

미용전공 계약학과 대학생의 입학지원과정과 교육만족도 연구

홍 수 남

부천대학교 뷰티케어과 조교수

A study on the admission support process and educational satisfaction of college students at beauty contract department

Soo Nam Hong

Assistant Prof., Dept. of Beauty Care, Bucheon University
(2018. 8. 30 접수; 2018. 11. 26 수정; 2018. 12. 20 채택)

Abstract

This study surveyed 255 college students enrolled in beauty contract departments located in Seoul(5 schools) and Gyeonggi-do(6 schools) to investigate their admission support procedure and educational satisfaction. The study found as follows; Data collection was performed from March 25 to May 30, 2018 using SPSS WIN 21.0 for their statistical processing. With respect to data analysis, first, frequency analysis was conducted to look at the general characteristics of the subjects. Second, the admission support procedure of beauty contract department was investigated and cross analysis was performed to see if there was any change according to the subjects' general characteristics. As a result of looking at the awareness on department, 89% were found to be aware of the contract department system. As for their motivation to applying for the department, the largest reasons were found to obtain a degree and to become a hair designer within a short period of time. The most frequent route of application was a recommendation by their high school teachers. The highest priority consideration in choosing a department was the brand awareness of an associated industrial entity. With respect to the complementation education in curriculum, practical technique related to the major was found the highest. 66.7% said they would recommend the department when it comes to the intention to recommend the department. 24.0% were found satisfied with the education regarding educational satisfaction. Therefore, in order to improve the educational satisfaction of the contract department, it is necessary to acquire knowledge of the field technique and practical salon education.

Key Words: beauty(미용), contracting department(계약학과), educational satisfaction(교육만족도), admission(입학), major(전공)

† Corresponding author ; Soo Nam Hong
E-mail : sn1228@naver.com

I. 서론

최근 한국사회는 저출산 현상으로 학령인구의 감소와 청년실업이 사회적 문제로 대두되고 있다. 이러한 현상은 대학 입학정원 지표에도 지대한 영향을 미치기에, 현 정부에서는 선제대응을 위한 3년 주기로 대학 기본역량진단을 시행하고 있다.

학령인구 감소에 의한 대입 인구절벽은 2021년부터 본격화되어 2024년에는 정점에 달할 것이라고 발표했다. 구체적으로 1990년 1,336만천 명을 기록하던 학령인구(6세~21세)는 2010년 995만 명까지 줄었고, 올해는 824만 명으로 조사되었다. 이는 근 30년 기간 동안 학령인구가 540만 명이 줄었다는 것을 의미하고, 2020년에는 782만3천명, 2027년에는 696만 명의 시대가 될 전망이라고 밝혔다(파이낸셜 뉴스, 2018년 7월 10일자 기사)

청년실업에 따른 고용·실업 통계정보에 의하면, 전국 청년층(15세~29세)의 실업률은 8.4%이며, 고용률은 42.9%에 해당한다(통계청, 2018년 10월). 앞서 제시한 학령인구의 감소에 대비한 충족 방안으로는 국내 진학 인구는 물론 해외 유학 인구를 유지해야 한다. 먼저 국내에서는 대학을 진학하려는 고등학교 인원으로는 역부족이므로, 대학진학을 하지 못한 성인자원과 현재 재직자의 재교육형 교육이 실시되어야 하며, 해외 고등교육 기관과의 MOU 체결을 통한 학생수급 또는 학위연계 제도가 구축되어야 한다.

우선적으로 국내 대학에서는 청년실업률 해소를 위한 방안으로 입학정원 외 모집전형인 계약학과를 신설하여 학생을 탄력적으로 수급하고 있으며, 이는 산업체 요구를 반영한 맞춤형인력양성 취지의 채용조건형 계약학과로 선취업 후진학의 청년실업난을 해소하고 있으며, 또한 재직자의 업무역량 개발을 위한 재교육형 계약학과를 운영하는 대학이 점진적으로 늘어나고 있다.

이러한 현상을 반영하듯 교육부에서는 계약학과를 탄력적으로 활성화하고 내실화를 다진다는 계약학과 설치·운영규정을 제정하고 공표하였다(교육부, 2018).

미용분야 계약학과는 주로 특성화고 및 인문계 고등학교의 직업위탁교육생으로 이루어져 있으며, 특화된 학생들의 실무경력은 물론 학력 신장

을 장려하는 제도로 선취업·후진학에 많은 관심을 기울이고 있다(남향숙, 2017). 원래 계약학과 의 취지는 산업체의 수요를 반영한 맞춤형 인력양성을 목표로 하고 있으며, 인턴ship을 기본으로 하여 현장직무에 필요한 테크닉 숙지와 고객서비스 요령 및 마케팅 전략법 숙지에 중점을 두고 있다. 특히 미용분야의 계약학과는 대학의 미용교육과 산업현장의 괴리감을 없애고, 보다 현실적이고 효율성 높은 현장직무전문가 양성을 목표로 하고 있으며, 계약학과가 대학에서 정원 내 모집으로 활성화되고 있기에 이에 관한 연구가 지속적으로 진행되고 있다.

미용분야 선행연구로는 계약학과 문제점과 개선방안(남향숙과 이주연, 2013), 교육품질서비스가 산업체 경영성과에 미치는 영향(이주연과 하홍열, 2015), 계약학과 제도에 대한 인지도(남향숙, 2017), 내부마케팅과 이직의도(김수정, 2017) 등이 진행된 바 있으나, 미용관련학과의 선택 시 정규학과가 아닌 계약학과를 지원하게 되는 전반적인 입학지원과정과 교육과정에 대한 만족도에 관한 연구는 미비하기에 선행연구와 본 연구의 차별성을 제시한다.

따라서 본 연구의 목적은 계약학과에 재학 중인 대학생의 전반적인 입시과정인 학과인지도 및 선호도, 교육과정만족도에 대한 인식을 알아보고 개선점을 보완하여 발전방안을 제안하는 데에 목적이 있다. 이를 바탕으로 하여 계약학과에 대한 전반적인 입시과정을 알아봄으로써 학과에 대한 만족도 향상은 물론 다른 대학과의 차별성으로 학생유치 및 입시경쟁률을 높이고, 탄력적인 학과운영과 대내외적인 활성화 및 인지도 향상에 보탬이 되길 바란다.

II. 이론적 배경

1. 계약학과

1) 계약학과 개념

계약학과는 산업체의 맞춤형인력양성을 취지로 소속 직원의 재교육 및 직무능력 향상을 위해 시행된 제도이다. 이는 2003년 산업교육진흥 및 산

학협력촉진에 관한 법률(이하 산촉법) 제 8조와 같은 법 시행령 제 8조 및 9조에 그 법적인 근거를 두고 있으며(김진모, 2014), 대학과 기업이 계약을 체결하여 채용예정자와 재직근로자에 대한 교육을 목적으로 산업체의 수요를 반영한 학과를 설치 및 운영하는 제도이다. 계약학과를 설치하는 대학에서는 교원을 추가로 확보해야 하고, 기업은 운영비 부담 외에도 학생 등록금의 50% 이상을 지원해주는 것을 원칙으로 한다(박철우, 2009).

2) 계약학과 설치 주체

계약학과는 산업 교육기관(전문대학, 4년제 대학, 대학원, 산업대학, 원격대학 등 각종 학교 등)이 국가 및 지방자치 단체, 산업체와 계약체결 후 교육기관과의 거리가 동일권역 또는 100km 이내에 설치되어야 한다(이주연과 하홍열, 2015).

계약학과 운영에 있어서 권역제한 완화조건으로 재교육형 계약학과에 한해서는 지역발전과 활성화 취지에서 권역별(광역권별 혹은 직선거리 50km) 설치·운영의 원칙을 유지하되, 산업교육기관의 요청으로 '계약학과 운영심의위원회'의 심의를 거쳐 권역 제한이 완화되었다. 또한, 대학과 산업체 등의 여건과 특성에 맞는 계약학과 설치·운영을 위해 교육부장관 소속으로 '계약학과 운영심의위원회'를 설치·운영하고 입학정원, 권역 제한, 재직요건, 학생정원 등 완화 및 이동수업 승인 등 계약학과 설립·운영에 필요한 사항심의 및 새로운 쟁점에 대한 기준을 제시해야 한다(교육부, 2018).

3) 계약학과 유형

계약학과는 국가 및 지방단체 또는 산업체 등과의 계약 때문에 대학 정원 외로 개설 및 운영할 수 있는 학위과정으로 형태는 두 종류로 구분된다. 첫째는 특정 기업체 직원의 재교육이나 직무능력 향상을 위한 재교육형, 둘째는 채용을 조건으로 특별한 교육과정의 운영을 요구하는 고용보장형의 채용조건형으로 학부 또는 대학원에 신설할 수 있다.

현재까지 전국 2년제 대학, 4년제 대학, 산업대학 등을 포함하여 신설된 대학은 2년제 대학은 33

개 대학에서 77개의 전문학과 과정, 4년제 대학은 81개 대학에서 301개의 학사과정을 운영하고 있다. 세부적으로 미용 분야의 계약학과 운영현황으로는 2년제 대학은 채용조건형 5개교, 재교육형 6개교이며, 4년제 대학은 채용조건형 1개교, 재교육형은 10개교가 운영 중이다(대학알리미, 2018).

이처럼 정규학과가 아닌 계약학과와 신설이 점진적 증가추세를 보이는 현상의 다른 의미는 뷰티산업의 지속적인 발전에 발맞추어 양적 성장은 물론 고객서비스 만족도를 향상하기 위한 질적 성장의 동반성장이 필요하다는 것을 의미한다.

Ⅲ. 내용 및 방법

1. 연구내용

본 연구는 일과 학습을 병행하는 미용전공 계약학과에 재학 중인 2년제 및 4년제 대학생을 대상으로 하여 계약학과에 입학지원과정과 교육만족도를 알아보는 것으로 연구문제는 다음과 같다.

첫째, 계약학과 대학생의 일반적인 특성에 대해서 알아본다.

둘째, 계약학과 대학생의 일반적 특성에 따른 입학지원과정과 교육만족도에 대해서 알아본다.

2. 자료수집 및 분석방법

자료수집은 2018년 3월 25일~5월 30일에 걸쳐 서울(5개교) 경기도(6개교) 소재, 미용전공 계약학과에 재학 중인 대학생 272명을 대상으로 설문 조사를 하였다. 수집자료 중 불성실한 설문지 17부를 제외한 유효한 255부를 통계분석에 활용하였다. 회수된 자료에 사용된 구체적인 실증분석 방법은 다음과 같다. 본 연구의 실증분석은 유의수준 $p < 0.05$, $p < 0.01$, $p < 0.001$ 하에서 검증하였으며, 통계처리는 SPSS WIN 21.0 프로그램을 사용하여 분석하였다. 첫째, 조사대상자의 일반적 특성을 알아보기 위하여 빈도분석을 하였다. 둘째, 미용전공 계약학과 입학 지원과정에 대해서 알아보고, 조사대상자의 일반적 특성에 따라 차이가 있는지를 알아보기 위하여 교차분석을 하였다.

〈표 1〉 측정도구의 구성

변 수	내 용	문항 수	척도	참고문헌
일반적 특성	성별, 연령대, 학교유형, 출신고교, 자격증 보유 여부	5	선다형	
입학지원과정	계약학과에 대한 인지도 계약학과 지원동기 계약학과 지원경로 계약학과 선택 시 고려사항	4	5점 리커트	Lee & Ha(2015) Nam(2017) Seo(2017)
교육만족도	교육만족도 교육만족도 선호사항 계약학과 추천의향	3		

〈표 2〉 조사대상자의 일반적 특성

구 분	빈도(N)	퍼센트(%)	
성별	남성	45	17.6
	여성	210	82.4
연령대	10대	49	19.2
	20대	206	80.8
학교유형	2년제 대학 재학	198	77.6
	4년제 대학 재학	57	22.4
출신고교	인문계고(위탁)	143	56.1
	특성화고	98	38.4
	기타	14	5.5
미용사(일반) 자격증 보유 여부	보유	159	62.4
	미보유	96	37.6
전체	255	100.0	

3. 측정도구의 구성

조사내용은 일반적 특성 5문항, 계약학과 입학지원과정과 교육만족도에 관한 7문항은 이주연과 하홍열(2015), 남향숙(2017), 서재원(2017)의 문항을 참고하여 본 연구에 맞게 〈표 1〉과 같이 수정·보완하였다.

IV. 결과 및 고찰

1. 조사대상자의 일반적 특성

조사대상자의 일반적 특성에 대해 알아보기 위하여 빈도분석을 한 결과는 〈표 2〉와 같다. 분석결과 성별은 남성 45명(17.6%), 여성 210명(82.4%)으로 나타났고, 연령대는 10대 49명(19.2%), 20대 206명(80.8%)으로 나타났다. 학교유형은 2년제 재학 198명(77.6%), 4년제 재학 57명(22.4%)으로 나타났고, 출신고교는 인문계고(위탁) 143명(56.1%), 특성화고 98명(38.4%)으로 나타났으며, 미용사(일반) 자격증 보유 여부는 보유 159명(62.4%), 미보유 96명(37.6%)으로 나타났다.

2. 일반적 특성에 따른 계약학과 입학지원과정과 교육만족도

1) 입학지원과정

〈표 3〉 계약학과에 대한 인지도

구 분		계약학과에 대한 인지도				χ^2 (p)
		모른다	안다	잘 안다	매우 잘 안다	
성별	남성	4(8.9)	23(51.1)	15(33.3)	3(6.7)	3.248 (0.355)
	여성	24(11.4)	129(61.4)	50(23.8)	7(3.3)	
연령대	10대	4(8.2)	37(75.5)	8(16.3)	0(0.0)	7.389 (0.060)
	20대	24(11.7)	115(55.8)	57(27.7)	10(4.9)	
학교유형	2년제 재학	21(10.6)	126(63.6)	44(22.2)	7(3.5)	6.573 (0.087)
	4년제 재학	7(12.3)	26(45.6)	21(36.8)	3(5.3)	
출신고교	인문계고(위탁)	18(12.6)	75(52.4)	40(28.0)	10(7.0)	13.611* (0.034)
	특성화고	10(10.2)	67(68.4)	21(21.4)	0(0.0)	
	기타	0(0)	10(71.4)	4(28.6)	0(0.0)	
미용사(일반) 자격증 보유 여부	보유	10(6.3)	97(61.0)	49(30.8)	3(1.9)	17.764*** (0.000)
	미보유	18(18.8)	55(57.3)	16(16.7)	7(7.3)	
전체		28(11.0)	152(59.6)	65(25.5)	10(3.9)	

* $p < 0.05$, *** $p < 0.001$.

(1) 계약학과에 대한 인지도

계약학과에 대한 인지도를 분석한 결과는 〈표 3〉과 같다. 분석결과 전체적으로 볼 때, 안다 152명(59.6%), 잘 안다 65명(25.5%), 매우 잘 안다 10명(3.9%), 모른다 28명(11.0%)으로 나타나 전체 89.0%가 계약학과에 대해 알고 있는 것으로 볼 수 있다. 남향숙과 이주연(2013)의 연구에서도 계약학과에 대해서 대체로 잘 이해하고 있었다고 하였는데, 이는 미용분야 계약학과에 지원하는 학생들은 대부분 미용위탁과정 교육을 이수한 학생들이 많은 결과로 보여진다.

조사대상자의 일반적 특성에 따라서는 출신고교, 미용사 자격증 보유 여부에 따라 통계적으로 유의미한 차이가 나타났다($p < 0.05$). 먼저 출신고교에 따라서는 인문계고(위탁)의 경우 특성화고나 기타 학교보다 상대적으로 계약학과에 대해 잘 알고 있는 것으로 나타났고, 미용사(일반) 자격증 보유 여부에 따라서는 자격증을 보유한 경우 보유하지 않은 경우에 비교해 상대적으로 계약학과에 대해 잘 알고 있는 것으로 나타났다. 이러한 결과를 해석하면, 인문계고(위탁) 학생들은 직업위탁과정인 고2 또는 고3 위탁과정에 미용과정이 개설되어 있고, 이 학생들은 대부분 6개월~10개월 정도를 대학 및 미용직업학교 등의 교육기관에서 미용에

대해서 집중학습이 진행되기에 자격증 취득률이 높으며, 이 학생들이 대부분 계약학과를 진학하는 경우가 많기 때문이라고 판단된다.

(2) 계약학과 지원동기

계약학과 지원동기를 분석한 결과는 〈표 4〉와 같다. 분석결과 전체적으로 볼 때, 학위취득과 단 기간에 헤어디자이너가 되기 때문이 193명(75.7%)으로 가장 높게 나타났고, 그냥 미용분야 일이 좋아서 29명(11.4%), 정규 미용학과를 가기에 성적 부족해서 14명(5.5%), 가정 형편이 어려워서 10명(3.9%), 학위보다는 단순하게 단 기간에 헤어디자이너가 되기 위해서 9명(3.5%) 순으로 나타나 대체로 학위취득과 단 기간에 헤어디자이너가 되기 때문에 지원한 것으로 볼 수 있다. 이를 해석해 보면, 미용분야 교육환경의 변화가 과거의 이론중심 교수 위주의 교육에서 현장직무 중심과 산업체 요구에 부응하는 현장전문가를 양성하는 취지의 계약학과 신설이 증가하고 있으며(이주연과 하홍열, 2015), 또한 미용분야의 학력이 점점 높아지고 있는 현상이 반영된 것으로 보여진다. 미용 관련학과의 선택동기에 대해서 강영숙과 장경선(2012)의 연구에서는 예술적인 적성이 맞아서 지원하였다고 하였고, 남향숙과

〈표 4〉 계약학과 선호 지원동기

구 분		계약학과 선호 지원동기					χ^2 (p)
		정규 미용학과를 가기에는 성적이 부족해서	가정 형편이 어려워서	학위취득과 단기간에 헤어 디자이너가 되기 때문에	학위보다는 단기간에 헤어 디자이너가 되기 위해서	그냥 미용분야 일이 좋아서	
성별	남성	0(0.0)	3(6.7)	35(77.8)	3(6.7)	4(8.9)	5.902 (0.207)
	여성	14(6.7)	7(3.3)	158(75.2)	6(2.9)	25(11.9)	
연령대	10대	1(2.0)	5(10.2)	36(73.5)	1(2.0)	6(12.2)	7.880 (0.096)
	20대	13(6.3)	5(2.4)	157(76.2)	8(3.9)	23(11.2)	
학교유형	2년제 재학	14(7.1)	10(5.1)	143(72.2)	6(3.0)	25(12.6)	10.163* (0.038)
	4년제 재학	0(0.0)	0(0.0)	50(87.7)	3(5.3)	4(7.0)	
출신고교	인문계고(위탁)	10(7.0)	6(4.2)	106(74.1)	6(4.2)	15(10.5)	7.073 (0.529)
	특성화고	4(4.1)	4(4.1)	77(78.6)	3(3.1)	10(10.2)	
	기타	0(0.0)	0(0.0)	10(71.4)	0(0.0)	4(28.6)	
미용사(일반) 자격증 보유 여부	보유	4(2.5)	4(2.5)	131(82.4)	9(5.7)	11(6.9)	24.245*** (0.000)
	미보유	10(10.4)	6(6.3)	62(64.6)	0(0.0)	18(18.8)	
전체		14(5.5)	10(3.9)	193(75.7)	9(3.5)	29(11.4)	

* $p < 0.05$, *** $p < 0.001$.

〈표 5〉 계약학과 지원경로

구 분		계약학과 지원경로				χ^2 (p)
		고등학교 선생님 소개	미용 교육기관 선생님 소개	친구나 지인 또는 부모님 추천	인터넷 검색 또는 학교 홈페이지 검색	
성별	남성	18(40.0)	17(37.7)	10(22.2)	0(0.0)	12.379* (0.015)
	여성	57(27.1)	88(41.9)	32(15.2)	33(15.7)	
연령대	10대	13(26.5)	30(61.3)	3(6.1)	3(6.1)	12.295* (0.015)
	20대	62(30.1)	75(36.4)	39(18.9)	30(14.6)	
학교유형	2년제 재학	55(27.8)	81(40.9)	32(16.2)	30(15.2)	4.611 (0.330)
	4년제 재학	20(35.1)	24(42.1)	10(17.5)	3(5.3)	
출신고교	인문계고(위탁)	41(28.7)	68(47.6)	15(10.5)	19(13.3)	53.491*** (0.000)
	특성화고	34(34.7)	27(27.6)	27(27.6)	10(10.2)	
	기타	0(0.0)	10(71.4)	0(0.0)	4(28.6)	
미용사(일반) 자격증 보유 여부	보유	54(34.0)	61(38.4)	25(15.7)	19(11.9)	8.935 (0.063)
	미보유	21(21.9)	44(45.9)	17(17.7)	14(14.6)	
전체		75(29.4)	105(41.2)	42(16.5)	33(12.9)	

* $p < 0.05$, *** $p < 0.001$.

이주연(2013)의 연구에서 계약학과 지원동기 중 수업료 경감으로 인한 경제적 부담이 적은 요인으로 나타나 본 연구와의 차별성을 제시한다.

조사대상자의 일반적 특성에 따라서는 학교유형, 미용사(일반) 자격증 보유 여부에 따라 통계적으로 유의미한 차이가 나타났다($p < 0.05$). 먼저 학교유형에 따라서는 다소 차이는 있으나 2년제와 4년제 재학 모두 대체로 학위취득과 단, 기간에 헤어디자이너가 되기 때문에 지원한 것으로 나타났고, 미용사(일반) 자격증 보유 여부에 따라서는 보유와 미보유 모두 다소 차이는 있으나 대체로 학위취득과 단 기간에 헤어디자이너가 되기 때문에 또는 가장 형편이 어려워 지원한 것으로 나타났다.

(3) 계약학과 지원경로

계약학과 지원경로를 분석한 결과는 <표 5>와 같다. 분석결과 전체적으로 볼 때, 미용 교육기관 선생님 소개가 105명(41.2%)으로 가장 높게 나타났고, 다음 순으로 고등학교 선생님 소개가 75명(29.4%), 친구나 지인 또는 부모님 추천 42명(16.5%), 인터넷 검색 또는 학교 홈페이지 검색 33명(12.9%) 순으로 나타나 대체로 미용 교육기

관 선생님 소개로 지원하게 된 것으로 볼 수 있다. 보건계열의 경우는 학과선택 시 본인 의사(75%)가 높은 비중을 차지하고 있으며, 부모님(17.3%), 담임선생님(4.5%), 기타(1.8%), 친구(1.3%)의 순으로 나타났으며(이미림과 이효철, 2018), 반면 계약학과 미용전공인 경우는 대부분 학생이 인문계고 위탁교육생 직업학교 또는 훈련기관 등에서 실제 미용교육을 받고 있기에 교육을 담당하는 미용 교육기관 선생님의 소개가 가장 높게 나타나, 이는 전공별로 학과선택의 차이로 보여진다.

조사대상자의 일반적 특성에 따라서는 성별, 연령, 출신고교에 따라 통계적으로 유의미한 차이가 나타났다($p < 0.05$). 먼저 성별에 따라서는 남성의 경우 대체로 고등학교 선생님의 소개로 지원하게 된 것으로 나타났으나, 여성의 경우는 미용 교육기관 선생님 소개로 지원하게 된 것으로 나타나 차이를 보였다. 연령대에 따라서는 10대와 20대 모두, 출신고교에 따라서는 인문계고와 기타의 경우, 자격증 보유 여부도 미용 교육기관 선생님의 소개가 가장 높게 나타났다. 반면 특성화고의 경우는 고등학교 선생님 소개가 가장 높았다.

<표 6> 계약학과 선택 시 고려사항

구 분	계약학과 선택 시 고려사항					χ^2 (p)	
	대학의 이미지와 인지도	등교의 편의성	연계된 산업체의 브랜드 인지도	대학의 강사진 및 교육과정	기타		
성별	남성	13(28.9)	5(11.1)	16(35.6)	7(15.6)	4(8.9)	2.911 (0.573)
	여성	63(30.0)	20(9.5)	78(37.1)	18(8.6)	31(14.8)	
연령대	10대	6(12.2)	4(8.2)	26(53.1)	8(16.3)	5(10.2)	13.939** (0.007)
	20대	70(34.0)	21(10.2)	68(33.0)	17(8.3)	30(14.6)	
학교유형	2년제 재학	71(35.9)	18(9.1)	60(30.3)	17(8.6)	32(16.2)	26.865*** (0.000)
	4년제 재학	5(8.8)	7(12.3)	34(59.6)	8(14.0)	3(5.3)	
출신고교	인문계고(위탁)	40(28.0)	6(4.2)	52(36.4)	20(14.0)	25(17.5)	40.018*** (0.000)
	특성화고	33(33.7)	12(12.2)	38(38.8)	5(5.1)	10(10.2)	
	기타	3(21.4)	7(50.0)	4(28.6)	0(0.0)	0(0.0)	
미용사(일반) 자격증 보유 여부	보유	41(25.8)	21(13.2)	55(34.6)	21(13.2)	21(13.2)	12.942* (0.012)
	미보유	35(36.5)	4(4.2)	39(40.6)	4(4.2)	14(14.6)	
전체		76(29.8)	25(9.8)	94(36.9)	25(9.8)	35(13.7)	

* $p < 0.05$, ** $p < 0.01$, *** $p < 0.001$.

〈표 7〉 교육만족도

구 분		교육만족도					χ^2 (p)
		매우 불만족	불만족	보통	만족	매우 만족	
성별	남성	0(0.0)	0(0.0)	24(53.3)	18(40.0)	3(6.7)	21.620*** (0.000)
	여성	10(4.8)	28(13.3)	132(62.9)	37(17.6)	3(1.4)	
연령대	10대	1(2.0)	6(12.2)	33(67.3)	9(18.4)	0(0.0)	2.728 (0.604)
	20대	9(4.4)	22(10.7)	123(59.7)	46(22.3)	6(2.9)	
학교유형	2년제 재학	10(5.1)	24(12.1)	126(63.6)	35(17.7)	3(1.5)	13.668** (0.008)
	4년제 재학	0(0.0)	4(7.0)	30(52.6)	20(35.1)	3(5.3)	
출신고교	인문계고(위탁)	7(4.9)	12(8.4)	91(63.6)	27(18.9)	6(4.2)	16.957* (0.031)
	특성화고	3(3.1)	16(16.3)	58(59.2)	21(21.4)	0(0.0)	
	기타	0(0.0)	0(0.0)	7(50.0)	7(50.0)	0(0.0)	
미용사(일반) 자격증 보유 여부	보유	3(1.9)	8(5.0)	96(60.4)	46(28.9)	6(3.8)	32.351*** (0.000)
	미보유	7(7.3)	20(20.8)	60(62.5)	9(9.4)	0(0.0)	
전체		10(3.9)	28(11.0)	156(61.2)	55(21.6)	6(2.4)	

* $p < 0.05$, ** $p < 0.01$, *** $p < 0.001$.

(4) 계약학과 선택 시 고려사항

계약학과 선택 시 고려사항을 분석한 결과는 〈표 6〉과 같다. 분석결과 전체적으로 볼 때, 연계된 산업체의 브랜드 인지도가 94명(36.9%)으로 가장 높게 나타났고, 대학의 이미지와 인지도 76명(29.8%), 등교의 편의성과 대학의 강사진 및 교육과정의 각 25명(9.8%) 순으로 나타나 대체로 연계된 산업체의 브랜드 인지도를 가장 먼저 고려한 것으로 볼 수 있다. 이를 해석해 보면, 계약학과 학생은 주 5일 현장에서 인턴으로 근무하기에 사실 대학의 인지도보다는 본인의 요건과 경력을 쌓기 위한 브랜드의 인지도를 좀 더 중요하게 생각하는 것으로 판단된다. 다른 전공의 학과선택 결정요인으로는 지인 권유와 적성과 흥미, 취업전망, 성적, 대학의 지리적 위치와 대학 비용(등록금, 장학금 혜택 등)을 고려하는 것(손승희 외 2인, 2013; 장계원 외 2인, 2013)으로 나타나 본 연구와 전공별 선택속성의 차이를 보였다.

조사대상자의 일반적 특성에 따라서는 연령대, 학교유형, 출신고교, 미용사 자격증 보유 여부에 따라 통계적으로 유의미한 차이가 나타났다($p < 0.05$). 먼저 연령대에 따라서는 10대의 경우 연계된 산업체의 브랜드 인지도를 우선 고려한 것으로 나타났으나 20대의 경우 대학의 이미지와 인지도를

우선 고려한 것으로 나타나 차이를 보였고, 학교유형에 따라서는 2년제 재학의 경우 대학의 이미지와 인지도를 우선 고려한 것으로 나타났으나 4년제 재학의 경우 연계된 산업체의 브랜드 인지도를 우선 고려한 것으로 나타나 차이를 보였다. 또한, 출신고교에 따라서는 인문계고나 특성화고의 경우 연계된 산업체의 브랜드 인지도를 우선 고려한 것으로 나타났으나 기타 고교의 경우 등교의 편의성을 우선 고려한 것으로 나타나 차이를 보였고, 미용사(일반) 자격증 보유 여부에 따라서는 다소 차이는 있으나 보유, 미보유 모두 대체로 연계된 산업체의 브랜드 인지도를 우선 고려한 것으로 나타났다.

2) 교육만족도

(1) 교육만족도

교육만족도를 분석한 결과는 〈표 7〉과 같다. 분석결과 전체적으로 볼 때, 보통 156명(61.2%), 만족 55명(21.6%), 불만족 28명(11.0%), 매우 불만족 10명(3.9%), 매우 만족 6명(2.4%)으로 나타나 전체 24.0%가 계약학과 교육에 만족하고 보통 이상은 85.2%에 해당한다.

조사대상자의 일반적 특성에 따라서는 성별,

〈표 8〉 교육만족도 선호사항

구 분	교육만족도 선호사항					χ ² (p)	
	전공관련 실기테크닉	전공관련 체계적인 이론수업	다양한 미용 전공수업	교양 및 이미지 메이킹 수업	전공관련 외국어 수업		
성별	남성	29(64.4)	2(4.4)	11(24.4)	0(0.0)	3(6.7)	2.977 (0.562)
	여성	119(56.7)	19(9.0)	48(22.9)	7(3.3)	17(8.1)	
연령대	10대	30(61.2)	3(6.1)	14(28.6)	0(0.0)	2(4.1)	3.968 (0.410)
	20대	118(57.3)	18(8.7)	45(21.8)	7(3.4)	18(8.7)	
학교유형	2년제 재학	112(56.6)	18(9.1)	45(22.7)	7(3.5)	16(8.1)	3.262 (0.515)
	4년제 재학	36(63.2)	3(5.3)	14(24.6)	0(0.0)	4(7.0)	
출신고교	인문계고(위탁)	96(67.1)	14(9.8)	21(14.7)	0(0.0)	12(8.4)	44.291*** (0.000)
	특성화고	49(50.0)	7(7.1)	27(27.6)	7(7.1)	8(8.2)	
	기타	3(21.4)	0(0.0)	11(78.6)	0(0.0)	0(0.0)	
미용사(일반) 자격증 보유 여부	보유	99(62.3)	12(7.5)	43(27.0)	0(0.0)	5(3.1)	27.809*** (0.000)
	미보유	49(51.0)	9(9.4)	16(16.7)	7(7.3)	15(15.6)	
전체		148(58.0)	21(8.2)	59(23.1)	7(2.7)	20(7.8)	

***p<0.001.

학교유형, 출신고교, 미용사 자격증 보유 여부에 따라 통계적으로 유의미한 차이가 나타났다(p<0.05). 먼저 성별에 따라서는 남성의 경우 여성보다 상대적으로 계약학과 교육에 대해 만족하는 것으로 나타났고, 학교유형에 따라서는 비교적 학교유형이 높을수록 계약학과 교육에 대해 만족하는 것으로 나타났다. 또한, 출신고교에 따라서는 기타 고교의 경우 상대적으로 계약학과 교육에 대해 만족하는 것으로 나타났고, 미용사 자격증 보유 여부에 따라서는 보유의 경우 미보유보다 상대적으로 계약학과 교육에 대해 만족하는 것으로 나타났다. 다른 전공인 경우는 저학년이 고학년보다 교육만족도가 높게 나타났는데(이태현 외 3인, 2015), 이는 저학년일수록 난도 높은 전공 교과보다는 대학생활의 흥미를 유발할 수 있는 기초 교과로 구성되었기 때문이라고 보여진다. 또한, 자격증 취득이 취업에 긍정적인 영향을 미친다는 서화정과 박하정(2017)의 선행연구 결과가 자격증 보유자가 교육에 만족한다는 본 연구의 결과를 뒷받침해준다.

(2) 교육만족도 선호사항

교육만족도를 위한 선호사항을 분석한 결과는 〈표 8〉과 같다. 분석결과 전체적으로 볼 때, 전공관련 실기테크닉이 148명(58.0%)으로 가장 높게 나타났고, 다양한 미용 전공수업 59명(23.1%), 전공관련 체계적인 이론수업 21명(8.2%), 전공관련 외국어 수업 20명(7.8%), 교양 및 이미지메이킹 수업 7명(2.7%) 순으로 나타나 대체로 전공관련 실기테크닉이 가장 보완되었으면 하는 것으로 볼 수 있다. 이를 해석해 보면, 조사대상자가 현재 주 5일을 미용분야에 종사하는 인턴이므로 현장에서 바로 활용할 수 있는 전공관련 실기테크닉이 가장 절실히 필요한 것으로 보여진다. 이는 계약학과생의 교육만족도를 향상시키기 위해서는 실습 및 강의와 관련된 일체의 유무형 서비스에 대한 확충이나 확대뿐만 아니라 고품격의 안정적인 강의와 학생과 교수 간의 커뮤니케이션 확대, 대학의 행정서비스 등이 원활하게 갖추어져야 한다(서재원, 2017).

조사대상자의 일반적 특성에 따라서는 출신고교, 미용사 자격증 보유 여부에 따라 통계적으로 유의미한 차이가 나타났다(p<0.001). 먼저 출신고교에 따라서는 인문계고나 특성화고의 경우 대체로 전공관련 실기테크닉이 가장 보완되었으면 하

〈표 9〉 계약학과 추천의향

구 분	계약학과 추천의향		χ^2 (p)	
	있다	없다		
성별	남성	38(84.4)	7(15.6)	7.771** (0.005)
	여성	132(62.9)	78(37.1)	
연령대	10대	36(73.5)	13(26.5)	1.263 (0.261)
	20대	134(65.0)	72(35.0)	
학교유형	2년제 재학	137(69.2)	61(30.8)	2.542 (0.111)
	4년제 재학	33(57.9)	24(42.1)	
출신고교	인문계고(위탁)	103(72.0)	40(28.0)	6.743* (0.034)
	특성화고	56(57.1)	42(42.9)	
	기타	11(78.6)	3(21.4)	
미용사(일반) 자격증 보유 여부	보유	111(69.8)	48(30.2)	1.879 (0.170)
	미보유	59(61.5)	37(38.5)	
전체		170(66.7)	85(33.3)	

* $p < 0.05$, ** $p < 0.01$

였으나 기타 고교의 경우 다양한 미용 전공수업이 가장 보완되었으면 하는 것으로 나타나 차이를 보였고, 미용사 자격증 보유 여부에 따라서는 다소 차이는 있으나 보유, 미보유 모두 50% 이상이 전공관련 실기테크닉이 가장 보완되었으면 하는 것으로 나타났다.

(3) 계약학과 추천의향

계약학과 추천의향을 분석한 결과는 〈표 9〉와 같다. 분석결과 전체적으로 볼 때, 170명(66.7%)은 대학입학과 관련하여 계약학과를 추천할 의향이 있는 것으로 나타났고, 85명(33.3%)은 추천할 의향이 없는 것으로 나타났다. 이를 해석해 보면, 계약학과는 정규학과보다 대학 등교 일수가 적어 등록금이 저렴하지만, 등록금의 50%는 기업체에서 혜택받는 제도의 이점이 있어 타인에게 계약학과를 추천하는 경향이 높다고 판단된다. 다른 전공의 학과 추천의도는 전공실습 교과목의 만족도가 높거나(최미영 외 2인 2013), 교육서비스품질에 대해 학습만족도가 높은 학생일수록 타인에게 추천하는 의향이 높았다(채선영 외 3인, 2013).

조사대상자의 일반적 특성에 따라서는 성별, 출신고교에 따라 통계적으로 유의미한 차이가 나타났다($p < 0.05$). 먼저 성별에 따라서는 남성의 경

우 여성보다 상대적으로 대학입학과 관련하여 계약학과를 추천할 의향이 있는 것으로 나타났고, 출신고교에 따라서는 인문계고나 기타 고교의 경우 특성화고보다 상대적으로 대학입학과 관련하여 계약학과를 추천할 의향이 있는 것으로 나타났다.

V. 결론

미용전공 계약학과 대학생의 입학지원과정과 교육만족도를 알아본 연구결과는 다음과 같다. 계약학과에 대한 전반적인 입학지원과정에 대해서 알아본 결과, 조사대상자의 89%가 계약학과 제도를 인지하였고, 지원동기는 학위취득과 단 기간에 헤어디자이너가 되기 위해서, 지원경로는 미용교육기관 선생님의 권유가 가장 높았게 나타났다. 이러한 현상은 계약학과의 취지인 일과 학습을 병행하면서 학위취득과 헤어전문가가 되는 과정이므로, 단지 대학진학 또는 단순취업의 단일 목적보다는 현 미용대학의 교육시스템과 실제 산업현장 실무테크닉의 괴리감이 있기 때문이고, 계약학과 지원생의 대부분이 특성화고 또는 직업교육 위탁과정생이 많기 때문에 일반 고등학교 선생님보다는 미용교육기관 선생님의 추천이 가장

많은 것으로 판단된다.

학과선택 시 고려사항은 연계된 산업체의 브랜드 인지도가 가장 높았고, 학과 추천의향은 66.7%가 추천한다고 응답하였다. 이는 계약학과는 입학부터 졸업까지 동일 기업체에서 근무하여 헤어 전문가로 성장하는 시스템으로 소속 브랜드의 승급프로그램 교육은 물론 성장이력에 도움이 되기 때문 브랜드의 중요성이 부각된다고 유추한다. 교육만족도는 보통 이상이 85.2%에 해당한다. 이는 기업체 맞춤형교육이 이루어지고 있으므로 교육에 대해서 대체적으로 만족도가 높게 나타났으며, 교육만족도 선호사항은 전공관련 실기 테크닉이 가장 높게 조사되었다.

이상의 같이 계약학과는 산업체 요구와 수요를 반영한 맞춤형인력양성이 취지인 특화된 학과이기에, 학생들이 현장에서 인턴으로 근무하는 재직자로 구성된 점을 반영하여, 실제 미용분야 현장에서 바로 활용할 수 있는 현장테크닉과 살롱 위주의 실질적인 교육과정을 차별 편성 및 운영하여 맞춤형 눈높이 교육이 진행되어야 한다. 또한, 강사진을 구성함에서도 실제 현장에서 활동하고 있는 실력있는 전문가를 영입하되, 전공실기와 체계적인 이론이 뒷받침되는 관련분야 전공학위자를 초빙하여 고도화된 테크닉과 학문적인 전문이론을 겸비한 멀티인재를 양성해야 한다.

본 연구의 제언점으로는 조사대상자를 서울과 경기권에 한정되어 연구함으로써 지역에 대한 한계가 있었음을 밝히며, 이러한 점을 보완한다면 보다 객관적이고 체계적인 계약학과 신설과 운영에 대한 유용한 자료가 될 수 있다고 판단되어 이를 후속연구로 제안한다.

참고문헌

- 교육부. (2018). 계약학과 설치·운영 규정 제정안 행정예고, pp. 1-2.
- 강경숙, 장경선. (2012). 뷰티관련학과의 선택에 영향을 미치는 요인. *대한미용문화 예술학회지*, 1(2), 52-57.
- 김수정. (2017). *내부마케팅이 미용관련 계약학과 학생의 직무만족, 이직의도에 미치는 영향*. 동양대학교 대학원 박사학위논문,
- 김진모. (2014). 계약학과 제도 개선방안 연구. 서울대학교 연구보고서, pp. 10-55.
- 남향숙. (2017). 고등학생들이 미용대학 계약학과 제도에 대한 인지도: 특성화고등학교 학생들 중심으로. *한국미용학회지*, 23(1), 211-222.
- 남향숙, 이주연(2013). 미용대학 계약학과 운영의 문제점 및 개선방향. *대한피부미용학회지*, 11(4), 631-640.
- 대학알리미.(2018). 전국 계약학과 운영현황. 자료검색일 2018. 7. 5, 자료출처 <http://www.academyinfo.go.kr>
- 박철우. (2009). 계약학과 운영 실태분석 및 기업대상 수요조사 연구. 교육부발간자료, p. 1.
- 서재원. (2017). 교육서비스품질이 교육만족도와 직무유용성에 미치는 영향: 외식조리 관련 계약학과 학생을 중심으로. *한국조리학회지*, 23(4), 203-215.
- 서화정, 박하정. (2017). 대학생들의 전공 교육과정의 만족도가 자격증 취득 및 취업에 미치는 영향. *병원경영학회지*, 22(1), 51-60.
- 손승희, 양정미, 최종률. (2013). 항공서비스 전공학생의 학과선택 결정요인이 학과 만족에 미치는 영향. *관광레저연구*, 25(6), 387-405.
- 이미림, 이효철. (2018). 보건계열 학생들의 학과 선택동기와 만족도 조사. *한국엔터테인먼트산업학회논문지*, 12(2), 137-153.
- 이주연, 하홍열(2015). 미용대학의 계약학과 교육 품질 서비스가 산업체의 경영성과에 미치는 영향. *대한피부미용학회지*, 13(5), 645-654.
- 이태현, 김은정, 이달원, 이성노. (2015). 무용 전공 대학생의 교육과정만족도 분석. *한국체육과학회지*, 24(3), 1217-1226.
- 장계원, 이지영, 정미경. (2013). 일부 치위생과 학생의 학과선택 동기 및 적응도. *한국치위생학회지*, 13(2), 335-342.
- 최미영, 문태영, 이현지. (2013). 응급구조학과 학생들의 비판적 사고성향이 임상실습만족도와 추천의도에 미치는 영향. *한국산학기술학회논문지*, 14(3), 1301-1312.

- 채선영, 임미라, 안대희, 김광진. (2013). 커피 관련전공의 교육서비스품질이 학생만족도와 추천의도에 미치는 영향. *한국콘텐츠학회논문지*, 13(1), 425-436.
- 통계청. (2018) '청년실업률' 자료검색일 2018년. 11. 25, 자료출처 <http://kosis.kr/search/search.do>
- 파이낸셜뉴스. (2018. 7. 10). '교육업계, 학령 인구 감소에 해외시장 진출 박차' 자료검색일 2018. 7. 21, 자료출처 <http://www.fnnews.com/news/201807101438137988>