

전문대학 신입생들의 대학선택 영향 요인 분석을 위한 측정도구 개발

Development a Measurement Scale for Analysis on Factors Influencing College Choice of College Freshman's

김명은*, 장원석**

대원대학교 치위생과*, 대원대학교 물리치료과**

Myung-Eun Kim(1010kme@mail.daewon.ac.kr)*,

Won-Seok Jang(jinanwon@mail.daewon.ac.kr)**

요약

본 연구는 전문대학을 선택하는 과정에 영향을 미치는 요인을 파악하기 위한 측정도구를 개발하고자 시행되었다. 이를 위해 연구모형과 초기문항을 설정하였고 내용타당도와 1차 예비조사과정을 거쳤다. 문항의 타당도와 신뢰도 분석을 위해 충북 제천 소재의 일개 전문대학 신입생 230명을 대상으로 2차 예비조사를 실시하였으며 문항분석과 문항 신뢰도 분석, 주성분 분석을 이용한 요인분석, Cronbach's α 계수를 통한 도구의 신뢰도를 검증하였다. 분석결과 전체 변량의 68.37%를 설명하는 15요인(61문항)이 추출되었으며 속성에 따라 매체경로정보수집(4문항), 대학활동경로정보수집(3문항), 대학지원 및 환경(4문항), 교육관련(5문항), 의사결정영향인사(3문항), 교육품질(4문항), 교육서비스(5문항), 대학명성(3문항), 접근성(2문항), 개인상황(2문항), 매체광고(5문항), 대학프로모션(4문항), 온라인홍보(4문항), 인적홍보(3문항), 대학 이미지(10문항)로 분류되었다. 본 설문도구의 Cronbach's α 는 전체 0.916이었고 각 요인별로 0.694~0.878로 나타났다. 개발된 측정도구는 급격한 환경변화로 신입생 충원에 어려움이 많은 지방 전문대학의 정책적 전략 수립 시 필요한 기초자료 수집에 활용될 수 있을 것이라 생각된다.

■ 중심어 : | 대학선택 | 정보수집 | 정보제공 | 의사결정영향인사 | 대학홍보 | 대학이미지 | 도구개발 |

Abstract

The aim of this study was to develop scale of test taker to affect on process of selection of college. The study procedures were performed as follow : establish of study model, item generation, verification of content validity, 1st and 2nd pilot test and verification of construct validity and reliability. In order to verification of validity and reliability, 230 freshman were surveyed and the data were analyzed by mean, standard deviation, skewness, kurtosis, Pearson correlation, Verimax factor analysis and Cronbach's α . As result of factor analysis, the 15 factors(61 items) that explain 68.37% of the total variance were extracted and each factors were classified by attribution as follow : Information collection-mass media(4items), college activity (3items), support and environment(4items), education(5items), Influential person on decision making(3items), education quality(4items), education service(5items), reputation(3items), accessibility(2items), personal circumstances(2items), college's mass media(5items), promotion (4items), on-line(4items), person's PR (3items), College image(10items). Cronbach's α of total items was 0.916 and Cronbach's α of each factors were showed range between 0.694~0.878. Measurement scale of this study may be utilized to collect basic data be required to establish policy strategy of local college be faced with difficulty of admission recruitment.

■ keyword : | College Selection | Information Collection | Information Provision | Influential Person | College PR | College Image | Development of Scale |

접수일자 : 2016년 03월 08일

수정일자 : 2016년 04월 15일

심사완료일 : 2016년 04월 15일

교신저자 : 장원석, e-mail : jinanwon@mail.daewon.ac.kr

1. 서론

1. 연구의 필요성

2003년도부터 학령인구와 대학정원의 역전현상이 나타난 이후 대학 미충원율은 증가하는 추세에 있으며 이러한 경향은 더욱 심화되어 2030년에는 현 대학정원의 70%까지 줄어들 전망이다[1]. 이로 인해 오늘날 우리나라 대학은 저마다 학생유치에 치열한 경쟁을 벌이고 있다. 일류대학은 보다 우수한 학생 확보를 위하여, 그리고 지방 후발 대학은 신입생 정원 채우기와 재학생 유지관리에 신경을 쓰고 있다[2].

특히 전문대학의 경우 학령인구 감소, 수도권 대학 선호, 4년제 대학과 경쟁 그리고 신설대학의 지속적인 등장과 전문대학을 표방하는 전문학교 출현 등으로 인해 수도권 대학과 지방대학 간의 수요와 공급의 부조화가 발생함에 따라[3] 심각한 위기에 직면하고 있다.

대학의 위기는 통폐합 등을 권장하는 정부의 강력한 대학구조조정정책[4]과 대학 평가기준 강화[5], 대학의 주요 정보 공개[6]로 인한 대학 서열화 등으로 점점 더 어려운 상황에 처하고 있으며 이를 극복하기 위한 대학의 자구적인 노력이 요구되고 있다[5].

지방 소재 전문대학의 대외적인 환경은 더욱 어려운 상황에 직면하고 있으며 잠재 지방생들의 전문대학 기피 및 이탈현상이 초래되고, 수요와 공급의 부조화가 발생되어 일부 지방전문대학에서는 신입생 유치에 미달사태를 맞이하고 있는 실정이다[7-9].

지방 전문대학 입시 충원의 어려움은 가속화될 전망이다. 전국의 학령인구 추이를 통해 대학 입학자원 수를 예측해 본 결과 2020년과 2021년 사이에 급격한 감소를 나타내며 지난 10년 동안 4년제 일반 대학의 수는 점차 증가한 반면 전문대학의 수는 감소하였다[5]. 하[10]는 입시생 감소로 인해 일차적으로 2년제 전문대학이 정원 모집에 어려움을 겪게 되고, 다음으로 대외 이미지가 취약한 중하위권 4년제 대학들로 파급될 것이라고 하면서 입시생 유치를 위한 특단의 조치가 강구되지 않는다면 대학 존립이 불가능한 위기 상황까지 내몰릴 것이라고 하였고, 이[9]는 2년제 대학의 경우 대도시의 경쟁력이 강한 몇몇 대학을 제외하고는 정도의 차이

는 있겠으나 대부분이 정원미달을 겪을 것으로 예상된다고 하였다.

이러한 이유로 지방전문대학의 경우, 다양한 발전전략과 구조변화를 통해 교육환경을 향상시키고 내실을 기하는 등 지방전문대학의 한계를 극복하려는 노력과 함께 신입생 유치에 총력을 기울여야하는 이중의 노력을 하고 있다. 많은 지방전문대학들은 직접 학생들을 유치하기 위해 고등학교를 찾아다니며 대학홍보를 하고 있고, 잠재 고객과 진학상담교사를 대학에 초청하여 캠퍼스 투어를 실시하는 등 다양한 홍보활동을 수행하고 있다. 또한 학생을 고객으로 인식하는 마케팅적 접근방법을 실시하여 대학의 이미지를 향상시키는 노력을 하고 있다[3].

그러나 제한된 투자예산을 지닌 대학으로서는 효율적인 마케팅 활동을 전개함으로써 투자 대비 효과를 극대화하지 않으면 안 된다. 상업적인 기업들이 그들의 상품을 보다 효율적으로 판매하기 위하여 소비자의 욕구를 이해하고, 구매 행동을 분석하는 것이 매출이나 고객의 만족에 중요한 요인인 것처럼 대학을 탐색하는 과정에서 예비 대학생들의 구매행위를 분석하고 이에 대한 대응력을 제고함으로써 보다 효율적으로 학생들을 유치하고 나아가 대학의 존립문제에도 도움이 될 수 있을 것[10]이라는 관점에서 대학 선택 과정에서 학생들의 태도와 의식을 연구할 필요가 있다.

대학 선택에 영향을 미치는 요소들에 대한 다양한 연구가 이루어져 왔다. 하[10]는 대학 선택 기준 및 정보원의 영향을 연구하였고 이[9]는 대학선택과 관련된 심리 및 행동 특성을 연구하였으며 신[11]은 대학선택 과정에 미치는 영향요인을 남[12]과 정[13]은 각각 대학홍보활동 및 광고에 대해 연구하였다.

그러나 기존 연구는 대학 선택에 관한 단편적 연구로 대학 선택 결정의 전 과정에 관한 포괄적인 연구가 미비하고 특히 결정 후의 만족도에 대한 국내연구는 드문 실정이다.

이에 본 연구에서는 Kotler와 Fox[14]의 대학 선택 모형을 바탕으로 지방 전문대학을 선택하는 학생들이 대학을 선택하는 과정과 결정 후 만족도에 대한 태도와 인식을 파악하기 위한 설문도구를 개발하여 전문대학

의 입시 전략을 수립하는 데에 기초자료로 제공하고자 한다.

2. 연구의 목적

본 연구의 목적은 대학 선택 과정을 소비자의 구매과정에 대입시킨 Kotler와 Fox의 모형을 바탕으로 지방 전문대학을 선택하는 학생들이 대학을 선택하는 과정에 영향을 미치는 요인을 파악하기 위한 설문도구를 개발하기 위함이다.

라 분류하였다.

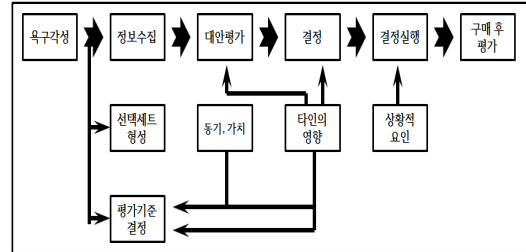


그림 2. Kotler & Fox의 대학선택 결정 모형

II. 연구방법

설문도구 개발 단계는 [그림 1]과 같다.

1단계	개념기틀마련	→	연구모형을 기반으로 설문 문항 분류 기준 설정
2단계	문헌고찰	→	관련 문헌 고찰
3단계	전문가 의견수렴	→	전문가(7명)를 대상으로 개방형 설문조사 시행
4단계	초기 문항 구성	→	1단계와 2단계를 통한 설문문항 구성
5단계	내용타당도 검증	→	초기문항에 대한 전문가(7명) 의견 (4개 기준, 4점 척도)
6단계	예비조사	→	신입생(46명)을 대상으로 설문도구 평가(4개 기준, 4점 척도)
7단계	타당도 검증	→	신입생(230명)을 대상으로 문항 분석, 구성타당도 검증
8단계	신뢰도 검증	→	신입생(230명)을 대상으로 문항적 내적 일치도 계수

그림 1. 설문도구 개발 단계

1. 개념기틀마련 및 문헌고찰

도구 개발 첫단계로 연구모형을 수립하였다. 연구모형은 Kotler와 Fox의 연구모형을 기본으로 하였다. 이 모형은 대학선택 과정을 소비자의 구매과정에 대입시킨 것으로 학생들의 대학 선택 결정은 복잡한 의사결정 단계를 거치며, 대학 선택 후 등록에서 끝나는 것이 아닌 사후 과정을 모형에 포함시켰다는 것이 특이적인 부분이다[14]. 이에 따라 본 연구에서는 Kotler와 Fox의 연구모형을 기본으로 정보관련, 대학선택, 의사결정영향인사, 대학홍보, 대학 이미지 총 5가지의 설문문항 분류 기준을 마련하였고[그림 1], 이 중 정보 관련은 정보 수집경로와 정보제공 2가지 속성으로 나누어 총 6가지 분류 기준을 마련하였으며 문헌검색을 통해 수집된 설문 문항을 검토하여 본 연구의 설문문항 분류기준에 따

2. 전문가의견 수렴 및 초기문항 구성

7명의 전문가를 대상으로 6가지 분류 기준에 관한 개방형 설문조사를 실시하였다. 전문가는 박사학위 소지자의 5년 이상의 전문대학 전임교수로 내부 전문가 4명, 외부 전문가 3명으로 구성하였다.

초기(1차)문항은 1단계의 문헌고찰과 2단계의 전문가 의견을 취합, 정리하였으며 이 중 중복, 유사, 부적합한 항목을 수정, 삭제, 병합하여 구성하였다.

3. 내용타당도 검증

초기문항에 대한 내용타당도 검증은 7명의 전문대학 전임교수로 구성된 전문가에 의해 수행되었다.

각 문항에 대한 '적합성', '용어 이해도', '표현의 모호함', '추천여부'의 4가지 기준에 대해 '전혀 그렇지 않다', '그렇지 않다', '그렇다', '매우 그렇다'의 4점 Likert 척도로 표기하도록 하였다. 결과 값은 '전혀 그렇지 않다'와 '그렇지 않다'는 0점, '그렇다'와 '매우 그렇다'는 1점으로 환산하였으며 평균값 0.8점과 Kappa값 0.4점을 기준으로 평가하였다. 평가 후 적합성과 추천여부에 대한 평균값과 Kappa값이 미달인 항목은 제외하였으며, 용어 이해도와 표현의 모호함의 평균값과 Kappa값이 미달인 항목은 수정 및 보완 수행하였다.

4. 예비조사

2015년 3월 3일부터-3월 4일까지 충북 제천 소재 일개 전문대학교 신입생 중 학과별 2명씩 총 46명을 대상으로 내용타당도를 거친 설문지에 대한 예비조사를 실

시하였다. 예비조사는 각 문항에 대한 ‘이해 가능성’, ‘단어 해석 가능성’, ‘표현의 명확성’, ‘문장의 간결성’ 4가지 기준에 대해 4점 Likert 척도로 표기하도록 하였다. 결과 값은 전혀 그렇지 않다와 그렇지 않다는 0점, 그렇다와 매우 그렇다는 1점으로 환산하였으며 응답자의 평균값을 산출하였다. 이 중 0.8이상인 문항만을 선정하였고 이하의 문항들은 수정, 보완하였다.

5. 타당도 및 신뢰도 검증

전문가의 내용타당도 검증과 예비조사 결과를 거쳐 완성된 설문지를 이용하여 2015년 3월 10~13일까지 충북 제천 소재 일개 전문대학교 신입생 230명을 대상으로 설문조사를 실시하였다. 설문 전, 연구원이 직접 설문지에 대한 목적과 작성방법을 설명하였다. 설문지의 구성은 일반적 사항 9문항, 정보수집 39문항, 의사결정관련인사 7문항, 대학선택 19문항, 대학홍보 19문항, 대학 이미지 17문항이었으며 각 문항에 대해 ‘매우 그렇지 않다’, ‘그렇지 않다’, ‘보통이다’, ‘그렇다’, ‘매우 그렇다’의 5점 Likert 척도로 표기하도록 하였다.

5.1 타당도 분석

문항분석은 각 문항의 평균, 표준편차, 왜도, 첨도 및 문항-요인-전체 상관관계를 확인하였다. 평균 1.5~4.5 사이, 표준편차 0.75 이상일 때 수용 가능하다고 보았다. 왜도와 첨도 값이 $< \pm 2$ 이상인 경우와 상관관계 계수가 0.3이하인 경우 문항에서 제거하였다[15].

본 연구의 문항들이 요인분석이 가능한지 검증하기 위해 KMO와 Bartlett의 구형성 검정을 시행하였다. KMO값은 변수들 간의 상관관계가 다른 변수에 의해 잘 설명되는 정도를 나타내며 일반적으로 0.90이면 ‘상당히 좋음’, 0.80이상이면 ‘ 좋음’, 0.70이상이면 ‘적당’, 0.60 이상이면 ‘평범’, 0.50 이하는 ‘바람직하지 못한’ 것으로 판단한다[16]. Bartlett의 구형성 검정으로 변수간의 상관행렬이 단위행렬인지 검증하여 유의수준 $p < 0.01$ 에서 공통적인 요인이 하나도 존재하지 않는다는 귀무가설이 기각되는지 확인하였다[17]. 공통성 분석은 추출된 요인에 의해 설명되는 비율을 나타내는 것으로 공통성이 0.4미만이면 요인분석에서 제외하는 것이 좋다

고 판단하였고[15], 탐색적 요인분석은 고유값이 1 이상인 요인들을 추출하여 요인수를 결정하였고 추출된 요인에 대해 다시 verimax로 요인회전을 실시하여 항목 간의 수렴타당성을 유지하고 요인 간에 판별타당성을 유지할 수 있게 하였다[18].

5.2 신뢰도 검증

신뢰도 분석은 내적일관성에 따른 신뢰도 분석을 시행하였으며 Cronbach’s α 값을 산출하여 신뢰 수준을 확인하였다. Cronbach’s α 값이 0.6 이상인 경우 신뢰성이 있다고 간주하였다[17].

6. 분석방법

통계프로그램 SPSS 12.0을 이용하여 자료에 대한 분석을 시행하였다.

내용타당도와 예비조사 검정을 위한 분석과 문항분석을 위한 평균, 표준편차, 왜도, 첨도는 기술통계를 이용하였고, 문항-요인, 문항-전체의 상관관계는 유의수준 0.5에서 Pearson의 상관관계를 시행하였다. 또한 구인타당도 검정을 위해 KMO와 Bartlett의 구형성 검정을 시행하였고 요인 분석은 Varimax 요인 분석을 이용하여 설명 변량과 요인을 확인하였으며 신뢰도 분석은 Cronbach’s α 를 산출하였다.

III. 실증분석

1. 문항구성

문헌고찰을 통해 총 425문항을 추출하였고 [10][11][19-24], 전문가 의견 수렴을 통해 128문항을 추출하였으며 이 중 중복된 문항, 유사한 문항, 적합하지 않은 문항 등에 대해 병합, 수정, 삭제 등의 과정을 거쳐 130개의 초기문항을 설정하였다.

내용타당도 분석 결과에 따라 41문항이 초기 문항에 을 삭제했으며 1차 예비조사를 통해 문항을 수정 보완하여 총 89개의 문항을 설정하였다. 1차 예비조사는 총 46명을 대상으로 40명이 응답하여 87.0%의 응답률을 보였으며 이중 분석이 어려운 8부의 설문지를 제외한다

32부의 설문 분석 결과를 반영하였다.

2. 연구대상자의 일반적 사항

2차 예비조사는 230명을 대상으로 시행되었고 모두 응답하여 응답률 100%를 보였으며 이 중 분석이 불가능한 10부의 설문지를 제외한 220부의 설문지를 분석하였다[표 1].

표 1. 응답자의 일반적 특성

항목	빈도(%)
성별	
남자	79(35.9)
여자	140(63.6)
무응답	1(0.5)
대학전공계열	
공학계열	25(11.4)
자연과학계열	170(77.3)
인문사회계열	25(11.4)
출신고교계열	
특목고	4(1.8)
일반고	143(65.0)
자율고	3(1.4)
특성화고	66(30.0)
검정고시	4(1.8)
계	220(100)

응답자의 성별은 여자가 63.6%로 남자 35.9%에 비해 높았고 대학 전공계열은 자연과학계열이 77.3%로 가장 높은 응답비율을 나타냈다. 출신고교계열별로 일반고가 65.0%로 가장 많았고 그 다음으로 특성화고가 30.0%로 나타났다[표 1].

3. 문항분석

모든 문항의 평균값은 1.5~4.5로 수용가능한 것으로 판단하였다. 표준편차는 대학이미지 문항 7과 8을 제외한 문항에서 0.75이상의 값을 나타냄에 따라 해당 문항을 제외한 문항이 수용가능하다고 판단하였고, 웨도와 첨도는 대학홍보 문항 16과 대학이미지 6, 9, 14를 제외한 문항이 $< \pm 2$ 이상의 값을 나타내어 수용가능하다고

판단하였다[표 2].

문항의 변별도를 판단하기 위해 실시한 상관관계 결과 정보수집 문항 4, 5, 7, 8, 9, 11, 12, 13과 대학선택 문항 6, 18, 의사결정영향인사 문항 1, 5, 7, 대학 이미지 문항 6, 8, 9를 제외한 문항에서 양호한 상관관계를 나타냈으며 분석 결과에 따라 70문항이 설정되었다[표 2].

4. 문항 신뢰도 분석

분석결과 정보수집 문항 10과 의사결정영향인사 문항 6, 대학 이미지 문항 5, 11의 값을 제거했을 때 신뢰도가 증가하는 것으로 나타났으며 이에 따라 해당 문항을 삭제하였다[표 3].

5. 구성 타당도 분석

KMO의 표본 적절성 측정치는 0.745로 적절한 것으로 판단되었다. Batlett의 구형성 검정 검증 결과 6467.383으로 공통적인 요인이 하나도 존재하지 않는다는 귀무가설을 기각하는 것으로 나타났다($p=0.000$). 공통성 분석 결과 모든 항목이 0.4 이상의 값을 나타냄으로써 요인분석에 적용하였다[표 4].

66문항의 요인분석을 실시한 결과 정보제공 문항 6, 7, 대학 선택 문항 19, 대학 홍보 문항 1, 2, 총 5문항은 본 연구에서 설정한 모형에 적합하지 않아 삭제하였다. 61문항에 대한 요인분석을 재실시하여 전체 변량의 68.37%에서 설명되는 15개 요인을 얻었으며 [표 5]와 같이 요인을 구분하였다.

6. 설문지의 신뢰도 검증 결과

분석결과 대학선택-개인상황을 제외하고는 모든 변수에서 0.7~0.8의 값을 나타냄으로써 신뢰성을 갖추었으며 대학선택-개인상황의 값은 0.694로 본 연구의 판정 기준인 0.6 이상을 충족하여 신뢰하다고 판단하였다 [표 6].

표 2. 각 문항에 대한 문항분석

구분	문항	평균	표준 편차	왜도	첨도	상관관계	구분	문항	평균	표준 편차	왜도	첨도	상관관계
정보수집	1. 입시 책자	3.26	1.00	-.155	-.422	.367**	정보수집	1. 본인	4.16	0.86	-.763	.048	.118
	2. 홍보용 책자	3.24	0.98	-.297	-.496	.383**		2. 고교 선생님	3.03	1.04	-.201	-.645	.363**
	3. 교내 게시판	2.78	1.03	.160	-.577	.348**		3. 가족	2.69	1.08	.054	-.864	.349**
	4. 입시정보사이트	3.15	1.09	-.186	-.710	.263**		4. 친구	2.80	0.93	-.280	-.518	.399**
	5. 인터넷 검색	3.65	0.97	-.491	-.231	.297**		5. 해당 대학의 지인	3.65	0.87	-.657	.726	.205**
	6. 대학 홈페이지	3.68	0.89	-.464	.119	.400**		6. 지인	2.37	0.88	.008	-.558	.353**
	7. 인터넷 커뮤니티	2.68	1.12	.126	-.806	.277**		7. 대학 교수	2.77	1.03	.008	-.589	.110
	8. 방송매체	2.07	0.85	.634	.401	.199**		1. 홍보용 책자	3.56	0.97	-.430	.047	.517**
	9. 지하철역 광고	1.95	0.87	.862	.911	.176**		2. 진학관련 잡지	3.39	0.88	-.196	.128	.578**
	10. 고교 선생님	3.21	1.16	-.162	-.906	.308**		3. 교내 게시판	3.59	0.88	-.388	.191	.564**
	11. 친구	3.13	1.04	-.283	-.495	.187**		4.입시 사이트 배너	3.51	0.96	-.391	.047	.516**
	12.해당 대학의 지인	2.83	1.19	.074	-.919	.204**		5. 대학 홈페이지	3.65	0.93	-.460	.131	.495**
	13. 가족	2.79	1.07	.087	-.768	.218**		6. 인터넷	3.68	0.90	-.482	.234	.455**
	14. 대학 관계자	2.54	1.04	.449	-.374	.351**		7. 스마트폰	3.58	1.00	-.250	-.560	.453**
	15. 입시설명회	2.75	1.21	.143	-.975	.319**		8. 방송매체	3.30	0.95	-.221	.030	.404**
	16. 입시 박람회	2.31	1.01	.412	-.571	.303**		9. 지하철 광고	3.22	0.95	-.127	-.113	.447**
정보제공	1. 모집관련 정보	3.69	0.77	-.066	-.077	.344**	대학홍보	10. 버스 내 광고	3.42	0.95	-.247	-.049	.557**
	2. 학과 소개	3.72	0.78	-.418	.257	.395**		11. 전광판 광고	3.30	0.98	-.244	-.162	.435**
	3. 부속기관 소개	3.24	0.82	.100	-.356	.379**		12. 극장광고	3.16	1.05	-.302	-.279	.320**
	4. 장학제도	3.80	0.77	-.312	.169	.360**		13. 홍보 동영상	3.30	1.00	-.314	.053	.353**
	5.외관/캠퍼스 사진	3.32	0.89	-.245	.066	.393**		14. 입시 설명회	3.78	1.04	-.639	-.044	.371**
	6. 입시 설명회 동영상	2.80	0.85	-.437	-.113	.326**		15. 입시 박람회	3.52	1.01	-.467	-.047	.402**
	7. 홍보 동영상	2.99	0.93	-.190	-.031	.331**		16. 고교 교사 소개	3.64	0.92	-.355	-.036	.409**
	8. 취업관련 정보	3.72	0.94	-.728	.676	.351**		17. 가족 소개	3.41	0.90	-.059	-.126	.352**
	9. 편의시설관련	3.44	0.93	-.462	-.099	.438**		18. 친구 소개	3.13	0.88	-.171	.138	.355**
	10. 혜택 관련	3.46	0.92	-.234	-.205	.360**		19. 출신고교 선배	3.47	0.98	-.274	-.182	.470**
	11. 통학 안내	3.63	0.99	-.517	.026	.341**		1. 전반적으로 만족	3.51	0.75	.106	-.285	.366**
	1. 대학 인지도	3.36	0.90	-.200	-.084	.317**		2. 타인에게 추천	3.26	0.76	.144	.345	.468**
	2. 대내외적 평가	3.36	0.87	.009	-.345	.477**		3. 관심이 많다	3.35	0.77	-.024	.224	.390**
	3. 비전.발전가능성	3.75	0.86	-.643	.533	.499**		4. 사회적 평판 우수	3.06	0.75	.092	.684	.395**
	4. 대학 위치	3.23	0.94	-.167	-.185	.437**		5. 잘 알고 있는 편	3.04	0.75	.340	.962	.362**
	5. 통학의 편리함	3.84	0.92	-.849	.803	.387**		6. 취업이 잘 된다	3.41	1.50	10.19	132.1	.177**
	6. 대학의 규모	3.19	0.93	.132	-.104	.295**		7. 편입이 용이하다	3.25	0.67	.695	1.362	.348**
	7. 교육환경과 시설	3.73	0.77	.028	-.579	.417**		8. 자격증,면허증 취득이 용이하다	3.53	0.71	.263	-.287	.316**
	대학선택	8. 해외 연수	3.34	0.98	.010	-.336		.466**	대학이미지	9. 교육여건이 우수	3.55	2.24	12.79
9. 우수한 교수 확보		3.52	0.91	-.104	-.400	.467**	10. 교수진이 우수	3.68		0.75	0.98	-.153	.412**
10. 학과 질적 수준		3.69	0.79	.010	-.547	.508**	11. 교풍이 편리하다	3.02		1.09	-.144	-.496	.326**
11. 학과의 명성		3.58	0.88	-.067	-.482	.431**	12. 장학제도가 다양	3.37		0.82	.115	.006	.379**
12.취업률/취업전망		4.30	0.75	-.752	-.199	.387**	13. 학생복지가 우수	3.33		0.80	.147	.402	.398**
13. 등록금		3.92	0.84	-.276	-.692	.329**	14. 교수, 직원 친절	3.81		0.81	-.156	-.3.22	.474**
14. 장학제도		4.05	0.80	-.296	-.859	.437**	15. 강의에 만족한다	3.71		0.79	.073	.650	.407**
15. 학생복지		3.81	0.87	-.166	-.615	.418**	16. 학과 친구관계에 만족	3.82		0.78	-.078	-.629	.401**
16. 합격가능성		3.99	0.85	-.384	-.647	.386**	17. 교수와의 관계 만족	3.72		0.81	-.082	-.044	.357**
17. 자신의 적성		4.10	0.81	-.497	-.475	.310**							
18. 인적 네트워크		3.64	0.89	-.611	.459	.244**							
19. 주변인의 권유		3.22	0.91	-.308	.381	.398**							

*p<0.05 by pearson's correlation analysis
 **p<0.01by pearson's correlation analysis

표 3. 문항 신뢰도 검증을 위한 Cronbach's α 계수

문항	문항제거시 신뢰도 계수		문항	문항제거시 신뢰도 계수	
	전체	속성		전체	속성
C 1	.923	.697	S 1	.923	.878
C 2	.923	.683	S 2	.923	.875
C 3	.924	.711	S 3	.922	.871
C 6	.922	.735	S 4	.924	.881
C 10	.924	.743	S 5	.923	.878
C 14	.924	.721	S 7	.923	.873
C 15	.924	.694	S 8	.923	.874
C 16	.924	.711	S 9	.923	.872
Inf 1	.924	.827	S 10	.921	.872
Inf 2	.923	.819	S 11	.922	.875
Inf 3	.923	.812	S 12	.922	.876
Inf 4	.923	.813	S 13	.924	.876
Inf 5	.923	.805	S 14	.923	.873
Inf 6	.924	.823	S 15	.923	.873
Inf 7	.923	.822	S 16	.923	.875
Inf 8	.923	.807	S 17	.923	.877
Inf 9	.923	.809	S 19	.923	.881
Inf 10	.923	.804			
Inf 11	.923	.821			
C : α (n=8)		.741	S : α (n=17)		.882
Inf : α (n=11)		.829			
.924 (n=70)					

문항	문항제거시 신뢰도 계수		문항	문항제거시 신뢰도 계수	
	전체	속성		전체	속성
PR 1	.922	.874	E 2	.924	.494
PR 2	.922	.871	E 3	.924	.470
PR 3	.922	.868	E 4	.924	.465
PR 4	.922	.869	E 6	.924	.721
PR 5	.923	.875	Im 1	.924	.852
PR 6	.923	.871	Im 2	.923	.849
PR 7	.923	.872	Im 3	.923	.854
PR 8	.923	.871	Im 4	.924	.859
PR 9	.923	.870	Im 5	.924	.869
PR 10	.922	.867	Im 10	.924	.862
PR 11	.923	.869	Im 11	.924	.873
PR 12	.923	.873	Im 12	.923	.855
PR 13	.923	.872	Im 13	.923	.853
PR 14	.923	.871	Im 15	.923	.858
PR 15	.923	.872	Im 16	.924	.854
PR 17	.924	.874	Im 17	.924	.856
PR 18	.924	.876			
PR 19	.923	.872			
PR : α (n=18)		.878	E : α (n=4)		.624
			Im : α (n=12)		.868
.924 (n=70)					

Im : 대학이미지, PR : 홍보 S : 대학선택, Inf : 정보제공, C : 정보수집, E : 의사결정영향인사

표 4. 측정항목의 타당성 검정

	성분							
	1	2	3	4	5	6	7	8
Im 2	.809	.014	-.073	.064	.109	.221	.140	-.035
Im 1	.777	-.072	.055	-.091	.062	-.038	.045	.085
Im 3	.729	-.007	.026	.162	.079	.116	.220	-.071
Im 12	.659	.016	.263	-.013	-.067	.111	.059	-.050
Im 13	.655	.041	-.013	-.059	-.137	.125	-.016	.202
Im 4	.651	.119	-.107	.276	-.040	.005	-.007	-.136
Im 16	.644	-.064	.174	-.033	-.077	-.035	-.078	.131
Im 17	.619	.083	.081	.012	-.020	-.097	-.163	.192
Im 10	.594	.148	.083	.012	.078	.004	.114	.075
Im 15	.576	.031	.017	-.066	.138	.129	-.186	.061
PR 11	.013	.817	.065	-.027	.055	.144	.077	.045
PR 10	.141	.769	.216	-.048	.055	.068	.070	.119
PR 9	.063	.763	.150	.178	-.037	.076	-.069	-.020
PR 12	-.167	.725	-.098	.200	.058	.146	-.023	-.060
PR 8	.041	.677	-.089	.166	.047	.113	.026	.075
S 9	.069	.100	.785	.010	.188	-.039	-.002	.081
S 10	.154	.009	.740	.013	.229	.092	.106	.105
S 8	.067	.028	.685	.045	.232	.090	-.018	.187
S 11	.035	.123	.604	.173	.122	.171	.017	-.051
Inf 10	.057	.233	.011	.777	.171	-.042	-.085	.193
Inf 9	.053	.105	.108	.731	.045	.052	-.042	.152
Inf 5	-.056	-.019	.048	.700	-.028	.156	.178	.246
Inf 11	.091	.021	.095	.578	.237	-.238	.154	.137
S 13	-.044	-.032	.130	.081	.768	.155	-.021	.046
S 14	.043	.093	.354	.209	.710	.044	-.012	.134
S 12	.151	.080	.196	.006	.602	.007	.149	.174
S 15	-.031	.141	.365	.163	.570	.032	-.063	.004
S 7	.054	.024	.391	.121	.444	-.155	.081	.070
PR 15	.101	.085	.134	.039	-.019	.792	.011	-.009
PR 14	.067	.065	.005	-.047	.079	.780	.074	.110
PR 13	.101	.304	.004	-.055	.080	.717	.002	.009
PR 3	.201	.124	.193	.144	-.036	.487	.360	.005
C 1	.046	-.019	.051	-.006	.065	.079	.858	.215
C 2	.053	-.017	.028	.044	.014	.046	.848	.163
C 3	.092	.291	.115	.003	-.276	-.044	.500	-.021
C 6	.183	.017	-.140	.192	.211	-.012	.440	.031
Inf 2	.098	.011	.198	.163	.038	.120	.299	.693
Inf 3	.032	.028	.161	.285	-.013	-.045	-.069	.618
Inf 4	.014	.035	.014	.337	.195	-.035	.068	.572
Inf 1	.042	.055	.019	.143	.122	.074	.329	.551
Inf 8	.065	.227	.052	.348	.236	-.025	.158	.496
S 2	.117	.028	.290	.060	.089	.026	.139	.113
S 1	-.016	.046	.197	-.014	.061	-.020	-.005	.069
S 3	.105	.025	.298	.185	.194	.048	.177	.132
PR 6	.086	.277	.061	.114	.118	.136	-.006	.130
PR 4	.054	.227	.097	.224	.164	.281	.166	-.015
PR 7	.164	.385	.074	-.104	.170	-.051	-.060	.277
PR 5	.242	-.055	-.055	.233	.198	.322	.277	.030
E 3	.123	.080	.013	.026	.077	.016	-.036	.003
E 4	.094	.164	.156	.080	.030	.019	.041	.018
E 2	-.108	.057	-.009	.054	-.106	.000	.105	-.050
C 16	.065	.142	.247	.151	-.089	.168	.082	-.116
C 15	.056	.013	.064	.130	.026	.174	.281	-.037
C 14	.094	.146	-.057	.005	-.041	-.085	.081	.073
PR 18	-.028	.123	.071	.021	-.065	.041	.035	.023
PR 17	.112	.203	-.028	-.020	.053	.222	-.086	.049
PR 19	.214	.062	.155	.019	.126	.372	.004	-.102
S 4	-.104	.090	-.036	.116	.231	.162	-.025	-.087
S 5	-.059	.239	.039	.091	.259	-.033	.068	.108
S 17	.082	-.082	.253	-.018	.302	.119	.200	-.025
S 16	-.036	.013	.377	.303	.159	.083	.165	.002
Eigenvalue	10.751	4.725	4.332	3.222	2.767	2.592	1.931	1.876
Variance	17.625	7.746	7.101	5.282	4.537	4.249	3.165	3.075
total variance	17.625	25.370	32.472	37.745	42.291	46.540	49.705	52.780
KMO					.765			
Sphericity test					6798.110			

	성분							공통성
	9	10	11	12	13	14	15	
Im 2	.129	-.039	.133	-.045	-.075	.008	-.051	.792
Im 1	.041	.038	.060	.010	.104	-.158	.052	.680
Im 3	.069	.037	-.057	-.036	.017	-.129	-.138	.678
Im 12	-.081	.113	-.057	.164	-.056	.074	-.030	.586
Im 13	-.037	.046	.028	.327	-.089	.299	-.011	.718
Im 4	.111	-.079	.116	-.023	.207	.075	-.236	.682
Im 16	.011	.233	-.052	-.007	.178	-.091	.341	.694
Im 17	-.060	.064	-.084	.053	.074	-.050	.470	.715
Im 10	.008	.078	-.044	-.070	-.028	-.061	.359	.553
Im 15	.040	-.009	.154	.108	.016	.042	.482	.683
PR 11	.106	-.094	-.022	.042	.207	.046	.007	.771
PR 10	.128	.157	.051	-.049	.092	.142	.061	.766
PR 9	-.021	.227	.161	.016	-.038	.190	.015	.768
PR 12	-.024	.042	.091	.161	.236	-.061	-.018	.728
PR 8	-.076	.287	.146	.129	-.064	-.029	-.071	.652
S 9	.191	.051	.040	.137	.027	-.084	.084	.750
S 10	.142	.022	.080	.009	.179	.012	.070	.719
S 8	.167	.117	.020	.170	-.029	-.102	-.007	.657
S 11	.327	-.162	.038	-.029	-.092	.186	.073	.641
Inf 10	.003	-.014	.014	.089	.025	-.064	-.082	.757
Inf 9	.037	.191	.158	-.020	.001	.094	.098	.672
Inf 5	.058	.103	.070	.195	-.044	.051	.064	.679
Inf 11	.074	-.016	-.041	.041	.045	.192	.015	.555
S 13	.126	.044	.009	.082	-.088	.177	.167	.734
S 14	-9.91	.140	-.012	-.007	.009	.033	.032	.726
S 12	.146	.014	-.100	-.207	.101	.088	.123	.590
S 15	.024	.218	.112	-.066	.122	.109	-.016	.603
S 7	.148	.265	.048	-.058	-.062	.226	.115	.570
PR 15	.022	.113	-.023	.170	.102	.078	-.062	.728
PR 14	.005	.226	-.049	.027	.179	.001	.058	.733
PR 13	-.009	-.129	.070	.065	.019	.044	.056	.658
PR 3	.076	.341	.046	-.149	.194	-.043	.209	.711
C 1	.065	-.007	.022	.084	.039	.046	.003	.813
C 2	.063	.068	.081	.188	-.100	.017	.011	.815
C 3	.081	.053	.086	.291	-.033	-.128	.085	.561
C 6	.131	.093	-.038	.036	.025	.040	.420	.537
Inf 2	-.083	.017	.000	-.053	.055	.160	-.039	.700
Inf 3	.253	.209	.100	.012	-.031	.085	-.013	.624
Inf 4	.108	.239	-.056	.044	-.006	-.173	.046	.592
Inf 1	.070	-.054	-.043	-.126	.059	-.007	.193	.523
Inf 8	.189	-.009	-.135	.029	-.079	-.244	-.065	.632
S 2	.789	.105	.017	.079	.080	-9.68	.015	.789
S 1	.777	-.059	.114	-.040	-.007	.234	.079	.733
S 3	.614	.156	-.076	.021	.022	.163	.026	.659
PR 6	-.005	.726	-.053	.045	.070	.065	.029	.692
PR 4	.195	.565	.156	-.159	.050	.022	-.068	.662
PR 7	-.030	.552	.027	.069	.143	.209	.026	.679
PR 5	.152	.509	.020	-.050	-.055	-.120	.228	.694
E 3	.076	.069	.790	.141	.051	-.162	.030	.714
E 4	-.074	.002	.776	.124	.041	.134	-.117	.726
E 2	.064	-.024	.771	.015	.133	.014	.041	.661
C 16	-.009	-.006	.104	.761	.034	.051	-.113	.772
C 15	-.053	-.021	.056	.740	.143	.088	-.099	.728
C 14	.143	-.013	.236	.624	.135	-.197	.212	.621
PR 18	.053	.076	.173	.075	.854	.137	-.015	.821
PR 17	.011	-.002	.008	.109	.783	.001	.022	.742
PR 19	-.009	.141	.181	.083	.477	.146	.045	.550
S 4	.224	.064	-.041	-.023	.099	.746	.035	.745
S 5	.215	.066	.000	.007	.168	.689	.101	.718
S 17	.082	.000	-.055	-.050	-.082	.146	.557	.574
S 16	.102	.047	.034	-.265	.185	.224	.460	.674
Eigenvalue	1.705	1.624	1.497	1.287	1.185	1.135	1.076	
Variance	2.795	2.662	2.453	2.109	1.943	1.860	1.763	
total variance	55.574	58.236	60.689	62.799	64.741	66.602	68.365	
KMO						.765		
Sphericity test						6798.110		

Im : 대학이미지, PR : 홍보 S : 대학선택, Inf : 정보제공, C : 정보수집경로, E : 의사결정영향인자

표 5. 요인분석 결과 도출된 15개 요인

요인	변수명	문항수	문항
1	대학 이미지	10	1,2,3,4,10,12,13,15,16,17
2	매체 광고	5	8,9,10,11 12
3	교육품질	4	8,9,10,11
4	지원 및 환경	4	5,9,10,11
5	교육서비스	5	7,12,13,14,15
6	대학프로모션	4	3,13,14,15
7	매체경로정보수집	4	1,2,3,6
8	교육관련	5	1,2,3,4,8
9	대학명성	3	1,2,3
10	온라인홍보	4	4,5,6,7
11	의사결정영향인사	3	2,3,4
12	대학활동경로	3	14,15,16
13	인적홍보	3	17,18,19
14	접근성	2	4,5
15	개인상황	2	16,17
	전체	61	

표 6. 신뢰도 분석 결과

속성	문항수	신뢰도
매체경로	4	.733
대학활동경로	3	.719
교육품질	4	.825
교육서비스	5	.819
대학명성	3	.790
접근성	2	.772
개인상황	2	.694
의사결정 영향인사	3	.721
지원 및 환경	4	.758
교육관련	5	.743
매체 광고	5	.867
대학프로모션	4	.764
온라인홍보	4	.729
인적홍보	3	.746
대학 이미지	10	.878
총계	61	.916

IV. 고안

대학 선택 결정 과정에 영향을 미치는 요인 파악을 위한 도구개발에 대하여 본 연구 결과에 대한 논의는 다음과 같다.

대학 간의 학생 유치 경쟁이 치열해 지고 있으며 상대적으로 열악한 환경에 놓여있는 지방 전문대학은 대학의 존립을 위한 혁신적 변화가 요구되는 상황에 처해 있다. 현재 전문대학이 당면한 상황 속에서 기존의 학

생들이 찾아오기만을 바라는 수동적 자세에서 학생들을 찾아 나서는 능동적인 자세로의 전환이 시급하며[9], 대학에 지원하고 등록하는 일련의 선택과 결정 과정에 학생들이 영향력을 행사하는 소비자 지향적 관점으로 보아야 할 것이다[2]. 따라서 입학자원의 '필요'를 파악하고 이를 충족시키는 효율적인 홍보 전략이 수립되어야 할 것이며 '필요'를 파악하기 위해서는 입학자원의 대학 선택과정과 각 과정에 영향을 미치는 요인을 파악하는 것이 선행되어야 할 것이다.

이를 위한 도구개발을 위해 실시한 문항분석은 검사에 적합한 문항과 그렇지 않은 문항을 선별하는 것으로 일반적으로 문항별 평균과 표준편차, 왜도와 첨도 그리고 문항-전체 상관관계를 통해 확인한다. 평균과 표준편차를 통해 평균이 극단적인 값을 가지고 있거나, 표준편차가 지나치게 작은 경우 이는 그 문항에서 점수들의 분산이 작다는 의미이므로 응답자의 개인차를 충분히 변별해주지 못하는 문항으로 간주한다. 문항의 분포를 나타내는 왜도와 첨도는 좌우대칭을 통해 정규성이 유지되고 있는지를 나타내므로[15] 한쪽으로 치우침이 있는 문항을 제거하도록 하였다.

또한 문항-전체 상관분석은 수렴적 타당성을 검토하는 방법으로 이는 문항의 점수가 높은 경우 전체 점수가 높고, 점수가 낮은 경우 전체 점수도 낮을 가능성이 있다는 것을 뜻하기 때문에 문항 변별력이 높은 것으로 간주한다[15][25].

본 연구에서는 0.3 이하의 문항을 변별도가 낮은 문항으로 간주하였는데[15], 연구마다 판정 기준이 다르며 0.2~0.4의 값을 보통의 상관관계로 보거나[26], 낮은 상관관계로 간주하기도 하고[25], 0.4~0.7의 값을 비교적 높은 상관관계로 해석하기도 하며[25] 0.4이하의 값은 낮은 상관관계로 삭제를 권장하기도 한다[27]. 이에 따라 전체와의 상관관계에서 0.3이하의 값을 나타내는 정보수집문항 4, 5, 7, 8, 9, 11, 12, 13과 대학선택 문항 6, 18, 의사결정영향인사 문항 1, 5, 7, 대학 이미지 문항 6, 8, 9을 삭제하였다[표 2].

본 연구결과에서 각 문항은 전체와의 상관관계보다 해당 문항이 속한 영역과 더 높은 상관관계를 나타내고 있다. 이는 각 문항이 해당 영역과 동일한 개념을 측정

하고 있다는 점에서 본 연구의 문항은 해당 문항이 속한 영역을 측정하는 도구로 간주된다. 손[15]의 연구에서도 본 연구와 유사한 결과를 나타냈으며 측정 문항이 해당 영역과 높은 상관관계를 나타냄에 따라 변별도가 확보되었다고 하였다.

문항의 타당도 분석을 위해 요인분석을 통한 구성타당도를 검증하였다. 타당도는 측정도구가 측정하고자 하는 개념이나 속성을 얼마나 정확히 반영하느냐의 정도를 나타내므로[28] 측정도구가 측정하려고 의도한 것을 충실히 측정할수록 타당성이 높다고 하며 좋은 측정도구가 갖추어야 할 가장 중요한 조건이다[15].

본 연구에서는 내용타당도와 구성타당도를 검증하였다. 내용 타당도는 측정도구가 측정하고자 하는 개념이나 구성체를 측정할 수 있도록 구성되어 있는가에 대한 것으로[29] 주로 조사자나 전문가가 지표의 의미를 판단하는 전문가 검토 방법[30]이 있다. 본 연구에서는 7명의 전문가 검토과정과 검토자 간의 일치도를 통해 문항의 내용타당도를 검증하였다.

구성타당도는 새로 개발된 측정도구가 이미 체계화되고 발전되어진 이론적 개념의 관점에서 판단하여 적합하게 구성되어 있는가를 파악하는 것으로 연구자가 사용하는 구성개념이 실제로 측정도구에 의해 제대로 측정되었는지의 정도를 의미한다[30]. 가장 널리 사용되고 있는 측정방법은 요인분석으로 이는 항목들 간의 상관관계가 높은 것끼리 묶어 공통요인을 추출하는 것으로[31] 본 연구에서는 각 문항들이 의도했던 하위영역을 반영하는 지 확인하기 위해 전체 문항을 대상으로 요인분석을 실시하였다.

본 연구의 분석결과 59 문항은 15개의 요인으로 분석이 되었다[표 4][표 5]. 요인1은 대학에 대한 만족도를 나타내는 ‘대학이미지’, 요인2, 6, 10, 13은 대학 홍보 채널 중 각각 ‘매체광고’, ‘대학프로모션’, ‘온라인홍보’, ‘인적홍보’로 분류되었다. 요인3, 5, 9, 14, 15는 대학 선택 요인으로 각각 ‘교육품질’, ‘교육서비스’, ‘대학명성’, ‘접근성’, ‘개인상황’으로 분류되었고 요인 4와 8은 대학에 관해 얻고자 하는 정보로 각각 ‘지원 및 환경’과 ‘교육관련’ 사항으로 분류되었다. 요인7과 12는 정보수집경로로 각각 ‘매체경로’와 ‘대학활동경로’로 분류되었고 요

인11은 의사결정에 영향을 미치는 인사로 ‘의사결정 영향인사’로 분류하였다.

신[11]의 연구에서는 대학 선택 요인을 장래성과 이미지, 학문 프로그램, 대학 명성, 재정적 접근성, 사회적 환경, 지리적 선호로 분류하였고, 김[20]의 연구에서는 대학 마케팅과 관련하여 모집요강, 입시자료, 입학지원, 대학소개, 입학상담으로 분류하였다. 남[12]은 홍보물을 인쇄홍보물(브로슈어, 소식지, 요람, 학부모 통신)과 시각홍보물(비디오 테잎, CD-ROM)로 구분하였다. 또한 정[13]은 정보수집경로를 비의도적 정보원(입시자료, 사이트 내의 배너광고), 의도적 정보원(홍보자료, 대학 홈페이지, 입시 설명회), 의견지도자 정보원(고교선생님 권유, 친구/선배권유, 대중매체 광고, 대중교통 광고)으로 구분한 연구결과가 있었다.

신뢰도란 측정도구에 의해 도출되는 측정값들이 얼마나 일정하게 산출되는지를 나타내는 것으로 [32]. 본 연구에서는 신뢰도를 측정하는 방법으로 내적일관성 분석을 하였으며 이를 위해 Cronbach's α 계수를 산출하였다. 이 계수는 연속적으로 점수가 부여되는 문항들의 신뢰도 추정치가 가능하고 계산 공식의 유도과정과 개념이 다른 방법에 비해 간단하다는 측면에서 신뢰도를 추정하는 데 가장 많이 사용되는 방법이다[15]. 신뢰도의 판정 기준은 다양하나[15][17] 본 연구에서는 0.6이상이면 신뢰성이 있다고 판단하였다.

요인 분석 후 최종 문항에 대한 신뢰도를 측정된 결과 61문항 전체에 대한 Cronbach's α 계수는 0.916이었고 15개 요인의 Cronbach's α 계수 0.694~0.878의 값을 나타냄에 따라 충분한 신뢰도를 보였다고 판단하였다. 손[15]은 문항분석의 기본목적이 측정도구의 신뢰도와 타당도를 낮추는데 기여하는 문항들을 제거함으로써 결과적으로 측정도구의 신뢰도와 타당도를 향상시키는 데 있으므로 특정문항을 제거했을 때 신뢰도가 높아진다면 해당 문항은 제거할 필요가 있으며, 반대로 특정문항을 제거하였을 때 측정도구의 신뢰도가 떨어진다면 그 문항은 측정도구에 반드시 포함시켜야 한다고 하였다. 이에 따라 본 연구에서는 문항의 신뢰도를 저하시키는 문항들을 삭제하였다.

V. 결론

본 연구는 입학자원이 전문대학을 선택하는 과정에 있어 영향을 미치는 태도와 인식을 파악하기 위한 측정도구를 개발하고자 하였으며 이를 위해 선행 연구를 바탕으로 모형을 설정하고 개발 절차에 따라 측정도구를 개발하였다. 230명의 신입생을 대상으로 타당도와 신뢰도를 검증한 결과 총 61개 문항에서 15개의 하부요인으로 추출되었고 적절한 타당도와 신뢰도를 검증받았다. 본 연구에서 개발한 측정도구는 대학선택과정에 대한 입학자원의 태도와 인식을 파악함으로써 입시 경쟁에 상대적으로 어려움이 있는 지방 전문대학들의 대학 홍보, 마케팅, 학생 지원 사업 등의 입시 충원율 증대를 위한 정책적인 전략을 수립하는 데에 활용될 수 있을 것이라고 생각한다. 또한 응답자의 정확한 태도 및 인식을 파악하기 위해서 고등학교 입시를 치른 당시를 최대 기억할 수 있는 시점인 입학 초에 설문을 실시할 것을 제안한다.

본 연구의 제한점으로 고려될 수 있는 것은 대학 선택 영향 요인 중 개인적 상황의 다양성이 고려되지 않았고 표본 수 및 분포에 차이가 있다는 점이다. 따라서 추후 이를 보완한 추가적인 연구가 필요하다고 생각한다.

참고 문헌

- [1] J. H. Yoon and H. J. Lee, "M&A Strategy and practical example," Mael Business Newspaper, Seoul, 2005.
- [2] K. S. Ko, "Marketing communication strategies of university," Advertising Research, Vol.45, pp.105-124, 1999.
- [3] D. W. Ko, "Efficient use of the internet media in local college public relations," Journal of Korea Contents Association, Vol.10, No.2, pp.478-486, 2010.
- [4] <http://www.moe.go.kr>, Ministry of education
- [5] W. S. Jang and M. E. Kim, *Promotion direction for improvement of recruiting rate on freshman*, Daewon University College Policy Research Report, 2014.
- [6] <http://www.law.go.kr/lsInfoP.do?lsiSeq=162075&ancYd=20141119&efYd=20141119&ancNo=12844#0000>
- [7] M. Y. Yoon, "The promotion strategy for building favorable image of colleges up to the public," Journal of the Korea Higher Vocational Education Association, Vol.11, No.3, pp.131-143, 2010.
- [8] <http://kess.kedi.re.kr/index>
- [9] S. D. Lee, "A Study on university choice inclination of freshmen," Sorabol College of Theses, Vol.19, pp.55-72, 2001.
- [10] B. J. Ha, "A Study on university choice and influencing factors," Collection of Theses, Vol.6, pp.259-278, 2000.
- [11] B. S. Shin, *A study on the influencing factors of university choice process in Korea*, Doctorial thesis, Chungnam National University, 1997.
- [12] H. S. Nam, *A Study on influence of public relations effectiveness by university public relations in university selection and their decision making process*, Master's thesis, Uiduk University, 2002.
- [13] W. H. Chung, *A study on the effect of college advertising on the students' college selection and their decision-making*, Master's thesis, Yonsei University, 2003.
- [14] P. Ktler and K. Fox, "Strategic marketing for education institutions," Englewood cliffs, New jersey prentice-hall, 1995.
- [15] K. O. Son, *The development of junior college students satisfaction inventory*, Doctoral thesis, Seoul National University, 2014.
- [16] C. Y. Jeong and Y. G. Choi, *Statistics analysis using SPSS WIN*, muyokpublisher, 2009.
- [17] S. J. Kim, *Development of self-management burden scale in the elderly with musculoskeletal diseases*, Doctoral thesis, Seoul National University,

2014.

[18] M. J. Kang, B. D. Park, and J. Y. Park, "Development of service convenience quality measurement scale for convenience store," Journal of the Korea Data Analysis Society, Vol.7, No.3, pp.1043-1064, 2005.

[19] J. E. Park, *Study on the strategic decision-making of college managers according to the structural change of the higher education market*, Doctorial thesis, Yonsei university, 2006.

[20] H. I. Kim, *The effect of web-based relationship marketing on college recruitment*, Doctorial thesis, Yonsei university, 2008.

[21] K. H. Kim, *An analysis of decision factor in accordance with the regional distribution & the influx of university education consumer*, Doctorial thesis, Joongbu university, 2013.

[22] D. Y. Shin, *Student's choice of college and department : An application of hierarchical logit models*, Master's thesis, Kwangwoon university, 1994.

[23] H. W. Cheon, *Advertising media strategy for recruits university freshman*, Master's thesis, Chonnam national university, 2003.

[24] O. S. Kwon, *A survey study on the entrance and the public information strategy of university*, Master's thesis, Inje university, 2004.

[25] K. R. Kim, *Validity and reliability of self-advocacy measurement items for student with developmental disabilities*, Doctorial thesis, Kongju National University, 2014.

[26] L. M. Rea and R. A. Parker, *Designing & conduction survey research a comprehensive guide*, 3rd edition, Sanfransisco, CA: Jossey-Bass, 2005.

[27] K. K. Nam, *Research methods for public administration*, Bobmunsa, Seoul, 2003.

[28] H. S. Park, *Research methods in social welfare*,

B&M books, Seoul, 2006.

[29] 우수명, *TP사회복지소자*, 서울: 인간과 복지, 2004. - 김주영 재인용

[30] J. W. Lee, *Construct validation study on the evaluation of institutions for people with disabilities : focused 2004 evaluation of social welfare facilities*, Master's thesis. Sungkyunkwan university, 2006.

[31] J. Y. Kim, *A Study on the construct validity of the social welfare facility evaluation index*, Master's thesis, Soongsil university, 2008.

[32] Y. J. Kim, *Research methods in social welfare*, Hakjisa publisher Co., LTD, Seoul, 1999.

저 자 소 개

김 명 은(Myung-Eun Kim)

정희원



- 2014년 8월 : 연세대학교 치의학 과(치의학 박사)
- 2009년 3월 ~ 현재 : 대원대학교 치위생과 교수

<관심분야> : 치과재료, 구강건강

장 원 석(Won-Seok Jang)

정희원



- 2009년 8월 : 대구대학교 이학박사
- 2010년 3월 ~ 현재 : 대원대학교 물리치료과 교수

<관심분야> : 정형물리치료, 해부학