



2021 대전복지정책포럼 돌봄의 미래를 그리다

참여형 현장연구, 현장중심의 복지정책 모색



대전광역시사회서비스원
Daejeon Public Agency for Social Service

		새	로	운		일	상		
생	활		속		거	리		두	기

아프면 3~4일 집에 머물기

두 팔 간격 건강 거리 두기

'실내 다중이용시설' 및 '2m 거리 두기가 어려운 실외'에서는 마스크 착용 필수

30초 손씻기, 기침은 옷소매

매일 두 번 이상 환기, 주기적 소독

거리는 멀어져도 마음은 가까이

코로나19를 이기는 새로운 일상,
우리가 함께 만들어갑니다.



슬로건

동북의 미래를 그리다

미션

시민이 행복한
대전형 사회서비스 실현

핵심가치



존중



소통



신뢰



공존

비전

안전충실 사회서비스 정책 개발

모두가 누리는 사회서비스 구현

대전 시민이 행복체감도 향상

5대 전략목표

대전형
사회서비스 모델 구축

사회서비스
공공성 향상

사회서비스
품질 강화

시민이 체감하는
복지서비스 제공

사회적 가치
실현 조직운영

10대 전략과제

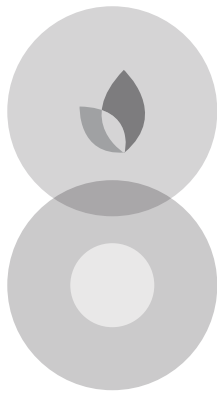
- 1 대전형 대응전략연구 개발
- 2 포스트코로나 대응 및 보급

- 3 사회서비스의 전문성, 공공성 강화
- 4 지속가능 운영

- 5 사회서비스 기관 지원
- 6 사회서비스 종사자 지원

- 7 민간협력 활성화
- 8 돌봄서비스 확대 운영

- 9 투명하고 공정한 조직운영
- 10 사회적 소통에 기반한 조직문화 형성



2021 대전복지정책포럼

돌봄의 미래를 그리다

- 11 대전광역시 자활사업 생산품
판매 현황 분석을 통한 판로 개척 방안 연구**
이현수 (한국자활복지개발원 대전광역자활센터장)
 - 57 사람중심 치매커뮤니케이션
가이드라인 개발 연구**
김동선 (우송대학교 사회복지학과 교수)
 - 63 팬데믹 상황에서 대전지역 아동
삶의 변화에 따른 복지서비스 방향 모색 연구**
김상만 (변동중학교 교육복지사)
 - 73 코로나19가 청소년의
신체적·정서적·사회적 건강에 미치는 영향**
김현주 (대전보건대학교 식품영양학과 교수)
 - 91 대전형 커뮤니티케어 심리지원 서비스 모델 개발
: 노인만성질환자**
조성근 (충남대학교 심리학과 교수)
 - 101 보호종료아동 자립실태 및
개선방안 연구**
윤 진 (대전광역시아동복지협회 과장)
 - 117 토론발표**
-



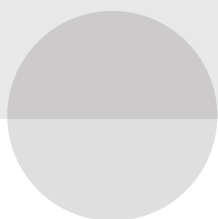
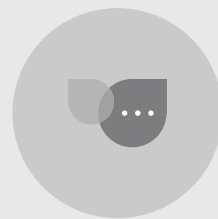
2021 대전복지정책포럼 돌봄의 미래를 그리다

주제발표 01

대전광역시 자활사업 생산품 판매 현황 분석을 통한 판로 개척 방안 연구

이 현 수

(한국자활복지개발원 대전광역자활센터장)



2021년 참여형 현장연구 지원사업



대전광역시 자활사업 생산품 판매 현황 분석을 통한 판로 개척 방안 연구



발표자 : 대전광역시자활센터 이현수 센터장



■ 목 차

- 조사개요
- 조사 연구 결과
- 제언

조사개요

조사개요

추진배경

- 자활사업은 다른 사회적 경제 모델에 비해 자활생산물 우선구매에 대한 법적 근거가 미비하여 자활기업 등에 관한 대국민 홍보 미흡 등으로 인해 일반 소비자의 체감도가 매우 낮은 실정
- 현재 지역단위로 추진되고 있는 자활사업에서 생산된 다양한 자활생산물 및 서비스들은 동일 사업임에도 불구하고 지역마다 서로 다른 브랜드, 서로 다른 유통 및 판매 방식을 취하고 있음
- 창업기업과 중소기업에 대한 많은 연구 결과, 브랜드 및 제품에 대한 소비자 인식이 창업기업이 경영해 나가는데 중요한 시사점을 제공하고 있음을 확인
- 따라서 향후 사회서비스 시장 판로개척을 위해 자활사업 공유 및 활용 가능성을 확인하고 다양한 홍보마케팅 등을 통한 영역 확장 필요

조사개요

조사목적

- 대전광역시 자활생산물 및 서비스 판매 현황 분석을 통해 자활생산물 및 서비스가 동종 생산물 또는 서비스보다 우위를 차지할 수 있는 장점 및 기회비용을 파악하고자 함
- 새로운 경쟁력을 발휘 할 수 있는 판로를 개척, 사회서비스 분야 및 일반 시장 전반의 판로 확장의 기회를 마련하고자 함

조사개요

연구방법

내 용	방 법
현황연구 고찰	• 자활생산물에 대한 소비자 유형 파악 • 자활생산물 판매 유형에 따른 소비자 만족도 또는 요구도 파악 • 이를 근거로 대전광역시 자활생산물에 대한 소비자 인식 및 요구 조사를 위한 설문내용 구성
자활생산물 소비 경향에 대한 인식 및 요구도 조사 -대전광역시 자활생산물에 대한 소비자 유형을 중심으로-	• 대전광역시 자활생산물에 대한 소비자 유형에 따른 판매실태 확보 - 판매 실태에 따른 자활생산물 소비자 유형 선정 - 선정 대상자를 중심으로 자활생산물 소비 경향에 대한 인식 및 요구도 조사
FD 설계	• 대전광역시 자활센터 자문위원을 중심으로 자활생산물 영역별 FD 대상자 선정, 질문지 내용 구성 등을 위한 자문
대전광역시 자활생산물 공급업자 담당자 및 소비자 담당자의 FD 실시	• 대전광역시 자활생산물 및 서비스 관련 공급자(자활생산물 생산업자)와 소비자(구매자)에 영역으로 구분된 자활생산물 및 서비스에 대한 소비 관련 업무 담당자 대상 FD 실시 • 자활생산물에 대한 접근방법, 서비스에 대한 기대, 자활생산물 판로 개척 및 확보를 위해 필요한 사항 등에 대한 의견 도출 및 질적 분석

조사개요

연구과정

- 2021. 4. 23. 연구계획서 제출
- 2021. 5. 17. 수정 연구계획서 제출
- 2021. 5. 31. ~ 11. 19. 연구 진행을 위한 직원회의 (총 7회)
- 2021. 6. 15. ~ 11. 11. 연구 추진 회의 (총 4회)
- 2021. 6. 25. 양적 연구 진행을 위한 1차 자문회의
- 2021. 7. 14. ~ 22. 자활생산물 및 서비스에 대한 판매 실적 조사
- 2021. 8. 24. ~ 30. 자활생산물 및 서비스에 대한 [잠재적]소비자의 소비 경험 조사
- 2021. 9. 10. 질적 연구 진행을 위한 2차 자문회의
- 2021. 9. 14. / 9. 28. 대전광역시 자활생산물 및 서비스 영역별 공급자와 소비자 FGI 실시 (총 2회)
- 2021. 11. 16. 연구 점검을 위한 자문위원 피드백

대전광역시 자활생산물 및 서비스 사업추진팀 대전광역시청

조사개요

조사 1. 대전광역시 자활생산물 및 서비스 판매 실적 조사

조사 2. 대전광역시 자활생산물 및 서비스에 대한 [잠재적] 소비자의 소비 경험 조사

조사 3. 대전광역시 자활생산물 및 서비스 영역별 공급자 및 소비자 FGI

대전광역시 자활생산물 및 서비스 사업추진팀 대전광역시청

조사개요

조사 1. 대전광역시 자활생산물 및 서비스 판매 실적 조사

- 대상 : 지역자활센터 자활근로사업단 및 자활기업
- 소비자 유형이 명확한 무료가사간병서비스 분야 사업 제외 / 게이트웨이, 공공시설 환경정리 등 매출 미발생 사업 제외
- 조사시기 : 2021. 7. 14. ~ 7. 22.
- 조사내용
 - 일반현황 : 사업유형, 생산품 형태, 주 판매 상품 및 서비스
 - 소비자 유형 및 매출 비중 (2021. 1. ~ 6.) / 체감하는 매출 비중을 100%로 기준하여 분할하여 응답하도록 함
 - 향후 주력하고자 계획하는 소비자 유형과 그 이유

조사개요

조사 2. 대전광역시 자활생산물 및 서비스에 대한 (잠재적) 소비자의 소비 경험 조사

- 대상 : 자활생산물 및 서비스에 대한 소비 경험이 있는 소비자 70명 / 소비 경험이 없는 잠재적 소비자 70명
- 조사시기 : 2021. 8. 24. ~ 8. 30.
- 조사방법 : 온라인 설문조사 (네이버 폼 활용 / 대전광역시 카카오톡 채널 가입자)
- 조사내용
 - 일반현황 : 성별, 출생연도, 거주지역, 직업, 가구형태, 교육수준, 주관적 소득 수준, 혼인여부, 가구 월평균 소득
 - 소비 경험이 있는 소비자 경우
 - : 자활생산물 및 서비스 이용 경로, 서비스 경험 전 고려사항, 서비스 과정에서의 경험, 서비스 경험 후 관련 내용, 발전을 위한 조언
 - 소비 경험이 없는 잠재적 소비자 경우
 - : 서비스 이용 경험이 없는 이유, 서비스에 대한 지식, 서비스 경험을 위해 고려하는 내용, 발전을 위한 조언

조사개요

조사 3. 대전광역시 자활생산품 및 서비스 영역별 공급자 및 소비자 FGI

1) 자활생산품 및 서비스 공급자 그룹

- 대상 : 대전 내 지역자활센터 중간관리자 이상 7명
- 면접일시 : 2021. 9. 14.
- 내용

질문	세부질문
귀하가 현재 맡고 있는 업무는?	1. 자활생산품 판매와 관련한 세부적 업무? 2. 업무 기간은? 3. 업무를 하면서 가장 힘든 경험? 4. 업무를 하면서 가장 성공적인 경험?
자활생산품 및 서비스를 이용하는 소비자 또는 잠재적 소비자들의 설문결과에 대한 생각은?	1. 홍보가 적다는 의견에 대해? 2. 이벤트 등 소비자 유인책을 활용하라는 의견에 대해? 3. 자활에 대한 사회적기치를 창출하라는 의견에 대해? 4. 제품의 다양성이 필요하다는 의견에 대해? 5. 타 제품과의 차별성이 없다는 의견에 대해? 6. 가격 및 품질, 접근성에 대한 강령어를 맞추라는 의견에 대해?
자활생산품 및 서비스의 판매에 대해 공동구매 또는 공기업 등 입찰에 대한 의견은?	1. 상품의 공급 중량이 가능하였는가? 2. 홍보, 접근성, 품질에 대한 전문기술력을 갖추고 있다고 생각하는가? 3. 사회적기치창출에 대한 참여 주인의 동의를 얻는 등 스토리텔링을 위한 구체적인 생각이 의견은?

대전광역시 자활생산품 및 서비스 영역별 공급자 및 소비자 FGI

조사개요

조사 3. 대전광역시 자활생산품 및 서비스 영역별 공급자 및 소비자 FGI

2) 자활생산품 및 서비스 소비자 그룹

- 대상 : 자활생산품 및 서비스 영역별 소비 관련 업무 담당자 8명
- 면접일시 : 2021. 9. 28.
- 내용

질문	세부질문
귀하가 현재 맡고 있는 업무는?	1. 자활생산품 판매와 관련한 세부적 업무? 2. 업무 기간은? 3. 업무를 하면서 가장 힘든 경험? 4. 업무를 하면서 가장 성공적인 경험?
자활생산품 및 서비스를 이용하는 소비자 또는 잠재적 소비자들의 설문결과에 대한 생각은?	1. 홍보가 적다는 의견에 대해? 2. 이벤트 등 소비자 유인책을 활용하라는 의견에 대해? 3. 자활에 대한 사회적기치를 창출하라는 의견에 대해? 4. 제품의 다양성이 필요하다는 의견에 대해? 5. 타 제품과의 차별성이 없다는 의견에 대해? 6. 가격 및 품질, 접근성에 대한 강령어를 맞추라는 의견에 대해?
자활생산품 및 서비스의 판매에 대해 공동구매 또는 공기업 등 입찰에 대한 의견은?	1. 상품의 공급 중량이 가능하였는가? 2. 홍보, 접근성, 품질에 대한 전문기술력을 갖추고 있다고 생각하는가? 3. 사회적기치창출에 대한 참여 주인의 동의를 얻는 등 스토리텔링을 위한 구체적인 생각이 의견은?

대전광역시 자활생산품 및 서비스 영역별 공급자 및 소비자 FGI

조사 연구 결과

조사 연구 결과

조사 1. 대전광역시 자활생산물 및 서비스 판매 실적 조사

조사 연구 결과

조사 1. 대전광역시 자활생산물 및 서비스 판매 실적 조사

- 대상 : 지역자활센터 자활근로사업단 및 자활기업
- 소비자 유형이 명확한 무료가사간병서비스 분야 사업 제외 / 게이트웨이, 공공시설 환경정리 등 매출 미발생 사업 제외
- 조사시기 : 2021. 7. 14. ~ 7. 22.
- 조사내용
 - 일반현황 : 사업유형, 생산품 형태, 주 판매 상품 및 서비스
 - 소비자 유형 및 매출 비중 (2021. 1. ~ 6.) / 체감하는 매출 비중을 100%로 기준하여 분할하여 응답하도록 함
 - 향후 주력하고자 계획하는 소비자 유형과 그 이유

조사 연구 결과

조사 1. 대전광역시 자활생산물 및 서비스 판매 실적 조사

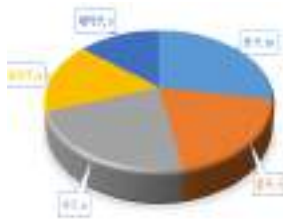
1) 지역자활센터 자활근로 사업단

조사 연구 결과

조사 1. 대전광역시 자활생산품 및 서비스 판매 실적 조사

1) 지역자활센터 자활근로 사업단

- 응답 : 지역자활센터 자활근로사업단 36개소



대전광역시 자활근로사업단

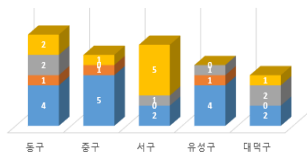
조사 연구 결과

조사 1. 대전광역시 자활생산품 및 서비스 판매 실적 조사

1) 지역자활센터 자활근로 사업단

- 지역자활센터 별 생산품 형태

- 주거복지, 세차 등 일상생활지원 중심 자활근로사업 서비스
- 청소·방역 등 생활위생관리 중심 자활근로사업 서비스
- 체험활동 중심 자활근로사업 생산품 및 서비스
- 먹거리 중심 자활근로사업 생산품 및 서비스



- 먹거리 중심** 자활생산품 및 서비스
커피, 누룽지, 마카롱, 치킨, 도시락, 편의점, 샌드위치, 쿠키 등
- 체험활동 중심** 자활생산품 및 서비스
공예품, 인테리어 소품, 수공예품, 소가죽공예 등
- 청소·방역 등 생활위생관리 중심** 자활생산품 및 서비스
소독, 주택관리, 청소, 분리수거 등
- 주거복지, 세차 등 일상생활지원 중심** 자활생산품 및 서비스
세차, 부업형태 (하우스 클립, 쇼퍼백, 낚시부품, 자동차 부품 조리 등)

구분		동구	중구	서구	유성구	대덕구	소계
지역자활센터 사업단개수		10	7	8	6	5	36
생산품 형태 (중복체크 가능)	먹거리 중심 자활생산품 및 서비스	4	5	2	4	2	17
	체험활동 중심 자활생산품 및 서비스	1	1	0	1	0	3
	청소·방역 등 생활위생관리 중심 자활생산품 및 서비스	2	0	1	1	2	6
	주거복지, 세차 등 일상생활지원 중심 자활생산품 및 서비스	2	1	5	0	1	9

대전광역시 자활근로사업단

조사 연구 결과

조사 1. 대전광역시 자활생산품 및 서비스 판매 실적 조사

1) 지역자활센터 자활근로 사업단

- 지역자활센터 자활근로사업단 소비자 유형 및 매출 비중

지역자활센터 구분 소비자 유형 구분	매출비율(%) - 빈도				
	종구	중구	서구	유성구	대덕구
개인고객	98%-이(커피, 농산물) 13%-1	100%-이(커피) 98%-이(농산물, 차, 전, 도시락, 소고기) 88%-이(미가)	100%-이(한식) 97%-1 33%-1 3%-1	100%-1 97%-이(한식, 커피) 88%-이(분식) 33%-1 3%-1	88%-이(농산물, 커피) 23%-1 3%-1
학교	-	-	13%-1	3%-1 13%-1	33%-1
사회복지시설 (아동, 청소년, 노인, 장애인, 복지관 등)	3%-2 13%-2 78%-이(소독) 100%-이(세탁, 반찬, 차)	3%-1 13%-2 33%-1	13%-1 13%-1 33%-1	23%-1 33%-1 88%-이(수공예품)	13%-1
관공서 및 공공기관	3%-1	3%-1 13%-1	13%-1 88%-1 100%-이(화장수)	13%-1 88%-1 73%-1	23%-1
민간사업체 (일반기업, 개인업체 등)	3%-1 33%-1 100%-4 (하루스물, 소면, 낚시제품/주요관리)	13%-1 73%-1	13%-1 23%-1 98%-이(식재료/농물) 100%-이(소면, 넥타이, 센서부품)	13%-1 23%-1 23%-1	13%-1 33%-1 98%-이(천, 분리수거) 100%-이(손거)
기타	-	13%	영사3%-1	3%-1 3%-1 23%-1	

- 먹거리 중심

주고객 : 개인고객 / 매출비중 80%

체험활동 중심

주고객 : 사회복지시설 / 매출비중 85% 이상

정소·방역 등 생활위생관리 중심

주고객 : 관공서 및 공공기관, 민간사업체, 사회복지시설

주거복지, 세차 등 일상생활지원 중심

주고객 : 관공서 및 공공기관, 민간사업체

대전광역시 자활생산품 및 서비스 판매 실적 조사 결과

조사 연구 결과

조사 1. 대전광역시 자활생산품 및 서비스 판매 실적 조사

1) 지역자활센터 자활근로 사업단

- 향후 주력하고자 하는 소비자 유형과 그 이유 (공동)
- 지역아동센터, 학교 [체험]

온라인 판매

배달 어플 활용

물량확보 및 거래처 확보 [부업형태]

공공기관, 관공서 [지속적인 매출 확보 가능 기관]

대전광역시 자활생산품 및 서비스 판매 실적 조사 결과

조사 연구 결과

조사 1. 대전광역시 자활생산품 및 서비스 판매 실적 조사

2) 자활기업

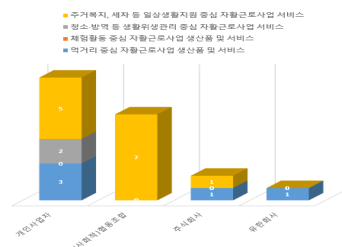
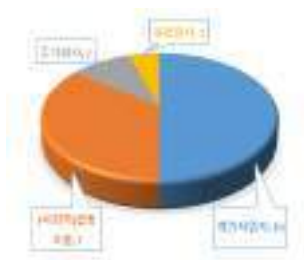
대전광역시 자활생산품 및 서비스 판매 실적 조사

조사 연구 결과

조사 1. 대전광역시 자활생산품 및 서비스 판매 실적 조사

2) 자활기업

- 응답 : 자활기업 20개소 (광역자활기업 1개소 포함)
- 자활기업별 생산품 형태



대전광역시 자활생산품 및 서비스 판매 실적 조사

조사 연구 결과

조사 1. 대전광역시 자활생산품 및 서비스 판매 실적 조사

2) 자활기업

· 자활기업 일반현황

자활기업 구분		개수	주판매 서비스	소계
개인사업자	먹거리 중심 자활생산품 및 서비스	3	식사 - 1 커피 등 - 2	10
	체험활동 중심 자활생산품 및 서비스	0		
	청소·방역 등 생활위생관리 중심 자활생산품 및 서비스	2	유류교환 - 1 냉난방기 분해, 세척 - 1	
	주거복지, 세차 등 일상생활지원 중심 자활생산품 및 서비스	5	양곡배출 - 2 창호, 도배, 장판 - 1 집수리 - 2	
(사회적)협동조합	먹거리 중심 자활생산품 및 서비스	0		7
	체험활동 중심 자활생산품 및 서비스	0		
	청소·방역 등 생활위생관리 중심 자활생산품 및 서비스	0		
	주거복지, 세차 등 일상생활지원 중심 자활생산품 및 서비스	7	집수리 - 1 장애인활동보조 - 1 세차 - 1 양곡배출 - 1 자연가수리/배자연가수출 - 1 전동휠체어, 배터리 수리 - 1 주거수리, 인테리어 - 1	
주식회사	먹거리 중심 자활생산품 및 서비스	1	누룽지 - 1	2
	체험활동 중심 자활생산품 및 서비스	0		
	청소·방역 등 생활위생관리 중심 자활생산품 및 서비스	0		
	주거복지, 세차 등 일상생활지원 중심 자활생산품 및 서비스	1	집수리, 인테리어 - 1	
유한회사	먹거리 중심 자활생산품 및 서비스	1	도시락, 밀면만 - 1	1
	체험활동 중심 자활생산품 및 서비스	0		
	청소·방역 등 생활위생관리 중심 자활생산품 및 서비스	0		
	주거복지, 세차 등 일상생활지원 중심 자활생산품 및 서비스	0		

대전광역시 자활생산품 및 서비스 판매 실적 조사 결과

조사 연구 결과

조사 1. 대전광역시 자활생산품 및 서비스 판매 실적 조사

2) 자활기업

· 자활기업 소비자 유형 및 매출 비중

자활기업 구분		주판매 서비스	소계					
			개인	학교	시설	기관	민간	기타
개인사업자	먹거리 중심 자활생산품 및 서비스	식사 - 1 커피 등 - 2	100%	-	-	100%	-	-
	체험활동 중심 자활생산품 및 서비스	-	-	-	-	-	-	-
	청소·방역 등 생활위생관리 중심 자활생산품 및 서비스	유류교환 - 1 냉난방기 분해, 세척 - 1	100%	-	100%	100%	100%	-
	주거복지, 세차 등 일상생활지원 중심 자활생산품 및 서비스	양곡배출 - 2 창호, 도배, 장판 - 1 집수리 - 2	50%	-	50%	100% / 50%	100% / 20%	-
(사회적)협동조합	먹거리 중심 자활생산품 및 서비스	-	-	-	-	-	-	-
	체험활동 중심 자활생산품 및 서비스	-	-	-	-	-	-	-
	청소·방역 등 생활위생관리 중심 자활생산품 및 서비스	-	-	-	-	-	-	-
	주거복지, 세차 등 일상생활지원 중심 자활생산품 및 서비스	집수리 - 1 장애인활동보조 - 1 세차 - 1 양곡배출 - 1 자연가수리/배자연가수출 - 1 전동휠체어, 배터리 수리 - 1 주거수리, 인테리어 - 1	100%	100%	70%	100%	100%	20%

대전광역시 자활생산품 및 서비스 판매 실적 조사 결과

조사 연구 결과

조사 1. 대전광역시 자활생산품 및 서비스 판매 실적 조사

2) 자활기업

- 자활기업 소비자 유형 및 매출 비중

자활기업 구분		주요 서비스	소계					
			개인	학교	시설	기관	민간	기타
주식회사	역가리 중심 자활생산품 및 서비스	누동지 - 1	7%	-	-	2%	1%	-
	제암활동 중심 자활생산품 및 서비스	-	-	-	-	-	-	
	창소·방역 등 생활위생관리 중심 자활생산품 및 서비스	-	-	-	-	-	-	
	주거복지, 세차 등 일상생활지원 중심 자활생산품 및 서비스	집수리, 인테리어 - 1	-	-	-	10%	-	-
유한회사	역가리 중심 자활생산품 및 서비스	도시락, 말반찬 - 1	-	4%	-	2%	4%	-
	제암활동 중심 자활생산품 및 서비스	-	-	-	-	-	-	
	창소·방역 등 생활위생관리 중심 자활생산품 및 서비스	-	-	-	-	-	-	
	주거복지, 세차 등 일상생활지원 중심 자활생산품 및 서비스	-	-	-	-	-	-	

대전광역시 자활기업지원센터 | 대전광역시 자활기업지원센터

조사 연구 결과

조사 1. 대전광역시 자활생산품 및 서비스 판매 실적 조사

2) 자활기업

- 향후 주력하고자 하는 소비자 유형과 그 이유
 - 개인사업자 : 공공서 및 공공기관 (고정적 판로 확보)
 - [사회적]협동조합 : 관공서 및 공공기관 (고정적 판로 확보), 대기업 유통업체
 - 주식회사 : 학교, 관공서 및 공공기관
 - 유한회사 : 개인고객 (온라인 서비스 방법 개발 시급)

대전광역시 자활기업지원센터 | 대전광역시 자활기업지원센터

조사 연구 결과

조사 2. 대전광역시 자활생산품 및 서비스에 대한 (잠재적) 소비자의 소비 경험 조사

대전광역시 자활생산품지원사업추진단 대전광역시농업기술센터

조사 연구 결과

조사 2. 대전광역시 자활생산품 및 서비스에 대한 (잠재적) 소비자의 소비 경험 조사

- 대상 : 자활생산품 및 서비스에 대한 소비 경험이 있는 소비자 70명 / 소비 경험이 없는 잠재적 소비자 70명
- 조사시기 : 2021. 8. 24. ~ 8. 30.
- 조사방법 : 온라인 설문조사 [네이버 폼 활용 / 대전광역시 카카오톡 채널 가입자]
- 조사내용
 - 일반현황 : 성별, 출생연도, 거주지역, 직업, 가구형태, 교육수준, 주관적 소득 수준, 혼인여부, 가구 월평균 소득
 - 소비 경험이 있는 소비자 경우
: 자활생산품 및 서비스 이용 경로, 서비스 경험 전 고려사항, 서비스 과정에서의 경험, 서비스 경험 후 관련 내용, 발전을 위한 조언
 - 소비 경험이 없는 잠재적 소비자 경우
: 서비스 이용 경험이 없는 이유, 서비스에 대한 지식, 서비스 경험을 위해 고려하는 내용, 발전을 위한 조언

대전광역시 자활생산품지원사업추진단 대전광역시농업기술센터

조사 연구 결과

조사 2. 대전광역시 자활생산품 및 서비스에 대한 (잠재적) 소비자의 소비 경험 조사

1) 자활생산품 및 서비스에 대한 소비 경험이 있는 소비자

대전광역시 자활생산품 및 서비스 조사결과

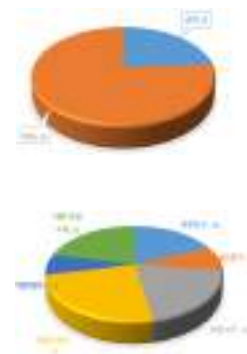
조사 연구 결과

조사 2. 대전광역시 자활생산품 및 서비스에 대한 (잠재적) 소비자의 소비 경험 조사

1) 자활생산품 및 서비스에 대한 소비 경험이 있는 소비자

• 일반적 특성

구분		빈도(명)	백분율(%)
성 별	남자	17	21.3
	여자	53	75.7
나 이	최소 연령	29세	평균 44.1세
	최대 연령	69세	
거주지역	대전동구	13	15.6
	대전중구	6	8.6
	대전서구	14	20.0
	대전유성구	17	28.3
	대전동부구	5	7.1
	대전 이외 지역	15	21.4



대전광역시 자활생산품 및 서비스 조사결과

조사 연구 결과

조사 2. 대전광역시 자활생산품 및 서비스에 대한 (잠재적) 소비자의 소비 경험 조사

1) 자활생산품 및 서비스에 대한 소비 경험이 있는 소비자

• 일반적 특성

구분		빈도(명)	백분율(%)
직업	학생(초, 중, 고, 대학생 포함)	5	7.1
	전업주부	7	10.0
	파트타임(학생 아르바이트 제외)	2	2.9
	전원재생산직	1	1.4
	공무원	2	2.9
	전문직	27	38.6
	자영업	2	2.9
	사무관리직	21	30.0
	영업서비스직	2	2.9
	기타	1	1.4

대전광역시 자활생산품 및 서비스 소비자조사결과

대전광역시청

조사 연구 결과

조사 2. 대전광역시 자활생산품 및 서비스에 대한 (잠재적) 소비자의 소비 경험 조사

1) 자활생산품 및 서비스에 대한 소비 경험이 있는 소비자

• 일반적 특성

구분		빈도(명)	백분율(%)
가구형태	1인가구	8	11.4
	2인가구	8	11.4
	3인가구	22	31.4
	4인가구	27	38.6
	5인이상가구	5	7.1
교육수준	고졸이하	3	4.3
	대학제학	8	11.4
	대학졸업	32	45.7
	대학원이상	27	38.6
주관적소득수준	상	3	4.3
	중상	10	14.3
	중	37	52.9
	중하	14	20.0
	하	6	8.6

대전광역시 자활생산품 및 서비스 소비자조사결과

대전광역시청

조사 연구 결과

조사 2. 대전광역시 자활생산물 및 서비스에 대한 (잠재적) 소비자의 소비 경험 조사

1) 자활생산물 및 서비스에 대한 소비 경험이 있는 소비자

• 일반적 특성

구분				빈도(명)	백분율(%)
혼인여부	기혼			54	77.1
	미혼			16	22.9
	기혼자 (n=50)	자녀 유무	자녀 있음	52	96.3
			자녀 없음	2	3.7
		맞벌이 여부	맞벌이	33	66.1
			외벌이	21	33.9
(세후) 가구위 활영권 소득	200만원 미만			9	12.9
	200-300만원 미만			9	12.9
	300-400만원 미만			20	28.6
	400-700만원 미만			21	30.0
	700만원 이상			8	11.4
	기타			3	4.3

대전광역시 자활생산물 및 서비스 제공사업추진단

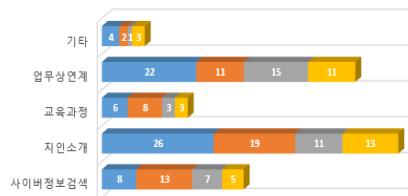
조사 연구 결과

조사 2. 대전광역시 자활생산물 및 서비스에 대한 (잠재적) 소비자의 소비 경험 조사

1) 자활생산물 및 서비스에 대한 소비 경험이 있는 소비자

• 자활생산물 및 서비스 첫 이용 경로

- 먹거리 중심 자활근로사업 생산품 및 서비스
- 체험활동 중심 자활근로사업 생산품 및 서비스
- 청소·방역 등 생활위생관리 중심 자활근로사업 서비스
- 주거복지, 세차 등 일상생활지원 중심 자활근로사업 서비스



구분		빈도(명)	백분율(%)
먹거리 중심 자활생산물 및 서비스를 이용하게 된 경로는? (예 : 가리움, 누춘지, 미야리, 쿠키, 캐러멜 등)	36 등 사이버 정보 검색을 통해	8	11.4
	지인의 소개로	20	27.1
	교육과정에서 알게 되어	6	8.6
	업무상 연계를 통해	22	30.4
	해당없음	4	5.7
체험활동 중심 자활생산물 및 서비스를 이용하게 된 경로는? (예 : 공예체험·제과·나 등)	기타	4	5.7
	36 등 사이버 정보 검색을 통해	13	18.6
	지인의 소개로	19	27.1
	교육과정에서 알게 되어	8	11.4
	업무상 연계를 통해	11	15.7
청소·방역 등 생활위생관리 중심 자활생산물 및 서비스를 이용하게 된 경로는? (예 : 소독, 방역, 건물청소, 입주청소, 학교청소, 엑트리스 청소 등)	해당없음	17	24.3
	기타	2	2.9
	36 등 사이버 정보 검색을 통해	7	10.0
	지인의 소개로	11	15.7
	교육과정에서 알게 되어	3	4.3
주거복지, 세차 등 일상생활지원 중심 자활생산물 및 서비스를 이용하게 된 경로는? (예 : 주거 개보수, 세차, 세탁 등)	업무상 연계를 통해	15	21.4
	해당없음	33	47.1
	기타	1	1.4
	36 등 사이버 정보 검색을 통해	5	7.1
	지인의 소개로	13	18.6
주거복지, 세차 등 일상생활지원 중심 자활생산물 및 서비스를 이용하게 된 경로는? (예 : 주거 개보수, 세차, 세탁 등)	교육과정에서 알게 되어	3	4.3
	업무상 연계를 통해	11	15.7
	해당없음	35	50.0
	기타	3	4.3

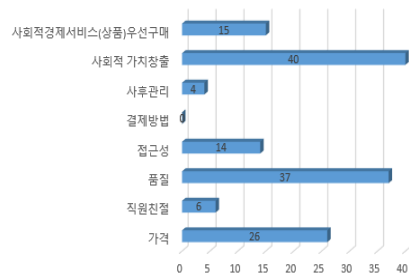
대전광역시 자활생산물 및 서비스 제공사업추진단

조사 연구 결과

조사 2. 대전광역시 자활생산품 및 서비스에 대한 (잠재적) 소비자의 소비 경험 조사

1) 자활생산품 및 서비스에 대한 소비 경험이 있는 소비자

- 자활생산품 및 서비스 선택 시 고려사항



대전광역시 자활생산품 및 서비스 선택 시 고려사항

조사 연구 결과

조사 2. 대전광역시 자활생산품 및 서비스에 대한 (잠재적) 소비자의 소비 경험 조사

1) 자활생산품 및 서비스에 대한 소비 경험이 있는 소비자

- 자활생산품 및 서비스 인지 및 선택 시 고려사항

구분	빈도(명)	백분율(%)
자활생산품 및 서비스에 대해 사전에 알고 계셨-이요?	잘 알고 있었다.	18
	알고 있었다.	25
	보통이다.	8
	몰랐다.	14
	전혀 몰랐다.	5
자활생산품 및 서비스에 대한 사전 이미지는 어떤-이요?	매우 만족한다.	9
	만족한다.	33
	보통이다.	12
	불만이다.	15
	매우 불만이다.	1

구분	빈도(명)	백분율(%)
가격	고려안한다.	46
	고려한다.	26
직원 친절	고려안한다.	66
	고려한다.	6
품질	고려안한다.	33
	고려한다.	37
접근성	고려안한다.	55
	고려한다.	14
결재방법	고려안한다.	-
	고려한다.	-
사후관리	고려안한다.	66
	고려한다.	4
사회적 가치 창출	고려안한다.	30
	고려한다.	40
사회적경제서비스(상품) 우선 구매	고려안한다.	55
	고려한다.	15

대전광역시 자활생산품 및 서비스 선택 시 고려사항

조사 연구 결과

조사 2. 대전광역시 자활생산품 및 서비스에 대한 (잠재적) 소비자의 소비 경험 조사

1) 자활생산품 및 서비스에 대한 소비 경험이 있는 소비자

• 자활생산품 및 서비스

이용 과정에 대한 경험

구분		빈도(명)	백분율(%)
자활생산품 및 서비스 가치는 어떤가요?	매우 적절하다.	9	12.9
	적절하다.	36	51.4
	보통이다.	20	28.6
	비적절하다.	5	7.1
	매우 비적절하다.	-	-
자활생산품 및 서비스 제공자는 직원 태도는 어떤가요?	매우 친절하다.	21	30.0
	친절하다.	36	51.3
	보통이다.	10	14.3
	불친절하다.	1	1.4
	매우 불친절하다.	-	-
자활생산품 및 서비스의 품질은 어떤가요?	매우 만족스럽다.	19	27.1
	만족스럽다.	36	51.4
	그저 그렇다.	13	18.6
	불만족스럽다.	2	2.9
	매우 불만족스럽다.	-	-
자활생산품 및 서비스에 대해 접근하는 방법은 어떤가요?	매우 용이하다.	5	7.1
	용이하다.	28	39.9
	그저 그렇다.	33	47.1
	불편하다.	9	12.9
	매우 불편하다.	-	-
자활생산품 및 서비스 결제 방법은 어떤가요?	매우 편리하다.	14	20.0
	편리하다.	37	52.9
	그저 그렇다.	16	22.9
	불편하다.	3	4.3
	매우 불편하다.	-	-

대전광역시 자활생산품 및 서비스 제공사업

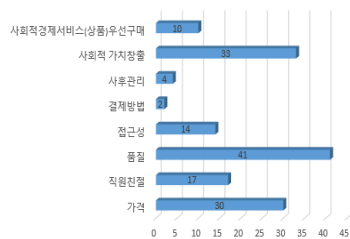
대전광역시

조사 연구 결과

조사 2. 대전광역시 자활생산품 및 서비스에 대한 (잠재적) 소비자의 소비 경험 조사

1) 자활생산품 및 서비스에 대한 소비 경험이 있는 소비자

• 자활생산품 및 서비스 경험 이후 만족 요인



구분		빈도(명)	백분율(%)	
자생된 생산물 및 서비스 품질 만족에서 가장 고려되는 사항은 무엇입니까? (3개 이하 중복 선택 가능)	가격	고려안한다.	40	57.1
		고려한다.	30	42.9
	직원 친절	고려안한다.	53	75.7
		고려한다.	17	24.3
	품질	고려안한다.	29	41.4
		고려한다.	41	58.6
	접근성	고려안한다.	56	80.0
		고려한다.	14	20.0
	결제방법	고려안한다.	68	97.1
		고려한다.	2	2.9
	사후관리	고려안한다.	66	94.3
		고려한다.	4	5.7
	사회기치 창출	고려안한다.	37	52.9
		고려한다.	33	47.1
사회적경제서비스(상품) 우수 구매	고려안한다.	40	57.7	
	고려한다.	10	14.3	

자활사업 생산품 및 서비스 경험 만족에서 가장 고려하는 사항은 무엇입니까?
(2개 지 중 복 선택 가능)

대전광역시 자활생산품 및 서비스 제공사업

대전광역시

조사 연구 결과

조사 2. 대전광역시 자활생산물 및 서비스에 대한 (잠재적) 소비자의 소비 경험 조사

1) 자활생산물 및 서비스에 대한 소비 경험이 있는 소비자

• 자활생산물 및 서비스 발전을 위한 의견

- **홍보**가 적어 이용자가 적은것 같음. 홍보나 이벤트를 더 하는것이 좋을 듯 함
- 자활을 알려려면 제대로 **알려서 사회적기차창출을 하도록 유도하면** 좋겠음
- 조금 더 **가격 경쟁력**이 있으면 좀더 주변에 추천하기 좋을 것 같아요
- 농특지를 자주 애용하는데요, 경쟁 업체들이 많아져서 효과적인 **홍보**가 필요하다고 생각합니다.
- 일반인들에게 조금 더 **적극적인 홍보/ 직원 용대**가 필요하다고 생각합니다
- **생산물 홍보, 판매에 적극적으로** 활동해주심을 응원합니다~
- **다양한 구매처**가 필요합니다
- **전체적인 이미지 향상**이 필요
- **주인의식**을 갖고 고객에게 응대했으면 하는 바램입니다
- 저의 경우 업무 연계로 인한 경험에 대부분이라서 지역사회에 보다 **적극적인 홍보**가 이루어져 필요로 하는 지역주민분들이 쉽게 활용하면 좋겠습니다.
- 지속적인 **홍보 및 품질관리**
- 자활의 **사회적 가치**가 구매결정에 큰 이유였습니다. **홍보 마케팅**에 자활에 대한 의미부여를 두려워하지 않으셔도 될꺼같아요^^
- 보다 다양한 자활생산물에 대한 **정보 제공**이 이루어지면 좋겠습니다.
- 자활시설별 상품 차별력과 고유성이 시민들에게 **더 알려지면 좋을것**해서요.
- **제품안내, 홍보가 생각보다 접근이 어렵습니다.** 많은 사람들이 알고 쉽게 접근 가능했으면 좋겠어요.
- **품질과 가격** 경쟁력을 지속적으로 유지하는 것이 중요하다고 생각합니다.
- 자활근로자가 생산하는 생산물이라는 사회적 정서 유발 전략 이외에 제품의 질 제고와 다양성을 추구하는 전략, 그리고 많은 대중이 알 수 있는 **홍보마케팅**개발이 필요하다고 봄
- 이용자의 인식개선을 위한 노력. **차별성** 있도록 강조. 예를들어 이야기를 만들.
- **구매방법 개선**

대전광역시 자활센터 (대전광역시 자활센터) 대전광역시 자활센터

조사 연구 결과

조사 2. 대전광역시 자활생산물 및 서비스에 대한 (잠재적) 소비자의 소비 경험 조사

2) 자활생산물 및 서비스에 대한 소비 경험이 없는 잠재적 소비자

대전광역시 자활센터 (대전광역시 자활센터) 대전광역시 자활센터

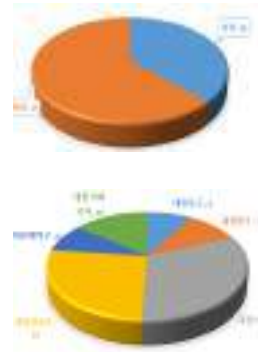
조사 연구 결과

조사 2. 대전광역시 자활생산품 및 서비스에 대한 (잠재적) 소비자의 소비 경험 조사

2) 자활생산품 및 서비스에 대한 소비 경험이 없는 잠재적 소비자

• 일반적 특성

구분		빈도(명)	백분율(%)
성 별	남자	26	37.7
	여자	43	62.3
나 이	최소연령	22세	평균 40.5세
	최대연령	69세	
거주지역	대전동구	6	8.7
	대전중구	7	10.1
	대전서구	22	31.9
	대전유성구	18	26.1
	대전대덕구	6	8.7
	대전 이외 지역	10	14.5



대전광역시 자활생산품 및 서비스 이용실태조사
대전광역시 자활생산품 및 서비스 이용실태조사

조사 연구 결과

조사 2. 대전광역시 자활생산품 및 서비스에 대한 (잠재적) 소비자의 소비 경험 조사

2) 자활생산품 및 서비스에 대한 소비 경험이 없는 잠재적 소비자

• 일반적 특성

구분		빈도(명)	백분율(%)
직업	학생(초, 중, 고, 대학생 포함)	6	8.7
	전업주부	6	8.7
	파트타임 학생 아르바이트생	4	5.8
	전업생산직	-	-
	공무원	4	5.8
	전문직	17	24.6
	자영업	12	17.4
	사무관리직	7	10.1
	영업서비스직	1	1.4
	운전자	5	7.2
	기타	7	10.1

구분		빈도(명)	백분율(%)
가구형태	1인가구	11	15.9
	2인가구	13	18.8
	3인가구	17	24.6
	4인가구	22	31.9
	5인가구가	6	8.7
교육수준	고졸이하	11	15.9
	대학재학	9	13.0
	대학졸업	35	50.7
	대학원이상	14	20.3
주관적소득수준	상	-	-
	중상	9	13.0
	중	34	49.3
	중하	15	21.7
	하	11	15.9

대전광역시 자활생산품 및 서비스 이용실태조사
대전광역시 자활생산품 및 서비스 이용실태조사

조사 연구 결과

조사 2. 대전광역시 자활생산품 및 서비스에 대한 (잠재적) 소비자의 소비 경험 조사

2) 자활생산품 및 서비스에 대한 소비 경험이 없는 잠재적 소비자

일반적 특성

구분			빈도(명)	백분율(%)	
혼인여부	기혼		53	76.8	
	미혼		16	23.2	
	기혼자 (n=54)	재녀 유무	재녀 있음	51	96.2
			재녀 없음	2	3.8
		있음/이 유무	있음/이	28	52.8
			없음/이	25	47.2

(세후) 가구의 월평균 소득	200만원 미만		15	21.7
	200-300만원 미만		13	18.8
	300-500만원 미만		39	55.9
	500-700만원 미만		13	18.8
	700만원 이상		8	11.6
	기타		1	1.4

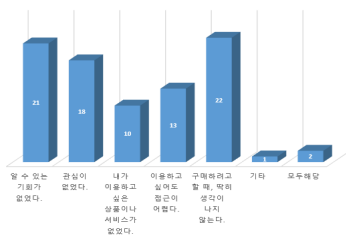
대전광역시 자활생산품 및 서비스 이용 실태조사 결과

조사 연구 결과

조사 2. 대전광역시 자활생산품 및 서비스에 대한 (잠재적) 소비자의 소비 경험 조사

2) 자활생산품 및 서비스에 대한 소비 경험이 없는 잠재적 소비자

자활생산품 및 서비스 이용 경험이 없는 이유



구분	빈도(명)	백분율(%)
자활생산품 및 서비스에 대해 알 수 있는 기회가 없었다.	21	26.1
자활생산품 및 서비스에 대해 이용곳이 없고 있었지만, 관심이 없었다.	18	20.7
자활생산품 및 서비스 중 내가 이용하고 싶은 상품이나 서비스가 없었다.	10	11.5
자활생산품 및 서비스를 이용하고 싶어도 접근이 어렵다. (온라인 / 오프라인 모두 해당)	13	14.9
자활생산품 및 서비스에 대해 그냥 필요라는 생각이 든다.	-	-
자활생산품 및 서비스를 알고는 있지만 구매하려고 할 때, 딱히 생각이 나지 않는다.	22	25.3
기타	1	1.2
(1)(2)(3)(4)(5)모두	2	2.3

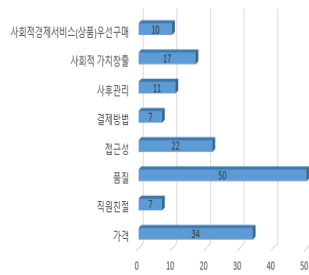
대전광역시 자활생산품 및 서비스 이용 실태조사 결과

조사 연구 결과

조사 2. 대전광역시 자활생산품 및 서비스에 대한 (잠재적) 소비자의 소비 경험 조사

2) 자활생산품 및 서비스에 대한 소비 경험이 없는 잠재적 소비자

- 자활생산품 및 서비스 경험하게 된다면 고려하게 되는 점



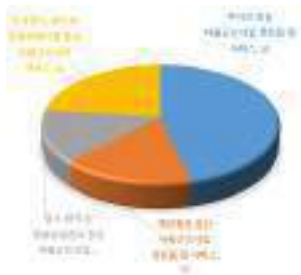
구분		빈도(명)	백분율(%)
자활생산품 및 서비스에 대한 사전에 알고 계셨나요?	알고 있었다.	2	2.9
	알고 있었다.	21	30.4
	보통이다.	26	36.8
	몰랐다.	14	20.3
자활생산품 및 서비스에 대한 사전 이미지는 어떻습니까?	전혀 몰랐다.	8	11.6
	완전히 몰랐다.	26	36.8
	알고 있었다.	27	38.1
	몰랐다.	15	16.8
자활생산품 및 서비스를 선택할 때 가장 고려한 부분은 무엇입니까?(다중 선택 가능)	매우 낮았다.	5	7.2
	가격	35	50.7
	고려한다.	36	49.3
	적당선정	42	58.9
	고려한다.	7	10.1
	품질	19	27.5
	고려한다.	30	42.5
	접근성	47	66.1
	고려한다.	22	31.9
	결재방법	42	58.9
	고려한다.	7	10.1
	사후관리	39	54.1
	고려한다.	11	15.9
	사회적 가치 창출	32	45.4
	고려한다.	17	24.6
	사회적경제서비스(상품) 우선 구매	39	54.1
	고려한다.	10	14.5

조사 연구 결과

조사 2. 대전광역시 자활생산품 및 서비스에 대한 (잠재적) 소비자의 소비 경험 조사

2) 자활생산품 및 서비스에 대한 소비 경험이 없는 잠재적 소비자

- 자활생산품 및 서비스 중 우선 경험 희망 품목



구분		빈도(명)	백분율(%)
자활생산품 및 서비스 중 제일 먼저 경험해 보고 싶은 품목은 무엇입니까?	악기 등 중심 자활생산품 및 서비스	22	46.4
	체험활동 중심 자활생산품 및 서비스	11	15.9
	한식·방역 등 생활민생관련 중심 자활생산품 및 서비스	10	14.5
	주거복지, 세차 등 일상생활지원 중심 자활생산품 및 서비스	16	23.2

조사 연구 결과

조사 2. 대전광역시 자활생산품 및 서비스에 대한 (잠재적) 소비자의 소비 경험 조사

2) 자활생산품 및 서비스에 대한 소비 경험이 없는 잠재적 소비자

• 자활생산품 및 서비스 발전을 위한 의견

- 원산지를 믿고 살수있게 하였음 좋겠다
 - 적당한 가격대에 질 좋은 서비스라면 꼭 이용해보고 싶습니다. - 2
 - 자활생산품은 찾아보면 많이 볼 수 있는 것을 보면 상품에 대한 접근성이 떨어지는 것은 아닌데, 자활상품 관련한 홍보가 많이 부족한 것 같습니다. 자활상품을 경험해보지 못한 사람들이 먼저 사용을 해보고 구입할 수 있는 부분들이 많이 활성화 되어있지 않을 것 같아 아쉽다는 생각이 듭니다. 그런 부분들을 개선시키면 서비스가 발전하지 않을까 하는 것이 저의 생각입니다.
 - 좋은 서비스인데 사용을 못해서 죄송합니다.
 - 홍보에 더 많은 노력이 필요할 듯 합니다. - 15
 - 책임지고 사후까지 서비스를 해주시면 좋을것 같습니다.
 - 제품을 다양하게 발전을 시키어한다(신제품 개발 등등) - 5
 - 사회에 도움이 되는 일이라면 적극 활용하고 싶네요.
 - 영구일대아파트의 경우, 각 세대가 많이 노후되어 있습니다.
- 다음과 같은 사업(지원)도 하면 좋을 것 같다는의견도요~~~
- 1.배관페인트칠해주기 2.냉장고정리해주기 3.싱크대정리해주기 4.자전거(휠체어)세차하기 5.화장실청소해주기 6.원예식물로아파트1층구미기(정원만들기) 7.장수사전찍기
- 일상생활의 소소한 행복을 주면 좋겠다는 생각이 들어 몇 자 적어 봅니다. 감사합니다.
 - 그분들이 자립할 수 있도록 정부의 적극적인 지원이 필요하다고 생각합니다.
 - 우선 좋은 뜻으로 접근하려고 하지만 실제로는 제품,서비스,가격조건도 좋아야 될듯합니다.
 - 코로나 19 시대에 맞추어 생산품과 활동을 하면 더욱 발전될거라 믿어요. 수고하셨습니다
 - 일반기업에서 생산하지 못할 정도의 상품이 있을 때 소비자는 더 사회적가치를 안정하게 될 것입니다. 그 결과로 이웃에게 추천 하는 바이일 마케팅 효과도 있을 같습니다. 감사합니다.
 - 좋은 제품 실용적이고 착한가격으로 누구나가 자발적 이용이 가능하였음합니다

대전광역시 자활생산품 및 서비스 홍보관

조사 연구 결과

조사 2. 대전광역시 자활생산품 및 서비스에 대한 (잠재적) 소비자의 소비 경험 조사

2) 자활생산품 및 서비스에 대한 소비 경험이 없는 잠재적 소비자

• 자활생산품 및 서비스 발전을 위한 의견

- 자활생산품이 쉽게 이용할 수 있는 기회와 정보가 없었기 때문에 참여하지 못 했지만 기회가 되면 같이 동참해주고 자활생산품이나 서비스등을 많이 이용해줄 필요성과 가치가 있다고 봅니다.
- 그래서 지역사회의 사회참여와 동참으로 같이 살아갈 수 있는 사회문화가 되지 않을까 생각합니다
- 많은 홍보와 접근성에 관심을 가져야겠습니다 (채널 다양화 등) - 3
 - 품질관리
 - 소비자를 속이지 않는 서비스가 되길 바라며 많은 사람들이 다시 찾고 싶어하는 서비스가 되길 기원합니다
 - 우선 자활서비스로 일을 통해 근로의욕을 높이고 자활참여자들에게 스스로 사회에서 자립할 수 있는 환경을 만들어 줄 수 있다는 것이 정말 의미있다고 생각합니다. 하지만 자활생산품 및 서비스에 대한 부분들 관련학과나 관련 업무에 종사하지 않는 사람들이라면 조금은 생소한 부분이라고 생각이듭니다. 그렇기에 이에 대한 홍보도 지금보다 더 많이 이루어져야 하지않나 싶습니다. 그리고 사업 초기인 만큼 많은 사람들이 관심을 갖기 위해서는 가격 경쟁력을 갖춰야 한다고 생각합니다. 관련 시설비용을 줄이되 소비자들이 가격적인 부분에서 조금 더 이점을 볼 수 있다면 좋겠으며, 저는 대전 내 지역 화배 활용이 그래도 잘 이루어지고 있다고 봅니다. 그리고 코로나 19로 인해 먹거리는 배달을 자주 이용하게 되는데 1인가구의 경우 배달비용 또한 만만치 않다는 생각이 들었는데 공공배달업체의 경우 수수료가 다른 배달업체에 비해 적어 소비자도 매장도 도움이 될 것 같다는 생각이 듭니다. 그렇기에 단순히 오프라인 매장만으로 운영하는 것 뿐만 아니라 다른 여러 매체에 생산품을 노출시킬 수 있다면 좋을 것 같습니다. 또한 카카오톡, 네이버 쇼핑과 같은 소셜미디어 업체에서도 이용이 가능하고 선물 할 수 있는 옵션들을 갖춘다면 더욱이 홍보 효과는 물론이고 이용에있어서 편리하지 않을까 하는 생각입니다. 더불어 1인가구의 증가, 그리고 웰빙을 중요시하는 태도를 보며 '샐러드', '1인반찬' 등의 정기 배송사업들도 사업아이템으로 고려가 된다면 좋을 것 같습니다!
 - 몰랐었지만 지금이라도 관심을 가져보겠습니다♡
 - 가족 구성원 모두가 함께 할 수 있는 프로그램이나 생산품은 가격도 이쁘고 품질도 좋으면 좋겠습니다.
 - 서민들과 교류를 원활히하여 더 많은 고충을 알아보고 적절한 개선사항이 도출 됐으면 좋겠다
 - 확실한 전문성으로 대상자(자활서비스를 통해 사업을 운영하게될 클라이언트) 책임감 사업에 대한 확고한 교육 필요성을 느낌
 - 되면 되고 안되면 안 되는거지 하는 생각없도록

대전광역시 자활생산품 및 서비스 홍보관

조사 연구 결과

조사 3. 대전광역시 자활생산물 및 서비스 영역별 공급자 및 소비자 FGI

대전광역시 자활생산물 및 서비스 영역별 공급자 및 소비자 FGI

조사 연구 결과

조사 3. 대전광역시 자활생산물 및 서비스 영역별 공급자 및 소비자 FGI

1) 자활생산물 및 서비스 공급자 그룹

- 대상 : 대전 내 지역자활센터 중간관리자 이상 7명

소속처	알려져	직위 및 경력	자활생산물 및 서비스 공급관련 세부 업무
동구지역자활	A	과장 / 8년 7개월	자활사업 중 창소사업을 하고 있는 이만큼 사업단과 방화소독서비스와 생활지원(현)을 하고 ...사업단 이 두 가지를 담당...자활사업 판매와 관련한 세부적 업무로는 불 로그 관리나 위생트와 같은 판매 채널 관리
	B	차장 / 5년정도 (자활사업 1년)	자활사업 중 체험지킨 지금 담당하고 있고요. 자활생산물 판매와 관련한 세부적 업무는 홍보 및 관리를 하는데, 여기서 배급원 및 모바일 홈페이지 이런거 위주로 관리하고 판매
	C	실장 / 15년 정도	자활사업하고, 자활기업 수출
중구지역자활	D	차장 / 11년정도	자활생산물 판매와 관련한 세부업무는 현재 이가중 사업단과 카페사업 담당하고 있으며, 사업단 총괄적인 부분을 다 담당하는데다다다다 홍보와 판매, 제작까지 관리하고 있음
	E	사무국장 / 22년	자활사업 및 생산물 판매 등 지원
서구지역자활	F	실장 / 12년 정도	여기 나왔던 사업 내용들을 지원 (지역자활센터 운영 및 사업 진행)
대덕구지역자활	G	실장 / 3개월	지역자활센터 운영 및 사업 진행

- 면접일시 : 2021. 9. 14.

대전광역시 자활생산물 및 서비스 영역별 공급자 및 소비자 FGI

조사 연구 결과

조사 3. 대전광역시 자활생산품 및 서비스 영역별 공급자 및 소비자 FGI

1) 자활생산품 및 서비스 공급자 그룹

- 판로 개척 업무를 담당하면서 **가장 힘든 점**

대전광역시 자활생산품 및 서비스 공급자 및 소비자 FGI

조사 연구 결과

조사 3. 대전광역시 자활생산품 및 서비스 영역별 공급자 및 소비자 FGI

1) 자활생산품 및 서비스 공급자 그룹

- 판로 개척 업무를 담당하면서 **가장 힘든 점**
 - 참여주민들과의 협업 및 실무에 대한 조율
 - 홍보에 대한 어려움과 업무 과중
 - 소비자들의 자활생산품에 대한 무관심과 평가 절하

□ 참여 주민들과의 협업 및 실무에 대한 조율

A : ... 주민들과 같이 협업하는 부분이 가장 어려웠던 부분인 것 같습니다. 담당 실무자로서 이런 업무를 진행하고 싶어서 주민들에게 이야기를 하다보면, 거기서 나오는 질문들은 조율하는 과정이 가장 어려웠던 부분인 것 같고요.

D : 직원들 입장에서는 제작해서 판매하는 물품이 저소득층에게 가서 사회적 경제 활성화에 도움이 된다는 걸 강조하고 싶는데, 판매하는 주민입장에서는 지역자활센터에서 하는 걸 좀 숨겨 달라 아님 드러나지 않게 해달라는 부분이 있어서 이중적인 고민...

F : 아꼈든 자활에 대한 가장 주요한 특징 하나가 참여자의 자발성, 사업의 주체성 그런 부분이 서지 않으면 내가 주인이라는 의식이 조금 되게 중요한 부분인데, ***도 아까 직원분들 이야기하면서 직장으로서 하나의 개념으로 생각하는 부분에서도 과거의 *** 세대를 막 그렇게 해왔죠. 그랬는데 지금은 또 변화가 되어지고 있는 부분이 분명히 있는 것 같고. 자활근로 사업단 내에서도 참여자들이 참여할 수 있는 기간에 대한 그런 근로형태에 대한 부분이 분명히 있는 것 같고요. 그러면서 생산품에서는 이제 조금 더 확장시키고 범위를 넓히고 창의적이고 아이디어를 해서 평가를 어떻게 현재에 적용해서 갈 수 있는 부분으로 가야 하는데, 그러한 어려움이 현장에서 좀 부딪히는 장벽이 분명히 있다. 그런 부분을 최대한 끌어올리는 부분을 저하는 고민하고 있습니다. 기업을 유지하는 게 가장 중요한 거죠.

대전광역시 자활생산품 및 서비스 공급자 및 소비자 FGI

조사 연구 결과

조사 3. 대전광역시 자활생산품 및 서비스 영역별 공급자 및 소비자 FGI

1) 자활생산품 및 서비스 공급자 그룹

• 판로 개척 업무를 담당하면서 가장 힘든 점

- 참여주민들과의 협업 및 실무에 대한 조율
- 홍보에 대한 어려움과 업무 과중
- 소비자들의 자활생산품에 대한 무관심과 평가 절하

□ 홍보에 대한 어려움과 업무 과중

B : 오프라인 경우 제가 직접 발로 뛰면서 전단지 이런 부분으로 홍보를 할 수 있었는데, 특히 온라인 SNS홍보에 대한 부분이 너무 미흡하다 보니까 고객확보가 홍보도 잘 안 되는 부분...다양한 판매처 발굴이 좀 힘들었어요. 저희가 꼭 개인 고객이 아닌 어디에 입점을 한다든가, 협을 활용해서 하는 부분이 조금밖에 안 됐었기 때문에 미흡했고, 소비자들이 구입할 수 있는 판매 채널이 많이 부족했다.

C : 이제 온라인 시대인데, SNS 홈페이지 관리나 폐목을 해야 하는데, 실질적으로 직원들이 그 업무를 전담자가 없는 상황에서 각 업무도 해야 하고 이런 것들을 관리해야 하는 것들이 사실은 업무과중

F : 일반 시장장 내에서 사업에 대한 매뉴얼이나 여러 가지 생산품에서는 전국단위로 봤을 때 유사 업종에 많이 있다 보니까 그런 부분에서 조금 판로 개척을 하는 부분에서 많이 고민스러운 부분이 있었던 것 같습니다....

D : SNS 홍보부분에서 해야 하는데, 그 사진을 찍어서 편집을 하고, 사진을 찍기 위해서 준비해야 하는 과정이 준비하는데 어려웠고요.

조사 연구 결과

조사 3. 대전광역시 자활생산품 및 서비스 영역별 공급자 및 소비자 FGI

1) 자활생산품 및 서비스 공급자 그룹

• 판로 개척 업무를 담당하면서 가장 힘든 점

- 참여주민들과의 협업 및 실무에 대한 조율
- 홍보에 대한 어려움과 업무 과중
- 소비자들의 자활생산품에 대한 무관심과 평가 절하

□ 소비자들의 자활생산품에 대한 무관심과 평가절하

B : 자활생산품이라하면 소비자들이 이런걸 생각할 때 약간은 꺼려할 수 있는 편견들이 있다고도 생각했기 때문에 이런걸 어떻게 홍보를 해야 하는지 예로사항이 있었습니다.

C : 자활생산품에 대한 인지도가 그렇게 많지 않다 보니까 많은 분들이 장애인들이 만든 생상품 아니라고 오인하는 경우... 그러다 보니까 생산품에 질도 좀 떨어지지 않냐는 오해들도 많이... 그래서 그렇지 않다는 것을 설명해야하는 부가적인 설명을 다시 해야 하는 어려움...

E : 지역자활센터라는 특성 때문에 어떻게 보면 일반 시장가보다는 단가라든지 이런것들이 낮을 수 밖에 없는 상황이고, 그렇다고 해서 저희가 가지고 있는 제품의 소재라든지 기술이 떨어지는 것은 아니지만은 시장자체가 자활생산품이라는 이미지 개선 그런 것들에 대한 부분이 좀 어려움이 있었던 것 같은 생각이 들고요...

조사 연구 결과

조사 3. 대전광역시 자활생산품 및 서비스 영역별 공급자 및 소비자 FGI

1) 자활생산품 및 서비스 공급자 그룹

- 판로 개척 업무를 담당하면서 **가장 성공적인 경험**

대전광역시 자활생산품 및 서비스 공급자 및 소비자 FGI

조사 연구 결과

조사 3. 대전광역시 자활생산품 및 서비스 영역별 공급자 및 소비자 FGI

1) 자활생산품 및 서비스 공급자 그룹

- 판로 개척 업무를 담당하면서 **가장 성공적인 경험**

- 홍보 결과, 판매 및 재구매율 상승
- 상품의 질이 담보된 재구매율 상승
- 민간시장과 공공시장의 차별화된 홍보방법
- 지속되는 창업(자활기업) 유지

□ 홍보결과 판매 및 재구매율 상승

A : 본로그 홍보를 하고 있는데... 대전 행위에술 창작센터에서 연막이 와서 20개정도 저희와 이야기가 긍정적으로 되어서 체결되어 한 경험...

B : 학교나 공공시설 같은 곳에 홍보를 조금했는데, 학교 같은 경우는 행사 또는 반 별로 모여서 단체로 간식을 구입할 때에 그런 부분에서 매출의 향상이 있었고, 학교 선생님 간 예를 들어 체육선생님은 다른 학교 체육선생님을 알고 하는 부분이 있어, 타 학교까지 같이 연결해서 같이 구입해주는 단체주문 이런 부분이 있었고, 그러면서 단체주문 안에서 개인들이 차관을 맞 볼 수 있으니까 거기서 이제 문안이 만족했다 싶으면 또 개인적으로 주문하는 이런 효과

C : 저희가 펼치려는 것을 처음 작년 하반기에 시작을 했는데, 펼친을 보고 주문하시는 분들이 좀 있더라고요, 별거 아니라고 생각을 했는데, 이걸 통해서 주문이 들어오니까 온라인이라는게 파급효과가 있구나를 느끼게 되는 계기

D : 예전에 공방을 진행할 때 학교에서 체험을 많이 진행했어요. 그래서 이 학교를 하고 관찰하면 다른 학교에서도 연막이 오는 식으로 학교사회복지사들이 연결해서 했던 경험이 있어서 그때가 좀 재미있었던 것 같습니다. ... 20개 이상 지속적으로 판매가 되어야 성공이라고 보는 것 같습니다.

□ 상품의 질이 담보된 재구매율 상승

G : 우리가 성공하는 경험들은 그 제품의 품질이 시장이나 다른 제품들과 비교했을 때 우수하다고 여겨질 때가 가장 성공적인 경험... 한번의 소비는 작은 소비로 할 수 있지만 재구매할 수 있도록, 재구매를 경험하게 해줬으면 우리 입장에서 가장 큰 성공인 것 같고, 결국에는 홍보를 잘 하던 ... 초반 마음에서 소비를 하지 않아도 이 물건은 소비할 만큼의 생산품의 질을 놓아는 과정들이 필요하다는 생각이 들고...

□ 민간시장과 공공시장의 차별화된 홍보방법

E : 처음에는 자활에 대한 부분을 이슈를 시켰더니 일반 시장에서는 그게 오히려 독이 되더라고요, 그래서 저희는 제가 운영했을 때는 공공기관이라든지, 사회복지기관에서는 자활에 대한 부분을 사회복지기관에 어필을 했고, 일반 시장에서는 자활이라는 내임을 없애고, 일반시장처럼 활동을 했거든요. 오히려 그런 것들이 영업할 때 더 효과적인 부분이 있더라고요.

□ 지속되는 창업 유지

F : 몇 년전에 30%는 부분에 여러 홍보매체를 통해서 자활에 대한 생산품이나 자활에 대한 부분을 조금이라도 일반인들한테 제공되지 않았을까. 스마드는 부분은 분명히 좀 있을 것 같다는 생각...창업 부분이 잘 진행되었을 때 그 안에 센터 내에서는 판로 개척에 대한 부분의 성공적 경험이라고 볼 수 있지 않을까... 6~7년 이상...

대전광역시 자활생산품 및 서비스 공급자 및 소비자 FGI

조사 연구 결과

조사 3. 대전광역시 자활생산품 및 서비스 영역별 공급자 및 소비자 FGI

1) 자활생산품 및 서비스 공급자 그룹

- 자활생산품 및 서비스를 이용하는 **[잠재적] 소비자의 자활 평가에 대한 의견**

대전광역시 자활생산품 및 서비스 FGI
대전광역시 자활생산품 및 서비스 FGI

조사 연구 결과

조사 3. 대전광역시 자활생산품 및 서비스 영역별 공급자 및 소비자 FGI

1) 자활생산품 및 서비스 공급자 그룹

- 자활생산품 및 서비스를 이용하는 **[잠재적] 소비자의 자활 평가에 대한 의견**
 - 자활만의 차별화된 상품 개발이나 지속적인 유지 등은 이미 자활 참여주민들에 의해서 좌지우지 되는 상황에서 현실적으로 어려운 상황
 - 특별 이벤트 등을 통한 홍보 전략에 대한 소비자 의견에 대해서는 실행해본 결과 실질적으로 매출에 별다른 도움이 되지 않았다는 경험 공유
 - 홍보와 관련하여 정보의 부족이나 소비자들이 인식하지 못하는 입지를 가지고 있는 자활생산품이나 서비스에 대한 평가에 대해서는 사업담당자들의 업무력과 업무량 등에 견주어 어려움이 있을 토로
 - 그럼에도 불구하고, 공공의 틈새시장 공략, 공공시장과 함께 할 수 있는 상품 개발을 통해 주력 업체로 자활이 지역사회 내 자리매김 하거나 시와 협력하여 공식적인 자활생산품 및 서비스 판매처 확보, 홍보관 개설, 지역화폐와 같은 자활만의 특별한 소비체계 마련 등 혁신적인 방안 마련 및 지역 내 연합된 노력 필요함 동의

대전광역시 자활생산품 및 서비스 FGI
대전광역시 자활생산품 및 서비스 FGI

조사 연구 결과

조사 3. 대전광역시 자활생산품 및 서비스 영역별 공급자 및 소비자 FGI

1) 자활생산품 및 서비스 공급자 그룹

- 자활생산품 및 서비스의 판로 중 **공공구매 또는 공기업 등 입점 가능성**

조사 연구 결과

조사 3. 대전광역시 자활생산품 및 서비스 영역별 공급자 및 소비자 FGI

1) 자활생산품 및 서비스 공급자 그룹

- 자활생산품 및 서비스의 판로 중 **공공구매 또는 공기업 등 입점 가능성**
 - 공동구매가 가능하도록 물량 확보 방안, 시스템 확보
 - 자활생산품 및 서비스 공동 판매소, 홍보관 필요
 - 공동브랜드 확장

조사 연구 결과

조사 3. 대전광역시 자활생산품 및 서비스 영역별 공급자 및 소비자 FGI

1) 자활생산품 및 서비스 공급자 그룹

• 자활생산품 및 서비스의 판로 중 공공구매 또는 공기업 등 입점 가능성

□ 상생을 위한 희망연합1. 공동판매소

E : ... 충분히 공동 구매라든지 이런것들이 가능하지 않을까 하는 생각이 들고요. ... 이런것들이 얼마든지 뭐 시스템이라든지 이런 상황이 되면 공동에 대한 구매가 가능할 거라고 생각하고 있고, 제일 좋은 방법은 대전에 있는 저희와 유사한 그런 기업들이 같이 연계를 해서 공동의 브랜드를 가지고 그걸 아팔을 해서 공동 판매라든지 이런것들이 가능하지 않을까 생각하고 있습니다.

E : 제가 항상 꿈꿔왔던 구조는 뭐냐면 대전시라는 이 시청같은 그런데다가 자활매장을 하나 만들어서 거기에서 서비스든지 제품을 구매할 때 혜택을 준다든지 아니면 예를 들어 복지카드를 연계를 해서 거기에서 공유했을 때 포인트를 적립해주는 거죠. 이 사람들이 구매할 수 있는 그런 하나의 자활 생산품이 모여있는 매장이 있으면 손쉽게 다가갈 수 있고, 구매가 가능한데 ...

□ 상생을 위한 희망연합2. 공동브랜드

D : 제품의 다양성 같은 경우에는 현재도 지금 각 지역 자활센터에서 만드는 것 보면 정말 다양한 많은 제품들이 있어요. 그런데 이게 홍보도 안 되고 잘 이렇게 판매도 안 되다 보니까 너무 부진하다는 생각이 들고요. ... 사실 이 지역이라서 그거를 만약에 한다고 하면 그거에 대한 서로의 협력이 없으면 실질적으로 공동 브랜드의 가치를 올려놓지만 판매되는 곳만 판매가 될 수도 있다는 거죠. 그러니까 그렇게 만약에 할 때에는 그런 것에 대한 서로의 협력이 이런 게 다 이루어지면 사실 지역 안에서도 충분히 같이 상생할 수 있지 않을까. ...

E : ... 그래서 같이 할 수 있는 사업단은 각 구마다 같이한다고 하면 그 브랜드 가치가 높아지지 않을까. 치발치킨을 대전에서 다 구마다 하나씩 시키기가 편하면 치발치킨에 대한 이미지가 될 것 같아요. ... 공공에 관한 것 같은 경우도 그걸 판다고 하면 그걸 판다고 하면 대전시에 있는 자전기 보관대는 자원자활 센터가 다 관리를 한다. 이렇게 이미지를 받아놓고요, 그렇게 해서 어떤 경우는 시장이 같이 쓸 수 있는 그런. 제품에 대한 가치도 어렵지만은 각각의 지역들에서 소비할 수 있는 그런 아이템들을 더 공유한다면 그게 브랜드 가치가 높아지고 자연스럽게 주민의 욕구가 높아지 않을까 하는 생각이 들고, ...

□ 상생을 위한 희망연합3. 공공과 함께하는 지역자활

G : ... 공공에서 국민, 이런 지역 주민들한테 생산할 수 있는 생산 판로가 잘 구축되어 이제 그런 부분을 빠르게 해결할 수 있는 그러한 생산품을 공공에 필요한 생산품을 자원해서 관하고 같이 찾아가야 되지 않을까라는 생각이 제일 중요하지 않을까 ... 그러한 서비스와 같이 지자체하고 일자리로 연계해서 조금이라도 거기에 들어가면 그런 생산 비용이 있을 거 아니에요. 그런 비용면에서 현장에 좀 매출로 연계할 수 있는 부분의 일자리를 자꾸 좀 더 관심을 갖고 찾아서 그런 부분을 좀 확장시키는 부분으로 찾아보면 엄청나게 많은 것 같다는 생각이. ... 어쨌든 정부 지원 사업에도 분명히 일반 시장을 건드릴 수 밖에 없는 최저로 할 수 밖에 없겠다라는 생각이 드는데, 그런 부분에서 좀 이제 그것도 또 고민이 그런 부분이 그러면 어느정도의 평가가 되냐 사회적 가치도 같이 나서고 봐야 되다 보니까. 매출도 내야 되고, 돈도 벌어야 되고, 창업도 해야 되고, 사회적 가치까지 가져가야 되는 거니까. ...

조사 연구 결과

조사 3. 대전광역시 자활생산품 및 서비스 영역별 공급자 및 소비자 FGI

2) 자활생산품 및 서비스 소비자 그룹

조사 연구 결과

조사 3. 대전광역시 자활생산품 및 서비스 영역별 공급자 및 소비자 FGI

2) 자활생산품 및 서비스 소비자 그룹

- 대상 : 자활생산물 및 서비스 영역별 소비 관련 업무 담당자 8명

영역	참여자	소속기관 및 직위	자율생산물 및 서비스 소비관련 특이사항
제품중심	a	***정책학습과 주무관	지정기관 또는 서비스 연계 기관 제4차와 연계하여 지역 내 제조기업들 이용에에 체험프로그램 지원 (지역아동센터 연계)
	b	***복지관 사회복지사	수요자 기관 2019년 ~***복지관 이용자(장애인)에게 제4차(장애인)에게 프로그램 연계 진행
소득, 영역 등 생활양식권역	c	***양양원 원장	수요자기관 2020년 (대전시)복지공동포럼에 코로나-19 바이러스 대응 방역소속 긴급지원사업 수혜 기관
	d	***마을 국장	수요자기관 2020년 (대전시)복지공동포럼에 코로나-19 바이러스 대응 방역소속 긴급지원사업 수혜 기관
약가리중심	e	***센터 연구원	수요자 ***센터 내 제4차(원) 연계 개인적으로도 자율생산물 등으로 담배를 등 구입
	f	***개발팀 주임	지정기관 및 수요자 ***내 자율(가정/카페) 방문 추진 지원 카페 이용자
주거복지, 세사 등 일상생활지원	g	***공단 대전세종저주거본부 주임	지정기관 및 서비스 연계 ***공단 내 직원, 출장차서 연계 사업 진행 중 ***공단 세무조사 연계
	h	***센터 대전지체아동 과장	결핵아동중추추(원)가정사업 (가정 내 아동학대지원조사) 진행 중 (예: 핵상검사, 도해, 정면 등) 2019년 - 현재 진행 중

- 면접일시 : 2021. 9. 28.



조사 연구 결과

조사 3. 대전광역시 자활생산품 및 서비스 영역별 공급자 및 소비자 FGI

2) 자활생산품 및 서비스 소비자 그룹

- 자활생산물 및 서비스 구매 과정 경험 분석



조사 연구 결과

조사 3. 대전광역시 자활생산품 및 서비스 영역별 공급자 및 소비자 FGI

2) 자활생산품 및 서비스 소비자 그룹

• 자활생산품 및 서비스 구매 과정 경험 분석

- 수요자의 예산 범위 내 가능한 합리적 가격 제시
- 전문적이고 세심한 서비스
- 라이선스 보유 등 전문성 부각
- 기대 이상의 ONE-STOP 서비스
- 간절한 영업 능력 부족
- 찾아보기 어려운 자활생산품 및 서비스에 대한 정보

□ 수요자의 예산 범위 내 가능한 합리적 가격 제시

f : ... 지금 말씀하신 대로 기존 계약 업체와 자활센터에서 우리 시각에서 다시 계약을 할 때 과연 차별화된 게 뭘까. 또 우리가 공급자가 이전에 하던 사업체를 바꿀 수 있는 그런 거는 아무래도 예산하고 관련된 것도 재정상의 그런 부분도 이제 무시할 수는 없으니까. 제가 봤을 때는 가장 중요한 가격이지요, 그 금액 ... 일년 예산의 범위 내에서 모든 게 이게 정해지다 보니까 그런 부분들에 합리적으로 제의를 해야죠.

조사 연구 결과

조사 3. 대전광역시 자활생산품 및 서비스 영역별 공급자 및 소비자 FGI

2) 자활생산품 및 서비스 소비자 그룹

• 자활생산품 및 서비스 구매 과정 경험 분석

- 수요자의 예산 범위 내 가능한 합리적 가격 제시
- 전문적이고 세심한 서비스
- 라이선스 보유 등 전문성 부각
- 기대 이상의 ONE-STOP 서비스
- 간절한 영업 능력 부족
- 찾아보기 어려운 자활생산품 및 서비스에 대한 정보

□ 수요자가 생각하지 못한 전문적이고 세심한 서비스 범주 제안

f : 또 신뢰도. 이제 저희 같은 경우는 한 번 직접적으로 저희가 돈을 주고 한 것은 코로나 자활센터 지원을 나와서 소독을 했는데, 소독 면에서는 굉장히 섬세하고 디테일하게 너무 잘해주셨어요. 그리고 그 외에 부가적인 설명이라든지 손수 오셔가지고 안 해주셔도 되는 부분까지 사실을 잘 관찰을 해봤고, 추가로 더 해주셔가지고, 제가 봤을 때 굉장히 소독을 할 때에는 면밀하고, 잘 하신다는 그런 느낌을 받았거든요. 그런 게 다 갖춰졌을 때 이 업체로 가기 위해서 얼마를 또 저희한테 제의를 하고 참여가 되게 이게 만족을 시킬 수 있는지 그런 것도 중요한 것 같아요.

조사 연구 결과

조사 3. 대전광역시 자활생산품 및 서비스 영역별 공급자 및 소비자 FGI

2) 자활생산품 및 서비스 소비자 그룹

• 자활생산품 및 서비스 구매 과정 경험 분석

- 수요자의 예산 범위 내 가능한 합리적 가격 제시
- 전문적이고 세심한 서비스
- 라이선스 보유 등 전문성 부각
- 기대 이상의 ONE-STOP 서비스
- 간절한 영업 능력 부족
- 찾아보기 어려운 자활생산품 및 서비스에 대한 정보

□ 라이선스 보유 등 전문성 부각

h : ... 하게 된 거는 한 업체가 라이선스가 있었어요. 그 라이선스를 에너지 효율을 찾는 거라고, 공사를 하고, 에너지가 효율이 어떻게 바뀌었는지 근데 그런 라이선스를 갖고 있는 업체가 주거협동조합은 전체적으로 그렇게 많지 않거든요. 대전에서도 그 업체 외에는 한 두 군데가 더 있을까. 그렇게 맞았습니다. ... 사업을 하다보니 좀 아까 말씀드렸던 약간 사업에 대한 퀄리티. 그런 부분들이 되게 좀 많이 빛났어요. 대상 가정에 대한 아동 지원을 짚아가지고 만나서 현장에서 만나 같이 작업을 하더라도 이 집은 어떤 집이라고 먼저 알고 계셨었고, 또 그리고 저희가 초기 견적을 뽑고 나서 사업을 진행하려고 했는데, 이거는 이 부분이 더 필요할 것 같으니 하단으로 길이가 바뀌는 아니면 높이가 바뀌든 이런 거로 '저희가 사전 수정으로 헤드릴 테니까 이거는 꼭 해줬으면 좋겠어요.' 라고 저랑 실무자와 사전에 협의를 하시고 이런 부분들이 되게 좋았다고 저도 생각을 했습니다.

조사 연구 결과

조사 3. 대전광역시 자활생산품 및 서비스 영역별 공급자 및 소비자 FGI

2) 자활생산품 및 서비스 소비자 그룹

• 자활생산품 및 서비스 구매 과정 경험 분석

- 수요자의 예산 범위 내 가능한 합리적 가격 제시
- 전문적이고 세심한 서비스
- 라이선스 보유 등 전문성 부각
- 기대 이상의 ONE-STOP 서비스
- 간절한 영업 능력 부족
- 찾아보기 어려운 자활생산품 및 서비스에 대한 정보

□ 기대 이상의 one-stop 서비스

e : ... 다과, 먹거리 이런 것들은 따로 지정업체가 없지 않습니까. 그래서 참 업체를 선정하기 자유로운 편이거든요. 그렇기 때문에 좀 더 어려운 것도 있습니다. 왜냐하면 어디가 더 잘하는지 모르거든요. 근데 한 번 누가 들으면 그냥 가는 거예요. 그냥 '거기 괜찮더라.' 그렇게 입소문으로 가는데, ... 맛 뿐만 아니라 ... 저희 기관에서 비용 지출할 때 좀 더 이렇게 그러니까 얼마나 가격을 잘 뽑아 주시나. ... 서비스라고하면 이제 배달까지 저희가 생각을 안 했었는데, 그렇게까지 해주시니까. 그래서 그거 보고 '아, 내가 주문 잘 했구나.' 라는 생각이 좀 들더라고요.

조사 연구 결과

조사 3. 대전광역시 자활생산물 및 서비스 영역별 공급자 및 소비자 FGI

2) 자활생산물 및 서비스 소비자 그룹

• 자활생산물 및 서비스 구매 과정 경험 분석

- 수요자의 예산 범위 내 가능한 합리적 가격 제시
- 전문적이고 세심한 서비스
- 라이선스 보유 등 전문성 부각
- 기대 이상의 ONE-STOP 서비스
- 간절한 영업 능력 부족
- 찾아보기 어려운 자활생산물 및 서비스에 대한 정보

□ 간절한 영업 능력의 부족

g : ... 보통 이제 다른 판매 업체 같은 경우에는 전화가 이제 엄청 오거든요. 제품도 구매해 달라 이런 식으로. 엄청 나게 영업을 해요. 심지어 찾아옵니다. 담당자를 이제 만나서 저희 제품 한 번 써주세요. 이런 부분에서 간절하게 영업 능력을 보여줘요. ... 그럼 구매를 담당하는 담당자에게 전화를 해서 팔플렛 보내고, 이렇게 소개하는게 있으면 좋았을 텐데, 저는 이런 거를 받아본 적이 없어요. 사기업이 10번 오면은 한 번 옵니다. 아무래도 노출이 떨어질 수 밖에 없겠죠. 그래서 저는 영업적인 측면에 또 힘을 실어주는 것도 좀 중요할 것 같다 그렇게 생각을 합니다. ... 전단지든 제가 중간에 있는 담당자로서 봐도 '그냥 그렇게.' 이라고 합니다. 근데 그거를 찾아오는 이런 기업들은 선택을 아무래도 시킬 수 밖에 없거든요. 그래서 와가지고 '이거 한 번 써주시면 어떨까요.' 이런, 지금 내 입장에서 '저번에 한 번 왔는데, 한 번 써봐야겠다.' 이런 생각이 들 수도 있거든요. 사람이 많지 않으면, ...

조사 연구 결과

조사 3. 대전광역시 자활생산물 및 서비스 영역별 공급자 및 소비자 FGI

2) 자활생산물 및 서비스 소비자 그룹

• 자활생산물 및 서비스 구매 과정 경험 분석

- 수요자의 예산 범위 내 가능한 합리적 가격 제시
- 전문적이고 세심한 서비스
- 라이선스 보유 등 전문성 부각
- 기대 이상의 ONE-STOP 서비스
- 간절한 영업 능력 부족
- 찾아보기 어려운 자활생산물 및 서비스에 대한 정보

□ 찾아보기 어려운 자활생산물 및 서비스에 대한 정보

e : 제가 오늘 여기와서 ... 새로운 분야를 알았던 것 같아요.
b : 저희가 이제 저희는 장애인 복지관에서 운동을 시도하다가 작년부터 이제 장애인들 주간 활동을 지원하고 있는데, 저희가 외부와 같은 이런 프로그램을 잘 몰라서, 저 같은 경우에는 많이 찾다가 다른 선생님이 재미있는 프로그램 있다고 하면서 이제 알게 됐고, 그 전에는 자활센터가 뭔지 잘 몰랐어요.
h : 정보적인 것에 대해서도 말씀을 하셨었고, 그 자활센터 어쨌든 간에 새로운 이용자들을 많이 모으는게 목적인 거잖아요. 자활센터라는 것을 저는 사실 잘 몰랐어요. 그리고 심지어 센터장님이 전화를 받고 나서 솔직히 저 여기 오기 직전에 알았습니다.

조사 연구 결과

조사 3. 대전광역시 자활생산품 및 서비스 영역별 공급자 및 소비자 FGI

2) 자활생산품 및 서비스 소비자 그룹

- 자활생산품 및 서비스가 **공동구매 또는 공기업 등 입점을 위해 필요한 사항**

조사 연구 결과

조사 3. 대전광역시 자활생산품 및 서비스 영역별 공급자 및 소비자 FGI

2) 자활생산품 및 서비스 소비자 그룹

- 자활생산품 및 서비스가 **공동구매 또는 공기업 등 입점을 위해 필요한 사항**

- 세밀한 정보 제공
- 업무를 덜어 줄 수 있는 간결한 페이지 제공 등
- 지자체 우선 구매를 겨냥한 통합 시스템 정비
- 소비자의 욕구를 반영한 빠르고 능동적이며 전문적인 대응 체계 마련

Q 과정과 결과에 대한 웹상 세밀한 정보 제공

h: ...자활 센터에서 정보가 솔직히 아까 국민연금에서 본부에서도 말씀하셨다시피, 저희가 없어요. 소개를 통해 봐도 그렇고, ... 민간 단체다 보니까 그런 부분은 저희가 찾거든요. 손수 찾습니다. 홈페이지를 들어가서 알든 유튜브를 통해서 알든 어쨌든 똑같은 업체를 계속 사용하는 것이 편리하게 제공되는 거니까요. 그래서 그러한 사업에 대한 확보 마케팅이죠. 영업일 수도 있고요. 그런 부분이 좀 더 부각이 되면 아무래도 기존에 활동하신 분과 더하면 활동량이 좀 더 늘어나지 않을까 그렇게 생각하고 있습니다.

a: ... 체험 활동을 고르는 데 있어서는 기존에 했기 때문에 저는 사실 그렇게 바로 이어서 한 경험이 있는데 그 외에 다른 거로 뭐가 있을까 하면 찾아보려고. 홈페이지에 들어가서 막 뒤져보고 해도 딱히 자세하게 나와 있지 않더라고요. 그런 것들이 조금 답답했고 이제 내년에도 또 다른 걸 뭘 해볼까 하고 들어가서 찾아보는데 마땅히 '잘 모르겠다.' 물론 재미난 사업이 많은 상품 됐다. 이런 걸 보고 있는데요. 막 결과물만 있고 저희는 사실 과정이 아주 중요하기 때문에 이 사업장이 어떤 식으로 수업을 하는지는 저희는 참 궁금하고, 이게 중요하거든요. ...

조사 연구 결과

조사 3. 대전광역시 자활생산품 및 서비스 영역별 공급자 및 소비자 FGI

2) 자활생산품 및 서비스 소비자 그룹

- 자활생산품 및 서비스가 **공동구매 또는 공기업 등 입점을 위해 필요한 사항**

- 세밀한 정보 제공
- 업무를 덜어 줄 수 있는 간결한 페이퍼 제공 등
- 지자체 우선 구매를 겨냥한 통합 시스템 정비
- 소비자의 욕구를 반영한 빠르고 능동적이며 전문적인 대응 체계 마련

□ 공공의 담당자의 업무를 덜어 줄 수 있는 간결한 페이퍼 제공 등 친절한 영업 방식

g : ... 담당자가 이렇게 바쁘니까 이거를 말로 설명하는 게 아니고 담당자 대신에 페이퍼를 어떻게 하면 될까, 이렇게 해서 페이퍼를 가지고 들고 가서 보내는 거예요. 그리고 찾아가는 거죠. 될 수 있겠. 왜 추천을 해야 되는지, 그래서 이런 거 이제 페이퍼로 이제 다 쓰는 거예요. 한 페이지, 네 페이지로 해가지고 주요 단체 이런거 해서 가지고 가면은 아마 담당자가 좀 더 긍정적으로 생각을 해보지 않을까, 그리고 보고 할 때도 담당자가 직접 하고, 그 때는 데이터를 다 내가 다 찾아야 되는 거 같아요. 그럼 내 일인 거예요. 좋은 사업인데 약간 이렇게 될 수 있으니까, 약간 담당자가 이제 보기 쉽도록 아까 말씀드린 영업과 동일합니다. 영업하시는 분들 엄청 정리 잘해가지고 딱 한 번에 보기 쉽게 해주잖아요. 그런데 이런 디테일한 부분들이 모여가지고 이렇게 하나를 단 기간으로 할 수 있는 건데 디테일 영역이 좀 부족하지 않나라고 생각이.

대전광역시 자활생산품 및 서비스 FGI

조사 연구 결과

조사 3. 대전광역시 자활생산품 및 서비스 영역별 공급자 및 소비자 FGI

2) 자활생산품 및 서비스 소비자 그룹

- 자활생산품 및 서비스가 **공동구매 또는 공기업 등 입점을 위해 필요한 사항**

- 세밀한 정보 제공
- 업무를 덜어 줄 수 있는 간결한 페이퍼 제공 등
- 지자체 우선 구매를 겨냥한 통합 시스템 정비
- 소비자의 욕구를 반영한 빠르고 능동적이며 전문적인 대응 체계 마련

□ 지자체의 우선 구매를 겨냥한 통합 시스템 정비

e : 그러니까 구매를 했으면 그 내역을 작성해서 시에 보고해야 하는 게 있었어요. 그러니까 사실 그래서 저희 부서는 저 때문에 좀 순수하게 좀 되게 좋아졌거든요. 그래서 좀 그런. 어쨌든 재화나 서비스를 구매할 때 기관 입장에서 사실 자활기업이 제품을 구매를 하는 게 가장 비용 지출할 때 좋아해요. 그러니까 감사를 받을 때에도 '왜 이렇게 기업을 선택을 했냐.' 라고 했을 때 문제가 없는 거예요. 이게 사회적 기업이라서 구매했다. 근데 자활 기업 같은 경우는 사회 공적 기업이 이제 대다수시잖아요. 그러니까 좀 더 그런 부분 관심을 가지면 좋을 거라고 생각을 하거든요. 그래서 어쨌든 나중에 이런 기관 입장에서 어쨌든 사회적 공헌 활동을 해야 돼요. 그렇기 때문에 그런 부분에서 좀 하실 때 좀 포인트를 주시면 어떨까라는 생각이 듭니다. d : ... 모든 게 제도권 안에 들어와 있어서 정말 체계적으로 우리가 인식을 했을 때 이런 경우 분들이 이 자활을 하면서도 공공적으로 자활 센터에서는 정말 이렇게 지금 작업하시는 분들에 대한 지원, 그거에 대한 것을 저희가 하는 거니까, 그래서 그런 것들을 궁극적으로 좀 이렇게 이끌어주셔야 되지 않을까. 이게 항상 정책과 지도 이런 것들이 뒤따라야 할 거 같아요. f : 사회적 기업에 대해 보통 구매하라는 것들이 다 정책이거든요. 어느정도 강제적이다. 그거를 이루기 위해서 기관들도 평가와 그런 가점을 받아야 되는 상황들이 중요하잖아요. 이걸 잘 생각해서 한 번쯤은 다시 한 번 우리가 그런 사회적 이런 사람이 될 것이라든지, 자활센터에서 판매하는 판매 물품이라든지 이런 것들이 다 계기가 돼서 참조적인 지표가 시민 사업으로 전행이 되기 때문에 우리가 할 수 있는 거, 구매할 수 있는 항목들이 될까. ... 공급자와 소비자가 자활 사업도 그렇지만 사업에 참여하는 당사자들도 의식적으로 좀 개선이 돼야 될 부분이 있고, 또 자활센터에서는 이거를 고민할 수 있는 어떤 거를 구성이 돼서 점차적으로 더 확대시키고도 보편화할 수 있는 그런 방안들을 좀 노력해야 되지 않나. 정책적으로 강제적으로 해줘야 돼. 그런 부분이 있을 때, 아무래도 하나 더 자세히 들여다보고, 그게 가장 중요하지 않을까 싶어요. ...

대전광역시 자활생산품 및 서비스 FGI

조사 연구 결과

조사 3. 대전광역시 자활생산품 및 서비스 영역별 공급자 및 소비자 FGI

2) 자활생산품 및 서비스 소비자 그룹

- 자활생산품 및 서비스가 **공동구매 또는 공기업 등 입점을 위해 필요한 사항**

- 세밀한 정보 제공

- 업무를 덜어 줄 수 있는 간결한 패키지 제공 등

- 지자체 우선 구매를 겨냥한 통합 시스템 정비

- 소비자의 욕구를 반영한 빠르고 능동적이며 전문적인 대응 체계 마련

Q 소비자의 욕구를 반영한 빠르고 능동적이며 전문적인 대응 체계 마련

f: 기관 2층에 카페가 들어와 있는데, 사회적 기업이 저희 회사에서 운영을 하고 있기 때문에 그 뭐랄까 제가 약간 좀 딜레마를 느끼는 것이 본인 의지로 결정하시는 게 아닌 것 같다. ... 이제 저는 직원을한테 '이런 이런 것도 바꿔줬으면 좋겠다.'라고 하는 것들을 ... 그러니까 뭐랄까, 예를 들어서 '메뉴를 어떤 걸 좀 추가해주세요.'라고 말하면 그게 개인 카페에서는 아무것도 아닌데, 그게 부담이 되는거예요.

a: 패키지로 이렇게 쿠키 클래스로 예를 들어서 그런 식으로 하면 단발성이 아니라 좀 더 이렇게 ... 수업을 진행하는 스타일아 ...

d: ... 이제 바비큐 이벤트라든지 외부에 이제 이런 자활분들이 있으면, 이벤트 기업이 있으면 그렇게도 해줄 수가 있는 거고, 체계가 되지 못한 그런 것들 그런 것들도 좀 같이 해줬잖아요. 드라마가 보면 찍을 때 그 커피차가 와가지고 간식 이렇게 토스트 해가지고 그 장애인들이 자기를 가지고 있는 돈을 갖고 외부에서 담당하니까 그런 것들이 시설에 들어와서 구매할 수 있는 그런 과정도 해보면은 이벤트 그런 사업들도 좀 괜찮지 않을까. ... (코로나로 인해 외부 체험 프로그램을 진행하지 못하거나 생활시설) 내부에서는 체험하지 못한 그런 부분들도 좀 줄 수도 있고, 그래서 그런 커피차라든지 간식차라든지 행사차라든지 네, 이렇게. 지금 제가 말씀드린 이 그런 이벤트적인 그런 것들이 이동하면 해줄 수 있는 그런 사업들도 괜찮지 않을까 생각을 좀 가져봤습니다.

대전광역시 자활생산품 및 서비스 FGI

대전광역시 FGI

조사 연구 결과

조사 3. 대전광역시 자활생산품 및 서비스 영역별 공급자 및 소비자 FGI

2) 자활생산품 및 서비스 소비자 그룹

- 자활생산품 및 서비스가 **공동구매 또는 공기업 등 입점을 위해 필요한 사항**

- ONE-STOP 서비스 체제 및 정기적 서비스를 위한 홍보 전략 구축

- 공공과 민간의 Two-트랙 홍보 전략

- 대전만을 위한, 지역친화적인 기업 - 대전지역자활을 부각시킨 홍보 전략

- 사회적 가치 창출이라는 경쟁력 활용

- 통합적인 홍보 플랫폼 구축

Q one-stop 서비스 체제 및 정기적 서비스를 위한 홍보 전략 구축

h: 저희가 일반 인테리어 업체하고 사업을 하고 있고, 그리고 자활 인테리어 업체하고 사업을 하고 있는데 아무래도 건축 쪽의 자활이다 보니까 딱 기본만 하세요. 그러니까 도배 장판 단연 시공 전기 그런 업체 이런 것들만 딱 그것만 하시고, 전문가분들의 기본적인 그거로는 한 번 해주고, 아예 좋고 가구도 같이 넣어 줘야 하잖아요. 근데 이제 그런 것에 대해서는 아예 활동을 못하셔요. ... 어떻게 보면, 일을 두 번 해야하는거죠. 외부업체의 경우 한 번만 결제를 해서 상동에 대한 비용이 드는데, 이거는 이제 인테리어 따로 해야하고, 가구 들어갈 때 저도 또 해야하고 그러니까 그런 부분이 좀 아쉬워요. 사장님께 말씀드렸어요. '이거 가구까지 하시면 어떨까요. 그게 좋지 않겠나.' 라고 말씀을 드리기가 또 그분께서 하시는게 뭐 거의 끝부터 겨울 전까지 계속 일정이 많으세요. 공사도 엄청나게 많으시거든요. 학원처럼 계약한 것도 있고 얘기를 하셨는데, 아무래도 저희는 이제 구매자 입장에서는 눈으로 모르면 한 번에 다 제공이 되면 좋을 것 같네요.

g: 요즘 구독이라든지, 그런 구독 서비스가 있잖아요. 유튜브라든지, 넷플릭스라든지 그런 식으로 정기적인 수요를 이제 공급하면 거기에도 좋을 것 같고, 사업들론 다 그렇게 하더라고요. 사업들은 다 그렇게 하는데, 굳이 사회적 기업이라고 해도 사기업에 못 미치게, 그렇게 생각할 필요가 없을 것 같아요. 구독도 하고, 블로그도 이제 사회적 기업으로 하는게 아니라 블로그도 따로 운영하고, 그다음에 기초 디테일링 회사, 이만달 생산 해운다든지 이런 부분도 조금은 생각할 수 있을 것 같아요. 그러니까 마케팅적인 측면, 구독 서비스 그리고 그냥 일반적인 순채적인 해주는 것이 아니고 초 디테일, 이제 완전 스텐으로 차를 세 차처리 만들어 준다든지, 약간 사기업에서 하는 것은 다 모방해서 진행하는 것이 좋을 것 같다는 생각이 듭니다.

대전광역시 자활생산품 및 서비스 FGI

대전광역시 FGI

조사 연구 결과

조사 3. 대전광역시 자활생산품 및 서비스 영역별 공급자 및 소비자 FGI

2) 자활생산품 및 서비스 소비자 그룹

- 자활생산품 및 서비스가 **공동구매 또는 공기업 등 입점을 위해 필요한 사항**

- ONE-STOP 서비스 체제 및 정기적 서비스를 위한 홍보 전략 구축
- 공공과 민간의 Two-트랙 홍보 전략
- 대전만을 위한, 지역친화적인 기업 - 대전지역자활을 부각시킨 홍보 전략
- 사회적 가치 창출이라는 경쟁력 활용
- 통합적인 홍보 플랫폼 구축

2) 공공과 민간의 two-트랙 홍보전략

h : 자활센터라는 것을 굳이 강조할 안 하셔도 될 것 같아요. 일단은 사업적인 측면에서는 자활센터라고 하면은 '어려운 분들이 사업을 시작하셨고 그런 분들이 이제 할 겁니다.' 라는 것을 굳이 일반인 분들이나 저희 같은 사람들은 관심이 딱히 없어요. 공공기관도 어차피 지역에 사회 공헌을 하셔야 되는 의무가 있으니까요 구매자 명칭 보고를 하시니까. 하지만 민간 같은 경우에는 그런 건 상관없고 서비스 상담, 가격대비 경쟁이 되어있고 서비스나 공사가 끝나고 난 다음에 마무리가 어떻게 되는지, 중간에 행정적인 부분, 서로가 얼마나 잘 책임을 좀 질지 그런 부분에 대해서 만족도가 있으니까 어차피 기존의 고객들 같은 경우는 계속 이용하고, ...

a : 저희 체험 활동을 사회취약계층을 대상으로 해주는건데, 저희 자활센터에서 사업하는 선선생님들도 어쨌거나 사회취약계층 사업자가 됐기 때문에 그분들에게 저희가 그분들을 통해서 또 사회적 지원을 통해서 이제 아이들에게 뭔가 제공하는 게 큰 의미가 있다고 생각을 해서 그렇게 결정했어요. 아주 만족하고 있는데 만약에 자활 센터가 경쟁력을 가지려면 일반 회사랑은 다르게 그런 걸 좀 많이 부각해야 되지 않을까. 우리가 나눔을 할 수 있고, 이왕 하는 거면 우리가 나눔 할 수 있는 제품을 하면 좋겠다. 그분들을 도와주면서 참여하시면 좋겠다. 그런 생각이 나는 그런 걸 좀 많이 부각하는게 좋지 않을까 이런 생각이 있고요.

대전광역시 자활생산품 및 서비스 FGI

대전광역시 자활센터

조사 연구 결과

조사 3. 대전광역시 자활생산품 및 서비스 영역별 공급자 및 소비자 FGI

2) 자활생산품 및 서비스 소비자 그룹

- 자활생산품 및 서비스가 **공동구매 또는 공기업 등 입점을 위해 필요한 사항**

- ONE-STOP 서비스 체제 및 정기적 서비스를 위한 홍보 전략 구축
- 공공과 민간의 Two-트랙 홍보 전략
- 대전만을 위한, 지역친화적인 기업 - 대전지역자활을 부각시킨 홍보 전략
- 사회적 가치 창출이라는 경쟁력 활용
- 통합적인 홍보 플랫폼 구축

2) 대전만을 위한, 지역친화적인 기업 - 대전지역자활을 부각시킨 홍보 전략

h : ... 그리고 자활기업과 일반 사회기업과 일반적으로 잘 나오는 중소기업 이상 같은 경우는 저희도 고려를 하고 있지만 대전이라는 지역에 그렇게 올인하지는 않아요. ... 근데 자활센터 같은 경우는 오로지 대전 한 곳만 가고 먹잖아요. 그게 가장 큰 차이입니다.

h : ... 오로지 대전만을 위한 그런 분들의 모임이 있고 그런 전문가들은 여기 여기 자활을 쓸 거니까. 그리고 이런 이런 사업들을 누구와 같이 했더라는 스토리 텔링으로 풀어 나갔다고 한다면 단순히 브랜드 이미지적으로 홍보를 하고있는 일반 기업과 다르게 우리 지역 주민과 누구나 그 참여할 수 있다. 라는 그런 걸까요. 지역 친화적인, 지역에서 접근하기 쉬운 쪽으로 가는데 좋지 않을까요?

대전광역시 자활생산품 및 서비스 FGI

대전광역시 자활센터

조사 연구 결과

조사 3. 대전광역시 자활생산품 및 서비스 영역별 공급자 및 소비자 FGI

2) 자활생산품 및 서비스 소비자 그룹

- 자활생산품 및 서비스가 **공동구매 또는 공기업 등 입점을 위해 필요한 사항**

- ONE-STOP 서비스 체제 및 정기적 서비스를 위한 홍보 전략 구축
- 공공과 민간의 Two-트랙 홍보 전략
- 대전만을 위한, 지역친화적인 기업 - 대전지역자활을 부각시킨 홍보 전략
- 사회적 가치 창출이라는 경쟁력 활용
- 통합적인 홍보 플랫폼 구축

□ 사회적 가치창출이라는 경쟁력 활용

a : 저희 체험 활동을 사회취약계층을 대상으로 해주는건데, 저희 자활센터에서 사업하는 선생님들도 어쨌거나 사회취약계층 사업자가 됐기 때문에 그분들에게 저희가 그분들을 통해서 또 사회적 지원을 통해서 이제 아이들에게 뭔가 제공하는 게 큰 의미가 있다라고 생각을 해서 그렇게 결정을 했고요. 아주 만족하고 있는데 만약에 자활 센터가 경쟁력을 가지려면 일반 회사랑은 다르게 그런 걸 좀 많이 부각해야 되지 않을까, 우리가 나눔을 할 수 있고, 이왕 하는 거면 우리가 나눔 할 수 있는 제고를 하면 좋겠다. 그분들을 도와주면서 참여하시면 좋겠다. 그런 생각이 나는 그런 걸 좀 많이 부각하는게 좋지 않을까 이런 생각이 있고요.

대전광역시 자활생산품 및 서비스 소비자 그룹

조사 연구 결과

조사 3. 대전광역시 자활생산품 및 서비스 영역별 공급자 및 소비자 FGI

2) 자활생산품 및 서비스 소비자 그룹

- 자활생산품 및 서비스가 **공동구매 또는 공기업 등 입점을 위해 필요한 사항**

- ONE-STOP 서비스 체제 및 정기적 서비스를 위한 홍보 전략 구축
- 공공과 민간의 Two-트랙 홍보 전략
- 대전만을 위한, 지역친화적인 기업 - 대전지역자활을 부각시킨 홍보 전략
- 사회적 가치 창출이라는 경쟁력 활용
- 통합적인 홍보 플랫폼 구축

□ 통합적인 홍보 플랫폼 구축

e : 제가 오늘 여기와서 세자 서비스를 한다는 걸 처음 알았어요. 여기 와서 주거 지원을 한다는 걸 처음 알았던 것 같아요. 저희 분야, 체험만 알았지, 먹거리까지 알고 있었는데, 새로운 분야를 알았던 것 같아요. 그리고 그래서 이런 이런 서비스를 공식적인 기관들이 하고 있는 거잖아요. 어 뭔가 신뢰가 간다는 느낌이 드는 것 같아요. 그래서 이런 기관들이 이런 서비스를 하고 있다는게 많이 보여지면 좋을 것 같아요.

h : ... 지원을 해주는 방향들을 뭐 하나의 카테고리, 하나의 애플리케이션 운영을 하시거나 홈페이지로 운영을 하시거나 그런 대전 사회서비스원 연계해가지고 같이 뭔가 플랫폼을 만드는 거기 안에서 우리는 이런 사업을 하고, 이러이러한 기업들이 활동을 하고 있고, 우리가 누구와 같이 활동을 했다. 그런 형식으로 우리 이런거로 사업한다. 체험자분들 이런 사업 합니다. 그런 것을 광역자활센터에서 플랫폼을 하나 만들어주시고 거기 안에서 참여하는 기업들, 이런 그냥 이제 그 안에 아무나 체험하는 거다. 작은 기업 쪽에서 체험 주신다면 그것만으로 자체도 홍보하는 것 같고, ...

대전광역시 자활생산품 및 서비스 소비자 그룹



자활생산물 및 서비스에 대한 판로 개척을 위한 실천적 제언



제안

자활생산품 및 서비스에 대한 판로 개척을 위한 실천적 제안

- 1) 자활생산품 및 서비스 제공을 위한 광역 및 지역자활센터, 자활기업 공동 운영 시스템 구축
- 2) 자활생산품 및 서비스의 품질, 가격 경쟁력 향상을 위한 광역 및 지역자활센터, 자활기업 간의 협업기능 강화를 위한 체계 마련
- 3) 자활생산품 및 서비스 확장을 위한 소비기관별 차별화된 TWO-트랙 접근 전략 모색
- 4) 『대전 주민이, 대전 주민에 의한, 대전 주민을 위한 자활』이라는 "지역을 살리는 착한 소비"를 담보하는 사회적 가치 창출 동참을 유도하는 브랜드 이미지 제고



제안

자활생산품 및 서비스에 대한 판로 개척을 위한 정책적 제안

제언

자활생산품 및 서비스에 대한 판로 개척을 위한 정책적 제언

- 1) 민간과 공공의 우선 구매 관련의 실질적 지원 정책 반영의 범주 확대
- 2) 대전광역시 차원의 자활생산품 및 서비스 판로 확장을 위한 공공 브랜드관 운영
- 3) 지역화폐와 통합된 지역자활생산품 및 서비스 이용에 대한 공동 인센티브 제도 운영
- 4) 『대전 주민이, 대전 주민에 의한, 대전 주민을 위한 자활』을 포함한 "사회적 경제교육"을 실천하는 시민 공동체 교육 과정 지원을 위한 조례 제정

감사합니다.

Memo.

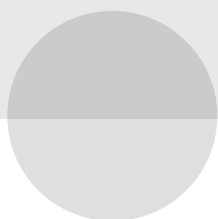
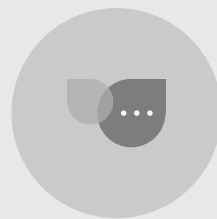


2021 대전복지정책포럼 돌봄의 미래를 그리다

주제발표 02

사람중심 치매커뮤니케이션 가이드라인 작성 연구

김 동 선
(우송대학교 사회복지학과 교수)



사람중심 치매커뮤니케이션 가이드라인 작성 연구

책임연구원: 김동선(우송대 사회복지학과 교수)
공동연구원: 이해옥, 박동자, 류한수

대전사회서비스원
현장형 참여연구 결과발표

연구기간:
2021년 5월~11월19일

연구의 필요성 및 목적



- 치매인의 숫자는 2019년 현재 78만 8천여명이지만, 2060년에는 332만 3천여명에 이를 것으로 추정된다. (중앙치매센터, 2021)
- 경도인지장애인구 증가: 42만명(중앙치매센터, 2021)
- 치매 케어로 인한 가족, 케어자의 부담 증가
- 치매인의 기억력, 단어명명기능, 인지저하 및 지남력 장애 등이 커뮤니케이션의 어려움을 초래함
- 커뮤니케이션의 어려움은 치매인과 케어자와의 관계를 악화시키며, 사람중심케어의 실천을 방해함
- 치매인에 대한 존중, 개별적 케어, 잔존능력의 활용, 의료 및 케어에 관한 의사결정에서의 치매인과 가족의 참여 등을 강조하는 '사람중심케어'의 실천을 위해서는 치매인의 언어사용 특성을 이해하고 이에 맞는 커뮤니케이션의 방법을 익히는 것이 중요
- 실천의 모범례(protocol)을 보여줄 수 있는 가이드라인 작성 필요

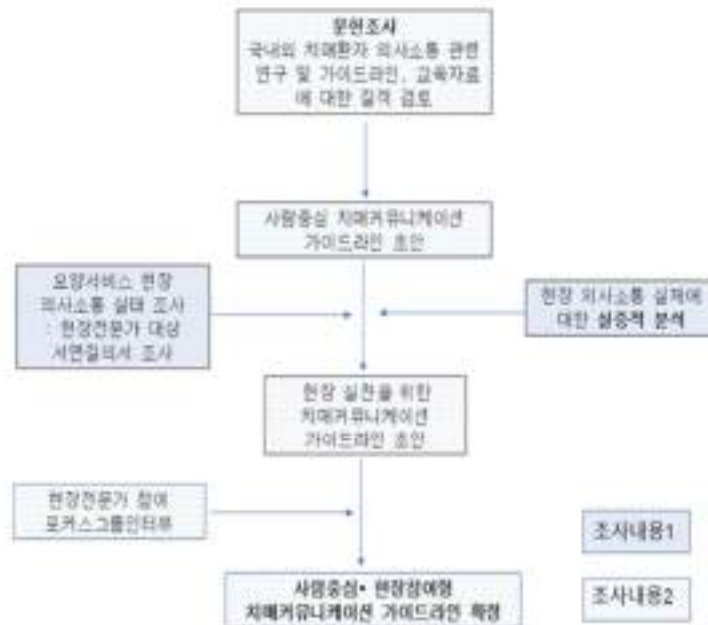
연구방법

조사내용1

돌봄서비스현장에서 나타나는 치매커뮤니케이션의 실태 및 어려움을 알아본다.

조사내용2

치매인과의 커뮤니케이션을 촉진하고 PCC를 실현할 수 있는 치매커뮤니케이션의 가이드라인을 제시한다.



문헌연구결과

- 구글스칼라, Pubmed를 통해 해외 치매케어 및 커뮤니케이션가이드라인검색
- 영국 HEE-Bradford의 Dementia Care교육동영상 자료 등을 참조

지명 및 출처
1) HEE(Health Education in England)
2) Common Core Principles for Supporting People with Dementia: A guide to training the social care and health workforce(2011)(produced joint by Skills for Care and Skills for Health)
3) Principles of Dignity in Care by the Social Care Institute for Excellence in the UK based on consultation with consumers, UK).
4) 'Let's Talk' (2019) dementia Australia http://www.lightdementia.org.au/
5) Kathryn A. Bayles, Cheryl K. Tomoda(1997) Improving Function in Dementia and Other Cognitive-Linguistic Disorders: Guide and Resource Book, Canyonlands Pub.
6) Bialik-Smith, P.(2020) Dementia Together (Nonviolent Communication Guides), Puddle Dancer Press, Kindle Edition.
7) Riech, Nykle, and Niles(1995) Alzheimer's disease caregivers: The FOCUS program: A communication skills training program helps nursing assistants to give better care to patients with Alzheimer's disease. Geriatric Nursing, 10(1), 15-19.
8) 노인 치매관리기초교육 - 제1차(2017) 교육자료(2017.7.19)
9) 노인 치매관리기초교육(2016) 보건복지부 - 중앙치매센터

<표 2-2> 문헌검토 결과

분류		가이드라인 예시
커뮤니케이션의 중요성		'나에게 이야기해주세요', '편견을 버린다' 등
커뮤니케이션태도	존중	'이해능력을 폄하하지 않는다', '어린이에게 하는 듯한 말투·태도 피할 것', '말을 도중에 자르지 않는다', '다루지 않는다', '방해를 최소화', '판단, 조롱, 상처주지 않는다', '신뢰주기' 등
	인정	'다루지 않는다', '지적질, 비난, 차별하지 않는다', '커뮤니케이션은 쌍방향 과정이다', '실수에 대한 반응을 최소화', '물고 그릇의 기준을 버리기' 등
커뮤니케이션 방법	준비	'조용한 환경', '대화시간 확보', '케어자의 목소리톤, 표정 등 점검', '스스로 목소리톤 점검', '자신의 메시지를 살펴볼 것', '형식·시력 등 확인', '듣고 있는지 확인', '집중시키기(이름부르기) 등
	관찰하기	'불안·초조 등 누그러뜨리기', '민감하게 듣기', '표정, 행동의 의미를 파악하기', '주의깊게 듣기', '듣고 있는지 확인' 등
	속도	'기다려주기', '충분한 시간을 제공' 등
	복잡성 통제	'짧은 문장', '분명하게 말하기', '문어와 전문용어를 피하고', '너무 많은 정보와 질문을 하지 않을 것' 등
	비언어적 의사소통	'자발적 재생·실제 재인(recognition)과제 제시', '질문을 구조화', '물론 내용을 요약하기', '지금 여기에 관한 상황만 이야기하기', '대화대상자 줄이기', '과제의 인지적 요구 감소' 등
커뮤니케이션(이야기)주제		'즐거웠던 경험/행복했던 추억에 대해 이야기', '감정적으로 긍정적 경험 유발', '유머 사용', '즐거웠던 활동이나 프로그램하기', '밝은 표정으로 이야기하기' 등
커뮤니케이션의 활용		'다른 케어서비스와 연계', '다양한 양식의 자극활동', '진단의 심하지 않기'

현장전문가 참여 사례수집 결과

포커스그룹을 대상으로
가이드라인초안에 대한
사례및 일화 수집

<표 3-1> 참여전문가 특성

구분	변수	빈도
성별	남	7(35)
	여	14(65)
연령	40대	6(30)
	50대	10(45)
	60대	5(25)
소속 및 업무	시설형(요양형, 요양병원)	11(55)
	중간단계(주야간)	4(20)
	재가형(재가, 공생, 가족돌봄)	4(15)
	연구	2(10)
	치매안심센터 근무	1(5)
종사기간	3-5년	3(15)
	5-10년	10(45)
	10년 이상	8(40)
계		21(100)

<표 3-2> 치매커뮤니케이션 사례 분석 결과

요인 범주	어려움	대처
치매인의 개인적 요인	과거경험	대상자 이해를 통해 개별화된 케어
	방어기제	공감적 듣기, 언어보다 불안, 초조를 알아채기
	청력, 시력 등 문제	보청기, 안경, 틀니 등 확인 손나팔, 음성증폭기 등 도구 활용
치매 질환 요인 이상심리행동증상	우울	즐거움을 나눔: 유머, 맞장구, 관심
	단어점령의 어려움	이해능력에 맞는 언어사용
	불분명한 의사소통	
	무반응·실어	비언어적 표현: 침묵도 필요하다 몸으로 이야기하기
	시간 및 공간 지남력 혼란	
	같은 말을 반복	관찰을 통해 욕구 이해 부정대신 관심돌리기
	폭력·폭언	대상자의 과거상, 질환, 성격, 습관, 기호 등을 이해 침착하기
	망상	
환경요인	작화	
	시끄러운 환경	[조용한 장소 확보
케어자 요인	시간 제한	충분한 시간 확보, 케어를 천천히 할 것
	케어자의 대화기술 부족	이해능력에 맞는 언어사용, 재인질문(대리표현), 부정대신 관심돌리기 등의 기술익히기
	치매인에 대한 비인격적 취급	
	포기	공감, 승인, 존중 등 관계형성
	리포트, 관계 문제	

현장조사 결과

- 아두이노를 활용한 네트워크 녹음기 제작
- 대전 충남지역 요양시설 2군데 협조를
통해 현장목소리 수집
- 사람중심케어의 DCM(Dementia Care
Mapping)척도를 변용한 도구로
- 대화내용을 분석
- '따뜻함', '존중' 등 사람중심케어의
사례와 함께 '어린이가 취급' '조롱하기'
발견



<따뜻함/진심으로 대하기>

요양보호사: 000어르신 손이 왜 이리 차요? 추워요? 추워요?
어르신: 응

<어린이 취급하기>

요양보호사: 여기 가만히 앉아 있다가 나중에 운동을 해야지
어르신(원가, 우물거리며 말한다)
요양보호사: 알았어요? 선생님 말 들으면 금방 나아. 그렇게 할 거야? 손가락 약속?
요양보호사: 선생님 말 들어야지, 저기 것 막 꺼내 먹으면 안 돼. 다 주인 있는 거야.

<관한 부여/존중하기>

요양보호사: 자, 계란 잡사보고, 읍지...
요양보호사: 휴지? 아이고 잘 좌좌요. 김밥이 맛있어요?
요양보호사B:00어르신, 엄청 맛있게 드셨네...
요양보호사A: 어르신, 저녁에도 김밥 드릴까요?
어르신: (웅얼거리는 소리)
요양보호사: 김밥? 카레? 골라봐요
요양보호사: 김밥? 죽?
어르신: (힘겹게 말한다) 김밥
요양보호사: 와, 잘 말하셔요...

<조롱하기>

요양보호사: 원장님(아마 어르신을 부르는 듯) 먹고 자야지.
줄리신다고 안 드시면 어떡해.
치매노인B: 먹고 자고 먹고 놀고.
요양보호사: 부럽구만, 우리 맨날 일해야잖아.
치매노인B: 물 좀 줘...
요양보호사(슬리퍼끄는 소리)(멀어지며) 물 좀 줘, 물 좀 줘(어르신 말을 따라 함)
먹고 자고, 먹고 자고(어르신용내)

가이드라인 작성 과정 및 결과

문헌리뷰를
통해 초안작성
: 10개 문항



병합 및 추가를
통한 2차 초안:
27개 문항



포커스그룹인터뷰
를 통한 확정:
문항 29개



범주화를
통한 7개의
원칙 도출

가이드라인 예시

1-1. 치매에 걸렸다고 해서, 의사소통이 불가능할 것이라는 편견을 갖지 않도록 한다.

의사소통은 지시, 전달이 아니라 상호간의 의향을 묻고 상호작용하는 쌍방향 과정이다. 치매를 가진 사람과의 의사소통 역시 케어자가 일방적으로 치매인에게 지시하는 것이 아니라, 치매인이 참여하여 이루어지는 공동작업이다. 치매인의 장애, 무능함 등에 초점을 맞추면 의사소통 자체가 불가능해진다. 그래서, 치매에 걸렸다 하여도, 그들이 가진 능력이 모두 사라지는 것은 아님을 인식하는 것이 필요하다. 요양시설에서 알츠하이머환자를 대상으로 계속적인 대화를 시도했을 때 치매인들의 언어적 커뮤니케이션 역량이 향상되는 결과가 나왔다(Tappen, Williams, Barry & Disesa, 2002). 지속적인 커뮤니케이션은 치매인의 상태를 유지 또는 개선할 수 있다.

<실천전략>

1. 치매인의 커뮤니케이션 능력은 때와 장소에 따라 변할 수 있다. 이야기를 시작하기 전에 커뮤니케이션 역량을 가능하고 그 역량에 맞게 대화를 시도한다. 대화를 할 준비가 되지 않았을 때는 무리하게 진행하지 말고 기다려준다.

2. 치매의 증상은 시간, 분, 별로 증상이 변화하기 때문에 어제 대화가 어려웠다고 해서 오늘도 커뮤니케이션이 안 될 것이라고 포기해서는 안 된다. 매일 변화하는 치매인의 언어사용, 인지 변화에 민감하게 반응하며 이에 맞는 커뮤니케이션 방법을 사용하도록 한다.

3. 오늘 기분은 어떠세요? 오늘이 며칠인지 기억하세요? 등 상대방의 인지정도에 적합한 질문을 한다. 일반인들과 마찬가지로 치매인들도 새로운 장소(환경)에서는 불안해하거나 행동, 표정, 언어사용이 평소와 달라지는 경우가 있다. 잠시 앉아 눈을 맞추고 현재 상황(장소)에 대하여 차분한 목소리로 천천히 설명을 한다. 그리고 현재 기분은 어떤지, 어떤 생각이 드는지 등을 물어보며 커뮤니케이션을 이끌어간다. 상대방이 지금 내가 하는 이야기를 어느 정도 이해하는지 확인한다.

7가지 원칙	문항
존중과 존엄으로 대한다	5
의사소통을 시작하기에 앞서 준비한다	4
의사소통 기술을 익힌다	5
함께 즐긴다	3
좋은 커뮤니케이션은 이상심리행동증상을 완화할 수 있다	6
말을 하지 않아도 의사소통을 가능하다	4
커뮤니케이션을 전체 케어과정에 연계한다	2

최종 작성된 가이드라인

결론 및 논의



치매커뮤니케이션 교육자료 예시(출처: 조인케어)

➢ 치매인과의 커뮤니케이션 실태 및 문제에 대한 연구를 통해

- 커뮤니케이션부재-> 치매인과 케어자간의 단절-> 매뉴얼에 따른 케어->치매인의 이상심리행동증상 심화->케어자 부담 증가.
- 반면, 치매인의 언어사용 특성 이해-> 말로 표현되지 못한 욕구와 필요에 대한 이해-> 그 사람의 일상, 취향, 성격등에 대한 이해(사람다움에 대한 이해)-> 사람중심케어 실천->치매인의 이상심리행동증상 완화등의 효과가 달라짐을 발견.
- 현장에서의 커뮤니케이션 실태 조사를 통해 '어린 아이 취급', '프라이버시 침해', '케어자의 시간부족', '커뮤니케이션 기술부족' 등의 문제가 드러남.

➢ 치매인과의 공감적이고 효과적인 커뮤니케이션을 위한 가이드라인 작성연구를 통해

- '사람중심케어'에 입각한 7가지 원칙과 29개의 문항을 확정.
- 본 가이드라인의 특징으로
'치매인의 이상심리행동을 커뮤니케이션 문제로 파악, 이에 대한 대처법을 제시하였다는 점, 커뮤니케이션을 치매케어의 전체적인 과정에 연계 케어매니지먼트에 반영하도록 한 점 등을 들 수 있다.
- 가이드라인을 현장에서 활용할 수 있도록 각 문항에 대해 사례와 실천전략등을 제시하였음.

➢ 치매커뮤니케이션에 대한 교육, 훈련, 코칭등의 활용 제언.

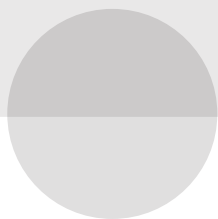
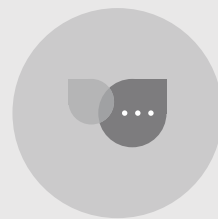


2021 대전복지정책포럼 돌봄의 미래를 그리다

주제발표 03

팬데믹 상황에서 대전지역 아동 삶의 변화에 따른 복지서비스 방향 모색 연구

김 상 만
(변동중학교 교육복지사)



2021년 참여형 현장연구 지원사업

팬데믹 상황에서 대전지역 아동 삶의 변화에 따른 복지서비스 방향 모색 연구

책임연구팀 대전분류문화학교 교직원
공동연구팀 대전대학교정책학과 김부희
대전광역시교육청학교지원과



목차

2021년 참여형 현장연구 지원사업

팬데믹 상황에서 대전지역 아동 삶의 변화에 따른 복지서비스 방향 모색 연구



제1장

서론

제2장

이론적
배경

제3장

연구
방법

제4장

연구
결과

제5장

결론 및
제언

1. 서론



2. 이론적배경



제1절	팬데믹과 아동	- 팬데믹과 코로나19 : 팬데믹(전염병 대유행), 코로나19(코로나바이러스에 의한 호흡기 감염질환) - 코로나19와 아동의 삶 : 교육과 놀이의 공백, 학습격차의 심화, 정서문제 발생, 불안과 스트레스 증가 등
제2절	코로나19와 아동의 실제 현황	- 아동의 4대 권력 : 정서권, 보호권, 발달권, 참여권 - 아동의 권리와 실태 : 교육격차 심화, 코로나19로 인한 학습격차, 비대면학습, 아동학대, 정서장애, ...
제3절	코로나19와 아동복지서비스	- 아동복지서비스 : 지역사회서비스, 보육복지서비스, 교육복지서비스 - 코로나19와 아동 대상 사회복지서비스 : 코로나19로 인한 사회복지서비스 기능(이)의 약화 → 상호목표문제 증가

3. 연구방법



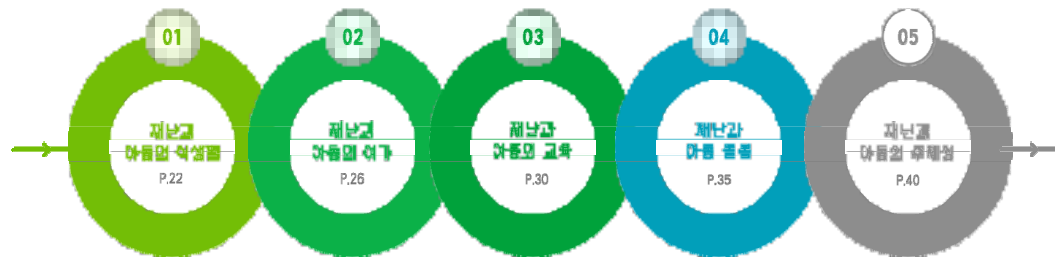
제1절	연구의 목적	본 연구는 대전지역 초등학교 8학년을 대상으로 영대리 상행에서 아동 숲의 실태를 조사하여 현황을 파악하고 본지역 교육 복지서비스 향상을 모색하는데 그 목적이 있음
제2절	연구대상	- 대전광역시에 소재하고 있는 초등학교 13개교의 남녀 학생 500명을 대상으로 조사 - 조사기간 : 8월 30일부터 9월 30일까지 실시하였고, 500부 용 43부를 제외한 457부를 통신통계하여 사용
제3절	조사도구	- 2020 코로나 19의 아동의 삶 : 아동복지대상 실태조사(불주, 장영선, 신우진외, 출판사2020) / 국내어보스 - 코로나 19의 아동의 삶 설문조사 보고서(김현숙, 김세현, 박오연, 김성희, 문영은(2021) / 아동건강정보학회)
제4절	자료분석	- SPSS 21.0은 통계프로그램을 아동복지 기술분석, T-검정 및 분산분석을 실시하였고 - 2020 코로나 19의 아동의 삶, 코로나 19의 아동의 삶 설문조사 보고서 비교분석을 실시

4. 연구결과 제1절 인구사회학적 특성

		구분	빈도	백분율
성별		남	243	53.2
		여	214	46.8
거주지역		대덕구	61	13.3
		동구	111	24.3
		서구	144	31.5
		유성구	41	9.0
		중구	100	21.9
가구유형		핵심 1세대	369	80.7
		전세대 1세대	78	17.1
		연로 1세대	8	1.8
		연로 2세대 이상	2	0.4
		연로 3세대 이상	2	0.4
성적		상	96	21.4
		중	337	74.1
		하	22	4.8
경제수준		상	57	12.6
		중	372	82.5
		하	22	4.9

단위:명

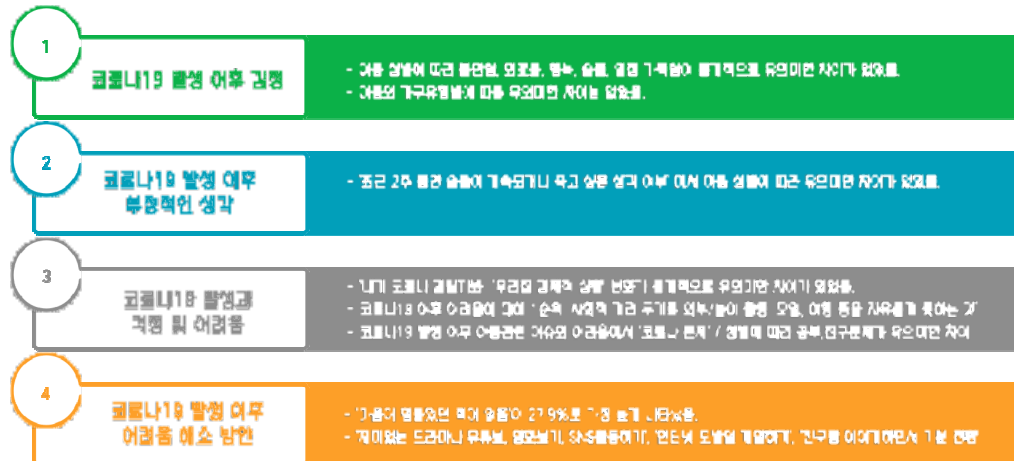
4. 연구결과 제2집 재난과 아동 권리



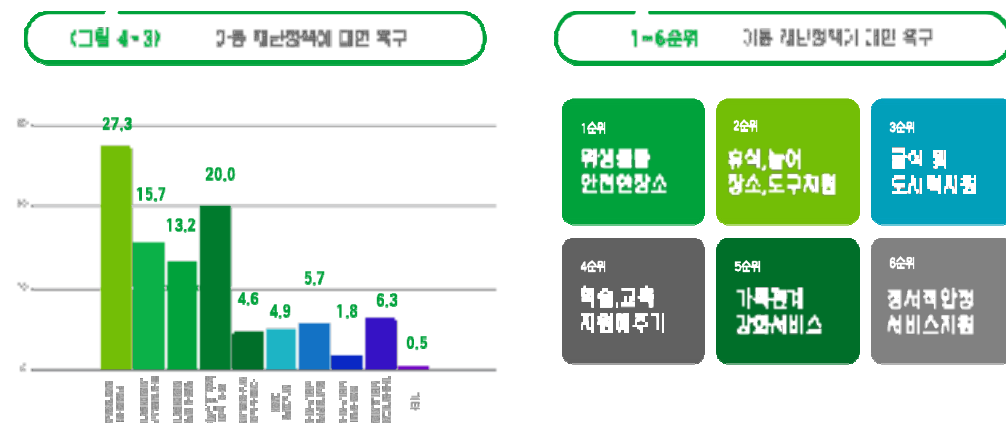
4. 연구결과 제3집 재난과 아동 발달



4. 연구결과 제4절 코로나19와 아동의 적응

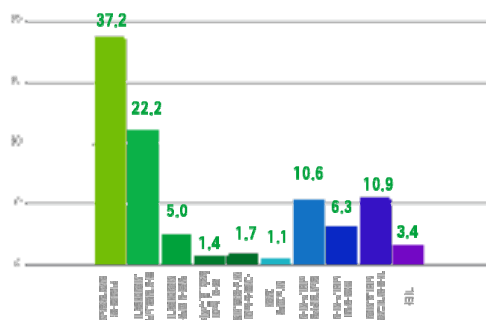


4. 연구결과 제5절 재난과 아동 정책



4. 연구결과 제6절 코로나19 이후 아동과 지역사회

코로나19 발생 이후 아동의 지역사회 이용기원



1순위

학원

2순위

여러 놀이시설

3순위

어렸을때
기관이 없다

4순위

공부방

5순위

마을도서관

6순위

지역
아동센터

5. 결론 및 제언 제1절 팬데믹 상황에서 대전지역 아동의 삶



1

팬데믹 상황에서
아동 생존권 실태

본 연구는 대전지역 초등학교 8학년생 대상으로 팬데믹 상황에서 아동 삶의 실태를 조사하여 현황을 파악하고 본연의 삶을 복지서비스 향유할 수 있도록 그 후속이 있을

2

팬데믹 상황에서
아동 발달권 실태

- 단순경색자에 소지하고 있는 증명서고 13일고는 남녀 학생 500명을 대상으로 조사
- 조사기간 : 9월 30일부터 9월 30일까지 실시되었고, 500명 중 436명 해당하는 457부를 유효설문하여 사용

3

팬데믹 상황에서
아동 보호권 실태

- 2020 코로나19의 아동의 삶 : 이해제근대출 실태(이봉주, 장현진, 선우진희, 김보라(2020) / 굿네이버스)
- 코로나19의 아동의 삶 설문조사 보고서(김현숙, 김재현, 박오호, 김성희, 문용은(2021) / 아동권리보장원)

4

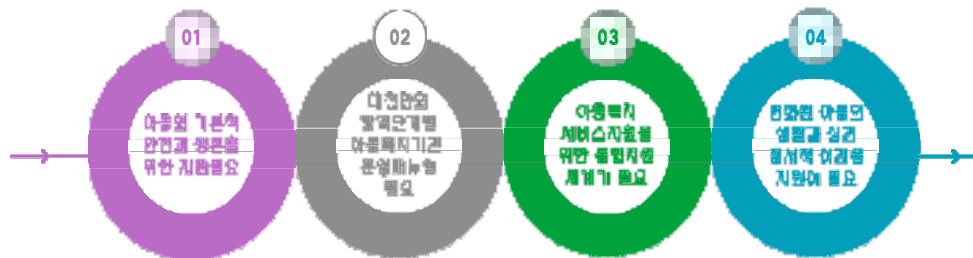
팬데믹 상황에서
아동 참여권 실태

- SPSS 21.0의 통계프로그램을 이용하여 기술분석, T-검정 및 분산분석을 실시하였고
- 2020 코로나19의 아동의 삶, '코로나19의 아동의 삶 설문조사 보고서' 비교분석을 실시

5. 결론 및 제언 제2절 연구의 한계 및 제언

한계

- 첫째** - 초동학점으로 참여하여 최고동학점의 코로나19 방역역 수행에서 아동의 자율성을 파악하지 못함.
- 둘째** - 양적연구와 함께 질적연구를 함께 하지 못하여 통찰력 있는 도약에 부족함이 있음.
- 셋째** - 5년 치지국별 설문 참여 비율을 맞추지 못하였음.



감사합니다.



2021년 참여형 현장 연구 지원사업
팬데믹 상황에서 대전지역 아동 삶의
변화에 따른 복지서비스 방향 모색 연구

Memo.

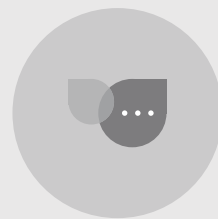


2021 대전복지정책포럼 돌봄의 미래를 그리다

주제발표 04

코로나19가 청소년의 신체적 · 정서적 · 사회적 건강에 미치는 영향

김 현 주
(대전보건대학교 식품영양학과 교수)



코로나19가 청소년의 신체적·정서적·사회적 건강에 미치는 영향

2021년 참여형 현장연구 지원사업
대전청소년위캔센터 · 대전보건대학교 · 대전사회서비스원

목차

1. 연구 배경
2. 연구 목적
3. 연구 방법
4. 연구 결과
5. 결론 및 제언

1. 연구 배경

- 코로나19로 인한 청소년 삶의 변화

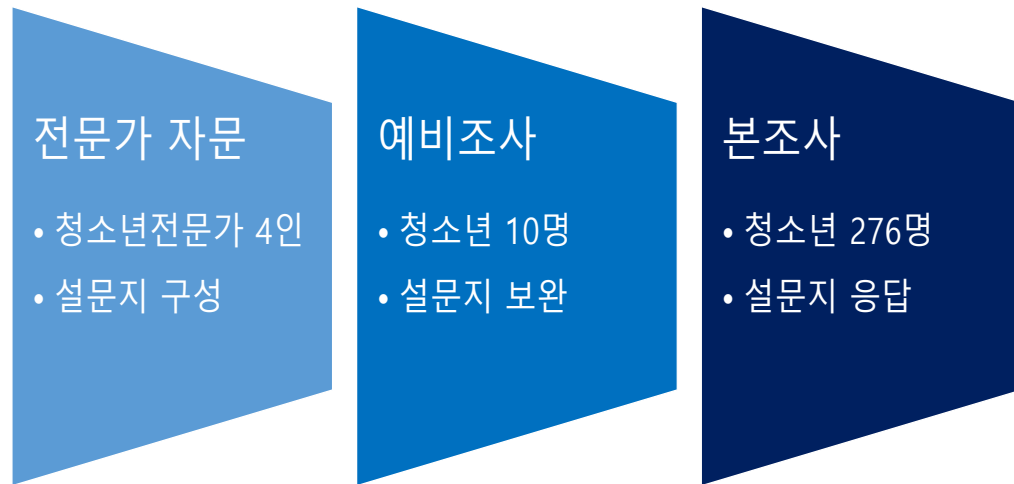
1. 교육 환경의 변화 – 온라인 수업, 원격 수업, 학력 저하
2. 식생활 및 건강의 변화 – 학교급식 중단, 체육시설 이용 제한
3. 진로 및 학업의 변화 – 변화하는 직업 환경, 변화하는 일상
4. 청소년 활동의 제약 - 청소년수련관의 축소 운영 및 휴관

- 청소년의 삶의 만족도 저하가 우려됨

2. 연구 목적

1. 코로나19가 청소년의 신체적·정서적·사회적 건강에 미친 영향 탐색
2. 코로나19 이후 청소년의 진로·학업·활동에 관한 욕구를 발굴

3. 연구 방법



설문지 구성 (기초 문항 9개)

번호	내용	측정방법
1	성별	범주형
2	출생년도 (학년)	범주형
3	거주지 (기초행정구역)	범주형
4	코로나19 시기에 경험한 가장 큰 감정	선다형
5	자신의 삶에 대해 만족도 (코로나19 전/후)	10점 척도
6	자신이 느끼는 신체적 건강 (코로나19 전/후)	10점 척도
7	친구관계/가족관계/학교생활/사회적 관계/학업성취 만족도 (코로나19 전/후)	10점 척도
8	코로나19로 가장 힘든 점	선다형
9	코로나 시대가 끝난 후 중요한 사회문제	선다형

설문지 구성 (식생활 5개)

번호	내용	측정방법
1	식생활 안정성 (원하는 양과 종류의 음식을 먹을 수 있었는지)	선다형
2	식생활 불안정성의 이유	선다형
3	식사 빈도와 함께 먹은 사람	빈도
4	등교하지 않는 날 점심식사 방법	선다형
5	조리할 수 있는 음식	선다형

설문지 구성 (건강 9개)

번호	내용	측정방법
1	자신의 체형에 대한 생각	리커트 척도
2	최근 1년 동안 체중 조절 노력	선다형
3	체중 조절을 위해 사용한 방법	선다형
4	지난 1년간 체중과 신장의 증가 또는 감소 정도	기술형
5	현재 체중과 신장	기술형
6	1주일 평균 운동시간과 운동 종류	기술형
7	일상생활의 스트레스 정도	리커트 척도
8	연속 2주 이상 슬프거나 절망감을 느낀 경험	이분형
9	정신적인 문제로 상담 받아 본 경험	이분형

설문지 구성 (진로와 학업 7개)

번호	내용	측정방법
1	진로에 대한 자신의 상태 (진로확신/진로정보/진로준비/진로흥미/진로적성)	10점 척도
2	코로나 이후 진로의 방향의 변화	이분형
3	진로에 대한 정보 습득 경로	선다형
4	자신의 진로 및 학업 활동 만족도 (비대면 온라인 학습/대면 학습 활동/자유학기제/학업 관련 정보/학교수행평가/동아리 활동/진로 관련 정보)	10점 척도
5	진로관련 체험이나 여가생활에서 하고 싶은 것	선다형
6	진로관련 체험이나 여가생활에서 가장 필요한 것	선다형
7	진로 및 학업과 관련하여 필요한 것	개방형

설문지 구성 (위캔센터 이용 관련 15개)

번호	내용	측정방법
1	위캔센터 이용 횟수	선다형
2	위캔센터를 알게 된 경로	선다형
3	위캔센터에서 참여한 활동	선다형
4	위캔센터를 이용하는 이유	선다형
5	위캔센터를 이용하지 않는 이유	선다형
6	위캔센터를 이용하면서 아쉬웠던 점	선다형
7	위캔센터 활동이 자신에게 도움이 되는 점	선다형
8	위캔센터 활동 가운데 참여하고 싶은 것	선다형

설문지 구성 (위캔센터 이용 관련 15개)

번호	내용	측정방법
9	참여한 비대면 프로그램	선다형
10	참여한 비대면 프로그램 만족도 (동구 청소년 어울마당/무엇이든 물어보살/동아리 활동/청소년참여위원회, 청소년운영위원회/진로·직업체험/달려라 카트라이더)	10점 척도
11	비대면 프로그램에 참여하지 않은 이유	선다형
12	위캔센터에서 경험한 진로·직업체험 활동	선다형
13	진로·직업체험 활동 만족도 (직업체험관/스포츠 활동/문화 체험/진로 특강)	10점 척도
14	진로·직업체험 활동 후 체험한 직업에 대한 관심의 변화	선다형
15	자신이 체험하고 싶은 직업	개방형

4. 연구 결과

1. 응답자의 신체적·정서적·사회적 건강에 관한 현재 상태와 욕구에 대하여 빈도분석을 실시
2. 코로나19 이전과 코로나19 이후에 지각한 만족도와 건강관련 요인의 변화를 분석하고자 t-검정과 paired-t검정, 교차분석, 분산분석을 실시
3. 빈도분석과 t-검정을 할 때 일부 문항에 무응답한 경우에는 응답한 문항만을 분석에 활용

연구 대상자

구분		빈도	백분율
성별	남자	146	52.9
	여자	127	46.0
	기타	3	1.1
연령	중1 (동일연령)	144	52.2
	중2 (동일연령)	45	16.3
	중3 (동일연령)	87	31.5
계		276	(100.0)

코로나19 이전과 이후 삶의 만족도

구분		평균	표준편차	t(p)
삶의 만족도	코로나19 이전	7.66	1.958	9.430(.000)
	코로나19 이후	6.17	2.112	
주관적인 신체적 건강	코로나19 이전	7.72	1.840	6.472(.000)
	코로나19 이후	6.17	2.175	
친구관계 만족도	코로나19 이전	7.90	2.077	3.703(.000)
	코로나19 이후	7.46	2.202	
가족관계 만족도	코로나19 이전	8.45	1.919	2.197(.029)
	코로나19 이후	8.27	2.106	
학교생활 만족도	코로나19 이전	7.87	2.037	7.421(.000)
	코로나19 이후	6.76	2.320	
사회적 관계 만족도	코로나19 이전	7.69	1.912	5.116(.000)
	코로나19 이후	7.08	2.198	
학업 성취 만족도	코로나19 이전	7.34	2.158	6.714(.000)

코로나19 시기 청소년의 지배적인 정서

구분		빈도	백분율
코로나19 시기에 경험한 가장 큰 감정	답답함	158	57.2
	불안 · 걱정	43	15.6
	우울함	20	7.2
	기쁨	18	6.5
	행복	17	6.2
	해방감	12	4.3
	두려움	5	1.8
코로나19로 인해 가장 힘든 점	외출 자제로 인한 답답함	111	40.2
	학업 · 진로의 불투명함	53	19.2
	코로나19가 언제 끝날지 모른다는 불안	48	17.4
	사람과의 단절	22	8
	예민한 감정	13	4.7

연구대상 청소년의 식생활 안정성

구분		빈도	백분율
식생활 안정성	원하는 만큼의 충분한 양과 다양한 종류의 음식을 먹을 수 있었다.	202	73.2
	충분한 양을 먹을 수 있었으나 다양한 종류의 음식은 먹지 못했다.	66	23.9
	가끔 먹을 것이 부족했다.	6	2.2
	자주 먹을 것이 부족했다.	2	0.7
계		276	100.0
식생활 불안정성의 이유	경제적으로 어려워서 먹을 것을 구입하지 못했다.	6	8.1
	부모님이 바빠서 먹을 것을 챙겨주지 못하셨다.	13	17.6
	먹을 것이 있지만 혼자 먹어야 해서 먹기 싫었다.	23	31.1
	내가 바빠서 음식을 먹을 시간이 없었다.	19	25.7
	다른 이유 (주관식 응답)	13	17.6
계		74	100.0

연구대상 청소년의 식생활 역량

구분		빈도	백분율
등교하지 않는 날 점심식사 방법	부모님이 차려놓으신 밥을 혼자 챙겨 먹었다.	118	42.8
	배달음식 또는 간편식(라면, 냉동식품 등)을 먹었다.	102	37.0
	부모님이 점심을 차려 주시고 같이 밥을 먹었다.	98	35.5
	점심을 먹지 않고 간식으로 때웠다.	35	12.7
	아무것도 먹지 않았다.	17	6.2
	기타 (주관식 응답)	13	4.7
스스로 조리할 수 있는 음식	라면	218	79.0
	달걀프라이	183	66.3
	밥이 있으면 차려 먹을 수 있다.	146	52.9
	볶음밥	135	48.9
	국 또는 찌개	42	15.2
	그 외 (주관식 응답)	31	11.2

연구대상 청소년의 체위 변화 (지난 1년)

구분		코로나 이전		코로나 이후 현재		paired-t(p)
		평균	표준편차	평균	표준편차	
신장 (cm)	전체	160.1	8.96	165.5	9.00	12.619*** (.000)
	남자	163.4	8.43	170.1	7.76	17.873*** (.000)
	여자	155.8	7.80	160.0	7.19	13.771*** (.000)
	1학년	157.8	8.42	163.4	8.46	15.246*** (.000)
	2학년	158.6	9.76	164.4	10.3	9.712*** (.000)
	3학년	164.9	7.47	169.4	7.80	10.338*** (.000)
체중 (kg)	전체	54.9	15.0	59.1	15.2	20.611*** (.000)
	남자	60.7	15.8	65.7	15.9	9.344*** (.000)
	여자	47.4	9.63	51.2	9.54	9.481*** (.000)
	1학년	52.0	14.8	55.4	14.9	10.098*** (.000)
	2학년	51.9	10.5	55.9	10.2	6.982*** (.000)
	3학년	61.2	15.3	66.0	15.4	6.842*** (.000)
체질량지수 (kg/m²)	전체	21.2	4.54	21.4	3.97	1.556 (.121)
	남자	22.6	4.87	22.5	4.27	-0.076 (.940)
	여자	19.2	3.08	19.9	3.04	3.602** (.001)
	1학년	20.6	4.63	20.6	3.98	.241 (.810)
	2학년	20.4	3.11	20.5	2.82	.428 (.671)

연구대상 청소년의 운동시간

구분	일주일 총 운동량 (시간)		t(p)/ F(p)
	평균	표준편차	
전체	4.48	7.09	-
남자	4.71	5.98	0.577 (.564)
여자	4.19	5.26	
1학년	5.16 ^{ab}	8.25	3.543 (.030)
2학년	5.73 ^a	7.30	
3학년	2.87 ^b	4.48	

진로에 대한 자기평가와 진로 관련 활동 만족도

구분		평균	표준편차
자기평가 (10점 척도)	진로에 대해 확신이 있다.	5.35	2.96
	진로에 대한 정보가 있다.	5.75	2.55
	진로를 준비하고 있다.	5.37	2.89
	진로 준비에 흥미가 있다.	6.33	2.93
	나의 적성을 잘 알고 있다.	6.05	2.96
진로관련 활동 만족도 (10점 척도)	비대면 온라인 학습	6.44	2.85
	대면 학습 활동	6.97	2.35
	자유학기제	8.17	2.32
	학업 관련 정보	6.91	2.11
	수행평가(학교)	6.18	2.55
	동아리 활동	7.21	2.59
	진로 관련 정보	6.97	2.45

청소년의 진로 관련 욕구

구분		빈도	백분율
코로나 이후 진로가 바뀌었다고 대답한 경우		47	17.0
진로 관련 활동 중 현재 가장 하고 싶은 것	여행	112	40.6
	영화, 공연 등 예술 체험	64	23.2
	스포츠 활동	60	21.7
	동아리 활동	22	8.0
	봉사활동	5	1.8
진로 탐색과 관련하여 현재 가장 필요한 것	청소년수련시설(청소년센터, 청소년문화의집, 청소년수련원 등) 개방	106	38.4
	공공 문화 시설 개방	60	21.7
	학교(운동장, 독서실 등) 개방	53	19.2
	온라인 활동거리	38	13.8

대전청소년위캔센터 이용 만족도

구분		빈도	백분율
위캔센터를 이용하는 이유 (상위 3개 의견)	프로그램이 재미있어서	110	39.9
	자기계발	47	17.0
	필요한 시설이 있어서	25	9.1
위캔센터를 이용하지 않는 이유 (상위 4개 의견)	집과 거리가 멀어서	89	32.2
	관심이 없어서	75	27.2
	귀찮아서	55	19.9
	학원, 공부로 시간이 없어서	54	19.6
위캔센터를 이용하며 아쉽게 느꼈던 점 (상위 4개 의견)	없다	91	33.3
	코로나 때문에 이용을 못하여 아쉽다	52	18.8
	프로그램이 다양하지 못하다	33	12.0
	이용시간이 안 맞는다	29	10.5

대전청소년위캔센터 이용 관련 욕구

구분	활동	빈도	백분율
위캔센터 활동이 자신에게 도움이 되는 내용 (상위 5개 의견)	진로개발	141	51.1
	스트레스 해소	95	34.4
	여가생활	85	30.8
	배려심, 공동체 의식	54	19.6
	신체건강	45	16.3
위캔센터 화동 중 참여하고 싶은 것 (상위 5개 의견)	체육, 스포츠 활동	141	51.1
	진로, 직업체험	121	43.8
	쉽과 여가 활동	55	19.9
	진로 관련 유명직업인 만남	50	18.1
	모험 도전 활동	45	16.3

진로, 직업체험 프로그램에 대한 만족도

구분		참여자 수	평균	표준편차
진로, 직업체험 프로그램의 참여자 만족도	직업체험관	175	7.89	2.15
	스포츠활동	83	7.37	2.71
	문화체험	65	6.26	3.19
	진로 특강	68	6.46	3.10
구분		빈도	백분율	
체험한 직업에 대한 관심 변화	이 직업에 대해 더 구체적으로 알고 싶어졌다	46	16.7	
	이 직업에 대한 관심이 컸는데 더 커졌다	28	10.1	
	이 직업에 대해 관심이 컸는데 적어졌다	8	2.9	
	이 직업에 대해 관심이 적었는데 생겼다	68	24.6	
	이 직업에 대해 관심이 적었는데 더 적어졌다	7	2.5	
	이 직업에 관심이 없다	24	8.7	

5. 결론 및 제언

- 1) 코로나19가 청소년의 정서적 건강에 미친 영향
- 2) 코로나19가 청소년의 신체적 건강에 미친 영향
- 3) 코로나19가 청소년의 사회적 건강에 미친 영향
- 4) 위캔센터 이용 만족도 및 욕구
- 5) 제언

1) 코로나19가 청소년의 정서적 건강에 미친 영향

- 코로나19 이후 삶의 만족도 감소(7.66점 → 6.17점)
- 가족관계 만족도가 가장 적게 감소(8.45점 → 8.27점)
- 청소년이 코로나19 시기에 경험한 가장 큰 감정은 '답답함(57.2%)'
- 가장 힘든 점은 '외출 자제로 인한 답답함(40.2%)'
- 가장 중요하게 생각하는 가치는 '건강하고 행복한 삶(72.8%)'

청소년의 삶의 만족도 향상을 위해 가족의 건강이 중요하다.

2) 코로나19가 청소년의 신체적 건강에 미친 영향

- 식생활 불안정 26%. 8.1%는 경제적 어려움으로 먹을 것을 구입하지 못함.
- 48.8%는 등교하지 않는 날 밥을 혼자 챙겨 먹음. 간단한 음식을 스스로 조리할 수 있고 밥이 있으면 차려 먹을 수 있으며 일부 청소년들은 다양한 음식을 조리할 수 있음.
- 37.0%는 배달음식·간편식을 먹었고 12.7%는 간식으로 때웠으며, 6.2%는 점심을 먹지 않음.

청소년의 생존권과 건강권을 보장하기 위한 식사 제공이 필요하다. 청소년의 절반 이상은 조리가 가능하므로 가정간편식(HMR) 등으로 점심 결식을 해소할 수 있을 것이다.

2) 코로나19가 청소년의 신체적 건강에 미친 영향

- 체질량지수는 여자청소년의 경우에만 유의적으로 증가(19.2 → 19.9)
- 신체활동 기회가 부족하여 활동량 감소로 인한 체형의 변화를 시사함.
- 일주일 총 운동시간(평균 4시간 30분)은 남녀 간에 유의적인 차이 없음
- 학년별 운동시간은 2학년(5시간 44분)이 가장 많고, 1학년(5시간 10분), 3학년(2시간 52분)

여자청소년과 중학교 3학년의 신체활동량을 늘리기 위한 노력이 필요하다.

3) 코로나19가 청소년의 사회적 건강에 미친 영향

- 진로준비에 흥미가 높으나 진로에 대한 확신, 정보, 실천에 대한 평가가 낮음
- 17%는 코로나19 이후 진로가 바뀜.
- 58.3%가 인터넷으로 진로 정보를 습득
- 진로관련 활동 욕구는 여행(40.6%), 예술체험(23.2%), 스포츠활동(21.7%)

진로준비에 관한 적절한 정보를 제공하여 진로에 대한 확신과 실천을 높여야 한다.

인터넷으로 얻은 정보에 비판적으로 접근하는 태도를 키워주어야 한다.

청소년수련관에서 예술·스포츠·여행 관련 체험을 다양하게 할 수 있는 여건을 마련해야 한다.

4) 위캔센터 이용 만족도 및 욕구

- 위캔센터 이용에 만족한 이유는 프로그램이 재미있어서(39.9%)가 가장 많았음
- 위캔센터를 이용하지 않는 이유는 관심이 없어서(27.2%), 귀찮아서(19.6%) 순이었음
- 참여하고 싶은 활동은 체육·스포츠 활동(51.4%)이 가장 많았음
- 진로·직업체험을 한 후 체험한 직업에 대한 관심이 더 생긴 경우가 51.3%
- 비대면 프로그램이 진행되었지만 참여한 청소년의 수는 조사대상 청소년 중 40명에 불과함

청소년들의 눈높이에서 재미와 흥미를 높일 필요가 있다.

다양한 방식으로 홍보하고, 청소년에게 참여 동기를 키우는 노력이 필요하다.

진로직업체험이 중요하며, 청소년의 욕구를 반영한 프로그램을 개발할 필요가 있다.

구체적으로 어떤 스포츠 활동을 원하는지 후속 조사가 필요하다.

5) 결론 및 제언

- ① 청소년의 관계 욕구를 충족시키는데 가족의 건강이 더욱 중요해졌다.
- ② 청소년의 점심 결식 문제가 대두되며, 스스로 조리할 수 있는 청소년이 다수였고, 필요한 식품을 구할 수 없는 청소년도 있었다. 가정간편식(HMR)을 활용한 영양지원이 필요하다.
- ③ 여자 청소년의 체질량지수가 유의적으로 증가하여서 코로나19로 인한 활동량 감소가 건강에 부정적인 영향을 주었음을 알 수 있었다. 3학년은 다른 학년에 비하여 운동 시간이 유의적으로 적었다. 여자 청소년과 3학년의 신체활동을 증가하도록 지원해야 한다.
- ④ 코로나19 상황에서도 청소년들은 위캔센터에서 진로·직업체험을 가장 많이 참여하였다. 활동에 대한 욕구가 가장 큰 영역은 체육·스포츠 활동이었다. 청소년의 욕구와 제안을 반영하여 진로·직업체험 프로그램을 보완할 필요가 있다.

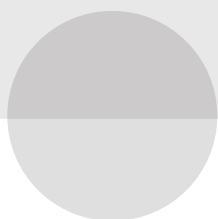
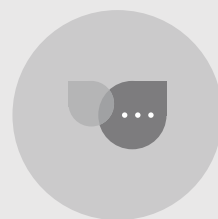


2021 대전복지정책포럼 돌봄의 미래를 그리다

주제발표 05

대전형 커뮤니티케어 심리지원 서비스 모델 개발 : 노인만성질환자

조 성 근
(충남대학교 심리학과 교수)



대전형 커뮤니티케어 심리지원 서비스 모델 개발 : 노인 만성질환자

충남대학교 심리학과 조성근

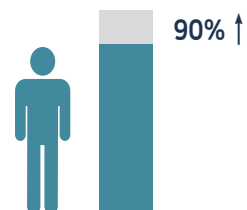
Part 1

추진배경 및 필요성

우리나라의 전체 인구 대비 65% 이상 고령인구 비율은 점차 증가하고 있으며, 2025년에는 노인인구가 20% 이상을 차지하는 초고령사회에 가까워질 전망이다 (통계청, 2020)



하나 이상의 만성질환을 경험하는 노인 → **90% 이상**
(보건복지부, 2017)



추진배경 및 필요성

만성질환은 신체적, 심리적, 사회적 문제를 복합적으로 야기하는 요인으로, 일상활동에 부정적 영향을 미치고, 삶의 질과 만족도를 저하시킴



추진배경 및 필요성

노인 및 노인 만성질환자에 대한 케어 욕구는 지속적으로 증가하고 있음

But, 기존 노인대상 돌봄 서비스는 시설중심, 치료중심 ⇒ **질병 예방 및 건강증진 중심의 포괄적 서비스 제공이 필요!**



커뮤니티 케어 (community care)

지자체, 의료기관 등 다직종이 협력하여
포괄적인 의료 및 복지 서비스를 제공하는 통합적 돌봄체계

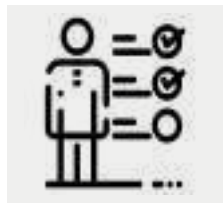
Part 1

추진배경 및 필요성

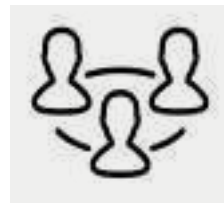
노인 만성질환자의 심리적 어려움에 대한 개입은 필수적이거나, 기존의 커뮤니티케어에서는 전문적인 심리서비스로 연계가능한 서비스 체계가 미비하여 적절한 개입을 제공받지 못함



맞춤형 심리서비스



전문적 서비스



지역사회자원 간 연계

만성질환과 관련된 복합적인 문제를 해결하기 위한 **통합적, 융합적, 포괄적 서비스 제공**

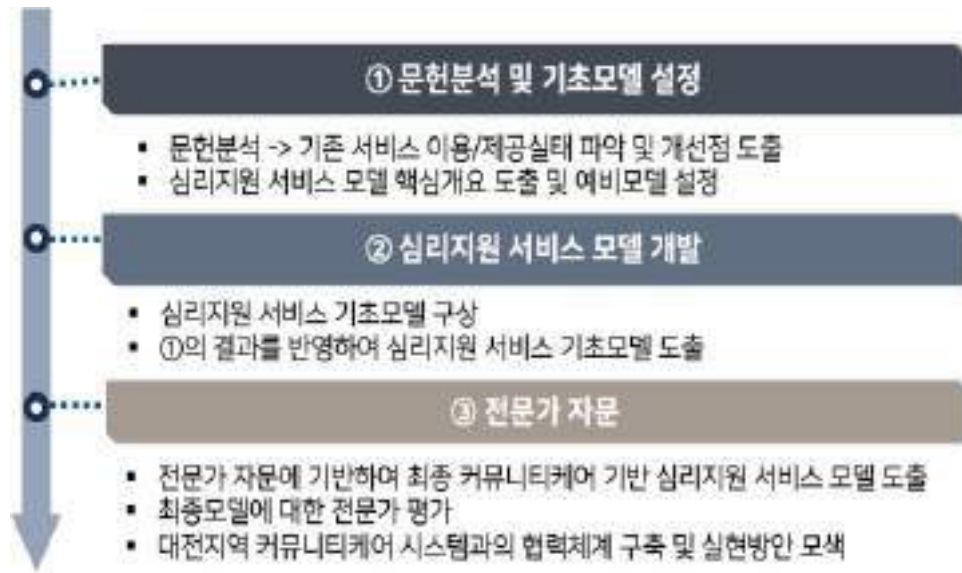
Part 1

추진배경 및 필요성

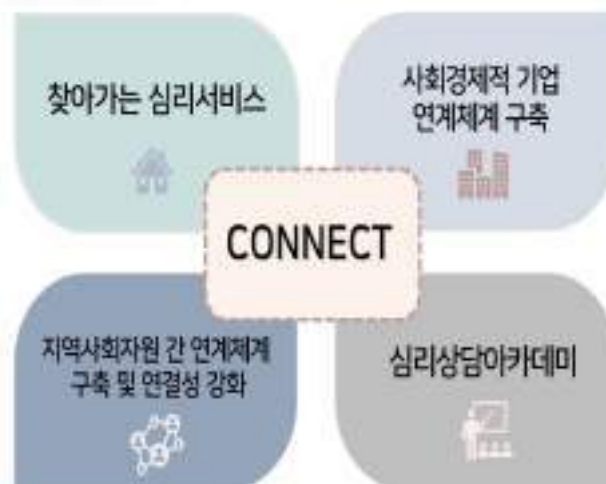
'살던 곳에서 개개인의 욕구에 맞는 서비스를 누리고 지역사회와 어울려 살아갈 수 있도록 하는' 노인만성질환자 대상 심리지원 서비스 제공체계 개발

대전지역사회에 적합한 커뮤니티케어 기반 심리지원 서비스 모델 개발

대전지역 노인만성질환자가 경험하는 복합적인 문제에 효과적으로 개입하기 위한 기반을 마련



커뮤니케어 기반 심리지원 서비스 예비모델



Part 3

기초모델

찾아가는 심리서비스

기존 만성질환자 대상 서비스에서 심리적 개입은 단순한 자기관리 교육에만 한정

우울, 자살, 투병의욕 감소 등 **실제적인 심리적 어려움**에 대한 개입은?

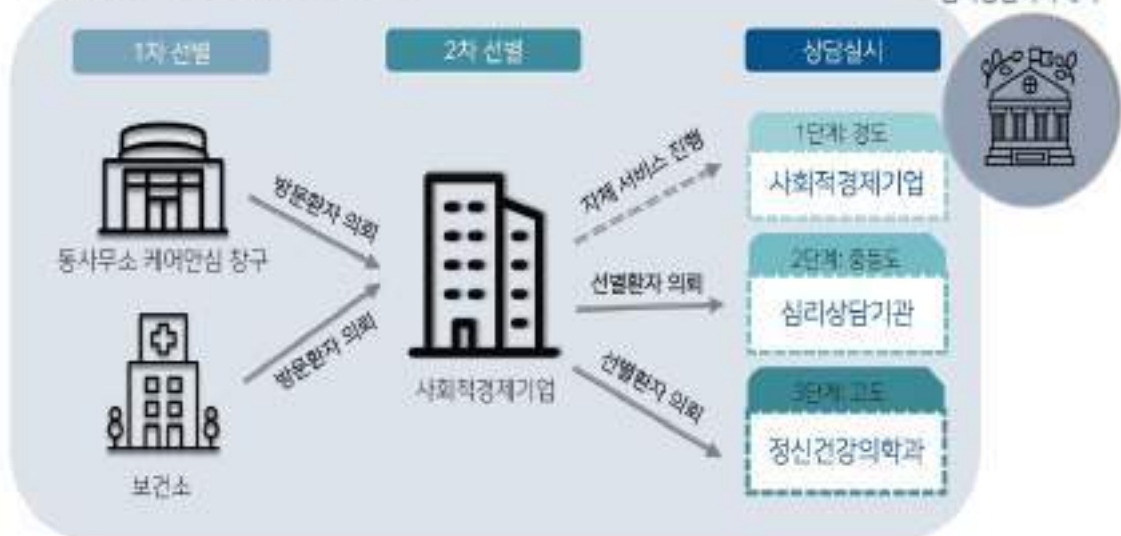


Part 3

기초모델

지역사회자원 간 연계체계 구축 및 연결성 강화

심리상담아카데미



사회적경제기업 연계체계 구축

대전지역에서 심리서비스를 제공하고 있는 사회적경제기업 간 연계체계 구축을 통한 기존 지역사회 자원 활용



심리상담아카데미



Part 4

전문가자문

전문가자문내용



민간영역의 서비스 제공자 및 기관을
통합한 서비스 제공체계 마련
ex) 돌봄서비스 제공기관

책임성, 지속성, 연결성 있는 서비스
제공을 위한 컨트롤 타워 구축



공공영역 이외의 지역사회 자원 활용
ex) 사회적경제기업, 민간기관 등

Part 5

최종모델



「**감사합니다**」



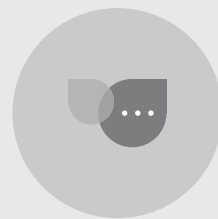
2021 대전복지정책포럼 돌봄의 미래를 그리다

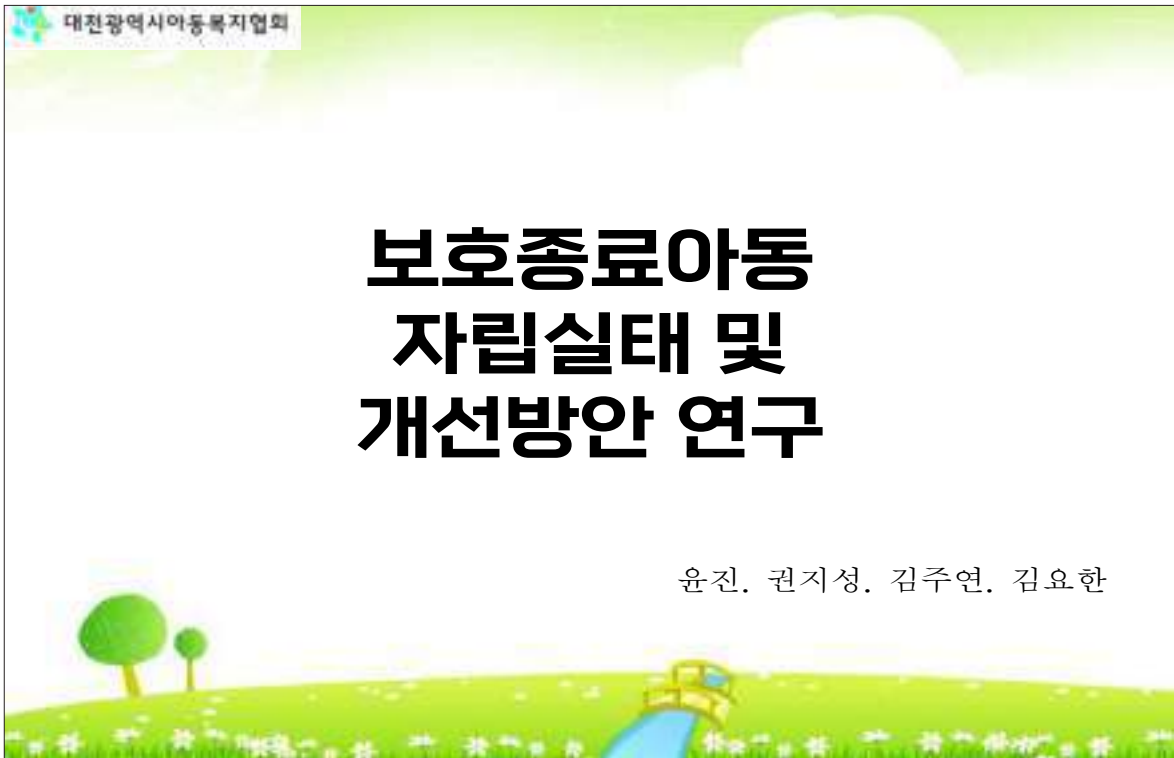
주제발표 06

보호종료아동 자립실태 및 개선방안 연구

윤진

(대전광역시아동복지협회 과장)





<목차>

- ▷ 연구의 필요성 및 목적
- ▷ 연구방법
- ▷ 연구결과
- ▷ 결론



〈연구의 필요성 및 목적〉

○ 보호아동 및 보호종료아동 현황

2021년 대전지역 아동시설에서 보호하고 있는 아동 수 : 약 453명

발생원인 - 학대, 부모 빈곤, 실직 등의 경우가 가장 많음

보호종료아동 - 보호종료 당시 평균 연령 만 20세, 최저 연령은 18세

<대전 보호아동 현황>

발생인원	귀가	시설입소	가정위탁	공동생활가정
348명	3명	271명	37명	37명
비율	0.8%	78.2%	10.5%	10.5%

<출처>2020. 보건복지부

〈연구의 필요성 및 목적〉

○ 경제적 어려움

낮은 학력과 기술부족으로 취업에 어려움을 겪고 있으며, 취업후에도 낮은 이직으로 고정 수입을 얻지 못함.

소득 - 20년 기준 월 평균 소득 127만원

(*자립수당, 기초생활수급비 등의 지원금액을 포함한 평균소득)

기초생활수급을 받는 사례가 점차 증가하는 추세임.

자립정착금 : 500만원

대부분 퇴소 후 주거지 마련 및 가구 및 가전제품 마련에 사용

〈연구의 필요성 및 목적〉

○ 주거의 어려움

주거유형 – 정부지원 주거와 월세, 전세 비중이 절반 이상임.

LH 주거지원 – 청년매입임대, 전세임대

구 분	공공영구 국민임대 주택	전세 임대 주택	자립 지원 시설	그룹 홈	일반 전세	월세 (보증 금 유)	월세 (보증 금 무)	자가	고시원, 고시텔	기숙 사	친구 집	친척 집	부모님 집	시설 또는 위탁 가정	기타
전 체 빈 도	18 (1.7)	368 (33.9)	80 (7.4)	4 (0.4)	41 (3.8)	289 (26.7)	15 (1.4)	14 (1.3)	9 (0.8)	84 (7.7)	23 (2.1)	27 (2.5)	54 (5.0)	17 (1.6)	41 (3.8)

출처: 아동권리보장원, 2016, 『2016 보호종결아동 자립실태 및 욕구조사』.



〈연구의 필요성 및 목적〉

○ 심·리정서적 어려움

일반청소년, 보호종료예정아동보다 공격성, 불안, 우울 정도가 높고, 정서 조절감 또한 낮게 나옴. 자립 연차가 높아질수록 불안이나 우울이 높아짐.

보호조치 전 원가족 관계 문제나 상실감, 또는 시설에서의 경험한 심리적인 어려움에서 회복되기 전 퇴소하게 되는 경우가 많음.

➡ 그럼에도 불구하고, 심리적 건강을 지원하는 정책보다 단순 경제적 지원만 지속적으로 증가하는 추세임.



〈연구의 필요성 및 목적〉

○ 행정 및 정책 지원

주거지원통합서비스 : 전국적으로 그 대상자가 360명에 불과
(대전 : 32명)

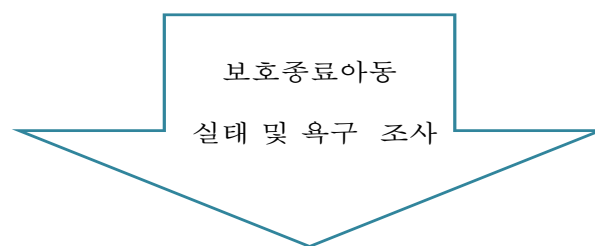
- 보호종료 5년 이내 아동에게만 지원

자립수당 : 보호종료 5년 이내 아동

○ 대전은 자립전담기관의 부재로 보호종료 후 체계적인 지원이 부족



〈본 연구의 목적〉



대전형 모델을 구축
보호종료예정아동 및 보호종료아동의 자립을 위한
시스템의 구축 마련



〈연구 방법〉

○ 조사대상

대전지역 양육시설 12개소내의 보호종료예정아동
(고등학생 및 보호연장아동 110명)

대전지역에 거주하고 있는 보호종료아동 99명

○ 조사방법

- 설문지 조사

: 일반적 현황, 건강 및 심리사회적 현황, 주거, 진학, 취학
경제 등의 현황을 조사

- FGI를 통한 심층면접 조사



〈기대 효과〉

- 대전지역 보호종료예정아동 및 보호종료아동들의 경제 및 주거,
심리정서적 실태 및 욕구를 다각적으로 파악함으로써
대상자에게 효율성있는 정책을 마련할 수 있는 자료로의 활용

- 대전지역의 시설에서 퇴소하는 아동들이 보호종료아동들의
자립을 지원할 수 있는 대전형 자립지원체계를 마련하는데
기초자료의 역할



〈연구결과〉

1. 대상자의 일반적 특성

1) 보호종료아동

구분		빈도	백분율
성별	여성	51	52.0
	남성	47	48.0
보호기관	양육시설	85	86.7
	가정위탁	13	13.3
보호종료 후 기간	3년 미만	57	58.6
	3년 이상 경과	41	41.4
현재상황	대학재학 중이거나 취업 중	71	72.4
	대학진학 준비중이거나 취업준비 중	27	27.5
직종	사무직	11	28.9
	생산직	9	23.7
	서비스직	18	47.4
계		98	100.0

2) 보호종료예정아동

구분		빈도	백분율
성별	남자	50	45.45
	여자	60	54.55
학교/학년	중학교 1학년	12	10.91
	중학교 2학년	17	15.45
	중학교 3학년	12	10.91
	고등학교 1학년	20	18.18
	고등학교 2학년	17	15.45
	고등학교 3학년	20	18.18
	대학생	12	10.91
원가족과의 연락	거의 매일	15	13.64
	1주에 3번 이상	16	14.55
	매주 1회 이상, 한달에 4회 이상	19	17.27
	한달에 1회 이상	16	14.55
	1년에 6회 이상	8	7.27
	1년에 5회 이하	8	7.27
	연락이 없음	28	25.45
희망하는 퇴소예정 시기	고등학교 졸업 후	55	50.00
	대학교 졸업 후	18	16.36
	대학교 재학 중 희망할 때 아무때나	14	12.73
	법적으로 종료되었을 때	19	17.27
	기타	4	3.64
계		110	100.0

2. 자립지원 경험

1) 보호종료아동의 자립지원 경험

구분		빈도	백분율
주거지원서비스	지원 받은 경험 없음	61	62.2
	지원 받은 경험 있음	37	37.8
자립수당	현재 받고 있음	56	57.1
	받았으나 기한 종료됨	16	16.3
	경험 없음	26	26.5
임대료	지원 받은 경험 없음	36	36.7
	지원 받은 경험 있음	91	62.2
교육비	지원 받은 경험 없음	34	34.7
	지원 받은 경험 있음	64	65.3
의료비	지원 받은 경험 없음	66	67.3
	지원 받은 경험 있음	32	32.7
생활 물품	지원 받은 경험 없음	48	49.0
	지원 받은 경험 있음	50	51.0
심리 상담	지원 받은 경험 없음	73	74.5
	지원 받은 경험 있음	23	23.5
자립정착금	지원 받은 경험 없음	5	5.1
	지원 받은 경험 있음	87	88.8



2) 보호종료예정아동의 자립지원 준비 정도

구분		빈도	백분율
보호종료 후 제일 걱정되는 부분	주거	34	30.91
	학업	6	5.45
	취업	37	33.64
	교우(친구)관계	0	0.00
	심리적 어려움	8	7.27
	법적문제	2	1.82
	문화, 여가활동	2	1.82
	일상생활관리(식사, 청소 등)	11	10.00
	기타(경제적어려움)	10	9.09
자립정착금 지원에 대한 계획	저축	33	30.00
	생활용품구입	18	16.36
	생활비	31	28.18
	여행	4	3.64
	교육비(등록금, 학원비 등)	5	4.55
	주거지마련	18	16.36
OX(디답씨웃동장) 활용계획	기타	1	0.91
	해지하지 않고 계속 적립한다	87	79.09
	해지하여 바로 사용한다	16	14.55
	기타	5	4.55
	무응답	2	1.82
계		110	100



3. 대상자의 자립지원 욕구 특성

1) 보호종료아동의 자립지원서비스 욕구

구분		빈도	백분율
임대료	필요하지 않음	17	17.3
	필요함	81	83.7
의료비	필요하지 않음	13	13.3
	필요함	85	86.7
교육비_대학등록금	필요하지 않음	29	29.6
	필요함	69	70.4
교육비_자격증 취득지원	필요하지 않음	14	14.3
	필요함	84	85.7
교육비_교재교구지원	필요하지 않음	20	20.4
	필요함	78	79.6
체력단련	필요하지 않음	31	31.6
	필요함	67	68.4
생활지원	필요하지 않음	5	5.1
	필요함	93	94.9
심리 상담 지원	필요하지 않음	33	33.7
	필요함	65	66.3
요리 교육	필요하지 않음	34	34.7
	필요함	61	63.3
노동인권 교육	필요하지 않음	40	40.8
	필요함	58	59.2
경제 컨설팅	필요하지 않음	29	29.6
	필요함	69	70.4
취업 고용 지원	필요하지 않음	38	38.8
	필요함	60	61.2



2) 보호종료 후 경과 기간에 따른 지원 욕구

구분	변인	N	M(SD)	t
자존감 코칭 필요	3년 미만	57	2.54(1.07)	-2.26*
	3년 이상	41	3.09(1.04)	
심리 상담 필요	3년 미만	57	2.71(1.08)	-2.56*
	3년 이상	41	3.21(0.93)	
임대료 필요	3년 미만	57	3.05(1.14)	-2.49*
	3년 이상	41	3.53(.77)	
생활 지원 필요	3년 미만	57	2.49(1.00)	-2.92**
	3년 이상	41	3.07(.93)	
교육비_자격증 취득지원 필요	3년 미만	57	3.23(1.01)	-2.02*
	3년 이상	41	3.59(.59)	



3) 보호종료아동 주거지원통합서비스 경험에 따른 지원 욕구

구분	범인	N	M(SD)	t
임대료 필요	주거지원통합서비스 경험 있음	37	3.51(.69)	1.89
	주거지원통합서비스 경험 없음	61	3.14(1.04)	
의료비 필요	주거지원통합서비스 경험 있음	37	3.0(1.02)	1.39
	주거지원통합서비스 경험 없음	61	2.71(.99)	
교육비_대학등록금 필요	주거지원통합서비스 경험 있음	37	3.27(.93)	.28
	주거지원통합서비스 경험 없음	61	3.21(1.08)	
교육비_자격증 취득 필요	주거지원통합서비스 경험 있음	37	3.45(.80)	.74
	주거지원통합서비스 경험 없음	61	3.32(.92)	
체력단련비 지원 필요	주거지원통합서비스 경험 있음	37	3.16(.79)	2.29*
	주거지원통합서비스 경험 없음	61	2.70(1.03)	
생활지원 필요	주거지원통합서비스 경험 있음	37	3.08(.92)	2.78**
	주거지원통합서비스 경험 없음	61	2.52(1.01)	
심리검사지원 필요	주거지원통합서비스 경험 있음	37	3.24(.89)	2.51*
	주거지원통합서비스 경험 없음	61	2.72(1.05)	
경제교육 및 컨설팅 필요	주거지원통합서비스 경험 있음	37	3.27(.96)	2.22*
	주거지원통합서비스 경험 없음	61	2.81(.99)	
자존감 코칭 필요	주거지원통합서비스 경험 있음	37	3.18(.96)	3.04**
	주거지원통합서비스 경험 없음	61	2.55(1.04)	
취업 고용 지원 필요	주거지원통합서비스 경험 있음	37	3.32(.85)	2.49*
	주거지원통합서비스 경험 없음	61	2.83(1.06)	

대전광역시아동복지협회

4) 보호종료예정아동의 보호종료 후 가장 필요한 지원

구분		필요하지않다	필요하다
임대료 지원	빈도	6	104
	백분율(%)	5.45	94.55
의료비 지원	빈도	7	103
	백분율(%)	6.36	93.64
대학 학자금 지원	빈도	17	93
	백분율(%)	15.45	84.55
자격증 취득 학원비 지원	빈도	14	96
	백분율(%)	12.73	87.27
교재 및 교구 등 구입 지원	빈도	18	92
	백분율(%)	16.36	83.64
체력단련 비용 지원	빈도	30	80
	백분율(%)	27.27	72.73
생활지원(식료품, 생활용품, 가구 등 지원)	빈도	6	104
	백분율(%)	5.46	94.54
요리 배우기	빈도	26	84
	백분율(%)	23.64	76.36
노동 인권 교육	빈도	37	73
	백분율(%)	33.64	66.36
심리검사 및 상담 제공	빈도	38	72
	백분율(%)	34.55	65.45
경제교육	빈도	26	84
	백분율(%)	23.63	76.37
자존감 코칭	빈도	41	69
	백분율(%)	37.27	62.73
수납정리 배우기	빈도	40	70
	백분율(%)	36.37	63.63
면접 컨설팅	빈도	23	87
	백분율(%)	20.91	79.09
진로, 취업 상담	빈도	16	94
	백분율(%)	14.54	85.46
성교육(에버거름교육, 에비부모교육)	빈도	45	65
	백분율(%)	40.91	59.09

대전광역시아동복지협회

4. 보호종료아동의 자립지원 심리사회적 특성

1) 보호종료아동의 자아존중감 및 효능감

구분	N	평균	표준편차
자아존중감	98	4.10	0.68
효능감	98	3.63	0.87

구분	변인	N	M(SD)	t
자아존중감	현재상황	취업 또는 재학중	4.24(.61)	3.47**
		취업준비 또는 입학준비	3.83(.66)	
	주거지원통합 서비스 경험	서비스 경험 있음	4.29(.39)	2.25*
		서비스 경험 없음	3.98(.78)	

2) 보호종료아동의 심리정서문제의 특징

구분	변인	N	M(SD)	t
불안	현재상황	취업 또는 재학중	2.45(.95)	4.09***
		취업준비 또는 입학준비	3.179(.72)	
	주거지원통합 서비스 경험	서비스 경험 있음	2.35(.83)	2.53*
		서비스 경험 없음	2.84(.98)	
우울	현재상황	취업 또는 재학중	2.42(.72)	3.61***
		취업준비 또는 입학준비	2.98(.62)	
	주거지원통합 서비스 경험	서비스 경험 있음	2.20(.95)	3.07**
		서비스 경험 없음	2.91(1.20)	
	보호종료 후 기간	3년 이내	2.41(1.12)	-2.32*
		3년 초과	2.96(1.16)	

구분	변인	N	M(SD)	t
행복감	현재상황	취업 또는 재학 중	3.90(.72)	2.13*
		취업준비 또는 입학준비	3.56(.69)	
	보호종료 후 기간	3년 이내	3.93(.69)	2.13*
		3년 초과	3.63(.73)	

4. 초점집단면접 분석결과

1) 시설 또는 위탁가정에서 생활한 경험에 대한 의견

저는 어릴 때는 부정적이었다가 시설의 선생님들, 형들, 동생들 많이 알게 되어서 긍정적으로 바뀌었어요, 내가 가정집에서 살았다면 여기 있는 사람들을 몰랐을지 않았을까..... 많은 것을 경험하게 되고,, (B1)

평판하지 않아서 좋았던 것 같아요, 사회생활 독립생활을 하면서... 우여곡절을 겪어서 그런지, 이 상황을 이겨 내고 지금의 단단한 내가 있다고 생각을 해요.... 발판이 되고 밑거름이 되지 않았을까 생각해요 (A4)

시설은 그런 게 되게 좋은 거 같아요, 체험활동 그런 거 좋아요,,, 오히려 시설에 있을 때 진짜 부족함 없이 자라서, 거기가 지금 생각해 보면 대한민국 보육원 중에서 찡이지 않을까?..... 우원도 많이 들어와서 놀러 많이 다녔어요, 그런 경험들이 좋았어요, (B2)



2) 자신의 경험에 대한 공유

저는 살짝 조심하는 편이에요, 밝히려자 솔직히 좋은 점도 없고, 오히려 들롱나면(이제다 밝히지면) 부끄럽고 그런 게 좀 있어요 (B1)

예, 맞아요, 저는 부족함이 없이 자랐는데, 불쌍하게 보시더라고요, 어른들하고 얘기하다보면 얘기가 나온단 말이에요, 그러면, '아, 잘 컸네' 저는 힘들었던 그런 게 남들과 다르지 않다고 생각하거든요, '넌 좀 다르게 자랐다' 이러는 게 별로 좋지는 않았어요, (B2)

대학생이 되고 조금 편해졌어요, 죽필리긴 했는데 큰길에 시설이 있어서,, 안 쪽으로 들어갔다가 다시 나오서 갔어요, 시설에서 자랐다는 심분을 밝히지 않았어요, 현재도 잘 안 밝히는 편이고,,, 친해지기 전에는 안 밝혔죠, 근데 얘기 나올 때 마다 그 때가 위기예요..... (A3)

안 밝혔어요, 지금도 아는 친구가 2-3명 밖에 안되요, 가장 친한 친구에게도 밝히지 않았어요, 개가 편견 갖지 않을거라는 확실하는데, 알 수도 있긴한데, 그냥 용기가 없어요, 제가 그릇이 안되는 것 같아요 (A2)



3) 필요한 지원 서비스에 대한 의견

지금 지원 받는 것으로 안정적이고 만족해요, 멘토링, 모여서하는 멘토링, 리더십프로그램 이런 거 필요해요, 20대에 맞춰진 프로그램이 있었으면 좋겠어요 (A2)

이 모임도 좋아요 (FG1) 먹을 것만 챙겨주면 모임 것 같아요, 친목을 위한 모임도 좋아요, (A1)
다른 친구를 통해 여기를 알게 되었는데, 좋은 것 같아요, 이렇게 마음 맞는 사람이 생길 수도 있고요, (A3)

모임을 통해 내가 몰랐던 정보를 서로 알게 되거든요, 목적성을 갖지 않아도,,,
그리고 진짜 배우고 싶은건 따로 있거든요, 근데 지원 받는걸 보면 정해져 있어요, 한정적, 조금 넓어지면,,,, (A4)

예- (아주긍정적) 그쵸, 그게 너무 좋았어요, 같이 하는 게,,, 활동이,,, (B1)

현재 지원 받는 것으로 만족하고요, 이러면 공부만 했을 것 같고,,, 지원받는 쪽이 넓어져야 한다고 생각해요, 진로와 미래, 공부에 투자할 수 있게,,, 생활비, 적금, 뭐 이런 고민 다 내려놓고 공부만 하고 싶어요,,, (A4)

저는 공부, 한국어 자격증 준비, 토익학원 이런 거 지원해주면 좋을 것 같아요, 스터디 모임, 그때는 몰랐는데 나와보니 필요해서요, (A3)

대한장애인복지회

〈결론〉

- 일률적인 지원보다는 보호종료 후 기간에 따른 차별화된 지원이 필요
- 보호종료 후 정보 공유 및 자원 교환을 위한 자조집단의 구성이 필요
- 보호종료 후 이들을 지원할 수 있는 단체나 대변할 수 있는 기관을 통해 네트워크를 형성할 수 있도록 해야 함

대한장애인복지회

감사합니다.

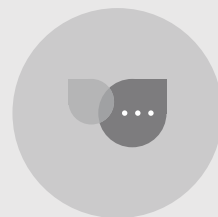


Memo.



2021 대전복지정책포럼 돌봄의 미래를 그리다

- 토론 1. **자활생산품·서비스의 고급화로
시장 경쟁력 확보 필요**
송혜자 (대덕대학교 사회복지학과 교수)
- 토론 2. **‘사람 중심(Person Centered)
치매커뮤니케이션 가이드라인 개발 연구’에
대한 토론문**
신수경 (가톨릭대학교 사회복지대학원 외래교수)
- 토론 3. **팬데믹 상황 속 아동의 보호와 돌봄은
어떠한 변화가 필요한가?**
방영탁 (소망의집 시설장)
- 토론 4. **김현주·권부남,
“코로나19가 청소년의 신체적·정서적·
사회적 건강에 미치는 영향”에 대한 토론문**
김성한 (한남대학교 사회복지학과 교수)
- 토론 5. **지역사회에서
통합돌봄 심리지원 체계를
고민한다면**
나준식 (민들레의료복지사회적협동조합 이사장)
- 토론 6. **보호종료아동
자립준비실태 및 개선방안연구
토론문**
신종근 (평화의마을 아동복지센터장)



자활생산품 · 서비스의 고급화로 시장 경쟁력 확보 필요

송혜자 (대덕대학교 사회복지학과 교수)

□ 연구의 의의

- 이 연구는 대전광역시 자활생산품 및 서비스의 판매 현황 분석을 통해 자활사업의 경쟁력을 높이고 자활생산품/서비스의 판로개척 및 시장확장 기회마련을 위한 기초자료를 수집하고자 지역자활센터 자활근로사업단과 자활기업의 담당자를 대상으로 판매현황을 조사하였다. 또한, 자활사업이 동종업계 기업들과 동등한 경쟁구조에서 상생하기 위한 방안을 제시하기 위해 FGI 심층면접을 통해 자활생산품 및 서비스가 보다 우위를 차지할 수 있는 강점을 파악하고, 새로운 경쟁력을 확보하기 위한 판로개척을 위한 구체적인 정보를 제시하고 있다는 점에서 시의적절한 연구이다. 특히, 지난 2년여 동안 코로나-19 팬데믹 상황으로 우리사회는 양극화가 더 심화되고 있는 시점에서 ‘근로능력이 있는 저소득층의 자활’을 목적으로 하는 자활사업에 대한 고민은 매우 의미가 있다.

□ 포커스 그룹 인터뷰(FGI)

- 연구방법으로 양적조사와 질적조사를 병행하였다. 특히, 포커스 그룹인터뷰(FGI)는 대상을 공급자와 수요자 그룹으로 나눠 각각 진행되었는데, 공급자그룹은 지역자활센터 종사자 중 중간관리자들로, 그리고 수요자 그룹은 공공기관 및 기업, 유관단체 등 자활생산품 및 서비스 이용경험이 있는 구매담당자들로 구성하여 이들이 생각하는 구체적인 내용을 청취한 결과를 분석하였다. 양적조사에서 구체적으로 파악하기 어려운 내용들은 공급자와 수요자를 대표하는 대상으로 표집하여, 13가지의 세부질문을 중심으로 심층면접하여 결과를 도출해 내었다.
- FGI는 질적 연구방법 중 하나로 관련 주제에 대한 사람들의 경험을 이해하기 위하여 6~12명의 사람들을 동시에 인터뷰하는 방법이다. 진행자가 제시하는 주제(구조화된 질문)를 중심으로 참가자들이 자유롭게 토론한 내용을 분석하는데 이 토론 과정에서 눈덩이 효과를 기대할 수 있고, 빠른 시간 내에 연구가 이루어질 수 있다는 장점이 있다.
- 본 연구는 현황분석을 기본으로, FGI를 통해 ‘공급자들이 자활생산품 및 서비스를 제공하는 과정에서 요구하는 판로개척을 위해 필요한 사항들’과 ‘소비자들이 경험하면서 제안하는 자활생산품 및 서비스 구매과정에 대한 접근방법, 서비스에 대한 기대, 자활생산품 판로 활성화 개척을 위해 필요한 사항’ 등에 대해 구체적이고 세부적인 정보를 확인하고 판로개척 방안을 제시하였다는 점에서 매우 소중한 자료가 되고 있다.

□ 이러한 연구결과를 토대로 몇 가지 제언을 하고자 한다.

2021년은 국민기초생활보장제도가 제도화된 지 21년이 되는 해이다. 1999년 경제위기 이전 생활보호법이 국민기초생활보장법으로 바뀌면서 다양한 의미를 가지게 되었지만 특히, 자활사업은 과거 저소득층에 대한 일방적인 급여제공 방식의 다른 빈곤 프로그램과 달리, 고용과 복지의 유기적 결합이라는 측면과 지역사회에서 공동으로 문제해결을 모색하고 자활의지를 고취하여 지역사회 통합과 사회연대를 강화한다는 측면에서 의미를 가진다. 특히 자활기업은 자활근로사업을 통해 습득된 역량을 통해 수급권자 또는 저소득층이 협동조합이나 사업자형태로 창업한 기업으로, 2019년 현재 전국자활기업 3개, 광역자활기업 37개, 지역자활기업 1,136개 합계 1,211개, 자활기업에서 10,849명(지역·광역·전국자활기업중복 참여인원 2,663명 제외)의 고용을 창출하고 있다(한국자활복지개발원 홈페이지).

1. 자활생산물 및 서비스의 고급화 및 우수성(브랜드이미지) 확보전략이 필요

삼성경제연구원의 중소기업 보고서에서는 중소기업이 제품력은 있으나 브랜드력이 부족해 어려움을 겪거나 도태되는 위험이 있으며, 품질과 기술이 뛰어나에도 중소기업 브랜드라는 이유로 시장에서 제품이 실제 가치보다 낮게 평가되는 중소기업제품 디스카운트 현상의 문제점을 지적(삼성경제연구원, 2009)하고 있다.

중소기업제품은 물론이고 장애인생산물, 자활생산물 및 서비스의 경우도 크게 다르지 않은 상황이다. 이를 극복하기 위해서는 품질관리를 통한 우수성을 확보하는 방법이 최선일 것이다. 전문컨설팅을 통한 품질인증 지원, 포장디자인 고급화, 브랜드이미지 개선 등 적극적 노력이 요구된다.

현재, 자활상품 및 서비스는 ‘충분한 경쟁력’을 가지고 있고(이진열, 2018), ‘접근의 편리성이 좋을수록 소비자의 재구매 의도가 높아진다’는 연구결과에서 보여주듯이, 고급화와 우수성이 담보된다면 시장에서 가장 먼저 선택받게 될 것이다.

이번 연구결과에서도 이용경험이(구매) 있는 소비자의 경우, 고려사항이 가치창출, 품질, 가격 순인데 반해 이용(구매)경험이 없는 소비자는 품질, 가격, 접근성 순으로 다소 차이를 보였다. 이는 자활생산물/서비스에 대해 신뢰 수준이 중요변수임을 보여준다. 어느 경우이든 ‘품질과 가격’은 구매의 결정적 요인이 된다. 이번연구에서도 ‘믿을만한 원산지, 속이지 않는 서비스, 품질관리 노력, 사후서비스’ 등에 대해 적극 홍보하면 재구매할 수 있을 것 같다는 의견을 보였다.

2. 지역단위 동일/유사 자활생산물 및 서비스의 공동브랜드 개발 필요

자활기업에 대한 소비자들 인식 탐색(김민정, 2020) 연구결과에 의하면 응답자들은 자활기업에 대해서 대체로 긍정적인 반응을 보였다. 특히 자활기업의 사회적 가치 지각수준이 높게 나타나, 부정적 정서보다는 긍정적인 정서가 높은 것으로 나타났다. 이러한 소비자들의 인식은 자활기업에 대한 인지, 구매경험, 운영취지에 대한 이해수준이 높을수록 긍정적인 결과를 보여준다. 자활상품과 일반상품의 품질과 가격이 유사하다면 자활상품을 우선구매 하겠다는 의사를 밝히는 등 사회적 가치 참여에 적극적으로 동참하려는 의지를 표현하고 있는 결과이다. 즉, 사회적 가치실현을 위한 자활사업의 대외 인지도를 향상시키고, 자활생산물의 시장 경쟁력 강화를 위하여 자활사업 공동브랜드를 개발하고, 공동마케팅을 추진할 필요가 있다. 현재 운영되고 있는 체험중심 공동브랜드 ‘재미나’가 아주 좋은 예이다.

이에 주 소비자층인 대전지역 시민들의 니즈를 정확하게 파악하고, 그 특성에 맞는 상품/서비스 개발, 자활특화아이템 및 틈새시장 개척 노력이 우선되어야 한다. 그리고 대전지역 자활기업 업종 및 지역 간 협력체계를 구축하고 정보/기술 교류를 통해 지역별 특성을 고려한 '선택과 집중' 전략으로 차별화된 통합 브랜드를 개발해야 한다.

3. 홍보강화를 위한 마케팅전략(4P: 사람, 가격, 촉진, 장소) 필요

생산품 및 서비스 구매요인에 대한 분석(장창수, 2016)에서, 구매경로로 '주변사람의 추천', '시군구 담당 공무원', '몰랐는데 우연히', '광역 및 지역자활센터 홍보', 'TV, 신문, 방송 등 대중매체', '홈페이지 및 SNS' 등의 순서로 조사된 바 있다.

한편, 최근연구에서는 홍보수단, 구매수단 모두에서 SNS(블로그, 인스타그램, 유튜브, 페이스북 등) 공식 채널 홍보 만족도가 1순위로 가장 높게 나타나기도 하였다(김민정, 2020). 또한 자활상품 구매방법을 알고 있는 소비자들 중에서 20.2%가 블로그, 인스타그램 등의 SNS로 자활상품을 접했다고 응답하였다. 차후 MZ 세대 및 3040 여성 등 소비를 주도하는 핵심 소비층의 니즈를 파악하여 온라인은 물론 오프라인으로 홍보하는 전략을 수립해야 할 것이다.

이번 연구결과에서도 차별화 전략으로 가격경쟁력과 사회적가치 창출을 유도할 수 있는 스토리텔링이 요구된다는 사실을 밝혀내었는데, 소비정험이 있는 소비자들의 경우 '자활의 사회적 가치가 구매결정에 큰 이유였으며, 홍보마케팅에 자활에 대한 의미부여를 두려워하지 않으셔도 될 것 같아요'라고 언급한 것처럼, 요즘 유행하는 착한소비, 지역경제 살리기 등에 동참하고 있다는 '사회적 가치' 트렌드를 반영한 홍보 전략도 필요하다.

또한, 대전지역 소비자의 특성에 맞는 상품/서비스의 개발과 함께, 구매촉진을 위한 '자활생산품 전용 홍보관' 및 '전시판매장'을 운영하는 방안도 고려해 볼 수 있다. 더 나아가 자활기업 뿐만 아니라 사회적기업, 마을기업, 협동조합 등 사회적경제기업 생산품을 모두 총괄하여 전시할 수 있는 공간으로 확대한다면 연계를 통한 시너지 효과도 기대할 수 있을 것이다.

4. 자활생산품 우선구매 및 인센티브제 활성화 필요

공공기관은 2021년도부터 당해연도 제품 총 구매액의 8%를 창업기업 제품으로 의무구매한다는 정부의 발표가 있었다. 우선구매 대상은 창업기업, 중소기업, 마을기업 그리고 자활기업 등 이다. 그러나 현재까지 민간기관은 의무가 없다는 점이 아쉬운 점이다. 공공의 영역 뿐 만 아니라 민간의 우선구매 관련 지원 정책들과 파격적인 인센티브제 도입으로 동기부여 시킬 필요가 있다.

또한 이번 연구에서 자활사업단 역시 우선구매 대상기관으로 등록할 수 있는 정책적 지원도 절실한 시점이라는 점에 매우 동감한다. 자활기업으로 나아가기 전 단계인 자활사업단 단계에서부터 기회가 주어져야 할 것이다. 즉, 지자체의 우선구매제도 마련을 위해 자활사업단이나 자활기업이 대상 업체가 될 수 있는 방안들을 찾아야 한다.

한편, 구매업무를 담당하고 있는 각 기관의 실무자들은 구매과정에서 가장 중요하게 생각하는 요인이 업체를 인증하는 자격증(신뢰)이나 구매에서 배송까지 one-stop 서비스가 진행되는 전달체계 마련여부, 탁월한 영업능력, 신박한 신상품정보, 디테일한 서류준비, 간절함 등이 구매 의사결정에 영향을 미친다는 결과를 나

타내므로 이러한 특성을 정확하게 인지하고 전략적으로 접근해야 한다. 특히, 지자체 담당자들은 감사나 기관 평가 시 사회적기업이나 자활기업 등의 구매활동이 ‘사회적 공헌’ 활동으로 인정되기 때문에 서로 윈-윈 할 수 있는 여지가 충분히 있을 수 있다.

지금까지의 연구과정과 결과들이 최고의 해결방법은 아니더라도 자활사업 종사자들과 참여주민들에게 최선의 격려가 되어줄 수 있는 계기가 되기를 바랍니다.

감사합니다.

‘사람 중심(Person Centered) 치매커뮤니케이션 가이드라인 개발 연구’에 대한 토론문

신수경 (가톨릭대학교 사회복지대학원 외래교수)

□ 치매인과 돌봄자를 잇고, 사회를 잇는 사람중심 치매 커뮤니케이션의 실천

본 주제발표는 치매 상태 어르신의 돌봄서비스 현장에서 나타나는 치매 커뮤니케이션의 실태 및 어려움을 파악하고, 사람중심케어 이념에 입각하여 치매인과의 커뮤니케이션을 저해하는 요인들과 촉진하는 요인들을 도출하였습니다. 그 결과를 바탕으로 7가지의 원칙과 30가지의 문항으로 구성된 치매 커뮤니케이션 가이드라인의 내용을 소개해주셨습니다.

우리나라 치매 노인의 수는 2019년 현재 약 79만명이지만, 2060년에는 약 333만명에 이를 것으로 추정됩니다. 전문적인 돌봄을 필요로 하는 치매 노인 수와 더불어 돌봄을 제공하는 가족과 돌봄 종사자의 부담 또한 증가하고 있는 현 시점에서, 치매 상태의 어르신을 이해하고, 더 나은 돌봄 실천을 모색하는데 매우 시의적절하고 의미 있는 연구라고 생각합니다.

토론자는 발표자께서 제시해주신 치매 커뮤니케이션 가이드라인이 실천 현장에서 치매인과의 커뮤니케이션을 촉진하고 사람중심케어를 실현하는데 역할을 할 것이라는 점에 적극 동의하며, 그 이유로서 연구의 의의를 말씀드리고 돌봄 실천 현장에서의 치매커뮤니케이션 가이드라인의 활용을 위한 몇 가지 제언을 드리고자 합니다.

미국의 철학자 Virginia Held는 그의 저서 『The ethics of care¹⁾』에서 ‘돌봄 윤리의 특징은 인간을 관계적이며 상호의존적인 존재로 간주한다. 즉 인간을 타인과의 관계망에 얽혀있는 존재로 파악하고 있다.’ 하였습니다. 인간은 커뮤니케이션이라는 상호작용을 통해 관계를 형성하고 존재합니다. 돌봄 윤리를 이해하는데 있어 우리는 돌봄을 필요로 하는 사람과 제공하는 사람 사이에 존재하는 커뮤니케이션을 이해할 필요가 있습니다. 그러나 돌봄현장에서 치매를 앓고 있는 어르신들과 의사소통을 하는 것은 결코 쉬운 일이 아닙니다. 치매로 인한 대뇌의 좌측위 측두엽 백질 부위의 뇌세포 퇴화로 인한 언어 영역 장애뿐만 아니라 의사소통을 위한 시각, 청각 등의 감각기능 장애 등으로 치매 상태의 어르신들은 가족 또는 돌봄 종사자들과의 의사소통에 어려움을 느끼고 돌봄 상호작용에서의 제한을 경험합니다. 이러한 과정에서 돌봄 제공자들은 어르신들과 대화하기를 포기하거나 식사·배변·목욕 등의 케어에 필요한 최소한의 의사소통을 하는 등 치매 케어에서의 허

1) Virginia Held, 2007. 『돌봄: 돌봄윤리』 김희강 · 나상원 역. 박영사.

무주의를 경험하기도 합니다. 이명선·이봉숙(2006)²⁾은 치매 환자와의 의사소통 문제는 돌봄 제공자에게 대두되는 가장 직접적인 어려움이며, 이를 해결하기 위해 전문적인 교육이 필요하다고 주장합니다. 이처럼 치매 상태의 어르신에게 돌봄을 제공함에 있어 커뮤니케이션의 중요성이 강조되에도 불구하고, 치매 커뮤니케이션의 실천 방법에 관한 연구는 매우 부족한 실정입니다. 이러한 점에서 ‘사람 중심 치매 커뮤니케이션 가이드라인 개발’은 치매 상태의 어르신을 이해하고, 가족과 현장 종사자에게 있어 보다 나은 돌봄을 실천함에서 길잡이 역할을 수행할 수 있다는 점에서 연구의 첫 번째 의의가 있다 할 수 있겠습니다.

두 번째 의의는 기존의 언어적 상호작용에 초점을 두고 있는 치매 커뮤니케이션 방법과 달리 치매 상태 어르신과 돌봄 제공자 사이에 존재하는 모든 형태(언어적, 비언어적)의 커뮤니케이션을 가이드라인 범위에 포함시키고 있다는 점입니다. 돌봄은 일방적으로 이뤄지는 것이 아닌 상호적인 형태로 완성되며 이러한 관점은 돌봄의 관계를 이해하고 사람중심케어의 실천을 가능하게 합니다. 실제로 치매 노인을 돌보는데 있어 가장 어려운 점은 치매의 행동심리증상(BPSD)인 우울증, 환각, 망상 등의 정신병적 증상, 공격적 행동, 불안, 초조, 불안장애, 배회행동 등에 대한 대응입니다. 이러한 BPSD는 유사한 증상처럼 보여도 복잡하고 다양하여 개개인 이 상이한 형태를 나타내는 것이 특징입니다. 때문에 치매 케어 교육에서 돌봄 가족과 종사자가 가장 많은 질문을 하는 부분이기도 합니다. BPSD를 이해하는데 있어 강조되는 점은 인지기능 장애를 경험하는 어르신의 핵심감정입니다. 치매노인의 심리와 정신세계를 연구한 일본의 정신과 의사 오자와 이사오는 그의 저서 ‘치매를 산다는 것’(2009)³⁾에서 도둑 망상은 의지하는 존재에 대한 상실감에서 비롯된다고 이야기하고 있습니다. 이처럼 치매 상태에 있는 사람의 세계를 이해하기 위해서 돌봄 제공자는 전문적인 치매 커뮤니케이션 방법을 이해하고 실천해야 합니다. 이를 통해 노인은 치매라는 질병으로 야기되는 사회와의 단절 문제를 해소할 수 있으며, 돌봄 제공자는 돌봄 부담을 줄이는 효과를 얻을 수 있습니다.

이상의 주목할만한 의의를 갖는 치매 커뮤니케이션 가이드라인이 실천 현장에서 효과성을 가지고 적용될 수 있도록 몇 가지 제언을 드리고자 합니다.

첫째, 가이드라인 구성에서 치매 노인 당사자의 참여가 필요합니다.

사람중심케어(PCC) 이념은 돌봄의 전 과정에 당사자인 치매 환자의 목소리가 반영되는 것을 원칙으로 하고 있습니다. 치매인과의 의사소통을 촉진하고 가이드라인의 효과성을 높이기 위해서는 치매 노인 당사자와 돌봄 가족의 참여가 요구됩니다.

1990년대 호주 과학기술부 제1차관보였던 크리스틴 브라이든은 치매를 앓고 살아가는 자신의 경험을 국제 알츠하이머병 국제회의에서 발표한 바 있습니다. 그 밖에도 로널드 레이건 전 미국 대통령, 한 평생 치매를 연구해온 일본의 치매 최고권위자 하세가와 카즈오와 같은 인물들은 치매를 앓고 살아가는 자신의 삶을 세상에 공개함으로써 치매 관련 정책 마련 및 돌봄 실천에서 당사자를 참여시키는 기반을 마련하는 계기가 되었습니다. 그러나 현재 한국의 치매 관련 정책 및 돌봄서비스 계획·전달·평가 등의 전 과정에서 치매 노인 및 돌봄 가족 당사자의 참여는 매우 제한적인 실정이므로 당사자의 목소리를 가이드라인 구성에 반영하는 것은 현실적으로 어려움이 있으셨으리라 짐작됩니다.

2) 이명선·이봉숙, 2006. “치매 환자와 간호사의 의사소통에 관한 대화분석.” 『대한간호학회지』 36(7): 1253-1264.

3) 오자와 이사오, 2009. 『치매를 산다는 것』이근아 역, 이아스.

하지만 사람중심케어 이념의 실천 원칙을 기준으로 하는 가이드라인 개발의 타당성을 높이기 위해서는 연구참여자 표집에서 치매 노인과 돌봄 가족을 포함할 필요가 있습니다. 발표자께서는 본 가이드라인을 활용하는 대상자의 범위를 공식적 돌봄 제공자뿐 아니라 가족 등 비공식 돌봄 제공자를 포함하고 있으며, 제시되는 원칙들을 토대로 개별사례에 맞게 응용하거나, 추가·변형 가능하다는 점을 보고서에 명시해주셨습니다. 향후 연구에서 대전사회서비스원 종합재가센터의 방문요양서비스를 이용하고 계신 치매 어르신 또는 대전 충남 지역 내 치매안심센터 등을 중심으로 형성된 치매 가족 자조 모임 참여자를 대상으로 포커스 그룹 인터뷰를 실시하거나, 네트워크녹음기를 활용한 데이터 수집 대상 현장을 일반 가정이나 주간보호센터와 같이 재가서비스가 이뤄지는 곳으로 확대 조사하여 그 결과를 도출한다면, 가이드라인의 응용 단계에서 보다 실용적인 가이드를 제시할 수 있으며 신뢰성 또한 높일 수 있을 것이라 판단됩니다.

둘째. 관찰 조사방식을 통한 비언어적 의사소통의 가이드 보완이 필요합니다.

DCM(Dementai Care Mapping)은 사람중심케어의 구현을 목적으로 하는 실천 방법으로, 시설에 거주하는 치매 상태 어르신의 행동과 케어 내용을 관찰하고 사정하는 도구입니다. DCM을 수행하는 전문 Mapper는 지속적인 관찰을 통해, 치매 노인의 상태를 파악하고 당사자 중심의 돌봄서비스를 계획하게 됩니다. 이는 언어적 보고방식의 사정도구와 달리 관찰을 통해 클라이언트의 욕구를 파악하는 특징이 있습니다.

본 연구에서도 데이터 수집을 위해 채택하신 서면질의서·FGI·녹음방식 이외에 관찰을 통한 자료수집이 보완된다면 침묵을 포함한 다양한 비언어적 표현의 의사소통을 파악하는 것이 가능할 것입니다.

돌봄의 기본 원칙은 대상에 대한 존중입니다. 본 연구의 다양한 문헌에서 제시된 것 처럼 치매 커뮤니케이션의 기본 원칙은 존중과 공감입니다. 많은 돌봄 종사자들이 기억은 사라져도 감정은 계속 남아있는 치매 상태의 어르신을 존중으로 돌봐야 한다는 사실을 잘 알고 있습니다. 하지만 어떻게 하는 것이 존중하는 방법인지에 대해서는 어려움을 느낍니다. 때문에 전문적인 치매 케어는 무엇인가?에 대한 지적 또한 지속적으로 제기되는 실정입니다. 본 연구에서 개발된 치매 커뮤니케이션은 치매 상태의 어르신에게 전문적인 돌봄을 제공할 수 있는 실천 이념과 원칙 및 방법을 제공하고 있다는 점에서 매우 반가운 실천 도구라 할 수 있습니다. 향후 연구에서 제언에 대한 부분이 고려되어 가이드라인이 보완된다면, 치매인의 신체적·정신심리적 편안함을 제공하여 보다 오래도록 일상생활에 참여하도록 하는 치매 커뮤니케이션의 궁극적 목표를 실현할 수 있을 것입니다. 또한 치매 상태의 어르신이 사회 구성원으로 공존할 수 있는 치매 돌봄의 전문성을 제시하는 시금석이 될 것입니다.

감사합니다.

팬더믹 상황 속 아동의 보호와 돌봄은 어떠한 변화가 필요한가?

방영탁 (소망의집 시설장)

코로나19 팬더믹의 장기화는 우리 생활 전반의 모습을 바꿔 놓았습니다. 여러 연구자가 다양한 계층과 세대에 관한 연구를 진행하고 있으며, 아동에 관한 연구도 일반아동, 취약계층 아동 등을 여러 연구자가 조사하고 있습니다.

대전시 아동을 대상으로 한 연구도 팬더믹 상황을 슬기롭게 대처할 수 있는 방안의 마중물이 될 수 있을 거로 생각하며, 저는 연구보고서의 정책적 제언 부분을 아동복지 서비스를 중심으로 보충 의견 드리겠습니다.

첫째, 팬더믹 기간 아동의 기본적인 안전과 생존을 위한 지원방안이 필요하다.

팬더믹 상황에 많은 초등학교가 온라인 학습으로 전환되었습니다. 맞벌이 또는 평일 아동을 돌볼 수 없는 부모들에게는 아이들의 돌봄과 식사에 대한 문제가 가장 크게 발생하였습니다.

국가에서 제공하는 아동 복지서비스 중 아동 돌봄 영역의 역할이 매우 중요했던 상황입니다. 특히 지역아동센터와 다함께돌봄센터는 긴급 돌봄을 진행하며, 방임 우려가 있는 아동들의 돌봄을 진행했습니다.

연구자분이 말씀하신 아동의 심리적 안정, 안전에 대한 불안감 해소, 결식문제 해결은 아동돌봄시설의 이용을 통해 일정부분 방안을 찾을 수 있을 것 같습니다.

실제로 지역의 돌봄기관(지역아동센터와 다함께돌봄센터를 말함)에서 방역 수칙을 준수하는 가운데 친구들과 놀이 및 프로그램을 진행하고 있는 부분은 아동의 심리적 불안감을 해소하는데 큰 효과 보인다고 생각합니다.

더불어 돌봄기관에서는 시설 내 급식 제공과 함께 코로나19가 심각한 상황에서는 개별 가정방문을 통해 아이들에게 점심 도시락을 제공하여 아동 결식이 발생하지 않도록 하고 있습니다.

둘째, 팬더믹 상황에서 대전시민의 방역 단계별 아동복지기관 운영 매뉴얼이 필요하다.

팬더믹 상황에서 아동복지시설에는 단계별 방역 수칙에 대한 대응 매뉴얼(지침)만이 전달되었던 게 20년~21년의 상황입니다. 모든 국민과 정부 관련 기관들이 처음 겪는 상황들이기 때문에 혼란스러움은 더욱 커졌던 상황인 것 같습니다.

20년 상반기에는 많은 혼란이 있었고, 이후 대유행에 따라 아동복지시설의 현장의 혼란은 롤러코스터를 타듯 당황과 난처한 상황들의 연속이었습니다. 일부 시설에서 자체 운영 매뉴얼을 만들어서 능동적인 상황대처에 노력하였지만, 한계는 분명히 있는 것 같습니다.

특히 연구자분이 말씀하신 “안정적인 복지서비스와 방역의 조화”를 위한 매뉴얼 개발 필요성에 동의합니다. 그동안 매뉴얼은 방역 수칙 방법과 확산 방지를 위한 규칙을 중심으로 구성되었습니다. 일상 회복을 위한 위드코로나 상황에서는 안정적인 복지서비스를 제공하기 위한 매뉴얼 내용이 필요합니다.

안정적인 복지서비스 제공을 위해서는 인력과 예산의 추가투입이 필요하다는 전제하에 아동복지시설을 이용하는 아동들이 안전하게 즐길 수 있는 위드코로나 활동 프로그램 및 교안들이 매뉴얼에 담길 필요가 있습니다.

아동복지시설의 기존 프로그램들은 최근 방역 수칙에는 실행할 수 없는 것도 있으며, 더욱 다양한 프로그램들이 시설에 제공된다고 이용하는 아이들의 정서적인 도움이 될 것으로 보입니다.

셋째, 대전광역시 아동복지서비스 지원을 위한 시청과 시교육청, 외 아동복지기관의 네트워크 구축을 통한 통합지원체계가 필요하다.

아동복지시설은 대부분이 소규모시설입니다. 시설 종사자 수도 부족하고 팬데믹 상황 대응에 대한 정보와 대응력도 부족한 현실입니다. 절대적으로 통합지원체계를 위한 네트워크 구축이 필요합니다.

더욱이 아동복지시설을 이용하는 아동들은 일상생활에 대한 지원과 교육지원에 대한 필요성이 매우 높습니다. 따라서 행정부, 교육부, 아동복지시설의 유기적인 소통과 대응체계 마련이 필요하며, 위기 상황 대응을 위한 논의구조(협의체)를 마련하여, 정기적인 현황공유와 공동 위기 대응 매뉴얼을 마련하는 것이 중요하다고 생각합니다.

특히 취약계층 아동의 경우 팬데믹 상황에 많은 지원이 필요한 상황입니다. 보편적인 통합지원과 함께 시설 보호아동(아동그룹홈, 양육시설 등)과 지역아동센터, 다함께돌봄센터 이용 아동에 대한 맞춤형 지원(현금/현물)도 여러모로 고민할 필요성이 있습니다.

넷째, 포스트 코로나 시대를 대비하여 코로나19로 인해 변화된 아동의 생활과 심리정서적 어려움에 대한 지원이 필요하다.

아동복지시설을 이용하는 아동들은 맞벌이 부부 아동도 있지만, 다문화, 수급, 한부모, 조부모 등 돌봄과 교육의 격차가 커질 수 있는 아동들이 많습니다. 특히 시설보호아동(아동그룹홈, 양육시설 등)은 경계선아동 또는 장애아동인 경우가 많으며, 세심한 돌봄과 밀착형 교육지원(인력 등)을 통해 아동들의 발달과정과 학령기 시기를 안전하게 성장할 수 있도록 할 필요가 있습니다.

시설보호아동 중 학대피해아동과 심리정서적 치료가 필요한 아동들이 있습니다. 이러한 아동의 경우 치료 센터 및 대면을 통한 접근이 필요한데 코로나19 상황에서는 많은 제한점이 발생하였습니다. 가장 중요한 치료 시기를 놓치게 되는 상황은 아동의 성장에 막대한 악영향을 끼칠 수 있기 때문에 IT기술 또는 메타버스 등을 활용한 치료 방법들이 준비될 필요가 있다고 봅니다.

마지막으로 오늘 대전복지정책포럼을 통해 본 연구의 목적인 아동의 삶을 파악하고 필요한 복지서비스를 마련을 위해서는 많은 제언이 필요할 것으로 보입니다. 그리고 행정부와 교육부가 열린 마음으로 칸막이를 넘는 협력과 지원이 필요할 것으로 보입니다.

코로나19를 겪고 있는 아이들에게는 넘치는 지원과 각별한 관심이 필요합니다. 이들이 우리 사회의 청년으로 성장했을 때 또 다른 예상치 못한 사회문제로 커질 수 있고, 그에 따른 막대한 사회적 비용이 발생하지 않도록 우리 어른들의 노력이 정말 필요한 시기입니다. 감사합니다.

김현주 · 권부남, “코로나19가 청소년의 신체적 · 정서적 · 사회적 건강에 미치는 영향”에 대한 토론문

김성한 (한남대학교 사회복지학과 교수)

코로나19로 인해 근 2년여 간 한국 사회는 매우 낮은 상황 속에 새로운 경험들을 하고 있음. 짧다고 할 수 없는 기간이었기에 이로 인한 영향이 무엇인지, 또 앞으로 이러한 영향들이 어떤 파장으로 작용할지 궁금하고, 또한 우려스러운 가운데 청소년을 대상으로 코로나19가 이들의 신체적, 정서적, 사회적 건강에 미친 영향에 대한 연구는 시의적절하고 의미 있는 연구로 판단됨.

전체적으로 연구자의 견해에 동의하되, 연구 설계 및 몇 가지 자료 해석에서 좀 더 생각해보아야 할 점과 청소년의 신체적 · 정서적 · 사회적 건강과 관련하여 같이 논의해보아야 할 점에 대해서 토론하고자 함.

먼저, 연구 설계와 관련하여 이 연구의 제목과 주요 주제는 청소년의 신체적, 정서적, 사회적 건강인데 연구 내용에서는 이 부분이 명확하게 드러나지 않는 편임. 물론 본문 안에 이 부분이 포괄적으로 녹아 있다고 보이지만, 중요한 연구 주제라면 이론적 배경에서 개념 정의 및 범위, 그리고 관련 선행 연구에 대한 고찰이 좀 더 다루어지는 것이 나올 것으로 보임.

신체적, 정서적, 사회적 건강을 어떻게 정의내리고, 다루는 범위는 어디까지 한정시킬 것이며, 이와 관련된 기존 연구는 어떻게 진행되었으며, 이러한 부분이 코로나19라는 특수한 상황에서 어떻게 고려되어야 하는지에 대한 고찰이 있었으면 더 나았을 것으로 판단됨.

마찬가지로 위캔센터와 관련된 부분에서도 그동안의 연구나 자료에 대한 검토나 유사한 다른 지역, 다른 기관에서의 자료나 기존 보고서 등에 대한 검토를 전제로 논의를 풀어갔으면 연구결과가 좀 더 입체적으로 전달될 것으로 판단됨. 특히 사회적 건강과 관련된 논의가 애매하게 다뤄진 면이 있음¹⁾. 일반적으로 논의되는 청소년의 사회적 발달이라면 청소년들이 가족뿐만 아니라 이웃, 친구 등 인간관계의 범위가 확대된다거나 부모의 보호와 간섭으로부터 독립하여 자율성을 키워 가려고 하며, 또래 친구들과의 친밀감이 강해지고, 집단의식이 발달하는 것으로 보고 있음. 그렇다면 정서적 건강에서 다루고 있는 가족관계, 친구관계, 사회적 관계, 학교생활 등은 사회적 건강과 밀접한 관련을 가진다고 볼 수 있는데, 이 연구에서는 이에 대한 만족도를 정서적 건강으로 다루고 있고, 사회적 건강은 진로와 학업에만 초점을 맞춰 살펴보고 있음. 그 속에서 다루고 있는 부분들이 중요하다고 할 수 있지만 이를 어떻게 개념화해서 다룰 것인지는 다르다고 생각됨.

1) 사회적 건강은 사회관계가 원만하고, 사회적 활동이 활발한 상태라고 정의하거나, 개인이 사람들(가족, 친구, 동료, 이웃)과 주위 환경에 성공적으로 상호작용할 수 있는 능력 등으로 정의됨.

아마 조사 대상자 확보의 편의성 및 위캔센터 관련 욕구 및 사업 점검의 필요성이 고려되다 보니 어쩔 수 없었던 것 같긴 한데, 그럼에도 불구하고 청소년의 신체적, 정서적, 사회적 건강과 위캔센터 관련 이용 현황, 욕구, 필요한 프로그램이라는 두 가지의 주제를 동시에 다루고 있다는 점은 부인하기 어려움.

둘째, 자료 해석과 관련하여,

코로나19가 청소년에게 미친 영향 혹은 청소년의 성장과 코로나19와 관계없이 일반적인 성장 흐름에 따른 청소년의 변화를 구별할 필요가 있겠다는 생각이 듭. 예를 들어 결론 및 제언에서 중요하게 언급하고 있는 여자 청소년의 체질량지수 증가가 코로나19로 인한 영향인지, 본문에서도 언급되고 있긴 하지만 자연스러운 성장의 결과인지가 명확하지 않음. 아니면 학년이 올라감에 따른 일반적인 변화일지도 모름. 학년별로 남, 여를 구분하여 살펴보는 것도 의미 있는 시도일 수도 있을 것임. 코로나19와 관계없이 한국 청소년의 체질량지수 변화에 대한 기존 자료가 있다면 이와 비교하면서 논의하는 것이 나올 것으로 보임. 이외에 여자 청소년의 체질량지수가 유의하게 증가했다고 하나 어쨌든 정상범위에 있다는 것인데 이를 어떻게 바라보아야 할지에 대해선 조심스럽게 접근해야 하는 것은 아닌가 하는 생각이 듭. 다만, 코로나19와 관계없이 이런 현상에 대해 관심을 유지하는 것은 중요하다고 봄²⁾.

전반적으로 이 연구의 타당성을 높이긴 위해선 기존 연구를 포함한 다양한 사례와의 비교 논의가 좀 더 가미되었으면 하는 아쉬움이 있음.

셋째, 이 연구의 장점은 시의성과 실용성이라고 생각됨. 이를 위해선 전반적인 현황 파악에서 한 발 더 나아가 대안 모색을 위한 실질적인 아이디어나 구체적인 방안에 대한 탐색 혹은 제안들이 더 많이 다루어졌으면 하는 아쉬움이 있음. 코로나19 이후의 청소년의 신체적, 정서적, 사회적 건강의 변화 못지않게 이에 대해 어떻게 대응할 것인지에 대한 고민이 구체적으로 담겨 있으면 나올 것으로 보임. 예를 들어 결론 및 제언에서 청소년의 점심 결식 문제가 대두되며, 스스로 조리할 수 있는 청소년이 다수였고, 필요한 식품을 구할 수 없는 청소년도 있었으므로 가정간편식(HMR)을 활용한 영양지원이 필요하다고 했을 때 그 표적집단을 어떻게 해야 할지 등에 대한 논의가 추가적으로 필요할 것으로 보임. 즉, 청소년 일반을 대상으로 대안을 고민해야 하는 부분과, 코로나19로 인한 영향으로 보다 구체적인 표적화를 통해 대응을 해야 하는 경우를 구분해야 됨. 현재는 이 부분이 명확하지 않음. 대상자 선정기준, 발굴체계 및 방법, 제공주체 및 기관 등에 대한 논의의 단초를 제공했으면 더 낫지 않았을까 하는 생각이 듭.

위캔센터와 관련된 제안에서도 마찬가지임. 코로나19의 영향을 고려한 위캔센터의 프로그램 개선과 일반적인 위캔센터의 프로그램 개선을 구분하면서 논의를 시도해보는 것이 시의성 면에서 나왔을 것으로 보임.

이 연구가 보다 의미를 갖기 위해선 대응책에 대한 보다 구체적인 아이디어나 대안에 대해 다양한 논의를 적극적으로 시도해보는 것이 필요하다고 판단됨. 물론 그 대안의 실행 가능성, 여건, 사회적 환경 등 고려해야 할 사항이 많은 것은 사실이지만, 그럼에도 불구하고 지금과 같은 전대미문의 상황에서는 오히려 다양하고, 톡톡 튀는 아이디어들을 놓고 선택의 가능성을 넓혀보는 것도 중요한 시도일 수도 있음. 코로나19가 부정적 영향이 없다거나, 영향을 미치지 않았을 거라고 가정하기가 쉽지 않은 상황에서 중요한 것은 이에 대해 어떻게 대처해나갈 것인가에 대한 구체적 논의가 필요할 것으로 봄.

2) 작년 수치를 어떻게 구했는지가 궁금함.

지역사회에서 통합돌봄 심리지원 체계를 고민한다면

나준식 (민들레의료복지사회적협동조합 이사장)

1. 지역사회통합돌봄의 과제

건강한 노인이든, 만성질환이나 장애를 가지거나 돌봄이 필요한 노인이든, 누구나 살아가면서 심리정서적 어려움을 겪을 수 있으며, 접근 가능한 지역사회 심리지원 자원망과 적절한 네비게이터, 전달체계가 필요하다.

특히 Aging in Place를 목표로 하는 지역사회통합돌봄에서, 건강한 노인이 노쇠와 질병으로 장애와 돌봄이 필요한 상황으로 이환되어 가는 과정에서 가장 중요한 싯점은 만성질환관리단계라 할 수 있고, 이 단계에 개입하는 것이 필수적이고 효과적이다.

이제 본격적으로 고민되기 시작한 지 3년 밖에 되지 않은 지역사회통합돌봄 현장의 정책적 실천적 고민이 깊지 못하여 풍부하고 다양한 현장경험을 가지고 연구주제에 대해 토론하지 못해서 아쉽고 죄송하다.

그럼에도 현장을 선도적으로 이끌어 주는 연구로서 반갑고 고마운 일이다.

2. 커뮤니티케어에서 가장 중요한 관점은, 당사자, 이용자 중심의 접근.

한 사람을 몸과 마음으로 나누어 볼 수 없듯이, 신체적, 심리적, 사회환경적 문제를 구분해서 접근하는 것은 서비스중심, 제공자 중심의 접근이며 이것은 아무리 좋은 그림을 그린다 해도 기존의 체계와 질적으로 다르지 않은 것이다. 이것을 당사자, 이용자 중심으로 통합해서 접근할 수 있어야 실질적인 변화라고 할 수 있다.

문제에 접근하고 풀어가는 과정에서 각각의 영역을 구분하여 파악하고 정리해서 어떤 실행 가능한 모형과 결과를 얻는 것은 필요하지만, 이후 현장에서 적용해 나갈 때에는 통합적 관점에서 재설계, 조정이 필요하다. 그 재설계의 관점은 제공자나 서비스 중심이 아니라 이용자, 당사자 중심이어야 할 것이고, 조직적으로 그것을 구현해 내는 것을 목표로 하는 지역사회통합돌봄의 컨트롤타워 조직에서 매니징 하는 방향으로 수정 설정한 것은 매우 중요하고 적절하다고 판단된다.

이런 예가 있다.

당뇨와 그 합병증과 우울증 등으로 고생하는 여성인데, 혼자 아이를 돌보고 키우는 어려움과 당뇨병으로 인한 신경합병증으로 인한 통증이 심해 병원에 다니기도 어려운 상황에서 우울증이 심해 자살시도 등의 문제를 가지고 있었다. 여러 행정기관, 복지관 등에서 다양한 수년간 복지지원과, 통합사례관리, 우울증에 대한 상담과 정신과 연계를 반복했지만 삶이 개선되지 않았다. 민들레의료사협에 우연히 진료를 받게 되어 케어매니저를 통해 지속적인 관계형성을 유지하면서 필요한 자원들을 연계하긴 했지만, 실제로 본인의 의지와 현실을 바 꾸어내기에는 역부족이었다.

결국 가장 핵심적인 당사자의 건강문제 해결에 중심을 두고, 당뇨병의 집중 관리와 합병증으로 인한 통증에 대한 개선을 목표로 개입하기 시작하자, 그 여성은 자기관리에 의욕을 가지고 정기적으로 내원하고 있으며 웃음을 되찾고 삶에 대한 의지를 회복하는 과정에 있다.

심리지원서비스 뿐만 아니라 어떤 서비스도 다양한 건강의료문제나 가족환경과 사회경제적 어려움 등과 분리되어 있지 않으므로, 포괄적이고 다학제적 접근이 보장되어야 하고, 케어플랜수립과 서비스전달 과정에서 환류되고 조정가능한 체계를 보장하는 것이 중요하다.

이것은 심리지원분야에서 고민할 것이 아니라 지역사회통합돌봄체계 구축에서 고민할 문제라고 할 수 있을 지 모르지만, 이미 분절되어 작동하고 있는 체계와 구조에서 각각을 다시 통합 조정한다는 것의 한계를 실감한다. 각각의 자원, 서비스 영역에서 처음 고민할 때부터 통합 조정의 전제를 분명하게 고려하고 정책과 인력, 서비스, 전달체계가 준비되는 것이 필요하다.

3. 심리정서지원의 가장 중요한 자원은 호혜의 관계인 이웃

심리지원 서비스의 수준이나 질, 전달체계를 고민하는 출발점을 전문가, 서비스제공자로 고정하지 말아야 할 것이다. 이미 연구자, 전문가, 서비스제공자 위치에서 출발하는 고민이라 피할 수 없는 면이 있을 것이다.

실제 생활에서 어려움을 겪고 있는 사람에게 가장 우선이 되는, 가깝고 일상에서 접근 가능한 심리정서자원은 신뢰하는 이웃관계라는 것을 누구도 모르지 않는다. 다만 그것을 중심으로 연구하지 않았기 때문인데, 그것을 포함한 고민과 연구가 이어지면 좋겠다.

문제를 발굴하고 선별해서 연계하고 프로그램과 서비스를 제공하는 체계를 고민하면서도, 동시에 주민들이 스스로 이웃과 함께 돕고 위로하며 살아가고 있는 일상을 지지하고 지원하는, 나아가서 주민들이 건강한 이웃 관계를 맺고 유지할 수 있도록 촉진하고 지원하는 분야에서 심리정서지원, 서비스는 무엇이며 어떤 역할을 할 수 있는지.

심리서비스 분야의 현장 고민을 얘기해달라고 했을 때, 대덕구 지역사회통합돌봄 실행단활동을 하는 한 복지관 부장의 소회를 그대로 전한다.

“심리라는 거창한 표현 보다는 속내를 털어놓고 위로받고 위로해줄 수 있는 이웃들이 없는 현실이 안타깝습니다.

과거에 비해 이웃에 대한 개방성이 많이 위축되고 폐쇄적으로 변했습니다.

예전에는 초,중,고등학교 동창이나 친한 선후배들 만나 술 한잔하며 힘든일이나 어려운일들 털어놓고 위로 받기도 했는데, 이제는 각자의 삶이 바빠기도 하고, 고향에서 멀리 떨어져 나와 살다보니 만나기도 어렵고 선뜻 이야기 하기가 어렵게 느껴질 때가 있습니다.

빚 권하는 사회, 경쟁과 물질만능인 사회, 대출이 없는 사람이 없고, 월급은 통장을 스쳐 지나갈 뿐이라는 이야기에 많은 사람들이 동의하고 공감하는 시대입니다.

이웃과의 관계가 단절되고, 채무에 시달리다가 자살을 선택하는 사람들의 소식을 많이 듣게 됩니다. 아무리 힘들어도 견뎌내고 이겨낼 수 있는, 살아가야 하는 힘을 얻을 수 있는 누군가가 있으면 그렇게 삶을 끝내지는 않았을텐데요.

상담소에서 상담을 받는 것으로 끝날 것이 아니라 고단한 삶을 위로받을 수 있는 삶의 안식처가 필요하다는 생각을 해 봅니다.

누군가 나의 이야기를 들어줄 수 있는 사람, 내가 누군가의 이야기를 들어줄 수 있는 사람이 되어야 하지 않을까 생각해 봅니다.

그래서 이웃과의 관계를 살릴 수 있는 일, 그런 일에 집중해야 하지 않을까 생각합니다. 지역사회에서 이웃과 이웃으로 자연스러운 이웃관계를 살릴 수 있는 방향성이 아니라 공무원들이 실적을 요구하고 1년 2년 사업기간 동안에 드러내 보일 수 있는 가시적인 성과만을 요구하니 상담소 만들어 내고, 상담 건수 가지고 이야기를 할 수 밖에 없는 것 같습니다.

심리지원 서비스 중요하고 필요합니다. 그러나 그것이 어떠한 사업의 형태로가 아닌 마을에서 더불어 살아가는 이웃관계를 맺어줄 수 있는 방법에 대한 고민과 모색이 필요하다고 생각합니다.”

보호종료아동 자립준비실태 및 개선방안연구 토론문

신종근 (평화의마을 아동복지센터장)

■ 연구 목표 : 대전형 보호종료아동 자립지원정책 수립 목적

1. 보호종료후 삶의 문제인식 우선순위

■ 주거문제와 취업문제

가. 자립정착금(500만원)

나. CDC(디딤씨앗통장)(1 : 1 정부매칭 5만원)

다. 자립수당(30만원 : 3년)

※ 자신들의 현실인식에 대한 이해를 위한 교육(선배들과의 만남) 필요.

■ 생활지원 및 임대료, 의료비지원

■ 심리검사 및 상담지원과 자존감 코칭 등의 욕구가 낮음.

가. 퇴소 3년미만 대상자들의 욕구가 3년이후 대상자들의 욕구에 비해 낮게 나옴.

■ 주거지원통합서비스(32명)

개별적인 사례관리를 받은 경우, 서비스를 경험하지 못한 대상자들에 비해 우울, 불안 등 심리적인 문제에 대한 점수가 낮게 나타남.

※ 통합사례관리를 받을 수 있는 대상자의 수를 확대하여 전문적이고 개별적인 지원을 통해 보호종료아동의 자립 지원이 필요하다.

2. 자립지원서비스 욕구에 대한 조사결과 우선순위

■ 생활지원서비스(94.9%)

■ 임대료지원(86.7%)

■ 교육비(자격증 취득 / 개인역량 강화 / 문화생활) 지원

※ 보호종료 후 3년 이상 경과된 집단에서 필요성이 높게 나타남.

■ 심리상담 지원 및 자존감 코칭

※ 보호종료 후 3년이 지난 대상자들과 직장에 다니고 있는 대상자들에게 높은 욕구가 나타남.

불안과 우울감이 보호종료와 동시에 극복될 수 없는 것이며, 보호종료 후 외로움과 스스로 모든 일을 해결하고 살아야 한다는 부담감이 대상자들에게 심리적으로 부담을 줄 것이라 예측할 수 있다.

3. 초점 집단면접을 통한 자료수집과 분석결과 내용

- 보호종료 후 가장 어려운 점으로 혼자라는 외로움을 꼽았다.
※ 다양한 자조모임을 구성하여 활동하도록 하는 것이 필요함.
- 보호종료예정아동 욕구와 보호종료아동의 욕구 비교결과 보호종료직후에는 주거지원 및 교육비-대학 등록금, 생활지원금을 중심으로 지원하고 보호종료 3년이 경과된후에는 자격증 취득을 위한 교육비, 심리상담 지원 등의 지원이 필요.
- 보호종료 되고 법적 지원이 종결된 이후에도 이들을 지원할 수 있는 단체나 대변할 수 있는 기관 필요.

■ 정부계획 : 보호종료아동(자립준비청년)지원 강화방안

1. 만24세까지 보호연장 강화(본인의 의사반영)

2. 자립지원전담기관 전국운영

3. 자립지원 전담인력 확충

4. 소득안전망강화

- 자립수당지급확대(월 30만원 : 최대 5년)
- 아동자산형성사업(디딤씨앗통장) 지원확대(정부매칭비율 1:1 → 1:2 , 지원한도 월5만원 → 10만원)
- 자립정착금 지원확대(현재 최소 500만원 → 지자체 협의를 통해 확대)
- 생계급여 제도개선(근로소득 특별공제 만24세 → 보호종료 5년 이내로 확대)

5. 주거안전망 강화

- 단계별 주거지원 체계마련(주거상담, 설계→신청→입주 확정 / 계약 → 입주)
- 공공임대주택 등 주거지원강화
- 주거비 등 사례관리 지원확대
- 수요 맞춤형 주거공급확대

6. 진로탐색 및 진학기회 확대

- 진로상담 플랫폼 연계 추진
- 고등교육 기회보장 지원
- 국가장학금 지원강화
- 대학생 기숙사 지원강화
- 시설 보호아동 기초학습 지원(학습동기부족, 경계선지능, ADHD 등)

7. 직업경험 및 고용기회 제공

- 국민취업지원제도 맞춤형 지원추진

- 청년도전지원사업 지원대상 범위에 포함
- 전문기술 훈련기회 확대
- 취업지원 활성화 방안 마련

8. 일상 속 자립역량 강화

- 시설아동 자립체험 환경조성
- 체험형 경제교육 운영 및 금융상담 연계
- 자립지원 정보제공 강화

9. 마음의 안정 지원

- 보호부터 종료까지 심리상담·치료 지원강화
- 정신건강복지센터 등 지역사회 자원연계 강화
- 바람개비서포터즈 확대운영

■ 대전형 보호종료(예정)아동 자립지원 정책 제안

1. 입소부터 퇴소전까지 자립 지원

- 대전시 시설아동/공동생활가정/가정위탁 현황(중학생/고등학생) : 230명~300명
- 심리 및 정서 지원 분야
 - 가. 입소아동 심리검사 및 상담비 지원(1인 : 1년)
 - 나. 심리상담 및 치료비 지원(1인 : 1년 ~ 3년)
 - 다. 경계선아동 및 장애아동 관련 심리검사 및 치료 예산 반영 필요.
 - 라. 의료비 자부담 발생시 지원 체계 구축 필요.
 - 마. 프로그램비 지원 필요 : 운영비 매칭(1:1) 지원
 - ※ 프로그램비 : 심리검사 및 치료비, 의료비 등에 사용
- 교육 분야
 - 가. 보호종료예정아동(중학생/고등학생) 경제 및 금융 교육 / 컨설팅(년 4회)
 - 나. 퇴소선배와의 만남, 홀로서기 사전교육(보호종료예정아동 년 2회)
 - 다. 각종 자립 정보 관련 교육(년 2회)
 - 라. 자격증 취득과정 지원(년 2개 과정 지원 : 요청시)
 - 마. 직업체험(현장체험) 활동 지원(1인 2주, 년3회 / 참가비 지원)
 - 바. 각 기관(아동시설, 공동생활가정, 가정위탁) 자립전담요원 교육 정례화
 - ※ 해외자원봉사활동지원 : 년1회(중학생/고등학생 : 각 30명)

2. 퇴소 후 보호종료 5년 이내 자립 지원

- 대전시 보호종료아동 5년 이내 현황 : 350 ~ 400명
- 심리 및 정서 분야 지원
 - 가. 보호종료아동 다양한 자조모임 구성 및 활성화 지원.
 - 나. 심리상담 및 치료비 지원(요청시 1인 : 1년 ~ 3년)
 - 다. ADHD / 경계선 / 경증장애아동 사례관리 전담인력 필요.
- 소득 분야 지원
 - 가. 자립정착금 상향지원 : 정부하한선 + 대전지원(50%)
 - 나. 자립수당 상향지원 : 정부하한선 + 대전지원(50%)
 - 다. CDC(디딤씨앗통장 - 1:1 매칭5만원) 상향 지원 : 정부하한선 + 대전지원(50%)
 - 라. 대학 등록금(1년 2회 : 전반기, 후반기) / 학업지원비(년 2회)
 - 마. 의료비 지원(건강관리)
- 교육 분야 지원
 - 가. 경제 및 금융 교육 / 컨설팅(년 4회)
 - 나. 선배와의 만남, 홀로서기 사전교육(보호종료 후 년 2회)
 - 다. 각종 자립정보 관련 교육(년 2회)
 - 라. 자격증 취득과정 지원(년 2개 과정 지원 : 요청시)
 - 마. 직업체험(현장체험) 활동 지원(1인 2월, 년 3회 / 참가비 지원)
 - 바. 각 기관(아동시설, 공동생활가정, 가정위탁) 자립담당 교육 정례화.
- 주거 분야 지원
 - 가. 임대 및 전세 주택 지원
 - 나. 임대료 지원(이자 및 월세)
 - 다. 가구 및 가전제품, 컴퓨터 지원 : (1인 : 300만원)
 - 라. 주거지원 통합서비스 대상자 확대 필요
 - 사례관리자 인력 기준 변경 필요(1명당 30명 → 2명당 30명 기준)
 - 마. 대전시 사례관리자 추가인력 배치로 대상자를 확대(전체 50%) 필요.
 - 사례관리자 인력배치(10명(1조 2명)배치 - 5개조 150명관리)
 - 바. 특별관리분야 : ADHD, 경증장애, 경계선 대상자 전담 사례관리 전담인력필요.
 - 사례관리자 인력배치(10명(1조 2명)배치 - 5개조 30명관리)
 - 사. 삼성“희망 디딤돌”사업 지자체 신청 / 선정
 - 주거지원 20명 / 사례관리자 배치
 - 아. 자립관 이용 활성화 지원(현재 정원 34명 / 10명 이용중)
 - 이용율이 낮은 이유를 확인하고 활성화 대책을 마련하여 지원
 - 자. 보호종료연장(요청시) 허용 지원
 - 각 시설에서 독립공간 구성에 필요한 기능보강을 지원

3. 지속적인 대상자 전달 체계 구축 필요

■ 대전시 자립전담기구설치 / 운영

- 가. 대상자 파악 및 관리 / 자립 프로그램 안내 및 교육
- 나. 개별적인 사례관리(심리지원 및 밀접관리) 지원
- 다. 대상자 욕구에 맞는 자조모임 활성화 지원
- 라. 개별적인 취업지원 및 연계활동 지원
- 마. ADHD / 경계선 / 경증 장애 대상자 전담 인력 배치 필요.

■ 시설별 자립전담요원 관리체계 구축

- 가. 관리전담인력 배치가 필요.
- 나. 시설내 중/고생 자립교육 및 프로그램 예산 반영으로 실질적인 역량지원
- 다. 시설별 자립전담요원 역량강화사업 필요.

■ 주거지원 통합서비스 확대 운영(현재 32명) 필요.

- 가. 현재 전담 인원을 1명 → 2명(지자체 1명 지원) 필요.
 - ※ 주, 야 구분이 없는 지원 체계로 전담인원의 안전을 담보할 필요가 있음.
- 나. ADHD / 경계선 / 경증장애 대상자 전담 인력(사례관리자)이 필요.
 - 특성을 감안하여 별도 관리할 필요가 있음.
 - 사례관리자 2명당 6명 관리 / 총 30명관리
- 다. 대전시 전체 보호종료아동에 대한 사례관리필요.
 - 사례관리자 2명당 30명 관리 / 총 150명관리

■ 삼성 “희망 디딤돌”사업 공모시 지방자치단체에서 신청 후 확보가 필요.

- 가. 보호종료아동의 주거지원(20가구) 및 사례관리지원사업

Memo.