

## 네일샵 예약부도 고객인식 및 개선방안 연구

임다솔

한남대학교 코스메틱사이언스학과 대학원생

### A Study on Customer Awareness and a Strategy for Enhancing No-Show Situations at Nail Salons

Da-Sol Lim

Student, Department of Cosmetic Science, Hannam University

**요약** 미용 산업은 경제성장과 함께 경쟁력 있는 서비스 산업으로 성장하고 있으며, 특히 네일아트는 최근에 급속한 성장을 보이고 있다. 최근 예약 시스템을 통해 개인의 시간 관리를 효율적으로 하려는 노력이 있지만, 예약부도나 노쇼라는 문제가 사회적으로 큰 이슈로 대두되고 있으며 이는 경제적인 문제로도 이어지고 있다. 본 연구는 네일샵에서의 예약부도 문제에 대해 인지하고 이를 방지를 위한 개선방안을 모색하고 이 분야의 기반 연구 자료를 제공하는 데에 도움이 되고자 하였으며, 연구 대상자로는 대전·충청지역에 거주하고 있는 네일샵 이용 고객 476명을 대상으로 설문조사를 진행하였다. 수집된 설문 자료는 통계프로그램 SPSS 24.0를 이용하여 분석하였으며 연구 결과를 종합해보면, 예약부도의 가장 큰 원인은 단순변심으로 나타났으며, 이를 줄이기 위해서는 기업의 노력뿐만 아니라 소비자들이 예약에 대한 중요성을 인지해야 한다는 것을 알 수 있다. 이에 예약부도율을 줄이기 위한 방안으로 취소 수수료 지불제, 예약금 환불 불가제, 재 예약 불가제, 벌점제, 선결제 등을 제안하고자 한다. 하지만 현재 뷰티 업계에서는 예약부도에 대한 체계적인 규정이 없는 실정므로, 추후 예약 관련 규정이 명시된 후의 연구가 필요하다고 사료된다.

**주제어** : 네일샵, 네일산업, 예약부도, 노쇼, 고객인식

**Abstract** The beauty industry has evolved into a highly competitive service sector, expanding alongside economic growth. Nail art, in particular, has witnessed a remarkable surge in popularity. To efficiently manage individual time, nail salons have adopted reservation systems. However, the issue of no-shows, where customers fail to keep their appointments, has emerged as a significant societal and economic concern. This study seeks to identify and address the root causes of no-shows in nail salons, providing essential data for the industry. A comprehensive survey was conducted, involving 476 customers from nail salons in the Daejeon and Chungcheong regions. Survey responses were analyzed using SPSS 24.0 software. Results revealed that a change of mind was the primary reason for no-shows. This underscores the importance of promoting reservation awareness among both businesses and consumers. To mitigate no-shows, suggestions included implementing non-refundable reservation deposits and imposing cancellation fees. Notably, the beauty industry currently lacks systematic regulations concerning no-shows, highlighting the necessity for future research aimed at developing reservation-related guidelines and standards.

**Key Words** : Nail Salon, Nail Industry, No-Shows, Customer Recognition

\*Corresponding Author : Da-Sol Lim(limdasol93@naver.com)

Received February 16, 2024  
Accepted March 21, 2024

Revised March 10, 2024  
Published March 30, 2024

## 1. 서론

### 1.1 서론

미용 산업은 경제성장과 함께 경쟁력 있는 서비스 산업으로 입지를 다지고 있으며, 이는 미용 분야의 다양성과 전문성 요구로 이어지고 있다. 헤어, 메이크업, 피부미용, 네일아트 등으로 분리되어 토탈 뷰티·패션산업의 중요한 영역으로 성장하고 있으며, 특히 네일아트는 최근에 급속한 성장을 보이며, 토탈 패션의 완성을 위한 중요한 요소로 대중화되어지고 있다[1].

이렇듯 빠른 성장세의 바쁜 현대사회에서는 개인들의 시간 관리를 효율적으로 돕기 위해 '예약 시스템'이 등장하였다. 다양한 업종에서 업체는 고객들의 요청에 맞춰 사전 예약을 받아 원하는 날짜와 시간에 이용하도록 하고 있으며, 이를 통하여 업체는 공급량과 수요량을 조절하여 이윤을 극대화할 수 있고, 또한 고객들은 원하는 시간대에 예약하고 이용함으로써 시간을 절약할 수 있다는 점에서 이러한 시스템은 모두에게 도움이 되며 생산적인 영향을 주는 것으로 볼 수 있다[2]. 그러나 예약 시스템의 성행으로 인해 '예약부도' 혹은 '노쇼' 문제가 사회적으로 큰 이슈가 되고 있다. 예약을 해놓고 취소나 사전에 연락 없이 예약한 장소에 나타나지 않는 경우가 미용 분야뿐만 아니라 음식점이나 병원 등 다양한 산업 영역에서 증가하고 있어 서비스업 종사자들에게 경제적인 문제로 대두되고 있으며, 이러한 예약부도 문제는 사회 전반에서 큰 문제로 인식되고 있다.

현대경제연구원에 따르면, 소공연장, 고속버스, 병원, 음식점, 미용실 등 5대 서비스 업종에서의 예약부도율과 매출 손실에 대한 자료가 제공되었다. 지난 한 해 동안의 예약부도로 인한 매출 손실액은 대략 4조에 달하며, 평균 예약부도율은 식당이 가장 많았으며, 개인 병원, 미용실, 소공연장, 고속버스 순으로 나타났다. 예약부도율은 예약 시스템의 다양화로 인해 증가하였으며, 이에 대한 인식과 대응이 중요하다고 강조되고 있다. 현재 정부와 한국소비자단체협의회, 한국소비자원, 공정거래위원회 등이 '예약부도 근절 캠페인'을 진행하고 있다. 예약부도 문제에 대응하기 위해 예약부도에 관한 선행 연구가 진행되고 있으며, 본 논문은 네일샵을 중심으로 조사하여 예약부도에 대한 고객인식과 예약시스템의 이용 실태를 파악하고 개선방안을 연구함으로써 예약부도 문제에 대응하고 방지하기 위한 기초

자료를 마련하고자 한다.

### 1.2 한국 네일산업의 현황

우리나라의 뷰티산업은 해마다 꾸준한 성장률을 기록하며 새로운 트렌드로 각광받고 있으며, 이는 수출과 관광 산업에서도 중요한 역할을 담당하고 있다[3]. 현대 사회의 발전과 더불어 4차 산업혁명의 발달은 인공지능과 컴퓨터가 생활에 밀접하게 관여하며 다양한 생활을 가능하게 했다. 이러한 변화는 뷰티 산업에도 영향을 미치며, 외모의 중요성과 더불어 뷰티의 의미가 더욱 세밀하고 전문적으로 발전하고 있다. 특히 네일산업은 빠른 성장세를 보이며, 연령, 성별, 생활수준에 구애받지 않고 대중적으로 인기를 얻고 있으며, 이는 개성 표현과 향유계층의 확대 등의 결과로 볼 수 있다[4].

2014년에 도입된 네일 미용사 국가기술자격증을 통해 네일아트는 체계적인 발전을 이루었다. 그 중에서도 젤 네일은 유지 시간이 길고 다양한 아트와 활용이 쉬워진 것으로 인해 네일아트의 대중화에 큰 역할을 하였으며, 네일아트에 대한 인식을 바꾸었다. 네일아트는 소요시간과 대기시간이 길기 때문에 미용분야 중에서도 가장 뒤늦게 활성화가 되는데 비하여 예약 시스템의 사용이 가장 원활한 분야이기도 하다. 또한 네일샵이 일인샵이나 소규모 형태의 샵이 많기 때문이기도 하며, 이는 네일산업의 성장과 대중화를 뒷받침하고 있다[5].

### 1.3 예약 시스템

고객과 기업 간의 사전 약속이자 수단인 예약은 제품이나 서비스를 구매하기 전에 발생하는 사전 행동이다. 고객은 예약 시스템을 이용하여 원하는 날짜와 시간에 이용이 가능한 자리를 확보하고 자신의 시간을 효율적으로 관리할 수 있으며, 자원의 효율적 활용을 통해 생산성과 수익 향상에 기여하고 실제 서비스를 필요로 하는 고객에게 효과적인 서비스를 제공할 수 있다. 이를 통해 서비스 기업은 대기시간 감소와 공급계획 체계화를 통한 서비스 수요 예측과 수익 향상을 이루고, 소비자는 부대비용 감소와 할인 혜택을 통해 만족스러운 서비스를 이용할 수 있게 된다. 많은 서비스 관련 산업에서 예약 방식을 폭넓게 활용하여 고객의 서비스 이용과 기업의 수익 향상을 도모하고 있다[6-10].

### 1.3.1 뷰티 산업

뷰티 서비스는 주로 무형의 인적 서비스로 제공되며, 제품화되거나 저장할 수 없고 지속성이 일정 기간만 유지되어진다. 서비스는 생산과 소비가 동시에 이루어지며, 시술자에 따라 결과가 다를 수 있는 이질성을 가지고 있다. 일반 공산품과는 다르게 대량생산이 어려워 공급이 제한적이고 수요가 특정 시기에 집중되는 특징이 있어 수요와 공급의 일치가 어려운 특징도 있다. 예약 시스템은 뷰티 서비스에서 수요와 공급을 일치시키고 고객이 서비스를 보다 쉽게 사용하고 응용할 수 있도록 활발히 활용되고 있다. 그 종류로는 방문 및 전화, O2O 시스템, SNS, 소셜커머스 등이 있다[11].

### 1.3.2 기타 산업

예약이 가장 중요한 역할을 하는 분야는 항공업이다. 항공사는 좌석을 판매하는 예약을 통해 수익을 올리고 있으며 판매되지 않고 남아있는 좌석은 가치를 상실하게 된다[12]. 항공사는 전통적으로 여행을 통해 항공권을 판매해왔지만, 인터넷을 기반으로 하는 전자항공권 시스템이 등장하면서 비용 절감과 효율성 향상을 위해 이를 활용하기 시작했다. 소비자의 입장에서 전자항공권은 구매와 공항관련 절차의 간소화로 편리함을 제공한다[13].

호텔산업에서도 인터넷을 기반으로 한 예약 시스템에 많은 관심이 집중되고 있다. 호텔 예약을 위해 고객들은 오프라인에서 온라인으로 이동하고, 다양한 예약 경로를 통해 호텔 정보를 비교하고 결정하려는 경향이 있다. 이에 호텔 예약사이트가 활성화되어 저렴한 가격의 호텔을 편리하게 예약하는 것을 선호하는 추세이다[14].

또한 영화 산업, 외식, 병원 등 다른 산업 군에서도 예약 시스템이 활발하게 이용되고 있다. 이러한 추세는 현대 사회의 변화에 따라 예약 시스템도 점점 발전하고 있다는 것을 보여준다.

## 1.4 예약부도의 정의

예약부도(No-Show)는 예약을 한 고객이 사전에 연락 없이 해당 장소에 나타나지 않는 경우를 말한다. 예약부도는 다양한 업계에서 큰 손해를 입히고 있으며, 특히 소규모 식당에서는 가게 문을 닫아야 할 정도로 예약부도가 영향을 미치기도 한다. 이러한 문제로 인해 일부 식당에서는 예약을 하고 오지 않는 손님에게 위약

금을 받기도 한다. 이러한 문제를 해결하기 위해 공정거래위원회는 2018년 2월 28일부터 예약 취소에 대한 기준을 개정하여 소비자가 예약 시간 1시간 전에 취소하거나 오지 않으면 예약 보증금을 돌려받을 수 없도록 규정하였다. 예약부도는 서비스 제공 업체에게 추가적인 업무 혼란을 가중시키고, 소비자 입장에서는 예약부도를 한 사람이 다른 사람의 서비스 이용 기회를 빼앗아가는 것이 되며, 예약부도를 당한 사람은 다른 사람에 의해 서비스 이용을 못하게 되는 불이익을 겪게 된다. 또한 기업은 서비스 및 상품의 낭비로 인해 경제적 손실이 발생된다.

예약부도는 서비스 분야에서 예약 취소율과 예약 불이행율로 다른 산업보다 더 빈번하게 발생하는 경향이 있다[15]. 한국소비자원에 따르면 예약 시스템이 완전히 정착되지 못하고 우리 사회에 예약부도가 빈번한 이유로 소비자들이 예약에 대한 공감대가 부족하여 예약을 하지 않아도 쉽게 이용할 수 있다고 생각하기 때문에, 예약을 지키지 않아도 피해가 없다고 여기기 때문이라고 응답하였고 결국 '국민의식'의 문제라 하였다. 따라서 예약부도의 발생을 제한하기 위해서는 기업의 노력뿐 아니라 소비자들이 예약부도가 바람직하지 않은 행동임을 인식하도록 해야 하며, 예약에 대한 약속을 지키도록 하는 것이 중요하다.

## 1.5 예약부도를 방지하기 위한 개선방안

산업마다 다양하게 예약부도 방지를 위한 방안을 도모하고 있다. 금전적인 방법으로는 취소 수수료 지불제, 예약금 환불 불가제, 다음 예약 시 방문 전 선결제 등이 있으며, 이는 예약부도 비율을 줄일 수 있는 방안으로 적용된다. 비금전적인 방법으로는 이벤트·할인혜택 제한, 재예약 불가제, 별점제를 통한 이용 제한 등이 있다[16]. 이러한 방법들을 적절하게 적용하면 고객들이 예약을 준수하고 좀 더 효율적으로 관리할 수 있게 도와준다. 하지만 이러한 제도를 도입할 때는 고객에게 사전에 안내하고 고지하는 것이 중요하며, 이를 미흡하게 처리하면 고객들에게 신뢰를 잃을 수 있다. 정확한 제도의 실행은 업장의 손해를 줄이고 고객에게 높은 서비스 품질을 제공하여 양측이 모두 이익을 얻을 수 있는 전략으로 이루어질 수 있다[2]. 연구에서는 금전적인 방법과 비금전적인 방법을 모두 사용하여 네일샵에 가장 적합한 예약부도 방지 방법을 연구하고자 한다.

### 1.5.1 취소 수수료 지불제

고객이 예약한 네일샵에 방문하지 않을 경우 매출 손실에 대한 보상으로 작용한다. 이 방법은 고객이 예약할 때 카드 정보를 등록하도록 하여 방문하지 않은 경우에 따라 취소 수수료를 결제하게 되며, 호텔이나 항공 등에서 사용되는 예약 관리 도구로 알려져 있으나 최근에는 온라인 예약 대행 서비스인 카카오 헤어샵에서도 적용되고 있다. 카카오 헤어샵은 예약 시간 1시간 전까지 취소 시 10%의 취소 수수료를 부담하도록 정책을 도입하였으며, 이를 통해 예약부도 비율이 매우 낮은 수준인 0.09%를 유지하고 있으며, 이런 정책은 미용실에서의 예약부도 피해를 줄이는 데에 큰 도움이 되어지고 있다.

### 1.5.2 예약금 환불 불가제

고객이 사전에 선 결제 또는 예약금을 걸어 예약을 하고 예약부도의 상황이 발생될 시 네일샵에서 예약금 전액 또는 총 결제액의 적정액을 환불해 주지 않는 방법이다. 고객의 경우, 사전에 결제하는 번거로움이 따르지만 네일샵 입장에서는 가장 합리적인 방법이라고 볼 수 있다. 최근 예약부도의 문제가 크게 대두되고 있으며, 예약금 제도를 운영하는 경우를 쉽게 볼 수 있다.

### 1.5.3 재 예약 불가제

네일샵에서는 예약 시 고객의 간단한 인적사항을 기록하고 예약을 완료한다. 예약 당일엔 고객이 방문하지 않을 경우, 남겨진 인적사항을 바탕으로 향후 예약에 제재를 가할 수 있다. 예를 들어, 병원에서는 고객들의 인적사항을 보유하고 있으며, 만일 예약부도가 3회를 초과할 경우 시스템을 통해 예약이 되지 않도록 구축되어 있다. 네일샵에서도 예약부도로 인해 피해를 입은 경우, 예약부도가 반복적으로 발생할 경우 재 예약이 불가능하도록 시스템을 구축할 수 있다.

### 1.5.4 별점제를 통한 이용제한 정책

고객의 개인적인 사정을 고려하여 일정 횟수 이상의 예약부도가 발생할 경우, 네일샵 예약 이용에 제재를 가하는 것이다. 콘도 분야에서는 별점제 시행으로 3년간 회원의 예약부도 비율이 시행 전 4.0%에서 비율이 3.5%로 개선 효과가 나타났다[17]. 그러나 현실적으로는 예약부도로 인한 영업적 손실이 업체에서 전적으로 부담되어야 하므로 이러한 제도는 합리적인 것으로 보

기는 어렵다. 다만 고객의 경우에는 큰 거부감 없이 받아들일 수 있는 제도일 수 있다.

### 1.5.5 다음 예약 시 방문 전 선 결제

고객들이 예약을 재할 때 미리 시술금액을 지불하도록 하는 방법으로, 예약부도의 재발을 방지할 수 있다. 그러나 관리 전 전체 비용을 미리 지불하는 것에 대해 고객들이 부담감을 느낄 수 있다. 따라서 선 결제로 인해 발생하는 부담감을 줄이기 위해 선 결제 시 서비스적으로 혜택을 제공하는 방법을 고려해 볼 수 있다.

## 2. 대상 및 도구

### 2.1 연구의 대상 및 도구

본 연구는 대전·충청에 거주하는 네일샵 이용 고객을 대상으로 2019년 7월 15일 부터 8월 16일 까지 설문조사를 진행하였고, 불성실하게 응답되어진 것으로 판단되는 29부를 제외하고 총 476부의 설문지를 연구에 사용하였다. 총 35문항 중 네일샵 이용실태 조사 7문항과 예약 시스템 이용 현황 및 특성 6문항, 예약부도에 대한 인식 9문항, 예약부도의 개선방안에 대한 인식 7문항, 일반적 특성 6문항으로 구성하였다.

통계프로그램 SPSS 24.0을 활용하였으며 교차분석, 빈도분석, 다중응답 분석 등을 실시하였다.

## 3. 결과 및 고찰

### 3.1 연구 대상자의 특성

인구통계학적 특성에서는 여성(93.9%), 연령은 20대(59.5%), 직업은 전문직(32.1%)이 가장 많았다. 학력은 대학교(71.4%), 거주지별로는 대전광역시 329명(69.1%)으로 가장 많았다.

### 3.2 네일샵 이용 실태

네일샵 이용 실태 특성 부분으로 네일샵을 이용하는 이유는 개성을 강조하기 위해서(40.1%), 네일샵을 선택하는 기준은 SNS 검색(43.7%), 네일샵 이용 주기는 1개월에 한 번(37.6%), 1회 네일관리에 투자하는 비용은 3만원-7만원 미만(60.1%)이 가장 많음을 확인하였다.

### 3.3 네일샵 예약 시스템의 이용 및 특성

네일샵 예약 시스템의 이용 현황 및 특성에서는 네

일샵 이용 시 예약이 필요하다(95.4%), 주로 사전에 예약을 하고 방문하는지에 대한 여부는 예약하고 방문한다(93.9%)라는 응답이 가장 많았다. 예약 시스템을 사용하는 이유는 Fig. 1과 같이 원하는 시간에 이용이 가능해서(61.1%)라는 응답이 가장 많았고, 시간 절약이 가능(20.4%), 네일샵이 예약 시스템을 사용하는 경우(15.0%) 순서로 많게 나타났다. 장영하(2016)의 연구에 따르면, 고객들은 헤어샵을 이용할 때 원하는 시간에 대기시간 없이 서비스를 받고 싶어 하므로 예약 시스템은 헤어샵 할 경우 고객만족을 극대화할 수 있음을 시사한다. 따라서 네일샵에서 체계적인 예약제를 도입할 경우, 고객만족을 극대화할 수 있을 것으로 예상된다[18].

네일샵 예약부도의 원인은 다중응답 분석을 통해 Fig. 2와 같이 나타났다. 전체적으로 고객들의 단순번심이 가장 많았고, 다음으로 예약 시간을 혼동해서, 취

소 전화의 번거로움, 날씨 순으로 많았다. 따라서 예약부도의 발생을 방지하기 위해서는 기업의 노력뿐만 아니라 소비자들 또한 예약부도가 바람직하지 않은 행동을 명확하게 인식할 수 있도록 예약의 중요성을 더욱 강조해야 한다. 예약은 기업과 소비자 간의 서로에게 이익을 가져다주는 합의이며, 신뢰를 기반으로 이루어지는 중요한 거래이다. 예약을 하면 기업은 해당 시간에 맞추어 서비스를 준비하고, 소비자는 원하는 시간에 예약한 서비스를 받을 수 있게 된다. 그러나 예약부도는 이러한 거래를 방해하고, 기업과 소비자 모두에게 불이익을 초래하기 때문에 소비자들에게 예약의 중요성과 예약부도의 부작용을 명확하게 전달하는 것이 필요하다. 이를 위해 기업은 예약 시스템을 강화하고, 예약 취소 수수료 등의 정책을 도입하여 예약부도를 방지하는 노력을 해야 한다.

category		economy of time	benefits of a reservation	Availability at desired time	nail salon with a reservation system	others	whole	$\chi^2 / p$
sex	female	80(18.9)	14(3.3)	264(62.4)	65(15.4)	0(0.0)	423(100.0)	28.817/ .000**
	male	11(45.8)	1(4.2)	9(37.5)	2(8.3)	1(4.2)	24(100.0)	
age	under 20s	47(17.3)	6(2.2)	169(62.1)	49(18.0)	1(0.4)	272(100.0)	39.683/ .000***
	30s	21(20.4)	2(1.9)	67(65.0)	13(12.6)	0(0.0)	103(100.0)	
	40s	4(12.1)	3(9.1)	21(63.6)	5(15.2)	0(0.0)	33(100.0)	
	over 50s	19(48.7)	4(10.3)	16(41.0)	0(0.0)	0(0.0)	39(100.0)	
final education	highschool and bellow	23(31.5)	3(4.1)	36(49.3)	11(15.1)	0(0.0)	73(100.0)	11.364/ .182
	university	56(17.7)	12(3.8)	198(62.5)	50(15.8)	1(0.3)	317(100.0)	
	graduate school	12(21.1)	0(0.0)	39(68.4)	6(10.5)	0(0.0)	57(100.0)	
job	student	20(17.4)	2(1.7)	67(58.3)	25(21.7)	1(0.9)	115(100.0)	17.630/ .127
	specialized job	29(19.9)	4(2.7)	97(66.4)	16(11.0)	0(0.0)	146(100.0)	
	sales and service	22(27.2)	6(7.4)	43(53.1)	10(12.3)	0(0.0)	81(100.0)	
	self-employment	20(19.0)	3(2.9)	66(62.9)	16(15.2)	0(0.0)	105(100.0)	
average monthly income	less than 1 million won	21(16.9)	3(2.4)	72(58.1)	27(21.8)	1(0.8)	124(100.0)	26.901/ .043*
	less than 1 to 2 million won	18(15.7)	2(1.7)	84(73.0)	11(9.6)	0(0.0)	115(100.0)	
	less than 2 to 3 million won	27(20.5)	7(5.3)	78(59.1)	20(15.2)	0(0.0)	132(100.0)	
	less than 3 to 4 million won	14(29.8)	3(6.4)	25(53.2)	5(10.6)	0(0.0)	47(100.0)	
	more than 4 million won	11(37.9)	0(0.0)	14(48.3)	4(13.8)	0(0.0)	29(100.0)	
whole		91(20.4)	15(3.4)	273(61.1)	67(15.0)	1(0.2)	447(100.0)	

Fig. 1. The reason for using a reservation system

N(%)

category	weather	situation and opinion of partners	other salons with better option	simple change of mind	inconvenient to call to cancel	confused the appointment date/time	others	whole	
sex	female	101(13.8)	75(10.3)	40(5.5)	190(26.0)	119(16.3)	173(23.7)	33(4.5)	731(100.0)
	male	8(17.4)	4(8.7)	2(4.3)	18(39.1)	1(2.2)	13(28.3)	0(0.0)	46(100.0)
age	under 20s	71(14.8)	48(10.0)	30(6.2)	139(28.9)	72(15.0)	103(21.4)	18(3.7)	481(100.0)
	30s	23(12.3)	17(9.1)	8(4.3)	51(27.3)	38(20.3)	45(24.1)	5(2.7)	187(100.0)
	40s	8(17.0)	5(10.6)	2(4.3)	4(8.5)	4(8.5)	17(36.2)	7(14.9)	47(100.0)
	over 50s	7(11.3)	9(14.5)	2(3.2)	14(22.6)	6(9.7)	21(33.9)	3(4.8)	62(100.0)
final education	highschool and bellow	16(14.3)	15(13.4)	4(3.6)	32(28.6)	11(9.8)	26(23.2)	8(7.1)	112(100.0)
	university	81(14.2)	54(9.4)	34(5.9)	156(27.3)	92(16.1)	136(23.8)	19(3.3)	572(100.0)
	graduate school	12(12.9)	10(10.8)	4(4.3)	20(21.5)	17(18.3)	24(25.8)	6(6.5)	93(100.0)
job	student	32(15.6)	26(12.7)	9(4.4)	54(26.3)	30(14.6)	46(22.4)	8(3.9)	205(100.0)
	specialized job	37(14.2)	25(9.6)	17(6.5)	68(26.2)	50(19.2)	54(20.8)	9(3.5)	260(100.0)
	sales and service	16(12.7)	11(8.7)	5(4.0)	42(33.3)	13(10.3)	31(24.6)	8(6.3)	126(100.0)
	self-employment	24(12.9)	17(9.1)	11(5.9)	44(23.7)	27(14.5)	55(29.6)	8(4.3)	186(100.0)
average monthly income	less than 1 million won	29(13.4)	24(11.1)	10(4.6)	61(28.1)	33(15.2)	51(23.5)	9(4.1)	217(100.0)
	less than 1 to 2 million won	30(13.7)	20(9.1)	13(5.9)	59(26.9)	37(16.9)	52(23.7)	8(3.7)	219(100.0)
	less than 2 to 3 million won	29(13.1)	24(10.8)	15(6.8)	61(27.5)	35(15.8)	51(23.0)	7(3.2)	222(100.0)
	less than 3 to 4 million won	12(16.7)	6(8.3)	3(4.2)	17(23.6)	9(12.5)	19(26.4)	6(8.3)	72(100.0)
	more than 4 million won	9(19.1)	5(10.6)	1(2.1)	10(21.3)	6(12.8)	13(27.7)	3(6.4)	47(100.0)
whole	109(14.0)	79(10.2)	42(5.4)	208(26.8)	120(15.4)	186(23.9)	33(4.2)	777(100.0)	

Fig. 2. The cause of Nail Salon's No-Shows

#### 4. 결론

연구를 통해 네일샵의 예약 시스템과 예약부도에 대한 고객들의 인식에 대해 알아보고자 네일샵 이용 고객들을 대상으로 설문지 조사를 시행하였으며 연구 결과는 다음과 같이 나타났다.

첫째, 일반적 특성에서 연구 대상자의 성별은 남성보다 여성의 비율이 더 많았고, 연령대는 20대가 가장 많은 것으로 나타났으며, 학력은 학사, 직업은 전문직이 가장 많았다.

둘째, 연구 대상자인 네일샵을 이용하는 고객들이 네일샵 이용실태에서 네일샵을 이용하는 가장 큰 이유는 개성을 강조하기 위함으로 나타났다. 네일샵을 결정하는 기준은 SNS 검색이 가장 많은 것으로 나타났으며, 네일샵 이용 주기는 1개월에 한 번이 가장 많았다.

셋째, 네일샵 예약 시스템의 이용 및 특성으로 네일샵 이용 시 예약의 필요 여부는 전체적으로 필요하다는 응답이 95.4%로 대부분 필요하다고 생각하였다. 예약

시스템을 사용하는 이유로 원하는 시간에 이용이 가능해서 사용한다는 응답이 가장 많았으며, 시간절약, 예약제 네일샵인 경우 순으로 많았다.

넷째, 예약부도에 대한 인식 부분에서 네일샵 예약부도의 원인은 단순변심의 이유가 26.8%로 가장 많았으며, 예약부도의 발생률을 줄이기 위해서 기업에서의 노력도 중요하겠지만 소비자들로 하여금 예약부도가 바람직하지 않은 행동임을 인식할 수 있도록 예약의 중요성을 명확하게 인지시켜 주어야 한다.

따라서 네일샵 이용 고객들이 스스로 예약을 준수하고 지킬 수 있도록 올바른 예약제도 자체의 중요성을 알리는 것이 필요하다. 기존에는 네일샵 예약 시 고객들에게 단순 정보제공으로 방문 시간 및 날짜를 알려주는 형식으로 끝났다면, 고객들에게 능동적으로 예약 준수에 동참할 수 있도록 언급하는 것이 중요하다는 것이다.

이 연구는 네일샵에서의 예약부도 문제에 대한 고객들의 인식을 주제로 연구를 진행하였으며 문제를 개선

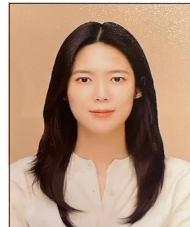
할 수 있는 적절한 방안에 대해 살펴볼 수 있었다는 것에 의미가 있다. 또한 예약부도에 대한 연구는 다양한 산업 분야에서 진행되었으며, 미용 분야에서도 예약에 대한 연구는 활발히 진행되고 있으나 네일 분야에서의 예약부도 관련 연구는 아직 미미한 상태이다. 따라서 향후 네일샵에서 예약부도 대응방안을 모색할 때 필요한 기초자료를 제공하고자 하며, 네일 업계의 협력과 정보 공유를 유도하는 방향으로 추진되고자 한다.

## REFERENCES

- [1] J. Y. Ahn, Y. S. Song & G. K. Lee. (2015). A Study on Preferences of Nail Pedi Art of Material. *Journal of the Korean society of beauty culture arts*, 4(1), 36-45.
- [2] M. S. Seo. (2019). *Effects of the Perception of Hair Salon Reservation System and No-Show on the No-Show Penalty*. Master's thesis. Seogang University, Seoul.
- [3] M. H. Kim. (2019). *A Study on the Pursuit Benefits and Intention to Revisit of Nail Salon Customers Based on Self-Esteem*. Master's thesis. Keimyung University, Daegu.
- [4] I. K. Kim. (2018). *The Impact of Job Stress and Emotional Labor on Turnover Intention among Nail Industry Workers*. Master's thesis. Hannam University, Daejeon.
- [5] D. W. Park. (2016). *A Study on Self-Satisfaction of Self-Application Gel Nails*. Master's thesis. Chosun University, Gwangju.
- [6] F. Jameson, (1996). *The seeds of time*. Columbia University Press, 225.
- [7] J. Wirtz & S. E. Kimes. (2007). The Moderating role of familiarity in Fairness Perceptions of revenue Management pricing. *Journal of Service Research*, 9(3), 229.
- [8] W. Y. Kim. (2016). *A Study on Customer Perception of Restaurant Reservation No-shows*. Master's thesis. Kyunghee University, Seoul.
- [9] S. Y. Cheon. (2013). *A Study on Preventing Resort Reservation Defaults*. Master's thesis. Kyunghee University, Seoul.
- [10] D. C. Quan. (2002). The Price of a Reservation. *The Cornell Hotel and Restaurant Administration Quarterly*, 28(4), 52-56.
- [11] H. Y. Kim. (2012). *A Study on the Introduction and Application Methods of Salon Reservation System*. Master's thesis. Hannam University, Daejeon.
- [12] J. C. Noh, J. H. Kim & K. T. Kim. (2006). *Practical Study on Airline Reservation*, Seoul : HanOl Publishing.
- [13] K. I. Lee. (2011). *Comparative analysis on selection attributes of dealers depending on flight ticket distribution channel alteration*. Master's thesis. Kyunghee University, Seoul.
- [14] Y. I. Noh. (2018). *Influence on Online Review on Hotel Reservation Intention*. Master's thesis. Dong-A University, Busan
- [15] M. J. Hashim, P. Franks & K. Fiscella. (2011). Effectiveness of telephone reminders in improving rate of appointments kept. *American Board of Family Practice*. 14(3), 193-196.
- [16] S. M. Yoon. (2014). An Exploratory Study for Preventing No-show of Tourism Companies. *International Journal of Tourism and Hospitality Research*, 28(1), 21-35.
- [17] J. S. Ban. (2008). *A Study on Reservation Cancellation and No-shows that Affect the Occupancy Rate of Resort Condominium Rooms*. Master's thesis. Yonsei University, Seoul.
- [18] Y. H. Jang. (2016). *Customer Satisfaction and Recommendation Intention Resulting from the Implementation of Hair Salon Reservation System*. Master's thesis. Seokyeong University, Seoul.

임 다 솔(Da-sol Lim)

[정회원]



- 2002년 2월 : 한남대학교 사회문화행정복지대학원 향장미용학과 (향장미용학 석사)
- 2023년 3월 ~ 현재 : 한남대학교 코스메틱사이언스학과 (이학박사 과정)

· 관심분야 : 뷰티, 네일, 이너뷰티, 코스메틱  
· E-Mail : limdasol93@naver.com