

# 뷰티관광 활성화를 위한 교육과정 개선 방안 연구: IPA를 중심으로

황영아<sup>1</sup>, 엄문연<sup>2\*</sup>

<sup>1</sup>경희대학교 일반대학원 스마트관광원 박사과정, <sup>2</sup>호남대학교 경영학부 교수

## The Study on the Improvement of Curriculum for the Development of Beauty Tourism: Focusing on IPA

Young-A Hwang<sup>1</sup>, Wen-Yan Yan<sup>2\*</sup>

<sup>1</sup>Professor, Doctor of Philosophy in Tourism, Graduate School of Kyung Hee University

<sup>2</sup>Professor, Division of Business Administration, Honam University

요 약 본 연구는 뷰티관광 교육과정의 중요도-만족도의 차이를 분석하여 뷰티관광 활성화를 위한 교육과정의 개선을 목적으로 한다. 뷰티관광산업 종사자를 대상으로 온·오프라인 설문조사를 실시하였으며 208개의 유효표본을 활용하여 IPA분석을 실시하였다. 분석결과, 모든 교육내용에 대한 중요도와 만족도는 차이가 있는 것으로 나타났다. 또한 개선이 필요한 교육내용은 없는 것으로 나타났으며 지속 및 유지가 필요한 교육과정은 현장실습, 전공실무, 서비스 및 매너, 고객상담, 고객관리, 마케팅, 대인관계 등으로 나타났다. 우선순위가 낮은 교육내용은 외국어, 다문화 이해, 관광학, 뷰티 경영 등으로 나타났으며 과잉 노력을 지양이 필요한 교육내용은 전공 이론인 것으로 나타났다. 연구 결과를 바탕으로 뷰티관광 활성화를 위한 교육과정 개선 방향을 제시하였다.

주제어 : 뷰티관광, 뷰티관광교육, 교육만족도, IPA, 중요도-만족도 매트릭스

Abstract The purpose of this study is to improve the curriculum to revitalize beauty tourism by analyzing the difference in importance and satisfaction of the beauty tourism curriculum. And online and offline surveys were conducted for workers in the beauty tourism industry, and IPA analysis was conducted using 208 valid samples. As a result of the analysis, it was found that there was a difference in the importance and satisfaction of all educational contents. And then, it was found that there were no educational contents that needed improvement, and the training courses that required continuous maintenance were field practice, major practice, service and manners, customer consultation, customer management, marketing, and interpersonal relationships. Education content with low priority was found to be foreign languages, multicultural understanding, tourism, and beauty management. Based on the results, directions for improving the curriculum for revitalizing beauty tourism were suggested.

Key Words : Beauty tourism, Beauty tourism education, Educational satisfaction, IPA, Importance-satisfaction matrix

\*Corresponding Author : Wen-Yan Yan(my97@honam.ac.kr)

Received April 19, 2022

Accepted May 20, 2022

Revised April 28, 2022

Published May 28, 2022

## 1. 서론

### 1.1 연구의 필요성

한국보건산업진흥원(2011)은 뷰티산업자원을 활용한 시설과 프로그램 등 서비스를 제공하여 고객이 체험하는 관광의 유형이며 이를 뷰티관광이라 하였다[1] 한국관광공사와 서울시는 K-뷰티와 K-컬처를 융합한 뷰티관광 산업 육성에 본격적으로 나섰다[2,3]. 이는 K-뷰티가 관광산업에서도 중요한 콘텐츠로 자리 잡고 있다는 것을 보여 준다. 뷰티관광산업은 급성장하고 있지만 관련 산업을 운영하는 기업들은 뷰티관광서비스 역량을 갖춘 인적 자원을 채용하는 것이 어렵고, 제한된 인적자원을 효율적으로 활용해야 한다. 이는 뷰티관광에 적합한 인재 양성의 시급함을 시사한다. 따라서 종래의 단순한 뷰티기술 업무 능력만을 지닌 인재보다는 외국어가 능숙하고, 다국적인 사교성과 관광서비스 마인드 등 뷰티관광산업에 적합한 경쟁력을 갖추고 있는 인재를 필요로 한다. 그러나 대부분의 미용교육기관은 미용국가자격증을 기초로 하는 교육과 실무를 위한 재교육이 이루어지고 있으며, 뷰티관광 역량 개발을 위한 교육과정은 이루어지지 않고 있다[4,5]. 의료관광, 카지노, 레저스포츠, 외식 산업 등 타 산업 분야에서는 관광산업인재를 양성하기 위해 관광학의 기본 개념을 근거한 각각 산업에 맞는 관광교육과정으로 개선하였고, 관광산업에 적합한 관광교육과정으로 시행하고 있다[6]. 그러나 뷰티관광산업은 뷰티관광교육의 명확한 개념이 없으며, 연구도 매우 부족한 실정이다. 뷰티관광산업의 인재를 양성하기 위해서는 먼저 뷰티관광교육의 구체적인 개념을 정립하고, 관광학의 특성을 고려한 뷰티관광교육과정을 개선하며, 전문교육기관의 확충이 시급하다. 현재 종사자들의 뷰티관광산업에 대한 이해도 정도와 역량 강화를 위한 목표 부합성 및 업무 실효성에 대한 연구가 필요한 것이다.

### 1.2 연구목적

따라서 본 연구의 목적은 뷰티관광산업 현장에서 근무하는 종사자들을 대상으로 현재 시행되고 있는 뷰티관광 교육과정의 중요도 인식과 만족도를 분석하고, 실제 뷰티산업 종사자들의 뷰티관광산업, 뷰티관광교육의 이해도 및 현실적 문제를 탐색하려 한다. 또한 뷰티관광 활성화를 위하여 인력 양성에 필요한 뷰티관광교육과정의 개선 방안을 제시하고자 한다.

## 2. 이론적 배경

### 2.1 뷰티관광교육의 필요성 및 의의

뷰티관광교육의 의도성과 계획성을 가지기 위해서는 먼저 관광교육을 이해해야 한다. 관광교육이란, 관광 진흥을 위하여 체계적이고 전문적인 관광교육과 교육시설을 제공하여 관광서비스 의식 함양 및 건전한 관광문화를 정착시키고, 민간의교관으로서의 자긍심 고취를 위한 지식과 가치관을 갖춘 관광전문인력 양성을 배양하는 것이다[7]. 관광교육의 주체자는 정부 기구, 학교 관광관련 기관 등을 통해 피교육자에게 관광서비스의 지식을 전달해 줌으로써 관광을 통해 본질이 삶의 질을 극대화시키는 계기를 마련하게 해주는 것이다[8]. 관광산업에 적합한 인재를 양성하기 위해 관광서비스 역량과 다문화적 커뮤니케이션 등 글로벌 경쟁력을 갖춘 수 있는 관광서비스 교육을 실시하여야 한다. 관광산업은 인적의존도가 높기 때문에 우수한 역량을 가진 인적자원을 확보하는 것이 관광산업 발전의 경쟁력을 높이는 가장 중요한 요소이다[9]. 관광교육 개념을 바탕으로 뷰티관광교육 개념을 정립하자면 유형의 뷰티 상품 판매 및 무형의 뷰티서비스[10]를 국내·외 관광객에게 제공하기 위하여 뷰티관광산업에 적합한 뷰티관광 전문인력을 양성하는 것으로 뷰티관광서비스의 의식 함양과 뷰티문화의 글로벌한 교류를 통해 민간외교 역할 수행과 자긍심을 일깨워 준다. 뷰티관광교육은 능숙한 외국어 구사는 물론, 다문화적 커뮤니케이션이 가능하고, 글로벌 뷰티 트렌드 분석 및 기술과 서비스 역량의 경쟁력을 갖추게 하며, 경제적으로는 무역 증대에 기여할 수 있게 한다. 뷰티관광교육 또한 체계적인 교육과정을 통하여 기술·지식·서비스 역량을 향상시키고, 업무의 효율성 및 생산성과 소득을 증가시키는 것은 물론, 글로벌 한 시장성과 문화 경험으로 경쟁력을 강화할 수 있다[11]. 뷰티관광산업 또한 뷰티관광서비스를 제공할 우수한 역량을 가진 인적자원을 확보하는 것이 성패를 좌우한다[12]. 뷰티관광산업의 육성과 활성화를 위해서는 체계적이고 전문적인 뷰티관광교육을 이수한 뷰티관광전문가를 풍부하게 양성하는 것이 필요하다.

### 2.2 뷰티관광교육 내용구성 및 항목별 접근

현재 시행되고 있는 뷰티관광교육과정은 뷰티기술적 교육과 뷰티경영CS교육으로 크게 나눌 수 있다. 뷰티기술적 교육으로는 전공에 따른 헤어미용, 피부미용, 네일미용, 메이크업 교육으로 나뉜다[13]. 뷰티경영CS교육은

뷰티분야에 적합한 뷰티경영, 고객관리, 고객상담 방법, 미용서비스론, 뷰티마케팅론, 등 뷰티서비스 자체의 본질적인 특성에 맞추어져 있다. 뷰티관광교육에 적합한 외국어와 관광학은 극고수의 대학 기관에서만 이루어지고 있다[3,14]. 대부분 뷰티기술 교육을 위주로 시행되고 있으며, 뷰티관광에 관련된 교육과정은 매우 부족한 현실이다. 뷰티관광의 활성화를 위해서는 뷰티관광 교육과정의 빠른 개선이 필요하다.

Table 1. Beauty tourism education course

major	major course
Hair beauty	hair, dry, shampoo, color, perm, scalp hair care, hair styling
Skin beauty	Obesity, Nutrition, oriental medicine, mechanical, foot care, Device management, Physiology, Hygiene, meridians, aroma, theory, Training
Nail beauty	theory, Training
Make up	art, body painting, Basic, Application, wedding, make up, image, color, theory
Beauty Management CS	Management CS (beauty marketing, beauty service, Customer management) Tourism Foreign language

### 3. 연구 방법

#### 3.1 조사대상 및 조사 방법

본 연구는 뷰티관광산업 종사를 대상으로 2020년 11월 9일부터 11월 19일까지 11일간 온·오프라인 설문조사를 진행하였다. 총 253부의 설문지를 배포하여 불성실한 응답 15부를 제외한 후 최종 208부의 유효표본을 분석에 활용하였다. 조사대상의 인구통계학적 특성은 Table 2와 같다.

성별은 남성 30명(14.4%), 여성 178명(85.6%)으로 성별은 여성의 비중이 높은 것으로 나타났다. 한국인과 외국인의 비율을 살펴보면 한국인이 201명(96.6%), 외국인이 7명(3.4%)로 한국인의 비중이 높았다. 연령은 30대가 86명(41.3%), 20대가 63명(30.3%), 40대가 36명(17.3%), 50대가 20명(9.6%), 60대가 3명(1.4%) 순으로 나타났다.

뷰티 전공 분야는 메이크업아티스트 66명(25.0%)과 그 외(세미퍼머넌트아티스트·아이래쉬아티스트·화장품컨설팅) 66명(25.0%)로 가장 높은 비율을 차지하였으며, 네일아티스트가 47명(17.8%), 헤어아티스트가 46명(17.4%), 피부관리사·스파테라피스트가 39명(14.8%)가

장 낮은 비율을 차지하였다.

뷰티관광교육기간은 6개월 이하가 48명(23.1%), 1년 이상~2년 미만이 42명(19.2%), 4년 이상이 42명(19.2%), 2년 이상~4년 미만이 39명(18.8%), 1년 이하가 37명(17.8%)으로 6개월 이하가 가장 많은 것으로 나타났다.

Table 2. Demographic characteristics

	Indicator	Frequency	Ratio(%)
Sex	Male	30	14.4
	Female	178	85.6
Nationality	Korean	201	96.6
	foreigner	7	3.4
Age	20's	63	30.3
	30's	86	41.3
	40's	36	17.3
	50's	20	9.6
	60's	3	1.4
Major of beauty	Make up	79	26.3
	Hair	59	19.7
	Skin care	65	21.7
	Nail art	50	16.7
	others	47	15.7
beauty training period	less than 6 month	48	23.1
	1 year or less	37	17.8
	More than 1 year ~ less than 2 years	42	20.2
	More than 2 years ~ less than 4 years	39	18.8
	More than 4 years	42	20.2
position	Intern, staff, assistant	31	14.9
	hands-on worker	75	36.1
	manager	34	16.3
	operator	68	32.7

#### 3.2 조사 도구 및 분석 방법

뷰티관광교육과정에 대한 중요도 인식 수준 및 만족도 인식 수준의 차이를 비교하기 위하여 대응표본 t-검정을 실시하였다. 이를 바탕으로 중요도-만족도 분석기법을 적용하여 중요도와 만족도 4분면의 속성을 분석하였다. 중요도-만족도 분석은 Important-Performance Analysis를 응용하였다.

### 4. 분석 결과

#### 4.1 뷰티관광교육과정 중요도-만족도 차이분석

본 연구는 뷰티관광교육과정에 대한 중요도와 만족도 수준을 알아보기 위해 대응 표본 t-검정을 실시하여 중요도-만족도 4분 면의 속성을 분석하였다. 그 결과는 Table 3와 같다.

뷰티관광산업 종사자들이 인식하고 있는 교육과정의 중요도는 현장실습(M=4.197, SD=1.044), 전공실무(M=4.005, SD=1.084), 서비스 및 매너(M=3.872, SD=1.015), 고객관리(M=3.748, SD=1.032), 고객상담(M=3.772, SD=1.024), 마케팅(M=3.648, SD=1.045), 대인관계(M=3.621, SD=0.985), 뷰티경영(M=3.566, SD=.995), 전공이론(M=3.393, SD=.949), 외국어(M=3.309, SD=1.046), 다문화(M=3.078, SD=.839), 관광학(M=2.977, SD=.839) 순으로 나타났다. 교육과정의 만족도는 현장실습(M=3.422, SD=1.302), 전공실무(M=3.344, SD=.963), 서비스 및 매너(M=3.306, SD=.992), 전공이론(M=3.265, SD=.826), 대인관계(M=3.187, SD=.956), 마케팅(M=3.169, SD=1.029), 고객관리(M=3.156, SD=.957), 고객상담(M=3.142, SD=.974), 뷰티경영(M=3.119, SD=.988), 외국어(M=2.889, SD=.994), 관광학(M=2.789, SD=.956), 다문화(M=2.712, SD=.956) 순으로 나타났다.

교육과정에 대한 중요도와 만족도는 모든 항목에서 유의한 차이가 나타났다. 중요도와 만족도에서 가장 큰 차이를 나타낸 항목은 현장실습, 외국어, 고객관리, 마케팅, 전공실무 등 순으로 나타났다.

Table 3. Result of Important-Performance Analysis

항목	I. (M)	Ranking	P. (M)	Ranking	I-P (S.E)	t	p
major theory	3.39	9	3.27	4	.059	.059	.032
major practice	4.01	2	3.34	2	.080	.080	.000
field practice	4.20	1	3.427	1	.084	.084	.000
Foreign language	3.31	10	2.89	10	.082	.082	.000
service&manners	3.87	3	3.31	3	.076	.076	.000
customer service	3.77	5	3.14	8	.077	.077	.000
customer management	3.75	4	3.16	7	.081	.081	.000
beauty management	3.57	8	3.12	9	.068	.068	.000
Marketing	3.65	6	3.17	6	.081	.081	.000
human relationship	3.62	7	3.19	5	.069	.069	.000
tourism	2.98	12	2.79	11	.065	.065	.004
multicultural	3.08	11	2.719	12	.069	.069	.000

4.2 뷰티관광교육과정 중요도-만족도 매트릭스 분석

Table 3의 결과를 바탕으로 뷰티관광교육과정의 하

위유형 및 세부 유형의 서비스 만족도 및 중요도 평균 점수를 X, Y 좌표에 각각 대입하여 산점도의 형태로 제시한 후, 전체 서비스의 중요도 및 만족도 평균 점수를 기준선으로 하고 사분면으로 나타낸 결과는 Fig. 1과 같다.

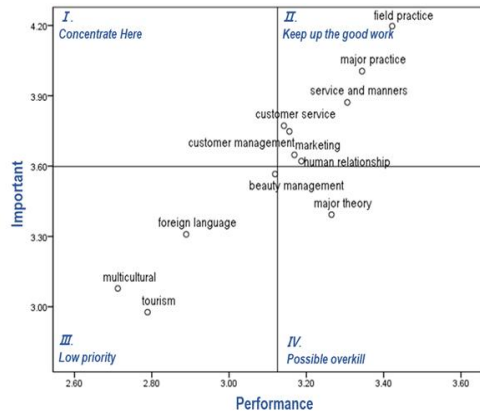


Fig. 1. Importance-Satisfaction Matrix

제1사 분면인 개선이 필요한 영역에 포함되는 교육내용은 없는 것으로 나타났다. 제2사 분면인 지속 유지가 필요한 영역에 포함되는 교육과정은 현장실습, 전공실무, 서비스 및 매너, 고객상담, 고객관리, 마케팅, 대인관계 등으로 나타났다. 제3사 분면인 우선순위가 낮은 영역에 포함되는 교육내용은 외국어, 다문화 이해, 관광학, 뷰티경영 등으로 나타났다. 제4분 면인 과잉 노력 지양 영역에 포함되는 교육내용은 전공 이론인 것으로 나타났다.

5. 결론

본 연구는 뷰티관광산업 종사자들을 대상으로 현재 시행되고 있는 뷰티관광 교육과정의 중요성 인식과 만족도 차이를 IPA를 통해 검증하였다. 첫째, 뷰티교육기간 중 6개월 이하, 뷰티교육과정의 중요도-만족도 인식 수준 차이 비교 중 현장실무 교육이 가장 우위로 나타난 것은 뷰티관광 종사자가 갖추어야 할 역량 강화가 부족하다는 것이며, 1년 반 이상 장시간 체계적인 현장 실무와 일자리 기반 위주의 뷰티교육을 받은 학생들과 진로 차이도 난다[15]. 국내의 뷰티교육은 짧은 교육 시간과 열악한 현장 교육을 제공한다는 것을 보여주고 있다. 우리나라 뷰티교육의 근본적인 문제점이다. 뷰티관광산업 종사자가 서비스를 제공하기 위해 숙련된 기술력, 현장 실무 능

력, 서비스 마인드, 문제 해결 능력, 글로벌 마인드, 외국어 구사, 다문화 커뮤니케이션 역량 등 능숙한 업무 수행을 위해 체계적이고 장기적인 뷰티관광교육의 필요성을 제시하고 있다. 둘째, 중요도-만족도 매트릭스 교육내용의 현재 포지션을 살펴보면, 외국어, 다문화 이해, 관광학, 뷰티 경영 우선순위가 낮은 것으로 나타났다. 이는 종사자들이 뷰티서비스교육을 이수함에 있어 언어, 문화, 관광에 대한 이해가 중요함에도 불구하고 우선순위가 낮게 인식하고 있다는 의미이다. 향후 국내·외 관광객에게 뷰티서비스를 제공할 전문인력을 양성하기 위하여 외국어, 다문화 이해, 관광학 중요성을 인식시키고 관련 교육을 지속적으로 진행할 필요가 있다. 또한 전공이론에 대한 교육은 현재 수준으로도 충분하며 과도한 노력은 지양할 필요가 있다.

이에 개선 방향을 위해 시사하는 바는 다음과 같다. 첫째, 뷰티관광의 활성화를 위하여 뷰티관광산업 종사자들은 뷰티관광 및 뷰티관광교육 개념을 이해하는 것이 가장 중요하다. 현재 뷰티관광 인적자원 육성을 위한 뷰티관광교육 연구가 매우 부족함으로 본 연구는 실증적인 접근을 시도함으로써 다음과 같은 시사점을 제시하고 있다. 둘째, 뷰티관광교육과정에 대한 현재의 포지션을 실증적인 분석 및 중요도-만족도 매트릭스를 통하여 가시화함으로써 뷰티관광교육과정의 개선 방향을 명확히 제시할 수 있다는데 의의가 있다.

본 연구는 연구적 의의가 있음에도 불구하고 한계점이 있다. 뷰티관광 및 뷰티관광교육이라는 이론적 정립이 되어 있지 않은 상황에서 진행되어 이론적 근거가 다소 불분명하다. 따라서 향후에는 본 연구를 기초자료로 활용하여 뷰티관광서비스 전문인력 양성을 위한 연구가 지속되기를 기대한다.

## REFERENCES

- [1] Y. A. Hwang. (2021). *The Effect of the Beauty Education of K-Beauty Service Tourism Employees on Job Competency and Job Satisfaction*. Master dissertation. The Graduate School of Arts Chung-Ang University, Seoul.
- [2] S. H. Kim, (2018. 11. 12). *Kotra to host '2018 K-Beauty in Canada'*. Yonhap News. <https://www.yna.co.kr/view/PYH20181111064900013>.
- [3] J. G. Kang. (2022. 04. 04). *Seoul invests 200 billion won in beauty and fashion industries. Fostering a global beauty hub*. Kookmin Ilbo. <http://news.kmib.co.kr/article/view.asp?arcid=0016939385&code=61121111&cp=nv>.
- [4] Human Resources Development Service of Korea. (2022). *Search for ncs and learning modules*. National Competency Standards. <https://www.ncs.go.kr/unity/th03/ncsSearchMain.do>.
- [5] Y. J. Jun & H. J. Jo. (2019). Development of Cosmetology Course Model as Curriculum for General Education: Focusing on the use of Organization of the NCS-based Training Course. *J. Korea Soc. Beauty Art*. 20(3). 63-74. DOI: <http://doi.org/10.18693/jksba.2019.20.3.63>
- [6] M. Y. Ko & C. Jeong. (2013). Improvement for Competence Development of Tourism Human Resource. *The journal of tourism studies*. 25(2). 111-127. DOI: G704-SER000001449.2013.25.2.003
- [7] Y.G. Seo & G. U. Choi & J. H. Park. (2017). *A Comprehensive Plan for Tourism Education in Jeju Special Self-Governing Province*. Jeju Island: Jeju Special Self-Governing Province & Jeju National University.
- [8] J. H. Chung & K. Y. Ji. (2000). The Tendency to Study Necessity of Tourism Education to Target Citizens and Society. *Tourism Management Research Organization*. 7(0). 229-254. DOI: I410-ECN-0102-2009-320-009091697
- [9] K. K. Jung. (2019). A Study on the Effect of Tourism Education on Career Decision: Making in Colleg. *Korean Journal of Tourism Research*. 34(1). 61-79. DOI: 10.21719/IJTMS.34.1.4
- [10] H. E. Jeong & M. Y. Kim. (2016). Effects of Chinese tourists' beauty tour preferences and attitude toward Korean culture on beauty tour purchasing behaviors. *The Research Journal of the Costume Culture*. 24(5). 653-669. DOI: 10.29049/rjcc.2016.24.5.653
- [11] H. Y. Park & H. A. Jo & B. S. Kim & D. K. Kim. (2014). A Study on the sustainable improvement of Korea-ASEAN tourism cooperations: focus on the training and education programs. *The Journal of Eurasian Studies*. 11(2). 39-57. DOI: 10.31203/aepa.2014.11.2.003
- [12] D. H. Kim & B. G. Kim. (2019). The effects of practical education in tourism on major satisfaction and job-esteem. *Korean Journal of Business Administration*. 32(9). 1653-1670. DOI : 10.18032/kaaba.2019.32.9.1653
- [13] C. R. Park. (2019). Redesign of 2-year Curriculum for Dept. of Beauty & Cosmetology based on National Competency Standards (NCS) and Students' Satisfaction with the Revised Program-Focusing on Dept. of Beauty & Cosmetology, 'C' University. *Korea Open Access Journals*. 19(8). DOI: <https://doi.org/10.5392/JKCA.2019.19.08.500>

- [14] Yang, Yang. (2019). *A Study on the Preference and Satisfaction Courses of Korean Beauty Education—Taking Students and Interns as Subjects*. Master dissertation. Department of Beauty Design, Graduate School of Konkuk University, Chungcheongbuk-do.
- [15] H. N. Jung & C. S. Youn. (2021). A Comparative Study on Overseas Cases of Vocational Training Education. *Journal of Beauty Industry*. 15(1). 5-19.  
DOI : 1975-3020

황 영 아 (Young-A Hwang)

[상화]



- 2021년 2월 : 중앙대학교 예술대학원 미술·디자인학과 뷰티디자인전공(석사)
- 2021년 8월 ~ 현재 : 경희대학교 일반대학원 스마트관광원 박사과정
- 2017년 7월 ~ 현재 : 이룸뷰티아카데미 원장
- 관심분야 : 뷰티관광, 블록체인

· E-Mail : irumiwaxing@naver.com

엄 문 연 (Wen-Yan Yan)

[상화]



- 2015년 8월 : 경희대학교 컨벤션전시경영학과(관광학석사)
- 2019년 2월 : 경희대학교 컨벤션전시경영학과(관광학박사)
- 2021년 4월 ~ 현재 : 호남대학교 경영학부 조교수
- 관심분야 : 인바운드관광, 한-중 관광

마이스 정책, 뷰티관광

· E-Mail : my97@honam.ac.kr