

가정경영자로서의 아줌마와 인터넷

황 인 영

((주) 이너스커뮤니티 대표)

가정 경영자로서의 아줌마와 인터넷

2001. 11.

주식회사 이너스커뮤니티

 a2001ma.com
다산인의 힘으로 아줌마를 아줌마로 만드는 세상

Prologue

- 아줌마는 주체적 존재로서의 역할, 가정 내에서의 역할, 사회적 존재로서의 역할, 국가적 존재로서의 역할을 보유하고 있다.
- 본 발표에서는 이 중 가정 내에서의 ‘아줌마의 역할’, 즉 가정 경영자로서의 역할을 수행함에 있어 인터넷의 보급에 따른 변화와 현재 상황을 분석하고, (아줌마닷컴을 운영을 통해 얻은 경험 및 결과를 바탕으로)
- 향후 가정 경영자로서 아줌마가 어떻게 인터넷을 효율적으로 활용할 것인가, 또 해야만 하는가에 대한 방향을 제안함과 동시에
- 이의 성공적 수행을 위해 산학이 어떤 문제를 해결해야 하며 어떻게 협력해 가야 하는가에 대한 상호 공감대 형성을 갖고자 하는데 그 목적이 있다.

 a2001ma.com
다산인의 힘으로 아줌마를 아줌마로 만드는 세상

1. 아줌마와 인터넷



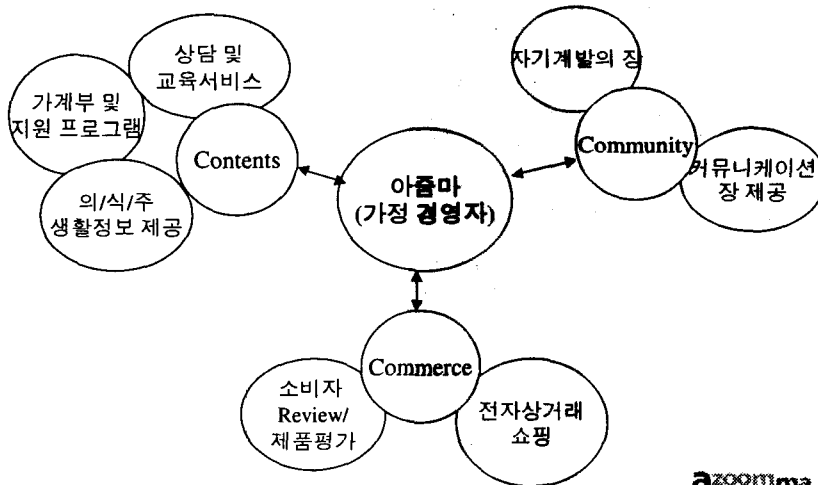
- 가정관리 운영과 가정경영조직
- 경영기장 및 상거래
- 소비자로서의 충분한 지식을 갖춘 물건사기
- 인간공동체로서의 가정의 사회적인 과정, 어린이 돌보기와 노인돌보기, 가정생활과 여가시간의 운영
- 작업계획과 작업운영
- 위생
- 영양 및 식품조리
- 식품 및 살림살이 재료들의 갈무리
- 생활공간의 창조적인 꾸밈과 관리
- 빨랫감 및 의복의 관리 및 정돈
- 의복 만들기 및 옷감짜기
- 꽃 가꾸기, 정원이용 및 집짐승 기르기
- 안전작업 및 사고예방
- 환경에 대한 영향과 환경보호 등

- 새로운 커뮤니케이션의 Tool
- 시간과 공간의 제약이 적음
- 새로운 정보의 습득 용이
- 정보의 가공 및 재생산 용이
- 웹 기반의 기술을 활용한 효율적 업무처리 가능
- 급속한 보급 확산으로 보편적 Tool로 변화
- 인터넷 쇼핑 등 새로운 소비 형태
- 인터넷 교육 등 재교육 수단으로 등장
- 어른수련의 장

zoomma.com
다들 물어봐요! 아줌마들만 아는 정보! 아줌마들만 쓰는 세상!

2. 가정경영자를 위한 인터넷 서비스

가정경영자를 위한 인터넷 서비스는 Contents, Community, Commerce 전면에 걸쳐 다양하고 깊이 있게 전개되어야 한다.



zoomma.com
다들 물어봐요! 아줌마들만 아는 정보! 아줌마들만 쓰는 세상!

▲ ▲ ▲ ▲ ▲ ▲ ▲ ▲ ▲ ▲ ▲ ▲ ▲ ▲ ▲ ▲ ▲ ▲ ▲ ▲

azoomma.com

대한민국 유일의 아줌마 전용 인터넷 전문 쇼핑몰

azoomma님
환영합니다

로그인 **회원정보수정**

이름이 없습니다
시행이득을 검색:

개인서비스

i-village

아줌마 아슬

기사 & 문화

- ▶ 인터넷 & 컴퓨터
- ▶ 칼럼 & 기획기사
- ▶ 우리가족 미디어
- ▶ 문화 탐미대

special

- ▶ UMS/패션센터
- ▶ 수다현역
- ▶ 아줌마 미션지
- ▶ 이웃돕기후원

아줌마 전용

"우리농산물" GO "식탁지킴이"

Mellagio Your Special **공부하는 아줌마가 땀시다.** by e-cottage

자신과 평

Occitane

- ▶ e-칼리지
 - [신규]인터넷에 내 가장 만들기
 - [신규]특별전문가 고급과정
 - [신규]알초보아줌마의 인터넷여행
 - [신규]초보자를 컴퓨터배우기
- ▶ 아줌마 요령물
 - 온라인(대형석/쿠션석)
 - 시계대도 손바닥아슬 3중세트
 - 도자기 그릇세트
 - 드물 물과담자은종도
 - 원터미어 미니메이션 명작장화
 - 마우스를 돌려보세요~

회원가입 정보센터
아줌마만의 성공적인
정보파트너입니다.

event

가정경제관련 설문
조사 설문조사도 하
고 할인 혜택도 받
고 받고~

스리얼 후려의 민족
원터미어먼트 **음식**
자 율문조사 **원터미**
일: 11월 27일 **15시**

이직 설문에 **원터미**
바랍니다! **스리**
입니다

드 무덤담

저는 **원터미** **특**

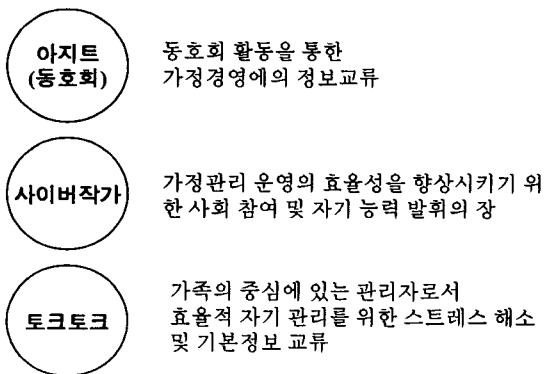
아줌마들의 **정** **원터미**

참여 **원터미**

azoomma.com
대한민국 유일의 아줌마 전용 인터넷 전문 쇼핑몰

3. 아줌마닷컴을 통해 본 '가정경영자'들의 인터넷 사용 현황

- 아줌마닷컴은 '가정의 최고 경영자-아줌마'를 위한 커뮤니티 사이트
 - 인터넷 기업의 일방적 정보 제공형의 서비스가 아니라, 아줌마 스스로가 참여하여 정보를 생산하고 교류하는 참여형 사이트
- 아줌마를 소비의 주체로만 보지 않고, 최고 경영자로서 보다 생산적인 존재로서 인정하고 이를 개발하기 위한 서비스로 시작됨



3. 아줌마닷컴을 통해 본 '가정경영자'들의 인터넷 사용 현황

E-칼리지
(교육)

가정경영자로서 성장을
위한 재교육의 기회

초록아이
(자녀)

가정경영자의 역할인
자녀 돌보기를 잘 하기 위한 정보나눔터

홈엔라이프
(생활)

의식수 정보교류/ 생활 및 가족 건강 상담/
가계재무관리/ 환경살림/ 문화정보

아줌마마을/
I-village

정보화 시대 자기 관리 및 가족관리를 위한
홈페이지 제작 및 활용/
외국거주자와의 커뮤니케이션 영역 확대를 통한
자기 성장

azoomma.com

다들 물어봐요 아줌마닷컴 아줌마들의 인터넷 세상

3. 아줌마닷컴을 통해 본 '가정경영자'들의 인터넷 사용 현황

쇼핑
(공동구매)

알뜰한 가정 소비를 위한
새로운 형태의 소비생활

소비자
Review

소비자로서 올바른 제품을 구매하기 위한
제품 리뷰 참여/ 모니터 활동 등

아줌마
판매단

전자상거래와 아줌마가 연결된 새로운 형태의
경제활동 기회 발굴

취업/ 창업

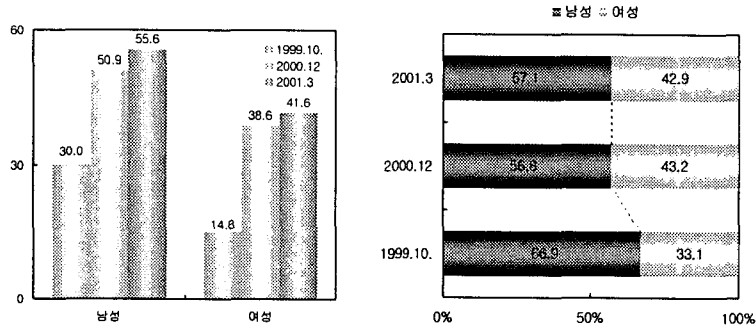
인터넷을 활용한 온라인 오프라인 취업 및 창업의 기회
적극 활용

azoomma.com

다들 물어봐요 아줌마닷컴 아줌마들의 인터넷 세상

4. 인터넷 서비스 및 사용자의 문제점 및 개선사항

전체 인터넷 인구 2,093만 명
 남성 1,196만 명(전체 남성의 55.6%) / 여성 897만 명(전체 여성의 41.6%)
 여성 인터넷이용자의 급속한 성장세
 ※ 남성: 여성 비율 = 57.1 : 42.9 로 1999년 10월 66.9 : 33.1 보다 급속히 증가
 - 아줌마 인터넷 사용: 전체 아줌마 인구 중 24.3% (약 243만명)



a2001ma.com
 대한민국 유일의 아줌마 전문 아줌마들의 인터넷 세상

4. 인터넷 서비스 및 사용자의 문제점 및 개선사항

- 아줌마들이 인터넷 이용 초기단계로서 아직까지는 ‘생활인터넷’으로의 다양하고 적극적인 활용이 부족하며,
- 인터넷 서비스의 질적 성장에 비해 사용자의 질적, 양적 성장이 아직은 미흡한 상태임

아줌마들의 인터넷 사용인구 2001년 상반기 현재, 약 243만 명 (정부의 주부정보화교육의 성과)
인터넷 이용초기단계로서 인터넷의 활용성에 대한 사용자 스스로의 인식 부족 및 주변인 및 사회의 편견으로 활성화에 문제점 초래
단순히 소비하는 인터넷으로 사용하는 경우가 더 많고, 보다 생산적인 인터넷 사용 및 사이버 사회 참여에 대한 교육 및 권장이 부족
무료서비스에 익숙한 네티즌의 특성 상, 양질의 콘텐츠를 습득하는데 소극적이므로 보다 발전적인 사용 행태가 형성되지 못함
스스로 가정경영자로서의 전문성을 인식하지 못하고 있어, 이를 계발하고 성장시키기 위한 적극성이 부족함

a2001ma.com
 대한민국 유일의 아줌마 전문 아줌마들의 인터넷 세상

5. 인터넷을 어떻게 활용해야만 하는가?

- 아줌마 스스로 '가정 경영자'로서 전문가로 인식하고, 인터넷을 통해 활용할 수 있는 각종 Tool을 내 것으로 만들어 소비보다는 생산적인 도구로서 활용해야 한다. - 생활 인터넷 경착

정보의 습득과 제공 등 정보의 교류에 적극적으로 참여한다.
새로운 정보를 스스로 재생산하는데 적극 동참한다.
자기개발을 위한 끊임없는 노력과 시도를 아끼지 않는다.
인터넷은 목적이 아닌 도구이다. 오락이 아닌 가정경영의 효율성을 제고하기 위한 인터넷에서 제공하는 모든 서비스, Tool을 적극 활용한다
자기 성장을 위해서는 양질의 유료서비스에 대한 수용 및 양질의 유료서비스에 대한 적극적인 참여를 증가시킨다
스스로를 '가정경영전문인'으로 인식하고, 자신의 성장을 위한 동기부여를 자율리 하지 않는다.
사회의 구성원으로서, '아줌마-가정의 경영자' 집단의 의견을 모으고 힘을 모으는 매체로서 적극 활용한다.

zoomma.com
가정경영전문인 커뮤니티

5. 인터넷을 어떻게 활용해야만 하는가?

나 자신을
위해서

- 1차적: 스트레스 해소와 사회적 교류, 친분을 넓혀 사회적 존재로서 자신의 가치 발견
- 2차적: 자신의 가치를 발산하고 잠재능력을 재생산할 수 있는 창구 (사이버강사, 사이버작가, 홈페이지 운영, 전자상거래 창업 등)

가정을
위해서

남편, 자녀, 살림을 위한 기본적인 정보교류
아줌마의 살아있는 경험을 바탕으로 한 아줌마 지식 DB 구축
정보를 기반으로 한 쇼핑, 경제적이고 효율적 쇼핑 등..

사회를
위해서

아줌마의 목소리를 모아 사회의 변화와 발전을 꾀하는 채널
가계경험을 중심으로 상품과 서비스의 개발에 참여, 경쟁력있는 상품 개발,
이것이 바로 국가 전체의 부가가치를 높이는 일
자녀교육, 사회문화의 발전을 위한 아줌마들의 참여

국가를
위해서

미래 아이들이 살아갈 정보화 사회에 대비하여
엄마들이 아이들이 올바른 정보문화를 습득할 수 있는 지표가 되어
주어야 함. 그것이 바로 국가를 위하는 일

zoomma.com
가정경영전문인 커뮤니티

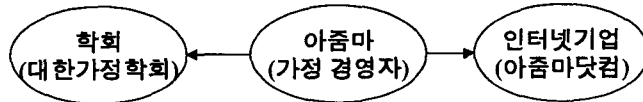
6. 학회와 인터넷 기업이 해야 할 일은 무엇인가?

- 가정의 최고경영자라 할 수 있는 아줌마들이 인터넷을 보다 적극적이고 효율적으로 활용할 수 있도록 아줌마를 대상으로 한 지속적인 홍보 및 교육은 물론 주변 및 사회의 지원을 받을 수 있도록 그 가치에 대한 인식 제고에 앞장서야 하며 이에 대한 지속적이고 실제적인 지원이 있어야 할 것이다.

학회와 기업이 협력하여 가정경영자 아줌마들에게 인터넷을 활용한 자기 성장에 대한 동기부여
아줌마들의 '가정경영자'로서의 사회 재교육을 위한 커리큘럼 개발 및 제도적 지원
산학이 협동하여 정부의 지원으로 아줌마 전체의 삶의 질을 향상시키는데 주력
'가정경영자' 자격증 및 '전업주부'를 하나의 전문직으로 향상시키기 위한 노력
인터넷 기업의 수익구조를 유지하면서 서비스할 수 있는 기반 여건 마련도 문제

azoomma.com
다들 물어봐도 모르겠고 아줌마들은 아줌마들이 알아야 할 세상

6. 인터넷을 통해 성장하는 아줌마



21세기 정보화 시대의 아줌마는 '가정의 최고 경영자'로서 그 자질과 능력을 향상시키기 위해, 인터넷이라는 새로운 커뮤니케이션 Tool을 적극 활용하게 될 것이다.

의식주 등 생활에 필요한 정보를 습득하고 자녀교육 및 노인문제 등에 대해 서로 상담하고 협의하여 새로운 가족문화를 개척해 갈 것이며, 인터넷을 통한 쇼핑, 인터넷을 통한 사회 재교육에 참여하여 자기 성장은 물론 가정 경제의 성장에도 노력할 것이며, 효율적인 소비의 주체가 되어, 소비자로서 올바른 소비를 소비를 함은 물론, 소비자의 권리를 주장하고, 여론을 모아 기업 및 사회를 변화시키는 힘있는 그룹으로 성장할 것이다.

그 노력의 기반에는 학회 및 인터넷 기업이 '아줌마'를 단순히 소비적 존재로서가 아닌, 생산적 주체로서 인정하고 이의 계발을 뒷받침 하기 위한 지속적인 노력과 지원을 제공해야 한다. (LG경영연구소의 '아줌마 경영전략' 검토)

azoomma.com
다들 물어봐도 모르겠고 아줌마들은 아줌마들이 알아야 할 세상