

일개 대학 치위생학과 지원자의 입시지원 경향분석

황수정 · 궁화수 · 강경희 · 오상환

건양대학교 의과대학 치위생학과

The analysis of college entrance tendency in applicants to dental hygiene department

Soo-Jeong Hwang · Hwa-Soo Koong · Kyung-Hee Kang · Sang-Hwan Oh

Department of Dental Hygiene, College of Medical Science, Konyang University

Received : 12 September, 2013
Revised : 23 November, 2013
Accepted : 21 January, 2014

Corresponding Author

Sang-Hwan Oh

Department of Dental Hygiene
College of Medical Science, Konyang
University

158, Gwanjeodong-ro, Seo-gu

Daejeon 302-832, Korea.

Tel : + 82-42-600-6393

E-mail : dentsh@hanmail.net

ABSTRACT

Objectives : The purpose of the study was to investigate the influencing factors of major and university choice in the changing environments that kick out the insincere universities keeping pace with the national policy.**Methods** : A self-reported questionnaire was completed by 177 subjects after receiving informed consents. The questionnaire consisted of general characteristics, influencing factors on university and department choice including multiple application. Chi-square test was used for analysis of the difference between early and regular admission.**Results** : Employment was the most important reason for choice of dental hygiene department that accounted for 96%. The access route for university information was college homepage for entrance information that accounted for 72.3% and 76.3% of applicants were advised by their parents for their choice for university. The information was mainly composed of school life(92.1%) and employment (81.9%). The applicants wanted to meet the students(58.8%) and to come in contact with the university homepage(57.1%). Early and regular applicants differed in reasons for college entrance($p=0.032$), information delivery for major($p=0.013$) and multiple application for entrance($p<0.01$).**Conclusions** : University homepage and communication with the students will give much information to the applicants. So the university had better choose the homepage and communication for marketing strategy.**Key Words** : department of dental hygiene, entrance information, university admission, university marketing**색인** : 대학마케팅, 대학입시, 입학정보, 치위생(학)과

서론

2013년 현재 국내 대학은 전문대를 포함하여 총 339곳이며 입학정원은 55만 9036명이며 고교 졸업생 수는 63만 1835명으로 보고되고 있다¹⁾. 대학입학 학령인구는 2012학년도에 최고점인 69만명에 달했고, 이후 현재 대학입학정원이 유지될 경우 2018학년도부터 대입정원이 고교 졸업자를 초과하는 역전현상이 발생하고 2023학년도에는 고교졸업자수 40만 5172명에 비해 15만 명이 초과될 전망이다¹⁾. 힘²⁾은 현재 우리나라 전문대학이 대학입학생 감소, 대학의 재정난, 외국대학

과의 경쟁 등 세 가지 위기상황에 처해 있다고 하였으며 등록금으로 운영하여야 하는 사립대학의 경우에는 국립대학보다 더 큰 문제를 야기시킨다³⁾. 이에 따라 비영리 기관인 대학에서도 마케팅 개념을 적극 도입하고 있으며⁴⁾ 보다 나은 신입생을 유치하고 재학생을 잘 관리하는 마케팅 활동을 강화하고 있다⁵⁾.

대학정원유지 문제를 극복하기 위해 지방소재 대학들은 장 단기 계획수립, 특성화, 산학협동 강화, 정부사업 유치, 취업률 향상 등 많은 노력을 기울이고 수요자 중심의 경영마인드를 통하여 차별화를 지향하고 타 대학들에 비해 경쟁우위를 달성하려고 노력하고 있다⁶⁾. 그 중 신입생 유치를 위해 가장

중요한 요인이 홍보인데⁷⁾, 이는 고교방문, 고교생 입시설명회, 우편, 홈페이지, 어플 등 다양한 방법을 통해 진행이 되고 있다³⁾.

하와 문³⁾은 구조모형분석을 통해서 대학홍보 요인은 지원요인과 선택요인에 긍정적 영향을 주며 대학선택에 가장 중요한 요인이라고 하였고, 광고, 입시설명회, 재학생 모교방문 등을 포함한 대학 홍보와 주위 추천은 선택 요인 중 가장 중요하다고 하였다. 성과 조⁸⁾는 전통적인 입시홍보 방법인 입시설명회, 고교 방문, 초청 행사 등은 면대면 접촉을 통해 대학이 직접 입시 관련 정보를 전달하는 채널로 활용되고 있지만, 교수진을 활용한 학생 모집은 학계 논란이 되고 있다고 하였다. 최근에는 인터넷이 주요한 대학홍보매체로 등장하였고 홍보메일발송, 수험생 전용 홈페이지 개설, 수험생용 웹진, 사이버 캠퍼스 투어, 블로그 운영 등을 이용하고 있다⁸⁾. 미국의 경우 공립학교의 49.7%, 사립학교의 63.4%가 지원예상자들과 정기적으로 이메일을 통해 커뮤니케이션을 하는 것으로 나타났다⁹⁾.

따라서, 본 연구자들은 치위생학과의 입시 홍보를 효율적으로 접근함에 있어서 지원학생들의 입시 지원 경로를 통계적으로 분석하여 적용하는 것이 필요하다 판단하였다. 본 연구의 목적은 일개 대학교 치위생학과에 2013년도 지원한 학생들을 대상으로 하여 입시지원경로, 입시지원영향요인, 입시 선호정보, 복수지원학과 등을 분석하고자 하였다. 이러한 대학 홍보 행위에 대한 체계적 탐구는 매년 기하급수적으로 증원, 신설된 치위생(학)과의 대학 마케팅의 유용한 기초자료가 되며 보다 경쟁 우위적인 전략을 개발하고 실천할 수 있을 것이다.

연구방법

1. 연구대상

본 조사의 연구대상은 2013학년도 일개 대학교 치위생학과 입시에서 1차 서류심사를 통과하고 수시와 정시 면접에 참여한 지원자로 하였다. 설문조사는 입시 면접 후 본 조사에 대한 설명을 듣고 서면으로 동의한 수시 면접대상자 95명, 정시 면접대상자 82명 총 177명을 대상으로 자기기입식으로 실시하였으며 조사기간은 2012년 10월부터 2013년 1월까지이다. 본 결과를 분석하는 데 있어서는 불충분한 응답이 없었기 때문에 조사대상자 전체가 분석대상이 되었다. 조사대상자의 성별은 여자 176명, 남자 1명이었고 연령은 17세 1명, 18세 6명, 19세 106명, 20세 54명, 21세 8명, 22세 2명이었다. 지역별로는 일개 대학교가 위치한 충청지역이 100명(56.5%),

서울지역 22명(12.4%), 경기지역 38명(21.5%), 전라지역 9명(5.1%), 경상지역 4명(2.3%), 강원지역 4명(2.3%)이었다.

2. 연구방법

본 설문지는 성과 조⁸⁾, 손¹⁰⁾, 김과 정¹¹⁾의 대학선택 동기요인을 참고하여 대학진학이유, 대학선택이유, 대학지원에 영향을 미친 사람, 대학지원에 영향을 미친 매체, 치위생학과 선택이유, 학과관련 선호 정보, 학과관련 정보전달 선호방법으로 구성되었다. 각 문항은 중요도에 따라 1순위부터 3순위까지 응답하도록 하였으며, 복수 지원학과의 경우 모두 기입하도록 하였다. 합격 또는 등록 여부에 따른 분석을 하고자 대상자의 동의하에 설문조사 이후 합격 및 등록 여부를 확인하려고 하였으나 확인불가가 90명(50.8%)을 차지해서 관련 분석은 이루어지지 못하였다.

3. 통계분석

거주지, 성별, 연령, 고등학교 등 일반적 특성에 따른 차이를 분석하려고 계획하였으나, 거주지, 성별, 연령 등이 한 군으로 집중이 되는 경향을 보이므로 수시와 정시 지원간의 차이로 분석을 한정하였다. 각 문항의 중요도에 따라 1순위에서 3순위로 응답된 답변을 다중응답군으로 설정하여 빈도 분석을 실시하였고, 복수 지원학과와 각 문항의 중요도 1순위인 답변은 수시와 정시 지원간의 차이를 알아보고자 카이제곱검정을 실시하였다. 일부 답가지의 경우 답변의 빈도가 낮아 카이제곱검정이 불가하여 기타항목으로 변수를 통합하여 분석을 실시하였다. 통계프로그램은 IBM SPSS 20.0(IBM Co., Chicago, IL., USA)을 사용하였다.

연구결과

1. 다중응답에 의한 치위생학과 지원자의 대학선택에 대한 영향요인 빈도

(Table 1)에서 보는 바와 같이, 다중응답에 의한 대학진학이유는 안정된 직업가능 96.0%, 경험과 교양 습득 79.1%, 학문과 진리탐구 72.3%, 주위사람의 권유 48.6% 등의 순으로 나타났다. 대학선택 요인은 취업률 93.8%, 지방학과의 있음 58.8%, 성적 34.5%, 학비 27.7%, 주위권유 18.6%, 교통편리 18.1%, 생활근거지 근접 6.2% 순으로 나타났다. 대학지원 영향매체는 대학 홈페이지 72.3%, 대학 입시안내책자 55.9%, 포털사이트 검색 49.2%, 입시관련업체 책자 41.8%, 입시관련업체 홈페이지 30.5%, 합동입시설명회 14.7%, 신문·TV·라디오 10.2%순으로 나타났다. 대학지원 영향인물은 부모

Table 1. Factors affecting on college selection by multiple response

Unit : N(%)

Variables	Classification	Early admission	Regular admission	Total
Reasons of going to college	Employment security	91(95.8)	79(96.3)	170(96.0)
	Learning of liberal art	79(83.2)	61(74.4)	140(79.1)
	Pursuit of truth	69(72.6)	59(72.0)	128(72.3)
	Suggestion by others	43(45.3)	43(52.4)	86(48.6)
	Etc	2(2.2)	2(2.4)	4(2.3)
Factors of college selection	Employment rate	90(94.7)	76(92.7)	166(93.8)
	Department preferred	68(71.6)	63(76.8)	104(58.8)
	Self grade in high school	28(29.5)	33(40.2)	61(34.5)
	Tuition	33(34.7)	16(19.5)	49(27.7)
	Suggestion by others	17(17.9)	16(19.5)	33(18.6)
	Convenience for transportation	18(18.9)	14(17.1)	32(18.1)
	Base of living	9(9.5)	5(6.1)	11(6.2)
Channels affecting on college selection	College homepage	74(77.9)	54(66.7)	128(72.3)
	College brochure	61(64.2)	38(46.9)	99(55.9)
	Portal site searching	44(46.3)	43(53.1)	87(49.2)
	Entrance exam business brochure	39(41.1)	35(43.2)	74(41.8)
	Entrance exam business homepage or web log	25(26.3)	29(35.8)	54(30.5)
	Entrance exam fair	13(13.7)	13(16.0)	26(14.7)
	Newspaper, TV, Radio	9(9.5)	9(11.1)	18(10.2)
	Parents	71(74.7)	64(78.0)	135(76.3)
Persons affecting on college selection	Teachers	64(67.4)	59(72.0)	123(69.5)
	Friends, Seniors	65(68.4)	50(61.0)	115(65.0)
	College staffs	42(44.2)	33(40.2)	75(42.4)
	Siblings, relatives	35(36.8)	31(37.8)	66(37.3)

76.3%, 고교교사 69.5%, 선배·친구 65.0%, 대학 교직원 42.4%, 형제·친척 37.3% 순으로 나타났다.

2. 다중응답에 의한 학과 지원 이유 및 학과 관련 선호정보 빈도

(Table 2)에서 보는 바와 같이, 다중응답에 의한 치위생학과 지원이유는 졸업 후 취업전망 96.6%, 적성과 흥미 96.0%, 성적가능성 65.0%, 주위 권유 35.0% 순이었다. 학과관련 선호정보는 재학생 학교생활 92.1%, 졸업생 진로상황 81.9%, 교육과정 39.5%, 외국과의 교류 32.8%, 봉사활동 28.2%, 교수 정보 25.4% 순이었다. 학과 정보제공 선호방법은 재학생과의 간담회 58.8%, 학과홈페이지 내용강화 57.1%, 고교나 입시기관 자료제공 52.0%, 교수와의 간담회 44.6%, 졸업생과의 간담회 41.2%, 포털사이트 관련자료 노출 28.2%, 개별자료제공 16.4% 순이었다.

3. 치위생학과 수시와 정시 지원자의 대학선택 시 최우선 영향요인의 차이

(Table 3)에서 보는 바와 같이, 대학진학이유의 최우선 요

인에서 수시 지원자는 안정된 직업, 경험과 교양습득, 학문과 진리탐구 순이었으나 정시 지원자는 경험과 교양습득, 주위 권유, 학문과 진리탐구 순이었다($p=0.032$). 대학지원 최우선 영향매체로는 두 군 모두 대학 홈페이지를 응답하였으며, 대학지원 최우선 영향인물로는 수시지원자의 경우 대학교직원, 부모, 선배나 친구 순으로, 정시지원자의 경우 부모, 대학 교직원, 고교 교사 순으로 응답하였다.

4. 치위생학과 수시와 정시 지원자의 학과 최우선 선호정보, 복수 지원학과의 차이

(Table 4)에서 보는 바와 같이, 치위생학과 지원 이유는 적성과 흥미, 졸업 후 취업 전망 순으로 두 군 모두 응답하였으며, 진학관련 선호정보로는 수시 지원자의 경우 재학생 학교생활을, 정시 지원자의 경우 졸업생 진로상황을 가장 많이 응답하였다. 학과관련 정보제공 선호방법으로는 수시지원자의 경우 재학생과의 간담회, 정시지원자의 경우 홈페이지 내용강화 응답이 가장 많았고 두 군 간의 차이를 보였다($p=0.013$). 복수 지원학과로는 수시지원의 경우 동일학과의 복수 지원이 많았으나, 정시지원에서는 치위생학과 이외의 타 학과 지원이 두드러졌고 두 군 간의 차이가 모든 계열에서 유의하였다.

Table 2. Factors affecting on department selection by multiple response

Unit : N(%)

Variables	Classification	Early admission	Regular admission	Total
Reasons applying to department of dental hygiene	Employment security	92(96,8)	79(96,3)	171(96,6)
	Aptitude	90(94,7)	80(97,6)	170(96,0)
	Self grade in high school	62(65,3)	53(64,6)	115(65,0)
	Suggestion by others	34(35,8)	28(34,1)	62(35,0)
	Etc	0(0,0)	1(1,2)	1(0,6)
Desirable information about department	School life of students	87(91,6)	76(92,7)	163(92,1)
	Employment of graduates	74(77,9)	71(86,6)	145(81,9)
	Curriculum	36(37,9)	34(41,5)	70(39,5)
	International exchange	37(38,9)	21(25,6)	58(32,8)
	Voluntary service	29(30,5)	21(25,6)	50(28,2)
	Information of professors	22(23,2)	23(28,0)	45(25,4)
Desirable Methods to deliver the information about department	Meetings with students	55(57,9)	49(59,8)	104(58,8)
	Consolidation of content in department homepage	60(63,2)	41(50,0)	101(57,1)
	Provision of information to high school teachers or entrance exam business	47(49,5)	45(54,9)	92(52,0)
	Meetings with professors	44(46,3)	35(42,7)	79(44,6)
	Meetings with graduates	34(35,8)	39(47,6)	73(41,2)
	Exposure of information to Portal site	27(28,4)	23(28,0)	50(28,2)
	Provision of information to individuals	16(16,8)	13(15,9)	29(16,4)

Table 3. Factors affecting on college selection by the first priority

Unit : N(%)

Variables	Classification	Early admission	Regular admission	Total	p
Reasons of going to college		n=94	n=82	n=176	0,032*
	Employment security	30(31,9)	15(18,3)	45(25,7)	
	Learning of liberal art	27(28,7)	24(29,3)	51(29,1)	
	Pursuit of truth	25(26,6)	18(22,0)	43(24,5)	
	Suggestion by others	12(12,8)	24(29,3)	36(20,6)	
Channels affecting on college selection		n=88	n=70	n=158	0,065
	College homepage	33(37,5)	24(34,3)	57(36,1)	
	College brochure	17(19,3)	6(8,6)	23(14,6)	
	Portal site searching	17(19,3)	8(11,4)	25(15,8)	
	Entrance exam business brochure	8(9,1)	9(12,9)	17(10,8)	
	Entrance exam business homepage or web log	4(4,5)	8(11,4)	12(7,6)	
	Entrance exam fair	8(9,1)	9(12,9)	17(10,8)	
Newspaper, TV, Radio	1(1,1)	6(8,6)	7(4,3)		
Persons affecting on college selection		n=95	n=81	n=176	0,076
	Parents	26(27,4)	32(39,5)	58(33,0)	
	Teachers	10(10,5)	13(16,0)	23(13,1)	
	Friends, Seniors	25(26,3)	11(13,6)	36(20,5)	
	College staffs	27(28,4)	15(18,5)	42(23,9)	
	Siblings, relatives	6(6,3)	9(11,1)	15(8,5)	
Etc	1(1,1)	1(1,2)	2(1,1)		

*p<0,05 by chi-square test

Table 4. Factors affecting on department selection by the first priority

Unit : N(%)

Variables	Classification	Early admission	Regular admission	Total	p
		n=95	n=82	n=177	
Reasons applying to department of dental hygiene	Employment security	37(38,9)	32(39,0)	69(39,0)	0,635
	Aptitude	54(56,8)	42(51,2)	96(54,2)	
	Etc	4(4,3)	8(9,7)	12(6,8)	
Desirable information about department	School life of students	41(43,2)	30(36,6)	71(40,1)	0,794
	Employment of graduates	34(35,8)	37(45,1)	71(40,1)	
	Curriculum	7(7,4)	5(6,1)	12(6,8)	
	International exchange	7(7,4)	4(4,9)	11(6,2)	
	Etc	6(6,3)	6(7,4)	12(6,8)	
Desirable Methods to deliver the information about department	Meetings with students	32(33,7)	17(20,7)	49(27,7)	0,013*
	Consolidation of content in department homepage	25(26,3)	24(29,3)	49(27,7)	
	Provision of information to high school teachers or entrance exam business	13(13,7)	12(14,6)	25(14,1)	
	Meetings with professors	14(14,7)	10(12,2)	24(13,6)	
	Meetings with graduates	5(5,3)	16(19,5)	21(11,9)	
Multiple application department	Etc	6(6,4)	3(3,7)	9(5,1)	0,010** 0,000*** 0,000*** 0,000*** 0,001*** 0,000*** 0,000*** 0,000*** 0,000*** 0,000***
	Dental Hygiene	57(60,0)	34(41,5)	91(51,4)	
	Nursing	22(23,2)	48(58,5)	70(39,5)	
	Health	21(22,1)	48(58,5)	69(39,0)	
	Language	11(11,6)	41(50,0)	52(29,4)	
	Natural Science	17(17,9)	35(42,7)	52(29,4)	
	Education	7(7,4)	38(46,3)	45(25,4)	
	Engineering	10(10,5)	46(56,1)	56(31,6)	
	Business	8(8,4)	39(47,6)	47(26,6)	
	Welfare	1(1,1)	44(53,7)	45(25,4)	
Etc	3(3,2)	43(52,4)	46(26,0)		

*p<0,05, **p<0,01, ***p<0,001 by chi-square test

총괄 및 고안

대학선택은 고등학교를 졸업하고 형식적인 교육을 계속할 것인가의 열망을 발전시키고, 어떤 특성의 고등교육기관에 입학할 것인가를 결정하는 복합적인 다단계 과정으로 정의하고 있다¹²⁾. 현재 우리나라의 대학은 수요자의 감소로 인해 학생이 대학을 선택함에 있어서 판매자 중심의 시장이 아닌 구매자 중심의 시장으로 전환되었다⁶⁾. 이러한 교육환경에서 대학교육은 고객을 위한 서비스로 인식하여 공급자 중심의 교육에서 수요자 중심의 교육으로 변화시키고자 논의가 이루어져 왔다⁵⁾.

대학진학동기로 Yamashita¹³⁾의 연구에서는 요인분석을 통해 모라토리엄 기능, 지식·기술·자격의 취득, 인생을 즐김, 부모나 가족의 추천, 자유와 독립성, 학문능력의 부족으로 요인을 추출하였으며 유¹⁴⁾는 요인분석을 통해 모라토리엄 기능, 전문적 기능, 부수적 기능, 취업과 진로, 독립과 자유,

가족 권유, 학문적 기능으로 분류하였다.

치위생(학)과는 치과위생사 면허를 취득하고 졸업 후 대부분이 치과위생사로 취업을 하여 장래의 직업이 결정되어 있는 보건의료계열의 학과이다. 다중응답 설문에서는 조사대상자의 96% 이상이 안정된 취업, 졸업 후 취업전망을 대학, 학과 입학동기로 응답하였다(Table 1). 그러나 일순위에서는 정시지원자는 경험과 교양 습득, 주위권유에 대한 응답 순이었고 수시지원자는 직업의 안정성, 경험과 교양 습득순으로 응답하였다(Table 3). 학과 입학동기에 있어서도 다중응답에서는 직업의 안정성에 대한 응답이 높았으나(Table 2), 일순위에서는 정시와 수시 지원자 모두가 적성과 흥미에 대한 응답이 가장 높았다(Table 4). 이는 이전의 논문들과 다른 결과를 보여주는데, 김과 임¹⁵⁾은 치위생과 재학생의 입학동기로 취업 용이가 48%로 가장 많았고 김 등¹⁶⁾은 재학생의 입학동기로 취업 용이가 51,3%를 차지하였으며 장 등¹⁷⁾은 치위생과 지원동기로 취업 60,2%를 보고하였다. 정과 장¹⁸⁾은 3년제 학생은 취업률 고려 63,1%, 주위 권유 27,7%, 적성 고려

6.9% 이었고, 4년제 학생은 취업률 고려 64.9%, 주위권유 17.3%, 수능성적 고려 9.1%이었다. 이는 최근 청소년 진로교육의 강화에 따른 차이일 수도 있으며 비교 논문들과의 표본의 차이 또는 설문조사 시점의 차이 때문일 수도 있다.

본 조사에서는 대학 지원시 가장 많이 활용하는 매체로 다중응답에서 대학홈페이지, 대학 입시안내책자, 포털사이트 검색 등 순으로 나타났으나 대학지원 영향인물로는 부모, 교사, 친구나 선배 순으로 나타났다(Table 1). 그러나 일순위에서는 수시지원자의 경우 대학 교직원에 대한 응답이 가장 많았고, 정시지원자의 경우 대학 교직원에 대한 응답이 두 번째로 많았다. 이는 7대학의 고교 입학설명회나 학과 초청 행사 등 교직원에 의한 학생대상 면대면 홍보가 대학 홍보 중 많은 비중을 차지하고 있어서 특이하게 나타난 현상일 수 있다(Table 3). 성과 조⁸⁾는 수험생들이 대학 지원 시 가장 많이 활용하는 매체는 대학 홈페이지 93.8%, 인터넷 포털 게시판 86.7%, 입시 정보 웹사이트 86.2%, 학교 홍보책자 77.3%, 진학지도교사 89.5%, 부모나 친척 88.8%, 친구나 선배 87.15%, 공동 입시설명회 64.4%, 고교 방문 설명회 56.9%이었다. 5점 리커트 척도에서는 가장 도움이 된 채널이 학교 홈페이지 3.48, 포털 게시판 3.39, 친구나 선배 3.27, 진학지도교사 3.17, 부모나 친척 3.13이었다고 하였다⁹⁾.

김 등¹⁰⁾은 학과 정보 습득 경로는 인터넷 30.8%, 대학 모집요강 28.1%, 선배나 교사 24.0% 순으로 나타났고 김과 임¹⁵⁾은 학과정보 습득경로는 인터넷이 28.8%로 가장 많았다고 하였으며, 본 연구에서도 입시정보 습득경로나 학과 희망정보 제공방법 등이 인터넷을 통한 접근이 상위권을 차지하고 있다. 그럼에도 불구하고, Table 2에서와 같이 지원자들은 재학생과의 간담회 등 면대면 커뮤니케이션 또한 선호하고 있다.

최근에는 인터넷이 주요 대학 홍보매체로 등장하였지만, 일방적 정보제공보다는 컴퓨터를 이용한 잠재적인 타겟과 초기에 장기적인 관계를 맺고 개인적인 관계를 맺는 것이 중요한 요소라고 하였다⁹⁾. 정과 김¹⁶⁾의 연구 결과에서도 대학의 제반 커뮤니케이션 활동은 대학 선택에 매우 중요한 요인으로 작용하며 김²⁰⁾은 대인 커뮤니케이션 채널, 인터넷 홈페이지 등이 대학선택의 영향요인이며 특히 대인접촉을 통한 정보는 대학 평가에 긍정적으로 나타난다고 하였다. 김과 정¹¹⁾은 일선고교방문, 학교교사를 통한 입시 전략이 한계가 있다고 하였으므로, 인터넷을 이용한 대인 커뮤니케이션을 이용한다면 학과 홍보에 많은 도움이 될 것으로 보인다.

본 조사에 따르면 수시 지원자와 정시 지원자는 입시 홍보에 관한 다른 관점을 보여주고 있다. 수시지원자의 경우 면대면 커뮤니케이션을 더 선호하는 경향을 띠고 복수 지원학과로도 치위생학과를 지원하는 경향이 많다. 따라서 수시 지원

자의 경우 타 학교의 동일학과와 경쟁하여야 하므로 대인 홍보를 통한 학교에 관한 홍보가 중요할 것으로 보이며, 정시 지원자의 경우 간호학과, 타 보건계열 학과 등 타 학과 지원이 두드러지고 대학진학동기에서도 차이를 보이므로 학과에 관한 홍보를 진행하는 것이 효율적일 것으로 보인다. 최근에는 대학의 명성도 중요하지만 대학의 발전성, 자기계발, 국제화 프로그램, 장학금 등도 고려하여 대학에 지원하고 있기 때문에 지방 소재 대학들의 경우 이러한 장점을 홍보하는 것을 추천한다³⁾.

본 조사는 지방에 위치한 일개 대학교에 지원한 한정된 대상자들을 대상으로 한 연구이므로 다분히 일개 대학교의 특성이 반영되었고 타 대학에 직접적인 정보를 제공해 줄 수 없는 한계점을 가진다. 또한, 대학 진학한 후에 자신들이 내린 결정에 대한 어느 정도 확신을 갖고 만족하느냐는 대학등록 관리의 차원에서 중요한 문제이나 대상자의 한계로 이러한 부분은 조사되지 않았다.

대학이 우수한 교육서비스를 제공하면 학생은 이에 만족하여 대학에 우호적인 이미지를 갖게 되고 질적으로도 우수한 제품이 되어서 다시 이 인력이 기업 및 일반 공중에 제공하는 제품이 될 경우, 이들의 능력을 통해 기업이나 일반 공중으로부터 우호적인 이미지와 지지를 획득할 수 있으므로⁵⁾, 졸업생에 대한 기업이나 공중의 이미지와 지지 또한 조사가 되어야 대학정원관리에 관한 총체적인 로드맵을 설정할 수 있을 것으로 보인다.

결론

2013년도 일개 대학교 치위생학과에 지원한 면접대상자 중 본 조사에 동의한 177명을 대상으로 하여 대학선택요인, 대학 지원영향 매체 및 인물, 학과 지원이유, 학과 관련 희망정보, 희망 정보제공방법 등을 조사하여 치위생학과 지원자의 대학 진학과 학과 선택에 미치는 영향요인을 분석하였다. 그 결과,

1. 대상자 중 96.0%가 안정된 직업 가능성을 이유로 대학에 진학하였으며, 대학선택요인에 있어서도 93.8%가 취업률을 고려하였으며, 대학지원 영향매체로는 대학 홈페이지를 가장 많이 이용하고 대학지원 영향인물로는 부모가 가장 많았다.
2. 치위생학과 관련 정보로는 재학생의 학교생활(92.1%)과 졸업생의 진로상황(81.9%)을 제공해주기 희망하고, 제공방법으로는 재학생과의 간담회(58.8%)나 학과 홈페이지 내용강화(57.1%)를 가장 우선하였다.
3. 수시 지원자와 정시 지원자의 경우 대학진학동기

($p=0.032$), 학과관련 정보제공 희망방법($p=0.013$), 복수 지원학과 ($p<0.01$) 등에서 차이를 보였다.

따라서, 대학 및 학과 홍보 시 인터넷을 이용한 매체의 활용도를 높이고 이를 통한 대인 커뮤니케이션을 확대하고, 정시 지원자의 경우 치위생학과 이외의 학과에 복수지원하는 경우가 많으므로 학과 홍보 비중을 높이는 것이 효율적일 것으로 사료되었다.

References

1. http://news.chosun.com/site/data/html_dir/2013/10/18/2013201800243.html.
2. Ham BS. Vocational college self-reform in the field. 1st ed. Seoul: Samsung Economic Research Institute; 2008: 13.
3. Ha JJ, Moon JY. A study on the effects of the effect of university advertising and realization on to apply and choice university. J Korean Soc Qual Manag 2013; 41(1): 69-78.
4. Choi DC, Lee KO. A study about construction of marketing model on university education service. J Global Scholars of Marketing Science 2000; 6(1): 339-66.
5. Lee KC. A study on the effect of evaluative criteria in college education service quality, student satisfaction and behavioral intention[Doctoral dissertation]. Seoul: Univ. of SangMyung, 2005.
6. Ko KS. An empirical study on factors affecting the university image with major focus on private universities in the pusan area. Theses Collection 1992; 10(1): 465-532.
7. Kim HJ. The research about university PR to media: Focused on the cover style of local newspaper for university news release. J Communication Science 2006; 6(3): 141-78.
8. Sung MJ, Cho JS. The analysis of students' media usage in the university selection process: An integrated communication perspective. J Kor Advertising and Public Relation 2007; 9(2): 207-43.
9. Burgess RM, Ponton MK, Weber MD. Student recruitment strategies in professional physical therapist education programs. J Physical Therapy Education 2004; 18(2): 22-30.
10. Son JJ. The factors influencing applicants choice or the local private universities in Korea. Kor J Higher Education 2002; 13(2): 49-73.
11. Kim JW, Jung HD. The study of the decision factors that affect college students to choose their physical education. Korea Sport Research 2005; 16(6): 891-900.
12. Hossler D, Braxton J, Coopersmith G. Understanding student college choice. Higher Education: Handbook of Theory and Research London: Springer; 1989: 231-88.
13. Yamashita T. Analyses of vocational motives and perspective of life events for college students. Psychologia 1996; 39(4): 231-8.
14. You HS. The motive of student who go on to the university and vocational motives : based on tourism-related university students. Tourism Research 2004; 19(1): 81-95.
15. Kim JS, Lim KO. Satisfaction with department selection and changes in a sense of employment among some students majoring in dental hygiene. J Korean Acad Dental Hygiene Education 2006; 6(2): 103-13.
16. Kim HJ, Lim KO, Kim YJ. A study of dental hygiene students on school subject degree of recognition before admission and satisfaction. J Korean Acad Dental Hygiene Education 2006; 6(2): 115-26.
17. Jang GW, Lee JY, Jeong MK. A study on motivation for major choice and major adaptation among some dental hygiene students. J Korean Soc Dent Hyg 2013; 13(2): 335-42.
18. Jung JA, Jang YJ. A study on attitude and satisfaction of the students in department of dental hygiene. J Korean Soc Dent Hyg 2011; 11(5): 649-57.
19. Jung HS, Kim YS. The effects of college promotion on positive image formation, competitive advantage perception, and college entry intention. J Marketing Management Research 2002; 7(3): 127-54.
20. Kim IS. The factors effecting on university image in high school students. J Public Relation Research 2000; 4(1): 41-60.