

# 1인 미용기업 경영자 역량이 경영성과에 미치는 영향 -미용교육기관의 조절효과를 중심으로-

최윤경  
광주대학교 뷰티미용학과 교수

## Effect of single-person beauty company's managerial capabilities on management performance -Focusing on the moderating effects of beauty education institutions-

Yun-Kyoung Choi  
Professor, Division of Beauty Service, Gwangju University

요 약 본 연구는 1인 미용기업의 경영자 역량은 경영성과에 어떠한 영향을 미치는지, 1인 미용기업의 경영자 역량은 경영성과 사이에서 미용교육기관의 조절 효과가 있는지 확인하고 관련 시사점을 제시하는 것이다. 연구를 위한 설문조사는 2021년 5월 1일부터 5월 31일까지 직접 조사 및 온라인 조사를 병행하였으며, 총 218부를 실증분석에 사용하였다. 분석 결과, 1인 미용기업의 경영자 역량은 심리적 역량, 기술적 역량, 경영관리 역량 3개 요인으로 구분되었고, 모든 요인은 경영성과에 영향을 미치는 것으로 나타났다. 그리고 미용교육기관은 1인 미용기업의 경영자 역량은 경영성과 간의 영향 관계에서 조절효과가 나타나는 것으로 분석되었다. 그러므로 1인 미용기업의 경영자는 경영성과에 영향을 미치는 경영자 역량의 향상을 위하여 다양한 노력을 기울여야 할 것이며, 무엇보다도 각각의 역량에 필요한 교육기관을 선택하는 것도 중요하리라 생각된다.

주제어 : 1인 미용기업, 경영자 역량, 경영성과, , 미용교육기관, 조절효과

Abstract This study checks how the managerial competency of a single beauty company affects management performance, and the managerial competency of a single beauty company has a moderating effect of a beauty education institution between management performance and presents related implications. As for the survey for the study, direct surveys and online surveys were conducted from May 1 to May 31, 2021, and a total of 218 copies were used for empirical analysis. As a result of the analysis, the managerial competence of a single beauty company was divided into three factors: psychological characteristics, technical characteristics, and management ability, and all factors influenced management performance. In addition, it was analyzed that the managerial competency of a single beauty company in beauty education institutions has a moderating effect in the relationship between management performance. Therefore, managers of single-person beauty companies should make various efforts to improve managerial capabilities that affect management performance, and above all, it is important to select educational institutions necessary for each reverse direction.

Key Words : Active Senior, Beauty Service, Selection Attribute, Satisfaction, Familiarity

\*This Study was conducted by research funds from Gwangju University in 2022

\*Corresponding Author : Yun-Kyoung Choi(sirena3@nate.com)

Received April 3, 2022  
Accepted May 20, 2022

Revised April 19, 2022  
Published May 28, 2022

## 1. 서론

4차 산업혁명으로 서비스업과 제조업, 오프라인과 온라인, 소비와 생산이 유기적으로 결합하여 시간과 공간의 초월로 인하여 국가산업의 형태와 구조가 변화하였다[1]. 그리고 더딘 경제성장과 고용이 실종된 경제상황이 이어지면서 청년세대 실업 증가와 기성세대의 조기퇴직이 증가하면서 그 대안으로 창업이 증가하고 있다[2]. 2011년 정부는 1인 창조기업 개념을 바탕으로 법적 기반 하에 적극적으로 지원하고 있어 창업시장의 규모가 확대되고 있으며, 제한된 소규모 자본으로 1인 창업이 두드러지고 있다[3].

최근 급변하는 시대 상황에 따라 생활양식의 변화로 인해 타인을 위한 희생과 배려하는 삶보다 각자 자기 삶과 만족을 우선으로, 자유롭게 원하는 시간에 개인적인 공간에서 편리하게 근무할 수 있는 장소를 선호하는 성향이 나타나면서 자연스럽게 1인 창업이 증가하는 현상으로 이어지고 있다[4]. 또한 소비자들도 소비욕구와 미적 추구 성향에도 변화가 나타나고 있다. 나만의 공간에서, 타인의 방해나 눈치를 보지 않고 취미생활 등 자신이 원하는 것을 자유롭게, 온전한 자신만의 시간을 가지고 싶어 하는 소비자들의 등장으로 가심비, 소확행, 율로 등의 소비 트렌드 등으로 설명되고 있다[5].

1인 창업의 현상은 빠르게 변화하는 미용 산업에서도 나타나고 있다. 미용관련 창업은 면허취득이 비교적 쉽고, 다른 업종과 비교하여 시설과 설비, 인테리어, 점포 임대 등 물리적인 환경 투자를 적은 비용으로 창업할 수 있으므로 미용기술을 가진 많은 사람이 창업을 계획하거나 실제 창업을 진행하는 경우가 증가하고 있다[6].

쉬운 창업으로 1인 미용기업 경영자가 되었으나, 경영자로서의 전문성과 창의성을 바탕으로 함께하는 상시근로자 없이 자기 경험을 통하여 축적된 노하우만으로 운영하고 있다[2]. 1인 기업과 같은 소규모 기업의 경우 창업 이후 경영자의 역량이 중요한 요소이다. 큰 기업의 경우는 구성원들과의 협력을 통하여 기업을 경영하지만 1인 기업이나 소규모 기업의 경우는 모든 경영상의 결정을 경영자 혼자서 진행하여야 하므로 경영자의 역량이 무엇보다도 중요하다[7]. 그러므로 1인 미용기업의 경영자 역량을 평가하는 데 필요한 연구가 경영자 역량과 경영성과 간의 영향 관계를 분석하는 것이다.

기업 경영성과에 많은 영향을 미치는 것이 경영자의 역량이다[8]. 그러므로 국제정세의 불확실성과 국내 경기의 불안으로 인하여 소상공인의 안정적인 경영과 지속적

인 성장을 저해하고 있는 시기에 1인 미용기업의 어려움을 극복하고 성장을 위하여 경영자의 역량에 관한 연구가 필요하다.

경영성과는 교육으로 향상될 수 있으며, 교육을 수행하는 교육기관도 중요하다. 그리고 경영자의 역량은 다년간의 경영 노하우와 함께 전문적인 교육으로 인해 형성된다[9]. 이는 어떠한 교육기관을 선택하느냐의 중요성을 인식할 수 있다.

그러므로 본 연구의 목적은 1인 미용기업 경영자의 역량과 경영성과 간의 영향 관계를 분석하고, 경영자 역량과 경영성과 간의 관계에서 미용교육기관 교육이수 조절효과 실증분석을 통하여 1인 미용기업 경영자의 역량 강화를 위한 전략과 미용교육기관의 활용에 대한 전략과 시사점을 제시하고자 한다.

## 2. 이론적 배경

### 2.1 경영자 역량

역량은 개인의 잠재적 특성을 말하는 것으로 개인이 가지고 있는 기술, 특성, 자기 이미지, 사회적 역할 등의 능력을 바탕으로 성과를 내기 위하여 행동을 취하는 것이다[10]. 경영자의 역량은 경영자로서 업무를 성공적으로 진행할 수 있는 능력을 의미한다[11]. 기업이 내부의 한정된 자원을 바탕으로 빠르게 변화하는 외부환경에 적극적으로 대응할 수 있는 경쟁우위의 근본적인 원천을 경영자의 역량이라 할 수 있을 것이다[12].

선행연구에서 나타난 1인 기업의 경영자 역량을 살펴보면, 경영자의 성취욕구나 위험감수, 교육훈련 탐구 등의 심리적 특성, 경쟁우위의 핵심으로 보유한 기술을 나타내는 기술적 특성, 경영목표 달성을 위하여 전략적 노력을 의미하는 경영관리로 구분하였다[13]. 다른 연구에서는 경영자의 역량을 시장기회를 포착하고 위기관리 능력을 발휘하는 등의 기업가적 역량, 근무경력과 교육수준, 기술수준 등을 나타내는 기술적 역량, 자금조달과 경영관리, 마케팅 활동 등의 관리적 역량으로 구분하였다[14]. 본 연구에서는 선행연구를 바탕으로 경영자 역량을 심리적 역량, 기술적 역량, 경영관리 역량으로 구분하여 진행하였다.

### 2.2 경영성과

경영성과는 기업 경영에 있어 조직이 달성하고자 하는 목표를 이루었을 때 목표 달성정도를 성과로 나타낼 수

있다[15]. 경영성과에 대한 개념이 다차원적이기 때문에 숫자로 나타나는 정량적 평가, 즉 경제성이 포함된 재무적 성과만으로는 부족하다. 고객만족, 사회적 가치실현, 공익성 등 비재무적 성과까지 포함한 개념으로 정의되어야 한다[16]. 재무적 성과는 조직이 계획한 목표를 재무적 측정지표들을 사용하여 경제적 관점에서 달성한 결과를 객관적 수치로 표현한 것으로 투자 수익율, 매출증가율, 시장점유율 등을 재무성과로 활용한다[8].

비재무적 성과는 객관적 수치화가 어렵고 광범위하여 예전에는 경영성과를 나타내기에는 적합하지 않은 것으로 인식되었으나, 최근 기업이미지, 품질서비스, 고객만족 등과 같은 요인이 중·장기적으로 기업의 수익성에 기여하고 있는 것으로 나타나고 있다[17]. 본 연구는 경영성과를 재무적 지표와 비재무적 지표를 혼합하여 활용하였다.

### 3. 조사 설계

#### 3.1 연구가설 및 모형

본 연구는 1인 미용기업의 경영자 역량은 경영성과에 어떠한 영향을 미치는지, 1인 미용기업의 경영자 역량은 경영성과 사이에서 교육이수 미용교육기관의 조절 효과가 있는지 실증분석을 하고자 다음과 같이 가설과 연구모형을 설정하였다.

- 가설 1. 1인 미용기업의 경영자 역량은 경영성과에 유의한 영향을 미칠 것이다.
- 가설 2. 1인 미용기업의 경영자 역량은 경영성과에 미치는 영향은 이수한 미용교육기관에 따라 유의한 차이가 있을 것이다.

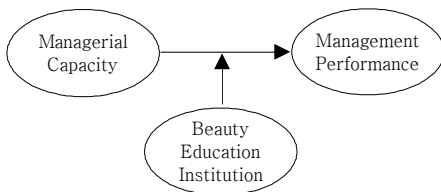


Fig. 1. Research model

#### 3.2 측정도구

1인 미용기업의 경영자 역량은 홀로 미용기업을 운영하는 경영자가 경영목표 달성을 위하여 목표를 설정하고 계획을 수립하고, 고객관리 등의 전반적인 수행 정도로 정의하고, 김중환[1], 박윤미·오윤경[2], 류창규·박송춘·이상호[12], 이천희·이동명·진로[18] 등의 연구에서 본

연구에 적합한 설문문항을 본 연구에 알맞게 수정·보완하여 13개 문항을 구성하였다. 다음으로, 경영성과는 기업의 매출액, 순이익, 고객 수 증가 등을 나타내는 재무적 지표와 기업 명성과 이미지, 서비스품질 및 고객만족 향상 등의 비재무적 지표 등의 기업경영 목표 달성을 나타내는 정도로 정의하고, 박윤미·오윤경[2], 정인심[15], 박계희·정지영[19], 황보윤·하규수[20] 등의 연구에서 본 연구에 적합한 설문문항을 본 연구에 알맞게 수정·보완하여 5개 문항을 작성하였다. 설문문항은 5점 리커트 척도로 측정하고자 하였다.

#### 3.3 자료수집과 분석방법

본 연구는 피부, 헤어, 네일 등의 미용업을 직접 경영하는 1인 경영자를 연구대상자로 선택하였다. 예비조사를 통하여 본 연구 목적에 적합하고, 쉽게 이해할 수 있도록 설문문항이 기술되었는지에 대하여 검토를 통하여 수정하였다. 본 설문조사 2021년 05월 01일부터 05월 31일까지 31일간 진행하였으며, 총 250부를 배포하고 회수 후 응답이 불성실한 설문지를 제외한 218부를 실증분석에 활용하였다. 코로나19로 인해 설문조사는 온/오프라인을 병행하였다.

설문조사를 통하여 수집된 자료는 코딩을 거쳐 SPSS 27.0 통계프로그램을 사용하여 분석하였고, 표본의 인구통계적 특성 확인을 위한 빈도분석, 1인 미용기업의 경영자 역량과 경영성과에 관한 요인분석과 신뢰도 분석, 1인 미용기업의 경영자 역량은 경영성과 간의 영향 관계를 확인하기 위하여 다중회귀분석, 1인 미용기업의 경영자 역량은 경영성과 사이에서 친숙도의 조절효과를 분석하기 위한 계층적 회귀분석을 실시하였다.

### 4. 분석결과

#### 4.1 연구 대상의 인구 통계적 특성

본 연구 대상 대한 인구 통계적 특성을 살펴보면 다음과 같다.

성별은 여성 204명(93.6%), 남성 14명(6.4%)으로 나타났다. 연령은 31~40세 77명(35.3%), 21~30세 58명(26.8%), 41~50세가 45명(20.8%), 20세 이하 21명(9.8%), 51세 이상 16명(7.2%)의 순으로 조사되었다. 학력은 전문대학 졸업 100명(45.9%), 고졸 이하 51명(23.4%), 대학 졸업 41명(18.8%), 대학원 재학이상 26명(11.9%)이며, 영업지역은 수도권 83명(38.1%), 호남

권 61명(28.0%), 경상권 43명(19.7%), 충청권 27명(12.4%), 강원·제주 4명(1.8%)으로 나타났다.

영업장 위치는 주거지역 81명(37.2%), 준주거지역 75명(34.4%), 변화가 51명(23.4%), 마트·쇼핑몰 내 3명(1.4%)으로 나타났고, 영업장 크기는 10.1~20평 이하 107명(49.1%), 10평 이하 79명(36.2%), 20.1평 이상 32명(14.7%)으로 나타났다. 영업형태는 피부미용 72명(33.0%), 속눈썹미용 68명(31.2%), 네일미용 67명(30.7%), 헤어미용 62명(28.4%), 반영구화장 44명(20.2%), 왁싱 미용 39명(17.9%), 메이크업 34명(15.6%) 순으로 나타났고, 1인 미용기업 경영자의 교육 이수기관은 미용전문 학원 151명(69.3%), 대학 미용학과 전공 99명(45.4%), 미용제품회사 41명(18.8%), 미용전문고등학교 19명(8.7%) 순으로 나타났다. 1인 미용기업 운영기간은 1년 이상~3년 미만 94명(43.1%), 1년 미만 59명(27.1%), 3년 이상~5년 미만 42명(19.3%), 5년 이상 23명(10.6%) 순으로 나타났다.

#### 4.2 타당도와 신뢰도 검증

본 연구 변수 간의 상관관계를 활용하여 변수가 가지고 있는 의미를 최대한 가지면서 더 적은 수의 요인으로 줄여가는 탐색적 요인분석 방법 중 주성분 분석을 시행하였다. 요인회전은 Varimax Rotation을 사용하였다. 1인 미용기업의 경영자 역량에 대한 요인분석에 관한 결과는 Table 1과 같다. 고유값이 1.0 이상으로 분석된 요인은 3개로 구성되었으며, 누적분산도 60%를 넘는 68.506%로, 요인분석 결과는 타당도가 유의한 것으로

Table 1. Factor analysis of the Beauty service selection attribute.

Factor name	Factor variable	Factor loading	Cronbach's $\alpha$
Psychological Characteristic (3.312, 30.215) <sup>a</sup>	- Desire for achievement	.872	.887
	- Risk-sensitive aroma	.857	
	- Design directing skills	.811	
	- Desire to challenge	.744	
	- Desire for self-development	.689	
Technical Characteristic (2.256, 23.297)	- Contain expertise	.831	.855
	- Reflect the latest trends	.779	
	- Functional ability store	.715	
	- Retention of core technologies	.673	
Management Capability (1.415, 14.994)	- Up-to-date information management	.860	.863
	- Communication with customers	.847	
	- Revenue and expenditure management	.802	
	- Marketing capability	.769	

a: (Eigen value, Variance explained)  
b:  $X^2=268.731$ ,  $df=92$ ,  $p=.000$

확인되었다. KMO(Kaiser-Meyer-Olkin) 값은 0.894 높게 나타났다. 3개 요인의 요인명은 심리적 역량, '기술적 역량', '경영관리 역량'으로 명명하였다.

다음으로, 경영성과에 대한 요인분석 결과는 Table 2와 같다. 고유값이 1.0을 넘는 단일 요인으로 나타났고, 누적분산 값은 64.745%, KMO=0.902, 요인명은 '경영성과'로 명명하였다.

Table 2. Factor analysis of the Management Performance

Factor name	Factor variable	Factor loading	Cronbach's $\alpha$
Management Performance (2.013, 64.745) <sup>a</sup>	- Increase in sales	.887	.837
	- Increase in the number of customers	.839	
	- Image enhancement	.772	
	- Improvement of customer satisfaction	.720	
	- Securing a competitive advantage	.676	

a: (Eigen value, Variance explained)  
b:  $X^2=347.712$ ,  $df=47$ ,  $p=.000$

#### 4.3 가설 검증

본 연구에서는 1인 미용기업의 경영자 역량이 경영성과에 미치는 영향을 확인하기 위하여 다중회귀분석을 시행하였다. 분석 결과는 Table 3과 같다. 독립변수가 3개로 인해 공차한계와 VIF를 통하여 다중공선성의 문제가 없는 것으로 확인하였다. 분석 결과를 살펴보면, 경영성과에 영향을 미치는 1인 미용기업의 경영자 역량에 대한 회귀식은  $F=56.438(p<.001)$ 로 통계상 유의한 결과로 나타났다.  $R^2$ 는 62.6%의 설명력을 보이며, 회귀식에 포함된 결정변수인 1인 미용기업의 경영자 역량의 회귀계수에 대한 t검정 결과, 기술적 역량, 경영관리 역량, 심리적 역량 순으로 유의한 결과로 조사되어 가설 1은 채택되었다.

Table 3. The Multiple Regression analysis

Managerial Capacity	Management Performance			
	$\beta$	t-value	Tolerance	VIF
Psychological Characteristic	.091	1.921**	.991	1.256
Technical Characteristic	.297	9.983***	.971	1.117
Management Capability	.137	4.983***	.973	1.307
$R^2=.633$ , Adjusted $R^2=.626$ , $F$ 값=56.438***				

\* $p<0.05$ , \*\* $p<0.01$ , \*\*\* $p<0.001$

Table 4. The Moderated Regression Analysis

Managerial Capacity	Beauty Education Institution							
	College of Beauty Specialist(n=151)		Department of Beauty at University(n=99)		Beauty Product Company(n=41)		High School Specializing in Beauty(n=19)	
	β	t-value	β	t-value	β	t-value	β	t-value
Psychological Characteristic	.191	3.571***	.098	1.627	-.018	-.385	.078	.709
Technical Characteristic	.364	7.219***	.325	5.349***	.258	3.940***	.253	2.722***
Management Capability	.059	1.179	.051	2.127**	.057	.863	.100	1.004
Model Evaluation	R <sup>2</sup> =.671 Adjusted R <sup>2</sup> =.655 F값=43.816***		R <sup>2</sup> =.487 Adjusted R <sup>2</sup> =.463 F값=24.785***		R <sup>2</sup> =.701 Adjusted R <sup>2</sup> =.672 F값=25.538***		R <sup>2</sup> =.694 Adjusted R <sup>2</sup> =.646 F값=17.437***	

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

조절효과 분석a  
 제 1모형의 추정회귀식(R<sup>2</sup>1): Y = X<sub>1</sub>+X<sub>2</sub>+X<sub>3</sub> : (독립변수)  
 제 2모형의 추정회귀식(R<sup>2</sup>2): Y = X<sub>1</sub>+X<sub>2</sub>+X<sub>3</sub>+d<sub>1</sub>+d<sub>2</sub>+d<sub>3</sub> : 독립변수 + 더미변수  
 제 3모형의 추정회귀식(R<sup>2</sup>3): Y = X<sub>1</sub>+X<sub>2</sub>+X<sub>3</sub>+d<sub>1</sub>+d<sub>2</sub>+d<sub>3</sub>+X<sub>1</sub>d<sub>1</sub>+X<sub>1</sub>d<sub>2</sub>+.....X<sub>3</sub>d<sub>3</sub> :  
 독립변수+더미변수+독립변수\*더미(상호작용)  
 각 모형별 R<sup>2</sup>b : R<sup>2</sup>1=.633, R<sup>2</sup>2=.636, R<sup>2</sup>3=.661

a: 미용교육기관을 더미변수로 구성(k-1: 3개 더미)하여 계층적 회귀분석을 수행함.

b:  $F = \frac{(R^2_3 - R^2_2) / (k_3 - k_2)}{(1 - R^2_3) / (n - k_3 - 1)}$  R<sup>2</sup>3: 제3식 R<sup>2</sup>, R<sup>2</sup>2: 제2식 R<sup>2</sup>, k<sub>3</sub>: 제3식 독립변수 수, k<sub>2</sub>: 제2식 독립변수 수, n: 표본 수, R<sup>2</sup> Change에 의한 F통계량(1.256-임계치 2.010)이 유의하지 않음

다음으로, 가설2인 교육 이수한 미용교육기관별 1인 미용기업의 경영자 역량이 경영성과에 미치는 영향을 분석하기 위하여 먼저 미용교육기관별 다중회귀분석을 실시하였고, 미용교육기관에 따른 차이를 확인하기 위한 방법으로 계층적 회귀분석을 실시하여 미용교육기관별 조절변수 효과를 측정하였다. 조절효과는 제2의 독립변수에 따라서 독립변수와 종속변수의 관계 변화 정도로, 조절변수는 분산분석에서 나타나는 상호작용효과와 유사하다. 분석을 실시함에 있어 상호작용을 구성하여야 하며 회귀분석을 실시한 이후 R<sup>2</sup>의 증감을 확인하여 상호작용의 존재를 확인하고, 상호작용효과의 통계적인 유의도 검증을 위하여 F검증이 사용된다. 분석결과의 의미는 F값 변화량 검증이 유의도를 확보하면 상호작용효과는 있는 것으로 판단되는데, 본 연구모형에서는 1모형은 독립변수, 2모형은 독립변수와 3개의 더미변수(미용교육기관별), 3모형은 독립변수와 더미변수, 독립변수×더미변수를 추가하여 회귀모형 단계에 따라 F통계량유의수준이 .05에서 항상 유의한 것으로 상호작용 효과가 있는 것으로 판단된다[21].

경영성과에 영향을 미치는 1인 미용기업의 경영자 역량을 분석한 결과는 Table 4와 같다. 분석결과를 살펴보면, 각각의 회귀식은 미용전문 학원(F값=43.816, p<.001), 미용전문대학(F값=24.785, p<.001), 미용제품회사(F값=25.538, p<.001), 미용전문고교(F값=17.437, p<.001)

에 대하여 통계적으로 유의한 결과를 나타내었으나, 회귀모형의 각 단계별 F통계량(2.214)이 임계치(2.010)보다 크고 유의수준 .01에서 유의한 상호작용 효과가 있는 것으로 판단 할 수 있다. 이는 심리적 역량과 기술적 역량은 경영성과 간의 관계에서 미용전문학원이, 기술적 역량과 경영관리 역량은 미용전문대학이, 기술적 역량은 미용제품회사와 미용전문고교에서 통계가 가능한 것으로 나타났다.

## 5. 결론

본 연구는 1인 미용기업의 경영자 역량이 경영성과에 어떠한 영향을 미치는지, 1인 미용기업의 경영자 역량과 경영성과 영향 관계에서 교육을 이수한 미용교육기관이 조절효과를 가지는지에 대한 실증분석 통하여 1인 미용기업의 경영자의 역량을 향상시키기 위한 전략 방안과 관련한 시사점을 제시하고자 하였다.

본 연구의 실증분석결과를 통하여 아래와 같이 관련 시사점을 제시코자 한다.

첫째, 1인 미용기업의 경영자 역량은 경영성과에 유의한 영향 관계가 있는 것으로 분석되었다. 특히, 1인 미용기업의 경영자 역량 요인 중 기술적 역량, 경영관리 역량, 심리적 역량의 순으로 경영성과에 유의한 영향 관계

가 존재하는 것으로 조사되었다. 이는 1인 미용기업의 경영자가 홀로 미용기업을 운영함에 있어 기술적 역량이 강화되면 경영성과도 향상되는 것으로 나타났다. 프랜차이즈 미용기업의 경우는 자체 교육기관을 활용하여 직원들의 기술 향상을 위하여 끊임없는 노력을 기울이고 있지만 1인 미용기업의 경영자는 혼자서 미용기업을 운영하기 때문에 기술 향상을 위한 자기개발의 시간과 비용을 지불한다는 것이 현실적으로 어렵다. 그러므로 1인 미용기업을 지원하기 위하여 미용협회나 지방자치단체 등에서 교육지원 시스템을 구축하여 1인 미용기업이 지속적으로 운영될 수 있도록 지원함과 더불어 성장을 도와줌으로써 실제 미용기업이 성장하였을 때 채용이 이루어지기 때문에 사회적 관점에서 지원시스템을 구축해야 할 것이다. 더불어 경영지원을 도와줌으로써 경영관리 능력도 향상될 수 있도록 지원 프로그램을 잘 구성하여야 할 것이다.

둘째, 1인 미용기업의 경영자 역량과 경영성과 간의 영향 관계에서 교육 이수한 미용교육기관이 조절효과를 가지는 것으로 나타났다. 1인 미용기업의 경영자 역량 요인 중 기술적 역량과 경영성과 간의 관계에서 미용전문 학원, 미용전공 대학, 미용제품회사, 미용전문고교의 순으로 조절효과를 가지는 것으로 나타났다. 그러므로 1인 미용기업의 경영자가 기술적 역량을 향상시키기 위해서는 미용전문 학원을 선택하는 것이 최선일 것이다. 그리고 경영관리 역량의 경우는 미용전공 대학이 조절효과를 가지는 것으로 나타났다. 이는 대학에서 기술만 집중적 교육하는 것이 아니라 미용기업 운영에 필요한 전반의 지식과 실무를 교육함으로써 다른 미용교육기관과의 차별화가 나타나고 있다. 마지막으로 1인 미용기업의 경영자 역량 요인 중 심리적 역량은 미용전문학원이 조절효과를 가지고 있는 것으로 나타났다. 이는 실제 취업이나 창업을 희망하는 교육생들에게 미용기업에 꼭 필요한 전문지식만을 집중적으로 교육하기 때문에 1인 미용기업의 경영자로서의 준비에 필요한 태도나 마음가짐을 제대로 배울 수 있을 것으로 생각된다.

본 연구는 1인 미용기업 경영자를 대상으로 하여 연구를 실시하였다. 본 연구의 분석결과는 모든 1인 미용기업의 경영자 역량을 일반화하기에는 표본의 수와 설문에 응답한 경영자의 연령, 경력, 기업입지 등에 많은 차이가 있기 때문에 설문대상에 대한 한계가 존재할 수 있다. 또한 미용교육기관의 조절효과를 실증 분석하였으며 교육 이수 후 다양한 경험에 의하여 경영자의 역량이 변화한 경우에는 온전히 교육기관만의 조절효과로 보기에는 한

계가 따를 것으로 생각된다.

그러므로 변화하는 사회 환경과 불황이 지속되는 경제 환경 속에서 1인 미용기업의 창업이 지속적으로 나타날 수 있다. 이러한 시기에 1인 미용기업의 경영자로서 어떠한 역량이 중요한 요소이며, 이러한 역량이 어떻게 길러지는지에 대한 상세하고도 구체적인 검토와 더불어 실증 연구가 진행되어야 할 것이다. 향후 1인 미용기업 경영자와 관련된 연구가 지속됨으로써 취약한 경영상황에 놓여있는 많은 1인 미용기업의 경영자들에게 미용기업 경영에 현실적이고 실무적인 지원이 가능하리라 생각된다.

## REFERENCES

- [1] J. H. Kim (2018). Impacts of Competencies of Small Business CEOs on Business Performance: Focusing on the Mediating Effect of Network Activities. *Journal of Venture Innovation*, 1(2), 89-107. DOI : 10.22788/1.2.7
- [2] Y. M. Park & Y. K. Oh. (2020). Effects of a One-Person Beauty Company Entrepreneur's Competence on Management Performance. *The Korean Society Of Beauty And Art*, 21(4), 147-160. DOI : 10.18693/jksba.2020.21.4.147
- [3] Y. M. Park & K. J. Back. (2018). An Analysis on Re-conceptualizations, Current Operation and Using Status of One-man Hair Salon-Focusing on Operator and User of One-man Hair Salon-. *Journal of Investigative Cosmetology*, 14(4), 525-536. DOI : 10.15810./jic2018.14.4.014
- [4] K. M. Choi & Y. Park (2019). The Effects of Small Business Owners' Management Styles on Customer Loyalty in the Cosmetology Service Business. *The Korean Society Of Beauty And Art*, 20(4), 139-152. DOI : 10.18693/jksba.2019.20.4.139
- [5] Y. J. Song & J. S. Nam (2021). A Study on the Factors Affecting the Business Performance of Regional Small Businesses. *Journal of Regional Studies*, 29(1), 01-32. DOI : 10.21234/JRS.2021.03.29.1.1
- [6] D. H. Yang & J. R. Heo (2017). Influence of Start-up Experience and Education on Operation and Performance: The Case of Beauty Shops in South Korea. *The Journal of Humanities and Social science*, 8(6), 1123-1138. DOI : 10.22143/HSS21.8.6.75
- [7] C. B. Kim & S. H. Lee (2017). A Study on the Influence of One-Person Company Entrepreneurs Capabilities on the Performance of Firms. *Korean Journal of Business Administration*, 30(8), 1387-1407. DOI : 10.18032/kaaba.2017.30.8.1387
- [8] K. S. Han (2013). An Empirical Study on the Effects of

- One-Person Creative Company Entrepreneur's Characteristics and Government Supports Policy on Business Performance. *Global Business Administration Review*, 10(1), 265-291.  
DOI : 10.17092/jibr.2013.10.1.265
- [9] J. W. Kwon (2015). Effect of marketing environment on management outcome in the skin beauty shop -Focusing on representatives of skin beauty shops who completed marketing education for small business operators. The Graduate School Konyang University, Master's thesis.
- [10] H. G. Song. (2016). The Effect of Competencies of Small Business Owners on the Commitments to Customer Service and Business Performance - focused on the Food-service Industry. *Journal of Tourism and Leisure Research*, 28(10), 444-461.  
UCI : G704-000823.2016.28.10.007
- [11] T. W. Man, T. Lau & K. F. Chan. (2002). The Competitiveness of Small and Medium Enterprises: A conceptualization with focus on entrepreneurial competencies. *Journal of Business Venturing*, 17(2), 123-142.  
DOI : 10.1016/S0883-9026(00)00058-6
- [12] C. K. Ryu, S. C. Park & S. H. Lee (2016). The Effect of Small Business Support System on Job Creation through Managerial Competence and Financial Aptitude. *Journal of the Korean Entrepreneurship Society*, 14(3), 47-71.  
DOI : 10.24878/tkes.2019.14.3.47
- [13] W. B. Gartner. (1989). Some Suggestions for Research on Entrepreneurial Traits and Characteristics. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 14(1), 27-38.  
DOI : 10.1177/104225878901400103
- [14] C. B. Kim & S. H. Lee (2017). A Study on the Influence of One-Person Company Entrepreneurs Capabilities on the Performance of Firms. *Korean Journal of Business Administration*, 30(8), 1387-1407.  
DOI : 10.18032/kaaba.2017.30.8.1387
- [15] I. S. Jeong (2021). The Influence of Resilience for Beauty Workers on Management Performance: Focusing on the Mediating Effects of Organizational Commitment. *The Korean Society Of Beauty And Art*, 22(3), 223-237.  
DOI : 10.18693/jksba.2021.22.3.223
- [16] J. H. Lee (2016). The Effects of Organizational Characteristics on Social Enterprise Performance. *Social Economy & Policy Studies*, 5(2), 97-133.  
UCI : G704-SER000004591.2016.5.2.003
- [17] S. D. Chang & J. W. Lee (2010). Environmental Uncertainty, Decision-Making Process, and Firm Performance: The Moderating Effects of Information systems, *korean management review*, 35(9), 1363-87.  
UCI : G704-000126.2010.39.5.002
- [18] C. H. Lee, D. M. Lee & L. Chen (2019). Relative Importance of Executive Competency Factors of SMEs and Venture Firms in Credit Evaluation. *Journal of Digital Convergence*, 17(4), 123-136.  
DOI : 10.14400/JDC.2019.17.4.123
- [19] K. H. Park & J. Y. Jung (2019). The Effect of Competency of Hair Care Workers on Business Performance. *Journal of The Korean Society of cosmetology*, 25(1), 84-90.  
<https://www.kci.go.kr/kciportal/ci/sereArticleSearch/ciSereArtiView.kci?sereArticleSearchBean.artiId=ART002441084>
- [20] B. Y. Hwang & J. S. Ha (2008). Location Factors Determining Hair-style Service Sales. *The Journal of the Korea Contents Association*, 8(11), 296-305.  
UCI : G704-001475.2008.8.11.027
- [21] Y. H. Cjoi, H. J. Oh & D. H. Choi (2012). Impact of Organizational Conflict on the Burnout in Hotel sections. *International Journal of Tourism Management and Sciences*, 27(4), 533-551.  
UCI : G704-000941.2012.27.4.020

최 윤 경 (Yun-Kyoung Choi)

【장학】



- 2010년 8월 : 건국대학교 향장미용학과 (향장미용석사)
- 2016년 2월 : 을지대학교 미용화장품과학과 (보건학 박사)
- 2019년 9월 ~ 현재 : 평주대학교 뷰티미용학과 교수
- 관심분야 : 피부미용, 화장품

· E-Mail : sirena3@nate.com