

눈썹 헤나 화장품 시술 전후 눈썹 반영구화장에 대한 인식, 위험지각 변화와 만족도에 관한 연구

전홍경¹ · 김선형^{2,*}

¹광주여자대학교, 대학원생

²광주여자대학교 미용과학과, 교수

A Study on the Perception, Risk Perception Change and Satisfaction of Eyebrow Semi-permanent Makeup before and after Eyebrow Henna Cosmetic Treatment

Hong-gyeong Jeon¹ and Sun-Hyoung Kim^{2,*}

¹Graduate Student, Kwangju Women's University

²Professor, Department of Beauty Science, Kwangju Women's University

This study attempted to compare the perception, future experience, and risk perception of eyebrow semi-permanent makeup by using henna cosmetics to subjects who have no experience of eyebrow semi-permanent makeup, reflecting the psychology that has the highest experience frequency and makes a strong impression. The purpose of this study is to propose a plan to lower the risk perception factor of customers as a result of this study, and to increase the accessibility and satisfaction of semi-permanent makeup as data for expanding the market of semi-permanent makeup in industrial terms. It is hoped that, through the results of this study, the perception of semi-permanent makeup for eyebrows will be identified, and risk perception factors will be removed to increase accessibility and satisfaction with semi-permanent makeup, so that the data could be utilized to expand the market for semi-permanent makeup from an industrial point of view. It is also desirable if researches could be performed in various ways with an aim to legislate semi-permanent makeup.

Keywords: Experience with semi-permanent makeup, Perception of semi-permanent makeup, Risk perception, Satisfaction, Semi-permanent makeup

I. 서 론

과거부터 현대에 이르기까지 인간의 외모관리 행동은 매우 중요하게 여겨져 왔으며, 시대적인 트렌드에 따라 다양하게 발전해왔다. 외모관리 행동의 다양한 방법 중 가장 적극적인 것으로는 시술, 성형수술 등이 있으나 회복 기간이 길고, 많은 부작용 사례와 높은 비용 등 쉽게 접근하기에 어려움이 있다(Han, 2020). 그에 반해 메이크업은 신체에 직접적으로 행해지는 장식적인 것으로 비교적 효율적이고 빠르게 외모관리를 할 수 있는 방법이며, 타인에게 좋은 인상을 주는 이미지 메이킹의 역할을 한다(Sin, 2017).

메이크업을 하는 부위 중 눈썹은 가장 강한 인상을 주는 부위로 이미지를 결정짓는 중요한 역할을 하며, 눈썹의 모양, 두께, 색상 등은 인상이나 성격을 보여주고, 효과적으로 이미지를 변화시킬 수 있다(Son et al., 2016). 자신의 단점을 보완하여 자신감을 부여해 주고 땀이나 물에 지워지지 않는 메이크업 기법의 혁명인 반영구화장(Semi-Permanent Makeup)의 국내 외수요가 급증하였고, 고부가가치 산업으로 각광받게 되었다(Lee, 2020).

이러한 장점으로 많은 국가들이 반영구화장을 뷰티산업으로 분류하여 체계적인 교육과 법적 제도를 마련하였고, 반영구화장 시장이 크게 발전해 가고 있는 반면에 우리나라는 뛰어난 기술을 가지고 일자리 창출과 소득을 올리고 있음에도 불구하고 음지에서 지하경제로 불리고 있는 실정이다(Lee et al., 2020). 최근에는 문신과 반영구화장 분야의 합법화가 논의되면서 뷰티산업 분야의 매출 증가에 기여하고 있으며, 초기에는 소규모 업체를 통해 이루어졌던 반영구화장 교육이 점차 확대

본 연구는 전홍경의 박사학위논문을 정리한 것임
*Corresponding author: Sun-Hyoung Kim
Tel : +82-62-950-3765
E-mail : sun@kwu.ac.kr
접수일(2022년 9월 8일)/수정일(2022년 10월 31일)/채택일(2023년 1월 11일)

되어 학원이나 대학교에서도 이루어지고 있어 반영구화장 시장이 더욱 커질 것으로 전망되고 있다(Jo & Kim, 2020).

그동안의 반영구화장에 관한 선행연구는 인식, 위험지각, 실태, 만족도, 기법, 교육 방법, 법제화 방안, 색소와 마취크림 성분의 위해성, 감염 등 다양하게 진행되었으나 반영구화장의 기술 경험이 없는 대상자에게 지속성이 있는 눈썹 하나 화장품을 사용한 실험 전·후 반영구화장에 대한 인식, 위험지각, 향후 기술 의향의 변화를 직접적으로 알아보는 연구는 미흡한 실정이다.

따라서 본 연구는 Gil(2022), Kim(2022), Lee(2020), Jo & Kim(2020), Song(2019), Kim(2017), Woo(2015), Park(2013), Kim(2012)의 연구에 따라 반영구화장의 적용 부위 중 시술 빈도가 가장 높고, 강한 인상을 주는 부위인 눈썹 반영구화장의 기술 경험이 없는 대상자에게 반영구화장의 지속성을 간접적으로 경험할 수 있는 눈썹 하나 화장품을 사용하여 실험 전·후 인식, 위험지각, 향후 기술 의향을 비교하고, 만족도를 분석하고자 한다. 도출된 결과를 통해 반영구화장의 유용성이 인정받고 있으나 통증의 두려움, 감염 위험성, 디자인 수정의 어려움 등 다양한 이유로 반영구화장에 접근하기 어려운 심리를 이해하고 고객의 위험지각 요인을 낮출 수 있는 방안을 제시하여 접근성과 만족도를 높여 산업적 측면에서 반영구화장의 시장 확대를 위해 유용한 자료로 제공하고자 한다.

II. 이론적 배경

1. 반영구화장

반영구화장은 기계와 도구를 이용하여 미용 및 치료적 목적을 가지고 표피의 과립층과 기저층의 범위 안에서 이루어지기 때문에 신진대사를 거둬들여 자연스럽게 색이 빠지는 원리를 이용한 방법으로, 메이크업이 반영구적으로 유지된다고 하여 우리나라에서는 반영구화장이라고 부르고 있다(Seo, 2016).

피부, 머리카락, 눈동자 색에 맞는 색소를 선택하며 색상 선택이 유동적이다. 주입된 색소는 시간이 지날수록 피부의 각화 현상에 의해 자연스럽게 사라지기 때문에 기존의 영구문신과는 차별화된 메이크업 기법이다(Jung, 2019). 적용 부위와 개인에 따라 짧게는 6개월, 길게는 3년의 지속성을 가지며, 색소가 자연스럽게 흐려지므로 경제적이고 효율적이다(Kim, 2018).

반영구화장은 다양한 기술과 기기 및 도구를 사용하여 적용한다. 펜(Pen), 머신(Machine)과 같은 도구를 이용하는 방법에 따라 기법이 분류되거나, 점, 선, 면을 이용하여 표현하는 방법에 따라서 수지기법(Hand acupuncture techniques), 엠보기법(Embroidery techniques), 페더링기법(Feathering techniques), 머신기법(Machine techniques), 콤보기법(Combo techniques)으로 분류된다. 수지기법과 엠보기법은 펜을 이용하며, 페더링기법,

머신기법은 머신을 이용하여 반영구화장 기술을 한다. 콤보기법은 펜과 머신을 동시에 이용할 수 있다. 엠보기법과 페더링기법의 경우 눈썹 모의 결을 표현하여 자연스러운 장점이 있으나 초보자가 시술하기 어렵다는 단점이 있다. 수지기법과 머신기법은 메이크업을 한 느낌을 주어 화장기법이라고 불리기도 하며, 과거에는 주로 여성에게 시술했으나 최근에는 음영에 차이를 두어 남성에게도 시술하기도 한다.

2. 미용서비스 인식

인식(認識)의 사전적 개념은 다음과 같이 3가지로 정의된다. 첫째, 사물을 분별하고 판단하여 앎, 둘째, 심리학 용어로서 인지(認知)를 말하고, 셋째, 철학 용어로서 일반적으로 사람이 사물에 대하여 가지는 그것이 진(眞)이라고 하는 것을 요구할 수 있는 개념 또는 그것을 얻는 과정으로 볼 수 있다(Naver dictionary, 2022.05.20.). 따라서 인식이란 대상을 하나의 통일체로 파악하고자 하는 우리의 의식 활동 또는 그와 같은 활동으로 파악된 내용을 말한다(Naver dictionary, 2022.05.20.).

미용서비스는 무형적이지만 헤어·메이크업·네일·반영구화장 등 유형적인 성격을 같이 지니고 있어 소비자는 소비 활동을 통해 미용서비스를 구매·사용·이용하며, 소비함으로써 만족을 얻고자 한다(Kim, 2020). 소비자의 의사결정은 문제인식-정보탐색-평가-의사결정-구매 후 행동으로 이루어지며, 인식은 구매의도에 많은 영향을 미친다. 따라서 소비자의 욕구를 잘 파악하고, 문제인식을 이해한 후 소비 활동을 하는 심리를 파악하여 그에 알맞은 환경과 서비스를 제공하여야 한다. Kim(2022), Yang(2021), Sin(2020), Lee(2020), Han & Choi(2020), Song(2019), Jung(2019), Park(2018), Kim(2017), Kim(2017), Kim & Park(2016), Kim(2016)의 연구에서 반영구화장 인식에 대한 문항을 바탕으로 본 연구에서는 반영구화장의 인식을 고객의 반영구화장에 대한 인지를 일반적 인식으로, 반영구화장의 효과와 같은 인식을 관심적 인식으로, 부작용, 소독, 감염과 같은 인식을 위생적 인식으로 설정하기로 한다. 이에 본 연구에서는 3개의 하위 속성을 일반적, 관심적, 위생적 인식으로 정하였다.

3. 미용서비스 위험지각

위험지각은 소비자의 의사결정과정에 영향을 미칠 수 있기에 구매 의도나 행동에도 영향을 미칠 수 있으며, 서비스 구매와 관련하여 느끼는 위험지각 정도에 따라 소비자의 만족에 미치는 영향은 달라진다(Lee, 2020). 미용서비스의 위험지각은 구매선택과 관련하여 소비자가 구매시점에서 심리적으로 느끼는 위험을 칭하는 개념으로서, 구매선택의 결과가 미래의 일이기 때문에 소비자들이 선택하는 상황에서 결과에 대하여 느끼

는 일종의 불안이나 불확실함을 말한다(Jo & Kim, 2020). 미용 서비스에 있어서 소비자들의 위험지각은 구매의도와 행태에 많은 영향을 미친다.

Jacoby & Kaplan(1972)의 연구 결과에서 위험지각의 유형은 경제적 위험, 성과적 위험, 신체적 위험, 심리적 위험, 사회적 위험, 전반적 위험인 6개의 유형으로 정리하였다(Im, 2018). 이후, 연구자들은 4~6개의 유형을 사용하였으나, 미용서비스에서는 소비자에게 주어지는 인적, 물적, 정책적 서비스 활동의 결과물인 헤어스타일, 메이크업, 네일 등으로 이루어져 있어 다른 서비스의 유형과는 다르게 구성될 것이라고 유추할 수 있다(Jang & Park, 2003).

서비스 제공자인 반영구화장 시술자는 시술 전 고객의 건강 상태, 위험지각에 관련한 내용을 숙지하여야 한다. 반영구화장에 임하기 전 위생적인 환경을 마련하고, 멸균, 소독된 도구와 적절한 제품을 사용하여야 하며 어떠한 경우에도 도구의 재사용은 없어야 한다. 작업자의 개인위생과 작업 부위의 위생을 유지하여야 하며 마스크와 멸균 장갑의 착용 등 개인 보호 장구를 착용하여야 한다. 또한 시술을 시작하기 전 색소의 알레르기 등 부작용과 작업 후의 관리방법, 주의사항 등에 대하여 상세하게 인지시켜야 한다. 시술자는 고객의 요구사항을 적극적으로 수용하여 시술해야 하며, 적절한 기법을 사용하여 만족도를 높일 수 있도록 최선을 다해야 할 것이다.

위험지각에 대한 내용을 숙지하여 작업하여야 소비자의 불안감을 줄여줄 수 있을 것이다. 본 연구에서는 6개의 하위 속성을 성과적, 기술적, 경제적, 신체적, 위생적, 심리적 위험으로 정하였다.

4. 헤나 화장품

헤나 화장품은 착색 제품으로 화학약품을 이용하여 모양과 색상을 변화시키는 것을 말한다(Kim, 2016). 화장품으로 반영구화장과 유사한 효과를 내기 때문에 세미퍼머넌트 아이브로우 제품이라고 지칭되기도 하며, 제품명으로는 ‘타투 아이브로우’, ‘틴트 아이브로우’, ‘타투펜’ 등의 다양한 이름으로 불리고 있다(Yu, 2018). 눈썹 헤나 화장품은 일시적으로 지속력을 부여하고, 반영구화장의 단점을 커버한 눈썹 화장용 제품이다.

III. 내용 및 방법

1. 연구대상 및 자료수집

눈썹 반영구화장의 시술 경험이 없으나 눈썹 반영구화장의 소비에 관심이 있는 자, 눈썹 헤나 화장품 사용에 거부감이 없는 자, 눈썹 피부에 상처, 뽀루지, 트러블, 붉은 반점, 부어오름,

가려움증 등이 없는 자 중 스스로 자원한 광주광역시에 거주하는 20~50대 성인 남녀 30명을 대상으로 선정하였다.

연구기간은 2021년 7월 1일부터 31일까지 예비설문과 실험을 거쳐 8월 1일부터 8월 31일까지 본 설문과 실험을 진행하였다. 30명의 대상자 중 15명은 눈썹 헤나 화장품을 사용하는 실험을 실시하는 실험군으로, 15명은 실시하지 않은 대조군으로 구분하고, 연구에 적합하지 않은 실험군 2명, 대조군 2명을 제외한 실험군 13명, 대조군 13명의 결과를 최종 분석 자료로 사용하였다.

2. 연구방법

대조군과 실험군은 눈썹 헤나 화장품을 사용한 눈썹 반영구화장 실험 전 설문지를 작성하고, 실험군은 실험이 끝난 7일 후 동일한 설문지를 작성하여 사전·사후 변화를 비교하였다. 눈썹 헤나 화장품은 약 10일가량 유지되며, 1명당 30분 내외의 시간이 소요된다. 실험의 순서는 먼저 눈썹 부위를 소독한 후 디자인 펜슬로 1차 디자인한다. 디자인이 끝나면 눈썹 헤나 화장품을 사용하여 디자인한 눈썹의 모양대로 그려준다. 본 실험에서 사용하는 기법은 눈썹 헤나 화장품의 착색이 용이하도록 면으로 표현하여 화장한 느낌을 주는 수지기법, 머신기법과 유사하게 표현한다. 작업이 끝난 후 착색이 잘되기 위하여 당일 눈썹 부위의 세안을 하지 않아야 한다는 것을 설명한다. 본 연구에서 사용하는 눈썹 헤나 화장품은 시중에 판매되는 제품들 중 유지기간이 가장 긴 것으로 조사된 M사의 L제품으로 선정하였다.

본 연구는 선행연구를 참고하여 설문지를 구성하였다. 눈썹 반영구화장에 대한 인식의 경우 일반적 인식 4문항, 관심적 인식 4문항, 위생적 인식 5문항은 Yang(2021), Lee(2020), Jung(2019), Kim(2017)의 연구를 참고하여 13문항으로 구성하였고, 위험지각의 경우 성과적 위험 3문항, 기술적 위험 3문항, 경제적 위험 4문항, 신체적 위험 4문항, 위생적 위험 4문항, 심리적 위험 5문항은 Park(2022), Yang(2021), Song(2019), Kim(2017)의 연구를 참고하여 23문항으로 구성하였다. 시술 경험실태의 경우 향후 시술 의향 1문항, 향후 시술 의향 이유 1문항, 주변 지인의 시술 경험 1문항, 눈썹 반영구화장을 알게 된 경로 1문항, 대중화를 위한 매체와 수단 1문항은 Jung(2019), Kim(2017)의 연구를 참고하여 5문항으로 구성하였다. 만족도의 경우 성과적 요인 3문항, 경제적 요인 3문항, 환경적 요인 3문항, 사회심리적 요인 4문항은 Park(2022), Song(2019), Kim(2017)의 연구를 참고하여 13문항으로 구성하였고, 일반적 특성은 성별, 연령, 학력, 전공, 직업, 월 평균 소득 6문항으로 구성하였다. 총 문항 수는 실험 전 대조군과 실험군 47문항, 실험 후 실험군은 만족도를 포함하여 60문항으로 구성하였다.

3. 자료분석방법

본 연구를 위해 SPSS 21.0을 사용하여 분석하였으며, 구체적인 통계기법은 다음과 같다.

첫째, 연구대상자의 일반적 특성에 대한 동질성 검증을 위하여 교차분석을 실시하였다. 둘째, 집단 간 눈썹 반영구화장 인식, 눈썹 반영구화장 향후 시술 의향과 눈썹 반영구화장 향후 시술 의향 이유 및 눈썹 반영구화장 위험지각에 대한 동질성 검증을 위하여 독립표본 t-test를 실시하였다. 셋째, 집단별 눈썹 반영구화장 인식, 눈썹 반영구화장 향후 시술 의향과 눈썹 반영구화장 향후 시술 의향 이유 및 눈썹 반영구화장 위험지각

의 사전-사후 변화를 알아보기 위하여 대응표본 t-test를 실시하였다. 넷째, 집단 간 눈썹 반영구화장 실태에 차이가 있는지를 알아보기 위하여 교차분석을 실시하였다. 다섯째, 눈썹 헤나 화장품을 사용하여 실험을 실시한 실험군을 대상으로 눈썹 반영구화장 만족도를 알아보기 위하여 기술통계분석을 실시하였다.

IV. 결과 및 고찰

1. 연구대상자의 일반적 특성

Table 1. General Characteristics of Study Subjects

	Division	Group		χ^2 (p)
		Experimental group	Control group	
Gender	Male	6(46.2)	7(53.8)	.154 (.695)
	Female	7(53.8)	6(46.2)	
Age	20's	5(38.5)	4(30.8)	1.254 (.740)
	30's	3(23.1)	3(23.1)	
	40's	4(30.8)	3(23.1)	
	50's	1(7.7)	3(23.1)	
Last academic degree	Under high school graduation	2(15.4)	4(30.8)	3.952 (.267)
	Two-year enrollment and graduation	2(15.4)	5(38.5)	
	Four-year enrollment and graduation	6(46.2)	3(23.1)	
	Graduate school and graduation	3(23.1)	1(7.7)	
Major	Natural sciences	1(7.7)	1(7.7)	2.811 (.729)
	Humanities and social sciences	3(23.1)	5(38.5)	
	Engineering field	3(23.1)	2(15.4)	
	Arts/physical sciences	1(7.7)	0(0)	
	Medical profession	5(38.5)	4(30.8)	
	Etc	0(0)	1(7.7)	
Career	Student	2(15.4)	0(0)	8.000 (.238)
	Specialized job	5(38.5)	5(38.5)	
	Technical post	1(7.7)	0(0)	
	Sales/Service position	1(7.7)	1(7.7)	
	Office job	2(15.4)	6(46.2)	
	Full-time homemaker	2(15.4)	0(0)	
	Etc	0(0)	1(7.7)	
Average monthly income	Less than 2 million won	1(7.7)	1(7.7)	1.397 (.845)
	Less than 2 to 3 million won	3(23.1)	4(30.8)	
	Less than 3 to 4 million won	3(23.1)	4(30.8)	
	Less than 4 to 5 million won	1(7.7)	0(0)	
	More than 5 million won	5(38.5)	4(30.8)	
Total		13(100.0)	13(100.0)	

눈썹 헤나 화장품을 사용하여 실험을 실시한 실험군과 실시하지 않은 대조군을 대상으로 일반적 특성에 대한 동질성 검증을 한 결과는 Table 1과 같다. 분석결과 성별은 실험군의 경우 남성 6명(46.2%), 여성 7명(53.8%)으로, 대조군의 경우 남성 7명(53.8%), 여성 6명(46.2%)으로 나타났고, 연령은 실험군의 경우 20대 5명(38.5%), 30대 3명(23.1%), 40대 4명(30.8%), 50대 1명(7.7%)으로, 대조군의 경우 20대 4명(30.8%), 30대 3명(23.1%), 40대 3명(23.1%), 50대 3명(23.1%)으로 나타났다. 최종학력은 실험군의 경우 고졸이하 2명(15.4%), 2년제 재학 및 졸업 2명(15.4%), 4년제 재학 및 졸업 6명(46.2%), 대학원 재학 및 졸업 3명(23.1%)으로, 대조군의 경우 고졸이하 4명(30.8%), 2년제 재학 및 졸업 5명(38.5%), 4년제 재학 및 졸업 3명(23.1%), 대학원 재학 및 졸업 1명(7.7%)으로 나타났다. 전공은 실험군의 경우 의학계열 5명(38.5%), 인문사회계열과 공학계열이 각 3명(23.1%), 자연과학계열과 예체능계열이 각 1명(7.7%) 순으로, 대조군의 경우 인문사회계열 5명(38.5%), 의학계열 4명(30.8%), 공학계열 2명(15.4%), 자연과학계열 1명(7.7%) 순으로 나타났고, 직업은 실험군의 경우 전문직 5명(38.5%), 학생, 사무직, 판매직이 각 2명(15.4%), 기능직, 서비스직이 각 1명(7.7%) 순으로, 대조군의 경우 사무직 6명(46.2%), 전문직 5명(38.5%), 서비스직과 주부가 각 1명(7.7%) 순으로 나타났으며, 월 평균 소득은 실험군의 경우 200만원 미만 1명(7.7%), 200~300만원 미만 3명(23.1%), 300~400만원 미만 3명(23.1%), 400~500만원 미만 1명(7.7%), 500만원 미만 5명(38.5%)으로, 대조군의 경우 200만원 미만 1명(7.7%), 200~300만원 미만 4명(30.8%), 300~400만원 미만 4명(30.8%), 500만원 미만 4명(30.8%)으로 나타났다.

전체적으로 볼 때, 눈썹 헤나 화장품을 사용하여 실험을 실시한 실험군과 실시하지 않은 대조군의 일반적 특성에 있어서는 통계적으로 유의미한 차이가 나타나지 않아($p>.05$), 두 집단은 동질한 것으로 볼 수 있다.

2. 측정 도구의 타당성 및 신뢰도 검증

1) 눈썹 반영구화장 만족도에 대한 타당성 및 신뢰도 검증

눈썹 반영구화장 인식에 대한 신뢰도 검증 결과는 Table 2와 같다. 분석결과 전체 Cronbach's α 계수가 0.813, 하위요인별 '일반적 인식'이 0.775, '관심적 인식'이 0.877, '위생적 인식'이 0.776으로 나타나 신뢰할 만한 수준으로 볼 수 있다.

눈썹 반영구화장 위험지각에 대한 신뢰도 검증 결과는 Table 3과 같다. 분석결과 전체 Cronbach's α 계수가 0.962, 하위요인별 '성과적 위험'이 0.863, '기술적 위험'이 0.943, '경제적 위험'이 0.872, '신체적 위험'이 0.877, '위생적 위험'이 0.910, '심리적 위험'이 0.642로 나타나 신뢰할 만한 수준으로 볼 수 있다.

눈썹 반영구화장 만족도에 대한 신뢰도 검증 결과는 Table 4와 같다. 분석결과 전체 Cronbach's α 계수가 0.941, 하위요인별 '성과적 요인'이 0.921, '경제적 요인'이 0.711, '환경적 요인'이 0.914, '사회 심리적 요인'이 0.908로 나타나 신뢰할 만한 수준으로 볼 수 있다.

2) 집단간 사전 동질성 검증

다음은 눈썹 헤나 화장품을 사용하여 실험을 실시한 실험군과 실시하지 않은 대조군을 대상으로 눈썹 반영구화장 인식, 눈썹 반영구화장 향후 기술 의향과 눈썹 반영구화장 향후 기술

Table 2. Item composition and reliability of eyebrow semi-permanent makeup recognition

Division		Question number	Number of questions	Cronbach's α
Perception of semi-permanent eyebrow makeup	General perception	1, 2, 3, 4	4	.775
	Interesting perceptio	5, 6, 7, 8	4	.877
	Hygienic perception	9, 10, 11, 12, 13	5	.776
Total			13	.813

Table 3. Item Composition and Reliability of Eyebrow Semi-permanent Perception Risk Perception

Division		Question number	Number of questions	Cronbach's α
Eyebrow semi-permanent makeup risk perception	Performance Risk	1, 2, 3	3	.863
	Technical risk	4, 5, 6	3	.943
	Economic risk	7, 8, 9, 10	4	.872
	Physical risk	11, 12, 13, 14	4	.877
	Hygiene risk	15, 16, 17, 18	4	.910
	Psychological risk	19, 20, 21	3	.642
Total			13	.962

Table 4. Item composition and reliability of eyebrow semi-permanent makeup satisfaction

Division		Question number	Number of questions	Cronbach's α
Eyebrows Semi-permanent Makeup Satisfaction	Performance factor	1, 2, 3	3	.921
	Economic factor	4, 5, 6	3	.711
	Environmental factors	7, 8, 9	3	.914
	Social and psychological factors	10, 11, 12, 13	4	.908
Total			13	.941

의향 이유 및 눈썹 반영구화장 위험지각에 대한 동질성 검증을 위하여 독립표본 t-test를 실시한 결과이다.

(1) 눈썹 반영구화장 인식에 대한 사전 동질성 검증

집단간 눈썹 반영구화장 인식에 대한 사전 동질성 검증 결과는 Table 5와 같다. 분석결과 사전 눈썹 반영구화장 인식과 하위요인별 일반적 인식, 관심적 인식, 위생적 인식에 있어서는 눈썹 해나 화장품을 사용하여 실험을 실시한 실험군과 실시하지 않은 대조군 간에 통계적으로 유의미한 차이가 나타나지 않았다($p>.05$). 따라서 집단간 눈썹 반영구화장 인식에 있어 사전 동질성을 갖는 것으로 볼 수 있다.

(2) 눈썹 반영구화장 향후 기술 의향에 대한 사전 동질성 검증

집단간 눈썹 반영구화장 향후 기술 의향에 대한 사전 동질성 검증 결과는 Table 6과 같다. 분석결과 사전 눈썹 반영구화장 향후 기술 의향에 있어서는 눈썹 해나 화장품을 사용하여 실험을 실시한 실험군과 실시하지 않은 대조군 간에 통계적으로 유

의미한 차이가 나타나지 않았다($p>.05$). 따라서 집단간 눈썹 반영구화장 향후 기술 의향에 있어 사전 동질성을 갖는 것으로 볼 수 있다.

(3) 눈썹 반영구화장 향후 기술 의향 이유에 대한 사전 동질성 검증

집단간 눈썹 반영구화장 향후 기술 의향 이유에 대한 사전 동질성 검증 결과는 Table 7과 같다. 분석결과 사전 눈썹 반영구화장 향후 기술 의향 이유로 아름다움(미용효과), 신체의 불만족, 편리함, 이미지의 변화, 주변의 권유에 있어서는 눈썹 해나 화장품을 사용하여 실험을 실시한 실험군과 실시하지 않은 대조군 간에 통계적으로 유의미한 차이가 나타나지 않았다($p>.05$). 따라서 집단간 눈썹 반영구화장 향후 기술 의향 이유에 있어 사전 동질성을 갖는 것으로 볼 수 있다.

(4) 눈썹 반영구화장 위험지각에 대한 사전 동질성 검증

집단간 눈썹 반영구화장 위험지각에 대한 사전 동질성 검증

Table 5. Pre-homogeneity verification of eyebrow semi-permanent makeup recognition

Division	Group	Number of cases (N)	Average (M)	Standard deviation (SD)	t-value	p
General perception	Experimental group	13	2.40	.726	-.102	.920
	Control group	13	2.44	1.155		
Interesting perception	Experimental group	13	4.15	.474	.156	.878
	Control group	13	4.12	.754		
Hygienic perception	Experimental group	13	4.05	.745	1.150	.262
	Control group	13	3.69	.823		
Total	Experimental group	13	3.57	.471	.582	.566
	Control group	13	3.44	.699		

Table 6. Pre-homogeneity verification of the intention to procedure semi-permanent eyebrow makeup in the future

Division	Group	Number of cases (N)	Average (M)	Standard deviation (SD)	t-value	p
Intention to procedure future eyebrow semi-permanent makeup	Experimental group	13	3.38	1.121	1.289	.210
	Control group	13	2.92	.641		

Table 7. Pre-homogeneity verification of the reasons for future procedure of eyebrow semi-permanent makeup

Division	Group	Number of cases (N)	Average (M)	Standard deviation (SD)	t-value	p
Beauty (beauty effect)	Experimental group	13	4.38	.768	.750	.461
	Control group	13	4.15	.801		
Physical dissatisfaction	Experimental group	13	3.08	1.441	-4.26	.674
	Control group	13	3.31	1.316		
Convenience	Experimental group	13	3.77	1.092	.582	.566
	Control group	13	3.46	1.561		
Change of image	Experimental group	13	3.92	1.038	.355	.725
	Control group	13	3.77	1.166		
Suggestions from the surroundings	Experimental group	13	2.69	1.251	1.002	.326
	Control group	13	2.23	1.092		

Table 8. Pre-homogeneity verification of the risk perception of semi-permanent eyebrow makeup

Division	Group	Number of cases (N)	Average (M)	Standard deviation (SD)	t-value	p
Performance Risk	Experimental group	13	3.62	.665	.146	.885
	Control group	13	3.56	1.075		
Technical risk	Experimental group	13	2.87	1.085	-.066	.948
	Control group	13	2.90	.875		
Economic risk	Experimental group	13	3.10	.402	1.444	.162
	Control group	13	2.77	.710		
Physical risk	Experimental group	13	3.27	.515	.080	.937
	Control group	13	3.25	.700		
Hygiene risk	Experimental group	13	3.08	.449	-1.500	.147
	Control group	13	3.31	.325		
Psychological risk	Experimental group	13	2.82	.878	-1.542	.136
	Control group	13	3.31	.726		
Total	Experimental group	13	3.13	.464	-.220	.828
	Control group	13	3.17	.551		

결과는 Table 8과 같다. 분석결과 사전 눈썹 반영구화장 위험지각과 하위요인별 성과적 위험, 기술적 위험, 경제적 위험, 신체적 위험, 위생적 위험, 심리적 위험에 있어서는 눈썹 헤나 화장품을 사용하여 실험을 실시한 실험군과 실시하지 않은 대조군 간에 통계적으로 유의미한 차이가 나타나지 않았다($p>.05$). 따라서 집단간 눈썹 반영구화장 위험지각에 있어 사전 동질성을 갖는 것으로 볼 수 있다.

3. 눈썹 반영구화장 인식 변화

눈썹 헤나 화장품을 사용하여 실험을 실시한 실험군을 대상으로 눈썹 반영구화장 인식의 변화를 분석한 결과는 Table 9와

같다. 분석결과 먼저 전반적인 눈썹 반영구화장 인식에 있어서는 사전 평균 3.57점에서 사후 평균 3.91점으로 0.34점 향상되어 통계적으로 유의미한 차이가 나타났다($t=-4.979, p<.001$).

또한 각 하위요인별 살펴보면 일반적 인식에 있어서는 사전 평균 2.40점에서 사후 평균 2.81점으로 0.41점 향상되어 통계적으로 유의미한 차이가 나타났고($t=-4.029, p<.01$), 관심적 인식에 있어서는 사전 평균 4.15점에서 사후 평균 4.56점으로 0.41점 향상되어 통계적으로 유의미한 차이가 나타났으며($t=-3.005, p<.05$), 위생적 인식에 있어서는 사전 평균 4.05점에서 사후 평균 4.26점으로 0.21점 향상되어 통계적으로 유의미한 차이가 나타났고($t=-2.276, p<.05$).

즉, 전체적으로 볼 때, 눈썹 헤나 화장품을 사용한 실험이 전

Table 9. Changes in eyebrow semi-permanent makeup perception

Division	Number of Cases (N)	Before		After		<i>t-value</i>	<i>p</i>
		M	SD	M	SD		
General perception	13	2.40	.726	2.81	.663	-4.029**	.002
Interesting perception	13	4.15	.474	4.56	.435	-3.005*	.011
Hygienic perception	13	4.05	.745	4.26	.690	-2.276*	.042
Total	13	3.57	.471	3.91	.445	-4.979***	.000

* $p < .05$, ** $p < .01$, *** $p < .001$ **Table 10.** Changes in intention to procedure future eyebrow semi-permanent makeup

Division	Number of Cases (N)	Before		After		<i>t-value</i>	<i>p</i>
		M	SD	M	SD		
Intention to procedure future eyebrow semi-permanent Makeup	13	3.38	1.121	4.23	.927	-4.430**	.001

** $p < .01$

반적인 눈썹 반영구화장 인식과 하위요인별 일반적 인식, 관심적 인식, 위생적 인식 향상에 효과가 있는 것으로 볼 수 있다. 또한 반영구화장에 대한 배경 지식을 가지고 있는 남성이 반영구화장 시술 후 만족도가 높고, 반영구화장에 대한 신뢰감을 가지기에 추천 의사에 긍정적인 영향을 미친다는 Kwon & Kim(2018)의 연구 결과에서 알 수 있듯이 반영구화장 전 고객에게 상담을 통한 충분한 설명으로 인식을 향상시킨다면 반영구화장의 만족도를 높일 수 있을 것으로 사료된다.

4. 눈썹 반영구화장 향후 시술 의향 변화

눈썹 해나 화장품을 사용하여 실험을 실시한 실험군을 대상으로 눈썹 반영구화장 향후 시술 의향의 변화를 분석한 결과는 Table 10과 같다. 분석결과 사전 평균 3.38점에서 사후 평균 4.23점으로 0.85점 향상되어 통계적으로 유의미한 차이가 나타났다($t = -4.430$, $p < .01$).

이는 눈썹 반영구화장 시술 경험자의 재시술 의향이 높다고 나타난 Kim(2017), Woo(2015), Han(2015)의 연구결과와 Lee(2020)의 연구에서 반영구화장의 시술 경험자가 향후 다른 부위도 추가적으로 반영구화장을 받을 의향이 있다는 결과와 연관 지을 수 있다. 또한 Park(2022), Hong(2017), Park(2013)의 연구에서 반영구화장 시술 경험자들의 만족도가 높아질수록 반영구화장에 대해 긍정적으로 인식한다는 결과는 본 연구의 눈썹 해나 화장품을 사용한 실험이 향후 눈썹 반영구화장의 시술 의향에 긍정적인 영향을 미친다는 결과와 연관 지을 수 있다. 즉, 전체적으로 볼 때, 눈썹 해나 화장품을 사용한 실험의 실시가 눈썹 반영구화장 향후 시술 의향 향상에 효과가 있는 것으로 볼 수 있다.

5. 눈썹 반영구화장 향후 시술 의향 이유 변화

눈썹 해나 화장품을 사용하여 실험을 실시한 실험군을 대상으로 눈썹 반영구화장 향후 시술 의향 이유의 변화를 분석한 결과는 Table 11과 같다. 분석결과 먼저 아름다움(미용효과)에 있어 사전 평균 4.38점에서 사후 평균 4.54점으로 0.16점 향상되었으나 통계적으로 유의미한 차이는 나타나지 않았다($t = -1.000$, $p > .05$).

또한 신체의 불만족에 있어 사전 평균 3.08점에서 사후 평균 3.46점으로 0.38점 향상되었으나 통계적으로 유의미한 차이는 나타나지 않았다($t = -1.328$, $p > .05$).

편리함에 있어 사전 평균 3.77점에서 사후 평균 4.31점으로 0.54점 향상되어 통계적으로 유의미한 차이가 나타났다($t = -2.501$, $p < .05$).

이미지의 변화에 있어 사전 평균 3.92점에서 사후 평균 4.08점으로 0.16점 향상되었으나 통계적으로 유의미한 차이는 나타나지 않았다($t = -1.000$, $p > .05$).

마지막으로 주변의 권유에 있어 사전 평균 2.69점에서 사후 평균 2.92점으로 0.23점 향상되었으나 통계적으로 유의미한 차이는 나타나지 않았다($t = -.524$, $p > .05$).

이는 반영구화장의 시술 후 화장시간 절약과 화장의 편리함에 만족도가 가장 높은 결과로 나타난 Kim & Kwon(2021), Lee(2020), Song(2019), Woo & Song(2019), Kim(2017), Han(2015)의 연구와 연관 지을 수 있으나, 아름다움을 위해 반영구화장의 시술을 하는 목적으로 가장 높은 결과가 나타난 Kim(2012), Kim(2007)의 연구와는 차이가 나타난 것으로 보아 시대적인 변화로 현대인들의 경우 단순한 아름다움 뿐 아니라 눈썹 반영구화장을 통해 메이크업 시간의 단축과 같은 효율성도

Table 11. Changes in the reasons for the future procedure of eyebrow semi-permanent makeup

Division	Number of Cases (N)	Before		After		t-value	p
		M	SD	M	SD		
Beauty (beauty effect)	13	4.38	.768	4.54	.660	-1.000	.337
Physical dissatisfaction	13	3.08	1.441	3.46	1.050	-1.328	.209
Convenience	13	3.77	1.092	4.31	1.032	-2.501*	.028
Change of image	13	3.92	1.038	4.08	.954	-1.000	.337
Suggestions from the surroundings	13	2.69	1.251	2.92	1.188	-.524	.610

*p<.05

중요하게 여기는 것으로 사료된다. 즉, 전체적으로 볼 때, 눈썹 헤나 화장품을 사용한 실험이 편리함의 이유로 눈썹 반영구화장 향후 시술 의향 향상에 효과가 있는 것으로 볼 수 있다.

6. 눈썹 반영구화장 위험지각 변화

눈썹 헤나 화장품을 사용하여 실험을 실시한 실험군을 대상으로 눈썹 반영구화장 위험지각의 변화를 분석한 결과는 Table 12와 같다. 분석결과 먼저 전반적인 눈썹 반영구화장 위험지각에 있어서는 사전 평균 3.13점에서 사후 평균 2.27점으로 0.86점 감소되어 통계적으로 유의미한 차이가 나타났다(t=-3.188, p<.01).

또한 각 하위요인별 살펴보면 성과적 위험에 있어서는 사전 평균 3.62점에서 사후 평균 2.31점으로 1.31점 감소되어 통계적으로 유의미한 차이가 나타났다(t=4.250, p<.01), 기술적 위험에 있어서는 사전 평균 2.87점에서 사후 평균 2.08점으로 0.79점 감소되어 통계적으로 유의미한 차이가 나타났다(t=2.801, p<.05), 경제적 위험에 있어서는 사전 평균 3.10점에서 사후 평균 2.40점으로 0.70점 감소되어 통계적으로 유의미한 차이가 나타났다(t=2.385, p<.05).

신체적 위험에 있어서는 사전 평균 3.27점에서 사후 평균

2.56점으로 0.71점 감소되어 통계적으로 유의미한 차이가 나타났다(t=2.277, p<.05), 위생적 위험에 있어서는 사전 평균 3.08점에서 사후 평균 2.13점으로 0.95점 감소되어 통계적으로 유의미한 차이가 나타났으며(t=2.598, p<.05), 심리적 위험에 있어서는 사전 평균 2.82점에서 사후 평균 2.08점으로 0.74점 감소되어 통계적으로 유의미한 차이가 나타났다(t=2.869, p<.05).

즉, 전체적으로 볼 때, 눈썹 헤나 화장품을 사용한 실험이 전반적인 눈썹 반영구화장 위험지각과 하위요인별 일반적 위험지각, 관심적 위험지각, 성과적 위험, 기술적 위험, 경제적 위험, 신체적 위험, 위생적 위험, 심리적 위험 감소에 효과가 있는 것으로 볼 수 있다. 이는 눈썹 헤나 화장품을 사용한 실험이 반영구화장에 대한 인식을 높여 위험지각을 감소시키는 것으로 볼 수 있다. 따라서 반영구화장 시술 전 고객에게 상담을 통해 시술 과정, 사용 도구, 디자인 등에 대한 인식을 높이고, 시술자의 전문성을 갖추는 것이 시술 후의 만족도에 긍정적인 영향을 미칠 것으로 사료된다.

7. 눈썹 반영구화장 시술 경험실태

눈썹 헤나 화장품을 사용하여 실험을 실시한 실험군과 실시하지 않은 대조군을 대상으로 눈썹 반영구화장 시술 경험실태

Table 12. Changes in risk perception of semi-permanent eyebrow makeup

Division	Number of Cases (N)	Before		After		t-value	p
		M	SD	M	SD		
Performance Risk	13	3.62	.665	2.31	.645	4.250**	.001
Technical risk	13	2.87	1.085	2.08	1.164	2.801*	.016
Economic risk	13	3.10	.402	2.40	1.053	2.385*	.034
Physical risk	13	3.27	.515	2.56	1.100	2.277*	.042
Hygiene risk	13	3.08	.449	2.13	1.285	2.598*	.023
Psychological risk	13	2.82	.878	2.08	.494	2.869*	.014
Total	13	3.13	.464	2.27	.910	3.188**	.008

*p<.05, **p<.01

Table 13. Experience of Eyebrow Semi-permanent Makeup Procedure

Division	Group		χ^2 (p)	
	Experimental group	Control group		
Whether family (including relatives), friends, or acquaintances have experienced semi-permanent eyebrow makeup	No	0(0)	-	
	Yes	13(100.0)		
Eyebrow semi-permanent makeup cognitive pathway (multiple responses)	Look at the eyebrows of someone who's experienced it	12(92.3)	9(69.2)	
	Through SNS (KakaoTalk, Facebook, Instagram, etc.)	3(23.1)	5(38.5)	
	Through rumors and encouragement from people around you	7(53.8)	8(61.5)	
	Through the Internet media	5(38.5)	1(7.7)	
	While using the hospital	1(7.7)	3(23.1)	
	While using a hair salon	0(0)	1(7.7)	
	While using a nail salon	0(0)	1(7.7)	
The most effective medium for popularization of semi-permanent eyebrow makeup	Entertainer	2(15.4)	3(23.1)	.343 (.842)
	Internet	4(30.8)	3(23.1)	
	SNS	7(53.8)	7(53.8)	
	Total	13(100.0)	13(100.0)	

를 분석한 결과는 Table 13과 같다. 분석결과 먼저 가족(친인척 포함), 친구, 지인의 눈썹 반영구화장 기술 여부는 실험군과 대조군 모두 전체 13명(100.0%)이 가족(친인척포함), 친구, 지인 중 눈썹 반영구화장을 한 사람이 있는 것으로 나타났고, 눈썹 반영구화장 인지경로는 실험군의 경우 ‘기술 경험자의 눈썹을 보고’ 12명(92.3%), ‘주변 사람으로부터 소문 및 권유를 통해’ 7명(53.8%), ‘인터넷 매체를 통해’ 5명(38.5%), ‘SNS(카톡, 페이스북 북, 인스타그램 등)를 통해’ 3명(23.1%), ‘병원을 이용하면서’ 1명(7.7%) 순으로, 대조군의 경우 ‘기술 경험자의 눈썹을 보고’ 9명(69.2%), ‘주변 사람으로부터 소문 및 권유를 통해’ 8명(61.5%), ‘SNS(카톡, 페이스북 북, 인스타그램 등)를 통해’ 5명(38.5%), ‘병원을 이용하면서’ 3명(23.1%), ‘인터넷 매체를 통해’와 ‘미용실을 이용하면서’, ‘네일 샵을 이용하면서’, ‘반영구화장 전문 샵을 이용하면서’가 각 1명(7.7%) 순으로 나타났다. 이는 Lee(2020), Woo & Song(2019), Kim(2017)의 연구에서 알 수 있듯 현재 국내에서의 반영구화장이 제도적 제약의 문제로 관련 정보를 얻음에 있어 눈썹 반영구화장 기술 경험자의 결과물을 직접 접하는 것과 지인의 입소문이 상당한 영향을 끼친다는 것을 알 수 있다.

눈썹 반영구화장 대중화를 위해 가장 효과가 있는 매체는 실험군의 경우 ‘SNS’ 7명(53.8%), ‘인터넷’ 4명(30.8%), ‘연예인’ 2명(15.4%) 순으로, 대조군의 경우 ‘SNS’ 7명(53.8%), ‘연예인’과 ‘인터넷’이 각 3명(23.1%) 순으로 나타나 통계적으로 유의미한 차이는 나타나지 않았다($p>.05$).

8. 눈썹 반영구화장 만족도

눈썹 해나 화장품을 사용하여 실험을 실시한 실험군을 대상으로 눈썹 반영구화장 만족도를 분석한 결과는 Table 14와 같다. 분석결과 전체적으로 볼 때, ‘환경적 요인’(M=4.59)이 가장 높게 나타났고, ‘성과적 요인’(M=4.46), ‘사회 심리적 요인’(M=4.29), ‘경제적 요인’(M=4.10) 순으로 나타났으며, 전반적인 눈썹 반영구화장 만족도는 평균 4.36점으로 나타났다.

또한 각 하위요인별 살펴보면 성과적 요인은 ‘나는 눈썹 반영구화장의 색상과 디자인에 대해 만족한다.’(M=4.54), ‘나는 적절한 좌우대칭의 눈썹 반영구화장 결과에 만족한다.’(M=4.54), ‘나는 눈썹 반영구화장을 경험한 후 결점이 보완되었다고 생각한다.’(M=4.31) 순으로 나타났고, 경제적 요인은 ‘나는 눈썹 반영구화장에 소요된 시간에 대해 만족한다.’(M=4.15), ‘나는 눈썹 반영구화장이 10만원 중반이라고 생각했을 때 비용에 대해 만족한다.’(M=4.08), ‘나는 눈썹 반영구화장을 경험한 후 편리성(메이크업 시간의 단축 등)이 좋아졌다고 생각한다.’(M=4.08) 순으로 나타났다.

환경적 요인은 ‘나는 눈썹 반영구화장 도구의 위생에 대해 만족한다.’(M=4.69), ‘나는 눈썹 반영구화장의 작업자의 위생에 대해 만족한다.’(M=4.69), ‘나는 눈썹 반영구화장을 받은 장소(환경)에 대해 만족한다.’(M=4.38) 순으로 나타났고, 사회 심리적 요인은 ‘나는 주위사람에게 눈썹 반영구화장을 추천하겠다.’(M=4.62), ‘나는 눈썹 반영구화장을 경험한 후 주위 사람들

Table 14. Satisfaction of eyebrow semi-permanent makeup using eyebrow henna cosmetics

Division	Question	Average (M)	Standard deviation (SD)
Performance factor	1. I am satisfied with the color and design of the eyebrow semi-permanent makeup.	4.54	.519
	2. I am happy with the results of proper bilateral semi-permanent eyebrow makeup.	4.54	.519
	3. I think the shortcomings have been supplemented after experiencing semi-permanent eyebrow makeup.	4.31	.630
	Total	4.46	.519
Economic factor	4. I'm satisfied with the cost when I think that eyebrow semi-permanent makeup is in the mid 100,000 won range.	4.08	.641
	5. I am satisfied with the time spent on eyebrow semi-permanent makeup.	4.15	.801
	6. I think convenience (shortening makeup time, etc.) has improved after experiencing semi-permanent eyebrow makeup.	4.08	.954
	Total	4.10	.644
Environmental factors	7. I am happy with the place where I received the eyebrow semi-permanent makeup.	4.38	.768
	8. I am satisfied with the hygiene of the eyebrow semi-permanent makeup tool.	4.69	.480
	9. I am satisfied with the sanitation of the workers in the eyebrow semi-permanent makeup.	4.69	.480
	Total	4.59	.547
Social and psychological factors	10. I think there is a change in confidence after experiencing semi-permanent eyebrow makeup.	4.08	.760
	11. After experiencing semi-permanent eyebrow makeup, I received positive reviews from people around me.	4.23	.832
	12. I am willing to experience semi-permanent eyebrow makeup in the future.	4.23	.927
	13. I will recommend eyebrow semi-permanent makeup to people around me.	4.62	.506
Total		4.29	.683
Total		4.36	.533

에게 긍정적인 평가를 얻었다.’(M=4.23), ‘나는 앞으로도 눈썹 반영구화장을 재경험할 의향이 있다.’(M=4.23), ‘나는 눈썹 반영구화장을 경험한 후 자신감에 변화가 있다고 생각한다.’(M=4.08) 순으로 나타났다.

남성의 경우 시술자의 전문성이나 결과물에 의한 것보다 위생적인 환경에 만족도가 더 높다는 Kwon & Kim(2018)의 연구 결과와 반영구화장의 이미지 향상과 개선 효과가 높아질수록 반영구화장의 재구매 의도가 높아진다는 Hong(2017)의 연구 결과에서 알 수 있듯이 반영구화장에 대한 만족도를 높이기 위하여 안전한 시술 환경을 위하여 시술자는 위생을 최우선으로 하여야 할 것이며, 시술자는 고객에게 만족스러운 결과물을 제공하기 위한 전문성을 갖춰야 할 것으로 사료된다.

V. 결 론

본 연구는 반영구화장의 적용 부위 중 시술 빈도가 가장 높고, 강한 인상을 주는 부위인 눈썹 반영구화장에 접근하기 어려운 심리를 반영하여 눈썹 반영구화장의 시술 경험이 없는 대

상자에게 눈썹 헤나 화장품을 사용하여 실험 전·후 눈썹 반영구화장의 인식, 향후 시술 의향, 위험지각을 비교하고, 만족도를 분석하고자 하였다. 본 연구로 도출된 결과를 통해 고객의 위험지각 요인을 낮출 수 있는 방안을 제시하고, 반영구화장의 접근성과 만족도를 높여 산업적 측면에서 반영구화장의 시장 확대를 위한 자료로 제공하려는 목적을 갖는다.

연구는 눈썹 반영구화장의 시술 경험이 없으나 눈썹 반영구화장의 소비에 관심이 있는 자, 눈썹 헤나 화장품 사용에 거부감이 없는 자, 눈썹 피부에 상처, 뾰루지, 트러블, 붉은 반점, 부어오름, 가려움증 등이 없는 자 중 스스로 자원한 광주광역시 에 거주하는 20~50대 성인 남녀 30명을 대상으로 2021년 8월 1일부터 8월 31일까지 눈썹 헤나 화장품을 사용하여 실험 전·후 변화를 조사하였다.

결과는 다음과 같다.

눈썹 헤나 화장품을 사용한 실험은 눈썹 반영구화장에 대한 인식, 향후 시술 의향을 향상시키고 위험지각을 낮추어 주었다. 눈썹 헤나 화장품을 사용하여 실험을 실시한 실험군의 환경적 요인에 대한 만족도가 가장 크게 나타났으며, 이는 눈썹

헤나 화장품을 사용한 실험이 시술 비경험자의 위생적 위험지각을 감소시킨다는 것을 알 수 있다. 눈썹 반영구화장의 디자인, 좌우대칭, 결점 보완과 지불하는 비용 및 소요 시간, 편리성에 대한 만족도 역시 높게 나타났으며 눈썹 헤나 화장품을 사용한 실험이 종합적으로 향후 시술 의향을 높이는데 긍정적인 역할을 하였다.

따라서 본 연구의 결론은 다음과 같다.

눈썹 헤나 화장품을 사용한 실험을 통해 반영구화장의 지속성과 시술 과정을 간접적으로 경험한 실험군에서 위험지각이 감소되고, 만족도가 향상되었으므로 위험지각 요인을 낮추는 방법으로 반영구화장 시술 전 고객의 얼굴형, 원하는 이미지에 적합한 디자인을 제시하여야 하며 시술에 사용되는 도구와 색소, 고객에게 적용이 가능한 기법을 정확하게 설명하여 반영구화장에 대한 인식을 높이는 것이 필요하다. 또한 위생적, 신체적 위험지각을 낮추기 위한 방법으로는 시술자는 반영구화장을 수행하는데 있어 사용하는 도구의 멸균, 소독, 일회용 사용 제품의 재사용 금지, 손 위생 등을 통해 감염 예방과 부작용 발생 요인을 최소화하여야 한다. 시술자는 전문적인 기술을 갖추기 위하여 꾸준한 노력이 필요하며 고객의 반영구화장 만족도를 높이기 위하여 최신 트렌드에 발맞춰 새로운 기법을 접목하는 것도 필요할 것이다. 반영구화장은 편리성, 지속성의 장점과 이미지 향상 및 개선효과에 도움을 주는 실용 메이크업으로 매우 효율적인 외모관리 수단이다. 고객은 반영구화장을 통해 편리하게 메이크업 실력의 부족함을 채우거나 신체의 결함을 보완할 수 있을 것이다.

연구의 한계점으로 반영구화장 적용 부위 중 경험 빈도가 높은 눈썹 반영구화장만을 대상으로 하였으나 아이라인, 입술, 헤어라인, SMP(Scalp Micro Pigmentation) 등의 적용범위가 확대된 반영구화장에 관련한 연구가 후속적으로 필요하다. 끝으로 본 연구 결과를 통해 눈썹 반영구화장의 만족도를 높여 산업적 측면에서 반영구화장의 시장을 확대하기 위한 유용한 자료로 활용되기를 기대한다. 본 연구를 포함하여 반영구화장의 법제화를 위해 다양한 방법을 통한 연구가 진행되어야 할 것이다.

References

- Gil, L. H. (2022). The effect of image making through semi-permanent makeup on self-esteem and appearance satisfaction. Unpublished master's thesis, Kunkuk University, Seoul, 1-87.
- Go, H. J., & Kim, Y. S. (2003). A Study on the Improvement of System for Semi-permanent Makeup Behavior in Korea. *Journal of the Korean Academy of Skin Beauty*, 1(3), 11-23.
- Han, S. H. (2020). A Study on Appearance Perception and Self-Effectiveness by Semi-permanent Natural Eyebrow Treatment in Men. *Journal of the Korean Semipermanent Cosmetic Society of Korea*, 26(4), 814-824.
- Im, Y. H. (2018). Relationship between Preference by Age Group and Risk Perception and Satisfaction of Service according to Upstyle Expression Factors. Unpublished master's thesis, Hannam University, Daejeon, 17.
- Jang, Y. Y., & Park, E. J. (2003). A Study on the Relationship between Perception of Risk and Consumer Satisfaction in Beauty Service. *Journal of the Korean Semipermanent Cosmetic Society of Korea*, 9(1), 120-138.
- Jo, M. R. A., & Kim, S. H. (2020). Comparison of Perception of Risk Perception by the Actual Condition of Semi-permanent Cremation and Experience of Semi-permanent Cremation Treatment. *Journal of the Korean Semipermanent Cosmetic Society of Korea*, 26(6), 1398-1414.
- Jung, Y. J. (2019). A Study on the Systemization of Semi-permanent Makeup. Unpublished doctoral dissertation, Daegu Oriental Medical University, Daegu, 1, 5.
- Kim, D. Y. (2012). A study on the change in customer perception of semi-permanent makeup: Focusing on women living in Seoul in their 20s to 50s. Unpublished master's thesis, Hansung University, Seoul, 1-72.
- Kim, D. Y. (2021). A study on the effect of preference technique and operator's competency on satisfaction when re-applying semi-permanent eyebrow makeup. Unpublished master's thesis, Dongguk University, Seoul, 1-67.
- Kim, G. R. (2020). Differences in beauty consumption perception, self-esteem, and appearance satisfaction according to beauty consumption experience. Unpublished master's thesis, Seokyo-ung University, Seoul, 8-9.
- Kim, H. O. (2017). A Study on the Meaning and Prospect of Semi-permanent Makeup according to Perception, Actual Condition, and Satisfaction. Unpublished master's thesis, Kwangwoon University, Seoul, 1-67.
- Kim, H. S. (2017). The Effect of Appearance Management Behavior and Appearance Satisfaction on Quality of Life: A Behavioral Approach to Social Culture and Personal Objectives. Unpublished doctoral dissertation, Chosun University, Gwangju, 5-7.
- Kim, J. H. (2022). The Influence of Semi-permanent Makeup Perception on Appearance Consciousness and Interpersonal Relationship: Focusing on Adult Women. Unpublished master's thesis, Honam University, Gwangju, 1-61.
- Kim, N. H. (2017). A study on the preference and perception of semi-permanent makeup. Unpublished master's thesis, Daegu Oriental Medical University, Daegu, 1-50.
- Kim, S. A., & Park, D. H. (2016). Comparison of perception of semi-permanent makeup and purchase satisfaction of Korean and Chinese women. *Journal of the Korean Society of Cosmetology*, 22(4), 781-791.
- Kim, S. W. (2016). The characteristics of dihydroxyacetone, a colorant, and its application to eyebrow makeup. Unpublished master's thesis, Sungsil University, Seoul, 10.
- Kim, T. Y., Kang, B. J., & Kim, J. H. (2017). The employment effect of the deregulation of the tattooist occupation using CVM. *Management Consulting Study*, 17(4), 257-265.
- Kim, Y. H. (2016). A study on experience perception and satisfaction with semi-permanent makeup procedures for men. Unpub-

- lished master's thesis, Kunkuk University, Seoul, 1-36
- Kim, Y. J. (2018). Semi-permanent makeup from a dermatologist. Seoul: Korean Medical Books. 13, 17, 57-58.
- Kwon, S. M., & Kim, K. H. (2018). Effects of the Recognition of and Satisfaction Recommendations for Semi-permanent Makeup for Men. *Journal of the Korean Society of Physical Beauty and Arts*, 19(2), 63-76.
- Lee, H. J. (2020). A Study on the Remarks and Stability of Local Anesthetic Cream Components Used in Semi-permanent Cosmetic Treatment. Unpublished doctoral dissertation, Hanseo University, Seosan, 7.
- Lee, J. A., Lee, U. M., Han, S. H., Sin, H. J., Lee, S. J., & Kim, E. S. (2020). Research about general perception and necessity of National License System on Semi permanent make-up. *Proceedings of The Korean Society of Semi-permanent Make up Research*, 1(1), 15-27.
- Lee, T. Y. (2020). A Study on the Risk Perception and Satisfaction of Semi-permanent Makeup Treatment and the Use Case of Hair-line Correction Procedure. Unpublished master's thesis, Hannam University, Daejeon, 1, 8, 11.
- Park, G. H. (2013). A Study on the Actual Conditions of Semi-permanent Makeup. Unpublished master's thesis, Chung-Ang University, Seoul, 2, 39.
- Park, S. J. (2018). Perception of semi-permanent makeup infection. Unpublished master's thesis, Daegu Oriental Medical University, Daegu, 1-33.
- Park, Y. H. (2006). Special makeup techniques Semi-permanent makeup. *Korean Journal of Beauty Design*, 2(1), 109-110.
- Park, E. J., & Jang, Y. Y. (2002). Effects of Perception of Risk in Beauty Service on Consumer Satisfaction. *Journal of the Korean Society of Cosmetology*, 8(1), 109-119.
- Park, J. H. (2022). Effects of appearance orientation, quality level, and risk perception on semi-permanent procedure satisfaction and revisit intention. Unpublished master's thesis, Daegu Oriental Medical University, Daegu, 1-51.
- Park, J. L. (2022). A Study on the Pigment Components according to the Tools and Techniques for Semi-permanent Makeup. Unpublished doctoral dissertation, Hanseo University, Taean, 5, 14.
- Seo, E. K. (2016). The Relationship between Infection Control Knowledge and Practice of Semi-permanent Makeup Operators. Unpublished doctoral dissertation, Daegu Oriental Medical University, Daegu, 5.
- Seo, E. K., & Hong, J. M. (2018). Introduction to Semi-permanent Makeup. Seoul: Yomungak, 9-11, 125, 174-175.
- Sin, J. Y. (2020). A study on the perception of semi-permanent makeup and the necessity of experience and education of beauty majors. Unpublished master's thesis, Hannam University, Daejeon, 1-61.
- Son, J. Y., Heo, H. S., & Kwon, T. I. (2016). A Study on the Preference and Satisfaction of Eyebrow Design in Permanent Makeup. *International Journal of Health and Beauty*, 10(2), 59-70.
- Sin, S. Y. (2017). Effects of emotional response factors of eyebrow makeup on psychological well-being according to self-efficacy and appearance satisfaction. Unpublished doctoral dissertation, Seoul University of Venture Business, Seoul, 1.
- Song, Y. Y. (2019). A Study on Perception, Satisfaction, and Risk Perception of People Who Have Experienced Semi-permanent Makeup Treatment. Unpublished master's thesis, Hannam University, Daejeon, 1-76.
- Woo, J. H. (2015). A Study on the Perception and Satisfaction of Women's Semi-permanent Makeup Beauty Behavior. Unpublished master's thesis, Hannam University, Daejeon, 83.
- Yu, S. J. (2018). Sustainability of Semi-permanent Eyebrow Cosmetics by pH. Unpublished doctoral dissertation. Wonkwang University, Iksan, 3.
- Yang, H. J. (2021). A study on public hygiene education and risk perception to prevent infection of semi-permanent makeup practitioners and customers. Unpublished master's thesis, Hannam University, Daejeon, 1-86.
- Yoo, J. A. (2021). A Study on the Image Change and Satisfaction of Eyebrow Semi-permanent Makeup Treatment Motivation. Unpublished master's thesis, Dankook University, Seoul, 12-13.
- Naver Dictionary(2022.05.20.)
<https://ko.dict.naver.com/#/entry/koko/9332324c0d6747888a90a558f7f9776d>
- Naver Dictionary(2022.05.20.)
<https://terms.naver.com/entry.naver?docId=1717798&cid=41908&categoryId=41972>