요인에 매개효과가 있었고, 타인관점에서 타인과의 학습활동도 매개효과가 있는 것으로 나타났다. CMX는 직무만족과 직무몰입에 대하여 타인과의 학습활동, 자기 성찰 활동에 매개효과가 있는 것으로 나타났다.

따라서 초기 입직 상황에서 무형식학습 활동으로 업무상황을 익히고 적응하는 뷰티서비스산업 초기경력자들은 LMX, TMX, CMX와 같은 사회적 교환관계가 주어지는 업무상황에 여러 형태로 영향을 끼치며 교환관계의 질을 관리함으로써 직무몰입과 직무만족을 높이고 높아진 조직유효성은 긍정적인 업무성과를 이끌어낼 수 있다.

본 연구의 결과에 따라 뷰티서비스산업 초기경력자들의 무형식학습 활동이 이루어지는 업무수행상황에서의 질 높은 관계형성은 뷰티산업을 소비하는 소비자들에게 긍정적인 피드백을 이끌어 내 뷰티서비스산업이 높은 성과를 발전하는 데에 기여할 수 있을 것이다.

# 목 차

## 논문개요

<b>I. 서론</b> .....	<b>1</b>
1. 연구의 필요성 .....	1
2. 연구의 목적 .....	5
<b>II. 이론적 배경</b> .....	<b>6</b>
1. 뷰티서비스산업 초기경력자 .....	6
2. 무형식학습 활동 .....	20
3. LMX(Leader-Member Exchange) .....	25
4. TMX(Team-Member Exchange) .....	31
5. CMX(Customer-Member Exchange) .....	34
6. 조직유효성 .....	38
<b>III. 연구방법 및 절차</b> .....	<b>44</b>
1. 연구문제 .....	44
2. 자료수집 및 연구대상 .....	45
3. 자료분석 .....	46
4. 측정도구 .....	47
<b>IV. 연구결과 및 논의</b> .....	<b>55</b>

1. 연구대상의 일반적 특성 .....	55
2. 무형식학습 활동, LMX, TMX, CMX, 조직유효성 요인분석 .....	56
3. 뷰티서비스산업 초기경력자의 무형식학습 활동, LMX, TMX, CMX, 조직유효성간의 상관관계 .....	70
4. 뷰티서비스산업 초기경력자의 인구통계학적 변인에 따른 무형식 학습 활동, LMX, TMX, CMX, 조직유효성의 차이분석 .....	73
5. 뷰티서비스산업 초기경력자의 무형식학습 활동과 LMX, TMX, CMX, 조직유효성간의 영향관계 .....	81
6. 뷰티서비스산업 초기경력자의 LMX와 TMX, CMX, 조직유효성간의 영향관계 .....	87
7. 뷰티서비스산업 초기경력자의 TMX와 CMX, 조직유효성간의 영향관 계 .....	94
8. 뷰티서비스산업 초기경력자의 CMX와 조직유효성간의 영향관계 ..	96
9. 뷰티서비스산업 초기경력자의 무형식학습 활동, LMX, TMX, CMX가 조직유효성에 미치는 영향 .....	97
10. 뷰티서비스산업 초기경력자의 무형식학습 활동과 조직유효성의 관계 에서 LMX, TMX, CMX의 매개효과 검증 .....	100
<b>V. 결론 및 제언 .....</b>	<b>99</b>
1. 요약 및 결론 .....	116
2. 연구의 한계점 및 제언 .....	119

**참고문헌**

**ABSTRACT**

**부    록**

## 표 목 차

<표 1>	산업현장 직무능력수준 .....	13
<표 2>	뷰티산업 분야와 한국표준산업분류 .....	16
<표 3>	LMX이론의 발전단계 .....	27
<표 4>	조직유효성 측정항목 선행연구정리 .....	40
<표 5>	설문지의 구성 .....	48
<표 6>	인구통계학적 특성 .....	56
<표 7>	무형식학습 활동 질문지의 요인분석 결과 .....	60
<표 8>	LMX 질문지의 요인분석 결과 .....	63
<표 9>	TMX 질문지의 요인분석 결과 .....	66
<표 10>	CMX 질문지의 요인분석 결과 .....	68
<표 11>	조직유효성 질문지의 요인분석 결과 .....	70
<표 12>	상관관계분석 .....	72
<표 13>	인구통계학적 변인에 따른 무형식학습 활동 특성 차이분석 .....	73
<표 14>	인구통계학적 변인에 따른 LMX 특성 차이분석 .....	76
<표 15>	인구통계학적 변인에 따른 TMX 및 CMX 특성 차이분석 .....	78
<표 16>	인구통계학적 변인에 따른 조직유효성 특성 차이분석 .....	80
<표 17>	무형식학습 활동이 LMX에 미치는 영향 .....	82
<표 18>	무형식학습 활동이 TMX에 미치는 영향 .....	86
<표 19>	무형식학습 활동이 CMX에 미치는 영향 .....	87
<표 20>	무형식학습 활동이 조직유효성에 미치는 영향 .....	89
<표 21>	LMX가 TMX에 미치는 영향 .....	90
<표 22>	LMX가 CMX에 미치는 영향 .....	92

<표 23>	LMX가 조직유효성에 미치는 영향 .....	93
<표 24>	TMX가 CMX에 미치는 영향 .....	94
<표 25>	TMX가 조직유효성에 미치는 영향 .....	96
<표 26>	CMX가 조직유효성에 미치는 영향 .....	97
<표 27>	무형식학습 활동, LMX, TMX, CMX가 조직유효성에 미치는 영향 .....	99
<표 28>	LMX가 조직유효성 중 직무만족에 미치는 매개효과 .....	102
<표 29>	LMX가 조직유효성 중 직무몰입에 미치는 매개효과 .....	106
<표 30>	TMX가 조직유효성 중 직무만족에 미치는 매개효과 .....	108
<표 31>	TMX가 조직유효성 중 직무몰입에 미치는 매개효과 .....	109
<표 32>	CMX가 조직유효성 중 직무만족에 미치는 매개효과 .....	112
<표 33>	CMX가 조직유효성 중 직무몰입에 미치는 매개효과 .....	113
<표 34>	매개효과 분석 총괄표 .....	115

# I. 서 론

## 1. 연구의 필요성

뷰티산업은 기술과 감성이 접목된 산업으로 감성 기반의 사회로 변화할 수록 인간의 감성 차원 욕구를 채워줄 수 있는 가치와 관련한 비즈니스인 뷰티서비스 및 뷰티 연관 산업이 번창하고 있다.

오늘날의 현대 산업사회는 그동안 인간의 계획된 프로그래밍에 의해 움직였던 3차 산업시대를 넘어 이제는 인공지능, 빅데이터 등 기계의 방대하고 직관적인 데이터 반복학습 시대로 국가 간의 경계가 허물어진 글로벌 경쟁시대에 도태되지 않기 위해서는 4차 산업혁명의 도입으로 인한 일자리의 변화에 능동적으로 대응해야 한다.

2018년 한국고용정보원의 ‘4차 산업혁명 미래 일자리 전망’ 보고서는 기술진보에 따른 일자리 고용의 비관론과 낙관론이 공존하고 있는 가운데 직무의 유형과 숙련도를 기준으로 기술 대체 가능성을 검토하여 숙련수준의 높고 낮음, 비정형화정도의 높고 낮음으로 4가지 유형으로 정리하였다.

한국고용정보원에서 제시한 ‘기술 대체 가능성 낮음’의 고숙련, 비정형 업무의 예시 직종은 연구개발, 공정관리, 법률전문가, 의료 등이다. 또 다른 ‘기술 대체 가능성 낮음’의 직종 예시를 살펴보면 정육가공, 청소, 간병, 육아 등의 저숙련, 비정형 업무를 들 수 있는데(한국고용정보원, 2018) 뷰티서비스의 직종 특성 상 각 분야에 관한 전문적인 지식이 있어야 하며 교육과 실무경험에 따라 고숙련 되는 업무이므로 뷰티서비스는 ‘기술대체 가능성 낮음’에 속한다고 할 수 있다. 이러한 업무는 비정형업무이며 사람의 정교한 손길과 감정이 필요하므로 로봇이나 자동화의 어려움이 있다(한국고용정보원, 2018).

또 뷰티서비스 측면에서 살펴보면 서비스를 제공하는 사람에게 서비스를 제공받는 사람이 서비스 받기 원하는 측면을 구체적으로 설명하고 그 피드백으로 이루어지는 것이 뷰티서비스 제공이며, 제품개발 측면에서도 인공지능은 인간 개개인의 특성을 맞추어 제품을 개발하기에는 아직 한계가 있어 뷰티서비스산업의 인적자원개발과 관리가 매우 중요하다고 볼 수 있다.

뷰티서비스산업의 특성은 교육과정을 마치고 자격과 면허를 취득 후 실제 업무현장에 입직하여 가장 낮은 단계의 업무부터 수행하며 경력과 기술을 쌓아 직급이 상승하는 구조이다. 이것은 곧 무형식학습의 형태로 볼 수 있으며 그동안의 무형식 학습에 대한 논의는 학습조직과 함께 이루어져 대부분의 연구가 무형식학습이 일어나는 환경적 특성과의 관계를 밝히는 연구가 대부분이었다(문세연, 나승일 2011).

무형식학습 활동은 학습자의 관점에서 보면 업무에 관한 지식을 쉽게 습득할 수 있고, 주관적 성과뿐만 아니라 재무적 성과와 연관되어 있으며, 기업의 성과와 관련된 실질적인 학습은 무형식학습 활동을 통해 가장 많이 발생한다고 하였다(송연지, 박지혜, 2014).

이와 같이 무형식학습 활동은 일터에서 일어나는 개인의 행동이라는 측면에서 학습자 개인의 특성과 조직적 특성에 모두 영향을 받으므로(박혜선, 이찬, 2012) 조직의 리더나 직속 상사와 개인, 자신이 속한 팀과 개인, 습득한 지식과 기술적 소양을 가지고 서비스를 실행하는 개인과 고객의 교환관계와의 관계를 구명할 필요가 있다.

국내의 연구에서는 LMX(Leader-Member Exchange, 이하 LMX)를 연구자에 따라 상사-부하교환관계, 리더-멤버 교환관계 등으로 해석하여 명하고 있는데(김미영, 2015) 이 LMX의 질이 높을수록 상사는 보상과 승진의 결정, 심리적 배려와 지원 등에서 다양한 혜택을 부하(구성원)에게 제공하며 부하는 이에 대해 조직이나 상사 개인에게 공헌, 충성, 노력 등을 교환한다

(이은혜, 김민수, 2010).

또 TMX(Team-Member Exchange, 이하 TMX)는 사원이 팀이나 작업 집단에 몰입하는데 있어 강한 원동력의 원인으로 작용할 수 있고 종사원 자신이 팀 동료로부터 인정, 신뢰, 존경과 같은 높은 수준의 사회적 보상을 받게 되면 그 결과 작업팀의 목표나 가치에 더 몰입하게 될 것이며 팀과 구성원들에게 강한 애착심을 갖게 될 것이라고 하였다(윤만희, 2009).

LMX, TMX 이외에 서비스접점 종업원과 소비자와 상호작용하는 교환관계인 CMX(Customer-Member Exchange, 이하 CMX)는 자신이 접촉하는 고객집단 전체와의 교환관계에 대한 품질지각을 뜻하며 LMX, TMX의 특성을 모두 내포하고 있으며 업무성과와 밀접한 관계가 있다(윤만희, 박정준, 2005).

한국의 근로환경은 청년실업이 사회적 문제로 주목받고 있으며 취업한 청년층의 자발적 이직률도 높아지고 있다. 남재량(2006)은 우리나라의 청년 실업률이 높은 원인은 낮은 입직률이 아닌 높은 이직률이라고 분석하였다. 이미 실업률이 높은 수준이지만 입직한 청년층의 고용도 매우 유동적이라는 것이다. 초기경력자는 직무몰입과 조직적응이 낮을수록 이직의도가 높아진다고 분석한다(박정현, 류숙진, 2008).

지금까지의 선행연구 중 이직의도에 영향을 주는 조직유효성의 직무만족, 조직몰입과 무형식학습의 영향관계에 관한 연구들을 살펴보면 무형식학습에 참여함으로써 직무능력이 향상되었다고 인식하는 것이 직원들의 직무만족을 높였음을 확인하였고(우혜정, 2018), 조직 내의 관계와 직무수행을 통하여 증대되는 무형식학습을 매개로 직무만족을 높이는 것으로 나타났으며(김지영, 2019), 중소기업 근로자에게 무형식학습 기회를 제공하여 직무효능감과 직무몰입을 높일 수 있다는 영향관계를 확인한바 있다(윤경신, 2016).

이처럼 많은 직종과 기업에 종사하는 종사자, 근로자, 초기경력자 등의

사회적 교환관계와 직무에 관한 몰입, 만족, 서비스 수행 등에 관한 연구가 이루어지고 있으나 현재 우리나라의 경쟁력을 높여주고 있는 뷰티서비스, 특히 교육과정 및 자격증취득을 마치고 새롭게 입직한 뷰티서비스 초기경력자들의 무형식학습, LMX, TMX, CMX, 조직유효성의 관계성에 대한 연구는 부족한 실정이다.

본 연구는 뷰티서비스 초기경력자들의 무형식학습에 영향을 미치는 중요한 변인들과 상사와의 사회적 교환관계, 자신이 속한 팀과의 사회적 교환관계는 물론 서비스나 제품을 제공받는 소비자와의 관계를 통하여 자신의 직무에 얼마만큼 만족하고 몰입하고 있는지의 밝히는 조직유효성과의 영향관계를 구명(究明)함으로써 향후 뷰티서비스를 이끌어갈 뷰티서비스 초기경력자들의 입직 후 교육시스템, 뷰티서비스내의 체계적인 인사조직관리로 서비스마케팅의 질을 높여 좋은 성과를 창출하는데 도움이 될 수 있을 것이다.

## 2. 연구의 목적

본 연구는 우리나라 뷰티서비스 초기경력자의 무형식학습 활동과 LMX, TMX, CMX 및 조직유효성의 인과적 관계를 구명(究明)하는데 그 목적이 있다.

본 연구의 구체적인 목적과 내용은 다음과 같다.

- 첫째, 뷰티서비스산업 초기경력자의 무형식학습 활동, LMX, TMX, CMX, 조직유효성 간의 상관관계를 분석한다.
- 둘째, 뷰티서비스산업 초기경력자의 무형식학습 활동과 LMX, TMX, CMX 및 조직유효성 간 인과관계가 적합하게 예측하는지 검증한다.
- 셋째, 뷰티서비스산업 초기경력자의 인구통계적 변인에 따른 무형식 학습활동, LMX, TMX, CMX, 조직유효성의 차이를 분석한다.
- 넷째, 뷰티서비스산업 초기경력자와 조직유효성의 영향관계를 구명한다.
- 다섯째, 뷰티서비스산업 초기경력자의 LMX와 TMX, CMX, 조직유효성 간의 영향관계를 구명한다.
- 여섯째, 뷰티서비스산업 초기경력자의 TMX와 CMX, 조직유효성간의 영향관계를 구명한다.
- 일곱째, 뷰티서비스산업 초기경력자의 CMX와 조직유효성간의 영향관계를 검증한다.
- 여덟째, 뷰티서비스산업 초기경력자의 무형식학습 활동과 조직유효성의 관계에서 LMX, TMX, CMX 각각의 매개효과를 검증한다.

## Ⅱ. 이론적 배경

### 1. 뷰티서비스산업 초기경력자

#### 1) 뷰티서비스산업의 개념

뷰티산업(Beauty Industry)이라는 용어의 시작은 삼성경제연구소의 2002년 <뷰티산업의 부상과 성공전략>이라는 보고서에서 처음 언급되었으며, 미관(美觀), 미담(美談), 미품(美品), 미모(美貌)의 네 개의 카테고리로 구성되어 있다. 미관은 제품의 외관을 아름답게 꾸며 미적 부가가치를 실현하는 것이고, 미담은 아름다운 이야기와 이미지가 담긴 영상과 같은 문화콘텐츠이며, 미품은 순수 예술품이나 미식과 같은 아름다움의 극치를 추구하는 제품, 미모는 신체의 외관을 아름답게 가꾸는 것과 관련된 산업으로 화장품, 미용성형, 에스테틱 등이 포함된다(심상민, 최순화, 2002).

넓은 의미의 뷰티산업은 미적 디자인에 감성요소 등이 가미된 다양한 체험과 소비가 포함되어 성형, 패션, 디자인, 스파, 영상, 헬스, 화장품, 이·미용, 메이크업, 피부미용, 네일, 두피관리, 가발 등이 있으며, 좁은 의미의 뷰티산업은 사람의 신체와 관련되어 아름다움을 추구하는 성형, 화장품, 이·미용, 메이크업, 피부미용, 네일, 두피관리, 가발, 스파 등이 포함된다(원종욱, 2009).

한국보건산업진흥원이 2012년 12월 발표한 뷰티산업 정책·제도 조사·분석에서 정의한 뷰티산업은 인체를 건강하고 아름답게 관리하기 위해 제공되는 서비스와 서비스 제공에 사용되는 화장품, 미용용품, 미용기기 등의 제조·생산·개발과 관련된 산업이라고 정의하였다. 또한, 뷰티산업을 크게 뷰

티서비스 산업, 뷰티제조 산업으로 구분하고, 뷰티산업과 관련된 산업은 뷰티 연관산업으로 구분하였다.

뷰티서비스산업은 헤어, 피부, 네일, 메이크업 등 화장품과 화장품적용 기술을 사용하여 인체의 건강과 미화를 위해 제공되는 서비스와 관련된 산업이고 서비스 분야는 일반 뷰티, 감성, 뷰티헬스 분야로 세분화 시킬 수 있으며, 뷰티제조산업은 응용과학분야로 볼 수 있으며 뷰티서비스 제공 시 사용되는 제품인 화장품, 미용용품, 미용기기 등의 제조와 생산 및 개발과 관련된 산업이며, 뷰티연관산업은 융·복합 산업으로 의료, 패션, 식품, 관광, 문화, 쇼핑 등과 같이 뷰티산업과 직접 연계되어 있어 새로운 부가가치를 창출할 가능성이 있는 산업이다(한국보건산업진흥원, 2011; 경상북도청, 2013).

뷰티산업은 아름다움을 가꾸고자 하는 인간의 내면에 부합하는 업종으로 일정소득수준 이상에서는 소득에 대한 수요탄력성이 1이상인 가치혼합산업으로 보건, 의료, 문화, 예술, 과학, 생활, 감성 등과 연계되어 새로운 수요를 창출하여 사회적 가치와 결합된다(원종욱, 2009).

현재 우리나라의 미용업은 공중위생관리법에 의해 관리되고 있으며 제 2조에 명시된 정의를 살펴보면 ‘손님의 얼굴·머리·피부 등을 손질하여 손님의 외모를 아름답게 꾸미는 영업’이라고 하였다(공중위생관리법, 국가법령정보센터).

공중위생관리법 시행규칙 제 14조에서 게시하고 있는 이용사의 업무범위는 이발·아이론·면도·머리피부손질·머리카락염색 및 머리감기 이며 2007년 12월 31일 이전에 같은 항의 제4호에 따라 미용사자격을 취득한 자로서 미용사면허를 받은 자는 파마·머리카락 자르기·머리카락모양내기·머리피부손질·머리카락염색·머리감기, 의료기기나 의약품을 사용하지 아니하는 피부상태분석·피부관리·제모(除毛)·눈썹손질을 하는 영업, 손톱과 발톱을 손질·화장(化粧)하는 영업, 얼굴 등 신체의 화장, 분장의 모든 종합

업무가 가능하다.

그러나 2008년 미용사(피부)국가자격증·2015년 4월 미용사(네일)국가자격증·2016년 미용사(메이크업)국가자격증이 신설됨에 따라 2008년 1월 1일 이후부터 2015년 4월 16일까지 미용사(일반)자격을 취득한 자로서 미용사 면허를 받은 자는 위의 미용사 종합업무에서 피부관리·제모·눈썹손질·손톱과 발톱을 손질·화장하는 영업을 제외하게 되었고 2016년 5월 31일 이후에 미용사(일반)자격을 취득하여 미용사 면허를 받은 자는 파마·머리카락 자르기·머리카락 모양내기·머리 피부손질·머리카락 염색·머리감기의 업무만 가능하게 되었다(공중위생관리법 시행규칙 제 13조, 국가법령정보센터).

2019년 현재 뷰티서비스분야 취업·창업에 위한 면허 발급 절차는 다음과 같다. 미용서비스 분야를 창업하거나 취업하고자 하는 희망자는 한국산업인력공단에서 실시하는 국가자격시험 중 기능사자격에 해당하는 미용사(일반·피부·네일·메이크업·이용)자격증을 취득하거나 뷰티분야의 대학 및 전문대학을 졸업하여야 한다. 이와 같은 자격을 먼저 갖춘 다음, 보건소를 통한 건강검진 결과와 함께 자격증이나 미용전공대학졸업장을 주소지 관할 구청, 시청에 제출하면 면허를 발급 받을 수 있으며 이러한 과정에 따라 발급받은 면허를 소지해야만 창업·취업이 가능한 전문 분야이다.

우리나라에서 뷰티산업 분야 중 뷰티서비스분야의 업무는 산업현장에서 직무를 수행하기 위해 요구되는 지식·기술·태도 등을 체계화한 국가직무능력표준(National Competency Standards, 이하 NCS)에서 정의하고 있다.

NCS에서 정의하는 헤어미용은 미적욕구의 충족을 통해 정서적 만족감과 자존감을 높이고자 하는 고객에게 미용기와 제품을 활용하여 샴푸, 두피·모발관리, 헤어컷, 헤어펌, 헤어컬러 및 헤어스타일 연출 등의 미용서비스를 제공하는 일이다.

피부미용은 고객과의 상담, 피부분석을 통하여 안정되고 위생적인 환경에

서 얼굴과 몸의 피부를 피부미용기기 및 기구와 화장품 등을 이용하여 서비스를 제공하고 이러한 피부미용에 관련된 업무수행을 기획하고 관리하는 일이다.

메이크업은 특정한 상황과 목적에 맞는 이미지와 캐릭터 창출을 목적으로 이미지분석, 디자인, 메이크업, 뷰티코디네이션, 후속관리 등을 실행하여 얼굴과 신체를 연출하고 표현하는 일이다.

네일미용은 이론과 기술을 바탕으로 건강하고 아름다운 네일을 유지, 보호하기 위해 네일미용 기구와 제품을 적용하여 자연 네일관리, 인조 네일관리, 아트기법 등의 서비스를 고객에게 제공하는 일이다.

이용은 고객의 인체 및 모발을 대상으로 용모를 단정하게 연출하기 위하여 물리적, 화학적 방법에 따라 도구 및 기기, 제품 등을 사용하여 기술을 연출하는 것으로 이용개론과 이용기술로 구분이 되는 이용서비스 산업에서 하는 일이다. 면도, 탈색, 아이론 펴, 증모 등이 포함되어 있다.

이와 같이 뷰티서비스 분야는 다양하고 전문적이면서도 고객들이 손쉽게 접근할 수 있는 서비스 분야이다.

뷰티산업에 대한 정부, 산업체 및 관련 기관의 개념들에는 차이가 있지만 각 지자체들의 정의를 요약해보면 화장품법, 공중위생관리법을 포함하면서 신체를 건강하고 아름답게 관리, 유지하기 위하여 필요한 재료와 물품 및 서비스, 미용기기 등에 관련된 산업으로 정의하고 있다.

또 뷰티산업은 인체를 건강하고 아름답게 관리하기 위해 제공되는 서비스와 서비스제공에 사용되는 화장품, 미용용품, 미용기기 등의 제조·생산·개발과 관련된 산업이라고 정의한다(한국보건산업진흥원, 2011).

또한 뷰티산업은 인체를 건강하고 아름답게 관리하고 유지하기 위한 화장품, 미용기기, 미용물품의 사용에 수반되는 뷰티 서비스 및 뷰티헬스와 관련된 문화, 감성, 예술적 체험 산업을 말한다(경상북도, 2013).

이런 각 지자체 및 정부와 관련기관이 정의한 뷰티산업을 정리해보면 뷰티산업은 신체를 건강하고 아름답게 유지·관리하기 위한 제품과 그러한 제품과 기술을 접목하여 서비스하는 산업이라고 정의할 수 있다.

원종욱(2009)은 뷰티산업분야가 다른 분야에 비하여 소자본창업이 가능하며, 타 산업에 비해 소비자들이 일상생활에서 쉽게 접근할 수 있다는 특징과, 노동집약적 서비스업이므로 고용 창출 효과가 뛰어난 특성 때문이며 용품이나 기자재보다 손기술에 의한 서비스의 우위에 의해 지불가격과 원하는 수요량이 결정되는 특성에 있다고 하였다.

뷰티산업의 발전은 다양한 교육기관을 통하여 세분화된 전문성을 가진 인력들이 배출되면서 뷰티 종사자들의 수가 지속적으로 증가하고 있다(최운정, 2017).

## 2) 뷰티서비스산업 초기경력자

현재 국내에서는 학업 종료 후 입직하는 초기경력자들에 대한 연구가 활발하게 진행되고 있다.

한국노동연구원의 남재량(2006)은 청년실업의 원인을 동태적인 측면에서 구명하는 연구에서 신규 졸업자의 노동시장 성과를 실업률로 측정한 결과, 신규 졸업자의 학력별로 실업의 특성이 크게 달라짐을 파악하였다. 신규 고졸자는 이직률이 높지만 실업률이 낮은 것은 입직이 매우 빨리 되기 때문이라고 하면서 우리나라의 청년실업률이 높은 것은 청년들의 미취업 때문이 아닌 빈번한 이직 때문이라고 하였다.

한국고용정보원(2007)의 고용보험통계에서는 입사 3년 안에 자발적으로 이직활동을 하는 29세 미만의 청년층이 자발적 이직자 전체 중 41.28%를 차지

한다고 보고하였다.

박정현, 류숙진(2008)은 대졸 초기경력자의 이직의도와 이직행위연구에서 초기 경력자들의 이직은 개인적·조직적 특성 뿐 아니라 사회적인 환경의 영향도 받는다고 하였다.

임정연, 이영민(2013)은 초기경력자들의 직장 부적응 문제, 이직에 따른 다른 입사 예정자의 기회 박탈, 신입사원 채용에 대한 조직 내 부정적 풍토 확산 등도 이직의도와 함께 지속적 연구가 필요하다고 하였다.

한국직업능력개발원(2013)은 고졸 초기경력자의 직장적응 실태 분석 보고서에서 개인의 욕구와 환경의 요구조건이 변화하면서 부합하지 못하는 상태가 나타난다고 하였다. 이러한 상황에서 개인은 환경이나 개인의 욕구구조를 변화시켜 부합하는 상태에 도달하고자 하는 행동을 적응(adjustment)이라 하며, 일의 적응은 일반적으로 재직(tenure)의 형태로 나타나 어느 직업을 유지하는 시간의 길이로 정의되며 만족(satisfaction)과 충족(satisfactoriness)의 정도에 의해 결정된다고 하였다. 또한 실제 재직 중인 초기경력자들의 직장적응에 관한 내러티브에서 직장생활의 어려움은 단순한 업무수행과 직장동료와의 어색함 등으로 인한 '존재감'이 주된 요인인 것으로 보인다고 하였고, 적응은 감당할 수 없는 스트레스에 대한 '체념'하는 방법이다.

초기경력자는 경력 발달의 초기단계에 해당하는 사람으로서 조직에 진입하여 아직 조직 생활에 완전히 적응하지 않은 사람이며(장주희, 2005), 조직에서의 경험이 없이 처음 입직한 자로, 일반적으로 학업을 마치고 노동시장에 새로 진입하는 사람을 의미한다(장원섭, 2011). 또, 우상호(2018)는 새로운 직장에서 현장 지식과 전문 기술을 익히며 대인관계를 형성하고 구성원이 되어가는 이들을 초기 경력자라고 하였다.

한편 관련된 업무 경험을 기준으로 살펴보면 국내 연구에서는 심우정(2004)이 재직기간이 3개월에서 5년 사이인 조직구성원들을 한정하여 정의

하였고, 김소영(2007)은 대학 졸업 후 입사 5년 이하인 사람을, 박정현, 류숙진(2008)은 3년 미만인 임금 노동자를 초기경력자로 규정하였다.

한효정(2016)은 한국고용정보원이 청년패널조사 2007의 자료를 분석하면서 척 직장에 정규직으로 입직 후 이직하지 않고 약 4년간 근무한 사람들을 초기경력자로 보았다. 황영훈(2017)의 연구에서는 초기경력자를 3년 이하의 근속연수를 지닌 근로자로 정의하였다. 이와 같이 선행연구에서는 초기경력자는 학업을 마치고 입사한 첫 근무지에서 3개월에서 5년 미만인 사람으로 설정하고 있다.

한편, 현재의 뷰티산업은 두발미용, 네일, 메이크업, 피부 등의 서비스를 제공하는 산업과 화장품의 생산 및 유통 분야의 뷰티화장품산업, 뷰티헬스 및 패션산업으로 나눌 수 있다. 뷰티산업 중 뷰티서비스를 제공하는 분야는 손기술에 의존하는 서비스이므로 서비스 제공자의 역량에 따라 매우 상이한 결과를 가져올 수 있는 산업이다(최윤정, 2017).

또한 현재 교육의 기준으로 이용되면서 노동시장분석 및 유입에 활용되고 있는 국가직무능력표준에 따르면 본 연구에서의 헤어, 이용, 피부, 네일, 메이크업미용은 미용분야 특성 상 현장에 따라 인정하는 직능수준의 차가 커 단순한 직무경험만으로 구분하는 것은 바람직하지 않다고 덧붙이면서 산업현장 직무경험에 따라 가능한 직무능력수준을 구분하고 있다(국가직무능력표준NCS, 2019).

헤어미용과 이용, 메이크업 산업현장은 직무능력수준에 따라 직무경험이 1년 이하인 경우 견습생, 직무경험이 1~3년은 어시스턴트와 초급이용사, 3~5년은 주니어헤어디자이너, 중급이용사, 초급메이크업디자이너, 4~8년은 프로헤어디자이너, 상급이용사, 메이크업디자이너로 분류하며 직무경험 5~10년인 경우 시니어 헤어디자이너(디렉터), 전문 이용사, 메이크업디자인 전문으로, 6년 이상인 경우는 마스터(경영자, 관리자), 경영관리 이용사, 메이크업 아티스

트로 분류하고 있다.

피부와 네일은 직무경험이 1~2년인 경우 일반관리사, 실무보조자, 2~4년은 전문관리사와 현장실무자, 5~7년인 경우 각각 팀장, 파트매니저, 8~10년은 실장, 총괄매니저로 분류하고 있으며 네일미용의 경우 10년 이상은 총괄관리자로, 피부미용의 12년 이상인 자는 원장으로 분류하고 있다. 직무경험 1년 이하의 견습생을 초기경력자로 포함하는 것에 관한 논의는 다음과 같다. 견습생의 사전적 의미는 실무(實務)를 배우고 익히면서 일하는 사람을 뜻하는 수습생(修習生)의 비표준어(고려대한국어대사전, 검색일 2019.04.02)로 본 연구에서 연구대상으로 선정한 개념 중 무형식학습 활동이 의미하는 바를 포함하고 있어 초기경력자 범위에 포함하였다. 이 내용을 정리하면 <표 1>과 같다.

<표 1> 산업현장 직무능력수준

세분류 직능수준	헤어미용	이용	메이크업	세분류 직능수준	피부	세분류 직능수준	네일
I (직무경험 : 1년 이하)	견 습 생	견습생	메이크업 견습생				
II (직무경험 : 1~3년)	어시스턴트	초급 이용사	메이크업 어시스턴트	II (직무경험: 1~2년)	일반관리사	II (직무경험: 1~2년)	실무보조자
III (직무경험 : 3~5년)	주니어 헤어디자이너	중급 이용사	초급메이크업 디자이너	III (직무경험: 2~4년)	전문관리사	III (직무경험: 2~4년)	현장실무자
IV (직무경험 : 4~8년)	프로 헤어디자이너	상급 이용사	메이크업 디자이너	IV (직무경험: 5~7년)	팀장	IV (직무경험: 5~7년)	파트매니저
V (직무경험 : 5~10년)	시니어 헤어디자이너 (디렉터)	전문 이용사	메이크업 디자인전문	V (직무경험: 8~10년)	실장	V (직무경험: 8~10년)	총괄매니저
VI (직무경험 : 6년 이상)	마스터(경영 자, 관리자)	경영관리 이용사	메이크업 아티스트			VI (직무경험: 10년이상)	총괄관리자
				VII (직무경험: 12년이상)	원장		

자료 : <https://ncs.go.kr>, NCS국가직무능력표준, HOME / NCS 및 학습모듈검색 / NCS 및 학습모듈 검색, 12.이용·숙박·여행·오락·스포츠 > 01.이·미용 > 01.이·미용서비스, 검색일 2018.09.19

뷰티산업은 기술의 발달과 상관없이 기계화가 불가능한 인적서비스의 성질을 가진 미용서비스를 포함하고 있는 특성상 소비자와 판매자 사이의 상호작용으로 인하여 감정적 반응을 일으킬 가능성이 많고(최우리, 2011) 또 뷰티산업의 직무 특성상 장시간의 감정노동을 고객의 신체를 매개로 실시하고 있으므로 심리적 스트레스를 경험하며(최외숙, 이종렬, 2011) 뷰티산업 종사자들에게는 부하직원이나 동료 즉, 인간관계요인이 직무관련 스트레스에 영향을 미친다고 하였다(최윤정, 2017).

본 연구에서는 이와 같은 선행연구의 자료에 따라 뷰티서비스산업 초기경력자를 뷰티산업분야에 속한 근무지 한곳에서 이직 없이 3년 이내 근속한 근로자를 뷰티서비스산업 초기경력자로 정의하였다.

### 3) 뷰티산업의 현황

뷰티산업은 최근 한류의 영향으로 한국으로부터의 뷰티를 총칭하는 K-Beauty(이하 K뷰티)로 세계시장에서 한국 화장품의 존재감이 크게 높아지면서 글로벌트렌드 중 하나로 주목받고 있으며 우리나라 화장품은 기존 중국 및 아세안 시장 수출 확대, 미국, 유럽 등 화장품 선진시장으로 활발한 진출을 하고 있어 더욱 높아질 K뷰티의 위상이 기대된다(보건산업브리프, 2019).

본 연구에서는 뷰티산업의 현황을 파악하기 위하여 통계청(kostat.go.kr), 한국고용정보원(www.keis.or.kr), 통계분류포털(kssc.kostat.go.kr), 국가직무능력표준(ncs.go.kr), 고용노동통계(laborstat.moel.go.kr)등의 자료를 근거로 조사하였다.

먼저 미용분야의 산업체 규모를 살펴보면 ‘한국표준산업분류’에 근거한 이·미용산업에 두발미용업, 피부미용업, 네일·메이크업 등이 포함된 산업체

수는 129,484개, 종사자수는 199,194명으로 파악하고 있다(통계청, 2014). 이는 산업체 기준 2009년에서 2014년 14.23% 증가하였으며 종사자 수도 2009년에서 2014년 10.49% 증가하였다(NCS환경분석, 2017).

‘통계분류포털(kssc.kostat.go.kr)’은 우리나라의 경제, 사회, 보건부문등에 관한 통계분류를 관할하는 웹페이지로 고용노동지표를 조사할 때 ‘한국표준산업분류’를 활용하고 있다. 한국표준산업분류는 산업활동을 유사성에 따라 체계적으로 분류한 것(고용노동부, 2017)으로 분류검색을 통하여 손쉽게 검색이 가능하다.

통계분류포털의 한국표준산업분류에서 ‘미용’과 ‘화장’, ‘화장품’, ‘분장’, ‘헤어’, ‘이용’, ‘이발’, ‘네일’, ‘피부’, ‘체형’, ‘신체’를 검색한 결과 뷰티제조산업에 속하는 미용비누, 미용 및 화장용 제품류 제조, 미용가위 제조, 미용실용 의자 제조 등 과 탈모방지용 레이저 조사기, 미용전기기구, 전기식 미용기구 제조, 화장용 마스크팩 제조, 화장품 제조 등은 대분류 C.제조업(10~34)에 포함되며 그러한 물품을 도매 및 소매로 판매하는 업종은 대분류 G.도매 및 소매업(45~47)으로 이미용학원, 미용강습소 등은 P.교육 서비스업(85)으로 분류되었고 뷰티서비스 분야인 두발미용관리, 미용실, 피부미용서비스, 매니큐어, 페디큐어 미용서비스는 S.협회 및 단체, 수리 및 기타 개인 서비스업(94~96)으로 분류되고 있다(통계분류포털, 한국표준산업분류, 2019.04.02.검색).

이 내용을 정리하면 <표 2>와 같다.

<표 2> 뷰티산업 분야와 한국표준산업분류

뷰티산업분야	대분류	분류명
뷰티제조산업	C.제 조 업(10~34)	가방 및 기타 보호용 케이스 제조업 -화장품케이스제조, 화장갑제조, 화장용품 가방제조
		요업용 유약 및 관련 제품 제조업 -미용비누제조, 화장비누제조(약용비누 포함)
		화장품 제조업
		포장용 플라스틱 성형용기 제조업 -플라스틱제 화장품 용기 제조, 플라스틱제 화장품 용기(팔레트 포함)
		포장용 유리용기 제조업 -화장품 용기 제조(유리제)
		날붙이 제조업 -미용가위제조, 이용 및 미용 가위 제조
		의료용 가구 제조업 -미용실용 의자제조, 의자 제조(의료용 및 이미용실용), 이미용실용 의자(뒤로 젖히거나 상하조절 회전기구를 갖춘 것)제조,
		기타 가정용 전기기기 제조업 -미용전기기구 제조, 이미용기구 제조(전기식), 전기식 미용기구 제조, 전기식 이미용기구 제조, 전열기기 제조(이·미용), 미용기 제조(전기용), 피부관리용 얼굴사우나기(수분 등발 얼굴 마스크 이용기기)제조, 탈모방지용 레이저 조사기(탈모캡, 미용실용 포함) 제조
		기타 목재가구 제조업 -화장대 제조(나전철기제, 나전철기제 포함, 나전철기제 이외 목제품)
		비 및 솔 제조업 -화장용 붓 제조, 화장용 솔 제조, 화장솔 제조, 화장 파우더용 브러시 제조, 화장용 브러시 제조, 패드 제조(화장용), 화장용 퍼프제조, 화장용품 제조, 화장용 분패드 제조, 화장용 분첩 제조, 분용 패드 제조(화장용), 분무기 제조(화장용), 화장용 분첩 및 패드제조, 네일브러시 제조
뷰티연관산업	G.도매 및 소매업	그 외 기타 특정 상품 중개업

	(45~47)	-화장품 증개
		<p>화장품 및 화장용품 도매업</p> <p>-미용재료 도매(화장품), 유리제 가정용 화장품 용기 도매, 화장용 기초 세정제 도매, 화장품용 향료 도매, 화장품 도매, 화장 수 도매, 화장용 팩 도매, 두발용 화장제품류 도매(스프레이, 염색약 등), 기초 화장품 도매, 화장 도구 도매, 미용재료 도매, 네일 아트용품 도매</p>
		<p>비누 및 세정제 도매업</p> <p>-비누도매(화장용, 빨래용 비누 등), 화장비누 도매</p>
		<p>가방 및 보호용 케이스 도매업</p> <p>-화장품케이스 도매</p>
		<p>가전제품 및 부품 도매업</p> <p>-전기식 이미용기구 도매, 전기식 미용기구 도매, 가전 미용 기계 및 기구 소매, 가정용 미용 도구 소매</p>
		<p>화장품, 비누 및 방향제 소매업</p> <p>-천연비누 화장품 소매, 화장용 크림 소매, 화장 도구 소매, 화장 비누 소매, 화장 수 소매, 화장용 비누 소매, 화장품소매, 기초 화장품 소매, 남녀 화장품 소매, 분장재료 소매</p>
		<p>방문 판매업</p> <p>-화장품 방문 판매</p>
N.사업시설 관리, 사업 지원 및 임대 서비스업(74~76)	<p>포장 및 충전업</p> <p>-화장품 포장서비스, 화장품 충전서비스</p>	
P.교육 서비스업(85)	<p>기타 기술 및 직업훈련 학원</p> <p>-이미용학원, 미용강습소 운영, 미용학원 운영, 분장학원, 네일아트 교육 시설</p>	
뷰티서비스	S.협회 및 단체, 수리 및 기타 개인 서비스업(94~96)	<p>이용업</p> <p>-이용원, 이발관, 이발서비스, 이발소</p>
		<p>두발미용업</p> <p>-미용실(미용서비스), 미용원(미용서비스), 미장원(미용서비스), 두발 미용 관리</p>
		<p>피부미용업</p> <p>-피부 미용서비스, 화장(메이크업)서비스, 피부 스포(팩, pack)서비스, 피</p>

		부관리서비스
		기타미용업 -매니큐어, 페디큐어 미용서비스, 네일아트
		마사지업 -발마사지(신체 물리적 자극 중심), 경락 마사지서비스(신체 물리적 자극 중심)
		체형 등 기타 신체관리 서비스업 -체형관리서비스

자료 : 통계분류포털-한국표준산업분류, [https://kssc.kostat.go.kr:8443/ksscNew\\_web/link.do?gubun=001](https://kssc.kostat.go.kr:8443/ksscNew_web/link.do?gubun=001), 검색일 2019.03.29.

한국표준산업분류 외에 직업분류의 지표로 사용되는 것은 ‘한국표준직업분류’로 한국표준직업분류는 경제활동으로 생기는 수입을 위해 개인이 하고 있는 일을 그 수행되는 일의 형태에 따라 분류한 것(고용노동부, 2017)이며 최근 고용시장에서 나타나는 인력수요의 흐름과 직업별로 세분화된 정보를 정확히 제공해야 할 필요성이 증대됨에 따라 활용하고 있는 또 다른 지표는 ‘한국고용직업분류’이다(고용노동부, 2010). 한국직업분류는 국가직무능력표준의 직무분류와 공통된 기준을 활용하고 있어 한국표준직업분류 중 협회 및 단체, 수리 및 기타 개인 서비스업 분류와 개인서비스에 속하는 미용·숙박·여행·오락·스포츠 분류를 조사하였다.

2018 하반기 직종별사업체노동력조사 보고서에 따르면 직종별 구인인원의 증가율을 살펴보면 전년동기대비 증가율이 총 23개의 직종 중 미용·숙박·여행·오락·스포츠 관련직이 30.0%로 관리직 63.0%에 이어 두 번째로 높았다. 채용인원 또한 전년동기대비 증가율이 관리직 59.7%에 이어 두 번째로 높은 30.6%로 나타났다(고용노동부, 2018).

직무능력 수준별 구인인원과 채용인원은 전체 미충원율은 7.6%(1,083명)로 나타났으며 1수준은 8.3%(183명), 2수준이 18.2%(742명), 3수준은 9.9%(158명)

으로 파악되었다. 국가직무능력표준에서 제시하고 있는 직무능력 1~3수준은 직무경험이 3년~5년 사이인 종사자를 포함하고 있어 본 연구에서 설정한 초기경력자의 미충원율 이라고도 볼 수 있다. 또 전년동기 대비 부족인원 증가율이 48.7%로 가장 높은 직종으로 특히 규모별 300인 미만의 사업체에서는 1수준과 2수준이 큰 비중을 차지하고 있어(고용노동부, 2018) 소규모업체가 많은 뷰티직종의 특성을 대입하여 볼 때 뷰티서비스산업 초기경력자들의 입직 자체는 어렵지 않을 것으로 보인다.

하지만 종사자와 경력자의 기준이 되고 있는 4대 보험 가입률을 살펴보면 개인서비스업이 고용보험(76.2%), 건강보험(82.4%), 국민연금(84.0%), 산재보험(79.2%) 모두 가장 낮게 나타난 것으로 나타났다(고용노동부, 2017). 각각의 가입률의 숫자만으로 파악할 때에는 낮지 않은 숫자이나 다른 직종이 99.9%~100.0%인 것과 비교해볼 때에 매우 낮은 수치이다. 현재 산업현장의 직무경력을 4대 보험 가입경력을 기준으로 하고 있어 이러한 낮은 4대 보험 가입률 또한 직무이탈과 이직의 원인이라고 볼 수 있다.

4대 보험가입은 현대사회의 안정적인 직무의 기준이며 4대 보험 가입여부가 구직과 이직에 영향을 줄 수 있다.

위와 같은 뷰티서비스산업의 현황을 종합해보면 구인과 채용인원으로 볼 때에 입직은 어렵지 않을 것으로 파악되지만 고용안정의 측면은 부족하여 뷰티서비스 산업 내의 고용주 및 기업들의 인식전환과 변화가 필요하다고 할 수 있다.

## 2. 무형식 학습 활동

### 1) 무형식 학습 활동의 개념

현대의 각 기업들은 경영 환경의 변화에 유동적으로 대응하고자 인적자원개발(Human Resource Development, 이하 HRD)에 노력을 기울이고 있으며, HRD는 개인개발, 경력개발 및 조직개발을 활용하여 개인, 집단 및 조직 성과를 증진시키는 활동이다(배을규, 2013).

초기 행동주의 중심의 인적자원개발은 최근 지식기반사회와 디지털 시대가 되면서 네트워크의 중요성이 커짐에 따라 인적자원개발은 교육과 훈련에서 학습중심으로 변화하게 되었고 교육프로그램을 통해 체계적인 학습이 이루어지는 형식학습(formal learning)이 널리 이용되었다(박현주, 2016).

Marsick와 Watkins(1987)는 일터학습을 일터에서 이루어지는 전체적인 학습활동으로 최초로 개념화하였으며 형식학습과 무형식학습은 일터와 연관된 장소에서 수행되는 학습으로 일터학습(workplace learning)의 주요 하위 개념이다.

일터에서의 학습은 매일의 업무활동 가운데 일어나며(Billett, 2004)무형식 학습은 반드시 일터 현장의 실제 문제들과 관련이 있어야 하고 그러한 문제들은 업무수행이라고 지칭할 수 있으며 이러한 업무수행과정, 즉 경험은 곧 학습이 된다(문세연, 2010).

무형식학습은 일터에서 업무를 수행하며 학습하는 것을 뜻하며 이러한 무형식학습은 높은 학습 효율과 효과를 가지고 있는 것으로 밝혀지고 있다(박현주, 2016).

김민주(2013)의 연구내용에 따르면 무형식학습 활동은 학습자의 일상생

활이나 업무 수행 상황에서 자연스럽게 이루어지므로 업무수행을 개선하는데 학습한 내용을 쉽게 활용할 수 있는 장점을 가지고 있다고 하였다.

일터학습은 실제 업무를 행하고 경험하는 데에서 발생하게 되고 이러한 일터에서의 학습은 업무와 밀접한 관계로 연결되어 있어 무형식 학습의 개념과 활동에 대한 연구가 활발하게 진행되고 있다(진수현, 2014).

무형식학습이라는 용어는 1950년 발간된 'Informal Adult Education'이라는 Kowles의 저서에서 처음 등장하였다(Marsick & Watkins, 1992). 그 후 무형식 학습론이 대중화되었으며 다양한 연구자들에 의해 무형식학습의 개념과 구성요소를 세분화시켜 무형식 학습이 성과에 미치는 영향관계를 연구하게 되었다(심용보, 2016).

일터 무형식학습은 일터에서의 업무, 학습 커뮤니티, 멘토링, 코칭, 의사소통의 형식을 갖추지 않고 일어나는 학습을 의미하며, 구성원의 성장과 발달에 영향을 주며 경험에 대한 회고, 평가, 성찰에 의해 학습이 일어난다(이윤하, 2010).

조현정(2015)은 무형식학습 활동이 일터에서 일어나는 여러 형태의 업무를 통한 조직의 성장과 적응을 위한 것이며 일터에서 일어나는 상황과 맥락에서 조직 및 조직구성원과의 상호작용, 경험과 성찰, 숙고의 과정을 통해 자기주도적으로 이루어지는 비제도적 학습활동을 의미한다고 하였다.

이와 같은 정의를 뷰티서비스산업에 적용해보면 여러 뷰티직종의 서비스산업현장에서 이루어지는 상호작용 안에서 학습자가 업무관련 기술전수, 업무지식, 조력 등을 통하여 학습하여 주도적인 행동을 이끌어내는 학습이라고 정의할 수 있다

## 2) 무형식학습 활동의 선행연구

무형식학습 활동의 선행연구를 종합해보면 다음의 관점들로 정리할 수 있다.

첫째, 학습현장 및 업무현장에서 이루어지는 모든 활동을 무형식학습으로 포괄하는 관점이다.

문세연(2010)은 강의실에서 집합식교육으로 이루어지는 학습은 형식학습에 속하며 이를 제외한 모든 학습활동을 무형식 학습활동으로 보았다. 박선민(2011)은 형식 학습은 교실을 중심으로 제도적인 형태로 지원되면서 이루어지는 구조화된 학습이라고 한다면, 무형식 학습은 우연학습(incidental learning)을 포함하는 학습으로 기관 안에서 일어나는 학습만이 아니라 교실기반이나 비구조적형태로 학습자에게 학습통제권이 있는 학습이라고 하였다.

형식학습은 보통 업무현장에서 떨어진 곳에서 학습현장이 위치하고 이는 조직이 구성원들의 역량을 향상시키기 위한 주요한 방법이며, 형식학습과 대비되는 형태로 학습의 장소에 상관없이 구조화되지 않은 형태로 진행되는 학습이 무형식학습이라고 하였다(McLagan, 1983).

둘째, 학습 설계 측면에서 계획성과 의도성을 기준으로 정의하는 관점이다.

무형식학습은 교육자나 학습자 모두 뚜렷한 의도가 있으며 인공적인 교실이나 시간표 밖에서 일어나는 목적의식적 학습과정으로서 ‘의식적 학습’이라는 것을 의미한다(한승희, 1997).

무형식학습과 우연적 학습을 구분하는 중요한 특징은 학습이 계획되어 있었던 것과 계획되어 있지 않았던 것에 관계없이 학습자가 학습이 일어나는 것에 대해 자의식이 있는 경우를 말하며, 자의식이 있다는 것은 학습자의 반성, 고찰과 실천이 존재하는 것이다(Marsick & Watkins, 2001).

무형식학습은 일터에서 요구되는 지식을 해결하려고 하는 학습목적을 가지고 의사결정과 문제해결의 과정에 참여하는데 있어 성찰을 거치며 배움이 곧 지식이 되는 의도적인 학습이다(Eraut, 2004).

박현주(2016)는 무형식학습은 학습자가 학습의 발생에 대해 의식적 자성과 우연적 학습에 의도성이 있는 학습이라 하였다.

무형식학습은 일터에서 일어나는 학습자주도의 성찰적 상호작용이며 비계획적인 학습준비 과정을 통한 업무에 필요한 지식, 기술, 태도를 비의도적으로 습득하고, 조직적응과 개인성장 및 역량 개발을 위한 비구조적 업무 관련 경험적 실천 학습 활동으로 정의할 수 있다(함현정, 최원철, 2015).

셋째, 실질적인 활동 및 실행, 결과와 성과를 목적으로 하는 학습이다.

박선민, 박지혜(2012)는 기업의 무형식 학습과 재무적 성과의 영향관계를 연구하면서 형식학습은 학습의 우선적 목표가 학습 그 자체이고, 학습이 무의도 된 성과이거나 생산성향상을 학습의 목표로 한다면 무형식학습으로 본다고 하였고, 학습의 목적을 외부 요구에 의한 것이 아닌 학습자의 결정이었다면 무형식학습이라고 정의하였다.

또 업무의 목적을 수행하기 위한 일련의 과정들 속에서 무형식적으로 학습이 발생될 수 있고 형식학습이 학습자체에 목적을 두는 것과 반대의 목적을 갖는 것이 무형식학습의 특징이다(이민영, 2013, p.15).

정연순(2005)은 무형식 학습자는 실행을 통해 본인이 속해있는 공동체의 실행 문화를 흡수하고 그 문화에 흡수되는 과정을 통해 학습한다고 하였다.

무형식학습은 개인이 일터에서 타인이나 환경과의 상호작용의 경험을 통해 성찰하는 과정으로 학습에 대한 무형식성과 의도성을 기반으로 하여 한 조직 내 개인의 성장과 적응을 목적으로 하는 성과를 얻는 것이라고 하였다(박현주, 2016, p.11).

무형식학습활동에 대한 여러 연구들을 살펴본 결과에 따르면 무형식학습

활동은 업무현장에서 상호작용, 전달, 조력, 지식습득을 위하여 이루어지는 일련의 활동들이며 학습자로부터 주도적 성찰이나 행동을 이끌어내 자기개발능력을 함양하는 과정 속에서 발생하는 학습이라 할 수 있다.

### 3) 무형식학습활동의 측정구성요소

무형식학습 활동을 측정하는 측정요소를 구성하기 위해 무형식학습 활동의 방법들에 관한 선행연구를 살펴보면 무형식학습이 일어나는 대표적인 상황들을 구분했을 때 타인과 상호작용으로 이루어지는 학습활동은 듣기, 관찰, 감독, 멘토링, 고객과의 접촉 등이고 외부 정보 탐색활동은 현장을 방문하고 회의에 참가하는 것이며, 자기 성찰은 숙고와 시행착오라고 하였다 (Eraut, 2004).

Loman(2005)은 팀원과의 대화와 협력, 팀원을 관찰하는 것이 타인과의 상호작용이며 관련잡지나 저널을 조사하고 인터넷을 검색해보는 것이 외부 정보 탐색활동, 자기성찰과 시행착오 등을 경험하는 것이 자기성찰이라고 하였다.

Choi(2009)의 연구에서는 상사와의 비공식적인 토론, 휴식시간이나 일과 후에 동료들과 아이디어를 교환하는 것, 다른 사람을 관찰하고 다른 사람과 협력하는 것이 타인과의 상호작용이고, 외부정보를 탐색하는 활동은 컨퍼런스나 세미나에 참석하는 것, 전문 서적을 보는 것, 회사 외부의 전문가들과 교류하는 것이라고 하였으며, 자기성찰은 과거 어려운 상황을 처리했던 경험을 되돌아보거나 과거 참여한 공식적 교육프로그램을 되돌아보고 스스로 업무 매뉴얼 등을 참조하는 활동이다.

이윤주, 백지연(2011)은 관찰, 다양한 사람 상대, 대외적 커뮤니케이션, 질문, 정보 공유, 피드백 등은 타인과의 상호작용이고 문서검토 및 자료준비

는 외부 탐색, 각종 제약속에서의 업무 처리, 시행착오, 시뮬레이션, 일상적 업무 수행 등은 개인적 성찰에 포함된다고 하였다.

또 다른 선행연구로는 팀원과의 대화, 고객과 접촉, 다른 팀과의 교류나 상사를 만나는 것은 타인과의 상호작용방법이고 조사활동과 프로젝트 문서를 작성하는 방법이 있다고 밝힌 안동윤(2006), 정보검색, 자아성찰, 대인관계, 업무경험으로 구분한 송선일(2011) 등의 연구결과가 있다.

본 연구에서는 이와 같은 연구결과를 참고하고 Choi(2009)와 황영훈(2017)의 연구를 바탕으로 무형식학습 활동의 측정을 구성하는 요소로 타인과의 학습활동, 외부정보 탐색활동, 자기성찰 활동을 선정하였다.

### 3. LMX

#### 1) LMX의 개념

LMX이론은 전통적인 평균적 리더십 유형의 한계를 보완하기 위해 발전된 이론이다.

평균적 리더십(Average Leadership Style, 이하 ASL)이란 리더가 각 구성원에 대해 균질하고 동일한 평균적 리더십을 작용하며 그 행동에 대한 구성원들의 지각도 동일할 것이라는 이론으로 리더십현상이란 리더와 집단 전체와의 관계에서 일어난다는 관점이다(오준호, 2009).

그러나 ASL에서 벗어나 Hollander(1976)의 리더쉽과 사회교환이론을 바탕으로 리더가 구성원에게 일방적인 영향을 미치는 것이 아닌 리더와 구성원간의 상호작용을 강조한 관점이 논의되었다. 이 관점에 따르면 구성원들

은 성장하면서 사회교환에 참여하게 되고 리더는 이 과정속에서 혜택을 주면서 구성원들과 증가된 책임을 나누게 된다고 하였다.

수직형 짝 연결 이론(Vertical Dyad Linkage theory, 이하 VDL)은 리더와 구성원 전체가 아닌 리더가 구성원 각각에게 다르게 행동하고 구성원들은 본인과 리더와의 관계를 각각 다르게 인식한다는 이론이며(Dansereau, Graen & Haga, 1975), 이 VDL이론에서 리더와 구성원간의 관계를 심도있게 다루는 LMX이론으로 발전하였다(임주희, 2010, p. 6).

Grean & Uhi-Bien(1995)의 연구는 LMX이론의 발달 단계를 4단계로 제시하고 있다. 1단계 VDL이론은 업무상의 짝이 대상이며 업무 내 직무구성을 구분하고 리더와 구성원은 각자 다른 관계를 지각한다. 2단계 LMX이론의 대상은 리더-부하로 이루어진 짝이며 조직성과에 대한 차별화 된 관계의 유효성을 탐색하는 이론이다. 3단계 Leadership-Making 이론은 LM이론이라고도 하며 대상은 리더-부하로 이루어진 짝이고 관계 개발의 이론을 탐구하고 긍정적 측면의 리더-부하관계 구축의 내용을 담고 있다. 4단계는 Team-Making Competence Network이론으로 짝 집단 공동체가 대상이며 확대된 짝들의 결합으로 팀 네트워크 능력을 통합하는 내용이다. 이를 정리하면 <표 3>과 같다.

<표 3> LMX이론의 발전단계

단계	이론	대상	내용
1	VDL	업무에서의 짝 (Dyads with work Unit)	업무 내 직무구성의 구분 리더와 구성원의 각자 다른 관계 지각
2	LMX	리더-부하 짝 (Dyad)	조직성공에 대한 차별화 된 관계의 유효성 탐색
3	Leadership-Making	리더-부하 짝 (Dyad)	관계 개발의 이론과 탐구 긍정적 측면의 리더-부하관계 구축
4	Team-Making Competence Network	짝의 집단으로의 공동체 (Collectivities as Aggregations of Dyads)	확대된 짝들의 결합으로 팀 네트워크 능력 통합 연구

자료 : George B. Graen & Mary Uhi-Bien(1995)“Relationship-Based Approach to Leadership : Development of Leader-Member Exchange(LMX) Theory of Leadership over 25 Years : Applying a Multi-Level Multi-Domain Perspective” The Leadership Quarterly. p.226, 연구자가 정리

LMX는 리더와 구성원 사이에 역할관계가 형성되는 과정을 제시하고 있으며 리더십 연구의 여러 관점들 중 리더와 구성원과의 관계 속성을 분석하는 이론이다(오선균, 2010, p.14).

LMX이론에서 리더는 구성원에게 역할을 전달하는 가장 영향력있는 전달자이다. 이는 일반적으로 자신의 역할기대를 실현하기 위해 공식적으로 제한하거나 금지조치를 할 수 있는 유일한 사람이 되기 때문이다(Dienesch & Liden, 1986).

이전의 연구에서는 조직성공을 높이는데 주요한 리더십 역할이 강조되었으나 최근에는 리더의 역량이나 구성원 개인의 능력보다는 리더와 구성원사이의 상호관계가 효과적으로 작용하는 것이 조직성공을 극대화 할 수 있는 LMX의 유용성이 대두되고 있다(심선경, 2017, p.173).

리더와 구성원의 관계는 시간이 지남에 따라 여러 변화를 겪는데 초기에는 상호간에 정해진 계약관계에 대한 의무만 이행하고 공식적인 역할만 수

행하고, 다음 단계에서는 리더와 구성원들간의 고용계약 유지를 위한 요구와 실행과정에서 서로의 역할을 인정하게 된다. 이 과정에서 사회적 교환관계의 형태로 발전하게 되며 나아가 서로 신뢰와 존경을 하며 정보를 교환하면서 공동의 목표를 달성함으로써 관계가 발전하게 된다(Grean & Uhi-Bien, 1991).

LMX모형에 의하면 한 집단의 리더는 각각의 부하에게 서로 다르게 행동하고 부하들도 자신과 상사의 관계를 서로 다르게 지각함에 따라 한 집단 안에는 부하의 수만큼의 교환관계가 존재하며 그 교환관계의 질은 낮고 높은 질 사이의 연속선상에 위치하게 되어 질의 차이로 상사와 부하 양쪽의 행위와 지각에 큰 영향을 미친다(조현정, 2015).

뷰티서비스산업의 LMX는 리더(상사)와 부하(구성원)가 업무상황에서 주고받는 사회적, 개인적 상호작용의 질이라고 할 수 있다.

## 2) LMX의 선행연구

LMX는 상사와 부하들 간 교환관계의 질(quality)이라고 정의한다(Dienesch & Linden, 1986). 상사와 부하의 상호관계는 업무적 성과와 충성, 사회적 지원을 기대하게 되는데 이러한 기대를 부흥할 수 있는 능력과 의지에 따라 관계의 질이 정해진다. 즉, 상사와 부하는 서로간의 지원 정도에 따라 성과와 충성도를 조정하므로 일대일 교환관계에서 양과 질은 각각 다르다(박성현, 2012).

LMX의 측정은 Dansereau et al.(1975)가 LMX의 질에 따라 구분한 내 집단(In Group)과 외 집단(Out Group)을 각각 측정하는 단일 차원의 이분법적 측정방법을 사용해왔다.

그러나 LMX는 주어진 업무와 관련된 행동(공헌, 기여), 상호간의 충성심(충성), 서로에게 호감이 있는 것(호의), 존경 등과 같은 사회적인 요인이 교환에 포함되는 다차원성을 가지고 있다(윤만희, 박정준, 2005).

LMX의 측정도구의 발전은 1단계가 위에서 언급한 협상허용범위를 사용한 단일 차원의 이분법적 개념이고 2단계는 Dienesche & Liden(1986)의 연구에서 처음 제시된 LMX의 다차원성으로 3개의 하위차원인 정서적 유대감, 충성, 공헌으로 구성되는 측정도구를 개발하게 되었다. 3단계로 Liden & Maslyn(1998)이 이것을 발전시켜 측정도구로 LMX-MDM을 개발하였다(한연주, 2010).

현재 LMX의 측정도구는 Liden & Maslyn(1998)이 개발한 LMX도구를 활용한 연구가 최근까지 가장 활발하게 진행되고 있는데 이 도구는 상호간 정서적, 공헌적 관계뿐만 아닌 리더에 대한 충성과 지적 존경까지 내용을 확장한 도구이며 LMX연구에서 가장 보편적 측정도구로 활용되고 있다(강기노, 2018).

### 3) LMX의 측정구성요소

본 연구에서는 이러한 선행연구를 기초로 하여 LMX의 질을 측정하는데 있어 하위 구성요인으로 애착, 충성, 공헌, 지적존경 4가지를 LMX의 하위요인으로 구성하고자 한다.

애착(Affect)은 직무나 직업적인 직접적 가치보다는 서로의 인간적 매력에 기초하여 갖게 되는 정서적으로 친밀한 관계가 형성되는 친밀감이다(Dienesche & Liden, 1986). 또 애착은 LMX 발전의 중요한 차원으로 기능한다고 하였다(김태욱, 2017).

충성(Loyalty)은 리더와 구성원이 자신의 목적을 위해 서로의 행동들과 특징들을 공개적으로 옹호하고 지원하는 정도이다(Liden & Maslyn, 1998). 충성은 일반적으로 개인의 충실한 기여를 수반하는데 이것은 리더의 보호에 대한 보답이며 여러 상황 속에서도 지속되는 개인의 신뢰이다(송란호, 2012).

공헌(Contribution)은 구성원들이 서로의 목표를 향해 들이는 노력의 양, 질, 방향에 대한 인식이라고 정의하고 LMX발전을 위한 주된 구성요소라고 하였다(Dienesche & Liden, 1986). 리더는 업무수행에서 구성원이 창출하는 성과를 평가하고 그 성과는 리더에게 깊은 인상을 주며 이로 인해 구성원은 리더와 높은 관계를 맺는 보다 높은 질의 교환이다(김태욱, 2017).

지적 존경(Professional respect)은 상사와 부하가 서로 일을 수행함에 있어 서로의 우수함과 조직 안팎의 평판 정도에 대한 지각으로 정의하고 서로의 개인적인 경력, 조직 내부나 외부 사람들의 코멘트, 과거의 성공과 실패 등 역사적 자료에 의해 형성되는 것으로 직접 만나거나 같이 일을 하지 않고도 형성된다고 하였다(조현정, 2015). 리더의 지식이나 업무수행 능력에 대한 전문성이 존중받으면 구성원들은 전문가로 존경받는 사람과 가까이 지내려는 경향을 보이고, 업무에 대한 지식과 기술의 습득이 용이할 것이라 기대하게 된다(오선균, 2010).

이와 같은 각 측정도구의 개념들을 뷰티서비스산업에 적용하면 애착은 원장 또는 상사와 직원 상호간에 업무나 일과 같은 직업적 가치보다는 서로의 인간적인 매력에 기초하여 서로간의 관계에서 애정과 애착이 형성되는 것을 의미하고, 충성은 뷰티직종의 소규모 업체와 회사에서 원장이나 상사와의 여러 가지 상황에서도 지속되는 신뢰를 가지고 있다는 의미이다. 또 뷰티서비스산업에서의 공헌은 뷰티직종의 소규모 업체와 회사에서 상사를 위해 직무 이상의 책임정도를 넘어서는 일까지 수행하려는 의욕이며, 지적

존경은 뷰티서비스산업에 적용할 경우에도 뷰티직종 내 상사를 향한 기술적, 업무적 능력에 대한 전문성의 존중이라고 할 수 있다.

## 4. TMX

### 1) TMX의 개념

TMX는 팀 구성원 간의 관계를 평가하기 위한 개념으로 각각의 구성원이 서로 간에 정보와 도움, 인정을 받으며 피드백을 얼마나 원활하게 나눌 수 있는지 확인하며 직무적으로 나타나는 관계의 질을 뜻하므로 팀 성과 측정을 위한 중요 변수 중 하나이다(박해철, 2017).

이전에는 교환관계에 대한 연구의 중심이 리더에 있었고 조직에서의 리더와 구성원의 수직적 업무수행관계의 형성과 같은 이론의 한계극복을 위하여 제시된 이론이 TMX이다(이병수, 2011).

TMX가 긍정적인 사람은 상호간에 개방적인 의사소통과 지원, 원만한 대인관계를 유지하게 되고 이들은 업무 수행과정에서 TMX가 원만하지 못한 구성원들에 비해 문제해결에 필요한 많은 피드백을 적절하게 제공받게 되는 등 TMX는 조직 내 구성원들 간의 이러한 교환관계를 보여준다(김순희, 2010).

Seers(1989)에 의해 처음으로 제시된 사회적 교환을 팀 환경에 적용한 이론이 TMX이고 이것은 팀 내 구성원과 그 구성원이 속한 집단전체의 교환관계로 동료와 자신이 맺고 있는 평형의 과업수행의 교환관계이다. 이것은 팀 안에서 서로 돕고, 업무적인 생각을 공유하고자 하는 의지와 그 의지

에 따라 다른 구성원들로부터 정보와 도움 등을 받을 수 있는 관계를 말한다고 하였다.

TMX는 작업집단 내 교환관계에서 동료가 역할전달자로서 상대적으로 얼마만큼 중요한가를 평가할 수 있는 척도가 된다(박경규, 이인석, 2000).

TMX도 교환관계의 질이 높은 구성원은 신뢰를 기반으로 한 의사소통이 원활해지므로 LMX의 질이 높은 구성원만큼 팀 내 동료들을 돕거나 팀 내에서 정보와 아이디어를 공유하고 피드백을 제공하게 되며(Seers et al., 1995) 구성원은 부족한 부분을 보완하기 위해 자신과 단단한 사회적 관계를 갖는 팀의 동료들로부터 제공받은 자원을 이용할 수 있다(이기현, 2013, p.157).

각각의 구성원은 팀의 다른 구성원들과 교환관계의 질이 낮을 경우 업무를 완료하는데 필요한 자원만 교환하게 되는 반면, TMX의 질이 높을 경우 주어진 업무의 완성을 위해 필요한 것 이상의 사회적 요소와 자원을 교환하게 된다. 이러한 팀구성원들 간에 형성되는 업무상 관계의 질을 나타내주는 것이 TMX이다(임주희, 2010).

TMX의 질은 팀 내 구성원들 간 업무와 관련된 지원이 원활하게 상호 작용되면 높아지며 이러한 과정은 팀의 일체성을 확보하고 발전시키는데 매우 중요한 의미를 가진다(김순희, 2010).

TMX는 전체로서 집단에 대한 정서적인 반응인 응집성(cohesion)측면에서 LMX와 구분되며(Seers et al., 1995), 예측 불가능한 경영환경 속에서 경쟁적 우위를 확보하게 하고 이런 환경에 적극적으로 대응할 수 있게 하여 조직의 성과에 영향을 주는 하나의 요소이다(최혜민, 2016).

## 2) TMX의 선행연구 및 측정구성요소

Seers et al.(1995)은 TMX의 개념적 타당성을 입증하고 집단의 과업성과와의 관계를 밝히기 위해 제조업체의 작업집단들을 비교분석한 결과 집단응집력, 동료만족 등과 같은 변수들을 함께 고려했을 때 자율적 작업집단(self-managing work groups)과 전통적 작업집단(traditional work groups)을 구분하는 가장 뚜렷한 특징이라는 사실을 발견하였다. 전통적 작업집단은 구성원들에게 과업수행을 지시하고 그들의 노력을 통합하는 책임이 상사에게 주어지지만 자율적 작업집단에서는 다양한 의사결정권과 책임이 구성원들에게 주어진다.

집단에게 주어진 자율과 책임은 구성원들 사이에 수준 높은 협력관계의 형성과 유지에 보다 많은 노력과 관심을 기울일 필요성을 느끼게 하고 기회를 제공함에 따라 동료들과의 상호작용을 통한 역할홍정과정인 자율적 작업집단에서 상대적으로 활발하게 진행되어 그 결과 양질의 수평적 과업수행관계가 형성될 수 있다(이지우, 1999).

비교적 최근에 소개된 개념인 TMX는 종업원과 특정 개인, 즉 상사와의 이원적관계에 관한 것이 아닌 팀의 구성원 개인이 속해 있는 전체집단과의 교환관계이며 팀 구성원은 역할의 틀 안에서 서로 의지하는 구성원끼리 서로 상호 작용하므로 이 사이의 교환개념은 연속적 집단 작업 상황에서 정의된다고 하였다(윤만희, 박정준, 2005; 윤만희, 2009).

TMX를 측정하는 요인은 Seers(1989)가 개발한 측정도구의 문항을 활용한 많은 선행연구들 중 박준철(2010), 임주희(2010), 김현철(2014), 최혜민(2017), 박해철(2017) 등 많은 연구자들이 TMX자체를 하나의 요인으로 보거나 여러 문항들 중 몇 개의 문항을 선정하여 측정하고 있다.

본 연구에서는 이지우(1999)가 구성원들간 과업수행 관계와 집단의 과업

효과성을 연구하면서 Srees(1989)의 TMX척도를 번역하여 사용한 측정도구를 요인분석을 통해 2개의 요인으로 나눈 척도를 사용한 김순희(2010)의 측정도구를 활용하고자 한다.

교환관계의 질을 측정함에 있어 ‘내’가 주체가 되어 자신이 속한 동료집단들과 이루어지는 교환관계와 ‘동료집단’이 주체가 되어 자신과 이루어지는 교환관계의 질을 측정하는 것은 뷰티산업 초기경력자가 업무와 서비스를 수행하면서 자율적으로 도움, 인정, 상호지원 등 업무상황에서 긍정적인 결과를 이끌어내는 것과는 관계가 있다.

TMX는 특히 팀 내 협력과 지원의 수준을 강화시켜 함께 업무에 임하는 구성원들에 대한 동료신뢰를 높일 수 있음을 보여주며, 높은 수준의 TMX는 자체적으로 팀의 협력을 관리할 수 있어 전통적인 업무집단의 성과보다 상대적으로 더 높은 직무성과를 가져올 수 있다고 하였다(박준철, 서재범, 2013).

이러한 선행연구들의 개념을 바탕으로 한 뷰티서비스산업의 TMX는 뷰티서비스산업분야 내에서 자신과 동료들과의 높은 신뢰감을 바탕으로 상호작용하고 업무와 서비스수행 과정에서 긍정적 성과를 이끌어낼 수 있는 교환관계라 정의할 수 있다.

## 5. CMX

### 1) CMX의 개념

CMX는 서비스접점 종업원들이 고객들과 형성되는 교환관계의 품질에

대한 종합적 지각이며 LMX와 TMX의 특성 모두를 지니고 있는 것으로 제품자체와 달리 서비스는 생산과 동시에 소멸된다. 이러한 동시성으로 인하여 서비스가 수행되고 있는 과정에 고객이 참여하게 되며 특히 이러한 고객 참여는 고객접촉 서비스접점에서 서비스의 품질과 고객만족에 매우 중요한 영향을 미치고 중요한 관리적 혜택을 제공해준다(윤만희, 박정준, 2005).

최근 제시된 견해에서는 서비스 상품의 생산자는 고객이라는 것이다. 이것은 서비스 전달과정에서 이루어지는 서비스 조직에 자의로 진입하며 서비스 제공자의 지원을 모색하고 서비스 생산이 종료되자마자 서비스 조직에서 빠져나오는 특성이 있어 고객이 부분적 역할 이상을 수행하며 고객은 서비스 조직의 임시 종업원으로 간주될 수 있다는 견해이다(이유재, 2004, p.1812).

이러한 관점에 따라 첫 번째로 고객참여는 소비자가 물리적인 노력과 정신적인 노력, 그리고 서비스의 생산과 제공 하는 데에 필요한 관여 정도를 의미하며 서비스 시스템 상에서 물리적인 출현인 고객접촉과는 구분된다(박정준, 2003).

소비자참여는 서비스의 생산, 제공 과정에 지속적으로 소비자 자체를 참여시킴으로써 서비스 기업의 인건비가 재무적성과 측면에서 감소할 수 있으며, 밀접한 상호작용으로 소비자들의 욕구를 파악하는데 편리하다(이유재, 2004).

소비자들은 서비스의 결과를 확신하고 보장하여 실패에 따르는 비용을 줄이기 위하여 서비스 상황에 적극적으로 참여하며 소비자 참여행동은 서비스의 품질과 서비스 경험 향상을 위하여 소비자의 관점에서 이해하려는 행동이 중요한 요소임을 강조하였다(윤만희, 2005).

두 번째, 종업원의 관점에서 살펴보면 고객접점 종업원은 직접 서비스 품질을 전달하는 역할로 고객과의 관계를 막강하게 형성할 수 있다는 점에서 매우 중요하며 그 업체의 대표자로서의 역할을 수행하여 서비스품질 지각,

고객만족과 고객선호도 또는 서비스를 제공하는 사람의 의사결정 전환에도 영향을 미친다(이용기, 2001).

서비스산업의 무한경쟁이 조장될수록 고객과의 관계형성의 제일선에 종업원이 위치하며 종업원이 서비스를 직접 제공하는 고객과의 관계를 형성, 지속, 발전시키는 핵심적인 거점이 되어 종업원과 고객이 접촉하는 순간이 성과의 결정적 순간이 될 수 있다(서종현, 2010).

## 2) CMX의 선행연구

CMX의 장기적 관계 관점에서 재구매의도에 영향을 미치는 중요한 요인은 거래적 관점이 아닌 서비스 제공자와 구매자간의 관계 질이라는 개념을 제안하였는데 이것은 서비스제공자를 대표하는 접점요원에 대한 장기적 관점의 소비자 평가를 의미하여 이 의미에는 서비스제공 접점요원에 대한 신뢰와 만족이 포함된다고 보았다(배병렬, 이민우, 2001).

관계 질은 서비스접점 종업원과 고객의 관계의 질을 뜻한다는 점에서는 비슷하지만 윤만희(2009)는 이 교환관계의 질을 다르게 해석하고 있다. CMX의 교환관계는 상사의 역할을 고객이 대신 할 수 있다는 점에서 LMX의 특성이 포함되어 있으며, TMX와 유사한 점은 종업원 자신과 자신이 응대하는 고객 전체와의 교환 관계를 평가하는 점이라고 하였다. 하지만 CMX는 제공받는 종업원 서비스에 대한 고객의 지각이나 평가가 아니라 종업원의 관점에서 교환관계를 접근하고 있다.

CMX에서는 종업원의 관점에서 상호신뢰, 전문가적 존경, 인정, 칭찬, 우정, 호의 등 광범위한 사회적 내용을 교환하며(윤만희, 2009), 서비스종업원이 자신이 접촉하는 고객집단 전체와의 교환관계에 대한 품질지각을 뜻한다

(윤만희, 박정준, 2005).

김인웅(2010)의 연구에 따르면 서비스 고객과 종사원 관계는 질 높은 교환관계를 위한 사회적 요인인 신뢰와 존경 및 인정 등과 경제적인 부분도 교환될 수 있다고 하였다.

CMX는 서비스 제공자가 고객 응대 매뉴얼 외에 감성적인 공감을 발생시키기 위한 지속적인 노력으로 서비스 제공자의 감성적 반응을 인지하는 사회적 교환을 포함한다(이종헌, 김정희, 2014).

뷰티산업 직종은 다양한 서비스를 제공하면서 소비자와 종업원사이의 상호작용이 특히 많이 이루어지는 특성이 있다.

뷰티산업에서의 서비스는 일반 서비스와는 독특한 특성이 있는데 첫째, 소비자의 신체가 미용서비스의 대상이 되며 소비자가 자신의 사회적인 특징을 형성하는 부분적 요소를 종업원에게 일임한다(최우리, 2011). 둘째, 다른 서비스와는 달리 비회복성이 있어 잘못 수행된 서비스에 대해 수정이나 복귀가 어렵다. 셋째, 심미적인 요소를 포함하여 결과적 측면이 패션 제품과 유사하다는 것이다(오경숙, 박은주, 2004).

이와 같은 선행연구들을 종합하여 볼 때 뷰티서비스산업의 CMX는 소비자에게 직접 미용서비스를 업무적으로 수행하면서 고객이 원하는 서비스접점만족을 강화시키고 고객과의 업무적 인정과 개인적인 우정 등을 교환하는 관계라고 할 수 있다.

## 6. 조직유효성

### 1) 조직유효성의 개념

조직유효성(Organizational Effectiveness)은 조직효과성과 동일한 개념으로 조직의 성과를 평가하기 위하여 조직의 목표 달성 정도나 조직의 운영이 효율적인지를 표시하는 개념이다(박정도, 2013).

조직유효성은 환경을 개척하여 선소(尠少)한 가치가 있는 자원을 획득하는 조직의 능력이고, 조직의 환경에 적합하도록 적응해나가며 조직의 내부를 안정시키고 통합시켜 유지되는 조직구성원의 생산능력을 높여 조직이 지속적으로 생존 및 발전시켜나가는 정도라고 정의하고 있다(한경혜, 2018).

김지윤(2019)은 조직유효성의 정의를 구성원이 요구하는 정도에 호응하는 동시에 조직의 실행 목표의 성취정도를 파악하는 것이라고 정의하였다.

조직유효성이 조직 내부의 안전성 유지와 외부환경적응의 특징이 있으며, 조직유효성은 곧 조직목표에 대한 능력이고 그 목표는 수익이라는 단기적 목표와 생존이라는 장기적 목표라 하였다(이훈구, 표성수, 2000).

조직유효성에 관한 최근 연구에서의 정의를 살펴보면 한복환(2010), 추재엽(2017)은 조직목표의 달성 정도로 보았고, 조성모(2014)는 조직의 구성원들이 조직의 목표를 이해하고 조직의 성과달성을 위하여 조직의 효율성을 높여 발휘하는 능력이라고 정의 하였다.

곽효근(2019)은 창의성, 직무몰입, 업무성과 3가지 개념을 조직유효성으로 정의 하였고 창의성은 새로운 아이디어와 문제 해결책을 제시하는 개인의 역량으로, 자신과 자신의 직무를 동일시하는 것이 직무몰입, 직무상황에서 공식적으로 요구받는 업무를 성공적으로 수행하는 상태인 업무성과라고 설명하였다. 또한 최근 연구의 경향을 보면 조직유효성의 개념에 대한 논란이

많은 개념의 다양성에 따라 조직유효성의 측정을 위한 측정지표 들에도 많은 편차가 있다.

이처럼 조직유효성의 개념은 과거에는 유효성에 초점을 맞추어 ‘효과가 있다’와 같은 효과성(effectiveness)만을 겨냥한 개념이었지만 현재에는 단순히 목적달성만을 의미하는 효과성보다 목적을 효율적으로 달성하는 것을 추구하는 사회적 경향에 의해 효과성과 효율성(efficiency)을 함께 다루는 개념으로 발전하였다. 이러한 이유는 조직은 항상 조직의 목적을 달성하기 위해 깨어 있어야 하고(효과성), 이와 동시에 조직목적을 달성하기 위해서는 보다 효율적으로 기능하여야 하기 때문이다(김창균, 2019, p.43).

조직유효성은 구성원의 행동성과 뿐 아니라 현대의 경영활동 성과와 밀접한 관련이 있어 조직 연구에 있어 궁극적인 관심이며(조성모, 2014) 조직이 얼마나 잘되고 있는가, 효과적인가를 표시하는 개념이며 성과를 평가하는 기준으로 보고 있다(구형희, 2009).

## 2) 조직유효성의 선행연구

조직유효성을 측정하기 위한 지표로는 Campbell(1977)이 조직유효성에 관한 기존 연구들 중 1973년까지의 문헌자료고찰을 통하여 조직유효성의 지표로 제시한 30가지의 변인들이 대표적이다.

Campbell(1977)은 조직효과성의 구성 요인을 크게 경제적 지표, 심리적 지표, 관리적 지표와 같이 세 가지 지표로 정리하였고 경제적 지표에는 능력, 생산성, 수익, 성장성, 품질, 이해관계자 집단에 대한 평가, 환경의 이용도, 목표달성도, 인적자원의 가치가 포함되어 있고 관리적 지표에는 계획과 목표설정 역할과 규범, 이직률, 일치성, 통제, 경영자의 인간관계 관리능력,

사고의 빈도, 결근율, 신속성, 안정성, 조직 구성원의 의사결정 참가, 훈련과 개발의 강조, 정보관리와 의사전달, 경영자의 과업지향성이 포함되어 있으며, 심리적 지표에는 직무만족도, 동기부여, 유연성과 적응성, 조직목표에 대한 조직원의 동조성, 조직목표의 내면화가 포함되어 있다.

조직효과성의 변수는 여러 가지가 있지만 뷰티서비스산업 초기경력자를 대상으로 하면서 직무만족과 조직몰입을 지표로 선택하였다. 무형식학습 활동이나, 비슷한 개념인 일터학습, 리더십, 정서지능 등 여러 교환관계 및 요인들과 관련된 다른 연구들에서도 심리적 지표에 속하는 직무만족과 조직몰입을 많이 활용하고 있다. 조직유효성의 측정항목에 관한 선행연구를 정리하면 <표 4>와 같다.

<표 4> 조직유효성 측정항목 선행연구정리

연구자	키워드	측정항목
정대용, 조철호(2009)	LMX, 임파워먼트, 직무만족, 조직몰입	직무만족, 조직몰입
김인웅(2010)	TMX, CMX, LMX, 임파워먼트, 직무만족, 고객지향성	직무만족
한연주(2010)	리더십, 팔로어십, LMX, 조직몰입	조직몰입
유경미(2012)	조직문화, 조직몰입, 직무성과	조직몰입
정용근, 위오기(2012)	조직문화, 셀프리더십, 조직유효성	직무만족, 조직몰입
김진희(2013)	변혁적 리더십, TMX, 조직몰입, 조직시민 행동	조직몰입
백유성, 박진현, 김세원(2013)	Big 5 성격, 정서지능, 자기효능감, CMX, 조직몰입	조직몰입
송연지, 박지혜(2014)	무형식학습, 조직 내 커뮤니케이션, 조직유효성	직무만족, 조직몰입
신용석, 강태인, 윤성은(2015)	언어폭력, CMX, 이직의도, 직무만족	직무만족, 이직의도
한효정, 광민호, 한현석(2016)	초기경력자, 직무만족, 직업선택동기, 잠재 계층성장모형	직무만족

박아람(2017)	잡 크래프팅, 조직몰입, LMX, TMX	조직몰입
김인경(2018)	간호관리자, 진성리더십, 조직유효성, 긍정 심리자본, 직무재창조	직무만족, 조직몰입
김창균(2019)	CSR활동, 기업자부심, 조직유효성	직무만족, 조직몰입

자료 : 본 연구자가 2009년~2019년 연도별로 선행연구 재구성

### 3) 조직유효성의 측정구성요소

본 연구에서는 선행연구를 바탕으로 뷰티산업 초기경력자들의 조직유효성을 측정하는 항목으로 직무만족과 조직몰입을 선정하였다.

직무만족에 대한 정의는 다양하여 완전히 합의된 정의는 없으나 대부분의 연구가 조직특성, 작업환경, 직무의 특성 등 상황에 따라 직무만족이 달라진다고 주장하는 상황적 관점에 기초하고 있으며, 개인이 직무를 평가하거나 직무를 통해 얻게되는 경험을 평가할 때 발생하는 유쾌함이나 좋은 정서 상태를 의미한다(김명숙, 2013).

정현우(2007)는 직무만족이 개인적 가치판단뿐 아니라 자신의 신체적·정신적 건강에도 긍정적인 영향을 끼쳐 조직구성원들의 행복달성에 기여하는 역할을 수행한다고 하였다.

직무만족이란 종업원들에게 바람직하고 긍정적인 감정상태라고 할 수 있는데 이것은 개인의 가치와 인지에 의하여 이루어지고 이 가치는 개인적으로 바라는 욕망과 관련되어 보상과 매우 가까운 관계에 있다. 이는 한 개인이 직무를 대하는 태도로 신념, 지식, 기대와 같은 지각, 감정, 호불호의 느낌과 같은 행위경향 복합체이다(양춘희, 2015).

류은정(2015)은 조직구성원이 직무수행과정에서 얻게 되는 심리적, 물질

적 만족에 대한 긍정 또는 부정의 감정상태로 인해 직무수행 결과와 직무성과에 영향을 미치게 되므로 한 개인이 소유한 직무관련 감정상태 중 직무에 대한 우호적인 태도를 직무만족으로 보았다.

직무만족은 조직 구성원들이 직무를 수행해 가는 과정에서 개인의 내적, 외적 욕구의 충족정도에 대한 구성원들의 지각된 반응을 말한다(전순영, 2013).

또한 직무만족은 구성원의 직무환경과 조직의 지원에 따른 구성원의 불만족, 만족 정도가 수행하는 직무에 그대로 반영되어 조직의 성과와 밀접한 관련이 있어 중요하다(김지윤, 2019).

직무만족을 향상시키는 요소는 조직의 리더들이 부하들의 성과에 따라 적절한 보상이 중요하며 부하가 조직에서 요구되는 조건을 정확히 인식하여야 하며 리더는 부하의 요구에 보상하는 구체적이고 다양한 방법을 참작하는 것이다(이종건, 김동호, 2008).

따라서 직무만족을 뷰티서비스산업 초기경력자의 심리적 지표에 적용해보면 뷰티산업에 관련된 직무를 수행하면서 생기는 내·외적 욕구가 충족되어 개인적인 행복감과 긍정의 감정상태가 되어 직무에 만족하는 것으로 정의할 수 있다.

직무몰입은 조직에 대한 조직구성원의 애착인 마음가짐(mind-set), 심리상태(psychological states)와 관련된 개념으로 구성원 개인이 조직 과 조직 목표에 대한 일체감이 있어 지속적으로 조직에 체류하고자 하는 상태이다(양춘희, 2015).

조직의 구성원은 조직의 동료들과 맺는 관계와 비슷한 직무를 수행하며 생기는 동질감 등으로 인해 정서적 몰입을 더욱 강화하는데 이와 같이 강한 정서적 몰입을 가진 구성원은 조직의 가치관을 수용하여 조직의 목표를 달성하기 위한 전폭적인 노력을 하는 성향이 있다. 또 그러한 조직구성원은

조직에 계속 체류하며 조직에 자부심을 가지고, 조직의 제품과 서비스를 선호하는 경향이 보인다(조준, 2018).

직무몰입은 구성원이 조직에 대하여 갖는 태도로 조직의 구성원이 자신의 조직에 대하여 심리적으로 동화되어 있는 정도나 일체감을 느끼는 정도를 말한다(전순영, 2013).

직무몰입을 무시하게 되면 조직은 별도의 비용(extra costs)을 지불할 가능성이 있으며 직무몰입은 조직구성원이 직무를 수행함에 있어 조직에 대한 포괄적인 애착, 충성에 관한 태도이고 조직에 대한 일체감(identity)과 의존성(dependence)이 높은 태도이다(이영균, 유광영, 2017).

Meyer & Allen(1991)은 심리적 측면에서의 직무몰입을 정서, 근속, 규범 몰입 세 가지 요소로 정의 하였는데 정서몰입은 구성원이 조직에 대해 가지고 있는 감정적 애착심과 개인과 조직을 동일화하고 조직에 참여하려는 높은 주체성이며 이러한 정서몰입이 높은 구성원은 의직의도가 낮고 업무에 대한 높은 몰입도와 유대감을 갖게 된다고 하였다.

이와 같은 선행연구의 개념에 따른 뷰티서비스산업의 직무몰입은 현재 근무지에 자부심이 있으며 업무를 수행하면서 최선을 다하고자 하는 의욕을 갖게 해주는 측면이라고 할 수 있다.

### Ⅲ. 연구방법 및 절차

#### 1. 연구문제

본 연구는 우리나라 뷰티서비스산업 초기경력자의 무형식학습 활동과 LMX, TMX, CMX 및 조직유효성의 인과적 관계에 관하여 연구하고자 한다.

본 연구의 구체적인 내용은 다음과 같다.

- 연구문제 1. 뷰티서비스산업 초기경력자의 무형식학습 활동과 LMX, TMX, CMX 및 조직유효성 간 인과관계가 적합하게 예측하는지 검증한다.
- 연구문제 2. 뷰티서비스산업 초기경력자의 무형식학습 활동과 LMX, TMX, CMX, 조직유효성 간의 상관관계를 밝힌다.
- 연구문제 3. 뷰티서비스산업 초기경력자의 인구통계학적 변인에 따른 무형식 학습활동, LMX, TMX, CMX, 조직유효성의 차이를 분석한다.
- 연구문제 4. 뷰티서비스산업 초기경력자의 LMX, TMX, CMX 각각이 조직유효성에 미치는 영향관계를 구명한다.
- 연구문제 5. 뷰티서비스산업 초기경력자의 LMX, TMX, CMX와 조직유효성의 영향관계를 구명한다.
- 연구문제 6. 뷰티서비스산업 초기경력자의 무형식학습 활동과 조직유효성의 관계에서 LMX의 매개효과에 대하여 검증한다.

- 연구문제 7. 뷰티서비스산업 초기경력자의 무형식학습 활동과 조직유효성의 관계에서 TMX의 매개효과에 대하여 검증한다.
- 연구문제 8. 뷰티서비스산업 초기경력자의 무형식학습 활동과 조직유효성의 관계에서 CMX의 매개효과에 대하여 검증한다.

## 2. 자료수집 및 연구대상

자료수집은 서울과 경기권 내의 미용학원, 미용대학, 소규모 샵과 중소기업 등 뷰티산업의 초기경력자가 많이 분포하고 있는 업종을 대상으로 인터넷 링크 형태의 설문 배포와 방문조사 방법으로 수집하였다. 또 한국표준산업분류 기준에 따라 헤어미용(이용업포함), 피부미용, 네일미용, 메이크업미용(속눈썹·반영구포함), 모든 분야의 뷰티산업을 서비스하는 종합미용업에서 이직경험이 없는 3년 이내 근속 뷰티산업 초기경력자로 목표모집단을 설정하였다. 서비스를 제공하는 업체와 제품판매와 생산기업은 종합미용업에 포함하였다.

자료배포 및 수집은 2018년 9월 26일부터 2018년 11월 30일까지 이루어졌으며 총 455부가 회수되었다. 이 중에서 불성실응답, 중복응답, 미응답자료 25부를 제외한 430부를 최종 분석에 사용하였다.

### 3. 자료분석

본 연구에서의 자료 분석 방법은 수집된 자료를 SPSS 25.0 통계 프로그램을 이용하여 자료를 순차적으로 분석하였다. 자료 분석에 사용된 통계 기법으로는 빈도분석(Frequency Analysis), 요인분석(Factor Analysis), 신뢰도분석(Reliability Analysis), 기술통계분석(Descriptive statistics Analysis), 다중회귀분석(Multiple regression Analysis)이 실시되었다.

첫째, 조사대상의 일반적 특성을 알아보기 위해 빈도분석을 실시하였다.

둘째, 본 연구에서 사용된 측정항목에 대해 타당성을 검증하고, 공통요인을 찾아내 변수로 활용하기 위해 탐색적 요인분석(Factor Analysis)을 실시하였다. 뷰티산업 초기경력자의 무형식학습 활동과 LMX, TMX, CMX, 조직유효성에 타당성 및 신뢰도 검증을 위해 요인분석과 신뢰도 분석을 하였다.

셋째, 본 연구에서는 앞서 제시한 각 항목변수의 상관관계를 검증하였고, 상관관계분석을 통하여 검증된 각 변수들의 인과관계를 검증하였다.

넷째, 뷰티산업 초기경력자의 무형식학습 활동이 조직유효성에 미치는 영향을 알아보기 위해 다중회귀분석을 실시하였다.

다섯째, 뷰티산업 초기경력자의 무형식학습 활동이 조직유효성에 영향을 미치는데 있어 LMX와 TMX, CMX가 매개역할을 하는지 매개효과분석을 실시하였다.

#### 4. 측정도구

본 연구는 뷰티산업 초기경력자의 무형식학습 활동과 LMX, TMX, CMX 기 위하여 설문지법을 이용한 조사연구 방법을 사용하였다. 문항들은 모두 ‘전혀 그렇지 않다. 1점’, ‘매우 그렇다. 5점’의 5점 리커트 척도로 구성되었으며, 본 연구에 사용된 변인들은 선행연구를 바탕으로 연구의 목적에 맞게 정의하여 사용하였다.

설문지의 구성은 무형식학습 활동, LMX, TMX, CMX, 조직유효성 5가지로 구성되었으며 무형식학습 활동 11문항, LMX 11문항, TMX 11문항, CMX 6문항, 조직유효성 8문항으로 총 47문항으로 구성하였고, 인구통계학적 특성으로 성별, 연령, 소속된 뷰티산업분야, 현 소속지에서의 근속기간 등에 관한 문항은 선행연구를 참고한 4개 문항으로 구성하였다. 본 조사에 사용된 측정도구들을 살펴보면 <표 5>와 같다.

<표 5> 설문지의 구성

구분	측정변인	하위요인	문항수	척도	출처
1	무형식학습 활동	· 타인과의 학습활동 · 외부정보 탐색 활동 · 자기 성찰 활동	11	5점 Likert 척도	Choi(2009) 황영훈(2017)
2	LMX	· 애착 · 충성 · 공헌 · 지적존경	11	5점 Likert 척도	조현정(2015) 윤만희, 박정준(2005)
3	TMX	· 자기관점 · 타인관점	11	5점 Likert 척도	Seers et al.(1995) 이지우(1999) 김순희(2010)
4	CMX	· 단차원요인	6	5점 Likert 척도	박정준(2003) 윤만희(2009)
5	조직유효성	· 직무만족 · 직무몰입	8	5점 Likert 척도	추재엽(2017) 유경미(2012)
6	인구통계학 적 특성	· 성별 · 연령 · 소속된 뷰티산업 분야 · 현 근무지의 근무기간	4	선택형	연구자

### 1) 초기경력자

본 연구에서 뷰티서비스산업은 한국표준산업분류 기준에 따라 헤어미용(이용업포함), 피부미용, 네일미용, 메이크업미용(속눈썹·반영구포함)서비스를 제공하는 업체를 대상으로 하고 제품판매 및 생산기업은 종합미용업에 포함하여 이러한 업종에 종사하는 경력 3년 미만의 초기경력자를 대상으로 하였다.

## 2) 무형식학습 활동

본 연구에서는 무형식학습 활동을 측정하기 위한 도구로 Choi(2009)의 개발도구를 활용 및 재구성하였다. Choi(2009)는 영어버전과 한국어 버전의 두 종류로 Informal Learning Questionnaire 도구를 개발하였다.

Choi(2009)가 개발한 이 도구는 국내·외 무형식학습 연구에서도 신뢰도와 타당도가 매우 높은 것으로 나타났고 다른 도구들이 가지고 있는 한계를 극복하였다(신은경, 2012). 무형식학습 활동을 타인과의 학습, 외부탐색, 자기성찰로 3개의 관찰변인으로 구성되어 있으며 총 12문항으로 구성되어 있다.

Choi(2009)의 도구를 요인 분석한 결과 누적설명변량이 59.97이었고, 신뢰도계수( $\alpha$ )는 타인과의 학습이 0.866, 외부탐색은 0.842, 자기성찰은 0.829로 신뢰도가 높은 것으로 나타났다. 한편 자기성찰 문항 중 ‘어려운 업무 상황을 해결의 해답을 찾기 위한 인터넷 정보 습득’문항은 뷰티산업 초기경력자 12명, 뷰티산업의 원장급 전문가 8명과 검토한 결과 최신 트렌드와 정보를 얻기 위해 인터넷을 활용하기는 하지만 업무와 직결되는 기술 및 대응 방안은 대부분 업계 선배나 관련분야 전문가에게 직접 묻고 해결방안을 얻는다고 하였다.

따라서 본 연구에서는 Choi(2009)의 연구를 수정하여 활용한 황영훈(2017)의 무형식학습 활동 도구 11문항을 뷰티서비스산업 초기경력자의 무형식학습 활동 측정도구로 활용하였다.

## 3) LMX

Graen과 Uhl-Bien(1995)은 LMX의 구성요소가 단일요소인가 다차원의

구성인가에 따라 변천되어 왔다고 하였다. LMX는 많은 연구자들에 의해 리더와 구성원의 관계 질을 측정하기 위해 구성원들을 외집단과 내집단으로 구분하는 단일 구성 요인의 2개의 문항으로 구성된 측정도구가 개발된 이래로 점차 다차원적으로 변화하였다(조현정, 2015).

Dienesch와 Liden(1986)은 LMX는 단일이 아닌 다차원이며 애착, 충성, 공헌의 하위변인으로 구성된다고 하였다. Liden과 Maslyn(1998)은 이것을 발전시켜 리더-팔로어간의 affect 및 팔로어의 loyalty, 리더와 조직을 위한 contribution에 대한 의욕, 리더에 대한 professional respect로 구성하는 LMX-MDM을 개발하였는데 이 도구가 LMX를 측정하는 도구 중 가장 새로운 버전이며 가장 정교하다고 하였다(한연주, 2010).

이 4개의 차원으로 구성된 다차원척도의 신뢰도를 분석한 윤만희, 박정준(2005)은 각 3문항씩 총 12문항으로 구성된 이 척도의 신뢰도가 감정(affect,  $\alpha=.89$ ), 충성(loyalty,  $\alpha=.86$ ), 공헌(contribution,  $\alpha=.84$ ), 존경(respect,  $\alpha=.89$ )로 만족스러운 수준이라고 하였으며 김형식(2012)의 연구에서도 애착(affect)은 .890, 지적존경(professional respect)은 0.866, 충성도(loyal)가 0.758, 공헌의욕(contribution)이 0.739로 각 요인의 신뢰도계수가 높은 것으로 나타났고 김미영(2015)은 정서적 애착 .890, 충성심 .846, 공헌의욕 .693, 존경심 .869 로 나타나 양호한 수준의 신뢰도를 보였다고 하였다.

본 연구에서도 LMX는 일차원이 아닌 다차원의 구조로 보고 Liden과 Maslyn(1998)의 도구를 활용하고자 하였다. 이 도구는 4개의 차원인 애착(affect) 3문항, 공헌(contribution) 2문항, 충성(loyalty) 3문항, 지적존경(professional respect)은 3문항으로 총 11문항으로 구성되었으며 각 문항은 7점 리커트척도로 구성되어 있다. 본 연구에서는 조현정(2015)이 이 도구를 활용하여 직접 번안하고 박사학위 소지자 2명과 외국에서 5년 이상 거주한 인적자원개발 석사 전공자에게 안면타당도를 검증받은 5점 리커트척도로 재

구성된 도구와 윤만희와 박정준(2005)이 번안하여 구성한 도구를 본 연구의 목적에 맞게 활용하였다.

#### 4) TMX

TMX는 Seers, Anson(1989)에 의해 다른 교환관계에 비해 최근에 소개된 교환관계 개념이다(윤만희, 2009). TMX는 LMX의 확장된 개념으로 개인 수준의 개념이며 구성원과 동료집단 전체 사이의 상호관계를 평가하기 위해 제안된 구성개념이라고 하였다(김순희, 2010).

이병수(2010)는 TMX를 측정하기 위하여 Seers et al., (1995)가 개발하고 이지우(1999) 및 김종우, 이지우, 백유성(2005)이 사용하여 타당성과 신뢰도가 검증된 측정도구를 사용하면서 TMX가 상호관계에 관한 것임을 감안하여 ① 자기관점 TMX: '나'를 주체로 한 동료집단과의 교환관계, ② 타인관점 TMX: '동료 집단'이 주체가 되었을 경우 개별 팀원과의 교환관계 관한 5개 문항씩 총 10문항으로 구성하였다. 이 도구의 신뢰도는 자기관점 TMX .834, 타인관점 TMX .669로 신뢰성 있는 측정도구임이 확인되었다.

김순희(2010)는 TMX를 측정하기 위해 Seers et al.(1995)이 개발한 11개 문항을 이용하면서 2개의 하위요인 ① 자기관점 TMX 6개 문항과 ② 타인관점 TMX 5개 문항으로 총 11개 문항의 신뢰도를 분석한 결과 자기관점 TMX .729 타인관점 TMX .772로 나타났다.

따라서 본 연구에서는 최초 개발된 도구를 활용하면서 뷰티서비스산업의 업무 특성 상 항공사 객실 승무원의 팀 내 친밀감과 고객지향성의 영향관계에 대해 연구한 김순희(2010)의 연구가 본 연구의 목적과 부합하다고 판단되어 TMX를 측정하기 위해 Seers et al.(1995)이 개발한 측정도구를 2개의

하위요인으로 분석한 이지우(1999)의 하위요인구분을 활용한 11개 문항을 본 연구에 맞게 수정하여 구성하였다.

## 5) CMX

CMX는 고객이 서비스 접점에서 행하는 적극적인 역할에 관심을 두는 고객참여와 같은 행위적 개념이며(박정준, 2003), 서비스접점 종업원이 고객들과 가지는 교환관계의 품질에 대한 총체적 지각이며 LMX와 TMX의 특성 모두를 지니고 있다(윤만희, 2009).

CMX의 척도는 박정준(2003)이 전문가 집단과 현장 실무자들에게 예비조사를 거쳐 타당성 검토과정을 거친 후 19개 항목을 개발하여 리커트척도를 이용하여 조사한 결과 공유치의 적정수준 미달로 9개 문항을 제거한 후 분석한 결과 요인1과 요인2가 각각 .90, .86으로 신뢰할 수 있는 수준인 것으로 나타났다.

윤만희(2005)는 CMX를 측정하기 위해 LMX, TMX 척도 관련 선행연구(Graen & Scandura 1987; Liden et al. 1998; Seers et al. 1989, 1995)와 특급호텔레스토랑 종사자를 대상으로 한 면접과 설문조사를 토대로 구성된 9개의 항목을 개발하였고, 그 후 2009년에 서비스종업원의 교환관계 확장과 직무관련 태도 및 서비스 수행의 영향관계에 관한 연구에서는 CMX의 광범한 특성 때문에 호텔 종사자를 대상으로 인터뷰와 서베이를 실시하여 신뢰성, 요인패턴, 전문가 의견을 토대로 9개 항목을 결정하였다. 해당 연구의 척도 순화과정에서 3개의 항목을 추가로 삭제하여 최종적으로 남겨진 6개의 항목에 대한 신뢰도를 분석한 결과 .88로 신뢰할 수 있는 수준으로 나타났다.

따라서 본 연구에서는 뷰티서비스산업의 직무특성상 종사자의 기술을 토대로 고객에게 서비스를 제공하고 있으므로 윤만희(2009)의 연구에서 개발된 CMX척도를 뷰티산업에 적합한 용어로 수정하여 활용하였다.

## 6) 조직유효성

경영학에서 주로 사용하는 조직유효성이라는 개념은 조직이 얼마나 잘되고 있는가 또는 효과적인가를 표시하는 개념으로 조직의 성과를 평가하는 기준으로 보고 있으며 조직효과성과 동일한 개념으로 사용하고 있다(구형회, 2009).

남기예(2009)는 여러 변수 가운데 심리적 지표를 중심으로 직무만족, 조직몰입, 직무성과를 지표로 선택하고 신뢰도 분석한 결과 직무만족 .889, 조직몰입 .820, 직무성과 .648이었다. 또한 이준형(2013)은 조직유효성을 “조직구성원들이 조직의 목표를 이해하고 조직의 효율성을 높여 성과를 달성하기 위한 능력”이라고 정의하고 하위변인으로 직무만족, 조직몰입, 조직시민행동을 두면서 각 변인의 신뢰도를 분석한 결과 직무만족 0.926, 조직몰입 0.820, 조직시민행동 0.828의 신뢰도를 보였다. 또 유경미(2012)가 조직문화 유형, 조직몰입, 직무성과의 관계에 대한 연구에서 구성한 조직몰입 척도의 신뢰가 정서적몰입 .863, 계속적 몰입 .835, 규범적 몰입 .715로 나타났다.

따라서 본 연구에서는 조직유효성의 하위변인을 직무만족과 직무몰입으로 두고 직무만족은 사업자 단체에 소속된 근로자가 자신의 직무에 대해 느끼는 만족도를 측정하기 위한 높은 신뢰도를 가진 추재엽(2017)의 직무만족 연구항목에서 신뢰도가 높은 4개 문항을 뷰티산업의 직종 특성에 맞게 활용하였다. 직무몰입은 유경미(2012)가 Allen & Mayer(1990)의 연구와 선행연

구를 토대로 직무몰입 3요소를 수정·보완하여 구성된 정서적, 계속적, 규범적 몰입 중 직무만족과 함께 심리적 지표에 속하는 정서적 몰입의 4항목을 활용하여 직무만족과 직무몰입 총 8항목을 뷰티서비스산업에 맞게 수정하여 활용하였다.

## IV. 연구결과 및 논의

### 1. 조사대상의 일반적 특성

연구대상자의 인구통계학적 특성에 대한 빈도와 퍼센트를 알아보기 위하여 빈도분석을 실시한 결과는 <표 6>과 같다.

응답자의 성별에 대해 살펴보면 여성이 80.7%, 남성이 19.36%로 나타났고, 연령에 대해 살펴보면 20대 이하가 74.9%, 30대 13.0%, 40대 이상 8.6%, 50대 이상이 3.5%로 나타났다.

초기경력자 대상에서 40대 이상과 50대 이상을 포함한 이유는 뷰티서비스 산업의 특성을 고려했기 때문이다. 뷰티서비스산업의 특성상 학력과 연령에 제한이 없는 기능사 자격증을 취득하면 취업과 창업이 가능한 분야이므로 40대와 50대 이상의 연령에서도 새로이 뷰티서비스산업분야에 입직하는 인원이 적지 않다.

본인이 소속되어 있는 뷰티분야에 대해서는 헤어(이용업 포함)분야가 27.7%, 네일 10.9%, 피부 27.0%, 메이크업(속눈썹 및 반영구 포함) 23.0%, 종합미용업 11.4%로 나타났다. 현 근무지에서의 근속기간을 살펴보면 6개월 미만이 39.1%, 6개월~1년 21.4%, 1년~1년 6개월 12.6%, 1년 6개월~2년 2.8%, 2년~2년 6개월 2.6%, 2년 6개월~3년 21.6%로 나타났다.

<표 6> 인구통계학적 특성

구분	항목	빈도	퍼센트
성별	여성	347	80.7
	남성	83	19.3
연령	20대 이하	322	74.9
	30대	56	13.0
	40대 이상	37	8.6
	50대 이상	15	3.5
소속된 뷰티산업분야	헤어(이용업포함)	119	27.7
	네일	47	10.9
	피부	116	27.0
	메이크업(속눈썹·반영구포함)	99	23.0
	종합미용업	49	11.4
현 근무지 근속기간	~ 6개월	168	39.1
	6개월 ~ 1년	92	21.4
	1년 ~ 1년 6개월	54	12.5
	1년 6개월 ~ 2년 6개월	23	5.4
	2년 6개월 ~ 3년	93	21.6
합 계		430	100

## 2. 무형식학습 활동, LMX, TMX, CMX, 조직유효성 요인분석

본 연구에서 사용된 측정항목에 대해 타당성을 검증하고, 공통요인을 찾아내 변수로 활용하기 위해 탐색적 요인분석 (Factor Analysis)을 실시하였다. 요인분석은 일련의 관측된 변수에 근거하여 직접 관측되지 않은 요인을 확인하기 위한 것으로 수많은 변수들을 적은 수의 몇 가지 요인으로 묶어줌으로써 그 내용을 단순화하는 것이 목적이다.

본 연구에서는 요인추출법으로 주성분법(Principle Components)을 실시하였으며, 지정한 고유치 이상의 값을 갖는 요인만을 추출하였다.

요인회전과 관련하여 베리맥스 (Varimax)회전을 실시하였다. 베리맥스는 요인을 단순화하기 위한 방법으로 일반적으로 널리 사용되는 방법이다.

각 변수의 요인 간 상관관계의 정도를 나타내는 요인적재량(factor loading)의 수용기준은 보통 .30이상이면 유의하다고 보지만 보다 엄격한 기준은 .50이상이다. 본 연구에서는 .50이상을 기준으로 선택하였다.

또 요인분석은 분석방법의 특성상 각 항목들 간의 상관관계가 높아야 하는데 KMO 측도와 Bartlett의 구형성 검정은 각 항목들 간의 상관행력을 확인함으로써 사용 항목들이 요인분석에 적합한 가를 나타내주는 방법이다.

또한 본 연구에서 다 문항 척도로 측정된 문항이 동질적인 문항들로 구성되었는지 신뢰도를 검증하기 위해 문항간의 내적 일치도를 보는 Cronbach's  $\alpha$  값을 산출하였다. 일반적으로 신뢰도의 척도인 Cronbach's  $\alpha$  값은 정해진 기준이 없지만 .60 이상이면 신뢰도가 있다고 본다.

다중회귀분석을 실시하는 경우 잔차의 독립성을 검증하기 위해 Durbin-Watson 수치를 분석하였으며, 수치가 2에 가까울수록 잔차의 독립성에 대한 가정을 충족시키는 것으로 판단하였다.

#### 1) 무형식학습 활동의 차원

무형식학습 활동은 Choi(2009)의 측정도구를 활용한 황영훈(2017)의 연구에서 11개 문항을 선별하여 사용하였다.

뷰티산업 초기경력자의 무형식학습 활동의 타당성 및 신뢰도 검증을 위해 요인분석과 신뢰도 분석을 한 결과는 <표 7>과 같다. Bartlett의 단위행

렬 점검 결과  $\chi^2=1948.767$ (Sig=0.000)이므로 변수들 사이에 요인을 이룰만한 상관관계가 충분하고, KMO의 표본적합도 점검결과 KMO값이 0.893으로 나타났다으며, 공통성을 점검한 결과 0.524이상으로 변수의 요인분석 가정을 만족시키므로 다음과 같이 요인분석을 실시하였다.

그 결과 세 가지 요인이 추출되었고 모든 문항이 분석에 포함되었다. 전체 설명력은 66.55%로 나타났고, 전체 신뢰도 계수는 0.880으로 나타났다.

각 요인을 구성하는 문항들을 토대로 하여 다음과 같이 요인을 명명하였다.

요인 1은 어려운 업무를 해결하기 위해 과거에 참여한 교육훈련 등에서 배운 내용을 되돌아본다, 어려운 업무 상황에 대한 해답을 찾기 위해 나 스스로 업무매뉴얼을 참조하여 업무처리방식을 터득하려고 한다, 새로운 업무를 해야 할 때, 과거 어려운 업무 상황을 처리했던 경험을 되돌아본다, 나는 업무를 처리하기 위해 과거의 시행착오나 실수를 다시 생각해본다. 등의 내용을 포함하고 있으므로 '자기 성찰 활동'으로 명명하였다. 자기 성찰 활동 요인은 총 변량의 24.72%를 설명하며 신뢰도 분석 결과 0.687~0.845로 나타났다.

요인2는 어려운 업무 상황을 다른 사람들이 어떻게 해결하는지 관찰한다, 특정한 업무 상황과 관련하여 상사나 동료와 비공식적인 토론을 한다, 업무상의 문제를 해결하기 위해 다른 사람들과 협력한다, 휴식시간이나 일과 후에도 업무와 관련된 문제를 해결하기 위해 동료들과 아이디어를 교환한다. 등의 내용을 포함하고 있으므로 '타인과의 학습 활동'으로 명명하였다. 타인과의 학습 활동 요인은 총 변량의 21.69%를 설명하며 신뢰도 분석 결과 0.604~0.787로 나타났다.

요인3은 어려운 업무 상황 해결에 필요한 정보와 지식을 얻기 위해 외부 전문가들과 연락한다, 유용한 정보를 얻기 위해 자발적으로 세미나 등에 참

석한다, 업무 정보와 지식습득을 위해 전문 잡지 또는 관련 서적을 읽는다. 등의 내용을 포함하고 있으므로 '정보 탐색 활동'으로 명명하였다. 정보 탐색 활동 요인은 총 변량의 20.15%를 설명하며 신뢰도 분석 결과 0.714~0.848로 나타났다.

이 세 개의 요인 적재값이  $\pm 0.60$  이상으로 추출된 자기 성찰 활동, 타인과의 학습 활동, 정보 탐색 활동 요인의 Cronbach's  $\alpha$  값은 각각 0.846, 0.777, 0.770 으로 나타나 타당성이 확보된 것으로 분석되었고 신뢰할 수 있는 수준인 것으로 볼 수 있다.

<표 7> 무형식학습 활동 질문지의 요인분석 결과

item	factor			공통성
	자기성찰 활동	타인과의 학습활동	외부정보 탐색활동	
새로운 업무를 해야 할 때, 과거 어려운 업무 상황을 처리했던 경험을 되돌아본다.	0.845	0.253	0.103	0.788
나는 업무를 처리하기 위해 과거의 시행착오나 실수를 다시 생각해본다.	0.791	0.249	0.122	0.702
어려운 업무 상황에 대한 해답을 찾기 위해 나 스스로 업무매뉴얼을 참조하여 업무처리방식을 터득하려고 한 다.	0.708	0.197	0.288	0.624
어려운 업무를 해결하기 위해 과거에 참여한 교육훈련 등에서 배운 내용을 되돌아본다.	0.687	0.224	0.373	0.661
어려운 업무 상황을 다른 사람들이 어떻게 해결하는지 관찰한다.	0.212	0.787	0.115	0.677
특정한 업무 상황과 관련하여 상사나 동료와 비공식적 인 토론을 한다.	0.187	0.758	0.197	0.648
업무상의 문제를 해결하기 위해 다른 사람들과 협력한 다.	0.363	0.700	0.094	0.631
휴식시간이나 일과 후에도 업무와 관련된 문제를 해결 하기 위해 동료들과 아이디어를 교환한다.	0.151	0.604	0.369	0.524
유용한 정보를 얻기 위해 자발적으로 세미나 등에 참 석한다.	0.179	0.138	0.848	0.769
어려운 업무 상황 해결에 필요한 정보와 지식을 얻기 위해 외부 전문가들과 연락한다.	0.107	0.297	0.737	0.643
업무 정보와 지식습득을 위해 전문 잡지 또는 관련 서 적을 읽는다.	0.361	0.120	0.714	0.654
고유값	2.719	2.386	2.216	
분산(%)	24.721	21.687	20.145	
누적(%)	24.721	46.409	66.553	
신뢰도(Cronbach's $\alpha$ )	0.846	0.777	0.770	
전체신뢰도	0.880			
KMO와 Bartlett 검정	KMO=.893, $\chi^2=1948.767$ $p<.000$			

\*\*\*  $p<.001$

## 2) LMX

LMX는 Liden과 Maslyn(1998)의 도구를 조현정(2015)이 직접 번안하고 교육학박사 학위 소지자 2명 및 외국에서 5년 이상 거주한 인적자원개발 석사 전공자에게 안면타당도를 검증받은 5점 리커트척도로 재구성된 도구와 윤만희와 박정준(2005)의 연구에서 사용하였던 것으로서 11개의 문항을 수정하여 사용하였다.

뷰티서비스산업 초기경력자의 LMX에 대한 타당성 및 신뢰도 검증을 위해 요인분석과 신뢰도 분석을 한 결과 <표 8>과 같다. Bartlett의 단위행렬 점검 결과  $\chi^2=3376.146$ (Sig=0.000)이므로 변수들 사이에 요인을 이룰만한 상관관계가 충분하고, KMO의 표본적합도 점검결과 KMO값이 0.923으로 나타났으며, 공통성을 점검한 결과 0.716 이상으로 변수의 요인분석 가정을 만족시키므로 다음과 같이 요인분석을 실시하였다. 그 결과 두 가지 요인이 추출되었고 모든 문항이 포함되었다. 전체 설명력은 81.70%로 나타났고, 전체 신뢰도 계수는 0.932로 나타났다. 각 요인을 구성하는 문항들을 토대로 하여 다음과 같이 요인을 명명하였다.

요인 1은 나는 나의 상사의 업무관련 지식에 감명을 받는다, 나는 나의 상사의 직업적인 기술에 감탄한다, 나는 나의 상사의 업무에 관한 능력과 지식을 존경한다. 등의 내용을 포함하고 있으므로 ‘지적 존경’으로 명명하였다. 지적 존경 요인은 총 변량의 24.19%를 설명하며 신뢰도 분석 결과 0.798~0.862로 나타났다.

요인2는 나는 나의 상사를 인간적으로 좋아한다, 나의 상사는 내가 친구로 삼고 싶은 유형이다, 나의 상사와 일하는 것은 즐겁다. 등의 내용을 포함하고 있으므로 ‘애착’으로 명명하였다. 애착 요인은 총 변량의 22.25%를 설명하며 신뢰도 분석 결과 0.756~0.817로 나타났다.

요인3은 나의 상사는 내가 업무상 문제를 완전히 알지 못해도 뒷사람 앞에서 나의 업무활동을 지지해 준다, 내가 만약 다른 사람으로부터 공격을 받는다면 나의 상사는 나를 방어해 줄 것이다, 나의 상사는 내가 명백한 실수를 했다하더라도 조직 내 다른 사람으로부터 나를 보호해 줄 것이다. 등의 내용을 포함하고 있으므로 '충성'으로 명명하였다. 충성 요인은 총 변량의 19.50%를 설명하며 신뢰도 분석 결과 0.675~0.793으로 나타났다.

요인 4는 나는 업무 범위를 넘어선 부분이라도 나의 상사를 위해 일한다, 나는 조직의 이익을 위해 필요한 수준 이상의 추가적인 노력을 기꺼이 할 것이다. 등의 내용을 '공헌'으로 명명하였다. 공헌 요인은 총 변량의 15.76%를 설명하며 신뢰도 분석 결과 0.791~0.788로 나타났다.

이 네 개의 요인 적재 값이 +.70 이상으로 추출된 지적 존경, 애착, 충성, 공헌 요인의 Cronbach's  $\alpha$  값은 각각 0.925, 0.891, 0.834, 0.761 으로 나타나 타당성이 확보된 것으로 분석되었고 신뢰할 수 있는 수준인 것으로 볼 수 있다.

<표 8> LMX 질문지의 요인분석 결과

item	factor				공통성
	지적존경	애착	충성	공헌	
나는 나의 상사의 직업적인 기술에 감탄한다.	0.862	0.217	0.267	0.186	0.897
나는 나의 상사의 업무에 관한 능력과 지식을 존경한다.	0.837	0.268	0.231	0.231	0.878
나는 나의 상사의 업무관련 지식에 감명을 받는다.	0.798	0.234	0.249	0.276	0.830
나의 상사는 내가 친구로 삼고 싶은 유형이다.	0.205	0.817	0.248	0.243	0.831
나의 상사와 일하는 것은 즐겁다	0.211	0.804	0.300	0.242	0.841
나는 나의 상사를 인간적으로 좋아한다.	0.346	0.756	0.300	0.170	0.810
내가 만약 다른 사람으로부터 공격을 받는다면 나의 상사는 나를 방어해 줄 것이다.	0.314	0.280	0.793	0.150	0.828
나의 상사는 내가 명백한 실수를 했다하더라도 조직 내 다른 사람으로부터 나를 보호해 줄 것이다.	0.175	0.278	0.725	0.340	0.750
나의 상사는 내가 업무상 문제를 완전히 알지 못해도 뒷사람 앞에서 나의 업무활동을 지지해 준다.	0.331	0.337	0.675	0.196	0.716
나는 조직의 이익을 위해 필요한 수준 이상의 추가적인 노력을 기꺼이 할 것이다.	0.280	0.219	0.215	0.791	0.799
나는 업무 범위를 넘어선 부분이라도 나의 상사를 위해 일한다.	0.238	0.264	0.245	0.788	0.807
고유값	2.661	2.448	2.145	1.734	
분산(%)	24.188	22.252	19.497	15.763	
누적(%)	24.188	46.441	65.938	81.701	
신뢰도(Cronbach's <i>a</i> )	0.925	0.891	0.834	0.761	
전체신뢰도			0.932		
KMO와 Bartlett 검정		KMO=.923, $\chi^2=3376.146$ $p<.000$			

\*\*\* $p<.001$

### 3) TMX의 차원

TMX는 김순희(2010)의 연구가 본 연구의 목적과 부합하다고 판단되어 TMX를 측정하기 위해 Seers et al.(1995)이 개발한 측정도구를 2개의 하위 요인으로 분석한 11개의 문항을 질문자가 수정하여 사용하였다.

뷰티서비스산업 초기경력자의 TMX에 대한 타당성 및 신뢰도 검증을 위해 요인분석과 신뢰도 분석을 한 결과 <표 9>와 같다. Bartlett의 단위행렬 점검 결과  $\chi^2=2102.427$ (Sig=0.000)이므로 변수들 사이에 요인을 이룰만한 상관관계가 충분하고, KMO의 표본적합도 점검결과 KMO값이 0.907로 나타났으며, 공통성을 점검한 결과 0.584이상으로 변수의 요인분석 가정을 만족시키므로 다음과 같이 요인분석을 실시하였다. 그 결과 두 가지 요인이 추출되었고 1개의 문항이 삭제되었다. 전체 설명력은 64.0%로 나타났고, 전체 신뢰도 계수는 0.901로 나타났다. 각 요인을 구성하는 문항들을 토대로 하여 다음과 같이 요인을 명명하였다.

요인1은 팀 동료들은 나의 문제점 및 요구사항들을 제대로 이해한다, 팀 동료들은 내가 언제 팀 업무에 참여하는 것이 좋은지 알려준다, 팀 동료들은 나의 잠재력을 제대로 인정한다, 팀 동료들은 나에게 보다 나은 작업방법을 제시한다, 팀 동료들은 내가 업무를 끝낼 수 있도록 기꺼이 도와준다. 등의 내용을 포함하고 있으므로 '타인 관점'으로 명명하였다. 타인 관점 요인은 총 변량의 32.71%를 설명하며 신뢰도 분석 결과 0.719~0.773으로 나타났다.

요인2는 나는 팀 동료들에게 나의 업무를 보다 순조롭게 하기 위하여 언제 도와주어야 하는지를 때때로 알려준다, 나는 팀 동료들에게 보다 나은 작업방법을 제시한다, 나는 팀 동료들의 업무를 순조롭게 하기 위하여 나의 업무를 융통성 있게 바꾼다, 나는 팀 동료들이 업무를 끝낼 수 있도록 기꺼

이 도와준다, 업무가 바쁠 때 나는 종종 팀 동료들을 자발적으로 도와준다. 등의 내용을 포함하고 있으므로 ‘자기 관점’으로 명명하였다. 이 자기관점 요인은 총 변량의 31.27%를 설명하며 신뢰도 분석 결과 0.654~0.791로 나타났다.

이 두 개의 요인 적재 값이 +.50 이상으로 추출된 타인 관점, 자기 관점 요인의 Cronbach's  $\alpha$  값은 각각 0.862, 0.850 으로 나타나 타당성이 확보된 것으로 분석되었고 신뢰할 수 있는 수준인 것으로 볼 수 있다.

<표 9> TMX 질문지의 요인분석 결과

item	factor		공통성
	타인 관점	자기 관점	
팀 동료들은 나의 잠재력을 제대로 인정한다.	0.773	0.172	0.628
팀 동료들은 나에게 보다 나은 작업방법을 제시한다.	0.764	0.247	0.644
팀 동료들은 내가 언제 팀 업무에 참여하는 것이 좋은지 알려준다.	0.756	0.287	0.654
팀 동료들은 나의 문제점 및 요구사항들을 제대로 이해한다.	0.735	0.313	0.638
팀 동료들은 내가 업무를 끝낼 수 있도록 기꺼이 도와준다.	0.719	0.391	0.670
나는 팀 동료들에게 보다 나은 작업방법을 제시한다.	0.225	0.798	0.688
나는 팀 동료들에게 나의 업무를 보다 순조롭게 하기 위하여 언제 도와주어야 하는지를 때때로 알려준다.	0.176	0.791	0.656
나는 팀 동료들의 업무를 순조롭게 하기 위하여 나의 업무를 융통성 있게 바꾼다.	0.271	0.729	0.605
나는 팀 동료들이 업무를 끝낼 수 있도록 기꺼이 도와준다.	0.387	0.694	0.632
업무가 바쁠 때 나는 종종 팀 동료들을 자발적으로 도와준다.	0.396	0.654	0.584
고유값	3.271	3.127	
분산(%)	32.714	31.270	
누적(%)	32.714	63.984	
신뢰도(Cronbach's $\alpha$ )	0.862	0.850	
전체신뢰도		0.901	
KMO와 Bartlett 검정	KMO=.907, $\chi^2=2102.427$ $p<.000$		

\*\*\* $p<.001$

#### 4) CMX의 차원

CMX는 박정준(2003)이 개발하여 전문가 집단과 현장 실무자들에게 예비 조사를 거쳐 타당성 검토과정을 거친 후 19개 항목 측정도구와 윤만희(2005)가 CMX를 측정하기 위해 LMX, TMX 척도 관련 선행연구를 토대로

개발한 9개의 항목을 활용하여 2009년 연구의 척도 순화과정에서 3개의 항목을 추가로 삭제하여 최종적으로 남겨진 6개의 문항들을 참고하여 질문자가 6개의 문항을 수정하여 사용하였다.

뷰티서비스산업 초기경력자의 CMX에 대한 타당성 및 신뢰도 검증을 위해 요인분석과 신뢰도 분석을 한 결과 <표 10>과 같다. Bartlett의 단위행렬 점검 결과  $\chi^2=1540.902$ (Sig=0.000)이므로 변수들 사이에 요인을 이룰만한 상관관계가 충분하고, KMO의 표본적합도 점검결과 KMO값이 0.893으로 나타났으며, 공통성을 점검한 결과 0.647 이상으로 변수의 요인분석 가정을 만족시키므로 다음과 같이 요인분석을 실시하였다. 그 결과 한 가지 요인이 추출되었고 모든 문항이 포함되었다. 전체 설명력은 68.23%로 나타났고, 전체 신뢰도 계수는 0.906으로 나타났다. 이 요인을 구성하는 문항들을 토대로 하여 다음과 같이 요인을 명명하였다.

단일요인은 우리 샵의 고객은 종업원인 나를 서비스 전문가로 인정하고 존중해 주는 편이다, 우리 샵의 고객은 훌륭한 서비스를 제공받게 되면 종업원인 나에게 이를 칭찬해 준다, 나는 우리 샵의 고객을 대체로 신뢰한다, 우리 샵의 고객은 종업원인 나를 대체로 따뜻하게 대해 주는 편이다, 우리 샵의 고객은 종업원인 나를 대체로 좋아하는 편이다, 나는 우리 샵의 고객들에 대해 애착심을 가지고 있다. 등의 내용을 포함하고 있으므로 'CMX'로 명명하였다. CMX는 총 변량의 68.23%를 설명하여 신뢰도 분석 결과 0.804~0.854로 나타났다.

이 단일 요인 적재 값이 +.60 이상으로 추출된 CMX 요인의 Cronbach's  $\alpha$  값은 0.906으로 나타나 타당성이 확보된 것으로 분석되었고 신뢰할 수 있는 수준인 것으로 볼 수 있다.

<표 10> CMX 질문지의 요인분석 결과

item	factor	공통성
	CMX	
우리 샵의 고객은 종업원인 나를 대체로 좋아하는 편이다.	0.854	0.729
우리 샵의 고객은 종업원인 나를 대체로 따뜻하게 대해 주는 편이다.	0.846	0.716
우리 샵의 고객은 종업원인 나를 서비스 전문가로 인정하고 존중해 주는 편이다.	0.821	0.674
우리 샵의 고객은 훌륭한 서비스를 제공받게 되면 종업원인 나에게 이를 칭찬해 준다.	0.815	0.665
나는 우리 샵의 고객을 대체로 신뢰한다.	0.815	0.664
나는 우리 샵의 고객들에 대해 애착심을 가지고 있다.	0.804	0.647
고유값	4.094	
분산(%)	68.233	
누적(%)	68.233	
신뢰도(Cronbach's $\alpha$ )	0.906	
전체신뢰도	0.906	
KMO와 Bartlett 검정	KMO=.893, $\chi^2=1540.902$ $p<.000$	

\*\*\*  $p<.001$

### 5) 조직유효성의 차원

조직유효성은 추재엽(2017)이 사용한 높은 신뢰도를 가진 4개 항목과 유경미(2012)가 Allen & Mayer(1990)의 연구와 선행연구를 토대로 활용한 4개의 문항, 총 8개의 문항을 질문자가 수정하여 사용하였다.

뷰티서비스산업 초기경력자의 조직유효성에 대한 타당성 및 신뢰도 검증 을 위해 요인분석과 신뢰도 분석을 한 결과 <표 11>과 같다. Bartlett의 단위행렬 점검 결과  $\chi^2=2672.382$ (Sig=0.000)이므로 변수들 사이에 요인을 이를

만한 상관관계가 충분하고, KMO의 표본적합도 점검결과 KMO값이 0.903으로 나타났으며, 공통성을 점검한 결과 0.706 이상으로 변수의 요인분석 가정을 만족시키므로 다음과 같이 요인분석을 실시하였다. 그 결과 두 가지 요인이 추출되었고 모든 문항이 포함되었다. 전체 설명력은 78.28%로 나타났고, 전체 신뢰도 계수는 0.932로 나타났다. 각 요인을 구성하는 문항들을 토대로 하여 다음과 같이 요인을 명명하였다.

요인1은 나는 현재 근무지가 다른 어떤 근무지보다 좋은 곳이라고 생각한다, 현재 근무하고 있는 곳은 일하는 방식에 최선을 다할 수 있는 포부를 갖도록 해준다, 주위 사람들에게 현재 근무하고 있는 곳이 일하기 좋은 곳이라고 말하곤 한다, 나는 다른 곳보다 현재 근무지를 선택한 것이 매우 잘한 일이라고 생각한다. 등의 내용을 포함하고 있으므로 ‘직무몰입’으로 명명하였다. 직무몰입 요인은 총 변량의 40.29%를 설명하며 신뢰도 분석 결과 0.759~0.857로 나타났다.

요인2는 나는 내가 수행하는 직무에 업무에 보람을 느낀다, 내가 수행하는 업무가 적성에 맞다, 내가 수행한 업무의 결과에 만족한다, 내가 수행하는 업무에 전반적으로 만족한다. 등의 내용을 포함하고 있으므로 ‘직무만족’으로 명명하였다. 직무 만족 요인은 총 변량의 38.0%를 설명하며 신뢰도 분석 결과 0.700~0.838로 나타났다.

이 두 개의 요인 적재 값이 +.70 이상으로 추출된 직무몰입, 직무만족 요인의 Cronbach's  $\alpha$  값은 각각 0.917, 0.894 로 나타나 타당성이 확보된 것으로 분석되었고 신뢰할 수 있는 수준인 것으로 볼 수 있다.

<표 11> 조직유효성 질문지의 요인분석 결과

item	factor		공통성
	직무몰입	직무만족	
나는 다른 곳보다 현재 근무지를 선택한 것이 매우 잘한 일이라고 생각한다.	0.857	0.321	0.837
주위 사람들에게 현재 근무하고 있는 곳이 일하기 좋은 곳이라고 말하곤 한다.	0.837	0.346	0.821
나는 현재 근무지가 다른 어떤 근무지보다 좋은 곳이라고 생각한다.	0.821	0.326	0.779
현재 근무하고 있는 곳은 일하는 방식에 최선을 다할 수 있는 포부를 갖도록 해준다.	0.759	0.436	0.767
내가 수행한 업무의 결과에 만족한다.	0.305	0.838	0.795
내가 수행하는 업무에 전반적으로 만족한다.	0.305	0.837	0.794
나는 내가 수행하는 업무에 보람을 느낀다.	0.369	0.792	0.763
내가 수행하는 업무가 적성에 맞다.	0.465	0.700	0.706
고유값	3.223	3.040	
분산(%)	40.286	37.998	
누적(%)	40.286	78.284	
신뢰도(Cronbach's $\alpha$ )	0.917	0.894	
전체신뢰도		0.932	
KMO와 Bartlett 검정	KMO=.903, $\chi^2=2672.382$		$p<.000$

\*\*\*  $p<.001$

### 3. 뷰티서비스산업 초기경력자의 무형식학습 활동, LMX, TMX, CMX, 조직유효성간의 상관관계

본 연구에서는 앞서 제시한 각 항목변수의 상관관계를 검증하였고, 상관관계 분석을 통하여 검증된 뷰티산업 초기경력자의 무형식학습 활동, LMX, TMX, CMX, 조직유효성 각 변수들의 인과관계를 검증 하였다.

다음 <표 12>는 각 변수 간 상관관계를 알아보기 위하여 상관관계 검증을 실시한 결과이다.

분석결과 모든 변수가 통계적으로 유의미한 관계가 있는 것으로 나타났다.( $p < .01$ )

본 연구에서는 뷰티서비스산업 초기경력자의 무형식학습 활동, LMX, TMX, CMX, 조직유효성의 각 변수 간 인과관계를 예측하기에 적합할 것으로 가정하였다. 연구결과 뷰티서비스산업 초기경력자의 무형식학습 활동과 LMX, TMX, CMX는 인과관계를 예측하기에 적합한 것으로 나타났다.

이러한 결과는 뷰티서비스산업 초기경력자의 무형식학습 활동에서 LMX, TMX, CMX, 조직유효성이 유의미한 영향을 미치는 변인임을 나타낸다.

뷰티서비스산업 초기경력자는 대표적으로 타인과의 학습활동, 외부정보 탐색활동, 자기 성찰 활동 등을 통해 무형식학습 활동이 이루어지고 있음이 밝혀졌다. 그동안 이루어져온 다른 분야의 무형식학습 활동 뿐 아니라 뷰티산업 초기경력자의 무형식학습 활동은 각각의 특성에 따라 각 요인과 상호작용으로 이루어지고 있으므로 LMX, TMX, CMX와 같은 사회교환관계 이론의 변인을 함께 고려하여 뷰티산업 초기경력자의 무형식학습 활동에 관심을 기울여야 함을 알 수 있다.

<표 12> 상관관계분석

구분	평균	표준 편차	타인과의 학습활동	외부정보 탐색활동	자기 성찰 활동	애착	충성	공헌	지적존경	자기관점	타인관점	CMX	직무만족
타인과의 학습활동	3.637	0.661	1										
외부정보 탐색활동	3.370	0.799	.508**	1									
자기성찰 활동	3.781	0.683	.587**	.536**	1								
애착	3.224	0.815	.299**	.221**	.243**	1							
충성	3.354	0.719	.335**	.249**	.280**	.715**	1						
공헌	3.181	0.818	.328**	.274**	.282**	.608**	.630**	1					
지적존경	3.475	0.830	.350**	.218**	.295**	.618**	.660**	.606**	1				
자기관점	3.674	0.575	.531**	.372**	.508**	.296**	.362**	.325**	.390**	1			
타인관점	3.609	0.586	.464**	.418**	.512**	.313**	.388**	.331**	.364**	.664**	1		
CMX	3.667	0.607	.350**	.432**	.463**	.326**	.351**	.279**	.284**	.452**	.590**	1	
직무만족	3.723	0.640	.428**	.400**	.496**	.402**	.383**	.356**	.429**	.511**	.567**	.633**	1
직무몰입	3.623	0.739	.416**	.356**	.456**	.479**	.458**	.429**	.473**	.454**	.510**	.564**	.739**

\*\* $p < .01$

#### 4. 뷰티서비스산업 초기경력자의 인구통계적 변인에 따른 무형식 학습활동, LMX, TMX, CMX, 조직유효성의 차이분석

##### 1) 인구통계학적 변인에 따른 무형식 학습활동 차이분석

인구통계학적 변인에 따른 무형식 학습활동 특성의 차이를 분석한 결과, 각 집단별로 무형식 학습활동 특성에 차이가 있음을 발견할 수 있었다.

<표 13> 인구통계학적 변인에 따른 무형식 학습활동 특성 차이분석

인구통계적 변인		무형식 학습활동 특성	타인과의 학습활동	외부정보 탐색활동	자기성찰 활동
전 체			3.64	3.37	3.78
성별	여성 <sup>a</sup>		3.66	3.41	3.82
	남성 <sup>b</sup>		3.53	3.18	3.63
	t		1.477	2.411*	2.303*
	평균비교		a>b	a>b	a>b
연령대	20대 이하 <sup>a</sup>		3.59	3.24	3.69
	30대 <sup>b</sup>		3.67	3.69	3.99
	40대 <sup>c</sup>		3.72	3.66	3.93
	50대 이상 <sup>d</sup>		4.28	4.27	4.60
	F		5.634**	15.120***	12.218***
	사후분석		-	-	-
뷰티분야	헤어(이용업포함) <sup>a</sup>		3.64	3.38	3.74
	네일 <sup>b</sup>		3.63	3.32	3.82
	피부 <sup>c</sup>		3.64	3.34	3.72
	메이크업 (속눈썹·반영구포함) <sup>d</sup>		3.65	3.50	3.94
	종합미용업 <sup>e</sup>		3.61	3.20	3.65
	F		0.029	1.277	2.119
	사후분석		-	-	-
근속기간 (현근무지)	~6개월 <sup>a</sup>		3.61	3.29	3.74
	6개월~1년 <sup>b</sup>		3.54	3.28	3.68
	1년~1년6개월 <sup>c</sup>		3.64	3.30	3.69
	1년6개월~2년 <sup>d</sup>		3.96	3.69	4.27
	2년~2년6개월 <sup>e</sup>		3.75	3.88	4.30
	2년6개월~3년 <sup>f</sup>		3.91	3.91	4.17
	3년~ <sup>g</sup>		3.47	3.10	3.50
	F		2.841*	6.947***	7.116***
	사후분석		-	f>c>a>b>g,	e>d>f>a>c>b>g

성별의 경우 성별에 따라 외부정보 탐색활동과 자기성찰활동에 차이가 있음을 알 수 있었다.( $p < .05$ ) 여성이 남성보다 무형식 학습활동 모두에서 높게 나타났다.

연령대별 구분의 경우에는 타인과의 학습활동과 외부정보 탐색활동 및 자기성찰활동에 집단별로 차이가 있음을 알 수 있었다.( $p < .01$ )

그러나, 사후분석에서 각 연령대별 차이는 통계적으로 유의하지 않았다.

뷰티분야에 따른 구분에서는 무형식 학습활동 전부에 대해 집단별로 차이가 없음을 알 수 있었다.

현 근무지 근속기간별로 구분한 결과 타인과의 학습활동과 외부정보 탐색활동 및 자기성찰활동에 집단별로 차이가 있음을 알 수 있었다.( $p < .05$ )

사후분석에서 외부정보 탐색활동과 자기성찰 활동에서 각 근속기간별로 통계적으로 유의한 차이가 나타났다.( $p < .05$ ) 먼저, 외부정보 탐색활동에서는 2년 6개월~3년 > 1년 6개월~2년 > 2년 6개월~3년 > ~6개월 > 1년~1년 6개월 > 6개월~1년 > 3년 이상 순으로 높게 나타났다. 반면, 자기성찰 활동은 2년 6개월~3년 > ~6개월 > 1년~1년 6개월 > 6개월~1년 > 3년 이상 순으로 높게 나타났다.

이는 한 근무지에서 2년 이상 안정적으로 근무하면서 본인의 업무결과를 본인이 성찰할 수 있는 기회가 많이 주어지며 외부정보를 탐색하면서 업무 상황을 해결하는 상황이 많이 발생할 수 있어 이와 같은 결과가 나타났다고 볼 수 있다.

## 2) 인구통계학적 변인에 따른 LMX 특성 차이분석

인구통계학적 변인에 따른 LMX의 차이를 분석한 결과, 성별은 각 집단별로 LMX 중 지적존경, 애착, 충성에 대해서 통계적으로 차이가 있음을 알

수 있었다. ( $p < .05$ )

성별에 따른 구분으로는 여성이 남성보다 LMX 모두에서 높게 나타났다. 연령대별 구분의 경우에는 LMX 항목 중 애착만 집단별로 차이가 있음을 알 수 있었다. ( $p < .05$ )

그러나, 사후분석에서 각 연령대별 차이는 통계적으로 유의하지 않았다.

뷰티서비스산업분야에 따른 구분에서는 LMX 전부에 대해 집단별로 차이가 없음을 알 수 있었다.

현 근무지 근속기간별로 구분한 결과 LMX 중 애착에 대해서만 집단별로 차이가 있음을 알 수 있었다. ( $p < .05$ )

그러나, 사후분석에서는 각 근속기간별 차이는 통계적으로 유의하지 않았다.

<표 14> 인구통계학적 변인에 따른 LMX특성 차이분석

인구통계적 변인		LMX 특성	지적존경	애착	충성	공헌
		전 체				
		전 체	3.48	3.22	3.35	3.18
성별		여성 <sup>a</sup>	3.52	3.26	3.40	3.20
		남성 <sup>b</sup>	3.28	3.06	3.16	3.11
		t	2.435*	2.156*	2.812**	0.829
		평균비교	a>b	a>b	a>b	a>b
연령대		20대 이하 <sup>a</sup>	3.45	3.18	3.33	3.16
		30대 <sup>b</sup>	3.51	3.20	3.37	3.14
		40대 <sup>c</sup>	3.66	3.58	3.49	3.32
		50대 이상 <sup>d</sup>	3.44	3.33	3.51	3.40
		F	0.724	2.726*	0.793	0.837
		사후분석	-	-	-	-
뷰티분야		헤어(이용업포함) <sup>a</sup>	3.43	3.16	3.31	3.08
		네일 <sup>b</sup>	3.48	3.40	3.47	3.16
		피부 <sup>c</sup>	3.49	3.15	3.32	3.19
		메이크업(속눈썹·반영구포함) <sup>d</sup>	3.52	3.35	3.38	3.23
		종합미용업 <sup>e</sup>	3.46	3.12	3.38	3.32
		F	0.186	1.768	0.499	0.901
		사후분석	-	-	-	-
근속기간 (현근무지)		~6개월 <sup>a</sup>	3.48	3.26	3.36	3.16
		6개월~1년 <sup>b</sup>	3.46	3.21	3.28	3.09
		1년~1년6개월 <sup>c</sup>	3.28	2.98	3.18	3.00
		1년6개월~2년 <sup>d</sup>	3.58	3.11	3.64	3.17
		2년~2년6개월 <sup>e</sup>	3.58	3.09	3.45	3.27
		2년6개월~3년 <sup>f</sup>	3.63	3.51	3.59	3.43
		3년~ <sup>g</sup>	3.50	3.15	3.35	3.38
		F	0.867	2.128*	2.030	1.906
		사후분석	-	-	-	-

### 3) 인구통계학적 변인에 따른 TMX 및 CMX 특성 차이분석

인구통계학적 변인에 따른 TMX 및 CMX 특성의 차이를 분석한 결과, 성별은 각 집단별로 TMX는 모두 통계적으로 유의하지 않았으나, CMX에 대해서 통계적으로 차이가 있음을 알 수 있었다.(p<.01) 여성이 남성보다 TMX 및 CMX 모두에서 높게 나타났다.

연령대별 구분의 경우에는 TMX와 CMX 모두에 대해서 집단별로 차이가 있음을 알 수 있었다.( $p < .001$ )

그러나, 사후분석에서 각 연령대별 차이는 통계적으로 유의하지 않았다.

뷰티분야에 따른 구분에서는 각 집단별로 TMX는 모두 통계적으로 유의하지 않았으나, CMX에 대해서 통계적으로 차이가 있음을 알 수 있었다.( $p < .05$ )

그러나, 사후분석에서 각 뷰티분야별 차이는 통계적으로 유의하지 않았다.

현 근무지 근속기간별로 구분한 결과 TMX와 CMX 모두에 대해서 집단별로 차이가 있음을 알 수 있었다.( $p < .001$ )

사후분석에서 TMX와 CMX 모두에서 각 근속기간별로 통계적으로 유의한 차이가 나타났다.( $p < .05$ ) 먼저, TMX 중 자기관점에서는 2년~2년 6개월>6개월~1년 순으로 높게 나타났다. 반면, TMX 중 타인관점은 1년6개월~2년>1년~1년 6개월>2년 6개월~3년>6개월~1년 순으로 높게 나타났다. CMX는 2년~2년 6개월>2년 6개월~3년>1년 6개월~2년>6개월~1년>~6개월>3년 이상>1년~1년 6개월 순으로 높게 나타났다.

<표 15> 인구통계학적 변인에 따른 TMX 및 CMX 특성 차이분석

인구통계적 변인		TMX 및 CMX 특성	TMX		CMX
			자기관점	타인관점	CMX
전 체			3.67	3.61	3.67
성별	여성 <sup>a</sup>		3.70	3.62	3.70
	남성 <sup>b</sup>		3.59	3.55	3.51
	t		1.528	1.037	3.012**
	평균비교		a>b	a>b	a>b
연령대	20대 이하 <sup>a</sup>		3.62	3.54	3.54
	30대 <sup>b</sup>		3.77	3.83	3.92
	40대 <sup>c</sup>		3.72	3.66	4.00
	50대 이상 <sup>d</sup>		4.31	4.08	4.56
	F		7.808***	7.668***	26.028***
	사후분석		-	-	-
뷰티분야	헤어(이용업포함) <sup>a</sup>		3.65	3.60	3.59
	네일 <sup>b</sup>		3.60	3.60	3.76
	피부 <sup>c</sup>		3.62	3.57	3.64
	메이크업(속눈썹·반영구포함) <sup>d</sup>		3.81	3.71	3.81
	종합미용업 <sup>e</sup>		3.65	3.52	3.55
	F		1.833	1.072	2.655*
	사후분석		-	-	-
근속기간 (현근무지)	~6개월 <sup>a</sup>		3.70	3.62	3.57
	6개월~1년 <sup>b</sup>		3.49	3.48	3.61
	1년~1년6개월 <sup>c</sup>		3.60	3.47	3.48
	1년6개월~2년 <sup>d</sup>		3.83	4.17	4.13
	2년~2년6개월 <sup>e</sup>		3.96	3.96	4.29
	2년6개월~3년 <sup>f</sup>		3.97	3.84	4.16
	3년~ <sup>g</sup>		3.60	3.50	3.50
	F		4.938***	5.596***	12.908***
	사후분석		e>b	d>c>f>b	e>f>d>b>a>g>c

#### 4) 인구통계학적 변인에 따른 조직유효성 특성 차이분석

인구통계학적 변인에 따른 조직유효성 특성의 차이를 분석한 결과, 성별은 각 집단별로 조직유효성 중 직무몰입에 대해서 통계적으로 차이가 있음을 알 수 있었다. ( $p<.01$ ) 여성이 남성보다 조직유효성 모두에서 높게 나타났다.

연령대별 구분의 경우에는 조직유효성 모두에 집단별로 차이가 있음을 알 수 있었다.( $p<.01$ )

사후분석에서 직무만족과 직무몰입 모두에서 각 연령대별로 통계적으로 유의한 차이가 나타났다.( $p<.05$ ) 먼저, 직무만족은 50대 이상>40대>30대>20대 이하 순으로 높게 나타났다. 직무몰입은 40대>20대 이하 순으로 높게 나타났다.

직무만족과 직무몰입이 비교적 여성의 성별과 높은 연령대에서 높게 나타난 것은 여성의 사회적 진출이 증가되면서 본인이 선택한 직무현장에서 업무수행이 가능한 상황의 긍정적 지표라고 할 수 있다.

뷰티분야에 따른 구분에서는 직무만족과 직무몰입 모두에서 집단별로 차이가 있음을 알 수 있었다.( $p<.05$ )

반면, 사후분석에서 조직유효성 중 직무만족에 대해서만 각 뷰티분야별로 통계적으로 유의한 차이가 나타났다.( $p<.05$ ) 직무만족은 메이크업(속눈썹·반영구포함)>종합미용업>헤어(이용업포함) 순으로 높게 나타났다.

이용업이 포함된 헤어직무분야에서 직무만족이 낮게 나타난 것은 많은 업체에서 구인을 하고 있지만 고된 업무환경과 입직 후 숙련도에 따른 단계별 진급이 어려워 입직 후 만족하지 못하는 것으로 파악된다.

현 근무지 근속기간별로 구분한 결과 조직유효성 모두에 대해 집단별로 차이가 있음을 알 수 있었다.( $p<.001$ )

사후분석에서 조직유효성 모두에 대해 각 근속기간별로 통계적으로 유의한 차이가 나타났다.( $p<.05$ ) 먼저, 직무만족에서는 2년 6개월~3년>3년 이상>1년~1년 6개월>6개월~1년>~6개월 순으로 높게 나타났다. 반면, 직무몰입은 2년 6개월~3년>6개월~1년>1년~1년6개월>~6개월 순으로 높게 나타났다. 이는 본 연구가 한 근무지에서 이직없이 근속한 초기경력자를 대상으로 하고 있으므로 근무지 한 곳에서 근속한 사람이 만족과 몰입이 높아

이직 없이 근속하고 있는 것으로 파악할 수 있다.

<표 16> 인구통계학적 변인에 따른 조직유효성 특성 차이분석

인구통계적 변인		조직유효성 특성	직무만족	직무몰입
전 체			3.72	3.62
성별	여성 <sup>a</sup>		3.75	3.67
	남성 <sup>b</sup>		3.60	3.41
	t		1.911	2.914**
	평균비교		a>b	a>b
연령대	20대 이하 <sup>a</sup>		3.62	3.54
	30대 <sup>b</sup>		3.99	3.79
	40대 <sup>c</sup>		3.99	3.97
	50대 이상 <sup>d</sup>		4.17	3.93
	F		11.166***	5.959**
	사후분석		d>c>b>a	c>a
뷰티분야	헤어(이용업포함) <sup>a</sup>		3.58	3.51
	네일 <sup>b</sup>		3.72	3.65
	피부 <sup>c</sup>		3.72	3.59
	메이크업(속눈썹·반영구포함) <sup>d</sup>		3.96	3.82
	종합미용업 <sup>e</sup>		3.60	3.55
	F		5.651***	2.678*
	사후분석		d>e>a	-
근속기간 (현근무지)	~6개월 <sup>a</sup>		3.66	3.59
	6개월~1년 <sup>b</sup>		3.65	3.50
	1년~1년6개월 <sup>c</sup>		3.64	3.50
	1년6개월~2년 <sup>d</sup>		3.94	3.98
	2년~2년6개월 <sup>e</sup>		4.05	4.11
	2년6개월~3년 <sup>f</sup>		4.14	4.01
	3년~ <sup>g</sup>		3.54	3.48
	F		5.932***	4.869***
	사후분석		f>g>c>b>a	f>b>c>a

## 5. 뷰티서비스산업 초기경력자의 무형식학습 활동과 LMX, TMX, CMX, 조직유효성간의 영향관계

### 1) 뷰티서비스산업 초기경력자의 무형식학습 활동과 LMX

뷰티서비스산업 초기경력자의 무형식학습 활동이 LMX에 미치는 영향을 알아보기 위해 다중 회귀분석을 실시한 결과는 <표 17>과 같다.

뷰티서비스산업 초기경력자의 LMX 중 애착에 대한 무형식학습 활동 회귀식의 유의성은 .000으로 확인되었으며, 회귀모형의 설명량도 .099의 설명력이 있는 것으로 확인되었다. 또한 잔차의 정규성과 등분산성을 확인할 수 있었다. 회귀식의 계수를 살펴보면 상수는 1.658, 독립변수인 ‘타인과의 학습활동’에 해당하는 계수는 .269, ‘외부정보 탐색활동’은 .069, ‘자기 성찰 활동’은 .094이다.

이에 대한 영향력을 비교하면 ‘타인과의 학습활동’ .218, ‘외부정보 탐색활동’ .068, ‘자기 성찰 활동’은 .078로 나타나는 것을 확인할 수 있으며, ‘타인과의 학습활동’ 요인은 0.1% 유의수준에서 LMX 중 애착요인에 유의한 영향을 미치는 것으로 나타났으며, ‘외부정보 탐색활동’과 ‘자기 성찰 활동’ 요인은 LMX 중 애착요인에 대해 유의하지 않은 것으로 나타났다.

뷰티산업 초기경력자의 LMX 중 충성에 대한 무형식학습 활동 회귀식의 유의성은 .000으로 확인되었으며, 회귀모형의 설명량도 .126의 설명력이 있는 것으로 확인되었다. 또한 잔차의 정규성과 등분산성을 확인할 수 있었다. 회귀식의 계수를 살펴보면 상수는 1.790, 독립변수인 ‘타인과의 학습활동’에 해당하는 계수는 .259, ‘외부정보 탐색활동’은 .067, ‘자기 성찰 활동’은 .105이다.

이에 대한 영향력을 비교하면 ‘타인과의 학습활동’ .238, ‘외부정보 탐색 활동’ .075, ‘자기 성찰 활동’은 .100으로 나타나는 것을 확인할 수 있으며, ‘타인과의 학습활동’ 요인은 0.1% 유의수준에서 LMX 중 충성요인에 유의한 영향을 미치는 것으로 나타났으며, ‘외부정보 탐색활동’과 ‘자기 성찰 활동’ 요인은 LMX 중 충성요인에 대해 유의하지 않은 것으로 나타났다.

뷰티서비스산업 초기경력자의 LMX 중 공헌에 대한 무형식학습 활동 회귀식의 유의성은 .000으로 확인되었으며, 회귀모형의 설명량도 .128의 설명력이 있는 것으로 확인되었다.

이에 대한 영향력을 비교하면 ‘타인과의 학습활동’ .214, ‘외부정보 탐색활동’ .113, ‘자기 성찰 활동’은 .096으로 나타나는 것을 확인할 수 있으며, ‘타인과의 학습활동’ 요인은 0.1% 유의수준에서 LMX 중 공헌요인에 유의한 영향을 미치는 것으로 나타났으며, ‘외부정보 탐색활동’ 요인은 5% 유의수준에서 LMX 중 공헌요인에 유의한 영향을 미치는 것으로 나타났으나 ‘자기 성찰 활동’요인은 LMX 중 공헌요인에 대해 유의하지 않은 것으로 나타났다.

뷰티서비스산업 초기경력자의 LMX 중 지적존경에 대한 무형식학습 활동 회귀식의 유의성은 .000으로 확인되었으며, 회귀모형의 설명량도 .135의 설명력이 있는 것으로 확인되었다.

이에 대한 영향력을 비교하면 ‘타인과의 학습활동’ .266, ‘외부정보 탐색활동’ .011, ‘자기 성찰 활동’은 .132로 나타나는 것을 확인할 수 있으며, ‘타인과의 학습활동’ 요인은 0.1% 유의수준에서 LMX 중 지적존경요인에 유의한 영향을 미치는 것으로 나타났으며, ‘자기 성찰 활동’ 요인은 5% 유의수준에서 LMX 중 지적존경요인에 유의한 영향을 미치는 것으로 나타났으나 ‘외부정보 탐색활동’요인은 LMX 중 지적존경요인에 대해 유의하지 않은 결과를 보였다.

이러한 연구결과는 HRD컨설턴트들의 LMX가 무형식학습 활동에 정(+)적인 영향을 미치는 것으로 나타난 배을규(2013)의 연구결과와 김민주(2013), 항공사 승무원을 대상으로 한 한진성(2015), 대학 산학협력단 직원의 LMX가 무형식학습 활동에 긍정적 영향을 미친다는 박소영(2018)의 선행연구결과를 지지하였다.

<표 17> 무형식학습 활동이 LMX에 미치는 영향

종속변인		독립변인	B	SE	$\beta$	t	sig.
L M X	애 작	(상수)	1.658	.237		7.008	.000***
		타인과의 학습활동	.269	.073	.218	3.689	.000***
		외부정보 탐색활동	.069	.058	.068	1.191	.234
		자기 성찰 활동	.094	.072	.078	1.299	.195
				R=.315	R <sup>2</sup> =.099	F=15.654***	
	충 성	(상수)	1.790	.205		8.709	.000***
		타인과의 학습활동	.259	.063	.238	4.087	.000***
		외부정보 탐색활동	.067	.050	.075	1.336	.182
		자기 성찰 활동	.105	.063	.100	1.675	.095
				R=.355	R <sup>2</sup> =.126	F=20.534***	
	공 헌	(상수)	1.392	.234		5.954	.000***
		타인과의 학습활동	.265	.072	.214	3.676	.000***
외부정보 탐색활동		.116	.057	.113	2.030	.043*	
자기 성찰 활동		.115	.071	.096	1.612	.108	
			R=.358	R <sup>2</sup> =.128	F=20.911***		
지 적 존 경	(상수)	1.611	.236		6.825	.000***	
	타인과의 학습활동	.334	.073	.266	4.591	.000***	
	외부정보 탐색활동	.012	.058	.011	.206	.837	
	자기 성찰 활동	.161	.072	.132	2.236	.026*	
			R=.367	R <sup>2</sup> =.135	F=22.127***		

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

## 2) 뷰티서비스산업 초기경력자의 무형식학습 활동과 TMX

뷰티서비스산업 초기경력자의 무형식학습 활동이 TMX에 미치는 영향을 알아보기 위해 다중 회귀분석을 실시한 결과는 <표 18>과 같다.

뷰티서비스산업 초기경력자의 TMX 중 자기관점에 대한 무형식학습 활동 회귀식의 유의성은 .000으로 확인되었으며, 회귀모형의 설명량도 .342의 설명력이 있는 것으로 확인되었다. 또한 잔차의 정규성과 등분산성을 확인할 수 있었다. 회귀식의 계수를 살펴보면 상수는 1.582, 독립변수인 ‘타인과의 학습활동’에 해당하는 계수는 .297, ‘외부정보 탐색활동’은 .034, ‘자기 성찰 활동’은 .237이다.

이에 대한 영향력을 비교하면 ‘타인과의 학습활동’ .342, ‘외부정보 탐색활동’ .047, ‘자기 성찰 활동’은 .282로 나타나는 것을 확인할 수 있으며, ‘타인과의 학습활동’ 요인과 ‘자기 성찰 활동’ 요인은 0.1% 유의수준에서 TMX 중 자기관점요인에 유의한 영향을 미치는 것으로 나타났으며, ‘외부정보 탐색활동’요인은 TMX 중 자기관점요인에 대해 유의하지 않은 것으로 나타났다.

뷰티서비스산업 초기경력자의 TMX 중 타인관점에 대한 무형식학습 활동 회귀식의 유의성은 .000으로 확인되었으며, 회귀모형의 설명량도 .317의 설명력이 있는 것으로 확인되었다.

이에 대한 영향력을 비교하면 ‘타인과의 학습활동’ .206, ‘외부정보 탐색활동’ .145, ‘자기 성찰 활동’은 .314로 나타나는 것을 확인할 수 있으며, ‘타인과의 학습활동’ 요인과 ‘자기 성찰 활동’ 요인은 0.1% 유의수준에서 TMX 중 타인관점요인에 유의한 영향을 미치는 것으로 나타났으며, ‘외부정보 탐색활동’요인은 1% 유의수준에서 TMX 중 타인관점요인에 유의한 영향을 미치는 것으로 나타났다.

뷰티서비스산업 초기경력자의 무형식학습 활동과 TMX의 영향관계에서 는 TMX의 각 요인 ‘자기관점’은 타인과의 학습활동, 자기 성찰 활동에 ‘타 인관점’은 타인과의 학습활동, 외부정보 탐색활동, 자기 성찰 활동 모든 요 인에 유의한 것으로 나타났다. TMX는 개인이 아닌 팀 안에서의 팀과 구성 원의 교환관계로 TMX의 질이 팀 성과를 예측하는데 중요하다고 제시한 유 창호, 오세이(2014), 성과와 관련된 김규리, 윤용진(2014)의 연구결과를 지지 하면서 TMX는 친밀감의 결과 변수로 고객지향성에 선행변수 역할을 하는 것으로 밝혀져 TMX의 질은 팀몰입에 영향을 미치고 고객지향적인 태도를 형성하는데 영향을 미친다고 밝힌 김순희, 이형룡(2013)의 연구결과를 뒷받 침하여 뷰티서비스산업 초기경력자의 무형식학습 활동과 TMX가 감성과 기 술을 접목한 뷰티서비스산업의 발전을 위한 이론적 기여를 할 것으로 사료 된다.

<표 18> 무형식학습 활동이 TMX에 미치는 영향

종속변인	독립변인	B	SE	$\beta$	t	sig.	
TMX	(상수)	1.582	.143		11.092	.000***	
	자기 관점	타인과의 학습활동	.297	.044	.342	6.756	.000***
		외부정보 탐색활동	.034	.035	.047	.970	.333
		자기 성찰 활동	.237	.043	.282	5.462	.000***
			R=.585	R <sup>2</sup> =.342	F=73.933***		
	타 인 관 점	(상수)	1.570	.148		10.590	.000***
		타인과의 학습활동	.182	.046	.206	3.992	.000***
		외부정보 탐색활동	.106	.036	.145	2.928	.004**
		자기 성찰 활동	.269	.045	.314	5.958	.000***
			R=.563	R <sup>2</sup> =.317	F=65.788***		

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

### 3) 뷰티서비스산업 초기경력자의 무형식학습 활동과 CMX

뷰티서비스산업 초기경력자의 무형식학습 활동이 CMX에 미치는 영향을 알아보기 위해 다중 회귀분석을 실시한 결과는 <표 19>와 같다.

뷰티서비스산업 초기경력자의 CMX에 대한 무형식학습 활동 회귀식의 유의성은 .000으로 확인되었으며, 회귀모형의 설명량도 .263의 설명력이 있는 것으로 확인되었다.

이에 대한 영향력을 비교하면 ‘타인과의 학습활동’ .047, ‘외부정보 탐색활동’ .245, ‘자기 성찰 활동’은 .304로 나타나는 것을 확인할 수 있으며, ‘외부정보 탐색활동’과 ‘자기 성찰 활동’ 요인은 0.1% 유의수준에서 CMX 요인에 유의한 영향을 미치는 것으로 나타났으며, ‘타인과의 학습활동’ 요인은 CMX 요인에 대해 유의하지 않은 것으로 나타났다.

CMX는 고객과 구성원의 교환관계로 구성원은 곧 뷰티서비스산업 초기경력자를 의미하는데 무형식학습 활동으로 습득한 업무적인 내용들을 소비자

의 교환관계에서 어떻게 활용할 수 있는지를 보여주는 지표가 될 수 있다는 점에서 직원의 행동에서 서비스 품질, 고객충성도에 영향을 미치는 것으로 나타난 서종현(2010)의 연구결과와 고객지향적 판매행동에 긍정적인 영향을 주는 감성지능이 CMX에 유의한 영향을 미친다고 하는 이채현(2017)의 연구결과를 뒷받침하여 뷰티서비스산업 초기경력자의 무형식학습 활동과 CMX의 영향관계 결과를 활용하여 적절한 교육설계의 연구개발을 통해 구성원과 고객의 관계를 유지할 수 있을 것으로 보인다.

<표 19> 무형식학습 활동이 CMX에 미치는 영향

종속변인	독립변인	B	SE	$\beta$	t	sig.
	(상수)	1.863	.159		11.691	.000***
	타인과의 학습활동	.043	.049	.047	.882	.378
C M X	외부정보 탐색활동	.186	.039	.245	4.770	.000***
	자기 성찰 활동	.270	.049	.304	5.557	.000***
		R=.513	R <sup>2</sup> =.263	F=50.696***		

\*\*\* $p < .001$

#### 4) 뷰티서비스산업 초기경력자의 무형식학습 활동과 조직유효성

뷰티서비스산업 초기경력자의 무형식학습 활동이 조직유효성에 미치는 영향을 알아보기 위해 다중 회귀분석을 실시한 결과는 <표 20>과 같다.

뷰티서비스산업 초기경력자의 조직유효성 중 직무만족에 대한 무형식학습 활동 회귀식의 유의성은 .000으로 확인되었으며, 회귀모형의 설명량도 .287의 설명력이 있는 것으로 확인되었다.

이에 대한 영향력을 비교하면 ‘타인과의 학습활동’ .166, ‘외부정보 탐색활동’ .143, ‘자기 성찰 활동’은 .321로 나타나는 것을 확인할 수 있으며, ‘자기 성찰 활동’ 요인은 0.1% 유의수준에서 조직유효성 중 직무만족요인에 유의한 영향을 미치는 것으로 나타났으며, ‘외부정보 탐색활동’ 요인과 ‘타인과의 학습활동’요인은 1% 유의수준에서 조직유효성 중 직무만족요인에 유의한 영향을 미치는 것으로 나타났다.

뷰티서비스산업 초기경력자의 조직유효성 중 직무몰입에 대한 무형식학습 활동 회귀식의 유의성은 .000으로 확인되었으며, 회귀모형의 설명량도 .248의 설명력이 있는 것으로 확인되었다.

이에 대한 영향력을 비교하면 ‘타인과의 학습활동’ .195, ‘외부정보 탐색활동’ .103, ‘자기 성찰 활동’은 .286으로 나타나는 것을 확인할 수 있으며, ‘타인과의 학습활동’ 요인과 ‘자기 성찰 활동’ 요인은 0.1% 유의수준에서 조직유효성 중 직무몰입요인에 유의한 영향을 미치는 것으로 나타났으며, ‘외부정보 탐색활동’요인은 5% 유의수준에서 조직유효성 중 직무몰입요인에 유의한 영향을 미치는 것으로 나타났다.

이와 같은 결과는 초기 경력자들의 무형식학습 활동이 직무만족에 정적인 영향이 있다고 밝힌 광상현(2012)의 연구결과와 무형식학습이 경력정체를 효과적으로 감소시키고 직무만족을 제고한다는 김현우, 홍아정(2016)의 연구결과, 무형식학습이 조직몰입에 유의한 영향을 미친다고 나타난 조준(2018)의 연구결과, 일터학습 수준이 높을수록 직무만족이 높다는 정명순(2016), 중소기업 근로자에게 무형식학습 기회를 제공함으로써 직무효능감을 높이고 자신이 맡은 직무에 몰입할 수 있도록 한다고 나타난 윤경신, 김진모(2016)의 연구결과를 지지한다.

<표 20> 무형식학습 활동이 조직유효성에 미치는 영향

종속변인	독립변인	B	SE	$\beta$	t	sig.
	(상수)	1.613	.165		9.752	.000***
조직유효성	직무만족					
	타인과의 학습활동	.161	.051	.166	3.161	.002**
	외부정보 탐색활동	.114	.040	.143	2.823	.005**
	자기 성찰 활동	.301	.050	.321	5.980	.000***
		R=.536	R <sup>2</sup> =.287	F=57.290***		
	(상수)	1.338	.196		6.821	.000***
직무몰입	타인과의 학습활동	.218	.060	.195	3.611	.000***
	외부정보 탐색활동	.096	.048	.103	1.991	.047*
	자기 성찰 활동	.309	.060	.286	5.175	.000***
			R=.498	R <sup>2</sup> =.248	F=46.875***	

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

## 6. 뷰티서비스산업 초기경력자의 LMX와 TMX, CMX, 조직유효성간의 영향관계

### 1) 뷰티서비스산업 초기경력자의 LMX와 TMX

뷰티서비스산업 초기경력자의 LMX가 TMX에 미치는 영향을 알아보기 위해 다중 회귀분석을 실시한 결과는 <표 21>과 같다.

뷰티서비스산업 초기경력자의 TMX 중 자기관점에 대한 LMX 회귀식의 유의성은 .000으로 확인되었으며, 회귀모형의 설명량도 .248의 설명력이 있는 것으로 확인되었다.

이에 대한 영향력을 비교하면 ‘애착’ -.026, ‘충성’ .164, ‘공헌’ .090, ‘지적 존경’은 .243으로 나타나는 것을 확인할 수 있으며, ‘지적존경’ 요인은 0.1% 유의수준에서 TMX 중 자기관점요인에 유의한 영향을 미치는 것으로 나타났으며, ‘충성’ 요인은 5% 유의수준에서 TMX 중 자기관점요인에 유의한 영향을 미치는 것으로 나타났으나, ‘애착’요인과 ‘공헌’요인은 TMX 중 자기관점요인에 대해 유의하지 않은 것으로 나타났다.

<표 21> LMX가 TMX에 미치는 영향

종속변인	독립변인	B	SE	$\beta$	t	sig.
	(상수)	2.508	.128		19.545	.000***
T M X	자기관점					
	애착	-.019	.047	-.026	-.393	.694
	충성	.131	.057	.164	2.312	.021*
	공헌	.064	.043	.090	1.471	.142
	지적존경	.168	.044	.243	3.838	.000***
		R=.498	R <sup>2</sup> =.248	F=22.633***		
	(상수)	2.392	.131		18.290	.000***
타 인 관 점	애착	-.003	.048	-.005	-.072	.943
	충성	.185	.058	.227	3.205	.001**
	공헌	.067	.044	.093	1.511	.132
	지적존경	.114	.045	.161	2.550	.011*
			R=.419	R <sup>2</sup> =.176	F=22.713***	

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

뷰티서비스산업 초기경력자의 TMX 중 타인관점에 대한 무형식학습 활동 회귀식의 유의성은 .000으로 확인되었으며, 회귀모형의 설명량도 .176의 설명력이 있는 것으로 확인되었다.

이에 대한 영향력을 비교하면 ‘애착’ -.005, ‘충성’ .227, ‘공헌’ .093, ‘지적 존경’은 .161로 나타나는 것을 확인할 수 있으며, ‘충성’ 요인은 1% 유의수준에서 TMX 중 타인관점요인에 유의한 영향을 미치는 것으로 나타났으며, ‘지적존경’ 요인은 5% 유의수준에서 TMX 중 타인관점요인에 유의한 영향

을 미치는 것으로 나타났으나, ‘애착’요인과 ‘공헌’요인은 TMX 중 타인관점 요인에 대해 유의하지 않은 것으로 나타났다.

조직 내에서의 교환관계가 유의미한 결과를 나타낼 수 있으므로 LMX와 TMX는 함께 참작하는 것이 타당하며 수준 높은 LMX와 TMX가 불확실성을 수반하는 혁신지향행동과 직무변화를 상대적으로 더 많이 추구한다고 한 이인석(1999)의 연구결과를 지지하는 자세한 영향관계 분석이다.

## 2) 뷰티서비스산업 초기경력자의 LMX와 CMX

뷰티서비스산업 초기경력자의 LMX가 CMX에 미치는 영향을 알아보기 위해 다중 회귀분석을 실시한 결과는 <표 22>와 같다.

뷰티서비스산업 초기경력자의 CMX에 대한 LMX 회귀식의 유의성은 .000으로 확인되었으며, 회귀모형의 설명량도 .176의 설명력이 있는 것으로 확인되었다.

이에 대한 영향력을 비교하면 ‘애착’ .123, ‘충성’ .202, ‘공헌’ .049, ‘지적존경’은 .045로 나타나는 것을 확인할 수 있으며, ‘충성’ 요인은 1% 유의수준에서 CMX요인에 유의한 영향을 미치는 것으로 나타났으나, ‘애착’요인과 ‘공헌’요인, ‘지적존경’요인은 CMX요인에 대해 유의하지 않은 것으로 나타났다.

<표 22> LMX가 CMX에 미치는 영향

종속변인	독립변인	B	SE	$\beta$	t	sig.
CMX	(상수)	2.568	.138		18.546	.000***
	애착	.092	.051	.123	1.793	.074
	충성	.171	.061	.202	2.798	.005*
	공헌	.037	.047	.049	.786	.432
	지적존경	.033	.047	.045	.689	.491
		R=.420	R <sup>2</sup> =.176	F=16.970***		

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

### 3) 뷰티서비스산업 초기경력자의 LMX와 조직유효성

뷰티서비스산업 초기경력자의 LMX가 조직유효성에 미치는 영향을 알아보기 위해 다중 회귀분석을 실시한 결과는 <표 23>과 같다.

뷰티서비스산업 초기경력자의 조직유효성 중 직무만족에 대한 LMX 회귀식의 유의성은 .000으로 확인되었으며, 회귀모형의 설명량도 .138의 설명력이 있는 것으로 확인되었다.

이에 대한 영향력을 비교하면 ‘애착’ .168, ‘충성’ .057, ‘공헌’ .069, ‘지적존경’은 .246으로 나타나는 것을 확인할 수 있으며, ‘지적존경’ 요인은 0.1% 유의수준에서 조직유효성 중 직무만족요인에 유의한 영향을 미치는 것으로 나타났으며, ‘애착’요인은 5% 유의수준에서 조직유효성 중 직무만족요인에 유의한 영향을 미치는 것으로 나타났으나, ‘충성’요인과 ‘공헌’요인은 조직유효성 중 직무만족요인에 대해 유의하지 않은 것으로 나타났다.

뷰티서비스산업 초기경력자의 조직유효성 중 직무몰입에 대한 LMX 회

귀식의 유의성은 .000으로 확인되었으며, 회귀모형의 설명량도 .219의 설명력이 있는 것으로 확인되었다.

이에 대한 영향력을 비교하면 ‘애착’ .212, ‘충성’ .098, ‘공헌’ .112, ‘지적존경’은 .210으로 나타나는 것을 확인할 수 있으며, ‘지적존경’ 요인은 0.1% 유의수준에서 조직유효성 중 직무몰입요인에 유의한 영향을 미치는 것으로 나타났으며, ‘애착’요인은 1% 유의수준에서 조직유효성 중 직무몰입요인에 유의한 영향을 미치는 것으로 나타났으나, ‘충성’요인과 ‘공헌’요인은 조직유효성 중 직무몰입요인에 대해 유의하지 않은 것으로 나타났다.

이는 LMX의 질이 높을수록 조직원이 인식하는 조직만족과 조직몰입이 높게 나타나며 직무에 대한 만족도는 직무자체가 아닌 리더와 구성원의 개인적인 관계에 의해 조절될 수 있고 따라서 조직유효성의 극대화를 위해서는 LMX의 질 관리가 필수적이라고 한 김영식(2012)의 연구결과를 뒷받침하는 자세한 분석이다.

<표 23> LMX가 조직유효성에 미치는 영향

종속변인	독립변인	B	SE	$\beta$	t	sig.	
	(상수)	2.296	.139		16.511	.000***	
조직 유효 성	직 무 만 족	애착	.132	.051	.168	2.562	.011*
	충성	.051	.061	.057	.834	.405	
	공헌	.054	.047	.069	1.150	.251	
	지적존경	.190	.048	.246	3.990	.000***	
		R=.371	R <sup>2</sup> =.138	F=29.855***			
	(상수)	1.696	.153		11.102	.000***	
직 무 몰 입	직 무 몰 입	애착	.192	.056	.212	3.411	.001**
	충성	.100	.067	.098	1.489	.137	
	공헌	.101	.051	.112	1.959	.051	
	지적존경	.187	.052	.210	3.577	.000***	
		R=.468	R <sup>2</sup> =.219	F=44.120***			

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

## 7. 뷰티서비스산업 초기경력자의 TMX와 CMX, 조직유효성 간의 영향관계

### 1) 뷰티서비스산업 초기경력자의 TMX와 CMX

뷰티서비스산업 초기경력자의 TMX가 CMX에 미치는 영향을 알아보기 위해 다중 회귀분석을 실시한 결과는 <표 24>와 같다.

뷰티서비스산업 초기경력자의 CMX에 대한 TMX 회귀식의 유의성은 .000으로 확인되었으며, 회귀모형의 설명량도 .293의 설명력이 있는 것으로 확인되었다.

이에 대한 영향력을 비교하면 ‘자기관점’ .107, ‘타인관점’ .519로 나타나는 것을 확인할 수 있으며, ‘타인관점’ 요인은 1% 유의수준에서 CMX요인에 유의한 영향을 미치는 것으로 나타났으며, ‘자기관점’요인은 1% 유의수준에서 CMX요인에 유의한 영향을 미치는 것으로 나타났다.

<표 24> TMX가 CMX에 미치는 영향

종속변인	독립변인	B	SE	$\beta$	t	sig.
C M X	(상수)	1.313	.164		8.003	.000***
	자기관점	.113	.055	.107	2.059	.040*
	타인관점	.537	.054	.519	9.984	.000***
R=.542 R <sup>2</sup> =.293 F=117.418**						

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

## 2) 뷰티서비스산업 초기경력자의 TMX와 조직유효성

뷰티서비스산업 초기경력자의 TMX가 조직유효성에 미치는 영향을 알아보기 위해 다중 회귀분석을 실시한 결과는 <표 25>와 같다.

뷰티서비스산업 초기경력자의 조직유효성 중 직무만족에 대한 TMX 회귀식의 유의성은 .000으로 확인되었으며, 회귀모형의 설명량도 .355의 설명력이 있는 것으로 확인되었다.

이에 대한 영향력을 비교하면 ‘자기관점’ .240, ‘타인관점’ .408로 나타나는 것을 확인할 수 있으며, ‘타인관점’ 요인과 ‘자기관점’요인은 0.1% 유의수준에서 조직유효성 중 직무만족요인에 유의한 영향을 미치는 것으로 나타났다.

뷰티산업 초기경력자의 조직유효성 중 직무몰입에 대한 TMX 회귀식의 유의성은 .000으로 확인되었으며, 회귀모형의 설명량도 .354의 설명력이 있는 것으로 확인되었다.

이에 대한 영향력을 비교하면 ‘자기관점’ .107, ‘타인관점’ .519로 나타나는 것을 확인할 수 있으며, ‘타인관점’ 요인과 ‘자기관점’요인은 0.1% 유의수준에서 조직유효성 중 직무몰입요인에 유의한 영향을 미치는 것으로 나타났다.

이러한 결과는 TMX가 구성원들의 조직몰입과 직무성과를 예측할 수 있는 변인으로 나타난 Liden, Wayne & Sparrowe(2000)의 연구결과와 TMX의 질이 높을수록 구성원의 직무만족이 높게 나타남을 검증한 박준철(2010)의 연구결과를 지지한다.

<표 25> TMX가 조직유효성에 미치는 영향

종속변인	독립변인	B	SE	$\beta$	t	sig.
조직유효성	(상수)	1.132	.173		6.536	.000***
	직무만족	.267	.058	.240	4.609	.000***
	직무몰입	.446	.057	.408	7.845	.000***
	R=.371 R <sup>2</sup> =.138 F=29.855***					
	(상수)	.951	.211		4.516	.000***
	직무몰입	.265	.070	.206	3.761	.000***
	직무만족	.471	.069	.373	6.810	.000***
R=.468 R <sup>2</sup> =.219 F=44.120***						

\*\*\*  $p < .001$

## 8. 뷰티서비스산업 초기경력자의 CMX와 조직유효성간의 영향관계

뷰티서비스산업 초기경력자의 CMX가 조직유효성에 미치는 영향을 알아보기 위해 다중 회귀분석을 실시한 결과는 <표 26>과 같다.

뷰티서비스산업 초기경력자의 조직유효성 중 직무만족에 대한 CMX 회귀식의 유의성은 .000으로 확인되었으며, 회귀모형의 설명량도 .284의 설명력이 있는 것으로 확인되었다.

이에 대한 영향력을 비교하면 'CMX' .633으로 나타나는 것을 확인할 수 있으며, 'CMX' 요인은 0.1% 유의수준에서 조직유효성 중 직무만족요인에 유의한 영향을 미치는 것으로 나타났다.

뷰티서비스산업 초기경력자의 조직유효성 중 직무몰입에 대한 CMX 회귀식의 유의성은 .000으로 확인되었으며, 회귀모형의 설명량도 .401의 설명력이 있는 것으로 확인되었다.

이에 대한 영향력을 비교하면 'CMX' .564로 나타나는 것을 확인할 수 있으며, 'CMX' 요인은 0.1% 유의수준에서 조직유효성 중 직무몰입요인에 유의한 영향을 미치는 것으로 나타났다.

CMX와 조직유효성의 영향관계에서는 윤만희(2009)의 실증연구에서 긍정적 CMX는 직무만족을 높이고 이와 같은 직무만족이 직무몰입을 유발한다고 하였고, 백유성(2013)의 연구에서도 CMX가 좋을수록 조직에 대한 정서적 몰입이 높아진다는 것을 재확인한 바 본 연구에서도 CMX와 조직유효성의 관계에서 직무만족과 직무몰입 모두 유의함을 확인하여 선행연구를 지지하는 결과가 나타났다

<표 26> CMX가 조직유효성에 미치는 영향

종속변인	독립변인	B	SE	$\beta$	t	sig.
조직유효성	직무만족 (상수)	1.273	.147		8.670	.000***
	CMX	.668	.040	.633	16.915	.000***
	R=.533 R <sup>2</sup> =.284 F=286.123***					
직무몰입	직무만족 (상수)	1.105	.181		6.107	.000***
	CMX	.687	.049	.564	14.114	.000***
	R=.633 R <sup>2</sup> =.401 F=199.219**					

\*\*\*p<.001

## 9. 뷰티서비스산업 초기경력자의 무형식학습 활동, LMX, TMX, CMX가 조직유효성에 미치는 영향

뷰티서비스산업 초기경력자의 무형식학습 활동, LMX, TMX, CMX가 조직유효성에 미치는 영향을 알아보기 위해 다중 회귀분석을 실시한 결과는

<표 27>과 같다.

뷰티서비스산업 초기경력자의 조직유효성 중 직무만족에 대한 다중회귀식의 유의성은 .000으로 확인되었으며, 회귀모형의 설명량도 .533의 설명력이 있는 것으로 확인되었다.

이에 대한 영향력을 비교하면 ‘타인과의 학습활동’ .038, ‘외부정보 탐색활동’ .022, ‘자기 성찰 활동’은 .116, ‘애착’ .122, ‘충성’ -.082, ‘공헌’ .006, ‘지적준경’은 .160, ‘자기관점’ .098, ‘타인관점’ .125, ‘CMX’ .380으로 나타나는 것을 확인할 수 있으며, ‘CMX’ 요인은 0.1% 유의수준에서 조직유효성 중 직무만족에 유의한 영향을 미치는 것으로 나타났으며, ‘지적준경’ 요인은 1% 유의수준에서, ‘자기 성찰 활동’ 요인과 ‘애착’요인, ‘자기관점’요인, ‘타인관점’ 요인은 5% 유의수준에서 조직유효성 중 직무만족요인에 유의한 영향을 미치는 것으로 나타났다. ‘타인과의 학습활동’ 요인과 ‘외부정보 탐색활동’요인, ‘충성’ 요인, ‘공헌’요인은 조직유효성 중 직무만족요인에 대해 유의하지 않은 것으로 나타났다.

뷰티서비스산업 초기경력자의 조직유효성 중 직무몰입에 대한 다중회귀식의 유의성은 .000으로 확인되었으며, 회귀모형의 설명량도 .475의 설명력이 있는 것으로 확인되었다.

이에 대한 영향력을 비교하면 ‘타인과의 학습활동’ .060, ‘외부정보 탐색활동’ -.007, ‘자기 성찰 활동’은 .113, ‘애착’ .174, ‘충성’ -.010, ‘공헌’ .063, ‘지적준경’은 .143, ‘자기관점’ .041, ‘타인관점’ .095, ‘CMX’ .307로 나타나는 것을 확인할 수 있으며, ‘CMX’ 요인은 0.1% 유의수준에서 조직유효성 중 직무몰입에 유의한 영향을 미치는 것으로 나타났으며, ‘애착’요인과 ‘지적준경’ 요인은 1% 유의수준에서, ‘자기 성찰 활동’ 요인은 5% 유의수준에서 조직유효성 중 직무몰입요인에 유의한 영향을 미치는 것으로 나타났다. ‘타인과의 학습활동’ 요인과 ‘외부정보 탐색활동’요인, ‘충성’ 요인, ‘공헌’요인, 과 ,

‘자기관점’요인, ‘타인관점’ 요인은 조직유효성 중 직무몰입요인에 대해 유의하지 않은 것으로 나타났다.

<표 27> 무형식학습 활동, LMX, TMX, CMX가 조직유효성에 미치는 영향

종속변인	독립변인	B	SE	$\beta$	t	sig.	
조직유효성	(상수)	.244	.168		1.453	.147	
	타인과의 학습활동	.037	.044	.038	.833	.405	
	외부정보 탐색활동	.018	.034	.022	.518	.605	
	자기 성찰 활동	.109	.044	.116	2.487	.013*	
	직무만족	애착	.096	.040	.122	2.382	.018*
		충성	-.073	.049	-.082	-1.505	.133
		공헌	.005	.037	.006	.123	.902
		지적존경	.123	.038	.160	3.256	.001**
		자기관점	.109	.054	.098	2.025	.043*
		타인관점	.136	.056	.125	2.454	.015*
		CMX	.401	.046	.380	8.641	.000***
			R=.730	R <sup>2</sup> =.533	F=47.764***		
	직무몰입	(상수)	-.159	.203		-.784	.433
		타인과의 학습활동	.067	.054	.060	1.247	.213
외부정보 탐색활동		-.007	.041	-.007	-.168	.867	
자기 성찰 활동		.123	.053	.113	2.322	.021*	
직무몰입		애착	.158	.049	.174	3.244	.001*
		충성	-.010	.059	-.010	-.178	.859
		공헌	.057	.045	.063	1.272	.204
		지적존경	.127	.046	.143	2.781	.006**
		자기관점	.053	.065	.041	.818	.414
		타인관점	.119	.067	.095	1.779	.076
		CMX	.375	.056	.307	6.670	0.000***
		R=.698	R <sup>2</sup> =.488	F=39.881***			

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

## 10. 뷰티서비스산업 초기경력자의 무형식학습 활동과 조직유효성의 관계에서 LMX, TMX, CMX의 매개효과 검증

- 1) 뷰티서비스산업 초기경력자의 무형식학습 활동이 조직유효성에 미치는 매개효과

매개 효과분석은 독립변수와 종속변수 사이에 매개변수 하나가 위치한 모델을 분석하는 방법이다. 이 경우에는 독립변수가 직접 종속변수에 미치는 영향과 독립변수가 매개변수를 거쳐서 종속변수에 미치는 영향을 모두 확인해야 한다(노경섭, 2019). 독립변수가 종속변수에 직접 영향을 미치는 효과(a)를 직접효과라 하고, 독립변수가 매개변수를 거쳐 종속변수에 영향을 미치는 효과(b와 c)를 간접효과라 한다. 본 연구에서는 매개효과를 검증하기 위해 Baron과 Kenny(1986)가 제시한 방법론을 사용하였다.

- 2) LMX가 조직유효성에 미치는 매개효과

뷰티산업 초기경력자의 무형식학습 활동인 ‘타인과의 학습활동’과 ‘외부정보 탐색활동’, ‘자기 성찰 활동’을 독립변수로 하고, ‘LMX’를 매개변수로 한 모형 1과 모형 2, 모형 3, 모형 4, 모형 5의 유의확률 결과를 확인하면 각각의 분석결과에 따라 영향관계를 판단할 수 있다. <표 28>은 종속변수로 조직유효성 중 ‘직무만족’을 사용하여 분석하였으며, <표 29>는 종속변수로 조직유효성 중 ‘직무몰입’을 사용하여 분석하였다.

먼저, <표 28>에서 보는 바와 같이 ‘타인과의 학습활동’과 ‘외부정보 탐색활동’, ‘자기 성찰 활동’을 독립변수로 하고 LMX 중 ‘애착’을 매개변수로

하여 종속변수를 ‘직무만족’으로 한 매개 회귀분석에서 두 모형에서 사용한 독립변수의  $\beta$ 값을 비교하면 ‘타인과의 학습활동’변수는 ‘모형 1=.166 > 모형 2=.108’임을 확인할 수 있으며 유의한 것으로 나타나고 있다. ‘외부정보 탐색 활동’변수는 ‘모형 1=.143 > 모형 2=.124’임을 확인할 수 있으며 유의한 것으로 나타나고 있다. ‘자기 성찰 활동’변수도 ‘모형 1=.321 > 모형 2=.300’임을 확인할 수 있으며 유의한 것으로 나타나고 있다. 따라서 LMX 중 ‘애착’ 매개변수는 무형식학습 활동의 모든 변수에 대해서 매개효과가 있다고 판단할 수 있다.

‘타인과의 학습활동’과 ‘외부정보 탐색활동’, ‘자기 성찰 활동’을 독립변수로 하고 LMX 중 ‘충성’을 매개변수로 하여 종속변수를 ‘직무만족’으로 한 매개 회귀분석에서 두 모형에서 사용한 독립변수의  $\beta$ 값을 비교하면 ‘타인과의 학습활동’변수는 ‘모형 1=.166 > 모형 3=.111’임을 확인할 수 있으며 유의한 것으로 나타나고 있다. ‘외부정보 탐색활동’변수는 ‘모형 1=.143 > 모형 3=.125’임을 확인할 수 있으며 유의한 것으로 나타나고 있다. ‘자기 성찰 활동’변수도 ‘모형 1=.321 > 모형 3=.298’임을 확인할 수 있으며 유의한 것으로 나타나고 있다. 따라서 LMX 중 ‘충성’ 매개변수는 무형식학습 활동의 모든 변수에 대해서 매개효과가 있다고 판단할 수 있다.

<표 28> LMX가 조직유효성 중 직무만족에 미치는 매개효과

종속변인	독립변인	B	SE	$\beta$	t	sig.	
직 무 만 족	(상수)	1.613	.165		9.752	.000***	
	타인과의 학습활동	.161	.051	.166	3.161	.002**	
	외부정보 탐색활동	.114	.040	.143	2.823	.005**	
	자기 성찰 활동	.301	.050	.321	5.980	.000***	
	R=.536 R <sup>2</sup> =.287 F=57.290***						
	2	(상수)	1.261	.167		7.570	.000***
		타인과의 학습활동	.104	.049	.108	2.107	.036*
		외부정보 탐색활동	.100	.039	.124	2.576	.010*
		자기 성찰 활동	.281	.048	.300	5.844	.000***
		애착	.212	.032	.270	6.560	.000***
R=.594 R <sup>2</sup> =.353 F=57.963*** Dubin-Watson 1.776							
3	(상수)	1.244	.174		7.163	.000***	
	타인과의 학습활동	.108	.050	.111	2.144	.033*	
	외부정보 탐색활동	.100	.039	.125	2.558	.011*	
	자기 성찰 활동	.280	.049	.298	5.717	.000***	
	충성	.206	.038	.231	5.453	.000***	
R=.578 R <sup>2</sup> =.334 F=53.299*** Dubin-Watson 1.725							
4	(상수)	1.398	.168		8.314	.000***	
	타인과의 학습활동	.120	.051	.124	2.379	.018*	
	외부정보 탐색활동	.096	.040	.120	2.425	.016*	
	자기 성찰 활동	.284	.049	.303	5.743	.000***	
	공헌	.154	.033	.197	4.596	.000***	
R=.567 R <sup>2</sup> =.321 F=50.279*** Dubin-Watson 1.734							
5	(상수)	1.261	.166		7.609	.000***	
	타인과의 학습활동	.088	.050	.091	1.774	.077	
	외부정보 탐색활동	.112	.038	.139	2.900	.004**	
	자기 성찰 활동	.266	.048	.284	5.521	.000***	
	지적존경	.218	.032	.283	6.766	.000***	
R=.597 R <sup>2</sup> =.357 F=58.929*** Dubin-Watson 1.719							

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

‘타인과의 학습활동’과 ‘외부정보 탐색활동’, ‘자기 성찰 활동’을 독립변수로 하고 LMX 중 ‘공헌’을 매개변수로 하여 종속변수를 ‘직무만족’으로 한 매개 회귀분석에서 두 모형에서 사용한 독립변수의  $\beta$ 값을 비교하면 ‘타인과의 학습활동’변수는 ‘모형 1=.166 > 모형 4=.124’임을 확인할 수 있으며 유의한 것으로 나타나고 있다. ‘외부정보 탐색활동’변수는 ‘모형 1=.143 > 모형 4=.120’임을 확인할 수 있으며 유의한 것으로 나타나고 있다. ‘자기 성찰 활동’변수도 ‘모형 1=.321 > 모형 4=.303’임을 확인할 수 있으며 유의한 것으로 나타나고 있다. 따라서 LMX 중 ‘공헌’ 매개변수는 무형식학습 활동의 모든 변수에 대해서 매개효과가 있다고 판단할 수 있다.

‘타인과의 학습활동’과 ‘외부정보 탐색활동’, ‘자기 성찰 활동’을 독립변수로 하고 LMX 중 ‘지적존경’을 매개변수로 하여 종속변수를 ‘직무만족’으로 한 매개 회귀분석에서 두 모형에서 사용한 독립변수의  $\beta$ 값을 비교하면 ‘타인과의 학습활동’변수는 ‘모형 1=.166 > 모형 5=.091’임을 확인할 수 있었으나, 유의하지 않은 것으로 나타나고 있다. ‘외부정보 탐색활동’변수는 ‘모형 1=.143 > 모형 5=.139’임을 확인할 수 있으며 유의한 것으로 나타나고 있다.

‘자기 성찰 활동’변수도 ‘모형 1=.321 > 모형 5=.284’임을 확인할 수 있으며 유의한 것으로 나타나고 있다. 따라서 LMX 중 ‘지적존경’ 매개변수는 ‘외부정보 탐색활동’변수와 ‘자기 성찰 활동’변수에 대해서 매개효과가 있다고 판단할 수 있으나, ‘타인과의 학습활동’변수에 대해서는 매개효과가 없다고 판단할 수 있다.

<표 29>에서 보는 바와 같이 ‘타인과의 학습활동’과 ‘외부정보 탐색활동’, ‘자기 성찰 활동’을 독립변수로 하고 LMX 중 ‘애착’을 매개변수로 하여 종속변수를 ‘직무몰입’으로 한 매개 회귀분석에서 두 모형에서 사용한 독립변수의  $\beta$ 값을 비교하면 ‘타인과의 학습활동’변수는 ‘모형 1=.195 > 모형

2=.116'임을 확인할 수 있으며 유의한 것으로 나타나고 있다. '외부정보 탐색 활동'변수는 '모형 1=.103 > 모형 2=.079'임을 확인할 수 있으나 유의하지 않은 것으로 나타나고 있다. '자기 성찰 활동'변수도 '모형 1=.286 > 모형 2=.257'임을 확인할 수 있으며 유의한 것으로 나타나고 있다. 따라서 LMX 중 '애착' 매개변수는 '타인과의 학습활동'변수와 '자기 성찰 활동'변수에 대해서 매개효과가 있다고 판단할 수 있으나, '외부정보 탐색활동'변수에 대해서는 매개효과가 없다고 판단할 수 있다.

'타인과의 학습활동'과 '외부정보 탐색활동', '자기 성찰 활동'을 독립변수로 하고 LMX 중 '충성'을 매개변수로 하여 종속변수를 '직무몰입'으로 한 매개 회귀분석에서 두 모형에서 사용한 독립변수의  $\beta$ 값을 비교하면 '타인과의 학습활동'변수는 '모형 1=.195 > 모형 3=.117'임을 확인할 수 있으며 유의한 것으로 나타나고 있다. '외부정보 탐색활동'변수는 '모형 1=.103 > 모형 3=.079'임을 확인할 수 있으나 유의하지 않은 것으로 나타나고 있다. '자기 성찰 활동'변수도 '모형 1=.286 > 모형 3=.253'임을 확인할 수 있으며 유의한 것으로 나타나고 있다. 따라서 LMX 중 '충성' 매개변수는 '타인과의 학습활동'변수와 '자기 성찰 활동'변수에 대해서 매개효과가 있다고 판단할 수 있으나, '외부정보 탐색활동'변수에 대해서는 매개효과가 없다고 판단할 수 있다.

'타인과의 학습활동'과 '외부정보 탐색활동', '자기 성찰 활동'을 독립변수로 하고 LMX 중 '공헌'을 매개변수로 하여 종속변수를 '직무몰입'으로 한 매개 회귀분석에서 두 모형에서 사용한 독립변수의  $\beta$ 값을 비교하면 '타인과의 학습활동'변수는 '모형 1=.195 > 모형 4=.132'임을 확인할 수 있으며 유의한 것으로 나타나고 있다. '외부정보 탐색활동'변수는 '모형 1=.103 > 모형 4=.070'임을 확인할 수 있으나 유의하지 않은 것으로 나타나고 있다. '자기 성찰 활동'변수도 '모형 1=.286 > 모형 4=.258'임을 확인할 수 있으며 유의

한 것으로 나타나고 있다. 따라서 LMX 중 ‘공헌’ 매개변수는 ‘타인과의 학습활동’변수와 ‘자기 성찰 활동’변수에 대해서 매개효과가 있다고 판단할 수 있으나, ‘외부정보 탐색활동’변수에 대해서는 매개효과가 없다고 판단할 수 있다.

<표 29> LMX가 조직유효성 중 직무몰입에 미치는 매개효과

종속변인	독립변인	B	SE	$\beta$	t	sig.	
직 무 몰 입	(상수)	1.338	0.196		6.821	.000***	
	1	타인과의 학습활동	0.218	0.060	0.195	3.611	.000***
		외부정보 탐색활동	0.096	0.048	0.103	1.991	.047*
		자기 성찰 활동	0.309	0.060	0.286	5.175	.000***
		R=.498 R <sup>2</sup> =.248 F=46.875***					
	2	(상수)	0.789	0.190		4.150	.000***
		타인과의 학습활동	0.129	0.056	0.116	2.293	.022*
		외부정보 탐색활동	0.073	0.044	0.079	1.648	.100
		자기 성찰 활동	0.278	0.055	0.257	5.063	.000***
		애착	0.331	0.037	0.365	8.979	.000***
	R=.607 R <sup>2</sup> =.368 F=61.885*** Dubin-Watson 2.013						
	3	(상수)	0.733	0.199		3.678	.000***
		타인과의 학습활동	0.131	0.058	0.117	2.267	.024*
		외부정보 탐색활동	0.073	0.045	0.079	1.618	.106
		자기 성찰 활동	0.274	0.056	0.253	4.878	.000***
		충성	0.338	0.043	0.329	7.806	.000***
R=.585 R <sup>2</sup> =.342 F=55.338*** Dubin-Watson 1.936							
4	(상수)	0.968	0.194		4.995	.000***	
	타인과의 학습활동	0.148	0.058	0.132	2.538	.012*	
	외부정보 탐색활동	0.065	0.046	0.070	1.413	.158	
	자기 성찰 활동	0.279	0.057	0.258	4.897	.000***	
	공헌	0.265	0.039	0.294	6.875	.000***	
R=.569 R <sup>2</sup> =.323 F=50.789*** Dubin-Watson 1.981							
5	(상수)	0.844	0.192		4.390	.000***	
	타인과의 학습활동	0.116	0.058	0.104	2.011	.045*	
	외부정보 탐색활동	0.092	0.045	0.099	2.058	.040*	
	자기 성찰 활동	0.260	0.056	0.240	4.648	.000***	
	지적존경	0.307	0.037	0.344	8.186	.000***	
R=.592 R <sup>2</sup> =.351 F=57.357*** Dubin-Watson 1.966							

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

‘타인과의 학습활동’과 ‘외부정보 탐색활동’, ‘자기 성찰 활동’을 독립변수로 하고 LMX 중 ‘지적존경’을 매개변수로 하여 종속변수를 ‘직무몰입’으로 한 매개 회귀분석에서 두 모형에서 사용한 독립변수의  $\beta$ 값을 비교하면 ‘타인과의 학습활동’변수는 ‘모형 1=.195 > 모형 5=.104’임을 확인할 수 있으며 유의한 것으로 나타나고 있다. ‘외부정보 탐색활동’변수는 ‘모형 1=.103 > 모형 5=.099’임을 확인할 수 있으며 유의한 것으로 나타나고 있다. ‘자기 성찰 활동’변수도 ‘모형 1=.286 > 모형 5=.240’임을 확인할 수 있으며 유의한 것으로 나타나고 있다. 따라서 LMX 중 ‘지적존경’ 매개변수는 무형식학습활동의 모든 변수에 대해서 매개효과가 있다고 판단할 수 있다.

### 3) TMX가 조직유효성에 미치는 매개효과

‘타인과의 학습활동’과 ‘외부정보 탐색활동’, ‘자기 성찰 활동’을 독립변수로 하고, ‘TMX’를 매개변수로 한 모형 1과 모형 2, 모형 3의 유의확률 결과를 확인하면 각각의 분석결과에 따라 영향관계를 판단할 수 있다. <표 25>는 종속변수로 조직유효성 중 ‘직무만족’을 사용하여 분석하였으며, <표 26>은 종속변수로 조직유효성 중 ‘직무몰입’을 사용하여 분석하였다.

먼저, <표 30>에서 보는 바와 같이 ‘타인과의 학습활동’과 ‘외부정보 탐색활동’, ‘자기 성찰 활동’을 독립변수로 하고 TMX 중 ‘자기관점’을 매개변수로 하여 종속변수를 ‘직무만족’으로 한 매개 회귀분석에서 두 모형에서 사용한 독립변수의  $\beta$ 값을 비교하면 ‘타인과의 학습활동’변수는 ‘모형 1=.166 > 모형 2=.059’임을 확인할 수 있으나 유의하지 않은 것으로 나타나고 있다. ‘외부정보 탐색활동’변수는 ‘모형 1=.143 > 모형 2=.128’임을 확인할 수 있으며 유의한 것으로 나타나고 있다. ‘자기 성찰 활동’변수도 ‘모형 1=.321 > 모형 2=.313’임을 확인할 수 있으며 유의한 것으로 나타나고 있다. 따라서

TMX 중 ‘자기관점’ 매개변수는 ‘외부정보 탐색활동’변수와 ‘자기 성찰 활동’ 변수에 대해서 매개효과가 있다고 판단할 수 있으나, ‘타인과의 학습활동’ 변수에 대해서는 매개효과가 없다고 판단할 수 있다.

<표 30> TMX가 조직유효성 중 직무만족에 미치는 매개효과

종속변인	독립변인	B	SE	$\beta$	t	sig.
1	(상수)	1.613	.165		9.752	.000***
	타인과의 학습활동	.161	.051	.166	3.161	.002**
	외부정보 탐색활동	.114	.040	.143	2.823	.005**
	자기 성찰 활동	.301	.050	.321	5.980	.000***
			R=.536	R <sup>2</sup> =.287	F=57.290**	
직 무 만 족	(상수)	1.060	.179		5.915	.000***
	타인과의 학습활동	.057	.051	.059	1.121	.263
	외부정보 탐색활동	.102	.039	.128	2.648	.008**
	자기 성찰 활동	.218	.050	.233	4.390	.000***
	자기관점	.349	.054	.313	6.511	.000***
		R=.593	R <sup>2</sup> =.352	F=57.739***	Dubin-Watson 1.723	
3	(상수)	.945	.172		5.493	.000***
	타인과의 학습활동	.084	.048	.086	1.738	.083
	외부정보 탐색활동	.069	.038	.086	1.826	.069
	자기 성찰 활동	.187	.049	.199	3.849	.000***
	타인관점	.425	.050	.389	8.502	.000***
		R=.625	R <sup>2</sup> =.391	F=68.230**	Dubin-Watson 1.740	

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

‘타인과의 학습활동’과 ‘외부정보 탐색활동’, ‘자기 성찰 활동’을 독립변수로 하고 TMX 중 ‘타인관점’을 매개변수로 하여 종속변수를 ‘직무만족’으로 한 매개 회귀분석에서 두 모형에서 사용한 독립변수의  $\beta$ 값을 비교하면 ‘타인과의 학습활동’변수는 ‘모형 1=.166 > 모형 3=.086’임을 확인할 수 있으나 유의

하지 않은 것으로 나타나고 있다. ‘외부정보 탐색활동’변수도 ‘모형 1=.143 > 모형 3=.086’임을 확인할 수 있으나 유의하지 않은 것으로 나타나고 있다. ‘자기 성찰 활동’변수는 ‘모형 1=.321 > 모형 3=.199’임을 확인할 수 있으며 유의한 것으로 나타나고 있다. 따라서 TMX 중 ‘타인관점’ 매개변수는 ‘자기 성찰 활동’변수에 대해서 매개효과가 있다고 판단할 수 있으나, ‘타인과의 학습 활동’변수와 ‘외부정보 탐색활동’변수에 대해서는 매개효과가 없다고 판단할 수 있다.

<표 31> TMX가 조직유효성 중 직무몰입에 미치는 매개효과

종속변인	독립변인	B	SE	$\beta$	t	sig.
1	(상수)	1.338	0.196		6.821	.000***
	타인과의 학습활동	0.218	0.060	0.195	3.611	.000***
	외부정보 탐색활동	0.096	0.048	0.103	1.991	.047*
	자기 성찰 활동	0.309	0.060	0.286	5.175	.000***
			R=.498	R <sup>2</sup> =.248	F=46.875***	
직 무 몰 입	(상수)	.823	.217		3.798	.000***
	타인과의 학습활동	.122	.062	.109	1.965	.050
	외부정보 탐색활동	.085	.047	.091	1.808	.071
	자기 성찰 활동	.232	.060	.214	3.858	.000***
	자기관점	.326	.065	.253	5.026	.000***
		R=.539	R <sup>2</sup> =.290	F=43.472***	Dubin-Watson	1.918
3	(상수)	.672	.209		3.213	.001**
	타인과의 학습활동	.141	.058	.126	2.413	.016*
	외부정보 탐색활동	.050	.046	.055	1.098	.273
	자기 성찰 활동	.195	.059	.180	3.307	.001**
	타인관점	.424	.061	.336	6.981	.000***
		R=.571	R <sup>2</sup> =.326	F=51.280***	Dubin-Watson	1.992

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

<표 31>에서 보는 바와 같이 ‘타인과의 학습활동’과 ‘외부정보 탐색활동’, ‘자기 성찰 활동’을 독립변수로 하고 TMX 중 ‘자기관점’을 매개변수로 하여 종속변수를 ‘직무몰입’으로 한 매개 회귀분석에서 두 모형에서 사용한 독립변수의  $\beta$ 값을 비교하면 ‘타인과의 학습활동’변수는 ‘모형 1=.195 > 모형 2=.109’임을 확인할 수 있으나 유의하지 않은 것으로 나타나고 있다. ‘외부정보 탐색활동’변수도 ‘모형 1=.103 > 모형 2=.091’임을 확인할 수 있으나 유의하지 않은 것으로 나타나고 있다. ‘자기 성찰 활동’변수는 ‘모형 1=.286 > 모형 2=.253’임을 확인할 수 있으며 유의한 것으로 나타나고 있다. 따라서 TMX 중 ‘자기관점’ 매개변수는 ‘자기 성찰 활동’변수에 대해서 매개효과가 있다고 판단할 수 있으나, ‘타인과의 학습활동’변수와 ‘외부정보 탐색활동’변수에 대해서는 매개효과가 없다고 판단할 수 있다.

‘타인과의 학습활동’과 ‘외부정보 탐색활동’, ‘자기 성찰 활동’을 독립변수로 하고 TMX 중 ‘타인관점’을 매개변수로 하여 종속변수를 ‘직무몰입’으로 한 매개 회귀분석에서 두 모형에서 사용한 독립변수의  $\beta$ 값을 비교하면 ‘타인과의 학습활동’변수는 ‘모형 1=.195 > 모형 3=.126’임을 확인할 수 있으며 유의한 것으로 나타나고 있다. ‘외부정보 탐색활동’변수는 ‘모형 1=.103 > 모형 3=.055’임을 확인할 수 있으나 유의하지 않은 것으로 나타나고 있다. ‘자기 성찰 활동’변수는 ‘모형 1=.286 > 모형 3=.180’임을 확인할 수 있으며 유의한 것으로 나타나고 있다. 따라서 TMX 중 ‘타인관점’ 매개변수는 ‘타인과의 학습활동’변수와 ‘자기 성찰 활동’변수에 대해서 매개효과가 있다고 판단할 수 있으나, ‘외부정보 탐색활동’변수에 대해서는 매개효과가 없다고 판단된다.

#### 4) CMX가 조직유효성에 미치는 매개효과 검증

‘타인과의 학습활동’과 ‘외부정보 탐색활동’, ‘자기 성찰 활동’을 독립변수로 하고, ‘CMX’를 매개변수로 한 모형 1과 모형 2의 유의확률 결과를 확인하면 각각의 분석결과에 따라 영향관계를 판단할 수 있다. <표 27>은 종속변수로 조직유효성 중 ‘직무만족’을 사용하여 분석하였으며, <표 28>은 종속변수로 조직유효성 중 ‘직무몰입’을 사용하여 분석하였다.

먼저, <표 32>에서 보는 바와 같이 ‘타인과의 학습활동’과 ‘외부정보 탐색활동’, ‘자기 성찰 활동’을 독립변수로 하고 ‘CMX’를 매개변수로 하여 종속변수를 ‘직무만족’으로 한 매개 회귀분석에서 두 모형에서 사용한 독립변수의  $\beta$ 값을 비교하면 ‘타인과의 학습활동’변수는 ‘모형 1=.166 > 모형 2=.143’임을 확인할 수 있으며 유의한 것으로 나타나고 있다. ‘외부정보 탐색활동’변수는 ‘모형 1=.143 > 모형 2=.021’임을 확인할 수 있으나 유의하지 않은 것으로 나타나고 있다. ‘자기 성찰 활동’변수도 ‘모형 1=.321 > 모형 2=.171’임을 확인할 수 있으며 유의한 것으로 나타나고 있다. 따라서 ‘CMX’ 매개변수는 ‘타인과의 학습활동’변수와 ‘자기 성찰 활동’변수에 대해서 매개효과가 있다고 판단할 수 있으나, ‘외부정보 탐색활동’변수에 대해서는 매개효과가 없다고 판단할 수 있다.

<표 32> CMX가 조직유효성 중 직무만족에 미치는 매개효과

종속변인	독립변인	B	SE	$\beta$	t	sig.	
직 무 만 족	(상수)	1.613	.165		9.752	.000***	
	타인과의 학습활동	.161	.051	.166	3.161	.002**	
	1 외부정보 탐색활동	.114	.040	.143	2.823	.005**	
	자기 성찰 활동	.301	.050	.321	5.980	.000***	
			R=.536	R <sup>2</sup> =.287	F=57.290***		
	(상수)	.641	.164		3.895	.000***	
	타인과의 학습활동	.139	.044	.143	3.137	.002**	
	2 외부정보 탐색활동	.017	.036	.021	.478	.633	
	자기 성찰 활동	.161	.045	.171	3.555	.000***	
	CMX	.522	.044	.494	11.988	.000***	
		R=.684	R <sup>2</sup> =.468	F=93.293***	Dubin-Watson	1.737	

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

<표 33>에서 보는 바와 같이 ‘타인과의 학습활동’과 ‘외부정보 탐색활동’, ‘자기 성찰 활동’을 독립변수로 하고 ‘CMX’를 매개변수로 하여 종속변수를 ‘직무몰입’으로 한 매개 회귀분석에서 두 모형에서 사용한 독립변수의  $\beta$ 값을 비교하면 ‘타인과의 학습활동’변수는 ‘모형 1=.195 > 모형 2=.175’임을 확인할 수 있으며 유의한 것으로 나타나고 있다. ‘외부정보 탐색활동’변수는 ‘모형 1=.103 > 모형 2=-.003’임을 확인할 수 있으나 유의하지 않은 것으로 나타나고 있다. ‘자기 성찰 활동’변수도 ‘모형 1=.286 > 모형 2=.155’임을 확인할 수 있으며 유의한 것으로 나타나고 있다. 따라서 ‘CMX’ 매개변수는 ‘타인과의 학습활동’변수와 ‘자기 성찰 활동’변수에 대해서 매개효과가 있다고 판단할 수 있으나, ‘외부정보 탐색활동’변수에 대해서는 매개효과가 없다고 판단할 수 있다.

<표 33> CMX가 조직유효성 중 직무몰입에 미치는 매개효과

종속변인	독립변인	B	SE	$\beta$	t	sig.	
직 무 몰 입	(상수)	1.338	0.196		6.821	.000***	
	타인과의 학습활동	0.218	0.060	0.195	3.611	.000***	
	1 외부정보 탐색활동	0.096	0.048	0.103	1.991	.047*	
	자기 성찰 활동	0.309	0.060	0.286	5.175	.000***	
			R=.498	R <sup>2</sup> =.248	F=46.875***		
	(상수)	.357	.204		1.752	.080	
	타인과의 학습활동	.196	.055	.175	3.570	.000***	
	2 외부정보 탐색활동	-.002	.045	-.003	-.053	.958	
	자기 성찰 활동	.167	.056	.155	2.986	.003**	
	CMX	.526	.054	.432	9.751	.000***	
		R=.621	R <sup>2</sup> =.386	F=66.692***	Dubin-Watson 1.851		

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

따라서 뷰티산업 초기경력자의 무형식학습 활동이 조직유효성에 영향을 미치는데 있어서 LMX는 ‘무형식학습 활동’ 중 ‘타인과의 학습활동’과 ‘외부정보 탐색활동’에 대해서는 부분매개역할을 하고 있으며, ‘자기 성찰 활동’에 대해서는 완전매개역할을 하고 있다고 말 할 수 있다. TMX는 ‘무형식학습 활동’ 중 ‘타인과의 학습활동’과 ‘외부정보 탐색활동’에 대해서는 부분매개역할을 하고 있으며, ‘자기 성찰 활동’에 대해서는 완전매개역할을 하고 있다고 말 할 수 있다. CMX는 ‘무형식학습 활동’ 중 ‘타인과의 학습활동’과 ‘자기 성찰 활동’에 대해서는 완전매개역할을 하고 있으나, ‘외부정보 탐색활동’에 대해서는 매개역할을 하고 있지 않다고 말 할 수 있다. 이를 정리하면 <표 34>와 같이 정리할 수 있다.

김진희(2013)의 변혁적 리더십에 관련된 LMX, TMX의 연구결과에서도 TMX는 조직몰입, 조직시민행동에 유의한 영향을 미치는 것으로 나타났고 LMX가 변혁적 리더십과 조직시민행동의 관계를 부분 매개함이 나타났다.

이 연구는 모든 업무상황을 규정화하기는 어려우므로 리더의 역할이 매우 중요하며 조직몰입과 TMX를 높여 규정화하기 힘든 여러 상황 대처를 대비할 것을 제안한 바 있다.

CMX의 매개효과를 살펴본 결과 뷰티산업 초기경력자의 직무만족과 조직몰입에서 타인과의 학습활동과 자기 성찰 활동에 대한 매개효과가 있는 것으로 나타났다. 이와 같은 연구결과는 CMX가 직무만족에 유의한 영향을 미친다고 나타난 김인웅(2010)의 연구와 이지환(2012)의 연구, 신용석(2015)의 연구결과를 지지한다.

<표 34> 매개효과 분석 총괄표

독립변수		매개변수		종속변수	매개효과	비고
무형식 학습활동	타인과의 학습활동	LMX	애착	직무만족	*	
				직무몰입	*	
			충성	직무만족	*	
				직무몰입	*	
			공헌	직무만족	*	
				직무몰입	*	
		지적존경	직무만족	*		
			직무몰입	*		
		TMX	자기관점	직무만족		
				직무몰입		
			타인관점	직무만족		
			CMX	직무만족	**	
	직무몰입			***		
	외부정보 탐색활동	LMX	애착	직무만족	*	
				직무몰입		
			충성	직무만족	*	
				직무몰입		
			공헌	직무만족	*	
				직무몰입		
		지적존경	직무만족	**		
			직무몰입	*		
		TMX	자기관점	직무만족	**	
				직무몰입		
			타인관점	직무만족		
		CMX	직무만족			
	직무몰입					
자기성찰 활동	LMX	애착	직무만족	***		
			직무몰입	***		
		충성	직무만족	***		
			직무몰입	***		
		공헌	직무만족	***		
			직무몰입	***		
	지적존경	직무만족	***			
		직무몰입	***			
	TMX	자기관점	직무만족	***		
			직무몰입	***		
		타인관점	직무만족	***		
		CMX	직무만족	**		
직무몰입			***			

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

## V. 결론 및 제언

### 1. 요약 및 결론

본 연구에서는 뷰티산업 초기경력자를 대상으로 무형식학습 활동과 LMX, TMX, CMX 및 조직유효성의 인과적 관계를 검증하였다.

이 연구의 모집단은 우리나라의 뷰티서비스산업의 초기경력자를 대상으로 하였다. 뷰티산업은 한국표준산업분류 기준에 따라 헤어미용(이용업포함), 피부미용, 네일미용, 메이크업미용(속눈썹·반영구포함) 서비스를 제공하는 업체, 제품판매 및 생산기업은 종합미용업에 포함하여 한 근무지에서 근속한 3년 이내의 근로자를 뷰티산업 초기경력자로 정의하였다. 자료배포 및 수집은 2018년 9월 26일부터 2018년 11월 30일까지 이루어졌으며 총 455부 중 분석이 가능한 430부를 분석에 사용하였다.

자료분석은 수집된 자료를 SPSS 25.0 통계 프로그램을 이용하여 자료를 순차적으로 분석하였다. 자료 분석에 사용된 통계 기법으로는 빈도분석(Frequency Analysis), 요인분석(Factor Analysis), 신뢰도분석(Reliability Analysis), 기술통계분석(Descriptive statistics Analysis), 다중회귀분석(Multiple regression Analysis)과 매개효과를 분석하였다.

본 연구의 결과를 요약하면 다음과 같다.

첫째, 뷰티서비스산업 초기경력자의 무형식학습 활동과 LMX의 관계에서는 애착, 충성 요인은 타인과의 학습활동에 유의한 것으로 나타났고 공헌과 지적존경요인은 타인과의 학습활동, 자기 성찰 활동에 유의한 것으로 나타났다.

둘째, 뷰티서비스산업 초기경력자의 무형식학습 활동과 TMX의 관계에서는 TMX 자기관점, 타인관점 요인 모두 타인과의 학습활동, 자기 성찰 활

동에 유의한 것으로 나타났고 CMX는 외부정보 탐색활동, 자기 성찰 활동에 유의한 것으로 나타났다.

셋째, 뷰티서비스산업 초기경력자의 무형식학습 활동과 조직유효성의 관계에서는 타인과의 학습활동, 자기 성찰 활동, 외부정보 탐색활동 모두 직무만족과 조직몰입에 유의한 것으로 나타났다.

넷째, 뷰티서비스산업 초기경력자의 LMX와 TMX, CMX, 조직유효성간의 영향관계에서는 LMX의 지적존경과 충성은 TMX의 자기관점요인에 유의한 영향을 미치는 것으로 나타났다. 이는 구성원이 자신의 상사가 가지고 있는 지식이나 업무수행능력에 대한 전문성을 존중하여 업무수행하는 과정에서 일어나는 여러 가지 상황에서도 자신의 상사에 대한 신뢰를 가지고 있는 경우 팀원들에게 적극적으로 도움과 지식을 나누어주는 것으로 해석할 수 있다. LMX와 CMX의 관계에서는 충성요인이 유의한 것으로 나타나 구성원이 어떤 상황에서도 상사에 대한 신뢰가 유지된다면 고객에게 만족스러운 서비스를 제공하여 구성원과 고객의 교환관계의 질이 높아지는 것으로 해석할 수 있다. LMX와 조직유효성의 관계에서는 유의수준은 달랐으나 지적존경과 애착요인이 직무만족과 조직몰입에 영향을 미치는 것으로 나타났다. 이는 뷰티산업 초기경력자가 근무환경에서 업무적인 내용보다는 개인적인 친밀관계와 더불어 상사의 업무에 대한 지식과 전문성을 존중하는 것이 구성원 자신의 직무에 대한 만족감과 직무에 더욱 몰입할 수 있도록 영향을 준다는 것이다.

다섯째, 뷰티서비스산업 초기경력자의 TMX와 CMX, 조직유효성의 관계에서는 서로 유의수준의 차이는 있었으나 타인관점, 자기관점 모두 CMX와 조직유효성에 유의한 것으로 나타났다. 이 결과를 분석하면 뷰티산업 초기경력자가 자신의 업무를 수행함에 있어 자신과 동료집단과의 신뢰를 바탕으로 한 상호작용과 서비스수행과정은 구성원과 서비스를 제공받는 고객에게

도 영향을 미쳐 긍정적 성과를 이끌어 낼 수 있고, 직무에 대한 만족과 몰입에 영향을 미친다는 것이다.

여섯째, CMX와 조직유효성의 관계에서는 직무만족과 직무몰입 모든 요인에 영향을 미치는 것으로 나타났다. 이 결과는 종업원, 즉 구성원과 구성원이 제공하는 서비스를 제공받는 고객과의 업무적, 인간적 상호 작용이 직무만족과 직무몰입에 영향을 미쳐 구성원으로부터 안정적인 직무상황에서 제공할 수 있는 서비스의 질이 상승할 수 있음을 의미한다.

일곱째, 뷰티서비스산업 초기경력자의 무형식학습 활동, LMX, TMX, CMX와 조직유효성의 관계를 분석한 결과는 무형식학습 활동 중 자기 성찰 활동요인, LMX 중 애착, TMX, CMX가 직무만족에 유의한 영향이 있는 것으로 나타났다. 이는 구성원이 일터에서 타인 및 환경과의 상호작용의 경험을 통해 성찰하고, 리더와 개인적인 친밀감을 형성하며, 팀에 완전한 소속감을 가지고 긍정적 교환을 하며, 업무적인 내용과 개인적인 감정 등을 소비자와 교환하는 관계의 질이 높을수록 직무를 수행하면서 개인적인 행복감과 긍정의 감정으로 직무에 만족한다는 것이다. 또 직무몰입에 대하여는 무형식학습 활동 중 자기 성찰 활동, LMX의 애착, 지적존경, CMX가 유의한 영향을 미치는 것으로 나타났다. 이는 구성원의 자기 성찰과 리더와의 개인적 친밀감을 형성하고 업무에 대한 지식과 전문성을 인정하는 관계 형성, 소비자와의 질 높은 관계형성이 직무에 일체감을 가지고 자부심을 느끼는 것으로 해석할 수 있다.

여덟째, 뷰티서비스산업 초기경력자의 무형식학습 활동과 조직유효성의 관계에서 LMX, TMX, CMX의 매개효과의 결과를 살펴보면 LMX의 애착, 충성, 공헌 요인은 직무만족에 대하여 모두 매개효과가 있었으며 지적존경 요인은 외부정보 탐색활동, 자기 성찰 활동에 대한 매개효과가 있었다. 직무몰입은 애착, 공헌, 충성 요인 모두 타인과의 학습활동, 자기 성찰 활동이

매개효과가 있는 것으로 나타났고 지적존경은 모두 매개효과가 있었다. TMX의 자기관점 요인은 직무만족에 대하여 외부정보 탐색활동, 자기 성찰 활동이, 타인관점 요인은 자기 성찰 활동 요인에 매개효과가 있는 것으로 나타났으며 직무몰입 요인은 자기관점요인에 자기 성찰 활동 요인, 타인관점에서 타인과의 학습활동, 자기 성찰 활동이 매개효과가 있다고 밝혀졌다. CMX는 직무만족과 조직몰입에 대하여 타인과의 학습활동, 자기 성찰 활동에 매개효과가 있는 것으로 나타났다.

이와 같은 연구결과들을 정리하면 무형식학습 활동으로 업무를 익혀나가는 뷰티서비스산업 초기경력자들의 조직과 구성원, 소비자와 이루어지는 여러 가지 상호작용이 LMX, TMX, CMX의 질과 관련이 있으며 이러한 교환관계의 질은 조직유효성에 영향을 주어 높은 업무성적을 이끌어낼 수 있다는 결과라 할 수 있다.

## 2. 연구의 한계점 및 제언

본 연구는 뷰티서비스산업 초기경력자의 무형식학습 활동과 LMX, TMX, CMX 및 조직유효성의 인과적 관계를 파악하고 영향관계를 구명하여 뷰티산업의 발전과 부흥을 위한 체계적인 인사조직 관리체계, 교육체계를 정립하는 토대를 마련하고자 하였다. 이 연구의 결과 및 결론을 토대로 후속연구를 위한 제언은 다음과 같다.

첫째, 본 연구에서는 연구대상자를 뷰티서비스산업의 초기경력자로 한정하여 자료를 채집하고 분석하였으나 현재 뷰티산업에는 다양한 경력의 구성원들이 종사하고 있다. 따라서 후속적으로 연구가 이루어질 때에는 숙련도에 따른 경력자들을 대상으로 하는 연구들이 이루어져야 할 것이다.

둘째, 대학을 졸업한 뷰티전공자와 비전공자의 차등한 결과를 보이는 것에 대한 연구가 필요하다. 뷰티서비스산업은 기술과 서비스를 동시에 숙련하는 산업이지만 자격검정시험을 통해 자격을 취득하여 면허도 취득할 수 있는 특성이 있어 전공자와 비전공자의 무형식학습 활동 차이를 연구한다면 의미가 있을 것이다.

셋째, 본 연구에서 뷰티서비스산업의 초기경력자들은 실증적으로 무형식학습 활동으로 업무수행과 관련된 지식을 습득하는 것으로 나타났다. 따라서 현직 근무자들의 업무수행 상황에 따른 맥락과 관계 등을 파악하여 무형식학습 활동을 기반으로 한 체계적인 업무 및 서비스 교육프로그램을 개발하는데 적극 활용할 필요가 있다.

넷째, 본 연구에서는 뷰티서비스산업에서 현재 종사하고 있는 근로자들을 대상으로 한 무형식학습활동과 사회적 교환관계와 조직유효성의 구성요인 중 직무만족과 직무몰입에 대하여 연구하였으나 초기경력자들의 이직률이 높다는 통계에 근거한 조직유효성의 다른 요인, 즉 이직의도, 조직시민행동과의 관련된 후속연구를 진행하여 이직의도를 감소시키기 위한 대책을 수립할 필요가 있다.

본 연구에서와 같이 뷰티서비스산업 초기경력자들은 조직의 리더와 함께 직무를 수행하는 팀, 그리고 구성원 자신이 서비스 및 업무내용을 제공하는 소비자와 상호작용으로 얻어지는 호의적인 관계형성, 사회적, 개인적 지원이 무형식학습 활동이 이루어지는 업무수행상황에 효과적인 영향이 있을 것으로 보인다.

이와 같은 긍정적인 관계형성은 업무의 질을 높여 초기경력자들로 하여금 본인의 업무와 소비자에게 제공하는 서비스에 대한 자부심을 키워주며, 그러한 결과는 뷰티산업을 소비하는 소비자들에게 긍정적인 피드백을 이끌어 내 뷰티산업이 발전하는 데에 기여할 수 있을 것이다.

## 참 고 문 헌

- 강기노 (2018). 간호사의 사회적 교환관계(LMX-TMX), 긍정심리자본, 조직 몰입을 기반으로 한 이직의도 모형구축. 고려대학교 대학원, 박사학위논문.
- 곽상현 (2012). 초기 경력자의 일터 학습과 조직적응에서 무형식 학습 활동의 조절효과 분석. 미래교육학연구, 25, pp.45-69.
- 권영훈, 손건강, 최순주 (2009). 리더-부하간 교환관계의 질이 직무태도에 미치는 영향에 대한 동료간 교환관계의 조절역할. 한국경영학회 통합학술발표논문집, pp.1-19.
- 구형희 (2009). 리더십유형과 조직문화가 군 조직 효과성에 미치는 영향에 관한 연구. 한성대학교 대학원, 박사학위논문.
- 김경은, 조성도 (2011). 서비스 종업원과 고객 관계에서 관계 배태성의 형성과 역할에 관한 연구. 마케팅연구, 26(3), pp.15-41.
- 김규리, 윤용진 (2014). 태권도 시범단원의 LMX, TMX와 조직몰입 및 운동성과간의 구조적 관계. 한국체육학회지, 53(3), pp.213-225.
- 김명숙 (2013). 경력개발시스템이 간호사 업무수행능력, 직무만족, 조직몰입, 이직의도에 미치는 영향. 서울대학교 대학원, 박사학위논문.
- 김미영 (2015). 대기업 임원 비서의 직무수행과 성격 5요인, 상사-부하 교환관계(LMX) 및 임파워먼트의 관계. 서울대학교 대학원, 박사학위논문.
- 김민아, 백지연 (2017). 네트워크 행동과 무형식 학습의 관계에 관한 연구 - 비서직을 중심으로. 대한경영학회지, 30(3), pp.343-362.
- 김민주 (2013). HRD컨설턴트의 리더-구성원교환관계(LMX)와 경력 몰입의

관계에 대한 무형식학습 활동의 매개효과. 인하대학교 대학원, 석사학위논문.

김소영, 장원섭, 김민영 (2007). 대졸 초기경력자의 조직적응 요인들과 심리 사회적, 구조적, 학습경험적 요인들 간의 정준상관 분석연구. [KEDI]한국교육, 34(3). pp.105-129.

김순희 (2010). 항공사 객실승무원의 팀 내 친밀감이 고객지향성에 미치는 영향 -팀-멤버교환관계와 팀몰입의 매개효과를 중심으로. 세종대학교 대학원, 박사학위논문.

김순희, 이형룡 (2013). 팀원의 친밀감과 TMX, 팀몰입, 고객지향성 간의 구조 모형분석-항공사 승무원을 대상으로. 관광레저연구, 25(8), pp.391-407.

김시연 (2017). 기업체의 LMX(리더-구성원 교환관계) 및 TMX(팀-구성원 교환관계)와 학습민첩성의 관계. 고려대학교 대학원, 석사학위논문.

김영식 (2012). LMX와 직무만족 및 조직몰입의 관계에 관한 연구-조직갈등의 조절효과를 중심으로-. 부산대학교 대학원, 석사학위논문.

김인경 (2018). 간호관리자의 진성리더십이 조직유효성에 미치는 영향 -긍정심리자본과 직무 재창조 매개효과를 중심으로-. 서울대학교 대학원, 박사학위논문.

김인용 (2010). 고객-상사-동료-종사원간 관계의 질이 임파워먼트, 직무만족, 고객지향성에 미치는 영향에 관한 연구 -서울시 특급호텔 식음종사원을 중심으로. 한국외식산업학회지, 6(2), pp.137-164.

김종근 (2016). 조직공정성, 상사신뢰, 팀·구성원 교환관계(TMX)와 조직몰입의 관계 : 소방공무원을 중심으로. 고려대학교 경영정보대학원, 석사학위논문.

김지영, 김성혜, 조아로 (2019). 조직 초기진입자가 인식한 조직문화와 조직 특성이 무형식학습을 매개로 직무만족에 미치는 영향. HRD연구,

21(1), pp.67-92.

- 김지윤 (2019). 조직 내 구성원들이 인식한 리더의 겸손이 조직유효성에 미치는 영향과 자기효능감 및 과업상호의존성의 조절효과 : 국내 A 중견기업을 중심으로. 경희대학교 대학원, 박사학위논문.
- 김지현, 백지연, 이지연 (2018). 비서의 일 주도성 및 디지털 리터러시 (Digital Literacy)와 무형식학습의 관계. 비서·사무경영연구, 27(1), pp.5-31.
- 김진희 (2013). 변혁적 리더십이 TMX와 조직몰입을 통해 조직시민행동에 미치는 효과. 대한경영학회지, 26(8), pp.2043-2067.
- 김창균 (2019). 바르게 살기 운동을 통한 CSR활동이 기업에 대한 자부심 및 조직유효성에 미치는 영향. 동의대학교 대학원, 박사학위논문.
- 김현우, 홍아정 (2016). 중소기업 근로자의 무형식학습이 직무만족에 미치는 영향과 경력정체의 매개효과. 기업교육연구, 18(1), pp.1-27.
- 김현철 (2014). 리더-멤버 교환관계와 팀-멤버 교환관계가 조직유효성에 미치는 차별적 영향관계. 단국대학교 대학원, 박사학위논문.
- 김형철 (2016). 일터학습이 기업성과에 미치는 영향에 관한 질적·양적연구. 대한경영학회 학술발표대회 발표논문집, pp.458-487.
- 남기에 (2009). 노인복지관 관장의 변혁적 리더십과 조직효과성 간의 관계 : 임파워먼트 및 팔로어십의 매개효과를 중심으로. 청주대학교 대학원, 석사학위논문.
- 남재량 (2006). 청년실업의 동태적 특성과 정책 시사점. 노동리뷰, 16, pp.22-33.
- 남정순, 오삼규, 조영빈, 백유성 (2018). 조직신뢰가 고객-종업원관계와 역할 행동에 미치는 영향. 한국경영학회 통합학술발표논문집. pp.211-221.
- 류은정 (2015). 조직구성원의 감성역량과 조직학습, 조직유효성, 조직충성 간의 관계 연구. 세종대학교 대학원, 박사학위논문.

- 문세연 (2010). 중소기업 근로자의 무형식학습과 학습동기, 학습전략, 대인관계 및 직무특성의 인과적 관계. 서울대학교 대학원, 박사학위논문.
- 문세연, 나승일 (2011). 중소기업 근로자의 무형식학습과 관련 변인. *Andragogy Today*, 14(3). pp.111-138.
- 민선향 (2011). 신입비서의 무형식학습 과정 연구. *비서학논총*, 20(3), pp.57-74.
- 박경규, 이인석 (2000). 기업의 세계화에 따른 경영관리상의 새로운 패러다임-패러다임전환을 위한 혁신행동을 중심으로-. *인사관리연구*, 24(1). pp.59-85.
- 박선민, 박지혜 (2012). 기업의 무형식 학습이 비재무적 성과를 매개로 재무적 성과에 미치는 영향. *HRD연구*, 14(1), pp.1-26.
- 박성현 (2012). 부하의 핵심자기평가와 업무몰입 및 상사와 부하간 교환관계가 조직유효성에 미치는 영향. 성균관대학교 대학원, 박사학위논문.
- 박소영, 배을규, 김대영 (2018). 대학 산학협력단 직원의 리더-구성원 교환 관계(LMX)와 직무 열의의 관계에 대한 무형식 학습 활동의 매개 효과. *Andragogy Today*, 21(3). pp.1-26.
- 박아람 (2017). 잡 크래프팅이 조직몰입에 미치는 영향 : LMX, TMX의 조절효과를 중심으로. 중앙대학교 글로벌인적자원개발대학원, 석사학위논문.
- 박옥경, 박은주 (2008). 소비 가치, 미용 점포 서비스 품질, 소비자 만족이 점포 충성도에 미치는 영향. *복식문화연구*, 16(6), pp.1008-1018.
- 박은주, 장영용 (2002). 미용서비스의 과정적, 결과적 품질과 소비자 만족에 관한 연구. *복식문화연구*, 10(4), pp.350-363.
- 박정도 (2013). 전문 직업군의 조직공정성 지각이 조직유효성에 미치는 영향에 관한 연구. 한남대학교 대학원, 박사학위논문.
- 박정준 (2003). 서비스정업원의 복수교환관계 지각이 역할외적 행위와 서비

- 스품질에 미치는 영향. 대구대학교 대학원. 박사학위논문.
- 박정현, 류숙진 (2008). 대졸 초기경력자의 이직의도와 이직행위 -개인특성, 직무만족, 조직·구조적 요인의 영향력 분석. 한국사회학회, 사회학대회 논문집, pp.853-871.
- 박종민, 노현재, 정희근, 심덕섭 (2012). 감성지능이 직무행동에 미치는 영향에 대한 연구 : LMX 및 TMX의 매개효과. HRD연구, 14(3). pp.111-135.
- 박종희, 최우리 (2006). 종업원과 소비자의 역할 외의 행동이 서비스 품질 및 만족에 미치는 영향에 관한 연구. 한국유통학회 2006년도 동계학술대회 발표논문집. pp.229-251.
- 박준철, 서민교, 김병곤 (2010). 정보시스템 기업 종업원이 지각하는 조직공정성이 상사·구성원 교환관계(LMX), 팀·구성원(TMX), 직무만족에 미치는 영향. 대한경영학회지, 23(4), pp.1987-2003.
- 박준철, 서재범 (2013). 정보시스템 종업원의 교환관계 (LMX, TMX) 확장이 상사신뢰, 동료신뢰, 직무만족과 직무성과에 미치는 영향. 인터넷전자상거래연구, 13(4), pp.45-60.
- 박진현 (2012). 개인특성이 고객-종업원 교환관계와 조직몰입에 미치는 영향. 동양대학교 대학원, 박사학위논문.
- 박해철 (2017). 팀원 간 교환관계(TMX)가 조직유효성에 미치는 영향과 팀장의 코칭리더십의 조절효과. 중앙대학교 글로벌인적자원개발대학원, 석사학위논문.
- 박현주 (2016). 대기업 근로자의 무형식학습과 학습동기, 상사의 학습지원 및 학습문화의 관계. 서울대학교 대학원, 석사학위논문.
- 박혜선, 이찬 (2012). 무형식학습 영향 요인에 관한 통합적 문헌고찰. 평생교육학연구, 18(2), pp.213-246.
- 배병렬, 이민우 (2001). 서비스제공자의 고객지향성이 관계 질 및 재구매의

- 도에 미치는 영향. 한국마케팅저널, 3(2), pp.21-40.
- 배을규, 김민주, 김대영 (2013). HRD컨설턴트의 리더-구성원교환관계(LMX)와 경력 몰입의 관계에 대한 무형식학습 활동의 매개효과. 대한경영학회지, 26(7). pp.1865-1885.
- 백유성, 박진현, 김세원 (2013). 개인특성이 고객-종업원 교환관계와 조직몰입에 미치는 영향. 한국인사관리학회, 2013 춘계학술대회발표논문집, pp.1-23.
- 서종현 (2010). 정서지능과 고객-종업원 관계가 정서노동과 직무태도에 미치는 영향. 동양대학교 대학원. 박사학위논문.
- 송란호 (2012). 학교장의 감성적 리더십, LMX(Leader-Member Exchange), TMX(Team-Member Exchange), CMX(Customer-Member Exchange) 및 학교 조직효과성 간의 인과관계 연구. 인하대학교 대학원, 박사학위논문.
- 송선일 (2011). 대기업 연구개발 인력의 무형식학습과 학습지원환경 및 학습도구 활용의 관계. 서울대학교, 석사학위논문.
- 송연지, 박지혜 (2014). 기업의 무형식 학습이 조직 내 커뮤니케이션을 매개로 조직유효성에 미치는 영향. 한국HRD연구, 9(1), pp.23-51.
- 신동선 (2013). 학교장-교사 교환관계(LMX), 교사 성숙도, 팀-구성원 교환관계(TM) 및 학교조직역량 간의 인과관계. 인하대학교 대학원, 박사학위논문.
- 신소영, 이수용 (2017). 프로티언 경력태도가 무형식학습 활동을 매개로 주관적 경력성공에 미치는 영향: 서울지역 호텔 및 외식업 종사자를 중심으로. HRD연구, 19(4), pp.95-121.
- 신용석, 강태인, 윤성은 (2015). 언어폭력경험이 이직의도에 미치는 영향과 이용자-제공자 교환관계(CMX)와 직무만족의 매개효과검증 - 건강

- 가정지원센터 일반직과 아이돌봄직의 다집단분석과 잠재평균차이 검증. 한국사회복지학, 67(3), pp.31-55.
- 신은경 (2012). 기업내 무형식학습의 구성요소, 결과, 학습전이동기 간의 구조적 관계. HRD연구, 14(3), pp.25-59.
- 심상민, 최순화 (2002). 뷰티(美)산업의 浮上和 성공전략. 삼성경제연구소.
- 심우정 (2004). 초기 경력자의 학습과 적응에서 개발지원 관계망의 역할. 연세대학교 대학원, 석사학위논문.
- 심용보 (2016). 무형식 학습이 조직성과에 미치는 영향에 관한 실증연구. 경영경제연구, 38(2), pp.1-26.
- 안동윤 (2006). 기업에서의 무형식학습에 관한 연구: Action Learning 사례를 중심으로. 중앙대학교, 박사학위논문.
- 양춘희, 권용만, 신형재 (2015). 직무스트레스요인이 직무소진과 조직유효성에 미치는 영향에 관한 연구. 인적자원개발연구, 18(4), pp.129-151.
- 엄재욱 (2014). 구성원 정치역량과 성과. 한국항공대학교 대학원, 박사학위논문.
- 오경숙, 박은주 (2004). 미용실 경영방식에 따른 고객만족도 연구. 한국미용학회지, 10(1), pp.19-27.
- 오석태 (2003). 호텔 조리사 문화가 조직 유효성에 미치는 영향. 한국조리학회지, 9(3), pp.1-21.
- 오선균 (2010). 사회복지기관의 리더-구성원 교환관계(LMX)가 조직성과에 미치는 영향 -조직신뢰의 매개효과와 조직풍토의 조절효과를 중심으로-. 청주대학교 대학원, 박사학위논문.
- 우상호 (2018). 중소기업 초기 경력자들의 이직 의도 최소화 방법에 관한 연구. 성균관대학교 대학원, 박사학위논문.
- 우혜정, 박민주, 윤관식, 김우철 (2017). 조직 구성원의 무형식학습 참여를

- 통한 직무능력향상, 직무만족조직몰입 간의 구조적 관계에 대한 연구. 고용직업능력개발, 20(2), pp.89-123.
- 원종욱, 정기혜, 황도경 (2009). Beauty산업 선진화를 위한 중장기 계획 수립연구. 보건복지가족부 한국보건사회연구원, 정책보고서.
- 위영은, 이희수 (2010). 사회 연결망에서의 무형식학습 연구 -A병원행정조직을 중심으로. 농업교육과 인적자원개발, 42(4), pp.149-173.
- 윤경신 (2016). 중소기업 근로자의 직무몰입과 업무부하, 무형식학습 및 직무효능감의 관계. 서울대학교 대학원, 석사학위논문.
- 유경미 (2012). 조직문화 유형이 조직몰입과 직무성과에 미치는 영향 :카지노 기업을 대상으로. 경기대학교 대학원, 박사학위논문.
- 유창호, 오세이 (2014). 아이스하키 팀-선수의 교환관계(TMx)와 팀공정성, 팀 신뢰 및 팀성과의 구조모형 연구. 한국체육학회지, 58(1), pp.609-622.
- 윤경신, 김진모 (2016). 중소기업 근로자의 직무몰입과 업무부하, 무형식학습 및 직무효능감의 관계. 농업교육과 인적자원개발, 48(1), pp.129-148.
- 윤만희 (2009). 서비스종업원의 교환관계 확장이 직무관련 태도와 서비스 수행에 미치는 영향. 마케팅연구, 24(2), pp.51-79.
- 윤만희, 김정섭, 김지한 (2005). 서비스 고객의 개인가치와 서비스접점 특성이 고객참여행위에 미치는 영향. 마케팅관리연구, 10(1), pp.139-163.
- 윤만희, 박정준 (2005). 서비스종업원의 교환관계인식이 역할내외적 행위수행에 미치는 영향. 경영학연구, 34(3), pp.783-813.
- 이기은, 전무경 (2011). 사회적 지원과 교환관계의 질이 조직 내 구성원의 혁신행동에 미치는 영향. 대한경영학회지, 24(2), pp.943-961.
- 이기현, 신인용, 오홍석 (2013). 차상위 리더와의 관계가 팀 구성원의 성과에 미치는 영향. 인사조직연구, 21(2), pp.146-180.
- 이만기 (2013). 대졸 초기경력자의 이직의도에 미치는 영향요인 분석. 진로

- 교육연구, 26(3), pp.61-81.
- 이민영 (2013). 대기업 사무직 근로자의 무형식학습과 개인 및 팀 변인의 관계적 관계. 서울대학교대학원, 박사학위논문.
- 이승재, 박운서 (2017). 호텔 종사원의 직무특성이 무형식 학습활동에 미치는 영향. 호텔리조트연구, 6(4), pp.23-38.
- 이영균, 유광영 (2017). LMX와 조직몰입의 관계분석 -자기효능감의 매개효과를 중심으로. 한국공공관리학보, 31(2), pp.25-44.
- 이영민, 연경진 (2009). 정보통신 업종 대졸 초기 경력자의 이직 의도와 이직행동 결정요인 분석. 기업교육연구, 11(1), pp.59-77.
- 이용기 (2001). 고객접점 종업원의 친사회적 행위에 대한 고객지각이 종업원 서비스품질 평가, 고객만족과 고객의 자발적 행위에 미치는 영향. 마케팅연구, 16(3), pp.105-125.
- 이원일 (2000). 교환관계 관점에서 본 조직시민행동의 결정요인 -임파워먼트와 신뢰를 중심으로-. 연세대학교 대학원, 석사학위논문.
- 이유재, 공태식, 유재원 (2004). 서비스 조직과 고객의 교환관계가 고객시민 행동에 미치는 영향에 관한 연구. 경영학연구, 33(6), pp.1809-1845.
- 이윤주, 백지연 (2011). A qualitative study on secretaries's informal learning in the workplace. 비서학논총, 20(1), pp.93-111.
- 이윤하 (2010). 활동이론에 터한 일터 무형식학습 뿌리내림. 숭실대학교 대학원, 박사학위논문.
- 이은혜, 김민수 (2010). 다수준접근을 통한 LMX에서의 조절효과에 대한 연구. 한국심리학회지:산업 및 조직, 23(2), pp.317-338.
- 이인석 (1999). 혁신행동의 선행요인에 관한 실증연구. 인사관리연구, 23(1), pp.89-113.
- 이정금 (2017). 무형식학습이 혁신성에 미치는 영향 -조직지원 조절효과를

- 중심으로. 평생학습사회, 13(1), pp.105-130.
- 이종건, 김동호 (2008). 리더십 스타일과 조직유효성 간의 관계. 대한경영학회지, 21(4), pp.1495-1521.
- 이종현, 김정희 (2014). 서비스 제공자의 감성지능이 사회적 교환과 관계자 산에 미치는 영향. 유통경영학회지, 17(4), pp.5-17.
- 이준형 (2013). 상사-구성원 교환관계 (LMX) 와 팀-구성원 교환관계 (TMX) 가 조직유효성에 미치는 영향. 중앙대학교 글로벌인적자원개발대학원, 석사학위논문.
- 이지우 (1999). 구성원들간 과업수행 관계와 집단의 과업효과성. 한국인사관리학회, 인사관리연구, 23(2), pp.89-105.
- 이지환 (2012). 골프장 캐디의 교환관계가 직무만족과 서비스 수행에 미치는 영향. 한국체육학회지, 51(2), pp.279-289.
- 이채현 (2017). 대형할인점 종사원의 감성지능이 고객지향적 판매행동에 미치는 영향 : 고객과 구성원의 교환관계(CMX)와 직무열의의 매개효과. 중앙대학교 글로벌인적자원개발대학원, 석사학위논문.
- 이훈구, 표성수 (2000). 관광호텔의 기업문화와 조직유효성 및 조직성과 간의 관계. 관광품질시스템연구, 6(2), pp.1-22.
- 임동일 (2018). 제조업 근로자의 학습지원환경, 직무특성이 학습동기와 무형식학습에 미치는 영향. 충남대학교 대학원, 박사학위논문.
- 임민섭, 박윤희 (2018). 중소기업 근로자의 무형식학습이 조직시민행동에 미치는 영향: 경력몰입의 매개효과. 기업교육과 인재연구, 20(1), pp.1-33.
- 임정연, 이영민 (2013). 중소기업 대졸 초기 경력자의 자발적 이직의도, 교육-직무 일치도, 일자리 특성의 관계에서 근무환경, 인간관계, 자기개발 가능성의 조절효과: 기업교육에 대한 시사점. 기업교육연구, 15(2). pp.155-181.

- 임주희 (2010). LMX(리더-구성원 교환관계)와 TMX(팀-구성원 교환관계)가 직장-가정 갈등에 미치는 영향 : 자기결정감의 매개효과와 고용안정성의 조절효과 검증. 고려대학교 대학원, 석사학위논문.
- 장원섭, 김소영, 김민영, 김근호 (2007). 대졸 초기경력자의 직장 적응실태에 관한 조사연구. 기업교육연구, 26(3), pp.141-164.
- 장주희 (2005). 초기 경력자의 실행공동체 참여와 학습 및 적응과의 상관성 연구. 연세대학교 대학원, 석사학위논문.
- 전순영, 김경화, 장은주 (2013). 감정노동자와 조직유효성의 관계에서 감성지능이 미치는 매개효과 연구. 비서학논총, 22(1), pp.167-186.
- 정대용, 조철호 (2010). 상사부하 교환관계(LMX)에 기반한 임파워먼트가 직무만족과 조직몰입에 미치는 영향: 대구 경북지역 노인요양시설을 중심으로. 대한경영학회지, 82(5), pp.2353-2375.
- 정명순, 고가연, 최영순, 손은진, 장지혜 (2016). 간호사의 일터학습과 직무만족 및 간호업무성과와의 관계. 한국간호교육학회 학술대회, p.80.
- 정연순 (2005). 실행 공동체(Communities of Practice) 참여로서의 일터 학습 - 기업체 신입사원 및 초급관리자 사례를 중심으로. 기업교육연구, 24(3), pp.99-121.
- 정용근, 위오기 (2012). 조직문화, 셀프리더십 및 조직유효성의 상호관계에 관한 연구. 경영컨설팅리뷰, 3(2), pp.53-77.
- 정현우 (2007). 조직구성원의 감성지능이 조직유효성에 미치는 영향에 관한 연구. 부산대학교 대학원, 박사학위논문.
- 조성모 (2014). 영업사원의 사회적 관계 수준이 조직유효성에 미치는 영향에 대한 연구 : 영업사원의 성격적 특성과 감성지능의 조절효과를 중심으로. 경희대학교 대학원, 석사학위논문.
- 조준, 윤동열, 한승현(2018). 무형식학습이 조직몰입에 미치는 영향: 자기효

- 능감의 매개효과를 중심으로. 대한경영학회지, 31(8), pp.1527-1547.
- 조현정 (2015). 기업비서의 무형식학습 활동과 상사-비서 교환관계, 임파워먼트, 직무특성 및 직무효능감의 인과적 관계. 서울대학교 대학원, 박사학위논문.
- 조효진 (2018). 객실승무원의 LMX, TMX가 직무만족에 미치는 영향 -직업 존중감의 조절효과 중심으로-. 세종대학교 관광대학원, 석사학위논문.
- 주세용 (2018). 조직구성원들의 학습접근방식이 조직변화준비도에 미치는 영향과 LMX, TMX의 조절효과. 중앙대학교 글로벌인적자원개발대학원, 석사학위논문.
- 주홍석 (2014). 대기업 대졸 신입사원의 직업적응과 입사 전의 지식, 입사 후에 대한 기대, 선도적 행위, 조직사회화 전략 및 직장 내 사회적 지원관계. 서울대학교 대학원, 박사학위논문.
- 진수현 (2014). HRD 기업 구성원의 무형식학습 활동과 학습 전이의 관계에서 학습전이풍토의 조절효과 분석. 연세대학교 대학원, 석사학위논문.
- 최동선, 임언, 오석영, 정혜령, 김태환 (2014). 고졸 초기경력자의 직장선택과 적응에 대한 내러티브 탐구. 직업교육연구 33(6). pp.183-205.
- 최외숙, 이종렬 (2011). 피부미용사의 근무환경, 스트레스, 직업만족도 생활만족도에 관한 구조모델. 대한보건연구, 37(1), pp.109-120.
- 최우리, 박종희 (2009). 소비자 관점의 소비자 참여행동이 서비스 품질, 가치 및 재구매의도에 미치는 영향. 마케팅관리연구, 14(4), pp.177-204.
- 최우리, 박종희, 황연순 (2011). 미용 서비스 현장에서 소비자 참여가 감정적 반응과 서비스 품질 지각 및 재방문 의도에 미치는 영향. 한국의류산업학회지, 13(6). pp.952-958.

- 최원미 (2019). 장애인주간보호시설 종사자의 직무특성이 조직유효성에 미치는 영향 -감정노동의 매개효과를 중심으로-. 서울한영대학교 대학원, 박사학위논문.
- 최윤정 (2017). 뷰티산업의 내부마케팅, 직무스트레스가 직무만족 및 고객지향성에 미치는 영향. 동양대학교 대학원, 박사학위논문.
- 추재엽 (2017). 조직문화와 조직공정성이 조직효과성에 미치는 영향 -조직커뮤니케이션과 임파워먼트의 매개효과를 중심으로-. 한양대학교 대학원, 박사학위논문.
- 한경혜 (2018). 사회복지시설에서 조직공정성이 조직유효성에 미치는 영향 -절차공정성의 조절효과 중심으로-. 호서대학교 벤처대학원, 박사학위논문.
- 한복환 (2010). 리더십유형이 조직유효성에 미치는 임파워먼트의 매개적 효과에 관한 실증적 연구 -금융산업을 중심으로-. 조선대학교 대학원, 박사학위논문.
- 한승희 (1997). 무형식 학습과정과 대중문화. 교육원리연구, 2(1). pp.246-271.
- 한연주 (2010). 리더십, 팔로어십, 상사-부하교환관계(LMX)의 질이 조직몰입에 미치는 영향에 관한 연구 : 관광·컨벤션 기업을 중심으로. 경희대학교 대학원, 박사학위논문.
- 한진성, 강연경, 윤지환 (2015). 항공사 승무원의 LMX(Leader-Member Exchange)와 경력 몰입의 관계에 대한 무형식 학습활동의 매개효과. 관광레저연구, 27(9), pp.259-278.
- 한효정, 곽민호, 한현석 (2016). 정규직 초기경력자 직무만족 변화 패턴 유형에 직업선택동기가 미치는 영향. 진로교육연구, 29(3), pp.47-68.
- 함현정, 최원설 (2015). 기업 내 R&D분야 엔지니어의 무형식학습방법과 학습전이 관계에서 긍정심리자본의 매개효과. HRD연구, 17(4), pp.105-132.

황순욱, 장준은, 정태영, 임수진 (2012). 뷰티산업 정책·제도 조사·분석-뷰티산업 해외진출 방안 중심으로. 한국보건산업진흥원, 정책보고서.  
황영훈 (2017). 대기업 영업직 초기경력자의 형식학습, 무형식학습, 조직사회화 및 이직의도의 구조적 관계. 서울대학교 대학원, 박사학위논문.

NCS국가직무능력표준 학습모듈 헤어미용 환경분석 p.2 : NCS국가직무능력표준, HOME / NCS 및 학습모듈검색 / NCS 및 학습모듈 검색, 12.이용·숙박·여행·오락·스포츠 > 01.이·미용 > 01.이·미용서비스, 검색일 2018.09.19  
<https://www.ncs.go.kr/unity/th03/ncsSearchMain.do>

경상북도청·국가경영연구원 (2013). 뷰티산업 활성화 방안 연구.

고려대한국어대사전

<https://ko.dict.naver.com/#/entry/koko/e07f751e81294042a794b86db102fbf9>, 검색일 2018. 10. 02.

고용노동통계

<http://laborstat.moel.go.kr/lsm/bbs/selectBbsDetail.do> ,  
검색일 2019. 04. 02.

국가법령정보센터 공중위생관리법

<http://www.law.go.kr/lsInfoP.do?lsiSeq=199530&efYd=20171212#000>,  
검색일 2018. 09. 19.

국가법령정보센터 공중위생관리법 시행규칙

<http://www.law.go.kr/lsInfoP.do?lsiSeq=203459&efYd=20180501#0000>,  
검색일 2018. 09. 19.

노경섭 (2019), 『제대로 알고 쓰는 논문 통계분석: SPSS & AMOS』, p. 251,  
한빛아카데미.

문화체육관광부 (2018). 『외래관광객실태조사』 [http://kosis.kr/statHtml/statHtml.do?orgId=113&tblId=DT\\_113\\_STBL\\_1027629&conn\\_path=I2](http://kosis.kr/statHtml/statHtml.do?orgId=113&tblId=DT_113_STBL_1027629&conn_path=I2), 검색일 2019. 02. 11.

통계분류포털

[https://kssc.kostat.go.kr:8443/ksscNew\\_web/link.do?gubun=001](https://kssc.kostat.go.kr:8443/ksscNew_web/link.do?gubun=001),  
검색일 2019. 04. 02.

고용노동부 (2017), 고용형태별근로실태조사보고서 2017년판.

삼성경제연구소 (2002). 뷰티(美)산업의 浮上과 성공전략.

한국고용정보원 (2018). 4차 산업혁명 미래 일자리 전망.

한국보건산업진흥원 (2011). 뷰티테마(산업)단지 지정 방안.

한국보건산업진흥원 (2012). 뷰티산업 정책·제도 조사·분석 -뷰티산업 해외진출 방안 중심으로.

한국보건산업진흥원 (2019). 글로벌 화장품 수출경쟁력 분석 및 K-Beauty 시사점. 보건산업브리프, 280. pp.1-12.

한국직업능력개발원 (2013). 고졸 초기경력자의 직장적응 실태 분석

Allen, N. J. & Meyer, J. P.(1990). The measurement and antecedents of affective, continuance and normative commitment to organization. *Journal of Occupational Psychology*, 63(1), 1-18.

Barron & Kenny(1986), 'The moderate-mediator variable distinction in social psychological research : conceptual, strategic, and statistical considerations, *Journal of Personality and Social Psychology*, 51, pp. 1173-1182.

- Campbell, J. P. (1977). On the nature of organizational effectiveness, in P. s. Goodman & J. M. Pennings(eds), *New Perspective on organizational effectiveness*, San Francisco: Jossey-Bass, 36.
- Choi, W. (2009). Influences of Formal Learning, Personal Characteristics, and Work Environment Characteristics on Informal Learning among Middle Managers in the Korean Banking Sector. Unpublished doctoral dissertation, The Ohio State University.
- Colley, H., Hodkinson, P. & Malcom, J. (2003). Informality and formality in learning: A report for the Learning and Skills Research Center. *Human Resource Development International*, 7(2), 233-249.
- Dansereau, F., Graen, G. & Haga, W. (1975). A vertical dyad linkage approach to leadership in formal organizations. *Organizational Behavior and Human Performance*, 13(1), 46-78.
- Dienesch, R. M. & Liden, R. C.(1986). Leader member exchange model of leadership: A critique and further development. *Academy of Management Review*, 11(3), 618-634.
- Eraut, M. (2004). Informal learning in the workplace, *Studies in Continuing Education*, 26(2), 247-273.
- Graen, G. B. & Uhl-Bien, M. (1995). Relationship-based Approach to Leadership: Development of Leader-Member Exchange(LMX) Theory of Leadership over 25 Years: Applying a Multi-Level Multi-Domain Perspective. *Leadership Quarterly*, 6(2), 219-247.
- Hollander, E. P. (1976). Leadership and Social Exchange Processes. STATE UNIV OF NEW YORK AT BUFFALO DEPT OF PSYCHOLOGY, Technical report No.2, 1-30.

- Liden, R. C., & Maslyn, J. M. (1998). Multidimensionality of leader-member exchange: An empirical assessment through scale development. *Journal of Management*, 24(1), 43-72.
- Liden, R. C., Wayne, S. J. & Sparrowe, R. T. (2000). An examination of the mediating role of psychological empowerment on the relations between the job, interpersonal relationships, and work outcomes. *Journal of Applied Psychology*, 85 (3), 407-416.
- Lohman, M. C. (2005). A survey of factors influencing the engagement of two professional groups in informal workplace learning activities. *Human Resource Development Quarterly*, 16, 501-527.
- Marsick, V. & Watkins, K. (1987). Approaches to studying learning in the workplace. *Learning in the Workplace*, 171-198.
- Marsick, V. & Watkins, K. (1992). Towards a Theory of Informal and Incidental Learning in Organizations. *International Journal of Lifelong Education*, 11(4), 287-300.
- Marsick, V. & Watkins, K. (2001). Informal learning and Incidental Learning. *New Directions for Adult and Continuing Education*. 89, 25-34.
- Meyer, J. P. & N. J. Allen (1991), A Three-Component Conceptualization of Organizational Commitment, *Human Resource Management Review*, 1(1) : 61-89.
- Resnick, L. B. (1987). Learning in school and out. *Educational Researcher*, 16(9). 13-20.
- Seers, A. (1989). Team-member exchange quality: A new construct for role-making research. *Organizational Behavior and Human*

Decision Processes, 43, 118-135.

Seers, Anson(1989), “Team-Member Exchange Quality: A New Construct for Role-Making Research,” *Organizational Behavior and Human Decision*, 43(1), 118-135.

Seers, A., Petty, M. M. & Cashman, J. F.(1995). Team-member exchange under team and traditional management. *Group & Organization Management*, 29(1), 18-33.

## ABSTRACT

The Causal Relationship among Informal Learning Activities, Leader-Member Exchange, Team-Member Exchange, Customer-Member Exchange, Organizational Effectiveness of Early career in Beautyservice Industry.

Joo, Ha - na  
Department of Clothing  
Graduate School of  
Sungshin University

The purpose of this study is to identify a causal relationship between factors affecting the employment, business, and performance of beginning employees that can be considered as the driving force behind development of beauty service industry of Korea.

This study used a researching method using questionnaire survey method to analyze a causal relationship between formless learning activities of beginning employees of beauty service industry, LMX, TMX, CMX, and organizational effectiveness

Businesses who provide beauty service industry of all areas as hair beauty(including barber business), skin care, nail salon, and makeup salon(including eyelashes · semipermanent), product sales, and employees

of less than 3 years without a turnover are selected as the target population, factors of formless learning activities consisted of total 3 factors as self-reflection activity, learning activity with others, and outside information search activity, LMX is composed of 4 factors of professional respect, attachment, loyalty, and contribution, TMX is composed of 2 factors of personal view TMX and other people's viewpoint TMX, CMX is composed of a single factor, and organizational effectiveness is composed of total 2 factors as job engagement and job satisfaction.

For data analysis, this study conducted Frequency Analysis, Reliability Analysis, Descriptive statistics Analysis, and Multiple regression Analysis and conducted and analysis for mediating effect.

The results of this study are as follows.

First, in a relationship between formless learning activity of beginning employees of beauty service industry and LMX, attachment and loyalty factors showed a significant relationship with learning activity with others, and contribution and professional respect factors showed a significant relationship with activities with others and self-reflection activity.

Secondly, in a relationship between formless learning activity of beginning employees of beauty service industry and TMX, all factors were significant for learning activities with others and self-reflection activity and CMX was significant for outside information search activity and self-reflection activity.

Thirdly, every factor showed a significant result on organizational effectiveness in a relationship between formless learning activity of beginning employees of beauty service industry and organizational

effectiveness.

Fourthly, for LMX of beginning employees of beauty service industry, professional respect and loyalty made a significant effect on TMX, loyalty factor on CMX, and attachment factor made a significant effect on organizational effectiveness.

Fifthly, TMX of beginning employees of beauty service industry was significant for both CMX and organizational effectiveness.

Sixthly, CMX of beginning employees of beauty service industry made a significant effect on organizational effectiveness.

Seventhly, formless learning activity, LMX, TMX, and CMX of beginning employees of beauty service industry made a significant effect on self-reflection activity and attachment of LMX, TMX, and CMX on job satisfaction, and self-reflection activity of formless learning activity, attachment of LMX, intellectual respect, and CMX made a significant effect on organizational commitment.

Eighthly, for mediating effects of LMX, TMX, and CMX on a relationship between formless learning activity of beginning employees of beauty service industry and organizational effectiveness, LMX factor showed mediating effects on job satisfaction and professional respect showed mediating effects on outside information search activity and self-reflection activity. For job engagement, every LMX factor showed mediating effect on learning activity with others and self-reflection activity and every factor showed mediating effect on professional respect. One's point of view and other's point of view of TMX showed mediating effect on job satisfaction, outside information search activity, self-reflection

activity, and other's point of view on self-reflection activity, job engagement factor made a mediating effect on one's point of view and other's point of view, and learning activity with others made a mediating effect on other's point of view. It was identified that CMX made a mediating effect on job satisfaction, job engagement, learning activity with others, and self-reflection activity.

Therefore, exchange relation as LMX, TMX, and CMX make various effects for beginning employees of beauty service industry who master and adapt themselves to their work situation through formless learning activity on work situations, improve job engagement and job satisfaction by managing the quality of exchange relation, and the improved organizational effectiveness can produce positive business performance.

The results of this study can contribute help for beauty service industry to develop high performance as formation of high quality human relationship in business situation where formless learning activity of beginning employees of beauty service industry takes place can derive positive feedback from consumers of beauty industry.

**뷰티산업 초기경력자의 무형식학습 활동과 LMX, TMX, CMX 및 조직유효성의 인과적 관계에 관한 설문지**

안녕하십니까?

바쁘신 중에 소중한 시간을 내어 주셔서 감사합니다. 저는 성신여자대학교 일반대학원 의류학과 수료생 주하나입니다.

저는 박사학위 논문으로 **뷰티산업 초기경력자의 무형식학습 활동과 LMX, TMX, CMX 및 조직유효성의 인과적 관계**에 관한 연구를 수행하고 있습니다. 귀하께서 작성해주신 설문은 뷰티산업의 발전을 위한 본 연구를 진행하는데 소중한 자료가 될 것입니다. 본 설문은 무기명이며 모든 설문 내용 및 조사결과는 통계법 33조 1, 2항에 의거 연구목적에 위한 통계 분석 외에는 절대 사용되지 않을 것입니다.

또한, **미응답 문항이 하나라도 있으면 그 설문지는 분석할 수 없으니** 한 문항도 빠짐없이 응답하여 주시기를 부탁드립니다.

귀중한 시간을 내어 주셔서 감사합니다.

2018. 10

성신여자대학교 일반대학원 의류학과  
지도교수 : 김경희  
연구자 : 주하나

I. 무형식학습 활동	전혀 그렇지 않다	그렇지 않다	보통이다	그렇다	매우 그렇다
1 어려운 업무 상황을 다른 사람들이 어떻게 해결하는지 관찰한다.	①	②	③	④	⑤
2 특정한 업무 상황과 관련하여 상사나 동료와 비공식적인 토론을 한다.	①	②	③	④	⑤
3 업무상의 문제를 해결하기 위해 다른 사람들과 협력한다.	①	②	③	④	⑤
4 휴식시간이나 일과 후에도 업무와 관련된 문제를 해결하기 위해 동료들과 아이디어를 교환한다.	①	②	③	④	⑤
5 어려운 업무 상황 해결에 필요한 정보와 지식을 얻기 위해 외부 전문가들과 연락한다.	①	②	③	④	⑤
6 유용한 정보를 얻기 위해 자발적으로 세미나 등에 참석한다.	①	②	③	④	⑤
7 업무 정보와 지식습득을 위해 전문 잡지 또는 관련 서적을 읽는다.	①	②	③	④	⑤
8 어려운 업무를 해결하기 위해 과거에 참여한 교육훈련 등에서 배운 내용을 되돌아본다.	①	②	③	④	⑤
9 어려운 업무 상황에 대한 해답을 찾기 위해 나 스스로 업무매뉴얼을 참조하여 업무처리방식을 터득하려고 한다.	①	②	③	④	⑤
10 새로운 업무를 해야 할 때, 과거 어려운 업무 상황을 처리했던 경험을 되돌아본다.	①	②	③	④	⑤
11 나는 업무를 처리하기 위해 과거의 시행착오나 실수를 다시 생각해본다.	①	②	③	④	⑤

## II. LMX(Leader-Member Exchange)

	전혀 그렇지 않다	그렇지 않다	보통이다	그렇다	매우 그렇다
1 나는 나의 상사를 인간적으로 좋아한다.	①	②	③	④	⑤
2 나의 상사는 내가 친구로 삼고 싶은 유형이다.	①	②	③	④	⑤
3 나의 상사와 일하는 것은 즐겁다.	①	②	③	④	⑤
4 나의 상사는 내가 업무상 문제를 완전히 알지 못해도 뒷사람 앞에서 나의 업무활동을 지지해 준다.	①	②	③	④	⑤
5 내가 만약 다른 사람으로부터 공격을 받는다면 나의 상사는 나를 방어해 줄 것이다.	①	②	③	④	⑤
6 나의 상사는 내가 명백한 실수를 했다하더라도 조직 내 다른 사람으로부터 나를 보호해 줄 것이다.	①	②	③	④	⑤
7 나는 업무 범위를 넘어선 부분이라도 나의 상사를 위해 일한다.	①	②	③	④	⑤
8 나는 조직의 이익을 위해 필요한 수준 이상의 추가적인 노력을 기꺼이 할 것이다.	①	②	③	④	⑤
9 나는 나의 상사의 업무관련 지식에 감명을 받는다.	①	②	③	④	⑤
10 나는 나의 상사의 직업적인 기술에 감탄한다.	①	②	③	④	⑤
11 나는 나의 상사의 업무에 관한 능력과 지식을 존경한다.	①	②	③	④	⑤

## III. TMX(Team-Member Exchange)

	전혀 그렇지 않다	그렇지 않다	보통이다	그렇다	매우 그렇다
1 나는 팀 동료들에게 나의 업무를 보다 순조롭게 하기 위하여 언제 도와주어야 하는지를 때때로 알려준다.	①	②	③	④	⑤
2 나는 팀 동료들에게 보다 나은 작업방법을 제시한다.	①	②	③	④	⑤
3 나는 팀 동료들의 업무를 순조롭게 하기 위하여 나의 업무를 융통성 있게 바꾼다.	①	②	③	④	⑤
4 나는 팀 동료들이 업무를 끝낼 수 있도록 기꺼이 도와준다.	①	②	③	④	⑤
5 업무가 바쁠 때 나는 종종 팀 동료들을 자발적으로 도와준다.	①	②	③	④	⑤
6 업무가 바쁠 때 팀 동료들은 종종 나에게 도움을 요청한다.	①	②	③	④	⑤
7 팀 동료들은 나의 문제점 및 요구사항들을 제대로 이해한다.	①	②	③	④	⑤
8 팀 동료들은 내가 언제 팀 업무에 참여하는 것이 좋은지 알려준다.	①	②	③	④	⑤
9 팀 동료들은 나의 잠재력을 제대로 인정한다.	①	②	③	④	⑤
10 팀 동료들은 나에게 보다 나은 작업방법을 제시한다.	①	②	③	④	⑤
11 팀 동료들은 내가 업무를 끝낼 수 있도록 기꺼이 도와준다.	①	②	③	④	⑤

#### IV. CMX(Customer-Member Exchange)

	전혀 그렇지 않다	그렇지 않다	보통이다	그렇다	매우 그렇다
1 우리 샵의 고객은 종업원인 나를 서비스 전문가로 인정하고 존중해 주는 편이다.	①	②	③	④	⑤
2 우리 샵의 고객은 훌륭한 서비스를 제공받게 되면 종업원인 나에게 이를 칭찬해 준다.	①	②	③	④	⑤
3 나는 우리 샵의 고객을 대체로 신뢰한다.	①	②	③	④	⑤
4 우리 샵의 고객은 종업원인 나를 대체로 따뜻하게 대해 주는 편이다.	①	②	③	④	⑤
5 우리 샵의 고객은 종업원인 나를 대체로 좋아하는 편이다.	①	②	③	④	⑤
6 나는 우리 샵의 고객들에 대해 애착심을 가지고 있다.	①	②	③	④	⑤

#### V. 조직유효성

	전혀 그렇지 않다	그렇지 않다	보통이다	그렇다	매우 그렇다
1 나는 내가 수행하는 업무에 전반적으로 만족한다.	①	②	③	④	⑤
2 내가 수행하는 업무의 결과에 만족한다.	①	②	③	④	⑤
3 나는 내가 수행하는 업무에 보람을 느낀다.	①	②	③	④	⑤
4 내가 수행하는 업무가 적성에 맞다.	①	②	③	④	⑤
5 나는 현재 근무지가 다른 어떤 근무지보다 좋은 곳이라고 생각한다.	①	②	③	④	⑤
6 현재 근무하고 있는 곳은 일하는 방식에 최선을 다할 수 있는 포부를 갖도록 해준다.	①	②	③	④	⑤
7 주위 사람들에게 현재 근무하고 있는 곳이 일하기 좋은 곳이라고 말하곤 한다.	①	②	③	④	⑤
8 나는 다른 곳보다 현재 근무지를 선택한 것이 매우 잘한 일이라고 생각한다.	①	②	③	④	⑤

◆ 귀하에 대한 질문입니다. 해당사항에 표시 해 주십시오.◆

- 귀하의 **성별**은?            ① 여성    ② 남성
- 귀하의 **연령**은?            ① 20대    ② 30대    ③ 40대    ④ 50대    ⑤ 60대
- 귀하가 소속된 **뷰티산업 분야**는 무엇입니까?  
① 헤어    ② 네일    ③ 피부    ④ 메이크업    ⑤ 속눈썹·반영구    ⑥ 종합미용업
- 현재 근무지에서 귀하의 **근속기간**은?  
① ~6개월                      ② 6개월~1년                      ③ 1년 ~ 1년 6개월  
④ 1년 6개월 ~ 2년            ⑤ 2년 ~ 2년 6개월            ⑥ 2년 6개월~3년

- 오랜 시간동안 응답해주셔서 감사합니다 -