



Original Article

국내 치위생(학)과의 경쟁력과 유튜브 플랫폼을 이용한 학과홍보의 효용성

전세정 ^{ORCID}

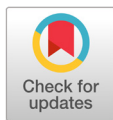
대전과학기술대학교 치위생과

Relative competitiveness of department of dental hygiene and the effectiveness of admission promotion using the YouTube platform

Se-Jeong Jeon ^{ORCID}

Department of Dental Hygiene, Daejeon Institute of Science and Technology University

Corresponding Author: Se-Jeong Jeon, Department of Dental Hygiene, Daejeon Institute of Science and Technology University, 101 Hyecheon-ro, Seo-gu, Daejeon, 35408, Korea. Tel : +82-42-580-6351, Fax : +82-42-580-6301, E-mail : sejeong0084@gmail.com



Received: May 31, 2021

Revised: June 28, 2021

Accepted: July 26, 2021

ABSTRACT

Objectives: As the school-age population continues to decline in Korea, the consolidation and abolition of departments continues with the economic logic. This study aimed to analyze the relative competitiveness of the department of dental hygiene and to investigate the effectiveness of the YouTube platform being used to promote admission. **Methods:** Using the admission result data provided by the Korea council for university education, the new student competition rate and recruitment rate of the department of dental hygiene were compared with those of the departments of natural sciences and all other departments. Also, the effect of YouTube channel operation on them was analyzed. **Results:** The department of dental hygiene showed a slight advantage but it was not particularly the case compared to other departments of natural sciences. The promotion using YouTube did not have any significant effects. **Conclusions:** Considering that the school-age population will rapidly decrease in the future, more active strategies are needed.

Key Words: Consolidation, Dental hygiene school, Dental hygienist

색인: 치과위생사, 치위생(학)과, 통폐합

서론

계속되는 국내 학령인구의 감소추세로 인하여 대학의 시름이 깊어지고 있다. 2019년 통계청 보고에 따르면 2000년대 초 약 800만명에서 2021년 현재에는 약 540만명으로 감소하였으며, 2030년에는 약 420만 명까지 감소할 것으로 예상되어[1] 대학의 정원감축은 이미 피할 수 없는 상황이다(Fig. 1). 2021년 입시 결과가 발표되자 각 언론은 ‘벚꽃 피는 순서대로 대학이 망한다’는 등의 헤드라인으로 지역 대학의 정원 미달 사태를 연이어 보도하고 있으며[2], 한국대학교육협의회는 전국 162개 대학 입시에서 추가 모집 인원이 2만 6천여명에 이르고, 특히 91.4%가 지방 대학에서 발생하였다고 발표하였다[3]. 2009년 이후 사실상 동결된 등록금에 국내 학령인구 감소로 인한 정원 미달사태 뿐 아니라 코로나19 감염증으로 인한 외국인 학생 급감, 원격수업으로 인한 등록금 반환요구까지 더불어 대학은 심각한 재정난을 겪고 있는 상황이다. 2018년 대학교육연구소가 발표한 보고서에 따르면 사립대학의 학부 등록금 수입은 2018년 약 8조원에서 2023년에는 약 6조 2,500억원으로 22.7% 감소할 것으로 예상된다[4]. 결국 각 대학은 학과 통폐합, 채용 중단, 임금 삭감 등 구조조정에 뛰어들고 있다. 특히 신입생 충원율이 낮은 학과의 폐지가 연일 이어지고 있다.

신입생 충원율은 모집정원 대비 입학인원을 백분율로 나타낸 것으로, 학과의 경쟁력을 검증하는 지표로서 이용된다[5]. 신입생 충원율에 근거하여 학과를 개편하게 되면 수요가 많은 이공계가 강화되고 인문사회계열이나 예술계열 학과들이 주로 폐지되면서 학문의 다양성을 저해한다는 반대 의견이 있으나[6], 대학의 존립이 걸린 위기 상황에서 시장 논리에 따른 실용학문 중심의 학과 개편은 어쩔 수 없는 시대의 흐름으로 보인다.

치위생(학)과는 「의료기사 등에 관한 법률」 제 2조에서 규정하는 치과위생사를 양성하는 학과로, 한국에서는 연세대학교 세브란스병원의 7대 치과 과장이었던 지현택 교수 주도하에 1965년 처음 개설된 이래 현재는 매년 약 4,000명 이상의 치과위생사를 배출하고 있다[7,8]. 치위생(학)과를 포함한 보건 계열 학과는 상대적으로 높은 취업률을 바탕으로 구조조정의 칼날을 다소 비껴가는 듯 보였으나, 최근 일부 대학에서는 보건 계열 학과까지 미달 사태에 직면하면서 치위생(학)과 교수들의 위기감 역시 증가하고 있고, 현장에서는 학과 교수들이 직접 입학 홍보에 나서고 있는 형국이다.

기존에도 대학들은 고등학교 방문을 통한 입시 설명회 개최, 대규모 입시 박람회 참여, 신문, 잡지 등의 지면 광고, TV, 라디오 등의 미디어 광고까지 다양한 홍보수단을 활용하여 왔다[9]. 그러나 이미 보편화된 홍보수단만을 이용해서는 비교우위를 얻기 어려운 상황 속에서, 최근 온라인 동영상 플랫폼의 대중화에 힘입어 일부 학과에서는 유튜브(YouTube) 등을 이용한 학과홍보를 시도해 보고 있다. 기존 연구에서 미디어 홍보는 지면 홍보에 비하여 효과가 미비하다고는 하였으나[10], 유튜브 플랫폼을 이용한 학과홍보의 효용성에 관하여서는 아직 객관적인 연구가 미흡한 실정이다.

이에 본 연구에서는 치위생(학)과가 개설된 전국 대학 및 전문대학의 입시결과를 바탕으로 하여 치위생(학)과의 상대적인 경쟁력을 정량적으로 살펴보고, 이에 더하여 유튜브 플랫폼을 이용한 학과홍보의 효용성을 조사해 보고자 하였다.

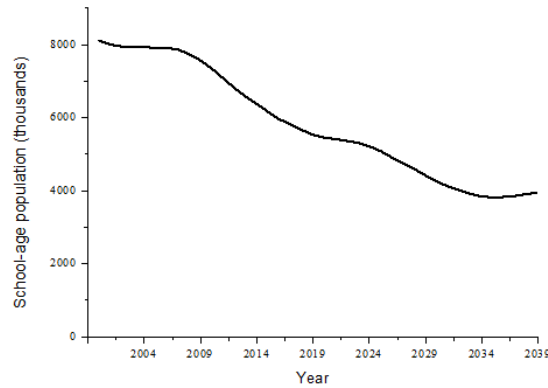


Fig. 1. Declining trend of the domestic school-age population

연구방법

1. 연구대상

전국 대학 및 전문대학에서 2018년부터 2020년까지 정상 운영된 치위생(학)과 과정을 조사 대상으로 하였다. 해당 기간 중 신설 혹은 폐지된 경우에는 연구에서 배제하였다.

2. 데이터 수집 및 가공

한국대학교육협의회 대학정보공시센터에서 운영하는 대학알리미에서 내려 받은 신입생 총원 현황 공시자료를 바탕으로 조사대상의 2018년부터 2020년까지의 신입생 총원율, 신입생 경쟁률을 추출 또는 계산하였고, 상대적인 경쟁력 비교를 위하여 소속 학교의 자연과학계열 학과의 데이터와 전체학과의 데이터를 함께 준비하였다. 이때 신입생 총원율은 모집정원에 대한 실제 입학인원의 백분율로 하였고, 신입생 경쟁률은 모집인원에 대한 지원자 수의 비로 하였다.

3. 온라인 동영상 플랫폼을 이용한 홍보활동 여부

앞서 선정된 조사 대상 학과가 현재시점에서 가장 대중적인 플랫폼 중 하나인 유튜브를 학과 홍보활동에 이용하고 있는지 여부를 조사하였다. 이때, 재학생 등이 운영하는 채널이나 학교 자체적으로 운영하는 채널에 업로드 된 홍보동영상 등은 배제하였으며, 학과 자체적으로 운영하는 채널이 있는지 여부만을 조사하였다. 단, 채널이 있더라도 운영주체가 명확하지 않거나 업로드 된 동영상이 1개도 없는 경우에는 인정하지 않는 것으로 하였다.

4. 자료분석

수집된 자료는 SPSS® Statistics 20.0(IBM®, New York, USA)을 이용하여 통계 분석하였다. 각 연도의 데이터마다 치위생(학)과 - 자연과학계열학과 - 전체학과 사이에 독립표본 t-검정(independent-sample ttest)을 수행하였다. 다음으로 유튜브를 이용한 홍보활동을 진행한 학과와 그렇지 않은 학과의 두 군으로 나누어 2020년 입시 결과를 가지고 독립표본 t-검정을 수행하였다. 유튜브 운영 시작시기를 정확히 알 수 없었기에, 가장 최근 연도의 데이터만을 가지고 비교하였다. 유의수준은 $\alpha=0.05$ 로 하였다.

연구결과

1. 선정된 연구대상 및 자료 개요

최종적으로 2개의 야간과정을 포함한 79개 대학 81개 과정이 연구 대상으로 선정되었으며 이를 <Table 1>에 나타냈다. 학교명은 식별이 불가하도록 두 자리의 알파벳으로 표기하였고, 신입생 충원율과 신입생 경쟁률은 3년간의 산술평균을 표기하였다.

2. 치위생(학)과의 경쟁력

신입생 충원율을 살펴보면 2018년에는 치위생(학)과신입생 충원율을 살펴보면 2018년에는 치위생(학)과(98.5±0.8), 자연과학계열학과(97.9±0.7), 전체 학과(96.7±0.8) 순으로 나타났고, 2019년에는 자연과학계열학과(97.8±0.7), 치위생(학)과(97.7±1.2), 전체학과(97.2±0.8) 순으로 나타났으며, 2020년에는 치위생(학)과(96.2±1.5), 자연과학계열학과(95.5±1.2), 전체학과(94.1±1.2) 순으로 나타났다. 그러나 어떤 연도에서도 통계적으로 유의한 차이는 없는 것으로 나타났다($p>0.05$), <Fig. 2, Table 2>.

Table 1. Admission results for the last three years (2018 ~ 2020)

School	3-years average new student recruitment rate (%)			3-years average new student competition rate (N : 1)			YouTube channel operation	
	Dental hygiene	Natural sciences	All	Dental hygiene	Natural sciences	All		
AA	University	100.0	100.2	99.8	8.60	6.19	5.37	O
AB	University	100.0	99.9	99.8	8.73	10.42	8.57	O
AC	University	98.3	100.1	99.7	7.57	13.55	11.17	O
AD	University	100.0	100.0	99.6	11.87	13.97	7.17	O
AE	College (night)	100.0	98.4	98.2	6.27	9.17	8.93	O
AF	College	100.0	96.6	92.2	10.87	11.00	6.90	O
AG	College	100.0	85.0	90.5	16.80	10.59	8.40	O
AH	College	100.0	100.0	100.0	5.57	7.73	6.10	O
AI	College	100.0	100.0	100.0	7.40	7.26	7.03	O
AJ	College	100.0	100.0	100.0	8.67	8.08	5.87	O
AK	College	100.0	98.4	98.2	11.43	9.17	8.93	O
AL	College	100.0	93.8	89.8	10.17	10.21	7.30	O
AM	College	100.0	98.8	90.5	38.70	18.41	11.20	O
AN	College	96.4	92.2	84.0	5.77	6.23	5.37	O
AO	College	86.7	97.4	98.4	4.63	5.68	4.27	O
AP	College	100.0	98.9	99.0	6.97	11.45	10.63	O
AQ	College	100.0	100.0	100.0	22.07	14.07	13.03	O
AR	University	100.0	100.1	99.9	19.33	18.92	17.13	X
AS	University	99.0	99.3	99.3	7.83	7.12	5.23	X
AT	University	100.0	100.0	99.9	5.17	6.25	6.20	X
AU	University	99.5	99.8	99.5	8.10	8.52	6.50	X
AV	University	100.0	100.1	100.0	8.73	6.37	5.57	X
AW	University	97.5	95.6	95.9	5.43	4.95	4.57	X
AX	University	100.0	100.0	100.0	11.23	13.58	7.90	X
AY	University	98.3	100.0	99.6	8.57	8.33	8.67	X
AZ	University	99.1	99.0	99.6	12.73	11.73	7.13	X
BA	University	100.0	99.9	100.0	12.73	10.96	6.60	X
BB	University	98.7	99.9	99.8	9.93	9.18	9.60	X
BC	University	100.0	100.8	99.9	15.40	10.47	6.17	X
BD	University	100.0	100.0	99.6	8.43	8.16	5.30	X

Table 1. (to be continued)

School		3-years average new student recruitment rate (%)			3-years average new student competition rate (N : 1)			YouTube channel operation
		Dental hygiene	Natural sciences	All	Dental hygiene	Natural sciences	All	
BE	University	100.0	97.0	96.1	10.27	7.52	6.17	X
BF	University	98.5	100.2	99.6	14.30	10.07	10.50	X
BG	University	99.1	99.9	99.4	5.80	15.48	9.80	X
BH	University	100.0	98.3	99.7	8.03	6.79	5.00	X
BI	University	100.0	100.4	99.9	15.67	15.16	13.70	X
BJ	University	99.2	100.0	99.3	9.33	8.57	6.50	X
BK	University	100.0	100.1	99.9	7.30	7.25	6.60	X
BL	University	100.0	100.2	99.9	10.13	7.67	10.97	X
BM	University	100.0	99.9	99.8	11.90	9.07	6.97	X
BN	Industrial college	98.9	100.8	99.4	8.70	10.88	12.07	X
BO	College (night)	100.0	100.0	100.0	9.03	11.62	9.63	X
BP	College	96.3	92.0	87.0	4.60	4.88	4.03	X
BQ	College	100.0	100.0	97.0	32.67	22.73	14.57	X
BR	College	100.0	99.7	98.3	9.80	11.70	8.90	X
BS	College	73.3	85.4	93.9	2.23	2.09	1.70	X
BT	College	19.5	38.2	34.5	1.93	2.37	2.20	X
BU	College	100.0	98.8	95.3	11.23	11.03	7.70	X
BV	College	100.0	96.6	96.1	19.10	11.00	8.40	X
BW	College	100.0	99.8	99.8	11.20	10.00	9.20	X
BX	College	100.0	100.0	100.0	20.00	17.85	15.60	X
BY	College	72.2	89.8	93.4	9.93	10.26	5.40	X
BZ	College	100.0	96.6	89.2	18.33	13.31	9.80	X
CA	College	100.0	96.1	91.6	10.07	12.60	10.03	X
CB	College	90.5	96.3	96.7	3.77	4.46	3.40	X
CC	College	100.0	97.5	98.0	11.20	8.16	7.93	X
CD	College	100.0	95.0	88.5	14.73	12.68	7.70	X
CE	College	100.0	100.0	100.0	19.93	19.08	18.87	X
CF	College	80.8	91.3	88.8	3.47	5.77	4.60	X
CG	College	100.0	99.9	99.5	11.97	8.08	6.90	X
CH	College	98.8	94.5	92.1	9.67	8.55	7.23	X
CI	College	100.0	95.8	93.7	15.60	8.64	6.27	X
CJ	College	100.0	99.9	97.4	15.57	15.31	11.20	X
BO	College	100.0	100.0	100.0	11.77	11.62	9.63	X
CL	College	100.0	100.0	100.0	15.07	11.55	10.20	X
CM	College	100.0	95.5	89.4	10.40	10.52	6.97	X
CN	College	100.0	98.1	96.0	15.50	12.62	10.57	X
CO	College	100.0	99.4	98.0	25.60	12.09	7.97	X
CP	College	100.0	99.4	99.4	7.97	8.71	5.37	X
CQ	College	100.0	100.0	100.0	6.87	7.06	6.33	X
CR	College	100.0	100.0	100.0	5.93	5.05	3.43	X
CS	College	99.2	88.2	88.8	6.53	3.80	3.03	X
CT	College	100.0	100.0	99.7	11.77	14.72	7.20	X
CU	College	93.8	91.8	90.7	2.90	3.27	2.87	X
CV	College	100.0	100.0	98.5	4.10	5.58	5.10	X
CW	College	100.0	97.9	95.7	6.43	5.24	4.27	X
CX	College	100.0	99.3	96.3	18.27	10.65	7.40	X
CY	College	100.0	98.4	95.0	10.07	7.75	5.87	X
CZ	College	100.0	96.6	92.9	4.10	5.60	3.57	X
DA	College	100.0	99.4	99.2	7.93	6.12	4.73	X
DB	College	100.0	97.6	96.9	3.87	4.72	3.27	X
DC	College	100.0	88.0	86.2	13.63	8.24	7.90	X
Average		97.5	97.1	96.0	10.89	9.67	7.63	

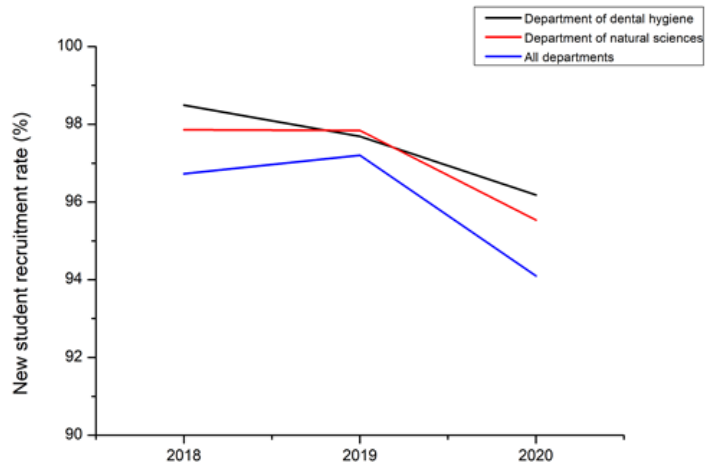


Fig. 2. New student recruitment rate

Table 2. New student recruitment rate Unit : %

Department	2018	<i>p</i> *	2019	<i>p</i> *	2020	<i>p</i> *
Dental hygiene	98.5		97.7		96.2	
		0.592		0.917		0.739
Natural sciences	97.9		97.8		95.5	
		0.267		0.566		0.296
All	96.7		97.2		94.1	
		0.168		0.740		0.391

*significance between the upper and lower rows by independent t-test

다음으로 신입생 경쟁률을 살펴보면 2018년 치위생(학)과(10.65 ± 0.71), 자연과학계열학과 (9.64 ± 0.47), 전체학과(7.42 ± 0.36), 2019년 치위생(학)과(11.09 ± 0.76), 자연계열학과(9.79 ± 0.46), 전체학과(7.95 ± 0.39) 순으로 나타났으며, 2020년 치위생(학)과 (10.92 ± 0.74), 자연과학계열학과(9.58 ± 0.46), 전체학과(7.51 ± 0.36) 순으로 모든 연도에서 치위생(학)과, 자연과학계열학과, 전체학과 순으로 나타났으나, 치위생(학)과-자연과학계열학과 사이에는 3개년 모두 통계적 유의성이 없는 것으로 나타났다($p > 0.05$). 하지만 치위생(학)과, 전체학과와 자연과학계열학과, 전체학과 사이에는 3개년 모두 통계적으로 유의한 차이가 있는 것으로 나타났다($p < 0.05$). 결과값은 <Fig. 3>와 <Table 3> 에서 그래프 및 표로 나타냈다.

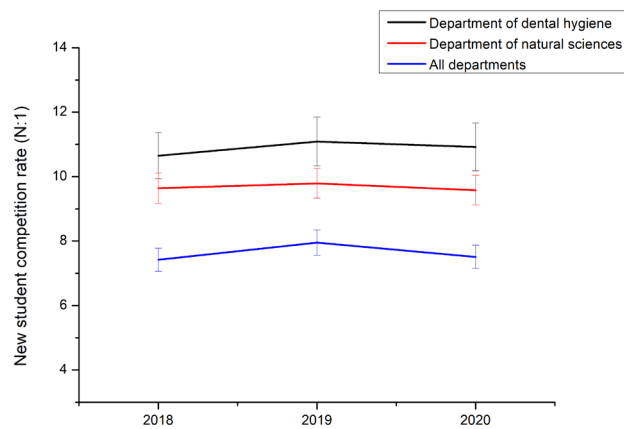


Fig. 3. New student competition rate

Table 3. New student competition rate

Unit : (N : 1)

Department	2018	p^*	2019	p^*	2020	p^*
Dental hygiene	10.65		11.09		10.92	
		0.241		0.148		0.122
Natural sciences	9.64		9.79		9.58	
		<0.001		<0.001		<0.001
All	7.42		7.95		7.51	
		<0.001		0.003		<0.001

*significance between the upper and lower rows by independent t-test

3. 유튜브를 이용한 학과 홍보의 효용성

조사 결과 17개 학과(약 21%)에서 유튜브 채널을 운영하고 있는 것으로 나타났다. 유튜브 채널을 운영하는 학과가 그렇지 않은 학과에 비하여 신입생 충원율(각각 97.4 ± 2.4 와 95.9 ± 1.8)과 신입생 경쟁률(각각 11.29 ± 1.9 와 10.83 ± 0.79) 모두에서 높게 나타났으나, 그 차이가 통계적으로 유의하지 않았다($p > 0.05$) <Fig. 4>.

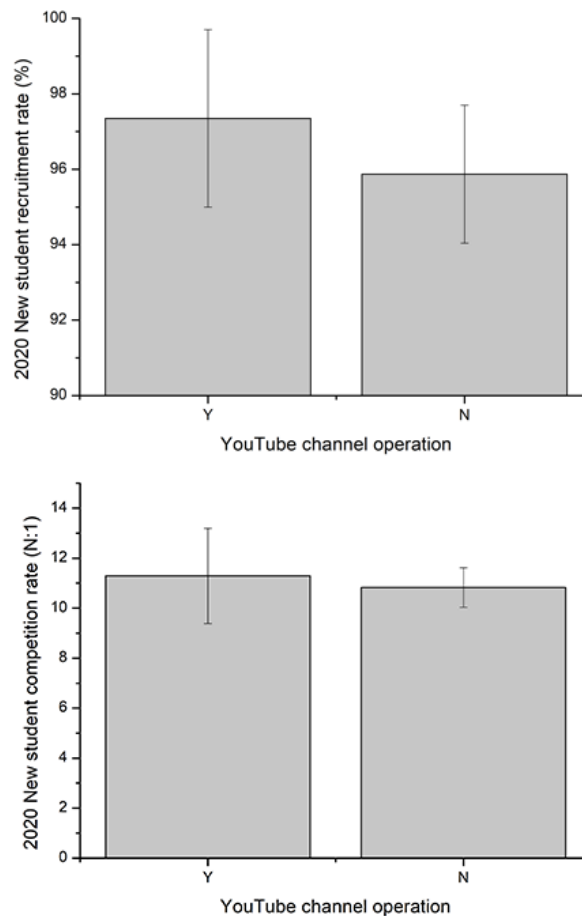


Fig. 4. The recruitment rate and the competition rate of new students in 2020 depending on whether or not a YouTube channel is operated. Both variables were found to be high in the department that operates the YouTube channel, but it was not statistically significant ($p > 0.05$).

총괄 및 고안

우리나라의 학과 통폐합에 관한 시도와 논쟁은 1980년대 초부터 계속해서 이어져왔으나, 과거의 통폐합이 지나치게 세분된 학과를 통합 및 계열화 함으로써 학생들이 다양한 학문 경험을 쌓을 수 있도록 하고자 했던 것과는 다르게[11], 현재의 통폐합은 대학이 재정 위기를 극복하고자 비인기학과 곧 수입으로 직결되지 않는 학과를 폐지 및 통합 하는 데에 주안점을 두고있다. 이에 따라 신입생 수가 모집정원에 미치지 못하는 학과부터 순서대로 통폐합의 대상이 되고 있다.

치위생학 과정이 처음 개설된 이후 치의학 및 치위생학의 발전과 구강보건에 대한 관심의 증가로 치과 위생사 업무가 전문화되고 치과위생사의 사회적 역할이 확대되면서 2000년 이후 4년제 치위생(학)과가 개설되기 시작하였고 입학정원 또한 꾸준히 증가하였다[12]. 증가된 입학정원에도 불구하고 사회구조적 문제로 계속되어온 대졸 취업난 때문에, 높은 취업률에 힘입어 여타 보건계열학과와 마찬가지로 매년 입시에서 높은 선호도를 보이며 치위생(학)과 교수들은 대학 내 입학 주무 부서의 압력에서 한발 떨어져 있었다[13]. 그러나 앞서 언급한바와 같이 매년 지속되고 있는 학령인구의 감소로 최근 일부 대학에서는 보건계열 학과마저 미달사태가 발생하면서 치위생(학)과 교수들 역시 더 이상 안전지대가 아님을 깨닫고 있는 실정이다.

2010년 초부터 페이스북, 트위터, 블로그 등의 소셜 네트워크 서비스(Social Network Service, SNS)가 급속하게 확산되면서 이를 이용한 마케팅 연구 역시 많이 수행되고 있다[14]. 특히 스마트폰이 전국민에 보급되고, 인터넷 속도가 증가하면서 근래에는 온라인 동영상 플랫폼의 성장이 두드러지고 있으며 여론조사 기관에 따르면 대표적인 유튜브 플랫폼의 시청시간은 이미 TV의 시청시간을 넘어 선지 오래이고, 특히 10대에서는 더욱 그러한 것으로 나타났다[15].

본 연구에서는 치위생(학)과가 급변하는 교육 환경 속에서 타 학과보다 경쟁력이 있는지 통계분석을 통해 살펴보고, 최근 진행되고 있는 유튜브를 통한 학과 홍보가 실제로 긍정적인 영향을 미치고 있는지 확인해 보고자 하였다.

한국대학교육협의회 대학정보공시센터에서 운영하는 대학알리미에서는 전국의 모든 대학 및 전문대학의 입시결과를 정확하게 제공하고 있기 때문에, 전국의 치위생(학)과의 입시결과에 대하여 사실상 전수조사가 가능하였다. 2018년부터 2020년까지의 신입생 충원율은 통계적으로 유의한 차이를 보이지 않았는데, 이는 아직까지 치위생(학)과를 운영하는 대부분 대학의 신입생 충원율이 95% 이상을 유지하고 있기 때문인 것으로 사료된다. 반면에 신입생 경쟁률에서는 치위생(학)과와 전체학과의 차이가 통계적으로 매우 유의하였는데, 이는 기존의 인식대로 치위생(학)과가 타 학과 대비 입시경쟁에서 상대적 우위에 있음을 나타냈다. 그러나, 자연과학계열 학과의 신입생 경쟁률과는 유의한 차이를 보이지 않았는데, 표본집단이 거의 모집단에 가까워 유의확률의 의미가 약간 퇴색됨을 감안하더라도 치위생(학)과가 앞서 언급했던 자연계열학과처럼 미달사태가 발생할 가능성이 존재한다는 것을 의미하였다.

유튜브 채널 운영여부 조사에서는 17개 학과만이 채널을 운영하고 있는 것으로 나타나, 아직까지 유튜브 채널을 통한 학과 홍보가 적극 이루어지지 않고 있음을 확인하였다. 신입생 충원율과 신입생 경쟁률 모두 유튜브 채널 운영 여부에 따라 유의한 차이를 보이지 않았는데, 이는 SNS 마케팅의 효과를 매우 긍정적으로 평가하였던 선행연구의 결과와 대비되는 결과로[16], 해당 채널들이 수요자 즉 10대의 시청을 유도할 만한 매력이 다소 부족하기 때문인 것으로 생각된다. 실제 대부분 학과의 채널 구독자와 동영상 조회수는 수백명 수준을 넘지 못하였으며, 소속 학과 학생들의 수를 감안하면 매우 미흡한 실정이었다. 따라서 수요층을 보다 적극적으로 끌어들이 수 있는 홍보 전략이 필요할 것으로 사료된다.

본 연구는 매우 경쟁적인 대학 입시 시장에서 치위생(학)과의 현재 위치를 객관적으로 파악하고, 기존에 연구가 이루어지지 않았던 유튜브를 이용한 학과 홍보의 효용성을 분석했다는 데에 그 의의가 있다. 그러나 유튜브 홍보가 이루어진 기간이 변인으로 설정되지 않았고, 효용성이 나타나지 않았던 이유에 대한 고찰이 부족하였기에 수요층을 대상으로 한 설문조사 등의 후속 연구가 추가로 필요하다.

결론

본 연구는 신입생 충원 현황 공시자료를 심층 분석하여 다음과 같은 결론을 얻었다.

1. 치위생(학)과가 아직까지는 학과 경쟁력에서 비교적 우위에 있으나 여타 자연과학계열 학과에 비하여 특별히 그렇지는 않았다.
2. 학과 홍보 수단으로서 유튜브는 아직 명확한 결과를 보여주지 못하고 있다.
따라서, 추후 빠르게 감소할 학령인구를 감안할 때 보다 적극적인 홍보활동이 요구되며, 유튜브를 이용한 홍보 시에는 수요층을 대상으로 한 보다 세심한 전략이 필요할 것으로 사료된다.

Conflicts of Interest

The author declared no conflict of interest.

References

- [1] Statistics Korea. Future population estimate: 2017-2067 [Internet]. Statistics Korea; 2019. [cited 2021 Jul 16]. Available from: http://kostat.go.kr/portal/korea/kor_nw/1/2/6/index.board?bmode=read&aSeq=373873.
- [2] Jeon MH. Schools will be closed in the order in which the cherry blossoms bloom [Internet]. JoongAngIlbo.[cited 2021 Jun 05]. Available from: <http://news.joins.com/article/23997414>.
- [3] Korea Council for University Education. Highlights of additional recruitment for class of 2021 [Internet]. Korea council for university education; 2021. [cited 2021 Jul 16]. Available from: http://adiga.kr/PageLinkAll.do?link=/kcue/ast/eip/eis/inf/bbs/EipNewsCnView.do&p_menu_id=PG-EIP-07701&sn=12144&no=1.
- [4] Korea Higher Education Research Institute. Private university financial status and improvement plan [Internet]. Korea Higher Education Research Institute; 2018. [cited 2021 Jul 17]. Available from: <http://khei.re.kr/post/1980>.
- [5] Kwak JH. Crisis and correspondence of taekwondology: through the data analysis of higher education in Korea service. TJK 2013;4(3):29-55. <https://doi.org/10.24881/tjk.2013.4.3.29>
- [6] Kim JS. Who is consolidation for? Monthly Spring 2017;569:105.
- [7] Kim MH, Lim YH, Lee K, Kim SJ, Kim YJ. Dental hygiene students' awareness of their legal scope and petition for medical personnel. J Kor Acad Dent Admin 2018;6(1):36-42. <https://doi.org/10.22671/JKADA.2018.6.1.36>
- [8] Korea health personnel licensing examination institute. Health and medical personnel national examination information and news No. 31 [Internet]. Korea health personnel licensing examination institute.[cited 2021 Jun 28]. Available from: http://www.kuksiwon.or.kr/news/brd/m_88/view.do?seq=9&srchFr=&srchTo=&srchWord=&srchTp=&itm_seq_1=0&itm_seq_2=0&multi_itm_seq=0&company_cd=&company_nm=.

- [9] Lee JE, Yi ES. A study on developing the design of UI(University Identity) slogan brand for promotional marketing of university. *Korean Society of Basic Design & Art* 2014;15(5):481-91.
- [10] Lee US, Lim SH. A study on the Influence of the admission promotion method of Korea polytechnic university on the admission competition. *Industry Promotion Research* 2017;2(2):15-22. <https://doi.org/10.21186/IPR.2017.2.2.015>
- [11] Park W. The merger issue of undergraduate departments. *Journal of Education & Culture* 1995;1:1-15.
- [12] Lee SY, Hwang SJ. 4-year course curriculum of dental hygiene in Korea. *J Kor Dent Hyg Sci* 2019;2(1):41-50.
- [13] Na YR, Yeom IK. A study on the preferred departments of junior colleges of high school students in Korea. *Journal of Korean Business Education Review* 2012;23(3):1-13.
- [14] An DC, Kim SH. Attitudes toward SNS advertising : a comparison of blog, twitter, facebook, and youtube. *KJA* 2012;23(3):53-84.
- [15] MezzoMedia. 2018 Digital video usage behavior survey [Internet]. MezzoMedia.[cited 2021 Jun 05]. Available from: http://www.mezzomedia.co.kr/data/insight_m_file/insight_m_file_849.pdf.
- [16] Shareef MA, Mukerji B, Dwivedi YK, Rana NP, Islam R. Social media marketing: comparative effect of advertisement sources. *J Retail Consum Serv* 2019;46:58-69.