

공공가정의 대상범위에 대한 연구*

—경영학의 대상범위와의 차별을 위하여—

A Study on the Research-Object of Institutional Household
—for Differentiation from the Research-Object of Business
Administration

울산대학교 생활과학부 아동·가정복지학전공
조교수 宋 惠 林

Univ. of Ulsan, Dept. of Child and Family Welfare
Assis. Prof. Dr. oec. : Hye-Rim, SONG

〈목 차〉

- | | |
|---|---|
| I. 서론 | IV. 공공가정과 非공공가정에 있어서 경영의
하위기능영역별 차이점—양로원의 경우 |
| II. 공공가정의 기본개념 | V. 결론 |
| III. 경영학의 대상과 적용원리—공공가정과
非공공가정을 어떻게 구별할 것인가? | 참고문헌 |

〈Abstract〉

This study identifies the research-object of institutional household and differentiates the family resource management perspectives from the business administration perspectives in the area of management study.

This study concludes : for the development of the advanced studies on 'institutional household management' in family resource management the theoretical investigations must be accompanied with the practical work for the enforcement of institutional household manager.

* 가족자원관리연구영역에서 공공가정경영론 및 그 제도화의 필요성을 깊이 공감하면서 이 논문을 위하여 필요한 문헌을 소개하여 주시고 공공가정과 관련되어 가정학적 관점과 경영학적 관점을 구별할 수 있도록 함께 토론하여 주신 두 분의 경영학 전공자에게 지면을 빌어 감사드리는 바이다.

I. 서론

최근 가족자원관리연구자들을 중심으로 공공가정 경영론의 체계화 및 제도화를 위한 논의가 활발히 진행되고 있다. 공공가정은 개별가정을 보충, 지지, 대체하는 기능을 갖는 경영체로서 개별가정과 마찬가지로 가정학의 연구대상이 되어야 하는데, 이를 통하여 연구범위가 확장되고 공공가정관리 전문가에 대한 사회적 요구에 대응함으로써 학문의 사회적 기여가 가능하며 나아가서 가정학 전공자들의 취업과 관련된 진로문제를 해결할 수 있다는 측면에서 그 도입의 의의를 찾을 수 있다(송혜림, 1995:189).

제학문영역에 있어서 새로운 연구주체의 도입이 그러하듯이 공공가정경영론이 가정학 특히 가족자원 관리연구의 한 분야로 도입되고 체계적인 전개과정을 거쳐 자리매김될 수 있기 위하여 가장 시급한 작업은 연구대상에 대한 개념규정이라고 할 수 있을 것이다. 기본적인 개념규정에 관한 논의 및 논쟁을 거쳐 하나의 연구대상은 정의내려져야 하며, 특히 공공가정과 같이 학문의 역사와 문화 및 배경이 다른 외국에서 탄생, 발전되어 온 연구영역을 우리나라의 가정학에 위치시우기 위해서는 이러한 개념규정작업이 더욱 필요하리라고 본다. 그렇지 않다면 공공가정의 연구와 적용 그리고 제도화에 있어서 통일된 방향을 이루기가 어렵게 될 것이며, 공공가정경영론의 지속적인 전개도 위협받을 가능성이 있기 때문이다. 따라서 공공가정이 과연 무엇이며 어떤 대상까지 적용시킬 수 있는지, 즉 공공가정의 대상범위를 어떻게 볼 것인지에 대하여 가정학적인 고유의 관점을 통한 연구가 필요한 시점이라고 볼 수 있겠다.

이와 같은 맥락에 따라 본 연구는 공공가정의 구체적인 대상을 지칭하기 전에 가정학적 시각에서 어떤 경영체를 공공가정으로 볼 것인가 그리고 어떤 경영체는 공공가정에서 제외시킬 것인가에 대한 논의를 진행시키고자 한다. 이러한 연구가 특히 중요

한 또다른 이유는 타학문영역과의 구별을 위해서이다. 독자적인 학문분야로서 가정학의 가족자원관리 연구는 연구대상에 대한 고유한 관점을 가져야 하며, 이를 통하여 다른 학문분야와 구별되는 연구를 진행시킬 수 있을 것이기 때문이다. 이는 또한 가족자원관리 전공자들의 정체감 형성에도 관련이 있다. 이론적 고찰을 통하여 공공가정의 범위에 대한 가정학적 규정을 내리지 않은 상태에서 어떤 특정의 대상을 구체적으로 지칭하여 공공가정이라고 하게 된다면, 다른 학문영역에서 그 대상을 연구하게 될 때 공공가정이 가정학에서 연구되어야 하는 당위성이 의심될 것이다. 예를 들어 노인복지시설을 보자. 이는 가정의 기능을 지지, 보충, 대체하는 업무를 수행하는 시설이기 때문에 공공가정관리 전문가를 필요로 하는 경영체이면서, 동시에 사회복지학에서도 노인복지시설에서 일하는 전문가를 양성하고 있으며, 또한 이 시설의 운영에 있어서 경영학 전공자가 제외될 근거도 없다. 장애자를 위한 시설도 그렇고 어린이집도 마찬가지이다. 따라서 가족자원관리연구의 하위영역으로서 공공가정이 연구되고 이를 통하여 공공가정관리 전문가가 배출되어 공공가정에서 일하게 된다는 일련의 과정이 오늘날 가족자원관리 연구자들에게 부여된 과제라고 할 때, 사회복지사나 경영학 전공자가 아닌 공공가정관리 전문가가 가져야 할 고유한 관점은 무엇이며 그들이 할 수 있는 업무의 영역과 업무수행의 원칙은 무엇인지를 명확하게 지정해 줄 필요가 있다고 본다.¹⁾ 이를 위하여서는 같은 대상이라도 학문영역에 따라 어떠한 차이점을 내포하며 연구되고 적용되어야 하는지를 비교하는 작업이 필요하리라고 여겨진다.

특히 본 연구에서 관심을 두는 영역은 경영학이다. 가족자원관리연구와 경영학은 똑같이 경영 혹은 관리(management)를 다루기 때문이다. 그렇다면 가족자원관리연구영역에서 공공가정과 그 경영을 연구의 대상으로 할 때 경영학과는 구별되는 경영의 원

1) 이 말은 위에서 예시된 시설에서 배타적으로 공공가정관리 전문가만이 일해야 한다는 의미는 아니다. 실제적으로는 다양한 전공자들이 함께 일하게 되겠지만, 이러한 공동업무와 동시에 각 전문영역의 고유성이 반영된 관점이나 철학 혹은 업무수행능력이 중요하다고 보는 것이다.

칙이 과연 있는가, 있다면 무엇인가를 고찰할 필요가 있을 것이다. 경영학에서 다루는 경영원리와 차별되는 가정학적인 경영원리를 설립하지 못한다면 가족자원관리 연구자들은 공공가정경영론을 체계화 시킴에 있어서 내부적, 외부적으로 많은 도전을 받게 될 것이기 때문이다.

따라서 본 연구는 경영학적인 원리와의 비교를 통하여 공공가정의 대상범위를 고찰할 것이며, 이러한 작업을 통하여 공공가정이 가정학 내부적으로 가족자원관리연구의 고유한 대상으로 정착될 수 있는 토대를 제공하고자 한다. 연구의 구성은 먼저 공공가정경영론에서 제시되는 공공가정의 기본개념을 살펴본 다음, 경영학의 대상은 또 무엇인가를 고찰함으로써 공공가정이 가정학의 연구대상이 될 수 있는 당위성을 논의한다. 그 다음 공공가정경영의 각 기능별 하위영역에 있어서 공공가정과 비공공가정의 경영이 어떻게 다른 원리에 의하여 구성될 수 있는지를 구체적으로 비교한다. 이렇게 함으로써 공공가정의 일차적이고도 고유한 대상범위가 규정되고 나면 거기에서 확장된 응용범위도 설정할 수 있게 될 것이며, 나아가서 앞으로 공공가정이 더욱 증가될 것으로 기대되는 시대에 가정학 전공자들이 전문성을 부각시키면서 일할 수 있는 토대를 마련할 수 있을 것이다.

II. 공공가정의 기본개념

1. 목표와 설립주체로 본 공공가정

공공가정은 그 이용자들에게 가정생활의 기능을 지지, 보충, 대체하는 재화와 서비스를 제공하는 욕구충족 지향적 경영체인데, 경우에 따라 제한된 이윤추구가 가능하다(송혜림, 1994: 182). 이 때 제한된 이윤추구라는 것은 경영환경이나 재정구조의 변화 혹은 경영의 효율성으로 인하여 특별히 의도한 바 없는 이윤이 창출되는 경우 또는 장기적인 목표로서의 욕구충족을 위하여 일정기간 의도적인 이윤추구를 단기적인 목표로 삼는 경우에 해당된다. 예를 들어 서기 2000년에 공공가정으로서의 대단위 어

린이집을 구성한다는 목표 아래 그 재정조달을 위하여 1997년부터 3년 간은 이윤을 목표로 어린이집을 신설하여 운영하는 경우이다.

여기에서는 공공가정을 하나의 경영체로 규정하고 있는데 경영체는 (요구되는) 재화와 서비스를 제공하기 위하여 장기적인 지속성을 가지고 목표지향적인 활동을 전개시키는 체계를 의미한다. 따라서 공공가정은 그 목표상 욕구충족을 지향하는 경영체이며, 이에 비교할 수 있는 영리경영체는 이윤추구를 목표로 하기 때문에 여기서의 욕구충족은 이윤추구라는 목표달성의 수단이 된다(이기영·문숙재·송혜림, 1996: 23-24).

공공가정의 개념을 이해함에 있어서 위와 같은 설명보다 더 명확한 근거는 사실상 필요없다. 왜냐하면 욕구충족이라는 단어 자체가 공공가정의 존재의미를 필수적으로 포함하고 있기 때문이다. 노인복지시설을 목표로 따라 들로 구분하면, 하나는 기업 혹은 개인이나 개인 몇 명이 모인 집단에서 투자를 하여 일정기간이 지나면 투자비용을 초과하는 이윤과 그러한 이윤의 지속성을 목표로 Silver Town을 건설하는 경우이다. 또 하나는 역시 기업이나 개인이 혹은 특별히 국가나 지방자치단체 및 시에서 주체가 되어 이윤을 목표로 하지 않으면서 (관할 거주 혹은 대상이 되는) 노인들의 복지를 위하여 Silver Town을 건설하는 경우이다. 전자의 경우 다양한 이유에서 노인복지시설을 대상으로 삼았을 뿐 그 대상이 어린이 집이건 아니면 장애인 재활시설이건 혹은 모성상담소이건 관계없이 이러한 경영체를 운영하는 목표는 궁극적으로 이윤추구이다. 예상되는 비용과 이윤이 시기별로 계산되어 있으며 최소의 비용을 투입하여 최대의 이윤을 창출하기 위한 경영이 이루어질 것이다. 이에 따라 기획관리와 마케팅, 재무관리, 인사관리, 자재관리, 업무수행관리 등의 하위영역이 그 업무를 부여받고 이를 수행하게 될 것이다. 예측되는 이윤이 창출되지 않을 경우 이 시설에 대한 이용자의 요구가 지속적으로 있을지라도 경영중단이나 시설의 폐쇄 등이 결정될 것이다. 왜냐하면 이윤추구가 궁극적인 목표이며 시설을 이용하는 이용자의 요구는 이윤추구를 위한 수단의 의미를 갖기 때문이

다.

이에 비하여 후자의 경우는 예를 들어 기업이 다른 경영을 통하여 획득한 이윤의 사회적 환원이나 기업 이미지의 격상, 소비자에 대한 서비스의 차원에서 혹은 개인이라면 사회복지를 위한 사명감의 차원에서 그리고 국가나 단체가 주도하는 것이라면 일정한 필요성에 따라²⁾ 노인복지시설을 세우게 되는 것이며, 그 목표는 따라서 이 노인복지시설을 운영함으로써 이윤을 획득한다는 것이 아니라 인간(집단)이 요구하는 재화와 서비스를 제공함으로써 이용자의 요구를 충족시키는 것이다. 즉 이용자를 인식하고 이용자가 원하는 부양업무를 제공하는 것 자체로 이러한 경영체의 목표가 달성되는 것이다. 그러므로 욕구충족이라는 목표에 따라 각 기능별 하위체계가 운영될 것이며 이에 따라 이윤추구적 노인복지시설과는 구별되는 흐름조직과 구조조직을 형성하게 될 것이다. 이 시설의 운영을 중단할 것인가를 결정하는 가장 중요한 이유는 이 시설에 대한 이용자의 요구가 더 이상 지속되지 않는다는 것이다. 해당 공공가정에 대한 요구가 더 이상 없다는 것은 이용자의 욕구충족이라는 공공가정의 존재의미가 더 이상 필요없음을 뜻하기 때문이다.³⁾

이처럼 동일한 시설이라 하여도 그 목표에 따라 운영의 원칙부터 세부적인 하위영역까지 모든 과정이 동일하지 않음을 알 수 있다. 따라서 공공가정이 무엇인가를 구체적으로 지칭하기에 앞서 목표를 기준으로 공공가정과 비공공가정을 구별하는 것이 공공가정의 개념규정에서 가장 먼저 수행되어야 하는 작업임을 알 수 있다. 동시에 공공가정을 설립한 주체가 국가인가 기업인가 혹은 개인 및 개인이 모인 집단인가 하는 설립주체를 기준으로 공공가정인가 아닌가를 구별하는 것은 적절한 기준이 아님은 분명하다.

2. 수행업무로 본 공공가정

여기에서 또 하나 고려하여야 할 것은 공공가정이 부분부양과 완전부양을 통하여 개별가정의 기능을 지지, 보충, 대체하는 업무를 수행한다는 사실이다(송혜립, 1994: 183). 사회적으로 개별가정이 수행하도록 기대되는 혹은 요구되는 다양한 기능은 다른 말로 표현하면 가족구성원들을 위한 부양, 양육, 교육활동이다. 그런데 다양한 이유로 개별가정이 이러한 기능을 질적으로, 양적으로 충족하게 수행할 수 없을 때 혹은 시설이나 인력, 전문성 등의 관점에서 개별가정보다는 다른 경영체에게 위임하는 것이 더 효율적이라고 여겨질 때 이러한 역할을 이용자의 욕구충족이라는 목표를 지향하면서 담당하는 것이 바로 공공가정이다. 따라서 공공가정은 그 역할 즉 하는 일에 있어서는 개별가정의 기능이 사회로 이전되는 하나의 형태로 볼 수 있을 것이며, 이는 곧 가사노동의 사회화라고도 설명될 수 있다.

그렇다면 사회화를 통하여 가정의 기능을 담당하는 모든 경영체를 다 공공가정이라고 볼 수 있을 것인가? 여기에는 수많은 예가 있다. 오늘날 매일매일 일상적인 노동력의 재생산을 위한 수면과 음식에 대한 요구의 충족은 기본적으로 가정을 통하여 뿐 아니라 호텔, 레스토랑, 찜질방 등을 통해서도 가능하다. 그 외에 위에서 소개된 노인복지시설, 탁아소, 장애자 재활원, 구내매점이나 직원식당 등 다양한 예가 제시될 수 있다. 이 모든 기관과 시설은 가정의 기능을 보충, 지지, 대체하는 역할을 한다. 그렇다면 이 경영체를 다 공공가정이라 불러야 할 것인가 또다시 질문으로 제기된다. 우리 사회에 존재하는 수많은 경영체가 하는 일, 이 경영체가 제공하는 재화와 서비스는 대부분 과거 언젠가는 가정에서 담당하던 일이다. 오늘날 거의 모든 경영체는 부분적으로 혹은 전적으로 가정의 기능을 위임하는 업무를 수행

2) 예를 들어 그 지방에 부양업무를 필요로 하는 노인이 특별히 많다든지 아니면 그 시기의 정책적 과제로 부여받는다든지 하는 경우를 의미한다.

3) 물론 재정조달이나 입지조건, 정책변경 등의 환경적 이유도 공공가정의 존폐를 결정할 수 있다. 그러나 이러한 이유는 다른 영리경영체에도 적용되는 것이며, 여기에서는 영리경영체와 구별되어 욕구충족경영체의 존폐에 결정적인 영향을 미치는 측면만을 부각시키고자 한다.

하고 있다. 그렇지만 이러한 모든 경영체의 경영을 가정학의 직접적인 연구대상으로 규정하지는 않는다.

공공가정의 기본적인 개념규정을 토대로 할 때 위에서 열거된 많은 경영체들은 그 자체로 공공가정이 된다고 볼 수 없다. 단지 유일한 전제를 충족했을 때에야 비로소 공공가정으로 불리게 된다. 그것은 바로 욕구충족을 목표로 하는가 이윤추구를 목표로 하는가를 고려하여 욕구충족을 목표로 운영된다는 자기이해가 가능해 질 때이다. 따라서 가정의 기능이 사회화된다는 측면에서 가정의 기능을 지지, 보충, 대체한다는 내용을 기준으로 공공가정의 개념을 규정할 수는 없음을 알 수 있다. 공공가정에게 부여된 업무, 따라서 공공가정이 결과적으로 수행하는 업무가 가정의 기능을 지지, 보충, 대체하는 것이지 이러한 업무를 수행한다는 것 하나만으로 공공가정인가 아닌가를 구별하는 기준을 삼을 수는 없다는 것이다.

이상에 따르자면 같은 어린이 집이라도 혹은 노인 복지시설이라도 욕구충족을 지향하면 공공가정이고 이윤추구를 지향하면 공공가정이 아니라고 할 수 있는데, 이렇게 되면 가족자원관리에서 연구하는 공공가정경영론은 지극히 제한된 대상에만 적용이 된다고 볼 수 있다. (이 문제를 어떻게 해결할 것인가에 대해서는 뒤에서 다시 논하기로 한다.)

예를 들어 노인복지시설에서 관리 및 운영을 담당하기 위한 전문가를 채용할 경우 공공가정으로서의 노인복지시설은 공공가정이기 때문에 공공가정관리 전문가를 필요로 하는 경영체이다. 이에 비하여 영리경영체로서의 노인복지시설은 여타의 통례적인 기업과 마찬가지로 이윤의 극대화를 목표로 하는 경영체이기 때문에 기업경영의 원리와 이론을 전공한 경영학 전문가를 필요로 할 것이다. 이러한 측면에서 이하에서는 경영학의 대상은 과연 무엇인가를 알아 보고(Ⅲ장), 이에 기초하여 공공가정과 非공공가정의

경영 일반에 있어서 가정학적 관점과 경영학적 관점을 비교하여 설명하기로 한다(Ⅳ장).

Ⅲ. 경영학의 대상과 적용원리—공공가정과 非공공가정을 어떻게 구별할 것인가?

경영학은 경영체의 경영활동을 합리적으로 수행하기 위한 제법칙을 연구하는 학문이다(Schierenbeck, 1984: 3). 통례적으로 모든 경영체는 경영을 필요로 한다. 즉 정부기관, 군대, 병원, 연구소, 대학, 노동조합, 학술단체, 가정, 기업 등을 일정한 목표를 지닌 체계, 다시 말하여 경영체로 이해할 때, 이러한 체계는 그 목표달성을 위하여 일련의 경영활동을 필요로 하는 것이다(정수영, 1994: 3-4). 그러나 경영활동을 하는 모든 경영체를 경영학의 대상으로 보지는 않는다. 경영학에서 대상으로 하는 경영체는 이 중에서도 이윤극대화(profit maximization)를 추구하는 경영체, 즉 소위 기업이 초점이 되는 것이다(정수영, 1994: 190 이하, Schierenbeck, 1984: 16-22).⁴⁾ 사회에서 경제활동을 하는 모든 주체를 총체적으로 전체경제(국민경제)라고 할 때, 여기에는 국가경제(public finance), 가계(household) 그리고 기업(enterprise)이 포함되는데, 이 중에서 경영학의 대상은 기업으로 규정되고 있는 것이다. 이 때 국가경제/가계와 기업이 구별되는 하나의 기준은, 국가경제와 가계는 내부 구성원의 욕구충족을 위하여 활동하는 데 비하여 기업의 경우는 기업 내부가 아닌 외부의 타인의 욕구충족을 위한 재화와 서비스를 생산한다는 점이며, 또 하나는 기업의 경우 이윤추구가 그 경영활동의 목표가 된다는 사실이다.

이렇게 볼 때 공공가정 역시 하나의 합목적적인 체계이며 경영활동을 필요로 하지만 상술한 바와 같이 공공가정의 일차적 목표는 이윤추구가 아니므로 경영학의 대상에서 제외되는 것을 알 수 있다. 그런

4) 경영학의 대상이 이윤극대화를 경영목표로 하는 경영체, 즉 기업이라는 견해는 전통적인 관점에서 나온 것으로 경영학 내부적으로도 이러한 단일목표론과 그것을 수정한 다원목표론이 함께 대두되고 있는데, 다원목표론의 경우는 이윤극대화를 유일한 목표로 한다기보다 이러한 수익성목표 외에 성장성목표, 생산성목표, 안정성목표, 탄력성목표 등을 포함하는 관점에서 나오고 있다. 그러나 가장 기본적이고도 전형적인 기업의 목표가 이윤극대화라는 사실은 여전히 경영학에서 연구대상으로 하는 경영체(기업)의 가장 확실한 특징이 되고 있다(정수영, 1994:190-193).

데 경영학에서 대상으로 하고 있는 기업은 크게 두 가지로 구별된다. 그 하나는 스스로의 이익을 추구하는 사기업이며 또 하나는 공기업(public corporation)으로서 사회공공의 이윤을 목적으로 하며 공익 우선의 사업활동을 하는 기업형태이다. 이렇게 본다면 공기업과 공공가정이 유사한 경영체로 파악될 수도 있겠으며, 이처럼 공공가정과 공기를 구별하지 않는다면 결국 공공가정도 경영학의 대상이 될 수 있다는 결론에 다다르게 된다. 그러나 사기업과 공공가정의 차이는 궁극적으로 이윤추구의 목표를 갖는가 아닌가를 기준으로 하는 것과 같이 공기업과 공공가정도 몇가지의 기준에 따라 차이를 보인다고 하겠다. 그 하나는 공기업의 경우 국가가 (이는 더 넓게 본다면 전국민이라고 할 수 있다) 소유주로서 일단 투자를 통하여 하나의 공기를 설립하고 나면 그 다음 단계에서는 경영의 자주성 그리고 자율적인 경영활동의 수행능력을 전제로 하는 경영체이다. 이러한 공기업은 소유주가 국가라는 사실만 사기업과 다를 뿐 결과적으로 이윤을 추구하며 이렇게 창출된 이익은 국가가 (공익을 위하여 혹은 국민을 위하여) 쓰기 때문에 사기업과 특별히 차별적인 경영활동이 이루어지는 것은 아니다. 그러나 공공가정의 경우는 자율적인 재정이 이루어진다고보다는 필요시마다 국가나 지방자치단체 혹은 경영진으로부터의 재정보조가 지속적으로 제공된다는 점에서 자율적인 경영활동 수행능력이 있다고는 볼 수 없다. 즉 사기업이나 공기업의 경우는 제공하는 재화와 서비스의 구매자 혹은 이용자가 재화, 서비스를 공급받는 댓가로 지불하는 금액으로 유지되고 이윤을 추구하는 반면, 공공가정의 경우는 통례적으로 이용자가 지불하는 댓가만으로 운영되는 경영체가 아니기 때문에 재정에 있어서 자생적인 유지능력이 없다고 할 수 있는 것이다. 다른 측면에서 공기업은 특정인을 위한 것이 아니라 국민경제 전반의 기초로서 (정수영, 1994: 116) 국민이나 지역사회 전체를 위하여 국가의 경영이 필요하다고 여겨지는 분야를 대상으로 하지만 (도로, 우편, 공항 등) 공공가정의 경우는 가정생활을 지지, 보충, 대체하는 기능을 수행하기 때문에 제공하는 업무 자체의 특성이 다르다고 할 수 있다. 따

서 사기업과 공기업은 경영학의 대상이 될 수 있으나 공공가정은 그렇지 않음을 알 수 있다.

이처럼 공공가정은 그 형태와 조직에 있어서 개별가정보다 더 체계적이며 통상적으로는 더 대단위의 경영체이지만, 그 일차적인 목표가 이용자의 욕구충족이라는 점 그리고 제공되는 재화와 서비스가 가정생활을 통하여 수행되는 활동을 지지, 보충, 대체한다는 측면에서 경영학이 아닌 가정학의 연구대상으로 더 적합함을 알 수 있다. 이렇게 본다면 동일한 업무를 수행하는 경영체라 하여도 그 운영원리에 있어서 무엇을 일차적인 이념과 목표로 하는가에 따라 공공가정과 비공공가정이 구별된다는 것, 그렇기 때문에 이러한 대상에 따라 연구의 관점 또한 다르다는 것도 이미 지적된 바 있다. 이하에서는 이러한 맥락에서 양로원을 예로 들어 한 편으로는 이윤추구를 목표로 설립, 운영되는 양로원과 다른 한 편으로는 공공가정으로서의 양로원으로 구별하여 경영의 하위기능영역별로 어떠한 차이점을 가지는지를 규명하여 가정학적 관점에서 공공가정을 연구하고 전개시켜 나갈 수 있는 고유의 틀을 모색하고자 한다.

IV. 공공가정과 비공공가정에 있어서 경영의 하위기능영역별 차이점-양로원의 경우

1. 공공가정으로서의 양로원과 비공공가정으로서의 양로원-그 특성의 차이

두 양로원을 상징하기로 하자. 양로원의 설립주체가 누구인지에 따라 공공가정과 비공공가정을 구별할 수 없다는 점을 앞에서 논의하였기 때문에 여기에서 예로 드는 양로원을 국가, 개인 혹은 개인의 집단이나 기업, 단체에서 설립하는가를 거론할 필요는 없을 것이다. 여기에서 언급해야 하는 중요한 내용은, 두 양로원 중 하나는 이 경영체를 설립함에 있어서 일정기간이 지나면 초기단계의 투자를 상회하는 이윤의 추구를 목표로, 즉 영리추구적 목표에 따라 설립, 운영되는 양로원이며, 또 하나는 국민이나 지역사회 주민 혹은 특정한 집단의 복지를 향상시킨다는 배경에서 이용자 즉 노인의 요구에 부응하는

양로원을 설립하는 경우이다. 이 때 후자를 공공가정이라 부를 수 있을 것이다. 이러한 공공가정은 다양한 배경에서 출발한다. 달리 부양할 가족이 없는 노인을 대상으로 하는 복지시설일 수도 있다. 그렇다면 어떤 조건의 노인들을 양로원으로 흡수할 것인가가 미리 규정되어 있어야 할 것이다. 또는 어떤 기업에서 일정기간 이상 근무한 직원을 대상으로 일정한 연령에 도달했을 때 이용할 수 있도록 양로원을 설립하는 경우도 있을 것이다. 물론 이윤추구의 목표가 아닌 제한된 이윤추구나 욕구충족이 그 목표인 경우에 한해서이다. 또는 특별히 노인인구가 많은 지방에서 자치단체가 복지기금이나 기부금을 축적하여 양로원을 운영하는 경우도 있을 것이다. 그런데 이용자가 지불하는 금액으로 양로원을 운영하고 이윤을 추구하는 비공공가정의 경우는 지불되는 돈의 액수에 따라 서비스의 질도 달라질 것이다. 비싼 양로원은 그만큼 양질의 서비스를 제공할 것이고, 저렴한 양로원은 가격이 싸지만 제한된 양과 질의 서비스가 제공될 것이다. 또한 지불의 능력이 없는 노인은 이용할 수 없을 것이다. 이에 비하여 공공가정으로서의 양로원은 지불능력이 없어도 이용할 수 있는 공공성과 복지적 특성을 갖추고 있다고 볼 때, 이용자로부터의 지불이 없기 때문에 제공되는 재화와 서비스의 질도 뒤떨어질 수 밖에 없는 제한점을 갖게 된다. 실제로 불우노인을 받아들이는 국공립의 무료 양로원과 대기업이 설립하여 충분한 댓가(예치금, 월별 이용료)를 받고 운영하는 양로원을 비교하여 볼 때 그 서비스의 차이는 매우 크다. 그렇기 때문에 복지기금이나 기부금이 지속적으로 이 공공가정을 뒷받침하는 재정수단이 되는 것이다. 그렇지 않으면, 이제까지 우리 주위에 있는 무료 양로원이 그러했듯이 열악한 환경에서 현격하게 낮은 질의 재화와 서비스가 제공되는 것을 피할 수 없을 것이며, 이는 또 다시 양로원의 부정적 이미지에 영향을 미치게 되

고, 양로원 이용에 대한 편견과 선입관을 증가시킬 뿐이다. 이러한 제한점은 복지수준이 높아짐에 따라 차차 해결될 수 있다는 가능성을 갖을 수 있다.

그러나 꼭 이러한 양로원만이 공공가정은 아니다. 오히려 앞으로의 사회에서, 기업이 그동안 벌어들인 이윤을 사회에 환원한다는 측면에서 부양가족이 없는 노인들이 무료로 이용할 수 있는 양로원을 설립하여 기업이미지의 향상을 위하여 고급서비스를 제공하는 경우도 많아질 것이며, 직원을 위한 양로원도 마찬가지로 질 높은 서비스를 실비로 제공하는 공공가정으로서 그 숫자가 증가되리라고 예상된다. 혹은 양로원의 이용자 특성에 따라 이용자를 몇 부류로 구분하여 경제적으로 능력이 있는 노인은 다른 양로원과 동일하게 총비용을 지불하게 하고, 이러한 능력이 부족한 경우는 절반의 가격을 받고, 아예 무능력한 노인의 경우는 무료로 동일한 서비스를 제공하는 경우이다.⁵⁾ 이 때 일정한 총비용을 지불하는 노인은 다른 비공공가정으로서의 양로원과 공공가정으로서의 양로원 중에서 같은 가격을 지불하고 어떤 양로원이 더 좋은 서비스를 제공하는지, 본인의 요구를 어느 양로원이 더 충족시켜 줄 수 있는지를 평가하여 둘 중의 하나를 택하게 될 것이다. 이러한 경우 공공가정으로서의 양로원은 경제적 능력이 있는 노인으로부터는 다른 비공공가정으로서의 양로원과 동일한 비용을 받게 되므로 이를 통하여 제한된 이윤을 추구할 수 있으며,⁶⁾ 이렇게 축적된 이윤은 비용을 전적으로 지불할 수 없거나 아예 지불할 수 없는 노인의 비용을 보충하는 역할을 할 수 있게 된다. 게다가 다른 양로원과 동일한 비용을 받아도 공공가정으로서의 양로원에 올 수 있도록 하기 위하여 경쟁하기 때문에 결과적으로 더 높은 질의 서비스가 제공될 수 있는 효율적 경영활동의 동기가 될 수도 있다.

이처럼 공공가정이 이용자의 지불을 통하여 운영

- 5) 독일에서는 양로원이나 탁아소의 경우 이러한 운영의 예가 많이 있다. 이 경우 절반의 비용을 내거나 무료로 이 시설을 이용하는 이용자로 인하여 모자라는 경영비용은 국가나 주에서 부담하는 것이 원칙이다.
- 6) 왜냐하면 비공공가정으로서의 양로원에서 한 노인 당 받는 금액은 양로원의 운영에 필요한 실제비용과 이윤창출을 보장해 주는 선에서 결정된 금액이므로 공공가정에서도 이 비용을 받는다는 것은 어느만큼의 제한된 이윤창출 가능성을 확보한다는 의미를 지니기 때문이다.

되지 않기 때문에 그 환경이 낙후되고 서비스의 질이 떨어지리라는 생각은 우리 사회에서 아직까지 공공가정의 기능과 역할이 사회적으로 제대로 인식되지 못한 제한된 상태에서 야기되는 문제일 뿐, 충분한 여건에 다다르게 되면 공공가정과 비공공가정의 차이가 사라질 것이며, 공공가정의 숫자도 매우 증가될 것을 예측할 수 있다. 나아가서 오히려 공공가정에서 제공되는 재화와 서비스의 질이 훨씬 높아질 수 있는 가능성도 모색될 수 있으며, 이에 따라 비공공가정과 경쟁할 수 있는 수준까지 향상될 수 있을 것이다. 이것이 오늘날 공공가정 관리 전문가를 시급히 양성해야 하는 요구가 되고 있는 것이다.

2. 경영의 하위기능영역별 차이점

공공가정경영론에서는 경영의 하위기능영역을 크게 기획관리, 마케팅, 재무관리, 인력관리, 업무수행관리, 재무관리 그리고 통제의 일곱가지 분야로 구분하고 있다(이기영·문숙재·송혜림, 1996 참조). 이 중에서 업무수행관리는 실제 업무를 수행하는 것과 관련된 것이므로 다른 기능영역에서 다루어지는 내용의 종합이기 때문에 본 장에서는 업무수행관리를 제외한 나머지 여섯 영역에서 공공가정으로서의 양로원과 비공공가정으로서의 양로원의 차이점을 살펴보고자 한다.

구체적인 하위기능영역으로 들어가기 전에 먼저 두 양로원의 설립배경부터 설명할 필요가 있겠다. 비공공가정으로서의 양로원을 설립함에 있어서 우선적으로 수요에 대한 예측이 필요하다. 즉 일정한 액수, 다시 말하여 양로원을 설립하는 주체의 이윤추구 목표를 보장하는 만큼의 비용을 지불할 수 있는 재정능력을 갖춘 노인층이 얼마나 되는가에 대한 조사가 있을 것이며, 예를 들면 성에 따른 차별을 둘 것인가, 연령층은 어떻게 규정할 것인가와 관련하여 목표고객설정을 위한 기준도 마련할 것이다. 또한 경쟁에 따른 이윤확보를 위하여 다른 양로원에 비해 상품가치가 더 높은 양로원으로 운영하기 위하여 어떤 차별적인 서비스가 이루어져야 하는지도 구상될 것이다. 같은 맥락에서 공공가정으로서의 양로원은

이러한 시설을 필요로 하는 노인의 요구로부터 설립의 동기가 발생하게 된다. 기본적으로 이용자의 이용요금이 꼭 보장되지는 않는다는 공공가정의 특성상 기부금이나 국가재정으로부터의 보조 그리고 그 지속성 여부가 확정될 필요가 있다. 그 다음 이용자의 범위를 규정해야 할 것이다.

이러한 과정을 거쳐 설립된 양로원은 이제 경영활동을 필요로 한다. 가장 총괄적인 기능을 수행하는 영역으로서 기획관리를 들 수 있는데, 공공가정으로서의 양로원은 기획관리를 통하여 이용자의 만족이라는 궁극적인 목표에 도달하기 위하여 마케팅과 재무관리, 인력관리, 재무관리, 통제의 하위기능영역의 업무를 지정해 줄 것이며, 전체 양로원의 경영이 이러한 목표에 따라 적절하게 기능할 수 있도록 지휘할 것이다. 필요에 따라 재정의 원천을 다양하게 하려는 노력이 있을 것이며, 이용자의 범위를 조절할 필요가 있을 때 다른 기능영역과의 협의 하에 이 일을 수행할 것이다. 이에 비하여 비공공가정으로서의 양로원에서 기획관리는 이윤추구라는 목표에 도달하기 위한 전체적인 윤곽을 확정짓고 각 기능영역이 이러한 목표를 달성할 수 있는 체계가 될 수 있도록 지휘하고 업무를 지정해 준다. 이윤추구라는 목표를 향하여 어떠한 흐름조직과 구조조직이 진행되어야 하는지를 결정하게 되는 것이다. 전 단계로부터의 정보에 기초하여 기존에 결정된 투자액의 확대나 감소 여부, 기존에 계획된 서비스수준의 향상과 저하 여부를 고려하고 재결정할 것이며 목표고객설정의 기준도 조정하게 될 것이다. 이러한 기획관리는 종합적으로 해당 체계가 합목적적이 되도록 운영하는 전체 책임을 맡게 되는 것이다.

공공가정과 비공공가정의 운영을 언급함에 있어서 다른 기능영역 중에서도 가장 차이가 많이 나는 분야가 마케팅 기능영역이라고 할 수 있다. 마케팅의 업무는 크게 홍보와 판매촉진으로 구성되는데, 비공공가정으로서의 양로원을 경영함에 있어서 마케팅의 역할은 이용자의 유치를 높이는 데 있다. 판매촉진, 즉 양로원에서 제공되는 재화와 서비스를 더 많은 이용자가 이용할 수 있는 방안을 모색하는 것이다. 양로원에 대한 광고업무가 수행될 것이며 이용자 요

구조사를 통하여 이용자들이 원하는 재화와 서비스가 어떤 것인지, 현재 양로원을 이용하는 노인들은 얼마나 만족하는지를 알아보는 것이다. 이러한 활동은 결과적으로 더 많은 이용자의 유치라는 궁극적 목표를 위한 정보로 이용된다. 이러한 정보는 다른 하위영역과의 관련 속에서 기획관리에 반영되기는 하지만, 다른 하위영역이나 전체 양로원의 이해관계와 부합되지 않을 경우 이 이용자의 요구가 꼭 반영되는 경영이 이루어지는 것은 아니다. 이에 비하여 공공가정으로서의 양로원 경영에서 마케팅의 역할은 이용자의 요구를 조사하여 이용자가 더욱 만족할 수 있는 재화와 서비스가 무엇인지를 파악하는 데 있다고 할 수 있는데, 공공가정의 궁극적 목표는 바로 이러한 이용자의 만족극대화이므로 이에 대한 직접적인 업무를 수행하는 마케팅의 의미가 공공가정에서보다 더욱 중요하다고 할 수 있다. 공공가정은 이용자 중심으로 운영되어야 하며, 이용자의 요구 충족 자체가 경영의 목표가 되므로 이용자의 요구를 파악하는 마케팅의 역할이 그만큼 중요하다고 할 수 있는 것이다. 이로써 공공가정에서의 마케팅은 다른 기능영역과 동일한 위치에 있는 반면, 공공가정에서의 마케팅은 이러한 맥락에서 다른 기능영역보다 더 핵심적인 위치를 차지하고 있음을 알 수 있다. 공공가정의 마케팅업무 수행과정에서 획득된 이용자에 대한 정보는 기획관리와 직접 연계되어 여타의 기능영역이 운영되는 방향에 영향을 미치는 반면에, 공공가정에서의 마케팅은 판매촉진을 위한 정보탐색과 홍보의 역할을 하는 데 중점을 두게 된다.

한편 재무관리 기능영역은 전반적인 자금운동과 관련하여 경영체가 필요로 하는 자금을 적절한 시기에 조달하는 역할을 하게 되는데, 공공가정으로서의 양로원의 경우 이러한 기능과 더불어 세척이 가능한 혹은 불가능한 비상사태적인 자금 및 자본에 대한 수요가 있을 때 필요한 만큼의 자금을 적기에 원활히 공급하는 역할을 수행한다. 또한 가능한 한 적은 비용으로 업무가 이루어질 수 있도록 자금을 운영하며 잉여자금이 발생할 경우 투자가치가 높은 쪽으로 이를 운용하는 것도 재무관리 영역에서 담당하는 업무이다. 공공가정으로서의 양로원의 경우에

는 우선적으로 균형예산이 재무관리의 목표가 된다. 즉 분기별로 계획된 예산에 따라 업무가 수행될 수 있도록 자금을 관리하는 역할을 담당한다. 따라서 동일한 질의 재화와 서비스를 제공하기 위하여 혹은 동일한 수준의 이용자 만족을 위하여 최소한도로 비용을 축소하려는 노력보다는 기존의 계획된 비용으로 더 좋은 재화와 서비스를 제공하거나 더 높은 이용자의 만족을 추구하려는 방향으로 더 집중되는 자금관리가 이루어진다.

자재관리 기능영역은 경영체의 원활한 업무수행을 위하여 필요한 재료를 적절한 형태로, 필요한 시기에 필요한 장소에 공급하는 일을 담당한다. 공공가정으로서의 양로원의 경우 재무관리와 마찬가지로 가능하면 동일한 질과 양의 재료를 공급하기 위하여 어떤 시장의 어떤 상품을 선택할 것인가를 모색하며, 이로써 질을 유지하면서도 재료비용을 최소화하려는 노력이 행해진다. 그러나 공공가정으로서의 양로원의 경우 주어진 자재구입비용과 인력으로 최상의 물품을 조달하기 위한 관리를 수행하게 되는데, 따라서 공공가정의 자재관리가 동일한 질의 재료를 가능한 절감된 비용으로 구입하는 쪽에 초점을 둔다면, 공공가정의 경우는 이러한 비용절감의 동기가 사실상 없다고 할 수 있다. 예를 들어 양로원에서 노인들을 위한 침대를 구입한다고 했을 때, 공공가정으로서의 양로원에서는 계획된 질의 침대를 공급하는 다양한 시장조사를 통하여 가능한 한 적은 비용으로 조달할 수 있도록 관리하여 비용절감을 꾀하는 반면, 공공가정으로서의 양로원에서는 비용절감보다는 주어진 금액을 가지고 이용자가 더 만족할 수 있는 더 높은 질의 침대를 구입하기 위한 관리가 이루어지는 것이다.

인력관리는 경영상 필요한 인력을 적시에 공급하는 기능을 담당하는데, 공공가정과 공공가정 간에 특별한 차이는 발견할 수 없다. 양로원에서 일하는 근무자의 입장에서 볼 때 그 양로원이 공공가정인가 공공가정인가는 사실상 차이가 없다. 근무자에게 양로원은 적절한 보수를 받고 노동하는 직장이 될 것이며, 공공가정에서 일하는 것과 공공가정에서 일하는 것이 보수나 근무조건에서 공식적으로 차이

가 나는 것은 아니기 때문이다. 특별히 공공가정으로서의 양로원에서 일하는 인력의 경우 이용자의 특성을 고려하여 사명감이나 일하는 자세에서 차이가 날 수는 있으나 이는 개인적인 차원에서 논할 성질이라고 볼 수 있다.

마지막으로 통제기능영역을 볼 때, 통제란 경영체의 경영활동 결과 목표를 얼마만큼 달성했는가를 점검하는 일을 수행한다. 공공가정과 비공공가정의 목표는 근본적으로 차이가 나기 때문에 비공공가정으로서의 양로원의 경우 얼마만큼의 이윤(화폐가치로 환산되는)이 창출되었는가가 중심이 될 것이며, 공공가정으로서의 양로원의 경우 얼마만큼의 이윤이 창출되었는가는 궁극적으로 이용자의 만족에 대한 진술이라고 할 수 있을 것이다(이기영·문숙재·송해림, 1996: 149). 즉 이윤에 대한 척도가 다르다고 할 수 있다. 따라서 비공공가정으로서의 양로원에서는 이 양로원에 대한 이용자의 평가가 결국은 소유자에게 남겨지는 이윤의 정도를 결정하기 때문에 중요하지만 이 때의 이윤은 화폐가치로 표현되는 반면, 공공가정으로서의 양로원에서는 주어진 예산 속에서 이용자가 얼마나 만족했는가와 관련된 이용자의 평가 자체가 통제의 지표가 되는 것이다.

이상과 같이 하위기능영역별로 공공가정과 비공공가정의 경영이 어떠한 차이를 보이는가를 비교하여 설명하였다. 종합컨데 이러한 차이를 나타내는 결정적 특징은 단 한가지이다. 공공가정의 설립은 이용자의 욕구충족이 목표이기 때문에 어떤 공공가정을 필요로 하는 수요가 있는가와 관련되지만 비공공가정의 설립동기는 이윤의 추구이다. 따라서 공공가정은 이용자가 있는 한 (어떤 방식으로든지 재정적 지지가 지속적으로 이루어진다는 전제 하에서) 계속 존재하는 근거를 갖게 되며 이용자로부터의 수요가 없다는 사실이 공공가정의 소멸이유가 되는 데 반해, 비공공가정은 지속적으로 그에 대한 요구가 있어도 대상경영체를 통한 이윤확보의 위험이 예측되는 경우 혹은 더 많은 이윤이 예상되는 경우 다른 형태로의 경영전환이 가능하다는 사실이 바로 그것이다.

이러한 사실로부터 같은 형태의 경영체일지라도 그것이 공공가정인가 아닌가에 따라 경영하는 이념

과 원리가 같지 않다는 것을 알 수 있다. 따라서 공공가정을 연구대상으로 하는 가정학 및 가족자원관리연구에서 어떠한 방식으로 경영학의 그것과 차별시켜야 하는지 혹은 차별시킬 수 있는지를 명확히 함으로써 고유의 관점으로 새로운 연구대상을 정립하고 이론을 전개시킬 수 있는 토대가 마련되리라고 볼 수 있겠다.

공공가정경영론의 도입이 새로운 연구영역의 확대와 더불어 졸업생들의 진로모색이라는 의미를 갖고 있음은 주지의 사실이다. 그러나 어떠한 형태로든지 재정적인 보조를 받는 경영체만을 공공가정이라 했을 때 아직은 공공가정의 숫자가 그리 많지 않다는 현실적인 여건을 지적하지 않을 수 없다. 이와 관련하여 본 연구는 일견 공공가정의 범위를 너무 축소시킨 것이 아닌가 하는 의구심도 있겠으나, 이러한 문제에 대하여 연구자는 공공가정의 기본개념을 명확하게 제한하면서도 동시에 범위를 확산시킬 수 있는 대안을 다음과 같이 두가지로 제시하는 바이다.

첫째, 공공가정의 범위를 단지 불우하고 경제적 자립성을 갖지 못하는 사람을 대상으로 하는, 그렇기 때문에 매우 열악한 환경 속에서 최소한의 수준을 유지하는 서비스를 제공하는 경영체로만 생각하는 편견을 없애야 한다는 것이다. 물론 초기의 공공가정은 우선적으로 혜택을 주어야 하는 계층을 위한 것으로 시작되었을지라도 현재에 와서는 그리고 앞으로는 상술한 바와 같이 사회적 여건에 따라서 그리고 사회 구성원의 의식에 따라서 충분히 비공공가정보다 오히려 질 높은 서비스가 제공되는 경영체가 더욱 많이 생겨날 수 있음을 강조하는 바이다. 대학에서 운영하는 동창회관이나 예식장, 후생시설, 기업에서 운영하는 사내 어린이 집과 교직원 식당, 연수원과 가족여가시설 등이 그것을 반영하는 예이다. 이러한 시설은 조직체 구성원의 복지를 향상시키기 위한 것이다. 구성원이 이용할 때는 저렴한 가격이거나 무료인 반면 비구성원이 이 시설을 이용하기 위해서는 그 비용이 더 높아지는 경우가 많다. 따라서 다른 이윤추구시설보다 더 높은 질의 서비스를 제공하게 되면 비구성원들은 비싼 가격을 지불하고서라도 이 시설을 이용하게 될 것이며, 이렇게 확보된 이

윤이 구성원들에게는 무료로 이용할 수 있는 기회를 보장할 수도 있기 때문에 서비스의 질적인 향상에 대한 동기도 충분하다. 즉 구성원 입장에서 볼 때 이윤추구라는 목표가 우선되지 않는 한 그것은 공공가정이 될 수 있으며 앞으로 숫적인 증가를 예측할 수 있기 때문에 공공가정 관리 전문가에 대한 수요도 증가하리라는 것을 알 수 있다. 이러한 경영체를 합목적적으로 경영하기 위해서는 공공가정 관리 전문가가 필요하다는 인식 그리고 이를 뒷받침할 수 있는 제도만 있다면 전공자들의 진로는 매우 긍정적일 것이다.

둘째, 앞으로 우리 사회에서 공공가정을 더욱 증가시키기 위한 방법을 모색하는 것이다. 자본주의 사회에서는 누구나 동일한 기회를 보장받는 것은 아니기 때문에 경제적 여건, 교육, 능력 등에 있어서 차이가 존재한다. 그런데 이윤추구적 목표를 갖는 주체들이 운영하는 복지시설이 공공가정보다 양적으로 질적으로 앞서가고 있다면 이는 소외된 계층, 환경적 조건으로 인하여 어쩔 수 없이 자립이 불가능한 사회구성원들의 삶의 질을 향상시키는 데 커다란 장애로 기능하게 될 것이다. 능력이 있는 사람, 즉 지불을 할 수 있는 사람만이 이용하는 복지시설의 증가 만으로는 사회 전체의 복지수준이 향상되리라고 볼 수 없다는 것이다. 또한 전문화, 분업화 등으로 인하여 직장과 학교 그리고 가정의 공동영역이 점점 사라지고 있는 현 시점에서 적절하게 일하고, 공부하고, 쉬고, 가족과 함께 하는 균형적인 삶을 위해서도 각 조직체가 그에 속한 구성원들에게 제공하는 다양한 복지혜택도 증가되어야만 삶의 질이 향상되리라는 것도 자명한 일이다. 따라서 어떠한 양태로든지 공공가정은 그 숫자에 있어서 그리고 제공하는 재화와 서비스의 질에 있어서 앞으로 더욱 증가되고 향상될 당위성을 발견하게 된다. 이러한 필요성이 사회적으로 공감될 수 있도록 하기 위하여 복지자금의 마련과 분배, 정책결정, 기업의 경영 등에 있어서 개입이 필요하며 이러한 일은 개인적으로 또 학회 차원에서 시급하게 수행되어야 하리라고 본다. 이렇게 함으로써 공공가정의 필요성을 인정하게 되고 공공가정이 증가하게 되면 공공가정 관리 전문가에 대한

수요도 따라서 증가될 것이기 때문이다.

V. 결론

취업과 연결되지 않는 학문분야는 그 존재가 거론될 정도로 대학의 역할이 직업을 준비하기 위한 단계로 점점 제한되는 현실 속에서 지금까지 가족자원 관리분야에서도 그 활로를 위한 다양한 방법이 모색되어 왔다. 그 중에 하나가 공공가정경영론의 도입에 따른 공공가정관리 전문가의 배출 및 이를 위한 제도화작업이라고 볼 수 있다. 그러나 이론의 토대가 없는 연구분야는 학문으로서의 존재를 확고히 할 수 없다는 차원에서 본 연구는 가정학적 관점에서 공공가정의 대상범위를 규정함으로써 앞으로 더욱 지속적인 이론연구의 동기를 부여한다는 의미를 갖고 수행되었다. 특별히 본 연구에서는 공공가정경영을 연구함에 있어서 타학문분야와의 차별성을 시도해 봄으로써 가정학 고유의 관점으로 연구대상을 파악할 수 있는 방법을 모색해 보고자 하였다.

결론적으로 본 연구에서는 공공가정의 범위가 단지 자원봉사기관이나 열악한 복지시설에 국한되는 것이 아니라 삶의 질을 향상시킬 수 있는 다양한 경영체로 확산될 수 있다는 사실을 지적함으로써 공공가정관리 전문가에 대한 수요도 증가될 수 있는 가능성을 제시하였다. 또한 아직은 숫적으로 매우 제한된 상태에 있는 공공가정을 확산시키기 위하여 가족자원관리 연구자들의 제도적, 정책적 개입이 필요함을 주장하였다. 이러한 이론적 토대에 힘입어 공공가정관리 전문가를 양성하고 그 자격을 인정받는 제도화의 작업이 더욱 활성화되고 실제적인 성과로 나타날 수 있을 것이다.

본 연구는 욕구충족을 쫓점으로 공공가정의 원래적 의미를 강조하였으며, 이는 결과적으로 지극히 제한적인 대상에만 적용되는 것이 아닌가 하는 우려를 낳을 수도 있지만, 이에 대하여 공공가정의 대상범위가 욕구충족이라는 필수적인 조건을 충족하면서도 동시에 매우 광범위하게 확산될 수 있도록 하기 위하여 대상범위와 관련된 대안을 제시하고자 하였다. 이러한 연구자의 의도는 첫째, 욕구충족이라는 궁극

적 목표와 관련짓지 않고서는 공공가정이 가정학의 연구대상으로 위치되기에 내부적, 외부적인 확신이 어렵다는 점에 대한 고민, 둘째로 그럼에도 불구하고 졸업생의 진로라는 현실적 문제 때문에 일단 이론적 토대와 지지를 통하여 검증받지 않은 상태에서 욕구충족과는 상관 없이 다양한 경영체를 연구의 대상으로 삼을 때 언젠가는 인접학문분야로부터 도전을 받게 되며 그렇게 되면 우리 스스로 자기당착에 빠지게 될 것이라는 위기감으로부터 나온 것이다.

이와 관련하여 본 연구는 아직까지는 공공가정이라는 경영체에 대하여 사회적으로 인식이 부족하고 따라서 이를 경영하는 전문가에 대한 수요도 상대적으로 매우 제한되어 있는 현실을 고려하면서, 가족자원관리 연구자들의 과제는 한편으로는 이론적 연구를 통하여 공공가정이 우리나라에서 가정학의 연구영역으로 공고히 자리잡을 수 있는 토대를 계속적으로 마련해야 한다는 것, 이와 동시에 다른 한편으로는 공공가정관리 전문가에 대한 자격을 제도화시킬 수 있는 실천적인 방안을 모색해야 한다는 것을 제시하고자 한다. 앞으로 수행되는 후속연구는 이

러한 목표를 갖고 체계적이면서도 구체적인 제도적, 정책적 대안을 제시하여야 할 것이다.

【참 고 문 헌】

- 1) 이기영/문숙재/송혜림(공역)(1996), 공공가정경영론, 서울:학지사.
- 2) 정수영(1994), 신경영학원론(제7전정판), 서울:박영사.
- 3) 송혜림(1994), 가정관리학에서 '공공가정론'의 위치와 전개방향, 한국가정관리학회지 12-1, 181-188.
- 4) 송혜림(1995), 공공가정의 기본개념과 공공가정론의 연구방향, 한국가정관리학회지 13-1, 189-198.
- 5) Lee G. Boldman & Terrence E. Deal(1993), 비전시대의 조직페러다임, 김영진 외 공역, 미래경영개발연구원.
- 6) Schierenbeck, H.(1989), Grundzüge der Betriebswirtschaftslehre, R. Oldenbourg Verlag München/Wien.