

# 일부 지역 치위생과 학생과 치과위생사를 대상으로 한 치과홈페이지 인식도 조사

김선영 · 오정숙 · 문상은<sup>1</sup>

전남과학대학 치위생과, <sup>1</sup>광주여자대학교 치위생학과

## A survey on the understanding of dental homepages by students of dental hygiene departments and dental hygienists in some regions

Seon-Yeong Kim · Jeong-Suk Oh · Sang-Eun Moon<sup>1</sup>

*Dept. of Dental Hygiene, Chunnam Techno College*

<sup>1</sup>*Dept. of Dental Hygiene, Kwangju Women's University*

---

### ABSTRACT

**Objectives** : The purpose of the study is to gain some basic material for the improvement of dental clinics' homepages through a survey investigation, in which college students of Dental Hygiene Departments and Dental Hygienists in Kwangju and Cheollanamdo Province

**Methods** : It conducted the self-reported questionnaire survey on the Recognition Degrees of the Dental Clinics' Homepages from May 26, 2010 to October 19 targeting 240 dental hygienists who are working for dental offices and 638 college students of Dental Hygiene Departments.

**Results** : 1. It was asked whether they have visited dental homepages for the recent one year; 'yes' answers occupied 68.1%, double than 'no' answers. 2. It was asked how much they know services provided in dental homepages; The more respondents correctly answered that there exist all these services like general information service, visitor's book and bulletin board service, reservation service, dental information service, counseling service, and visual service. 3. All the respondents answered that the homepage of each dental clinic is closely related with the image of the clinic : freshmen showed 3.84, sophomore showed 4.03, juniors showed 4.03, and dental hygienists showed 3.88. 4. It was asked how much they know services provided in dental homepages: Are there the homepages for dental hygienists? Many of them answered that IT experts or businesses are managing the homepages in the technical respect(38.4%) and their use and general administration mainly belongs to dental hygienists(46.2%).

**Conclusions** : It is necessary that through the studies of dental hygienists' interest and understanding on dental homepages we have to seek the development orientation of the technical management and the way of using them, and furthermore we have to know the thoughts of patients on dental homepages, who are users of the dental

informations, and find the ways of improving medical services which the patients want. (J Korean Soc Dent Hygiene 2011; 11(4) : 453-464)

**Key words** : dental clinics' homepages, knowledge, recognition degrees

**색인** : 인식도, 인지도, 치과홈페이지

## 1. 서론

인터넷은 종종 컴퓨터 네트워크들의 네트워크라고 말한다. 인터넷은 물리적인 개체로서 존재하지 않는다. 즉, 네트워크와 연락을 취하거나 만질 수 없고, 수백만 개의 작은 컴퓨터 네트워크들을 연결시켜주는 세계적인 원거리 시스템을 말한다<sup>1)</sup>. Arijj 등<sup>2-7)</sup>의 연구에서는 수많은 컴퓨터 네트워크와 연결되는 가장 큰 컴퓨터 네트워크라고 표현하였다.

2011년 3월 Internet World Stats. URL<sup>8)</sup> 자료에 의한 세계 지리학적 분류별 인터넷 사용자 비율을 살펴보면 아시아 44.0%, 유럽 22.7%, 북미 13.0%, 라틴 아메리카 10.4%, 아프리카 5.7%, 중동부 3.3%, 오세아니아 1.0% 순으로 집계되었다. 이 중 아시아지역의 인터넷 사용자가 가장 많은 분포율을 나타냈는데 이 중에서도 아시아 국가별 인터넷 사용자 시장 획득률은 대한민국이 81.1%로 1위를 차지하였다.

오늘날 우리에게 인터넷은 친숙하고 편리한 수단이 되어 인터넷과 정보를 분리해서 생각할 수 없게 되었다. Adelhard<sup>9)</sup>는 일반인이나 전문가 모두 다양하고 질적인 거대한 의학정보를 인터넷으로 얻는다고 하였다. 이렇듯 인터넷 활용연구의 증가는 의료·보건 및 구강진료에 대한 정보를 인터넷 사이트를 통하여 얻는 생활방식을 일반화시켰다. 그리고 치과홈페이지를 이용한 정보 활용은 단순히 구강건강에 대한 정보를 얻는 매개체일 뿐 아니라 환자가 치과 의료기관 선정 및 고려 시 사전방문의 의미로 결정할 수 있는 중요한 요소가 되고 있다.

또한 최근 의료관광객의 한국 방문이 증가하는 추세이다. 지난해 한국을 방문한 의료관광객은 총 81,789명으로 전년 대비 36% 증가했으며 올해는 10만명 유치를 목표로 하고 있다<sup>10)</sup>. 이러한 의료관광객의 증가추세에 맞추어 인천시는 6개 외국어로 제작한 홈페이지를 만들어 홍보하고, 재단에 각국 언어에 능통한 의료전문 코디네이터 40여 명을 배치할 계획이다. 또 올해 홍보관을

건립해 대형병원이 참여하는 체험코스를 운영하기로 했으며<sup>11)</sup>, 경기도는 의료기관의 의료관광객유치를 위해 개설한 경기국제의료협회의 홈페이지(www.e-gima.com)를 지난 25일 오픈했고<sup>12)</sup>, 대구광역시는 의료관광객 유치를 염두에 두고 아랍어 인터넷 홈페이지를 구축하였다<sup>13)</sup>. 이렇듯 치과홈페이지의 개설도 급증하고 있으며, 의료관광객을 위한 치과홈페이지 서비스의 수요도 증가할 것이다. 이런 현실을 반영하여 치과홈페이지의 발전과 연구가 절실히 필요한 실정이다.

치위생과 학생들은 치과의원에서 일할 예비치과위생사로서의 중요한 인적자원이다. 그러므로 치위생과 학생들과 임상에서 일하고 있는 치과위생사들의 치과홈페이지에 대한 인식은 중요한 자료가 될 수 있다. Brown<sup>1)</sup>은 치과위생사가 정보의 내용, 저자, 게재된 시간, 기술적인 면 등을 면밀히 평가함으로써 치과홈페이지의 품질과 정확성을 결정하는 것은 매우 중요하다고 하였다. 인터넷 홈페이지 관리 운영 및 발전의 문제는 치과계의 공동과제이기 때문에 치위생과 학생들과 치과위생사들의 치과홈페이지 인식에 관한 연구가 계속적으로 이루어져야 한다. 선행연구로 김 등<sup>14)</sup>의 연구를 통하여 치위생과 학생들을 대상으로 한 연구가 있으나 치위생과 학생과 치과위생사를 대상으로 한 치과홈페이지 인식에 관한 연구는 전무하다. 그러므로 본 연구는 학생과 치과위생사의 치과홈페이지에 대한 인식과 관리 실태를 알아보고 치과홈페이지의 질적인 개선 및 발전방향을 위한 기초자료를 제공하고자 한다.

## 2. 연구대상 및 방법

### 2.1. 연구대상

치위생과 학생들과 치과위생사들을 대상으로 치과홈페이지에 대한 인식도를 조사하기 위한 본 연구는 광주·전남지역에 소재한 치위생과 학생 638명과 치과의원에 소속된 치과위생사 240명을 임의추출하여 조사하

였으며, 자기기입식 설문방식으로 조사하였다. 조사기간은 2010년 5월 26일 부터 10월 19일 까지 약 4개월에 걸쳐 조사하였으며 대상자 집단별 구분은 1학년, 2학년, 3학년, 치과위생사로 분류하여 정리하였다.

## 2.2. 연구방법

본 조사의 설문 문항은 김 등<sup>14)</sup>의 설문내용을 수정 보완하여 일반적인 특징 7문항과 치과홈페이지 존재 유무에 대한 인지정도를 알아보기 위한 6문항, 치과홈페이지의 인식도를 알아보기 위한 13문항으로 구성되어 있으며 인식도 문항은 리커트척도를 이용하여 측정하였다. '매우 그렇다'를 5점 최고점으로, '그렇다'를 4점, '보통이다'를 3점, '그렇지 않다'를 2점, '전혀 그렇지 않다'를 1점 최저점으로 기준하여 점수가 높을수록 치과홈페이지에 대한 인식이 긍정적임으로 평가하였다.

## 2.3. 분석방법

회수된 설문 878부를 중심으로 SPSS Win 12.0을 이용하여 연구대상자의 일반적인 특징은 빈도와 백분율을 이용하여 산출하였고, 대상자별 인터넷 활용 및 치과홈페이지 방문에 관한 문항과 치과홈페이지 구성 인지도에 관한 문항은 교차분석을 이용하였으며, 일반적 특성과 치과홈페이지 인식도에 관한 문항은 t-test와 One-way ANOVA를 실시하였다.

또한 홈페이지 내에서 각 항목에 해당하는 웹페이지 존재유무에 대한 인지정도를 알아보기 위하여 안내서비스, 방명록과 게시판 서비스, 예약서비스, 상담서비스, 정보서비스, 영상서비스 항목을 '존재한다'라고 기입한 설문내용은 1점으로 정답처리를 '존재하지 않는다'라고 기입한 설문내용은 0점으로 오답처리를 하였다. 치과홈페이지 인식도를 조사한 문항은 모두 13문항으로 도구의 신뢰도 Cronbach's alpha는 0.858로 나타났다.

# 3. 연구성적

## 3.1. 연구대상자의 일반적인 특성

연구대상자의 일반적인 특성은 <표 1>과 같다. 연구대상자 분류에서 1학년 250명(28.5%), 2학년 226명(25.7%), 3학년 162명(18.5%), 치과위생사 240(27.3%)

이었다. 인터넷 활용정도는 평균 주 1~3회 이상이 40.7%로 가장 많았고, 인터넷 활용용도는 정보검색 34.2%, 인터넷 쇼핑 24.4%, 개인 홈페이지 관리 22.1% 순이었다. 최근 1년간 치과홈페이지 방문경험이 '있다'가 68.1%로 '없다'보다 2배 이상 높았다. 최근 1년간 치과홈페이지의 방문횟수는 5군데 이상 20.6%, 2군데 18.2%, 1군데 12.4% 순이었다. 치과홈페이지 방문목적은 전공에 관한 자료를 수집하려고 25.5%, 전공분야가 치위생과이기 때문에 12.6%, 호기심에 11.5% 순이었다. 치과홈페이지 방문 계기는 검색을 통하여 58.0%가 가장 높았다.

## 3.2. 연구대상별 인터넷 활용과 활용용도에 관한 특성

대상 집단별 인터넷 활용정도와 활용용도에 관한 특성은 <표 2>와 같다. 인터넷 활용정도를 보면 평균 주 1~3회 이상은 2학년이 12.5%로 가장 많았고, 평균 주 4~6회 이상, 평균 주 7회 이상, 매일 자주는 모두 1학년이 7.3%, 2.8%, 9.0%로 가장 많았다. 인터넷을 활용하는 용도를 알아보기 위한 세부항목으로는 메일수신 및 발신 확인, 개인 홈페이지 관리, 정보검색, 인터넷 쇼핑, 전공에 관련한 학습활동과 게임, 음악, 영화를 이용하기 위한 인터넷활용을 기타로 묶어 조사하였다. 인터넷 활용용도에서 1학년은 개인 홈페이지를 관리하기 위해서가 9.3%로 가장 높았고, 2학년, 3학년, 치과위생사 모두 정보검색이 9.8%, 6.3%, 10.3%로 가장 높으며, 대상 집단별 인터넷 활용정도( $p < 0.05$ )와 활용용도( $p < 0.001$ )는 유의한 차이를 보였다.

## 3.3. 연구대상 집단별 치과홈페이지 방문에 관한 특성

연구대상 집단별 치과홈페이지 방문에 관한 특성은 <표 3>과 같다. 최근 1년간 치과홈페이지 방문경험이 '있다'의 응답률은 치과위생사가 20.5%로 가장 높았으며, 2학년, 3학년, 1학년이 20.2%, 16.5%, 10.9% 순으로 대상 집단별 유의한 차이가 있었다( $p < 0.001$ ). 최근 1년간 치과홈페이지 방문횟수는 집단별 유의한 차이를 보였으며( $p < 0.001$ ), 5군데 이상 방문이 치과위생사가 11.4%로 가장 높았고, 2학년, 3학년, 1학년이 9.9%, 6.7%,

표 1. 연구대상의 일반적인 특성

	구분	빈도(N)	백분율(%)
대상자 분류	1학년	250	28.5
	2학년	226	25.7
	3학년	162	18.5
	치과위생사	240	27.3
인터넷 활용정도	평균 주 1~3회 이상	357	40.7
	평균 주 4~6회 이상	182	20.7
	평균 주 7회 이상	66	7.5
	매일 자주	273	31.1
인터넷 활용용도	메일수신 및 발신 확인	93	10.6
	개인 홈페이지 관리	194	22.1
	정보검색	300	34.2
	인터넷 쇼핑	214	24.4
	학습활동	33	3.8
	기타(게임, 음악, 영화)	44	5.0
최근 1년간 치과홈페이지 방문유무	있다	598	68.1
	없다	280	31.9
최근 1년간 치과홈페이지 방문횟수	1군데	109	12.4
	2군데	160	18.2
	3군데	107	12.2
	4군데	41	4.7
	5군데 이상	181	20.6
홈페이지 방문목적	호기심에	101	11.5
	상담목적으로	70	8.0
	전공분야가 치위생과이기 때문에	111	12.6
	전공에 관한 자료를 수집하려고	224	25.5
	치과에 대한 간접경험으로	92	10.5
홈페이지 방문계기	검색을 통하여	509	58.0
	치과홍보배너를 통하여	56	6.4
	소개를 통하여	21	2.4
	기타	12	1.4

2.3% 순으로 나타났다. 치과홈페이지 방문목적은 집단별 유의한 차이가 있었고( $p < 0.001$ ), '전공에 관한 자료를 수집하려고'가 2학년이 15.4%로 가장 높게 나타났으며, 치과위생사, 3학년, 1학년이 10.0%, 8.7%, 3.3% 순으로 나타났다. 치과홈페이지 방문계기는 집단별 유의

한 차이를 보였으며( $p < 0.05$ ), '검색을 통하여'가 2학년이 26.8%로 가장 높았고, 치과위생사, 3학년, 1학년이 24.1%, 21.2%, 13.0% 순으로 나타났다.

표 2. 연구대상별 인터넷 활용과 활용용도에 관한 특성

구분		1학년	2학년	3학년	치과위생사	계(%)	p
인터넷 활용정도	평균 주 1~3회 이상	82 (9.3)	110 (12.5)	69 (7.9)	96 (10.9)	357 (40.7)	.011*
	평균 주 4~6회 이상	64 (7.3)	39 (4.4)	27 (3.1)	52 (5.9)	182 (20.7)	
	평균 주 7회 이상	25 (2.8)	12 (1.4)	17 (1.9)	12 (1.4)	56 (7.5)	
	매일 자주	79 (9.0)	65 (7.4)	49 (5.6)	80 (9.1)	273 (31.1)	
인터넷 활용용도	메일수신 및 발신 확인	19 (2.2)	13 (1.5)	11 (1.3)	50 (5.7)	93 (10.6)	.000***
	홈페이지 관리	82 (9.3)	56 (6.4)	36 (4.1)	20 (2.3)	194 (22.1)	
	정보검색	69 (7.9)	86 (9.8)	55 (6.3)	90 (10.3)	300 (34.2)	
	인터넷 쇼핑	56 (6.4)	41 (4.7)	45 (5.1)	72 (8.2)	214 (24.4)	
	학습활동	2 (.2)	19 (2.2)	4 (.5)	8 (.9)	33 (3.8)	
	기타(게임, 음악, 영화)	22 (2.5)	11 (1.3)	11 (1.3)	0 (.0)	44 (5.0)	

\*p<0.05, \*\*p<0.01, \*\*\*p<0.001

### 3.4. 연구대상 집단별 치과홈페이지 구성인지도에 관한 특성

연구대상 집단별 치과홈페이지 구성인지도에 관한 특성은 <표 4>와 같다. 치과홈페이지 구성 서비스 존재 유무의 정도를 알아보기 위한 인지도는 안내서비스(p<0.001), 방명록과 게시판(p<0.01), 예약서비스(p<0.01), 정보서비스(p<0.001), 상담서비스(p<0.01), 영상서비스(p<0.001) 모두 '존재한다' 라고 응답한 정답이 오답보다 높았으며 학년별 치위생과 학생들과 치과위생사 간의 유의한 차이를 보였다. 안내서비스는 1학년이 25.9%, 방명록과 게시판은 1학년이 21.8%, 예약서비스는 1학년이 18.1%, 정보서비스는 2학년이 24.9%, 상담서비스는 2학년이 21.6%, 영상서비스는 2학년이 19.4%로 정답률이 가장 높았다.

### 3.5. 연구대상 집단별 치과홈페이지 인식도

연구대상 집단별 치과홈페이지 인식도는 <표 5>와 같다. 집단별 유의한 차이를 보이는 문항은 '치과홈페이지

를 통하여 치과의원의 정보를 알 수 있다고 생각한다.' (p<0.001), '치과홈페이지는 환자를 위한 상담 역할에 큰 도움을 준다고 생각한다' (p<0.01), '치과홈페이지 방문은 환자에게 치과의원의 예비 방문적 의미가 있다고 생각한다' (p<0.001), '치과홈페이지를 통하여 환자가 내원할 수 있다고 생각한다' (p<0.001), '치과홈페이지 관리는 병원이미지와도 관련이 있다고 생각한다' (p<0.05), '치과홈페이지의 관리를 잘하는 병원이 서비스의 질도 좋다고 생각한다' (p<0.05), '치과홈페이지의 예약기능관리는 치과의원의 효율적 환자관리에 도움을 준다고 생각한다' (p<0.001), '치과홈페이지의 예약서비스는 바쁜 현대인의 구강진료서비스에 도움을 줄 수 있다고 생각한다' (p<0.001), '치과홈페이지의 예약 서비스를 비롯한 활용 및 관리를 치과위생사가 할 수 있다고 생각한다' (p<0.001), '치과홈페이지 효율적 관리는 환자구강보건관리의 연장된 치과위생사의 업무라고 생각한다' (p<0.01), '치과홈페이지의 개설은 앞으로 계속 증가될 것이다' (p<0.01), '치과홈페이지를 통하



표 3. 연구대상 집단별 치과홈페이지 방문에 관한 특성

구분		1학년	2학년	3학년	치과위생사	계(%)	p
최근 1년간 치과홈페이지 방문유무	있다	96 (10.9)	177 (20.2)	145 (16.5)	180 (20.5)	598 (68.1)	.000***
	없다	54 (17.5)	49 (5.6)	17 (1.9)	60 (6.8)	280 (31.9)	
최근 1년간 치과홈페이지 방문횟수	1군데	25 (4.2)	27 (4.5)	21 (3.5)	36 (6.0)	109 (18.2)	.000***
	2군데	40 (6.7)	36 (6.0)	52 (8.7)	32 (5.4)	160 (26.8)	
	3군데	13 (2.2)	39 (6.5)	19 (3.2)	36 (6.0)	107 (17.9)	
	4군데	4 (.7)	16 (2.7)	13 (2.2)	8 (1.3)	41 (6.9)	
	5군데 이상	14 (2.3)	59 (9.9)	40 (6.7)	68 (11.4)	181 (30.3)	
홈페이지 방문목적	호기심에	19 (3.2)	19 (3.2)	25 (4.2)	38 (6.4)	101 (16.9)	.000***
	상담목적으로	33 (5.5)	9 (1.5)	8 (1.3)	20 (3.3)	70 (11.7)	
	전공분야가 치위생과이 기 때문에	19 (3.2)	26 (4.3)	28 (4.7)	38 (6.4)	111 (18.6)	
	전공에 관한 자료를 수 집하려고	20 (3.3)	92 (15.4)	52 (8.7)	60 (10.0)	224 (37.5)	
	치과에 대한 간접경험으로	5 (.8)	31 (5.2)	32 (5.4)	24 (4.0)	92 (15.4)	
홈페이지 방문계기	검색을 통하여	78 (13.0)	160 (26.8)	127 (21.2)	144 (24.1)	506 (85.1)	.015*
	치과홍보배너를 통하여	16 (2.7)	8 (1.3)	8 (1.3)	24 (4.0)	56 (9.4)	
	소개를 통하여	2 (.3)	5 (.8)	6 (1.0)	8 (1.3)	21 (3.5)	
	기타	0 (.0)	4 (.7)	4 (.7)	4 (.7)	12 (2.0)	

\*p<0.05, \*\*p<0.01, \*\*\*p<0.001

여 치과계의 다양한 변화가 있을 것이라고 생각한다' (p < 0.001)였다.

'치과홈페이지 관리는 병원이미지와도 관련이 있다' 문항이 1학년 3.84점, 2학년 4.03점, 3학년 4.03점, 치과위생사 3.88점으로 가장 긍정적으로 나타났다(p<0.05).

### 3.6. 치과위생사의 소속 치과홈페이지의 특징에 따른 인식도

치과위생사의 소속 치과홈페이지의 특징에 따른 인식도는 <표 6>과 같다. 치과위생사의 소속 치과홈페이지에 따른 인식도는 유의한 차이가 없었지만, 소속 치과에 홈페이지가 '없다'가 56.7%로 '있다' 43.3%보다 더 많았다. 홈페이지의 기술적 관리는 전문업체가 38.4%로 가장 많았으며, 홈페이지 활용관리는 치과위생사가 46.2%로 가장 많았다.

표 4. 연구대상 집단별 치과홈페이지 구성인지도에 관한 특성

구분		1학년	2학년	3학년	치과위생사	계(%)	p
안내서비스	정답	227 (25.9)	214 (24.4)	145 (16.5)	182 (20.7)	768 (87.5)	.000***
	오답	23 (2.6)	12 (1.4)	17 (1.9)	58 (6.6)	110 (12.5)	
방명록과 게시판	정답	191 (21.8)	190 (21.6)	130 (14.8)	166 (18.9)	677 (77.1)	.001**
	오답	59 (6.7)	36 (4.1)	32 (3.6)	74 (8.4)	201 (22.9)	
예약서비스	정답	159 (18.1)	139 (15.8)	96 (10.9)	112 (12.8)	506 (57.6)	.001**
	오답	91 (10.4)	87 (9.9)	66 (7.5)	128 (14.6)	372 (42.4)	
정보서비스	정답	216 (24.6)	219 (24.9)	149 (17.0)	170 (19.4)	754 (85.9)	.000***
	오답	34 (3.9)	7 (.8)	13 (1.5)	70 (8.0)	124 (14.1)	
상담서비스	정답	185 (21.1)	190 (21.6)	133 (15.1)	170 (19.4)	678 (77.2)	.002**
	오답	65 (7.4)	36 (4.1)	29 (3.3)	70 (8.0)	200 (22.8)	
영상서비스	정답	129 (14.7)	170 (19.4)	126 (14.4)	130 (14.8)	555 (63.2)	.000***
	오답	121 (13.8)	56 (6.4)	36 (4.1)	110 (12.5)	323 (36.8)	

\*p<0.05, \*\*p<0.01, \*\*\*p<0.001

### 3.7. 치과위생사의 소속 치과홈페이지의 특징에 따른 인식도

대상 집단별 일반적 특징과 치과홈페이지 방문경험에 따른 인식도는 <표 7>과 같다. 치과홈페이지에 대한 인식도는 대상자 분류에서 2학년, 치과위생사, 3학년, 1학년 순으로 유의한 차이를 보였다(p<0.001). 인터넷 활용 정도는 평균 주 1~3회 이상, 매일 자주, 평균 주 4~6회 순으로 유의한 차이를 보였다(p<0.05). 최근 1년간 치과홈페이지 방문횟수는 2군데가 가장 많았고 유의한 차이를 보였다(p<0.001).

## 4. 총괄 및 고안

1960년대 시작된 인터넷은 정보교환을 위해 표준화된 언어를 사용하는 세계적인 컴퓨터 네트워크이다<sup>15)</sup>.

인터넷상의 정보량이 폭발적으로 증가함에 따라 인터넷은 일반인들이 자신의 건강과 관련된 정보를 얻는 데도 중요한 자원이 되고 있다. 1997년 미국에서의 한 조사에 의하면 일반인의 36.7%가 건강 및 의료정보를 인터넷에서 얻는다고 한다. 의료기관, 약국, 관련업체 및 협회 등의 홈페이지에서 기관정보와 더불어 건강 및 의료정보를 제공하는 경우가 많으며, 건강 및 의료정보 제공과 관련 상품판매를 목적으로 운영되는 인터넷 사이트의 수가 점차 늘어나고 있고 이에 대한 일반인의 관심 또한 증가되고 있다. 특히 이러한 사이트의 경우 인터넷으로 건강 상담을 제공하는 경우가 많으며 인터넷을 이용한 상담서비스의 제공은 의료기관의 홈페이지에까지 확산되고 있는 추세이다. 건강관련 사이트는 인터넷 이용자가 많이 이용하는 사이트 중의 하나이며 건강에 대한 관심의 증가로 그 이용이 증가하고 있다<sup>16)</sup>. 이처럼

표 5. 연구대상 집단별 치과홈페이지 인식도

인식도 문항	1학년 M±S.D	2학년 M±S.D	3학년 M±S.D	치과위생사 M±S.D	p
1. 치과홈페이지를 통하여 치과의원의 정보를 알 수 있다고 생각한다.	3.34±.830	3.66±.682	3.51±.716	3.56±.836	.000***
2. 치과홈페이지는 환자를 위한 상담 역할에 큰 도움을 준다고 생각한다.	3.04±.735	3.21±.781	3.18±.863	3.34±.782	.001**
3. 치과홈페이지 방문은 환자에게 치과의원의 예비 방문적 의미가 있다고 생각한다.	3.22±.865	3.46±.789	3.51±.828	3.55±.827	.000***
4. 치과홈페이지를 통하여 환자가 내원할 수 있다고 생각한다.	3.02±.885	3.37±.925	3.50±.774	3.70±.804	.000***
5. 치과홈페이지 관리는 병원이미지와도 관련이 있다고 생각한다.	3.84±.796	4.03±.730	4.03±.784	3.88±.916	.024*
6. 치과홈페이지의 관리를 잘하는 병원이 서비스의 질도 좋다고 생각한다.	3.50±.932	3.61±.957	3.65±.894	3.39±.996	.023*
7. 치과홈페이지의 예약기능관리는 치과의원의 효율적 환자관리에 도움을 준다고 생각한다.	3.62±.890	3.84±.846	3.49±.879	3.36±.894	.000***
8. 치과홈페이지의 예약서비스는 바쁜 현대인의 구강진료서비스에 도움을 줄 수 있다고 생각한다.	3.68±.907	3.96±.843	3.80±.818	3.53±.838	.000***
9. 치과홈페이지의 예약서비스를 비롯한 활용 및 관리를 치과위생사가 할 수 있다고 생각한다.	3.36±.947	3.57±.883	3.58±.847	3.68±.787	.000***
10. 치과홈페이지 효율적 관리는 환자구강보건관리의 연장된 치과위생사의 업무라고 생각한다.	3.15±.977	3.04±.988	3.14±.968	3.40±.918	.001**
11. 치과홈페이지는 개설은 환자의 편익을 위해 필수적이라고 생각한다.	3.50±.893	3.55±.843	3.49±.813	3.41±.833	.322
12. 치과홈페이지의 개설은 앞으로 계속 증가될 것이다.	3.67±.843	3.96±.723	3.84±.771	3.85±.794	.001**
13. 치과홈페이지를 통하여 치과계의 다양한 변화가 있을 것이라고 생각한다.	3.40±.864	3.63±.835	3.54±.885	3.74±.823	.000***

\*p<0.05, \*\*p<0.01, \*\*\*p<0.001

누구나 쉽게 건강에 관한 정보를 얻을 수 있지만 정보의 질에 관해서는 아직까지 의문점을 제시하고 있다<sup>17-20)</sup>.

또한 노인인구에 대한 건강관련 사이트에 대한 문제점도 제기되고 있다. 노인인구의 컴퓨터 및 인터넷 이용률과 이용능력이 급속히 증가하고 있고 온라인 생활에 대해 긍정적인 수용태도를 보이고 있는 것으로 보아 노인의 건강증진을 위한 정보를 제공하는 비용도 효과적이고 접근이 용이한 인터넷을 통해 제공하는 것이 유용하리라 생각된다. 그러나 지금까지 개발된 국내 노인건강 사이트들을 살펴보면, 동일하거나 유사한 사이트들이 많지만 내용이 질병위주로 단편적이고 비체계적이며 정보의 신뢰성과 가치가 의심된다<sup>21)</sup>. 그러므로 박 등<sup>22)</sup>

의 연구에서는 국내 노인 건강 관련 사이트의 문제점을 극복하기 위해서는 비영리기관이나 정부기관에서 비영리적 목적으로 사이트를 운영하는 것이 필요하다고 하였다.

건강정보 이용량의 증가는 소비구조 및 소비자 욕구의 변화를 가져왔고, 의료기관에서는 소극적인 마케팅에서 적극적인 마케팅구조로 바뀌고 있다. 정<sup>23)</sup>의 연구에서는 인터넷 마케팅은 인터넷을 이용하여 쌍방향 커뮤니케이션을 바탕으로 마케팅활동을 하는 것이며, 우리나라의 경우 대기업이 의료시장에 참여하면서 보다 적극적인 마케팅전략을 구사함에 따라 많은 병원들이 인터넷 마케팅에 필요한 웹사이트 구축에 박차를 가하



표 6. 치과위생사의 소속 치과홈페이지의 특징에 따른 인식도

구분		N	%	M±S.D	F(T)	P
소속 치과홈페이지 유무	있다	104	43.3	3.63±.591	1.61	.731
	없다	136	56.7	3.51±.566		
소속 치과홈페이지 기술적 관리	전문업체	40	38.4	3.54±.550	1.406	.245
	치과의사	10	9.6	3.84±.920		
	치과위생사	22	21.2	3.79±.511		
	치과조무사	32	30.8	3.58±.558		
소속 치과홈페이지 활용관리 (상담 및 예약서비스)	전문업체	18	17.3	3.50±.323	2.127	.102
	치과의사	14	13.4	3.98±.614		
	치과위생사	48	46.2	3.58±.660		
	치과조무사	24	23.1	3.62±.539		

\*p<0.05, \*\*p<0.01, \*\*\*p<0.001

고 있다고 하였다. 이러한 쌍방향 커뮤니티의 마케팅에 중심이 될 수 있는 웹사이트 및 홈페이지에 대한 정보의 질적인 연구와 소비자들과 의료서비스 종사자의 인식에 대한 연구 및 더 나은 방향의 발전을 위한 연구가 필요하다.

치과의료서비스에 종사하는 치과위생사와 예비치과위생사가 될 치위생과 학생들을 대상으로 치과홈페이지의 인식에 대하여 조사한 본 연구에서는 인터넷 활용 정도는 평균 주 1~3회 이상이 40.7%로 가장 많았고, 인터넷 사용용도는 정보검색 34.2%로 가장 높게 조사되었다. 김 등<sup>14)</sup>의 연구에서도 인터넷 활용 정도는 평균 주 1~3회가 38.5%, 인터넷 사용용도 분포를 살펴보면 정보검색이 31.8%로 가장 높게 나타났다.

본 연구에서 치과홈페이지 구성서비스 존재 유무의 정도를 알아보기 위한 인지도는 안내서비스(p<0.001), 방명록과 게시판(p<0.01), 예약서비스(p<0.01), 정보서비스(p<0.001), 상담서비스(p<0.01), 영상서비스(p<0.001) 모두 '존재한다' 라고 응답한 정답이 오답보다 높았으며 집단별 유의한 차이를 보였고, 김 등<sup>14)</sup>의 연구에서도 '존재한다' 라고 응답한 정답이 오답보다 높았으며 안내서비스, 방명록과 게시판서비스, 예약서비스에서는 학년 간의 치과홈페이지 구성서비스 지식도가 유의한 차이를 보이지 않았으나 정보서비스, 상담서비스, 영상서비스에서는 학년별 유의한 차이를 나타냈다(p<0.01). 이는 치위생과 학생과 치과위생사들이 치과홈

페이지의 각 구성서비스 항목에 대하여 인지하고 있음을 알 수 있다. 또한 본 연구에서는 연구대상 집단별 치과홈페이지 인식도가 1학년 3.84점, 2학년 4.03점, 3학년 4.03점, 치과위생사 3.88점으로 '치과홈페이지 관리는 병원이미지와도 관련이 있다' 문항이 모두 가장 긍정적으로 나타났다. 김 등<sup>14)</sup>의 연구에서도 점수가 가장 높은 문항은 '치과홈페이지 관리는 병원이미지와도 관련이 있다고 생각한다' 가 1, 2, 3학년 모두에게서 가장 긍정적인 문항으로 각각 평균이 3.87점, 4.03점, 4.00점으로 나타났다. 치과위생사를 대상으로 한 치과홈페이지에 대한 선행연구가 없기에 본 연구와의 비교분석이 이루어질 수 없었지만 본 연구에서는 치과위생사의 소속 치과홈페이지의 특징에 따른 인식도에서 홈페이지의 기술적 관리는 전문업체가 38.4%로 가장 많았으며, 홈페이지 활용관리는 치과위생사가 46.2%로 가장 많았다. 이는 치과홈페이지 관리에 있어서 운용관리 및 활용관리 부분에서 치과위생사가 차지하는 역할부분이 높다는 것을 알 수 있다

김과 이<sup>24)</sup>의 연구에서는 병원의 인터넷 활용분야와 홈페이지에 대한 연구는 일반기업에 비해 활용범위나 연구가 미비한 실정이며 병원 홈페이지의 구축 및 활용에 대한 자료가 부족할 뿐 아니라, 국내 병원간 및 국내 병원과 외국병원과의 종합적인 비교를 통한 효율적인 콘텐츠의 작성 및 도입, 서비스의 제공도 되지 않고 있는 실정이라고 하였다. 그러나 웹사이트나 의료기관 홈

표 7. 일반적 특징과 치과홈페이지 방문경험에 따른 인식도

	구분	N	%	M±S.D	F(T)	P
대상자 분류	1학년	250	28.5	3.41±.524	6.696	.000***
	2학년	226	25.7	3.60±.436		
	3학년	162	18.5	3.55±.521		
	치과위생사	240	27.3	3.56±.579		
인터넷 활용정도	평균 주 1~3회 이상	357	40.7	3.48±.511	3.089	.025*
	평균 주 4~6회 이상	182	20.7	3.60±.522		
	평균 주 7회 이상	66	7.5	3.44±.548		
	매일 자주	273	31.1	3.56±.529		
인터넷 활용용도	메일수신 및 발신 확인	93	10.6	3.42±.573	1.838	.103
	홈페이지 관리	194	22.1	3.52±.521		
	정보검색	300	34.2	3.55±.478		
	인터넷 쇼핑	214	24.4	3.58±.521		
	학습활동	33	3.8	3.42±.596		
	기타(게임, 음악, 영화)	44	5.0	3.44±.469		
최근 1년간 치과홈페이지 방문유무	있다	598	68.1	3.59±.514	5.643	.982
	없다	280	31.9	3.38±.514		
최근 1년간 치과홈페이지 방문횟수	1군데	109	18.2	3.47±.522	6.070	.000***
	2군데	160	26.8	3.52±.474		
	3군데	107	17.9	3.59±.566		
	4군데	41	6.9	3.83±.420		
	5군데 이상	181	30.3	3.68±.503		
홈페이지 방문목적	호기심에	101	16.9	3.53±.536	2.146	.074
	상담목적으로	70	11.7	3.65±.497		
	전공분야가 치위생과이기 때문에	111	18.6	3.55±.491		
	전공에 관한 자료를 수집하려고	224	37.5	3.66±.489		
	치과에 대한 간접경험으로	92	15.4	3.52±.576		
홈페이지 방문계기	검색을 통하여	509	85.1	3.61±.515	1.274	.282
	치과홍보배너를 통하여	56	9.4	3.47±.536		
	소개를 통하여	21	3.5	3.54±.477		
	기타	12	2.0	3.58±.407		

\*p<0.05, \*\*p<0.01, \*\*\*p<0.001

페이지에 대한 연구는 미비하지만 지속적으로 이루어지고 있다. 정 등<sup>23)</sup>의 연구에서는 인터넷 마케팅을 위한 간호부서 웹사이트를 분석하였고, 송 등<sup>25)</sup>의 연구에서는 류마티스에 관련한 홈페이지의 상담내용을 분석하였

으며, 김 등<sup>26)</sup>의 연구에서는 고혈압에 관련한 사이트의 평가분석을 하였다. 치과홈페이지에 대한 분석은 오 등<sup>27)</sup>의 연구에서 대한소아치과학회 홈페이지에 오른 진료 상담의 내용을 조사하였고, 김 등<sup>28)</sup>의 연구에서는 인터

넷 건강정보가 의사-환자 관계에 미치는 영향에 대한 환자들의 인식도를 조사하였다.

건강정보에 대한 관심이 증가하면서 치과홈페이지는 날로 발전하며 수요와 공급이 증가하고 있다. 이러한 치과홈페이지는 소비자에게 정보에 대한 욕구를 충족시키면서 의료기관에는 마케팅의 중요한 수단이 되고 있다. 그러나 의료정보 소비자에게 유용한 정보를 제공하고, 의료서비스 공급자에게는 효율적인 마케팅 수단으로서의 치과홈페이지로 발전하기 위해서는 많은 연구가 필요한 실정이다. 인터넷을 통한 쌍방향 마케팅에 대한 의미로 보나 환자의 소비구조의 변화를 볼 때 치과홈페이지에 대한 미래 연구전망은 밝다고 본다. 또한 양적으로나 질적인 정보제공을 위한 치과홈페이지의 발전가능성은 무궁무진하다고 생각한다. 그러므로 치과종사자와 환자를 대상으로 하는 쌍방향 연구가 이루어져야 하고, 또한 국제 표준이나 평가기준이 존재하지는 않지만 국가 간의 치과홈페이지에 대한 분석 및 연구가 이루어질 필요가 있을 것으로 사료된다.

본 연구의 한계점으로는 광주·전남지역의 치위생과 학생과 치과위생사들을 대상으로 조사하였기에 연구결과를 일반화하기에는 부족함이 있어 연구대상을 전국으로 확대할 필요가 있다. 또한 설문도구의 적절성에 대한 평가가 이루어지지 않았기 때문에 인식도에 대한 측정이 미흡할 수 있으므로 측정도구의 연구 및 개발도 필요하다. 그리고 치과종사자들에 대한 치과홈페이지에 대한 선행연구가 미흡하여 이를 통한 다각적인 비교연구가 부족하였다. 이러한 점을 보완하여 치과홈페이지를 평가할 수 있는 도구의 개발과 연구, 치과홈페이지에 대한 다각적인 비교연구 및 국가 간 치과홈페이지의 비교연구, 치과종사자들과 환자의 인식도에 관한 연구가 지속적이고 꾸준하게 이루어진다면 치과계 마케팅의 발전과 해외 의료관광객 유치 및 국민을 위한 건강정보의 질적인 서비스제공에 중요한 자료가 될 것이라 사료된다.

## 5. 결론

본 연구는 건강정보에 대한 소비자의 욕구를 충족해 주고, 의료시장의 마케팅에 중요한 자리를 차지하고 있는 치과홈페이지에 대하여 치과종사자인 치과위생사와

예비치과위생사인 치위생과 학생들을 대상으로 인식도를 조사한 바 다음과 같은 결론을 얻었다.

1. 최근 1년간 치과홈페이지 방문경험이 '있다'가 68.1%로 '없다'보다 2배 이상 높았다.
2. 치과홈페이지 구성 서비스 존재 유무의 정도를 알아보기 위한 인식도는 안내서비스, 방명록과 게시판, 예약서비스, 정보서비스, 상담서비스, 영상서비스 모두 '존재한다'라고 응답한 정답이 오답보다 높았다.
3. '치과홈페이지 관리는 병원이미지와도 관련이 있다' 문항이 1학년 3.84점 2학년 4.03점, 3학년 4.03점, 치과위생사 3.88점으로 모두에게 가장 긍정적으로 나타났다.
4. 치과위생사 소속치과에 홈페이지가 '있다' %가 '없다'보다 많았고, 홈페이지의 기술적 관리는 전문업체가 38.4%로 가장 많았으며, 홈페이지 활용 관리는 치과위생사가 46.2%로 가장 많았다.

치과홈페이지에 대한 치과위생사의 관심과 인식에 대한 연구를 통하여 기술적 관리와 활용관리 역할에 대한 발전방향을 모색하고, 정보이용자인 환자들의 인식도를 파악하여 의료정보 소비자가 원하는 서비스 개선방향을 알아볼 필요가 있다고 사료된다.

## 6. 참고문헌

1. Brown KM. Using the Internet to Access Oral Health Information. *J Dent Hygiene* 2001;75:39-44.
2. Arijji E, Ohki M, Yamada T, et al. Oral and maxillofacial radiology teaching file on the World Wide Web. *Oral Surg Oral Med Oral Pathol Oral Radio Endod* 1996;81:498-502.
3. Stauffer T. Using the Internet with Your Mac. QUE, 1995.
4. Richardson ML. A World-Wide Web Radiology Teaching File Server on the Internet. *Am J Roentgenol* 1995;164:479-483.
5. McEnery KW. The Internet, World-Wide Web, and Mosaic. An Overview. *Am J Roentgenol* 1995;164:469-473.
6. Heck J, Kent P. Using Netscape™ 2 with Your Mac. QUE 1995.
7. Galvin JR, D'Alessandro MP, Kurihara Y, et al. Distributing an Electronic Imaging Teaching File Using the Internet, Mosaic, and Personal Computers. *Am J Roentgenol* 1995;164:475-478.
8. <http://www.internetworldstats.com/stats.htm>
9. Adelhard K, Obst O. Evaluation of Medical Internet Sites. *Meth Inform Med* 1999;38:75-79.
10. <http://kr.avingnews.com/news/view>
11. <http://news.donga.com/3/all>
12. [http://bosa.co.kr/umap/sub.asp?news\\_pk](http://bosa.co.kr/umap/sub.asp?news_pk)
13. <http://himtec.hallym.ac.kr/medinews/article>
14. 김선영, 장선희, 문상은. 일부지역 치위생과 학생들의 치과홈페이지 인식도 조사, *한국치위생교육학회지* 2009;9(4):753-767.
15. D'Alessandro MP, Lacey DL, Galvin JR, Erkonen WE, Santer DM. The networked Multimedia Textbook : Distributing Radiology Multimedia information Across the Internet. *Am J Roentgenol* 1994;163:1233-1237.
16. Jadad AR, Gagliardi A. Rating health information on the internet: Navigating to Knowledge or to Babel? *JAMA* 1998;279:611-614.
17. Eng TR, Maxfield A, Patric K, et al. Access to health information and support: a public highway or a private road? *JAMA*, 1998;280:1371-1375.
18. Anon. The web of information inequality [editorial]. *Lancet* 1997;349:1781.
19. Silberg WM, Lundberg GD, Musacchio RA. Assessing, controlling, and assuring the quality of medical information on the internet. Caveant lector et viewor—let the reader and buyer beware *JAMA* 1997;277:1244-1245.
20. Wyatt JC. Commentary: Measuring quality and impact of the world wide web. *BMJ* 1997;314:1879-1881.
21. 서울대학교 간호대학. 인터넷을 이용한 지역사회 노인건강증진 프로그램 개발. 서울:보건복지부;2002.
22. 박현애, 김후정, 송미순, 송태민, 정영철. 노인건강증진을 위한 인터넷 기반 건강정보서비스 시스템 개발. *대한의료정보학회지*. 2002;8(3):37-45.
23. 정면숙. 병원의 인터넷 마케팅을 위한 간호부서의 웹 사이트 분석. *간호행정학회지* 2000;7(3):531-543.
24. 김태섭, 이해중. 종합병원 인터넷 홈페이지의 콘텐츠 및 운영 현황 및 향후 개선 방안. *병원경영 학회지* 1999;4(2):192-218.
25. 송경애, 백승인, 권은하. 일 병원 류마티스센터 홈페이지의 인터넷 상담내용 분석. *류마티스건강학회지* 2003;10(1):54-61.
26. 김정은, 김의숙, 고일선, 강석민. 인터넷상의 고혈압 관련 정보제공 사이트의 평가분석. *대한의료정보학회지* 2003;9(1):45-52.
27. 오영준, 민윤경, 정태성, 김신. 대한소아치과학회 홈페이지에 오른 진료상담 내용의 분석. *대한소아치과학회지* 2002;29(3):439-443.
28. 김정은, 정성희, 박미화 외 6인. 인터넷 건강정보가 의사-환자 관계에 미치는 영향에 대한 환자들의 인지도 조사. *대한의료정보학회지* 2008;14(4):345-354.