

토론문

고대균 (충남대학교 소비자학과 / 조교수)

제목: 1인 가구의 사회서비스 인지도와 수요 분석

사회가 발전하면서 개인화, 분절화 등의 경향이 극심하게 나타나며 거의 대부분의 분야에서 “One size fits all.” 전략은 퇴색되어가고 있다. 사회복지, 사회보장 등의 측면에서의 논의도 크게 다르지 않다. 전반적으로 사회서비스에 대한 요구가 높아지는 가운데, 정부에서도 개인 수준에 따른 차등화된 서비스, 지역 여건에 맞는 지자체별 사회 서비스 등의 제공방안을 적극적으로 논의하고 있다.

이러한 와중에 본 연구에서는 특히 국내 가구유형 중 가장 높은 비율을 차지하고 있는 1인 가구를 대상으로 사회서비스에 대한 인지도와 수요 수준 등을 ‘사회서비스 수요 실태조사’ 자료를 기반으로 살펴보고 있어, 매우 시의적절한 주제를 선정하였다고 볼 수 있다. 연구결과를 통해 1인 가구에 맞춘 최적화된 사회서비스 제공 방안을 살펴보고, 수요와 공급 관점에서의 인식의 차이 등을 메꾸는 방안을 모색할 수 있을 것으로 기대된다. 실제로 본 연구에서 제시하고 있는 결론 중 사회서비스를 인지하지 못하고 있는 사람 가운데 경제적으로 취약한 특성으로 인한 잠재적 사회서비스 수용층이 높으며, 이들을 대상으로 사회서비스에 관한 홍보를 강화하고 관련 정보 제공에 더욱 힘을 써야 한다는 언급은 매우 실질적인 근거를 바탕으로 한 적절한 보완 방안이라고 볼 수 있다.

다만, 포스터 발표의 한계로 인해 연구자가 마저 제시하고 있지 못하는 다른 연구결과를 더욱 정교하게 분석, 제시할 필요가 있다. 예를 들어, 사회서비스는 현재 ‘노인 돌봄 서비스, 장애인 돌봄 서비스, 기타 성인 돌봄 서비스 등’ 약 18개의 사회서비스로 세분화되어 살펴보고 있으나 사회서비스의 성격이나 기타 특성에 기인하여 유형을 조금 더 묶어 분류하고 살펴보는 것이 유의미한 시사점을 도출하는 데 도움이 될 것으로 기대된다. 또한, 사회서비스 인지 여부에 따른 차이뿐만 아니라, 인구통계학적 특성이나 경제적 특성 등 다양한 개인의 특성을 고려한 차이를 살펴보면 분석결과가 더욱 풍부해질 것으로 보인다. 나아가, 1인 가구는 국내 가구유형 중 비율이 가장 높은 가구유형인 만큼 그 안에서의 단면들도 다르게 나타나는 경향이 있다. 이한나(2020)의 ‘1인 가구의 사회서비스 수요와 시사점’에서는 1인 가구를 청년층, 중장년층, 노년층으로 구분하여 살펴보고 있는데, 본 연구에서도 1인 가구의 특성을 더욱 세분화하여 유형을 구분하고, 유형별로 사회서비스 인지도와 수요 수준에 어떤 차이가 있는지 살펴보는 것도 분석의 의미를 더 하는 데 도움이 될 것으로 보인다.

본 연구는 시의적절한 주제를 선정하고 맞춤형 사회서비스를 제공하기 위한 효과적인 방안을 모색하고 있다. 향후 추가적인 분석을 통해 연구결과를 적절하게 보완함으로써 본 연구의 의의가 더욱 높아질 것으로 기대된다.