

Zone of Tolerance for Service Quality according to Type of Skin Care Shops

Seung-Hee Woo, Chul-Ho Park*

Department of Cosmetology Sciences, Nambu University, Gwangju, Korea

*Corresponding author: Chul-Ho Park,
Department of Cosmetology Sciences,
Nambu University, 23 advanced
Jungang-ro, Gwangsan-gu, Gwangju
62271, Korea

Tel.: +82 62 970 0140
Fax: +82 62 970 0140
Email: chpark@nambu.ac.kr

Received March 30, 2016
Revised May 10, 2016
Accepted May 13, 2016
Published June 30, 2016



Abstract

Purpose: This study examined zone of tolerance related to service qualities of different types of skin care shops (general skin care shop, in-hospital skin care shop, and beauty total care center). **Methods:** To analyze the data, SPSS Ver. 12.0 statistical package program was used, and frequency analysis, factor analysis, and Cronbach's α coefficient calculation were performed as descriptive statistics for evaluating the zone of tolerance according to types of beauty salons. **Results:** The result suggests that, regarding service quality according to types of skin care shops, waiting time, indoor convenience, staff, and atmosphere and reservation system provided service within the zone of tolerance, while outdoor convenience, price, and supplementary service did not reach it. **Conclusion:** The findings suggest service quality of different types of skin care shops improved service quality by reducing waiting time as a result of using reservation system, improving comfort by renovating the interior, and bettering service by training the staff. However, as customers found the prices burdening, various efforts to offer price discount by using special events, membership, and card, for instance, will need to be made and, if such discount is implausible, it will be necessary to offer services that are suitable for the price.

Keywords: Zone of tolerance, Tolerance, Service, Skin shop, Skin care

Introduction

경제가 발전함에 따라 서비스 부분이 차지하는 비중이 점차 증가하면서 현대사회를 흔히 서비스 사회라 일컫는다(Lee, 2015). 미용 서비스산업은 빠른 유행의 흐름으로 인해 외형적인 면에서도, 기술적인 측면에서도 많은 성장을 하였으나(Lee *et al.*, 2012), 국내 미용 서비스업의 경영환경을 보면 소비 인구는 늘어나지 않는데 미용실의 업종밀집도가 78.6%로 우리나라 자영업 중에서 과잉비중이 가장 높을 뿐만 아니라, 미용시장 규모로는 연간 4조 8천억원에 이르지만 1개 업소당 평균 고객 수 약 540명, 매출액 약 5,600만원(년간)으로 세계적으로 유래가 없을 정도로 과포화 상태이다(Kim & Yoo, 2010). 그러므로 보다 효율적인 마케팅을 위해서는 미용 서비스 품질에 대한 특성을 파악하는 것이 중요하다.

서비스의 품질은 제품과 같은 유형의 품질과 다른 무형의

모호성이 있다. 그러나 서비스의 특징과 연관시켜 보면 서비스 품질도 고객만족 내지 고객의 요구사항에 대한 일치라는 현대적 품질관리의 기본방향에서 벗어나지 않는다. 따라서 서비스의 품질은 일반적으로 객관적인 품질이 아니라 주관적인 품질의 개념으로서, 소비자에 의해 지각된 서비스 품질(perceived service quality)이라는 의미로 정의된다(Grönroos, 1984). 특히, 피부미용산업은 향장산업, 서비스산업, 문화산업과 융합하는 고부가가치 산업으로 인식되고 있으나(Hwang & Jang, 2015), 다른 서비스 산업과 달리 무형적 속성이 강하여 고객욕구를 충족시키는 고객만족이 매우 중요하다고 볼 수 있다(Seok & Lim, 2010).

이처럼 서비스품질은 제품품질과는 달리 객관적인 척도로 측정하기 어렵기 때문에 서비스에 대한 고객의 인식을 측정하여 서비스 품질을 측정하고 있다. 서비스품질 측정을 위해서는 서비스 산업의 다양성과 측정의 어려움을 극복하는 것이 가장 중요하다.

소비자들은 품질을 지각할 때 단일차원의 개념으로 지각하지 않고 다양한 측면으로 지각하기 때문에 서비스 품질 측정을 위해서는 다 항목(multiple item)척도로 구성된 대표적 측정 모형인 SERVQUAL 모형과 SERVPERF 모형을 사용하고 있다.

Parasuraman *et al.* (1994a)은 기존의 SERVQUAL을 개선하는 방안으로 인내영역을 제안하였으며, 서비스 품질의 기대수준을 두 가지로 나누어 제시하였다(Ji, 2013). 소비자들은 서비스에 대해 2가지 종류의 기대를 가지게 되는데, 이는 받아들일 수 있는 최소한의 서비스 수준(adequate service level)과 희망 서비스 수준(desired service level)으로 구분한다. 즉 희망 서비스는 고객이 서비스를 제공 받아야만 하는, 제공 받을 수 있는 최대한의 기대를 나타내는 수준이며, 최소한의 서비스는 소비자가 기꺼이 받아들일 수 있는 최소한의 서비스 수준을 의미한다. 최소한의 서비스 수준과 희망하는 서비스 수준 사이에서 인내(tolerance)라고 불리는 영역(zone)이 있다. 소비자들은 인내영역인 최소한의 서비스 수준과 희망 서비스 수준 사이 정도의 서비스가 제공되면 만족하게 될 것이라는 개념이다(Parasuraman *et al.*, 1994b).

미용서비스 품질에 대한 선행연구를 살펴보면 구성요인에 대한 분류는 다양하나, 미용서비스업이 제공하는 서비스 품질의 세부속성들은 대기시간(Feldman & Hornik, 1981; Hornik, 1984; Taylor, 1994), 실내 편의성(Adams *et al.*, 1992; Davis, 1989; Kim, 2002), 실외 편의성(Adams *et al.*, 1992; Davis, 1989; Kim, 2002), 직원 서비스(Schneider & Bowen, 1993), 분위기(Bitner, 1992; Cronin & Taylor, 1992), 가격책정(Lee & Lee, 2009), 예약시스템, 부가 서비스 등으로 구성하고 있다. 미용분야에 적용된 인내영역 선행연구로는 헤어 미용실의 인내영역에 대한 연구(Ji, 2013; Ji, 2014; Ji, 2015)가 유일하다.

본 연구에서는 피부관리실(일반 피부관리실, 병원 내 피부관리실, 뷰티 종합관리실)의 서비스 품질 실증 분석 후에, 피부관리실의 서비스 품질을 차원 별, 영역 별 인내영역 모델을 이용하여 이들 관리실에서 제공하는 서비스에 대하여 고객이 희망하는 서비스 품질 수준, 최소한으로 받아들일 수 있는 서비스 품질 수준, 그리고 현재 피부관리실에서 받고 있는 서비스, 즉 지각된 서비스 품질 수준을 측정하여 고객의 기대 수준의 범위와 현재 인식하고 있는 서비스 품질을 평가하여 보다 향상된 서비스 품질개선과 새로운 미용실 운영전략 수립에 기초자료로 제공하고자 한다.

Methods

1. 연구대상

본 연구는 광주광역시, 서울특별시 및 경기도에 거주하며, 월 1회 이상 피부관리실(일반 피부관리실, 병원 내 피부관리실, 뷰티 종합관리실)을 이용하는 고객을 대상으로 2015년 9월부터 2015년 12월까지 총 500부의 설문지를 배포하여 유효한 486부를 최종분석 자료로 사용하였다.

2. 연구도구

본 연구의 설문지는 Kim & Kim (2006), Ryou & Park (2013) 및 Seok & Lim (2010)의 연구에서 미용 서비스 품질구성 측정항목을 연구자가 재구성하여 설문을 구성하였다. 서비스품질 설문 문항은 대기시간 12문항, 실내 편의성 15문항, 실외 편의성 15문항, 직원서비스 24문항, 분위기 15문항, 가격책정 15문항, 예약시스템 12문항 및 부가 서비스 12문항으로 구성하였다. 인구통계학적 특성은 11문항으로 구성하여 총 131문항으로 구성하였고, 측정방법은 9점 Likert scale을 사용하였다.

3. 자료분석

수집된 자료는 data coding과 data cleaning 과정을 거쳐 SPSS Ver. 12.0 통계 패키지 프로그램을 활용하여 분석하였다. 첫째, 표본의 특성을 알아보기 위해 빈도분석을 실시하였다. 둘째, 측정 도구의 타당성 검증을 위하여 요인분석(Principal component analysis)을 실시하였다. 요인추출법으로는 주성분법(Principal components)을 실시하였으며, 요인회전은 베리맥스(Varimax) 회전을 실시하였다. 측정도구의 신뢰도 검증을 위하여 Cronbach's α 계수를 산출하였다. 셋째, 피부관리실 유형별 인내영역을 평가하기 위한 기술 통계분석을 실시하였다.

Results and Discussion

1. 일반적 특성

1) 인구통계학적 특성

조사대상자의 인구통계학적 특성을 분석한 결과 성별에서는 여성 436명(89.7%), 남성 50명(10.3%)으로 나타났으며, 결혼여부는 기혼 245명(50.4%), 미혼 241명(49.6%)으로 나타났다. 연령은 30대 233명(47.9%), 20대 156명(32.1%), 40대 84명(17.3%) 및 50대 이상 13명(2.7%)으로 나타났으며, 월 소득은 200-299만원 202명(41.6%), 100-199만원 144명(29.6%), 300-399만원 74명(15.2%), 99만원 이하 36명(7.4%) 및 400만원 이상 30명(6.2%)으로 나타났다. 직업은 직장인 247명

(50.8%), 전문직 116명(23.9%), 주부 43명(8.8%), 자영업 39명(8.8%) 및 학생 30명(6.2%)으로 나타났으며, 학력은 대졸 274명(56.4%), 전문대졸 157명(32.3%), 석사 이상 36명(7.4%) 및 고졸 이하 19명(3.9%)으로 나타났다.

2) 피부관리실 이용 실태

조사대상자의 피부관리실 이용실태에 대해서 분석한 결과, 피부관리실 연간 이용횟수는 월 1회 이상 187명(38.5%), 7-10회 111명(22.8%), 1-3회 102명(21.0%) 및 4-6회 86명(17.7%)으로 나타났으며, 피부관리실 월 지출비용은 11-20만원 147명(30.2%), 6-10만원 127명(26.1%), 5만원 미만 96명(19.8%), 21-30만원 76명(15.6%), 31-40만원 30명(6.2%) 및 41만원 이상 10명(2.1%)으로 나타났다. 피부관리실 1년동안 이용여부는 아니다 330명(67.9%), 그렇다 156명(32.1%)으로 나타났으며, 피부관리실 선택기준은 기술 211명(43.4%), 서비스 133명(27.4%), 가격 113명(23.3%), 브랜드 이미지 15명(3.1%), 위치와 교통 편리 9명(1.9%) 및 인테리어, 분위기 5명(1.0%)으로 나타났다. 피부관리실 정보 획득처는 친구 226명(46.5%), 인터넷 135명(27.8%), 가족 69명(14.2%), 옥외광고 39명(8.0%), 신문, 잡지 15명(3.1%) 및 TV 2명(0.4%)으로 나타났다.

2. 측정변수에 대한 타당성 및 신뢰도 검증

서비스품질에 대한 타당성 분석 결과, 8개의 요인으로 추출되었다. 이때 추출된 요인의 총 설명력은 87.776%로 나타났다. 각 요인의 요인 적재치는 1.0이상으로 나타나 추출된 요인의 타당성이 확보되었다. 또한 KMO=0.975로서 통계적으로 요인 분석의 설명력이 확보되었다. 신뢰성 측정을 위해 Cronbach's α 계수를 측정한 결과 대기시간 4문항 0.947, 실내 편의성 5문항 0.964, 실외 편의성 5문항 0.950, 직원 서비스 8문항 0.972, 분위기 5문항 0.967, 가격책정 5문항 0.954, 예약시스템 4문항 0.976 및 부가서비스 4문항 0.925로 모든 항목에서 0.9이상의 높은 신뢰성을 확보하였다.

3. 인내영역 분석

1) 피부관리실 유형별 전반적인 인내영역

Table 1은 피부관리실 유형별로 8가지 차원을 3가지 인내영역으로 분석한 결과이다.

분석 결과 최소한의 기대수준이 가장 낮은 차원은 일반 피부관리실에서는 대기시간, 병원 내 피부관리실에서는 분위기, 뷰티 종합관리실에서는 실외 편의성으로 나타났다. 희망하는 기대수준이 가장 높은 차원은 일반 피부관리실, 병원 내 피부관리실, 뷰티 종합관리실에서 공통적으로 직원 서비스로 나타났다. 그리고 현재 지각된 서비스 수준에 있어 인내영역에 미치지 못하는 차원은 일반 피부관리실에서는 실외 편의성, 가격정책, 부가서비스이며, 병원 내 피부관리실과 뷰티 종합관리실에서는 공통으로 부가서비스로 나타났다. 이 결과는 미용실의 직원서비스 인내영역을 연구한 Ji (2015), 시설, 인테리어 및 대기시간의 인내영역을 연구한 Ji (2014), 미용실 실내 외 편의성을 연구한 Ji (2013)의 결과와 일치한다.

피부미용실 전반에 걸쳐 대기시간, 실내 편의성, 직원 서비스, 분위기 및 예약시스템은 인내영역 내에 위치하고 있으며, 현재 받고 있는 서비스 수준이 5점 이상으로 나타나 고객만족 영역에 적합한 서비스를 제공하고 있는 것으로 나타났다. 그러나 고객들의 희망하는 기대수준이 7점 이상으로 높아진 점을 고려하면 직원 서비스 분야에 대한 개선이 필요하다고 판단 할 수 있다. 또한 모든 피부관리실 유형에서 카드 할인, 이벤트 행사 및 가격대별 프로그램 운영 등의 부가 서비스에 대한 개선이 필요한 것으로 나타났다.

2) 대기시간에 대한 인내영역

Table 2는 피부관리실 유형별로 대기시간을 3가지 인내영역으로 분석한 결과이다.

분석 결과 최소한의 기대수준이 가장 낮은 차원은 일반 피부관리실, 병원 내 피부관리실, 뷰티 종합관리실에서 공통으로 대기시간 적절로 나타났다. 희망하는 기대수준이 가장 높은 차원은

Table 1. Overall zone of tolerance according to types of skin care

Classification	Zone	Waiting time	Indoor convenience	Outdoor convenience	Staff service	Atmosphere	Price policy	Reservation system	Supplementary service
General skin care shops	Minimum	5.33	5.69	5.51	5.79	5.51	5.65	5.67	5.34
	Desired	7.24	7.55	7.08	7.67	7.39	7.59	7.35	7.58
	Perceived	5.74	5.90	5.49	6.11	5.95	5.62	6.30	5.14
In-hospital skin care shops	Minimum	5.43	5.57	5.55	5.78	5.33	5.60	5.61	5.36
	Desired	7.47	7.65	7.58	7.81	7.52	7.79	7.77	7.57
	Perceived	5.87	6.21	6.12	6.31	6.18	5.84	7.11	5.17
Beauty total care centers	Minimum	5.34	5.55	5.27	5.61	5.28	5.52	5.49	5.32
	Desired	7.64	7.91	7.60	8.04	7.63	8.02	7.68	7.81
	Perceived	5.93	6.15	5.69	6.39	6.29	5.77	6.95	4.91

일반 피부관리실에서는 잡지와 차 제공, 병원 내 피부관리실에서는 예상 대기시간, 뷰티 종합관리실에서는 대기시간 적절로 나타났다. 그리고 현재 지각된 서비스 수준에 있어 인내영역에 미치지 못하는 차원은 일반 피부관리실, 병원 내 피부관리실, 뷰티 종합관리실에서 공통으로 없는 것으로 나타났다.

피부관리실들은 고객만족 영역에 적합한 서비스를 제공하고 있는 것으로 나타났으나, 고객들은 대기시간에 대한 기대수준이 낮은 반면 대기시간에 예상 대기시간을 알려주거나 잡지와 차 등을 제공해 주기를 기대하였다.

3) 실내 편의성에 대한 인내영역

Table 3은 피부관리실 유형별로 실내 편의성을 3가지 인내영역으로 분석한 결과이다.

분석 결과 최소한의 기대수준이 가장 낮은 차원은 일반 피부관리실은 편의시설과 용품, 병원 내 피부관리실과 뷰티 종합관리실에서는 실내 공간적 시설 배치로 나타났다. 희망하는 기대수준이 가장 높은 차원은 일반 피부관리실과 뷰티 종합관리실에서는 베드, 병원 내 피부관리실에서는 화장실로 나타났다. 그리고 현재 지각된 서비스 수준에 있어 인내영역에 미치지 못하는

Table 2. Zone of tolerance related to waiting time

Classification	Zone	Appropriate waiting time	Expected waiting time	Staff's effort	Magazine/tea offered
General skin care shops	Minimum	5.25	5.27	5.37	5.44
	Desired	7.19	7.25	7.10	7.26
	Perceived	6.03	5.75	5.64	5.91
In-hospital skin care shops	Minimum	5.04	5.40	5.45	5.29
	Desired	7.43	7.58	7.37	7.43
	Perceived	6.45	6.34	5.59	5.74
Beauty total care centers	Minimum	5.27	5.33	5.37	5.34
	Desired	7.70	7.68	7.56	7.61
	Perceived	6.53	6.13	5.77	5.88

Table 3. Zone of tolerance related to indoor convenience

Classification	Zone	Interior space arrangement	Toilet	Interior	Bed	Convenient facilities/supplies
General skin care shops	Minimum	5.63	5.82	5.67	5.73	5.59
	Desired	7.37	7.58	7.47	7.83	7.50
	Perceived	5.94	6.14	6.06	6.13	5.65
In-hospital skin care shops	Minimum	5.42	5.70	5.48	5.66	5.55
	Desired	7.49	7.80	7.55	7.79	7.63
	Perceived	6.45	6.31	6.48	6.32	6.01
Beauty total care centers	Minimum	5.40	5.68	5.51	5.59	5.48
	Desired	7.81	7.96	7.81	7.99	7.97
	Perceived	6.40	6.39	6.40	6.46	5.68

Table 4. Zone of tolerance related to outdoor convenience

Classification	Zone	Location	Transportation	Info sign/signboard	Parking	Traffic line
General skin care shops	Minimum	5.49	5.56	5.47	5.43	5.59
	Desired	7.20	7.07	6.94	7.08	7.13
	Perceived	5.78	5.78	5.39	5.51	5.51
In-hospital skin care shops	Minimum	5.41	5.38	5.40	5.81	5.64
	Desired	7.57	7.39	7.55	7.79	7.61
	Perceived	6.62	6.21	6.42	6.11	6.03
Beauty total care centers	Minimum	5.16	5.16	5.19	5.46	5.31
	Desired	7.52	7.54	7.53	7.77	7.63
	Perceived	6.20	5.76	5.68	5.75	5.79

차원은 모든 피부관리실 유형에서 없는 것으로 나타났다. 이 결과는 미용실 실내 외 편의성에 대한 인내영역을 연구한 Ji (2013)의 결과와 일치한다.

피부관리실에서 실내 편의성은 모두 인내영역 내에 위치하고 있으며, 현재 받고 있는 서비스 수준이 5점 이상으로 나타나 고객만족 영역에 적합한 서비스를 제공하고 있는 것으로 나타났다. 그러나 일반 피부관리실과 뷰티 종합관리실에서는 베드에 대한 개선이 필요하며, 병원 내 피부관리실에서는 화장실에 대한 개선을 희망하였다.

4) 실외 편의성에 대한 인내영역

Table 4는 피부관리실 유형별로 실외 편의성을 3가지 인내영역으로 분석한 결과이다.

분석 결과 최소한의 기대수준이 가장 낮은 차원은 일반 피부관리실은 주차시설, 병원 내 피부관리실은 교통수단, 뷰티 종합관리실에서는 위치와 교통수단으로 나타났다. 희망하는 기대수준이 가장 높은 차원은 일반 피부관리실은 위치, 병원 내 피부관리실과 뷰티 종합관리실에서는 주차시설로 나타났다.

그리고 현재 지각된 서비스 수준에 있어 인내영역에 미치지 못하는 차원은 일반 피부관리실에서 안내 표지판과 간판, 동선으로 나타났다. 이 결과는 미용실 실내 외 편의성에 대한 인내영역을 연구한 Ji (2013)의 결과와 유사하여 소규모의 일반피부관리실의 경우 안내판 등을 설치하여 접근성 개선이 필요하며, 대형숍의 경우 주차시설에 대한 개선이 필요하다고 판단된다.

5) 직원에 대한 인내영역

Table 5는 피부관리실 유형별로 직원을 3가지 인내영역으로 분석한 결과이다.

분석 결과 최소한의 기대수준이 가장 낮은 차원은 일반 피부관리실과 병원 내 피부관리실에서는 신속한 서비스 제공 및 기본 자세, 뷰티 종합관리실에서는 직원 단정도로 나타났다. 희망하는 기대수준이 가장 높은 차원은 일반 피부관리실, 병원 내 피부관리실, 뷰티 종합관리실 공통으로 전문적인 지식으로 나타났다. 이 결과는 Ji (2015)의 미용실 직원에 대한 인내영역 연구와 일치하는 결과로 이를 통해 소비자들은 미용서비스 분야에 상관 없이 직원들의 전문지식을 희망하고 있다는 것을 알 수 있었다.

Table 5. Zone of tolerance related to staff

Classification	Zone	Fast service and basic attitude	Genuineness toward customers	Understanding and responding to customer needs	Immediate action to complaints	Neat staff	Personal attention	Professional knowledge	Easy communication
General skin care shops	Minimum	5.37	5.66	5.99	5.97	5.58	5.59	6.39	5.76
	Desired	7.63	7.96	7.76	7.92	7.22	7.35	7.97	7.54
	Perceived	6.15	5.92	6.13	6.05	6.08	6.14	6.49	5.90
In-hospital skin care shops	Minimum	5.62	5.77	5.71	5.76	5.64	5.69	6.16	5.69
	Desired	7.72	7.81	7.75	7.90	7.70	7.77	8.11	7.70
	Perceived	6.45	6.06	6.12	6.32	6.50	6.46	6.82	6.37
Beauty total care centers	Minimum	5.38	5.53	5.62	5.79	5.36	5.45	6.17	5.61
	Desired	7.94	8.12	8.16	8.15	7.78	7.93	8.32	7.90
	Perceived	6.50	6.03	6.10	6.20	6.47	6.48	7.02	6.33

Table 6. Zone of tolerance related to atmosphere

Classification	Zone	Visual attractiveness	Good interior design	Cozy/comfortable atmosphere	Comfortable light	Appropriate background music
General skin care shops	Minimum	5.38	5.49	5.64	5.59	5.45
	Desired	7.27	7.32	7.68	7.59	7.08
	Perceived	5.90	5.80	6.02	6.01	6.01
In-hospital skin care shops	Minimum	5.24	5.28	5.36	5.42	5.29
	Desired	7.43	7.45	7.52	7.66	7.55
	Perceived	6.41	6.54	6.32	6.23	5.79
Beauty total care centers	Minimum	5.19	5.20	5.38	5.32	5.29
	Desired	7.61	7.59	7.78	7.67	7.51
	Perceived	6.48	6.42	6.31	6.27	5.97

그리고 현재 지각된 서비스 수준에 있어 일반 피부관리실, 병원 내 피부관리실, 뷰티 종합관리실에서 8개 차원 모두 인내영역에 위치하고 있는 것으로 나타났다.

6) 분위기에 대한 인내영역

Table 6은 피부관리실 유형별로 분위기를 3가지 인내영역으로 분석한 결과이다.

분석 결과 최소한의 기대수준이 가장 낮은 차원은 일반 피부

관리실, 병원 내 피부관리실, 뷰티 종합관리실 공통으로 시각적 매력성이 나타났다. 희망하는 기대수준이 가장 높은 차원은 일반 피부관리실과 뷰티 종합관리실에서는 안락과 편안한 분위기, 병원 내 피부관리실에서는 편안한 실내조명으로 나타났다. 그리고 현재 지각된 서비스 수준에 있어 인내영역에 미치지 못하는 차원은 일반 피부관리실, 병원 내 피부관리실, 뷰티 종합관리실에서 공통으로 없는 것으로 나타났다.

Table 7. Zone of tolerance related to price

Classification	Zone	Appropriate price	Wide price range	Service suitable for price	Reasonable price	Various discounts
General skin care shops	Minimum	5.64	5.37	6.02	5.70	5.50
	Desired	7.60	7.69	7.94	7.64	7.05
	Perceived	5.69	5.73	5.80	5.61	5.27
In-hospital skin care shops	Minimum	5.52	5.52	5.68	5.62	5.60
	Desired	7.70	7.74	7.87	7.90	7.74
	Perceived	6.30	6.02	6.38	5.95	5.01
Beauty total care centers	Minimum	5.42	5.33	5.69	5.59	5.55
	Desired	7.97	8.06	8.14	8.07	7.88
	Perceived	6.05	6.05	6.33	5.71	4.71

Table 8. Zone of tolerance related to reservation system

Classification	Zone	Convenient phone reservation	Fast change of reservation	Compliance with reserved time	Satisfaction with reservation system
General skin care shops	Minimum	5.80	5.79	5.58	5.51
	Desired	7.45	7.54	7.21	7.22
	Perceived	6.41	6.30	6.18	6.32
In-hospital skin care shops	Minimum	5.49	5.54	5.67	5.61
	Desired	7.68	7.77	7.85	7.80
	Perceived	7.19	7.14	7.19	7.18
Beauty total care centers	Minimum	5.53	5.59	5.38	5.41
	Desired	7.77	7.78	7.54	7.64
	Perceived	7.04	6.89	6.91	6.96

Table 9. Zone of tolerance related to supplementary service

Classification	Zone	Multiple discount cards	Various events	Program for different price ranges	Menu displayed
General skin care shops	Minimum	5.31	5.30	5.50	5.26
	Desired	7.48	7.56	7.80	7.46
	Perceived	4.40	5.24	5.56	5.36
In-hospital skin care shops	Minimum	5.29	5.31	5.31	5.39
	Desired	7.53	7.57	7.58	7.59
	Perceived	4.09	4.76	5.80	6.17
Beauty total care centers	Minimum	5.27	5.22	5.47	5.31
	Desired	7.65	7.82	7.86	7.93
	Perceived	3.54	4.58	5.80	5.71

7) 가격에 대한 인내영역

Table 7은 피부관리실 유형별로 가격을 3가지 인내영역으로 분석한 결과이다.

분석 결과 최소한의 기대수준이 가장 낮은 차원은 일반 피부관리실, 병원 내 피부관리실, 뷰티 종합관리실에서 공통으로 다양한 가격이 나타났으며, 병원 내 피부관리실에서 가격 적절이 나타났다. 희망하는 기대수준이 가장 높은 차원은 일반 피부관리실과 뷰티 종합관리실에서는 가격에 상응한 서비스, 병원 내 피부관리실에서는 합리적 가격으로 나타났다. 그리고 현재 지각된 서비스 수준에 있어 인내영역에 미치지 못하는 차원은 일반 피부관리실에서는 가격에 상응한 서비스, 합리적 가격, 다양한 가격 할인이 나타났으며, 병원 내 피부관리실과 뷰티 종합관리실에서는 공통으로 다양한 가격 할인이 나타났다. 이 결과는 피부관리실 유형별 공통으로 다양한 가격 할인에 대한 개선이 필요하다고 판단된다.

8) 예약시스템에 대한 인내영역

Table 8은 피부관리실 유형별로 예약시스템을 3가지 인내영역으로 분석한 결과이다.

분석 결과 최소한의 기대수준이 가장 낮은 차원은 일반 피부관리실은 예약시스템 만족, 병원 내 피부관리실은 전화예약 편리, 뷰티 종합관리실은 정해진 예약시간 이용으로 나타났다. 희망하는 기대수준이 가장 높은 차원은 일반 피부관리실과 뷰티 종합관리실에서는 예약변경 신속, 병원 내 피부관리실에서는 정해진 예약시간 이용으로 나타났다. 현재 지각된 서비스 수준에 있어 일반 피부관리실, 병원 내 피부관리실, 뷰티 종합관리실에서 4개 차원 모두 인내영역에 위치하고 있는 것으로 나타났다.

9) 부가서비스에 대한 인내영역

Table 9는 피부관리실 유형별로 부가서비스를 3가지 인내영역으로 분석한 결과이다.

분석결과 최소한의 기대수준이 가장 낮은 차원은 일반 피부관리실은 메뉴판 비치, 병원 내 피부관리실은 다수 할인카드제도, 뷰티 종합관리실은 다양한 이벤트로 나타났다. 희망하는 기대수준이 가장 높은 차원은 일반 피부관리실에서는 가격대별 프로그램, 병원 내 피부관리실과 뷰티 종합관리실에서는 메뉴판 비치로 나타났다. 그리고 현재 지각된 서비스 수준에 있어 인내영역에 미치지 못하는 차원은 일반 피부관리실, 병원 내 피부관리실, 뷰티 종합관리실에서는 공통으로 다수 할인카드제도와 다양한 이벤트로 나타났다. 이 결과는 Table 7의 가격에 대한 인내영역 결과와 같이 할인카드 및 이벤트를 이용한 다양한 가격 할인이 필요함을 의미한다.

Conclusion

본 연구에서는 피부관리실(일반 피부관리실, 병원 내 피부관리실, 뷰티 종합관리실)의 서비스 품질을 인내영역 모델을 기반으로 3가지 수준(최소한으로 받아들일 수 있는 서비스 품질 수준, 희망하는 서비스 품질 수준, 현재 피부관리실에서 받고 있는 지각된 서비스 품질 수준)의 차를 피부관리실 유형별로 분석하여 보다 향상된 서비스 품질개선과 새로운 미용실 운영전략 수립에 기초자료로 제공하고자 하였다.

연구결과, 피부미용실 유형별 전반적인 인내영역은 대기시간, 실내 편의성, 직원 서비스, 분위기 및 예약시스템의 5개 차원에서 고객 만족 영역에 적합한 서비스를 제공하는 것으로 나타났으나, 고객들의 희망하는 기대수준이 높아진 점을 고려하면 직원 서비스 분야에 대한 개선이 필요하다 판단 할 수 있다. 또한 모든 피부관리실 유형에서 카드 할인, 이벤트 행사, 가격대별 프로그램 운영 등의 부가 서비스에 대한 개선이 필요한 것으로 나타났다.

피부관리실 유형별 대기시간에 대한 인내영역은 대기시간 적절, 예상 대기시간, 직원들의 노력, 잡지 및 차 제공의 4개 차원에서 고객 만족 영역에 적합한 서비스를 제공하는 것으로 나타났으나, 고객들은 대기시간에 대한 기대수준이 낮은 반면 대기시간에 예상 대기시간을 알려주거나 잡지 및 차 등의 제공이 필요한 것으로 나타났다.

피부관리실 유형별 실내 편의성에 대한 인내영역은 실내 공간적 시설 배치, 화장실, 인테리어, 침대 및 편의시설과 용품의 5개 차원에서 고객 만족 영역에 적합한 서비스를 제공하는 것으로 나타났으나, 일반 피부관리실과 뷰티 종합관리실에서는 침대에 대한 개선이 필요하며, 병원 내 피부관리실에서는 화장실에 대한 개선이 필요한 것으로 나타났다.

피부관리실에서 유형별 실외 편의성에 대한 인내영역은 병원 내 피부관리실과 뷰티 종합관리실은 위치, 교통수단, 안내 및 표지판 간판, 주차시설 및 동선의 5개 차원에서 고객 만족 영역에 적합한 서비스를 제공하는 것으로 나타났으나, 소규모의 일반 피부관리실에서 안내 표지판 및 간판, 동선을 개선하여 접근성 개선이 필요한 것으로 나타났다. 또한 대형숍(병원 내 피부관리실, 뷰티 종합관리실)의 경우 인내영역에 적합한 서비스를 제공하고 있으나 보다 넓은 주차시설에 대한 희망하는 기대수준이 강하여 개선이 필요한 것으로 나타났다.

피부관리실 유형별 직원에 대한 인내영역은 신속한 서비스 제공 및 기본자세, 고객에 대한 진정성, 고객욕구 이해 및 응대, 불만에 대한 즉각 대처, 직원 단정, 개인적 관심, 전문적인 지식 및 원활한 업무소통의 8개 차원에서 고객 만족 영역에 적합한 서비스를 제공하는 것으로 나타났으나, 직원에게 전문적인 지식에 대한 희망하는 기대수준이 강하여 개선이 필요한 것으로 나타났다.

피부관리실 유형별 분위기에 대한 인내영역은 시각적 매력성, 실내 인테리어 우수, 안락 및 편안한 분위기, 편안한 실내조명 및 배경음악 적절의 5개 차원에서 고객 만족 영역에 적합한 서비스를 제공하는 것으로 나타났다.

피부관리실 유형별 가격에 대한 인내영역은 병원 내 피부관리실과 뷰티 종합관리실은 가격 적절, 다양한 가격, 가격에 상응한 서비스, 합리적 가격의 4개 차원에서 고객 만족 영역에 적합한 서비스를 제공하는 것으로 나타났으나, 일반 피부관리실은 가격 적절, 다양한 가격의 2개 차원에서 고객만족 영역에 적합한 서비스가 제공되는 것으로 나타났다. 그리고 현재 지각된 서비스 수준에 있어 인내영역에 미치지 못하는 차원은 일반 피부관리실에서는 가격에 상응한 서비스, 합리적 가격, 다양한 가격 할인이 나타났으며, 병원 내 피부관리실과 뷰티 종합관리실에서는 공통으로 다양한 가격 할인이 나타나 피부관리실 유형별 공통으로 다양한 가격 할인에 대한 개선이 필요한 것으로 나타났다.

피부관리실 유형별 예약시스템에 대한 인내영역은 전화예약 관리, 예약변경 신속, 정해진 예약시간 이용, 예약시스템 만족의 4개 차원에서 고객 만족 영역에 적합한 서비스를 제공하는 것으로 나타났다.

피부관리실 유형별 부가서비스에 대한 인내영역은 가격대별 프로그램, 메뉴판 비치의 2개 차원에서 고객 만족 영역에 적합한 서비스를 제공하는 것으로 나타났으며, 현재 지각된 서비스 수준에 있어 인내영역에 미치지 못하는 차원은 다수 할인카드 제도, 다양한 이벤트로 나타나 다양한 형태의 부가적인 가격할인이 필요한 것으로 나타났다.

본 연구는 피부관리실 서비스품질 향상을 인내영역에 대한 연구가 전무한 상황이기에 연구결과에 의의가 있다고 할 수 있겠으나, 연구대상의 지역 및 표본수의 한계로 일반화하기에 무리가 있다. 이에 향후 연구에서는 전국을 대상으로 표본 수 확대가 필요하며, 서비스 이용자와 서비스 제공자에 대한 양방향 연구가 필요할 것이라 사료된다.

References

- Adams DA, Nelson RR, Todd PA. Perceived usefulness, ease of use, and usage of information technology: a replication. *MIS Quarterly*, 16: 227-247, 1992.
- Bitner MJ. Servicescapes: the impact of physical surroundings on customers and employees. *Journal of Marketing*, 56: 57-71, 1992.
- Cronin JJ, Taylor SA. Measuring service quality: a reexamination and extension. *Journal of Marketing*, 56: 55-68, 1992.
- Davis FD. Perceived usefulness, perceived ease of use, and user acceptance of information technology. *MIS Quarterly*, 13: 319-340, 1989.
- Feldman LP, Hornik J. The use of time: an integrated conceptual model. *Journal of Consumer Research*, 7: 407-419, 1981.
- Grönroos C. A service quality model and its marketing implications. *European Journal of Marketing*, 18: 36-44, 1984.
- Hornik J. Subjective vs. objective time measures: a note on the perception of time in consumer behavior. *Journal of Consumer Research*, 11: 615-618, 1984.
- Hwang IC, Jang YS. Association between job stress and health state in estheticians. *Korean Journal of Aesthetics and Cosmetology*, 13: 195-201, 2015.
- Ji JH. A study on zone of tolerance to manage service quality of beauty service: focusing on convenience of indoor and outdoor of beauty shop according to its type of management. *Journal of the Korean Society of Cosmetology*, 19: 723-731, 2013.
- Ji JH. A study on the zone of tolerance for beauty service quality control: focusing on equipment, interior and waiting time by type of beauty shop. *Journal of Korean Society of Design Culture*, 20: 581-593, 2014.
- Ji JH. A study on the zone of tolerance for employees' service quality control by the type of beauty shops. *Journal of Korean Society of Design Culture*, 21: 535-545, 2015.
- Kim JY, Yoo BM. An exploratory study on customers' individual factors on waiting experience. *Korean Journal of Marketing*, 12: 1-30, 2010.
- Kim SN, Kim KI. A study on the effect of the perceived beauty service quality on the purchase intention. *Journal of Fashion Business*, 10: 106-119, 2006.
- Kim YK. Consumer value: an application to mall and internet shopping. *International Journal of Retail & Distribution Management*, 30: 595-602, 2002.
- Lee JY. The analysis of skin care service marketing-mix factor of skin care shops satisfaction and loyalty. *Korean Journal of Aesthetics and Cosmetology*, 13: 873-881, 2015.
- Lee WY, Lee SH. The effect of relationship marketing in beauty material wholesaler and beauty salon

- relationships. *Journal of the Korean Society of Cosmetology*, 15: 14–30, 2009.
- Lee YJ, Lee JC, Lim JK. The effects of beauty service industry employees' job satisfaction on perception of service quality by customers. *Korean Journal of Aesthetics and Cosmetology*, 10: 79–90, 2012.
- Parasuraman A, Zeithaml VA, Berry LL. Alternative scales for measuring service quality: a comparative assessment based on psychometric and diagnostic criteria. *Journal of Retailing*, 70: 201–230, 1994a.
- Parasuraman A, Zeithaml VA, Berry LL. Reassessment of expectations as a comparison standard in measuring service quality: implications for further research. *Journal of Marketing*, 58: 111–124, 1994b.
- Ryou EJ, Park SH. The effects of beauty service quality on relationship quality and behavioral intention: focusing on women in the twenties of Busan. *Journal of the Korean Society of Design Culture*, 19: 89–100, 2013.
- Schneider B, Bowen DE. The service organization: human resources management is crucial. *Organizational Dynamics*, 21: 39–52, 1993.
- Seok YN, Im EJ. The effect of service quality in beauty salons on customer satisfaction. *Journal of the Korean Society of Cosmetology*, 16: 396–402, 2010.
- Taylor S. Waiting for service: the relationship between delays and evaluations of service. *Journal of Marketing*, 58: 56–69, 1994.

국문초록

피부관리실 유형별 서비스 품질 향상을 위한 인내영역

우승희, 박철호*

남부대학교 향장미용학과, 광주, 한국

목적: 본 연구에서는 피부관리실 유형별(일반 피부관리실, 병원 내 피부관리실, 뷰티 종합관리실) 서비스 품질에 대한 인내영역 (Zone of tolerance)을 알아보고자 한다.

방법: 자료분석은 SPSS Ver. 12.0 통계 패키지 프로그램을 활용하여 빈도분석, 요인분석 및 Cronbach's α 계수를 산출하였으며, 피부관리실 유형별 인내영역을 평가하기 위한 기술 통계분석을 실시하였다.

결과: 연구결과 피부관리실 유형별 서비스품질은 대기 시간, 실내 편의성, 직원, 분위기, 예약시스템에 대해 인내영역 내의 서비스를 제공하는 것으로 나타났으며, 실외 편의성, 가격, 부가서비스는 인내영역에 미치지 못하는 것으로 나타났다. 서비스 품질을 세부적으로 분석해보면 실외편의성은 일반 피부관리실에서 안내 표지판/간판, 동선의 개선이 필요한 것으로 나타났으며, 가격은 피부관리실 유형별 전체에서 다양한 가격할인이 필요한 것으로 나타났다. 부가서비스는 피부관리실 유형별 전체에서 다수할인카드제도와 다양한 이벤트를 통한 부가적인 가격할인이 필요한 것으로 나타났다.

결론: 위 결과를 종합해보면 피부관리실 유형별 서비스품질은 예약제를 통한 대기시간 감소, 실내 인테리어 개선을 통한 편안함 증가, 교육을 통한 직원의 질적 향상으로 꾸준히 개선되어졌음을 알 수 있었다. 그러나 고객들은 피부관리실 이용 시 가격부담감이 크다는 점을 고려하여, 이벤트성 할인, 회원관리를 통한 할인, 카드 할인 등의 다양한 형태의 가격 인하에 대한 노력이 필요하며, 가격 인하가 어려울 경우 가격에 상응하는 서비스 제공이 필요할 것으로 사료된다.

핵심어: 인내영역, 안내, 서비스, 피부숍, 피부관리

참고문헌

- 김성남, 김경인. 미용서비스품질 지각이 구매행동에 미치는영향 분석. *패션비즈니스*, 10: 106-119, 2006.
- 김주영, 유보미. 고객의 개인적 요소가 대기시간 경험에 미치는 영향에 대한 탐색적 연구. *한국마케팅저널*, 12: 1-30, 2010.
- 류은정, 박세희. 미용 서비스품질이 관계품질과 행동의도에 미치는 영향: 부산 지역의 20대 여성을 중심으로. *한국디자인문화학회지*, 19: 89-100, 2013.
- 석유나, 임은진. 미용실 서비스 품질이 고객만족에 미치는 영향. *한국미용학회지*, 16: 396-402, 2010.
- 이영주, 이재철, 임재국. 미용서비스산업 종사자들의 직무만족이 고객의 서비스품질 지각에 미치는 영향. *대한피부미용학회지*, 10: 79-90, 2012.
- 이원열, 이수형. 미용재료상과 미용실 간의 관계마케팅 성과에 관한 연구. *한국미용학회지*, 15: 14-30, 2009.
- 이지영. 피부관리실 만족 및 충성도에 영향을 미치는 피부미용서비스 마케팅믹스 요인 분석. *대한피부미용학회지*, 13: 873-881, 2015.
- 지정훈. 미용 서비스품질 관리를 위한 인내영역 연구: 미용실 유형별 실내외 편의성을 중심으로. *한국미용학회지*, 19: 723-731, 2013.
- 지정훈. 미용 서비스품질 관리를 위한 인내영역 연구: 미용실 유형별 시설·인테리어 및 대기시간을 중심으로. *한국디자인문화학회지*, 20: 581-593, 2014.
- 지정훈. 미용실 유형별 직원서비스품질 관리를 위한 인내영역연구. *한국디자인문화학회지*, 21: 535-545, 2015.
- 황인철, 장윤선. 피부미용사들 요인별 스트레스와 건강상태 분석. *대한피부미용학회지*, 13: 195-201, 2015.

中文摘要

为提高不同类型皮肤管理室的服务品质而开发容忍区域

禹承希, 朴哲浩*

南部大學校 香妝美容學科, 光州, 韩国

目的: 对皮肤管理室类型, 即, 一般皮肤管理室, 医院内皮肤管理室, 美容综合管理室等进行服务品质的容忍区域 (Zone Of tolerance)的调查研究。

方法: 探讨皮肤管理室类型容忍区域分析, 利用 SPSS Ver. 12.0 统计软件实施频度分析, 因素分析及Cronbach's α 系数计算等。

结果: 皮肤管理室类型服务品质对于等待时间、室内舒适性、职员态度、环境, 预约系统等方面提供容忍区域内的服务。而其他室外舒适性, 价格, 额外服务都没有产生影响。服务品质详细分析结果如下: 在一般皮肤管理室中, 室外舒适性方面, 出现了须改善向导牌, 招牌以及移动路线等的必要性; 价格方面, 所有皮肤管理室需提供价格表; 额外服务项目, 在所有皮肤管理室类型需要进行多种折扣卡制度和各种各样的促销活动。

结论: 通过上述结果, 不同类型皮肤管理室的服务品质, 可以通过预约方式节省等待时间, 通过室内装潢增加安逸感, 通过职员教育提升职员的素质等方面来进行改善。但客户仍具有价格负担, 通过折扣活动, 会员折扣, 折扣卡制度降低价格, 若降价有所困难, 需提供其相应的服务。

关键词: 容忍区域, 容忍, 服务, 美容室, 皮肤管理