

포스트 코로나 시대 서울특별시 6개구 경제 전망과 정부대책 효율성 분석

17010022김지현

17010025 곽민정

17010668 황창현

목차



- 서론

- 본론

- I. 경제 전망 분석

- 1) 매출분석

- 2) CGI 분석

- II. 정책 분석

- 1) 사회적거리두기

- 2) 긴급재난지원금

- 결론

서론

〈표3〉 2020. 9월 자치구별 재산세 부과 현황(금액 순위별)

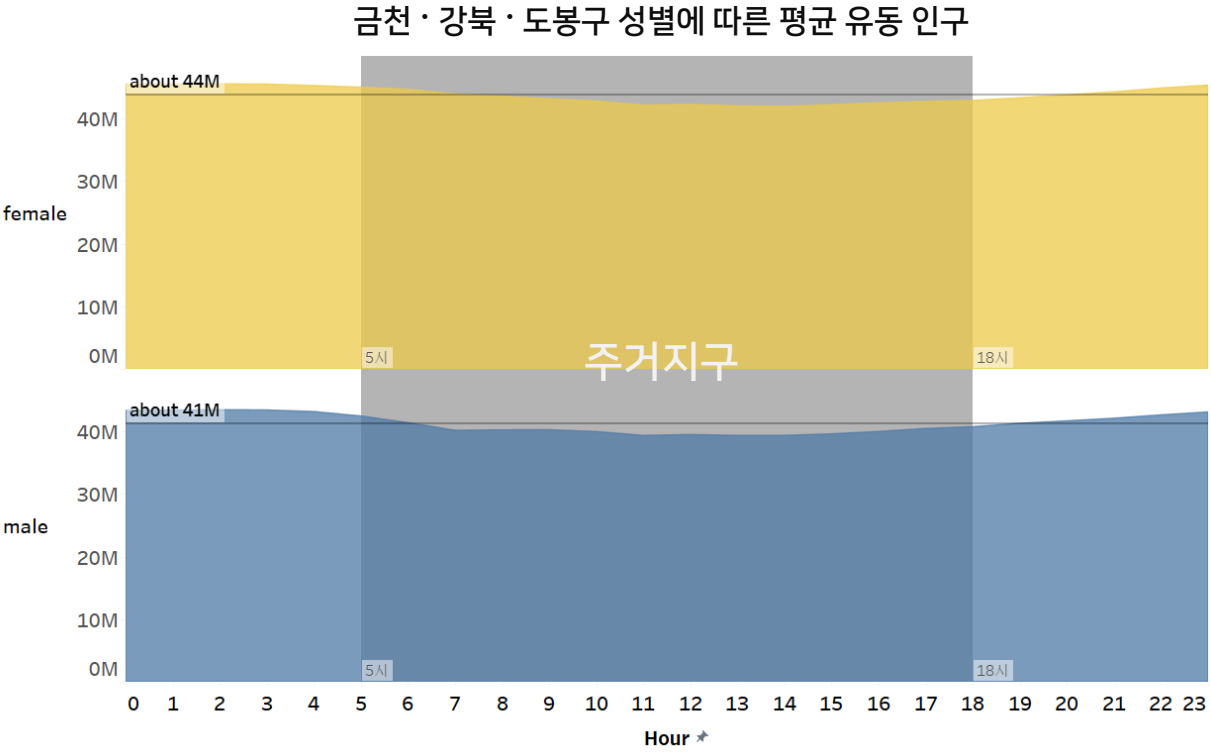
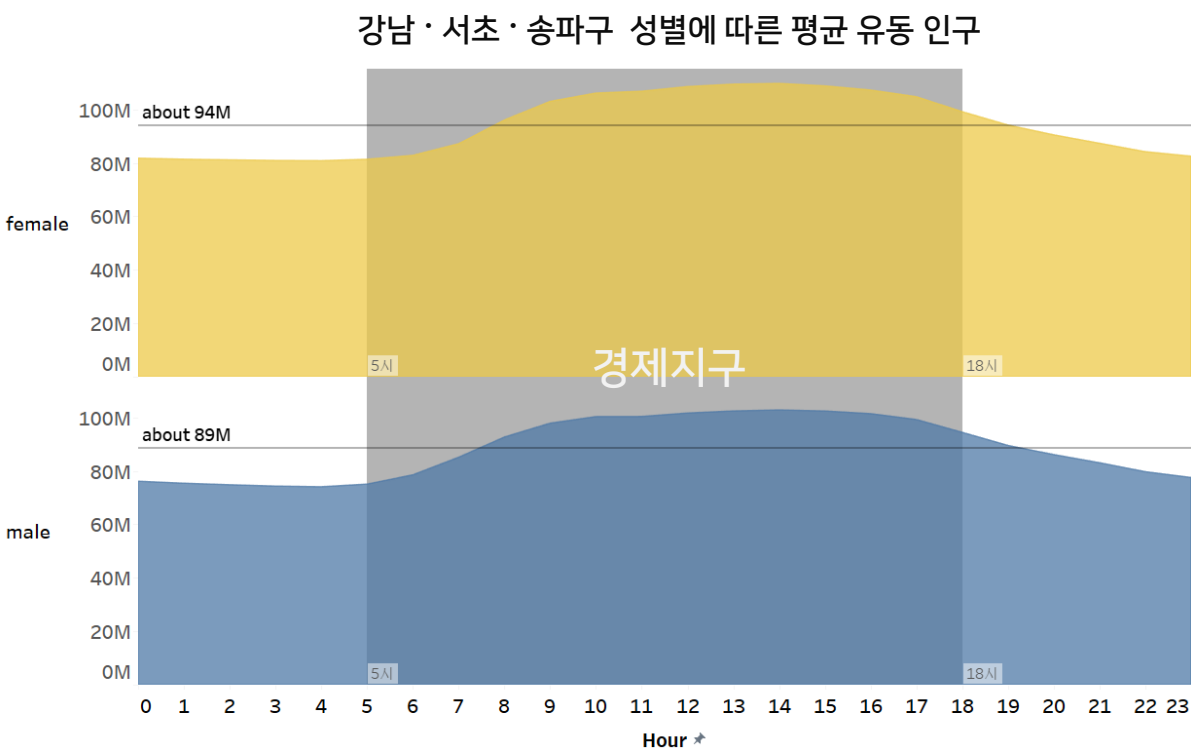
(단위 : 억 원, %)

순위	구청명	재산세	점유비	순위	구청명	재산세	점유비
1	강남구	7,774	21.3	14	광진구	793	2.2
2	서초구	4,166	11.4	15	구로구	734	2.0
3	송파구	3,338	9.2	16	성북구	731	2.0
4	중 구	2,177	6.0	17	관악구	730	2.0
5	용산구	1,664	4.6	18	동대문	722	2.0
6	영등포	1,646	4.5	19	은평구	698	1.9
7	마포구	1,494	4.1	20	서대문	664	1.8
8	종로구	1,386	3.8	21	노원구	656	1.8
9	강동구	1,261	3.5	22	중랑구	497	1.4
10	강서구	1,226	3.4	23	금천구	485	1.3
11	성동구	1,047	2.9	24	강북구	384	1.1
12	양천구	982	2.7	25	도봉구	379	1.0
13	동작구	844	2.3	합 계		36,478	

주: 재산세는 자치구별 부과총액(재산세+도시지역분+지역자원시설세+지방교육세)임

- 주어진 데이터에 행정동 별로 카드 사용 데이터 및 소비 지수가 구 별로 정리가 되어져 있음
- 자연스럽게 구역을 설정할 때 소비가구의 특성에 대해 고려하게 되었음.
- 결과적으로 부동산 가치와 연관 지었고, '재산세' 라는 공식적인 기준을 사용해서 상위 3개 구 와 하위 3개구를 우선적으로 조사함

유동인구 분석



✓ 전반적으로 상위 3개 구 지역이 유동인구 자체가 많았음

특이한 점은 출근 및 업무 시간엔 상위 3개 지역에 인구가 몰림
하위 3개 지역은 퇴근 시간부터 상승해, 출근전까지 증가한 모습을 보임

→ 우리는 여기서 사람들이 상위 그룹으로 출근을 하거나 이동하고,
하위 그룹이 다른 지역으로 출근을 하거나 이동을 했다고 추측

I. 경제 전망 분석

1) 매출 분석

데이터 전처리 용으로 python 이용

```
import pandas as pd

card=pd.read_csv('card_20200717.csv',encoding='cp949')
master=pd.read_csv('adstrd_master.csv')

card['adstrd_code']=card['adstrd_code'].apply(lambda x:x//100)
master['adstrd_code']=master['adstrd_code'].astype(int)
data=pd.merge(card,master,on=['adstrd_code','adstrd_nm'],how='left')
data.loc[data['brtc_nm'].isnull(), 'brtc_nm']='서울특별시'
# 서울특별시
data.loc[data['signgu_nm'].isnull(), 'signgu_nm']='중랑구'
# 면목 3.8동은 중랑구
# data.to_csv('final.csv',index=False)
```

‘card_20200717’와
‘adstrd_master.csv’를
묶어서 구별로 정리

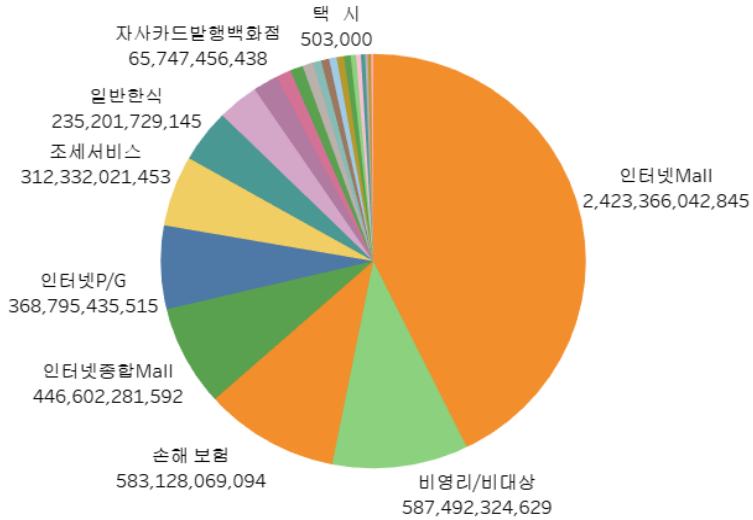
In [42]: data

Out[42]:

	receipt_dttm	adstrd_code	adstrd_nm	mrhst_induty_cl_code	mrhst_induty_cl_nm	selng_cascnt	salamt	brtc_nm	signgu_nm
0	20200104	11740660	성내3동	7041	약국	463	5843230	서울특별시	강동구
1	20200104	11740660	성내3동	7022	치과의원	33	7835550	서울특별시	강동구
2	20200104	11740660	성내3동	7021	한의원	53	4589800	서울특별시	강동구
3	20200104	11740660	성내3동	7020	의원	339	9267240	서울특별시	강동구
4	20200104	11740660	성내3동	6110	자동차정비	19	4441000	서울특별시	강동구
...
3713947	20200614	11215860	구의2동	4004	대형할인점	136	1195640	서울특별시	광진구
3713948	20200614	11215847	자양4동	9010	인테 리어	2	13100	서울특별시	광진구
3713949	20200614	11620525	보라매동	6140	주 차 장	2	14500	서울특별시	관악구
3713950	20200614	11350560	월계1동	9998	기타전문점	1	38000	서울특별시	노원구
3713951	20200614	11590605	흑석동	9204	사무통신기기수리	1	20000	서울특별시	동작구

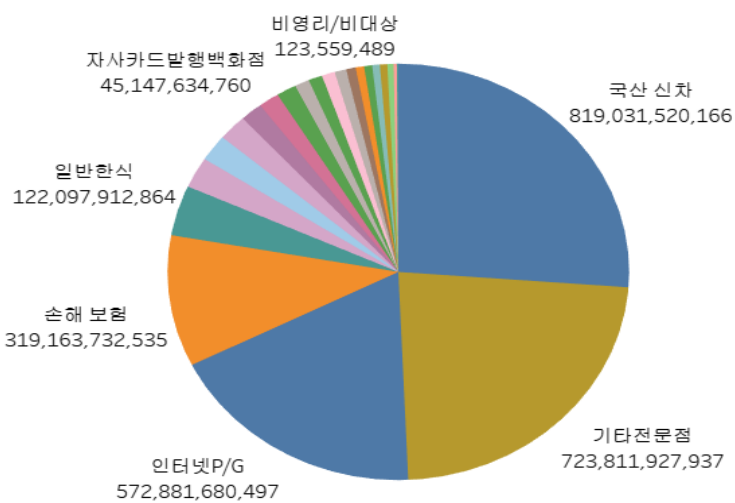
3713952 rows × 9 columns

강남구



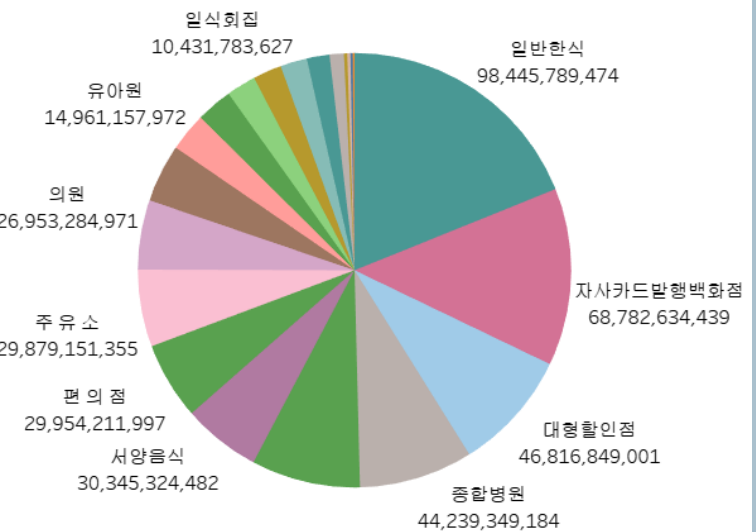
- 인터넷 몰, 인터넷P/G
- 손해보험사
- 조세서비스

서초구



- 국산신차(현대차)
- 인터넷P/G
- 손해보험

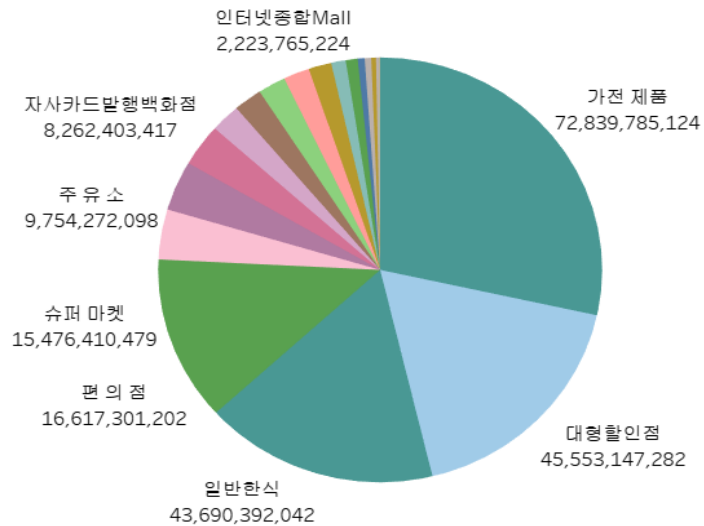
송파구



- 자사카드발행 백화점
- 롯데 백화점(잠실점) 매출
- 종합병원 - 삼성아산병원

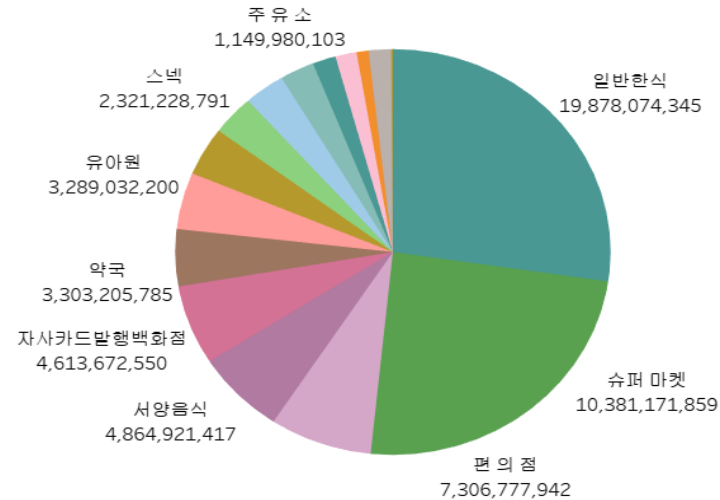
상위 그룹은 기업본사 밀집으로 인한 매출이 지배적일 것이라 추정함

금천구



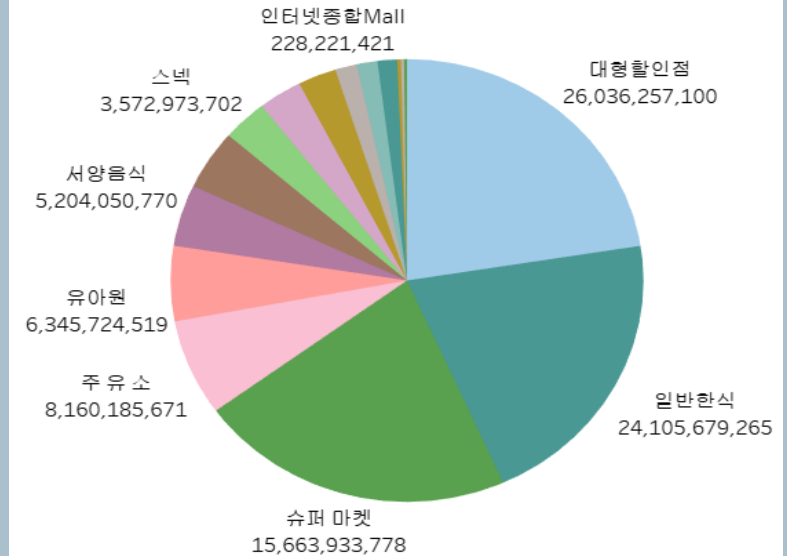
- 가전제품 - 가산 디지털단지
- 대형할인점 - 홈플러스, 롯데마트

강북구



- 대형할인점인 롯데마트(삼양점)가 있지만 매출이 데이터에서 누락됨

도봉구



- 대형할인점 - 이마트(창동점, 월계점)

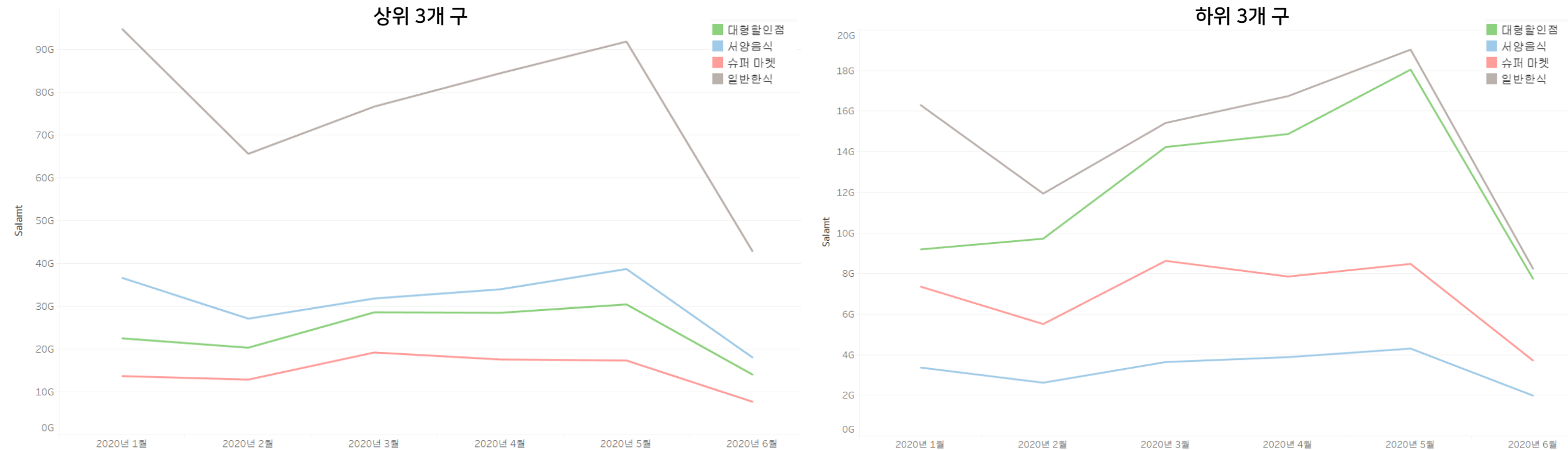
하위 그룹은 기업매출이 아닌, 소비자들이 주로 이용하는 업종의 매출이 대부분

구별 대형할인점, 백화점 수

기간	자치구	합계	대형마트	백화점	전문점	쇼핑센터	복합쇼핑 몰	그 밖의 대규모 점포
2019	강북구	12	1	1	-	2	-	8
	도봉구	9	3	-	-	-	-	6
	금천구	15	3	-	-	1	-	17
	서초구	28	4	2	-	1	3	15
	강남구	32	1	6	3	-	-	19
	송파구	22	4	2	-	3	1	21

- 강남구, 서초구, 송파구에는 백화점이 총 10 곳이 존재해, 백화점 매출 비중이 높음
- 금천구, 도봉구에는 백화점이 없어서 매출이 집계되지 않음
- 대형마트의 수는 하위 3개구 총 7개 상위 3개구 총 9개로 하위구의 대형마트 수가 더 적는데 매출은 하위구가 더 높음

인터넷 몰, 일반한식 및 서양음식 추이



매출 상위 품목에서 인터넷 몰과 반대되는 항목이라고 볼 수 있는 한식 및 양식과 대형할인점 및 슈퍼마켓 추이 비교

두그룹이 금액의 차이를 제외하면 매우 비슷한 양상을 보임

2월에 코로나 포비아의 영향으로 인해 매출이 감소하나 3월 부터 매출이 다시 증가

- ✓ 상위 그룹은 2월에 소비가 주춤한 모습을 보여주다가 금방 회복하는 모습을 보임
- ✓ 하위 변동은 확실히 정반대의 추이를 보여주다 5월에 모두 회복하는 양상을 보임

지도화를 위한 데이터 전처리

```
import pandas as pd

data1=pd.read_csv('./practice/Region.csv')
data2=pd.read_csv('./practice/final.csv',encoding='cp949')

data1=data1[['city','latitude','longitude']]
data1['signgu_nm']=data1['city']
data1.drop('city',axis=1,inplace=True)

data3=data2.merge(data1,on='signgu_nm',how='left')
# data3.to_csv('map.csv',index=False)

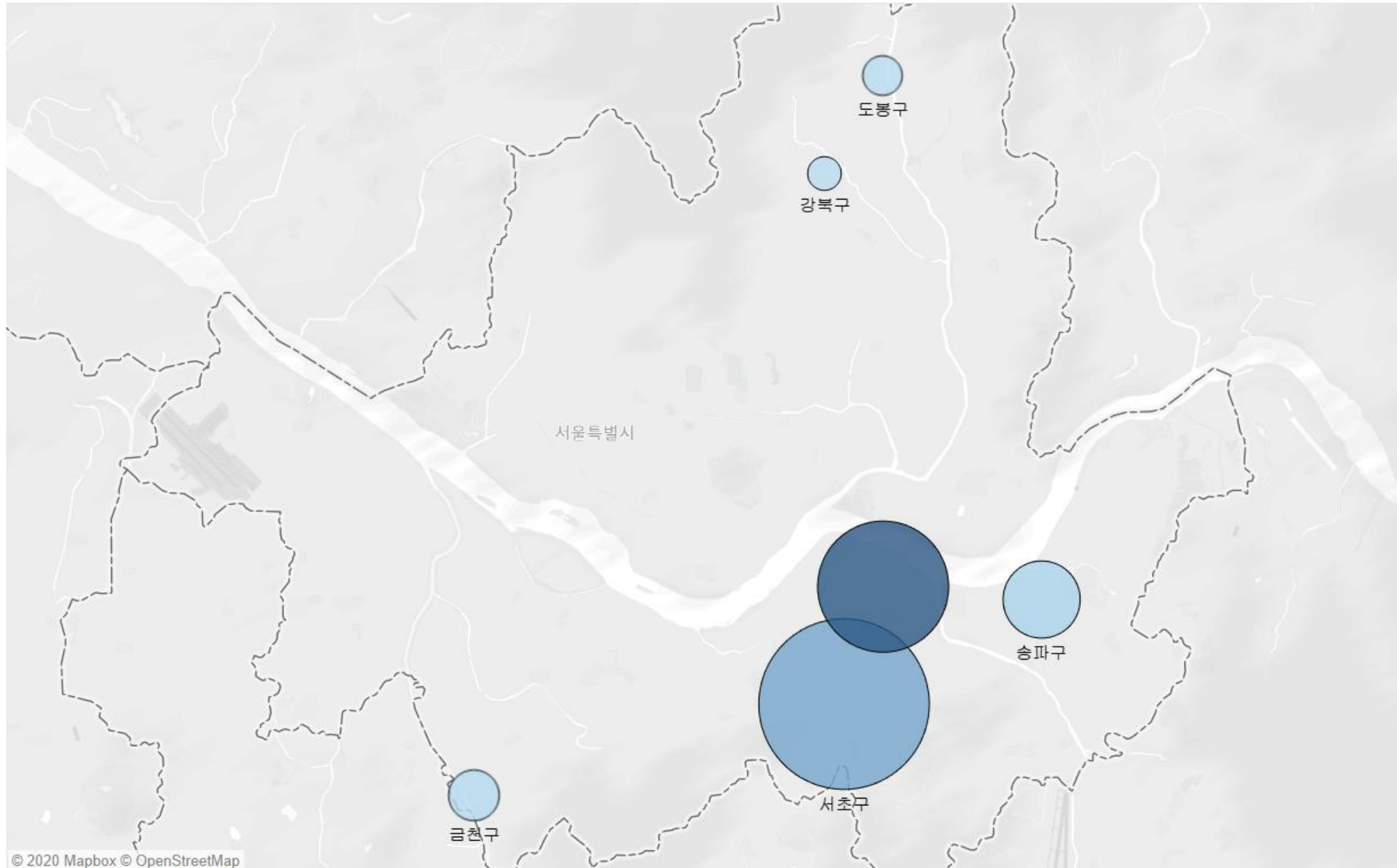
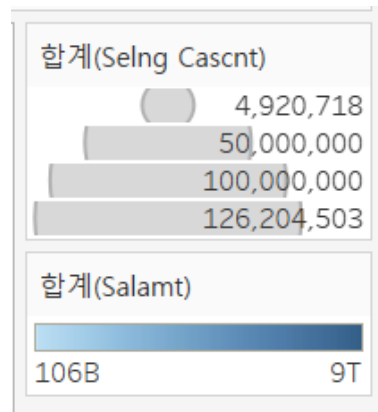
data3.head()
```

이상치 값 5개 정도 삭제

Out[43]:

	receipt_dttm	adstrd_code	adstrd_nm	mrhst_induty_cl_code	mrhst_induty_cl_nm	selng_cascnt	salamt	brtc_nm	signgu_nm	latitude	longitude
0	20200104	11740660	성내3동	7041	약국	463	5843230	서울특별시	강동구	37.530492	127.123837
1	20200104	11740660	성내3동	7022	치과의원	33	7835550	서울특별시	강동구	37.530492	127.123837
2	20200104	11740660	성내3동	7021	한의원	53	4589800	서울특별시	강동구	37.530492	127.123837
3	20200104	11740660	성내3동	7020	의원	339	9267240	서울특별시	강동구	37.530492	127.123837
4	20200104	11740660	성내3동	6110	자동차정비	19	4441000	서울특별시	강동구	37.530492	127.123837

상·하위 구별 매출 건수/ 매출액

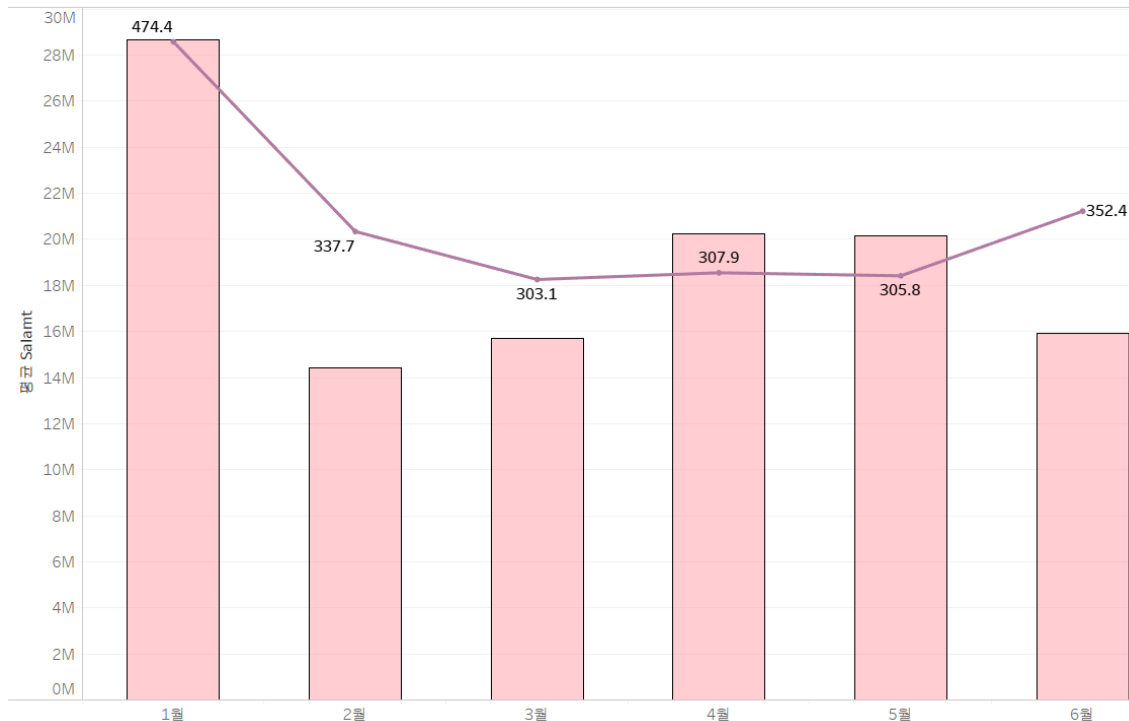


코로나 직후(2월) 두 그룹 모두 동일하게 하락세를 보이고 월별 매출은 유동인구의 차이로 (4배 정도) 상위 그룹이 많음

- 상위 그룹은 매출이 점차 증가하며 회복하는 모습을 보여줬으나 매출 건수는 오히려 감소함
- 하위 그룹은 2-4월에는 비슷한 추세를 보였으나 5월부터 다시 회복하는 모습을 보여줌

➡ 6월 데이터가 절반 정도 밖에 없음에도 회복한 것으로 보아 매출건수와 매출액 모두 회복되고 있음을 추정가능

매출



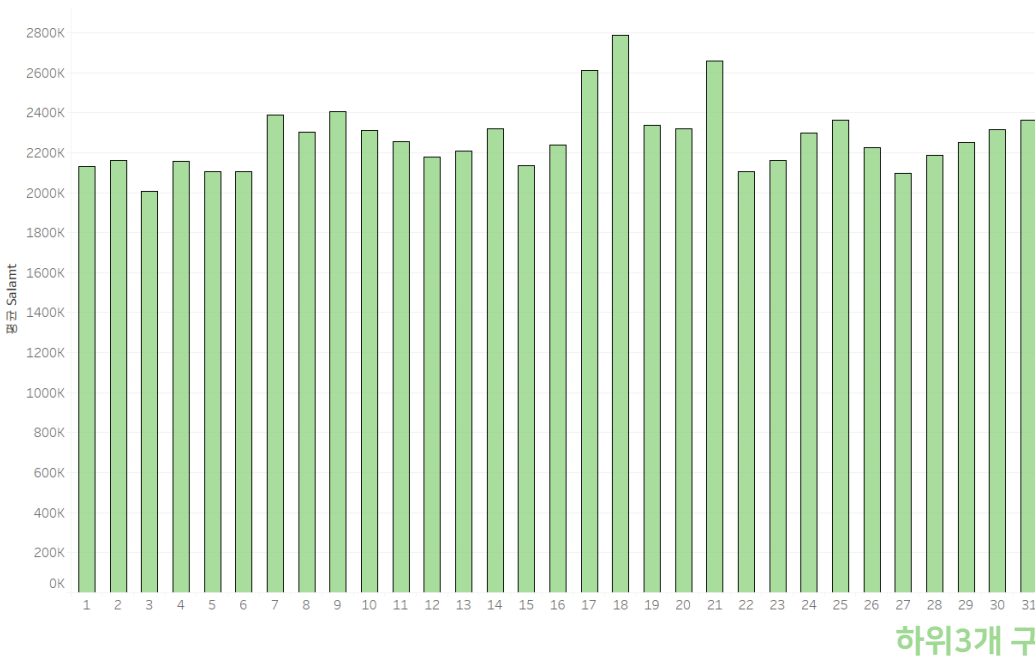
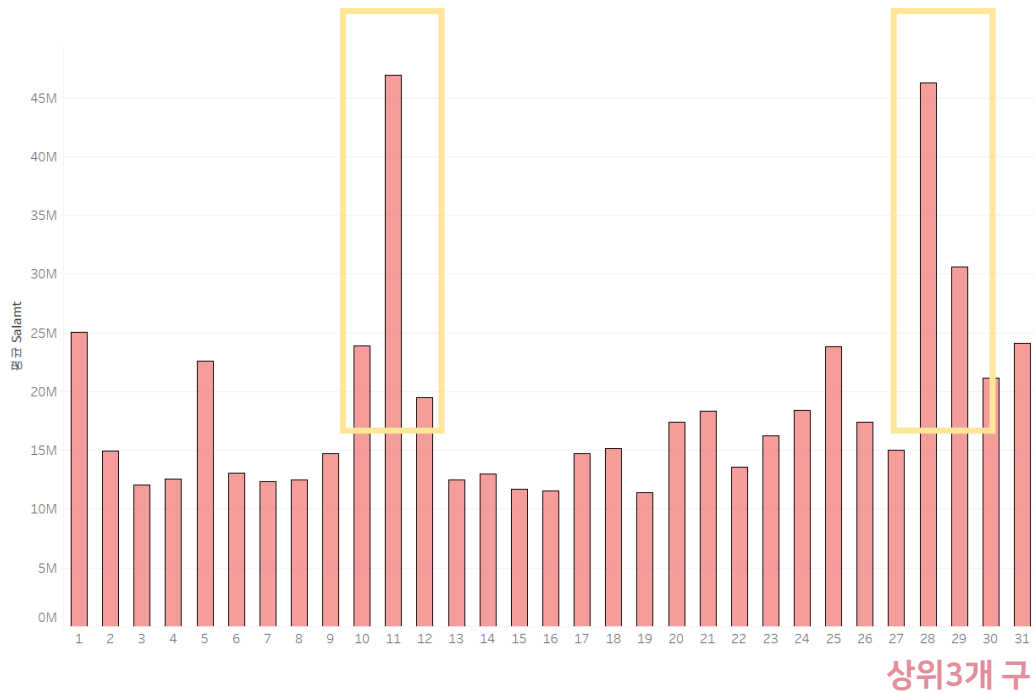
상위3개 구

매출



하위3개 구

라인은 매출 건수를 의미



일별 평균 매출액

- 매출 금액 및 건수에 대한 회복세는
6월 데이터가 말일까지 없기때문에 정확한 추산이 어려움
- 일별 평균 매출액을 알아보기 위해 평균 데이터를 정렬함
 - 상위 그룹은 **중순**, **말** 즈음 매출이 많음
 - 11일 즈음 매출 상승 폭을 보이고 말일에 다시 상승하는 추세를 보여줌
 - 중순과 말일에 기업의 결제일이 존재 할 것으로 추정
- 상위 그룹은 기업의 영향을 크게 받기 때문에 특이한 사항이 존재함
- 하위 그룹은 기업의 매출액 패턴과 다르게 일별 매출이 비슷한 추세를 보임

2) CGI 분석

상·하위구 그룹 소비지수 CGI 비교

평균 CGI를 비교했을 때 모두 감소하는 경향

- 상위그룹은 경제활동구역으로 볼 수 있으므로
 개인의 소비가 큰 영향을 미치지 않는다고 볼 수 있음
- 하위그룹은 주거지역으로 분류 되어
 개인의 소비가 크게 영향을 끼친다고 볼 수 있음

상위 CGI

index(1) (2)

```
CASE [Sigungu]
WHEN '강남구' THEN [Cgi]
WHEN '서초구' THEN [Cgi]
WHEN '송파구' THEN [Cgi]
END
```

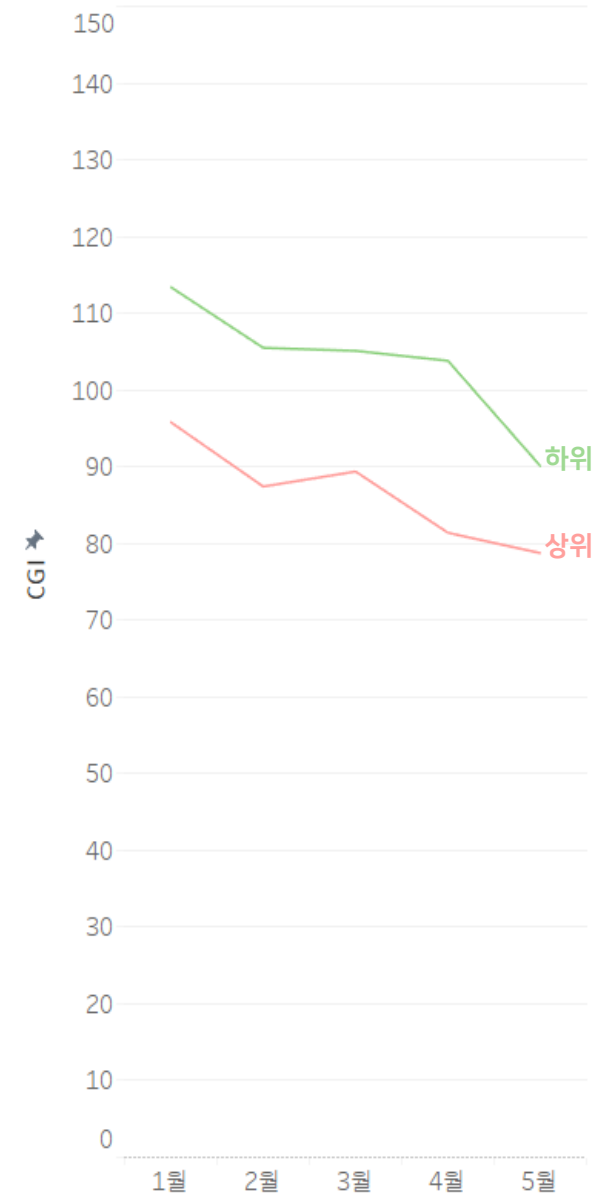
계산이 유효합니다. 1개 중속성 적용 확인

하위 CGI

index(1) (2)

```
CASE [Sigungu]
WHEN '금천구' THEN [Cgi]
WHEN '강북구' THEN [Cgi]
WHEN '도봉구' THEN [Cgi]
END
```

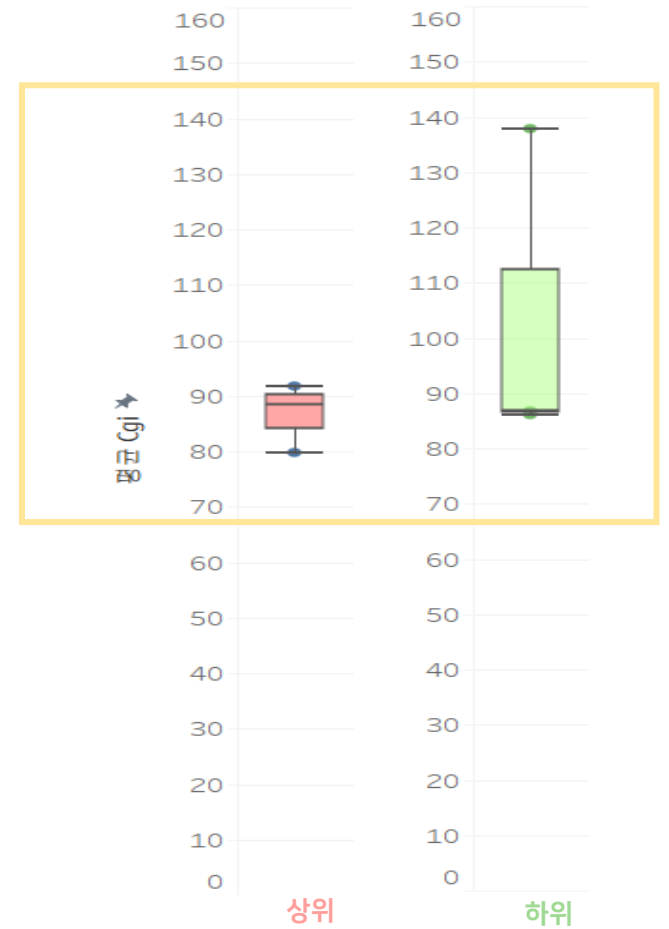
계산이 유효합니다. 1개 중속성 적용 확인



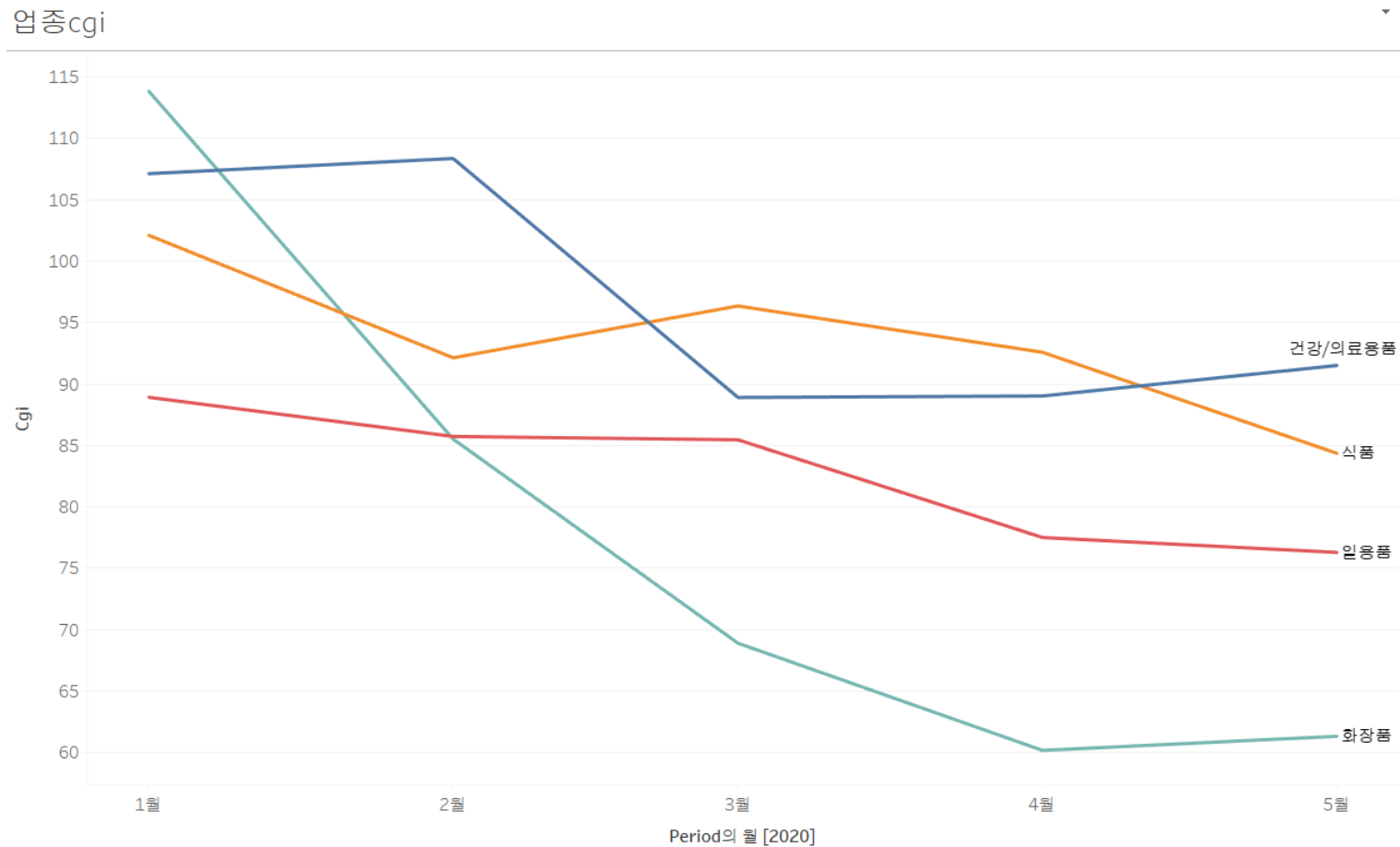
그룹별 소비지수 CGI 박스 플롯

- 상위는 대체적으로 변동폭이 좁고 하위는 변동폭이 큼
- 하위 그룹은 매출총액 자체가 상위보다 훨씬 적어, CGI가 비교적 민감하게 변함

⇒ 따라서 소비지수만으로 경제지표를 판단하는 것은 매우 위험함



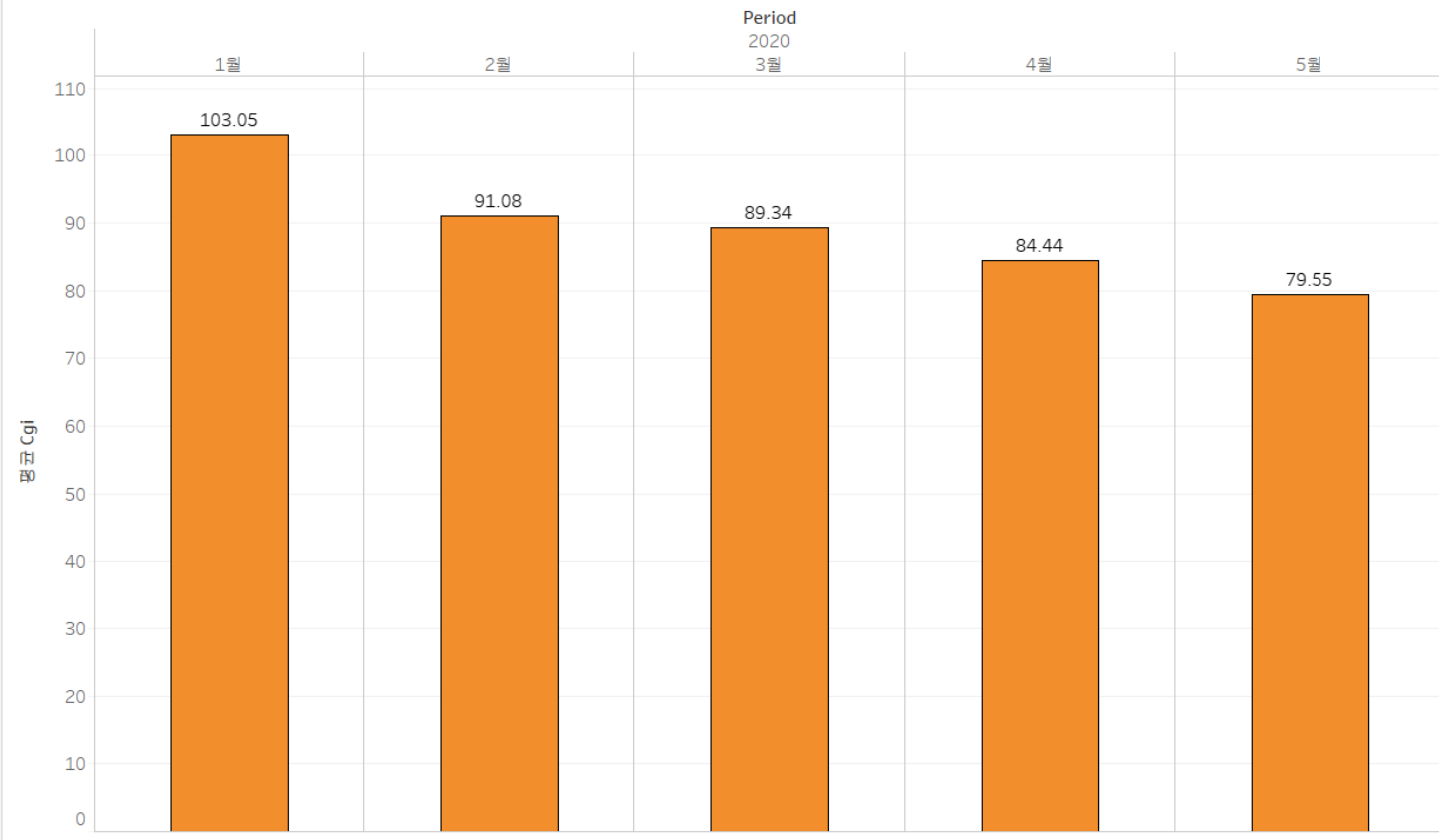
업종별 CGI



- ✓ cgi 지수 기준으로 전체 업종이 하락함
- ✓ 건강/의료용품은 2월 '코로나포비아'로 상승하는듯 하다, 큰 폭으로 감소하고 다시 회복 중
- ✓ 화장품 업종의 하락세가 두드러짐

전체 소비지수 비교

2020년 소비지수 변화

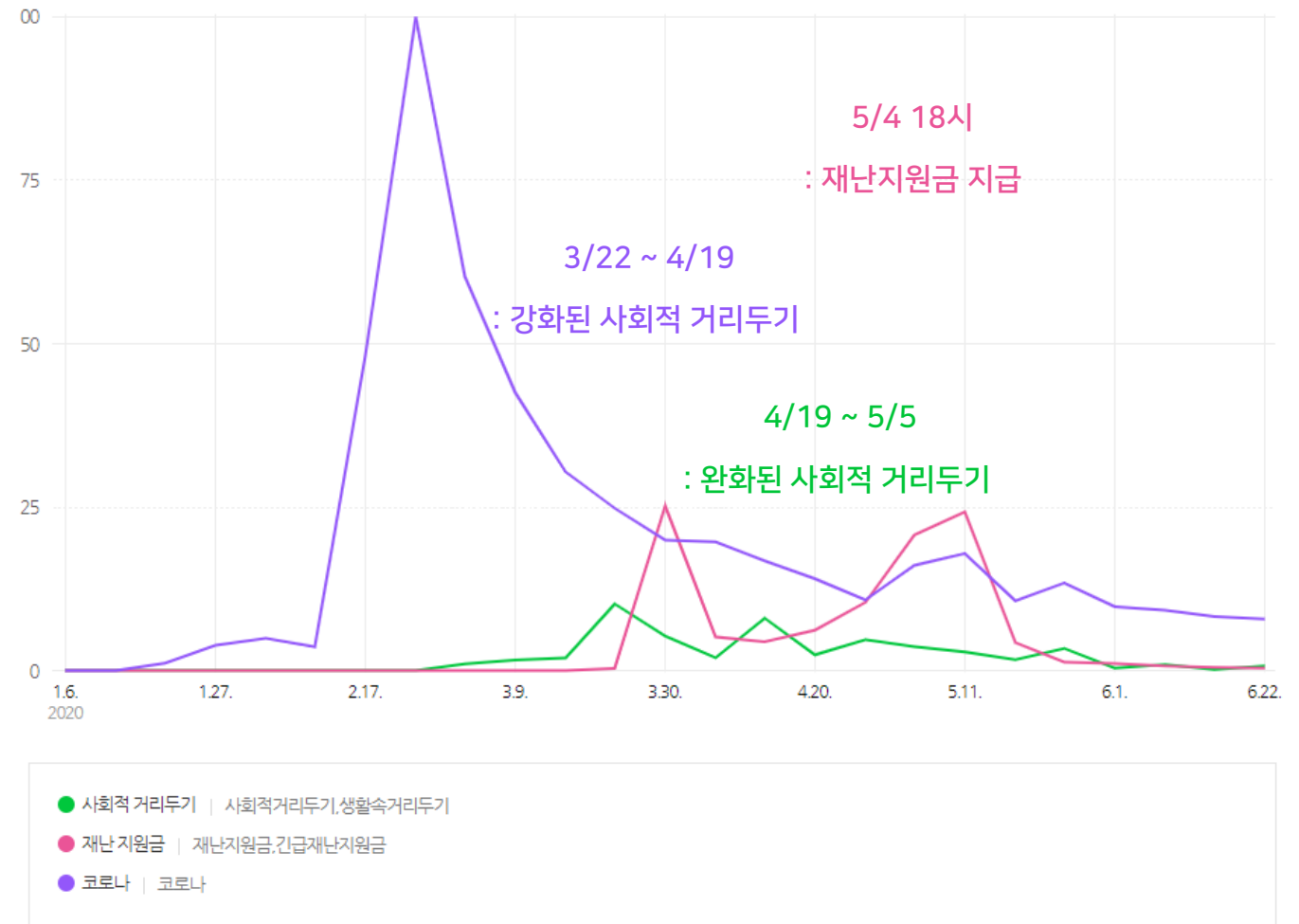


- 1월 연초에 소비지수가 증가함
- 2월말부터 코로나가 유행하면서 감소함
- 3월말에 사회적 거리두기를 시행하면서 더욱 격차가 벌어짐
- 5월까지 평균소비지수가 떨어짐

➡ 코로나로 인한 경기 위축

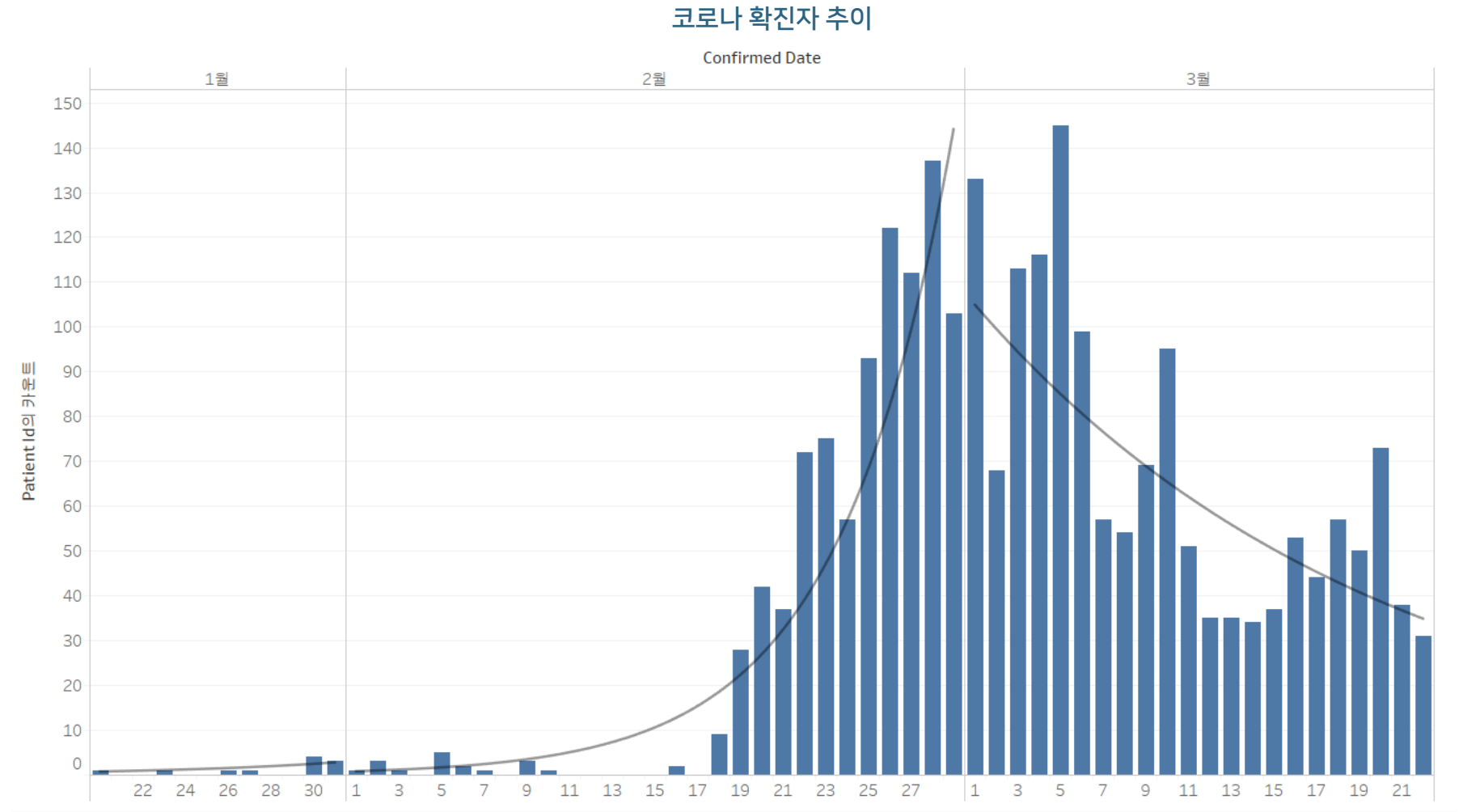
II. 정책 분석

- 코로나 확진자 증가세를 막기 위한
사회적 거리두기 조치 이후 빠른
경기 회복을 위한 재난지원금 지급
- 기간별 비교를 통해 거리두기 시행과
재난지원금 정책의 효과성 평가



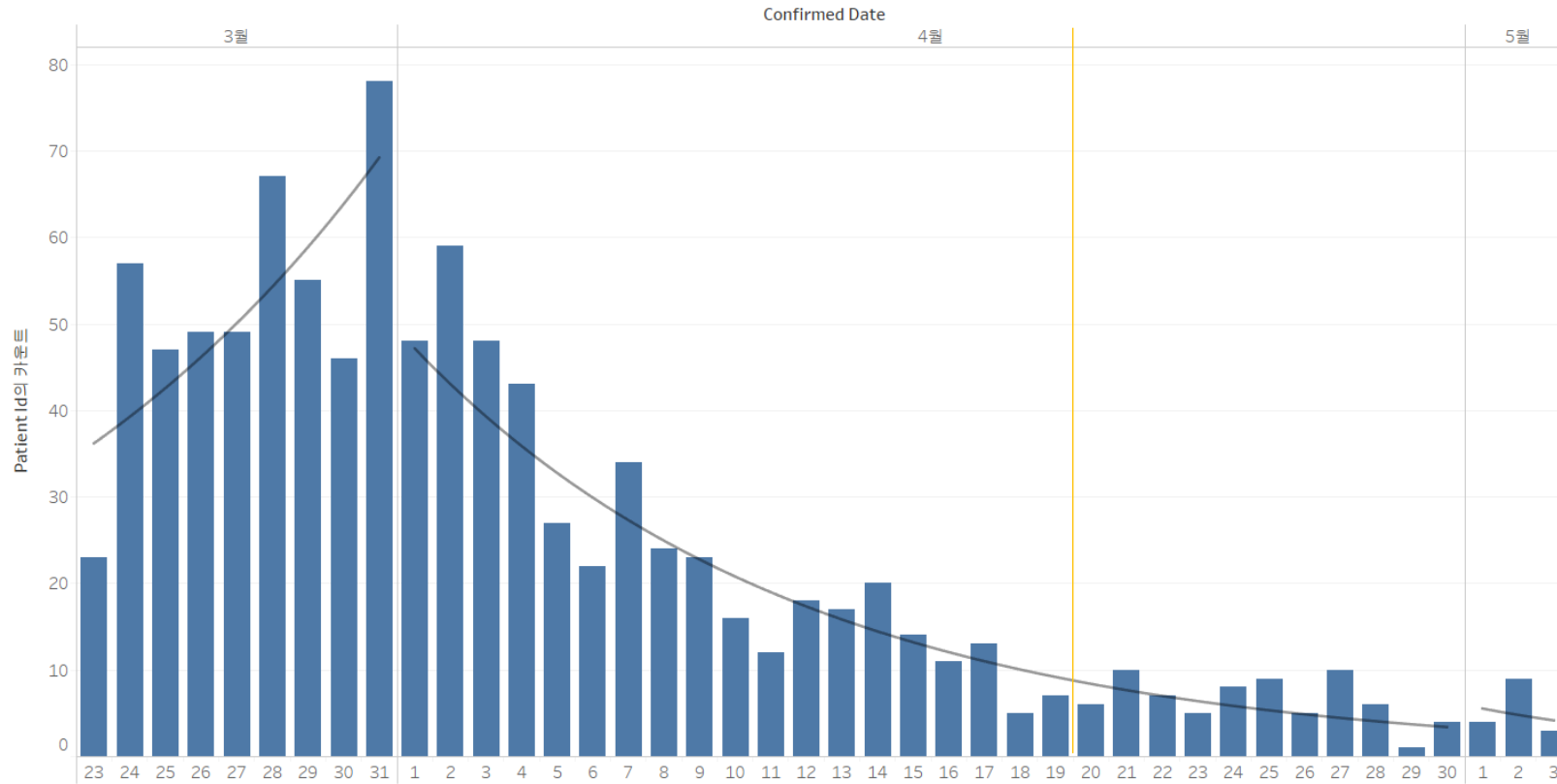
네이버 트렌드를 이용한 키워드 추세 분석

1) 사회적 거리두기



- 사회적 거리두기 정책의 효과를 보기 위해 확진자 추이를 나타내는 그래프를 확인
- 3월 15일 이후 다시 증가하는 확진자 수를 억제하기 위해, 3/22~4/19까지 강화된 사회적 거리두기 시행

확진자 - 사회적 거리두기 때



- 강력한 사회적 거리두기 (3/22 ~ 4/19)

약 2주간의 잠복기를 갖는 코로나의 특성이 반영되어 초기에는 코로나 확산세가 잡히지 않는 듯 보이지만,
사회적 거리두기 14일 이후인 4/6일 이후 확진자 수가 확연하게 줄어드는 것을 확인 → 사회적 거리두기의 효과성 입증

- 완화된 사회적 거리두기 (4/20 ~ 5/5)

확실한 거리두기 효과를 위해서 완화된 거리두기 조치를 5/5일까지 연장

"고강도 사회적 거리 두기 코로나19 확산 차단 효과, 2주 더 연장"



△[사진 = 연합뉴스]

정부가 지난달 22일부터 추진한 고강도의 '사회적 거리 두기'가 신종 코로나바이러스 감염증(코로나19) 확산을 막는 데 효과가 있다고 평가했다.

중앙재난안전대책본부는 4일 "사회적 거리 두기를 실시한 결과, 극단적인 업장폐쇄나 이동 제한 조치를 하지 않고도 감염 확산 차단 효과가 분명히 확인됐다"고 밝혔다.

중대본에 따르면 감염경로를 알 수 없는 확진자 수가 지난달 6일 37건(19.8%)에서 31일에는 3건(6.1%)으로 감소했고 조치 10일 전 11건이던 신규 집단 발생 건수도 조치 뒤 10일간 4건으로 63.6% 줄었다.

5/6 이후, 생활속 거리두기

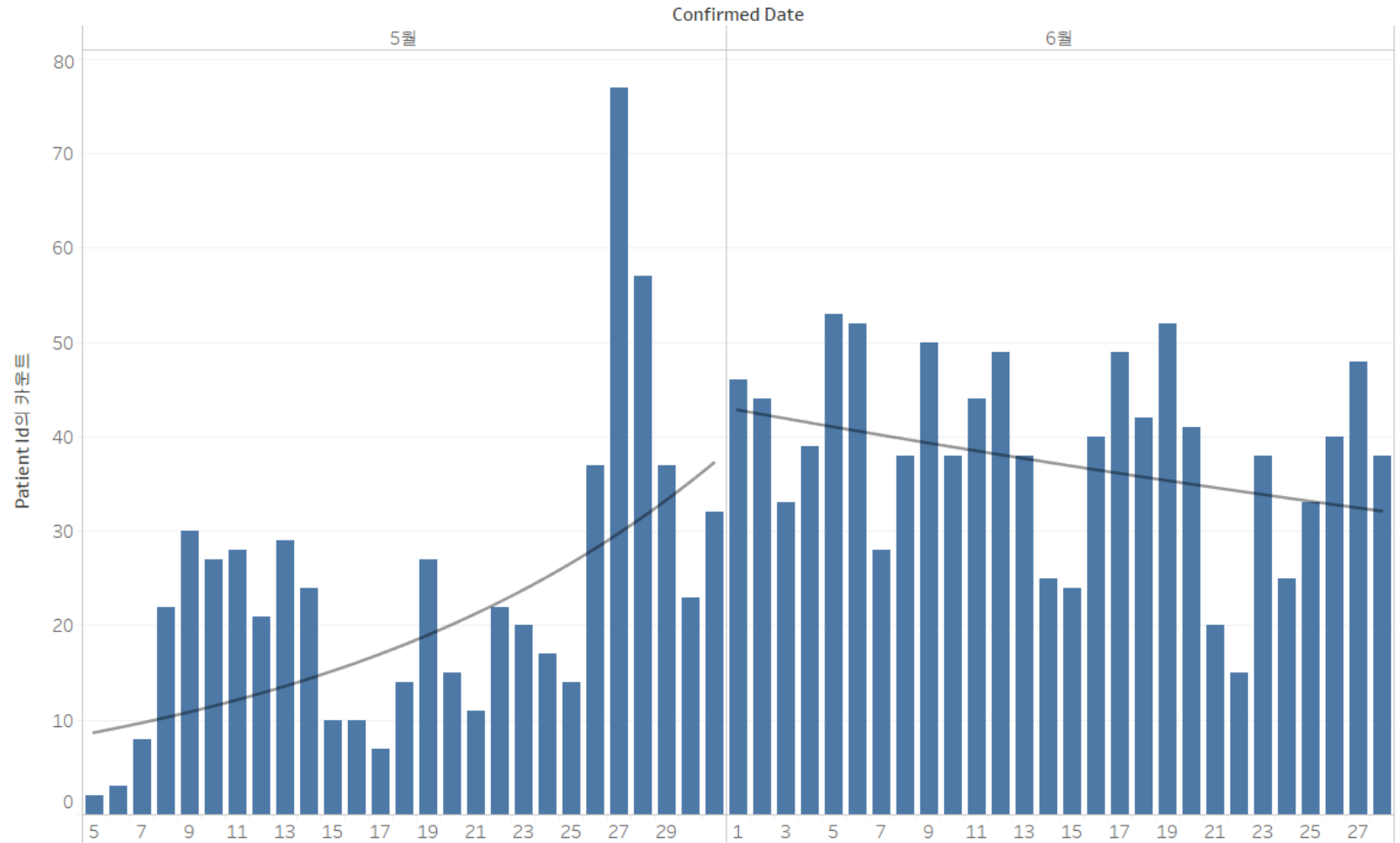
5/20 이전,

- 5/5까지의 완화된 사회적 거리두기
시행의 효과가 나타남
- 14일의 잠복기에 해당하는
5/20일까지는 확진자가 억제됨

5/21 이후,

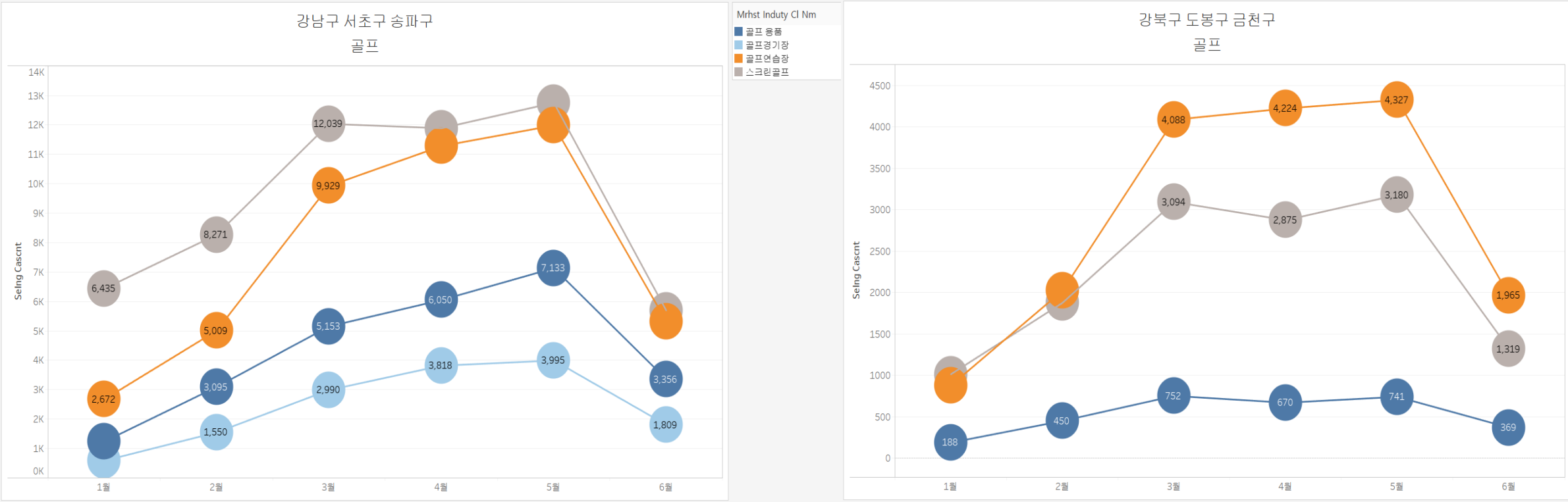
- 사회적 거리두기 효과가 미미해질 즈음
- 확진자가 다시 증가하는 모습을 보임

확진자 - 사회적 거리두기 후



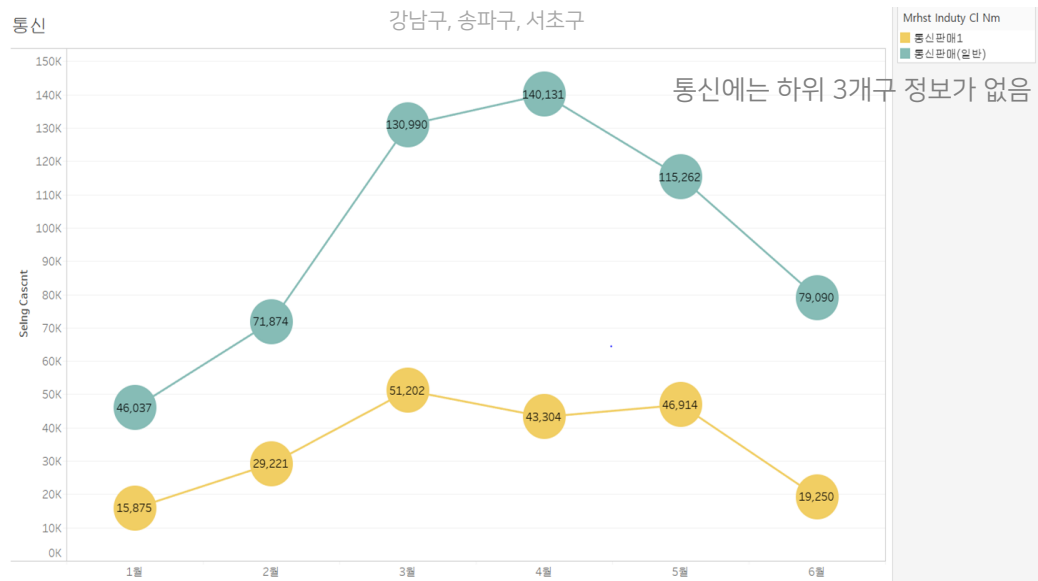
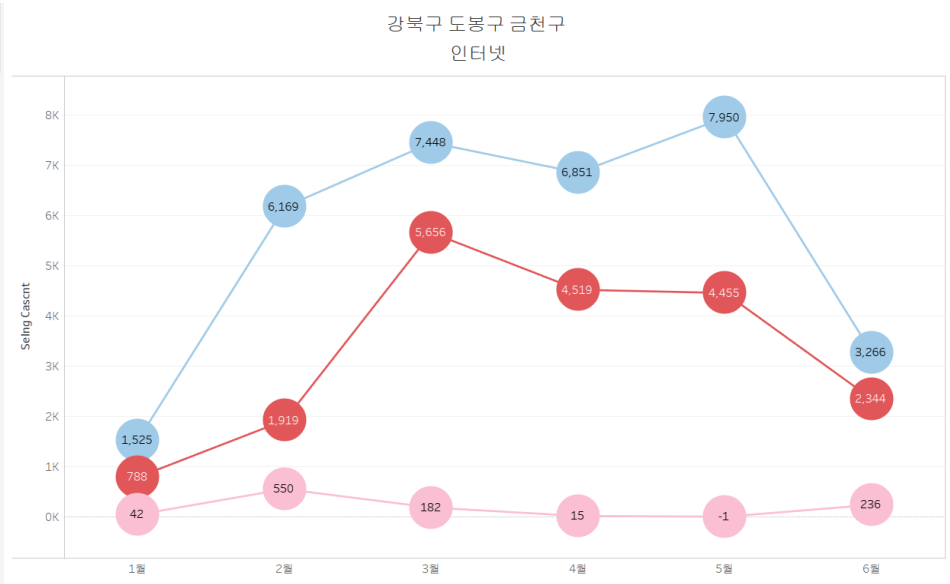
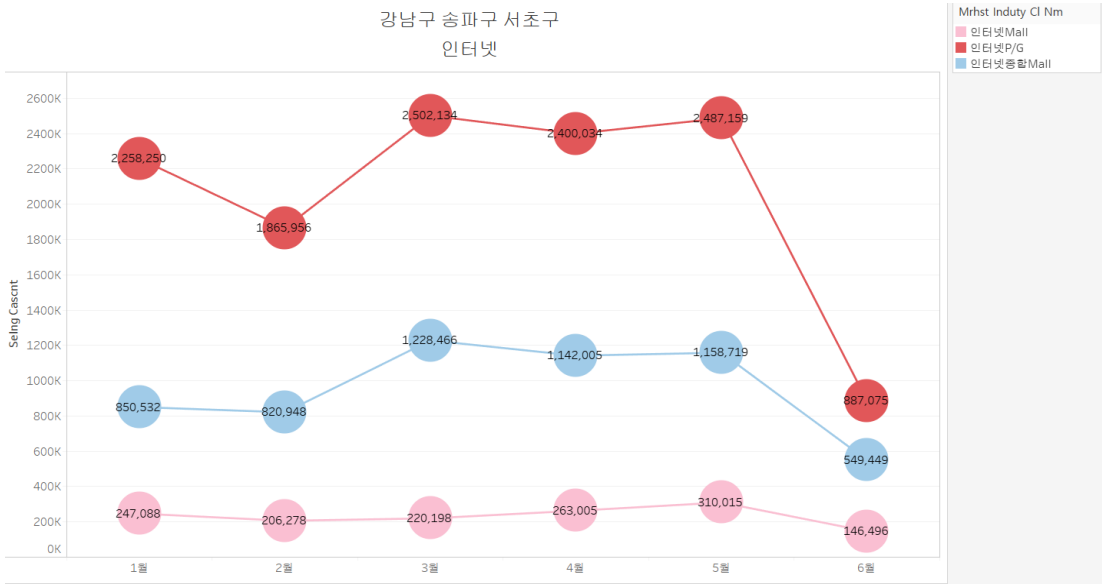
사회적 거리두기 : 업종별 매출건수 분석

1. 골프



실내 스포츠 및 야외에서 안전하다고 생각할 수 있는 스포츠인 골프 매출건수가 증가
스크린 골프와 골프 연습장은 모두 실내 스포츠
야외에서 활동하는 골프장 역시 거리두기 기간에 영업 제제를 받지 않은 업종
골프 용품 매출 건수 역시 같은 추세로 증가

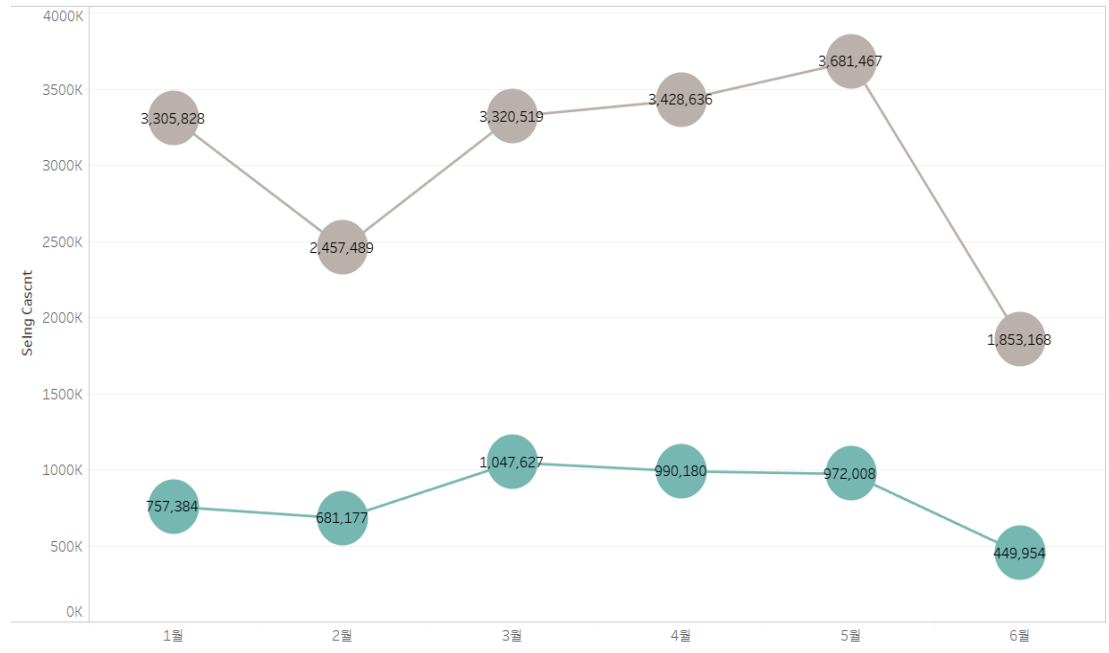
2. 온라인 판매 , 통신 판매



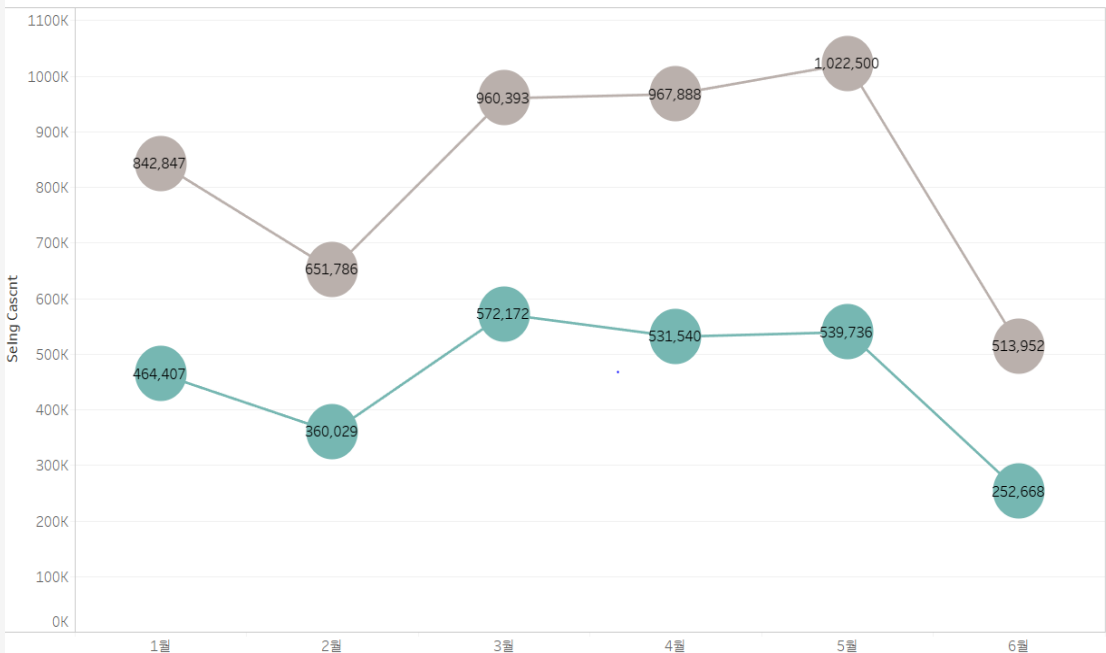
- 코로나의 확산과 함께 인터넷을 이용한 소비가 전반적으로 늘어남
- 3월부터 거리두기로 인한 통신 관련 종목의 매출건수가 급증함
- 5월 4일까지 사회적거리두기 기간이라 5월에 조금 주춤함
- 6월은 데이터가14일까지 밖에 없어서 수치가 적게 측정됨

3. 지역 상점

강남구 서초구 송파구
상점



강북구 금천구 도봉구
상점



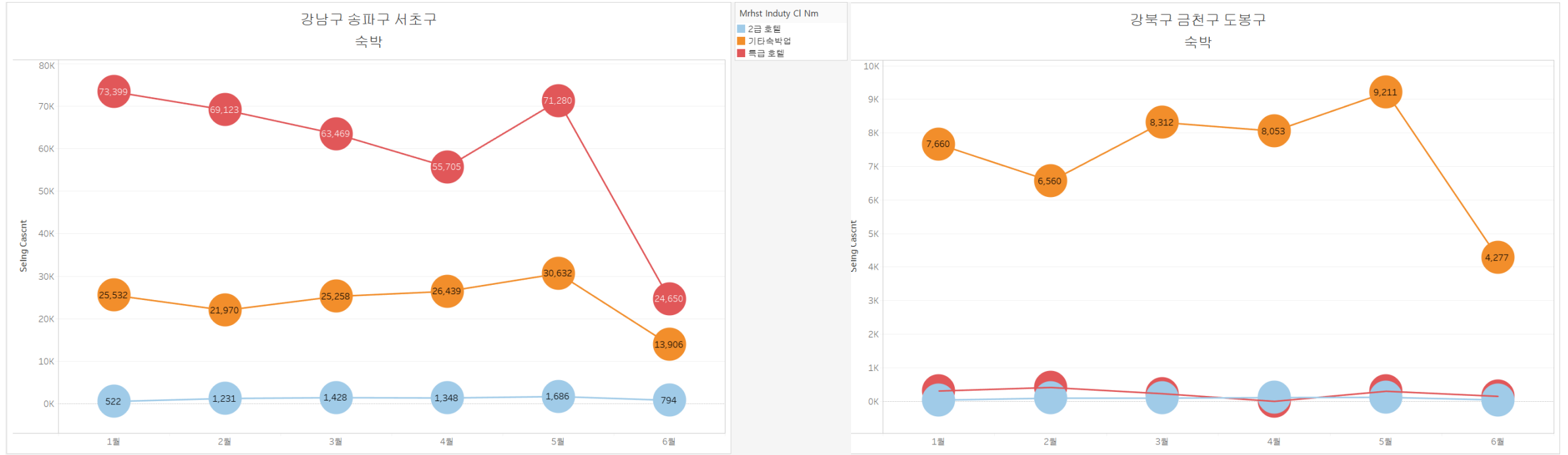
슈퍼 및 편의점 사용 증가

전반적으로 2월에 잠시 주춤했으나 1월에 비해 오히려 매출 건수는 증가함



집에서 많은 시간을 보내다 보니 접근성이 좋은 상점들이 수혜를 받은 것으로 보임

4. 숙박



- 의외로 숙박이 4월 사회적거리두기 기간 동안에 큰 변동이 없었음
→ 5월에는 오히려 매출건수가 증가함

- 특히 상위 3개 구에서는 특급 호텔이 4월 대비 5월 달에 폭발적으로 증가함
- 이는 '긴급재난금' 과 연관 지을 수 있음.

[방기자의 호텔24시] 긴급재난지원금으로 '호캉스' 할 수 있다? 없다?

호텔들 숙박료 등 결제 가능하지만 대놓고 홍보는 못해

긴급재난지원금이 지급된 지 한 달이 넘었다. 하지만 여전히 아리송한 사용처가 많은데, 전국에 있는 호텔들이 그 중 한 곳이다. 결론부터 말하자면 **호텔 숙박료와 호텔 내 식당 등에서 긴급재난지원금의 결제는 가능하다.**

단서는 붙는다. 기본적으로 긴급재난지원금은 이를 신청한 이의 주민등록상 주소지가 있는 지역 내에서만 사용이 가능하다. 따라서 서울 시민이라면 서울 지역 내 호텔에서, 제주 도민이라면 제주 지역 내 호텔에서 긴급재난지원금을 쓸 수 있다.

또 호텔이 카드사의 가맹점으로 등록돼 있어야 한다. 그런데 호텔들은 카드사의 중요한 가맹점이란 점에서 카드 결제가 안 되는 호텔은 없다. 오는 8월말까지 긴급재난지원금으로 '호캉스' 가는 일은 그야말로 가능한 일이다.

서울시 재난긴급생활비

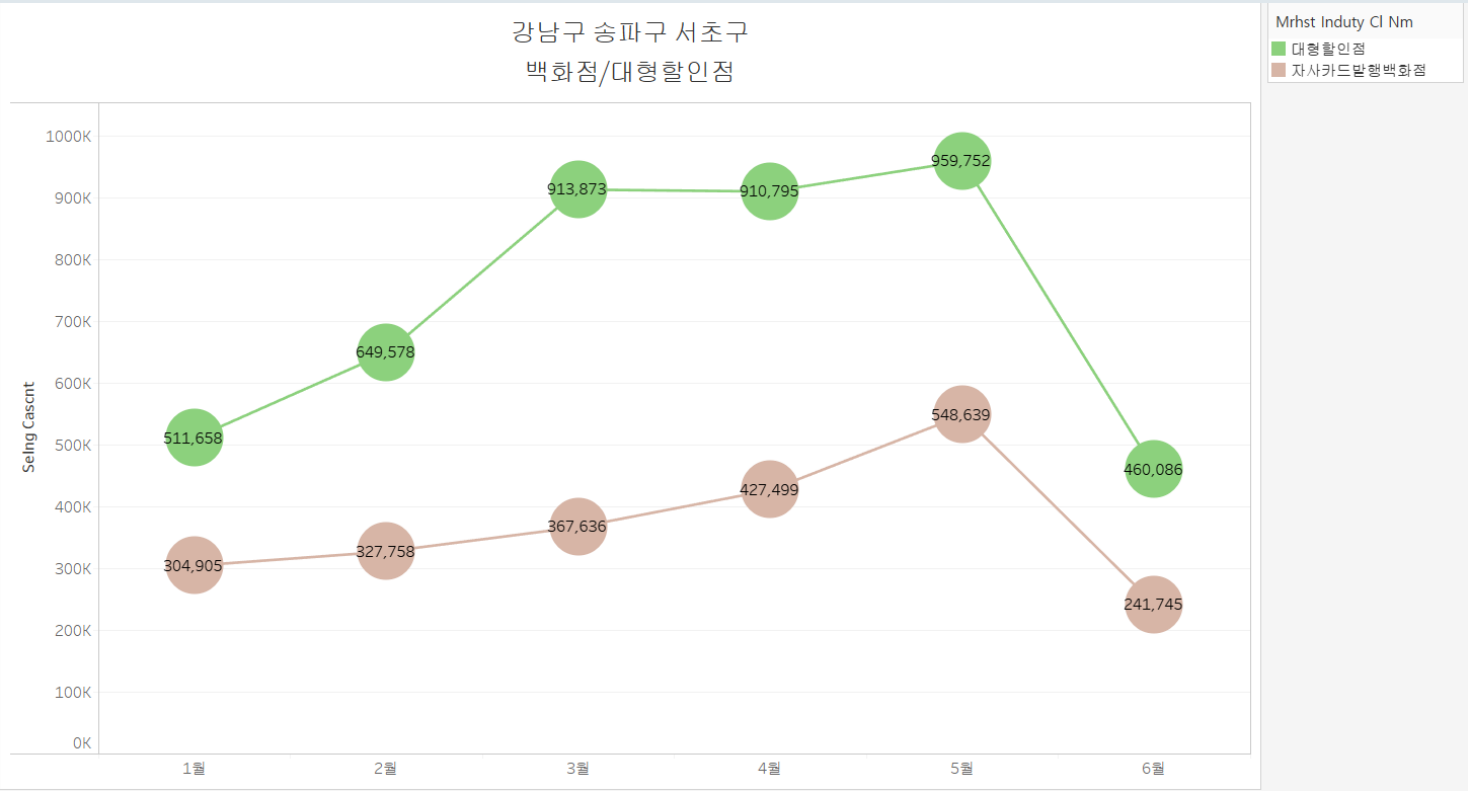
지급방식	서울사랑상품권	선불카드
지급액	1~2인 가구 : 30만원 / 3~4인 가구 : 40만원 / 5~6인 가구 : 50만원	
공통	<허용업종> 소상공인 및 전통시장, 편의점, 음식점, 학원, 서점, 동네빵집, 미용실, 주유소, 문방구, 안경점, 패스트푸드 가맹점, 대형마트 입점 소상공인 매장 등	
	<제한업종> 백화점, 이마트, 롯데마트	
사용처	자치구 내 제로페이 가맹점 한정	서울 전역 홈플러스 이커머스* 삼성전자랜드, LG전자베스트샵 등 기업형슈퍼마켓(SSG) 다이소, 올리브영, 프랜차이즈 커피전문점, 대형서점 병원, 약국 배달 애플리케이션(카드 결제 시)
발급 주체 (발급 기관)	자치구(서울시)	신한카드(서울시)

*이커머스:(쿠팡/G마켓/옥션/SSG닷컴/11번가 등 사업자 주소지가 서울인 온라인쇼핑몰)



백화점과 대형마트 안에 입점된 일부 매장에서는 이용이 가능함

5. 백화점 / 대형할인점

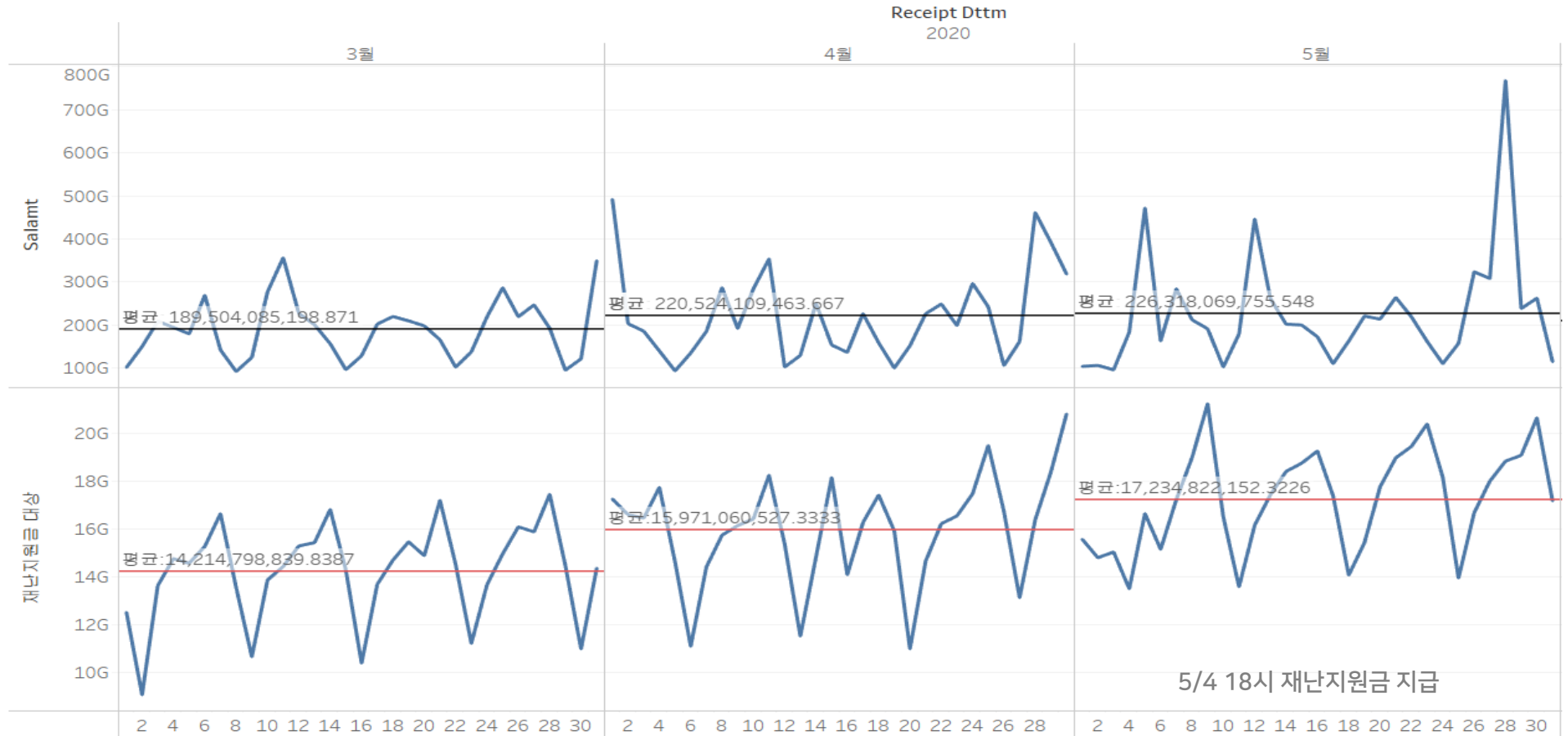


긴급재난 지원금은 백화점에서 사용할 수는 없다고 명시되어 있지만, 백화점 내 일부 매장에서는 사용 가능
대형할인점도 할인점내에 입점해 있는 매장에서는 사용할 수 있음
또한, 생필품을 지원금으로 구매하고 남은 생활비로 사치품을 구매했을 가능성도 존재함

➡ 직접적인 영향으로 매출건수가 감소해야 하지만, 간접적인 영향을 받아 오히려 증가

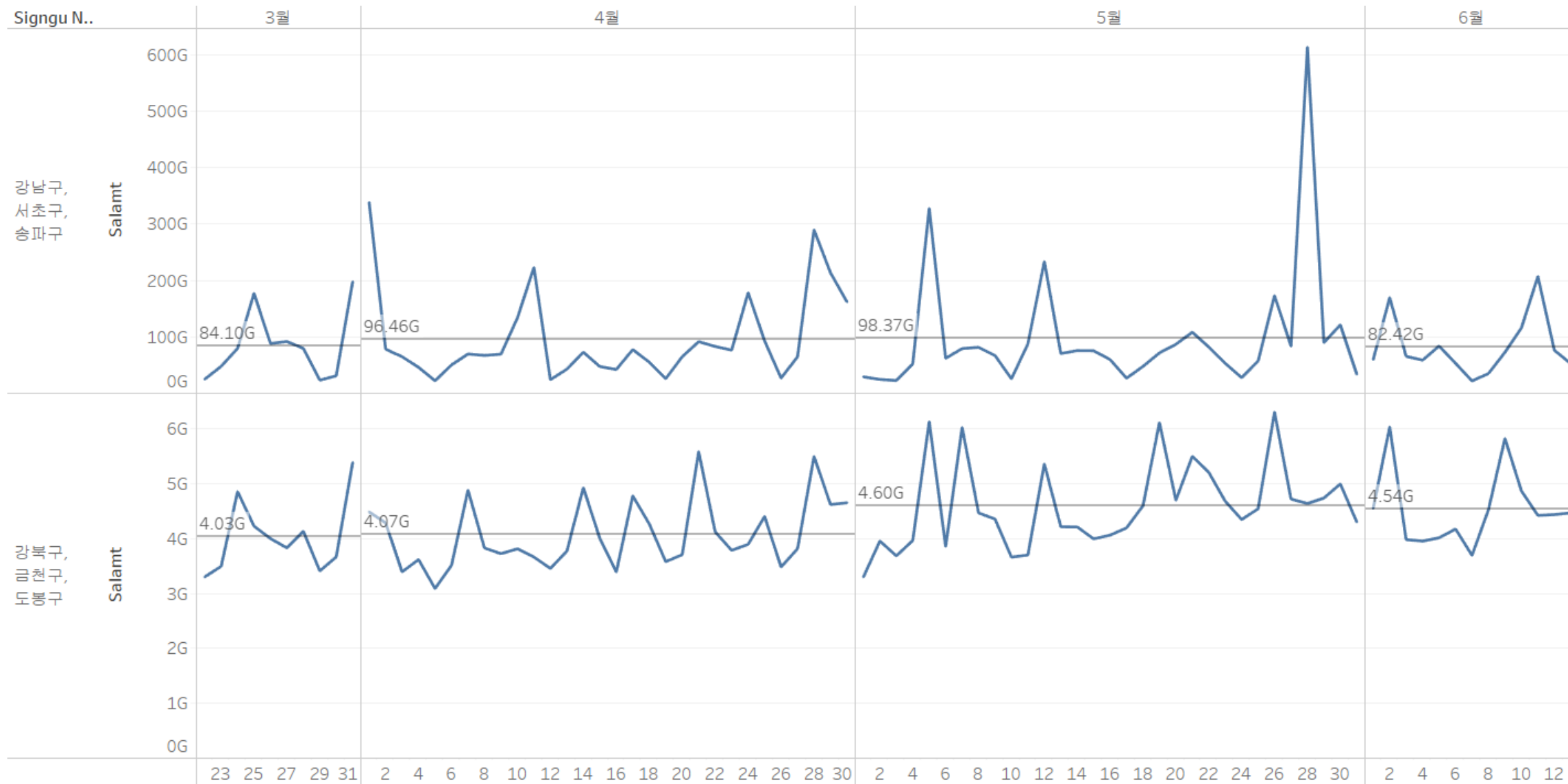
2) 재난 지원금

전체 매출과 재난지원금 대상업종 매출 비교

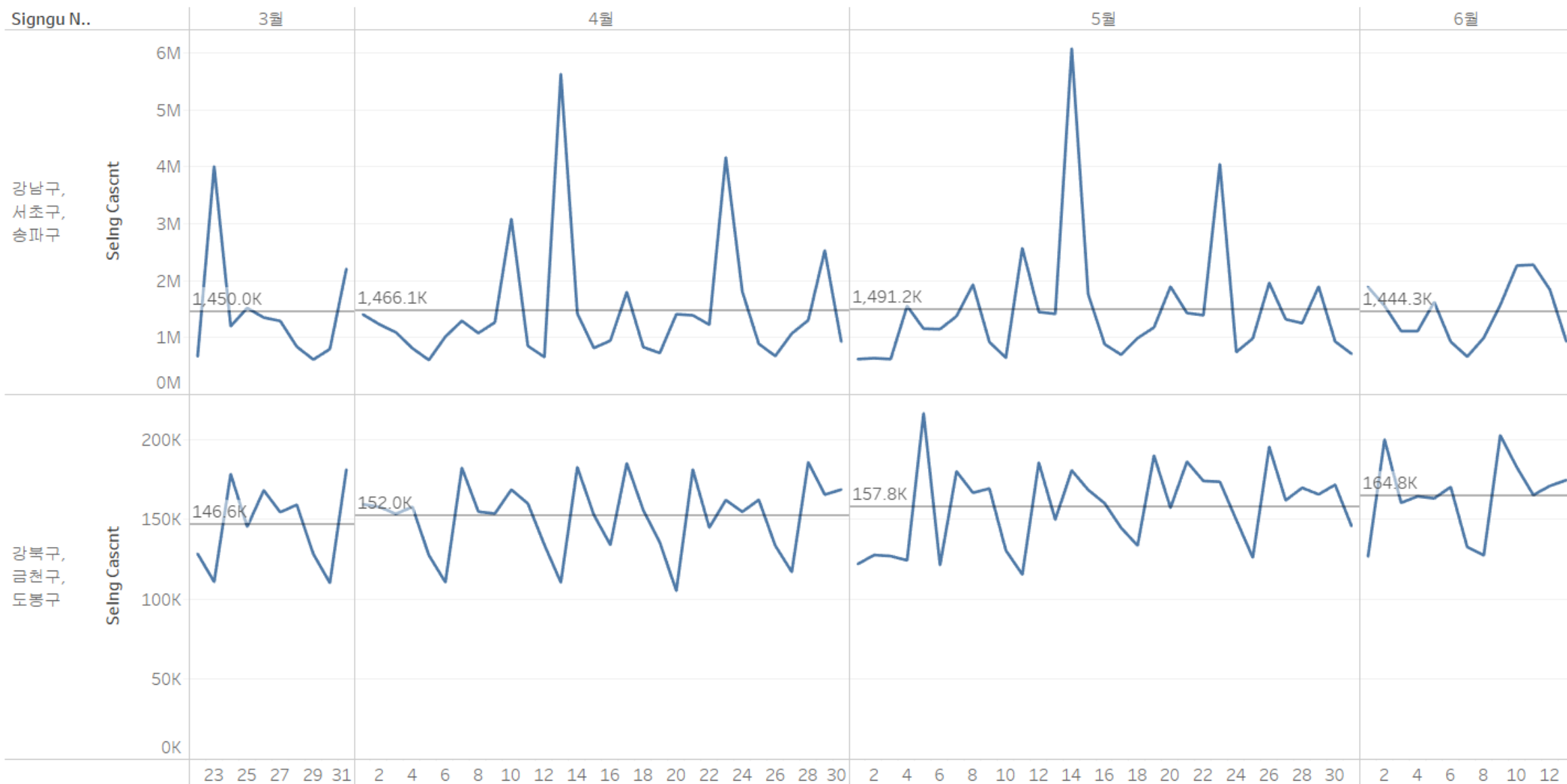


- 서울시 기준 전체 업종의 매출액과 매출 건수 추이를 비교했을 때, 뚜렷한 소비 증가세를 확인할 수 없었음
→ 따라서 재난지원금 대상 매출로 범위를 좁혀 파악 (대상: 한정식, 서양음식점, 정육점 등)
- 전체 업종은 4월대비 5월 매출액이 2.6% 증가, 재난지원금 사용처는 7.9% 증가한 것을 확인
- 소상공인에 집중한 경기 부양정책으로서 효과가 있었음

매출합계 비교



매출건수 비교



재산세 기준 상위 3개구, 하위 3개구별 코로나19재난지원금이 미친 영향

매출합계 비교

매출합계 (G)	3월	4월	5월	6월
상위	84.1	96.46	98.37	82.42
하위	4.03	4.07	4.6	4.54
매출합계 : 전월대비 증감률		4월	5월	6월
상위		14.70%	1.98%	-16.21%
하위		0.99%	13.02%	-1.30%

- 소상공인이 경제활동의 주체가 되는 하위구에서는 재난지원금의 효과가 두드러지게 나타남
- 매출합계 전월대비 증감률이 5월에 약 13%로 하위 3개구에서 눈에 띄게 증가

매출건수 비교

매출건수 (K)	3월	4월	5월	6월
상위	1450	1466.1	1491.2	1444.3
하위	146.6	152	157.8	164.8
매출건수 : 전월대비 증감률		4월	5월	6월
상위		1.11%	1.71%	-3.15%
하위		3.68%	3.82%	4.44%

- 상위 3개구에서 변동은 1%대로 미미함
- 하위 3개구에서는 3.82% 기록 6월이 되어서도 감소하지 않고 상승하는 모습을 보임

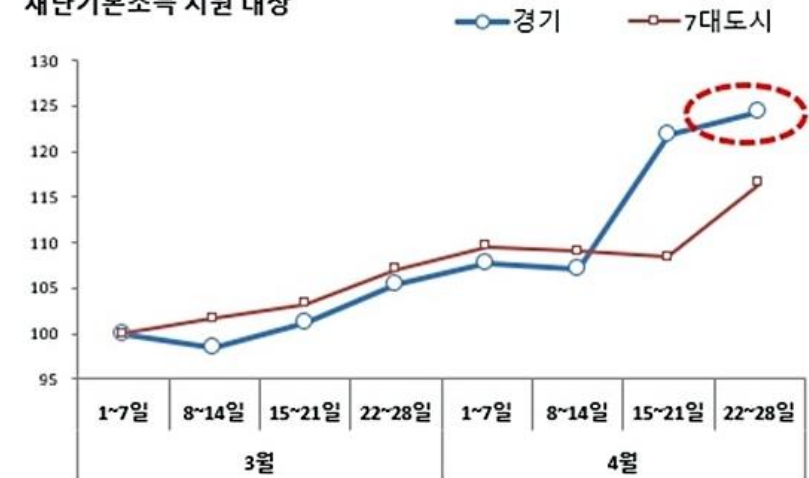
코로나19 재난지원금, 소비진작 효과 '뚜렷'

신한카드, 빅데이터 활용 경기도 재난지원금 효과 분석
중소형 가맹점 매출지원 효과, 소비진작 효과 지속 전망



[사진=연합뉴스]

재난기본소득 지원 대상



[자료=신한카드]

특히 서울 및 6대 광역시(부산, 대구, 광주, 대전, 인천, 울산)의 3월 1주차 100% 기준 대비 4월 4주차 가맹점 매출이 17% 증가한 반면, 같은 기간에 경기 재난기본소득 지원 대상 가맹점 매출은 24% 증가해 경기도의 중소형 가맹점 매출지원 효과가 뚜렷한 것으로 나타났다.

분석한 6개의 지구별로 각각산업이 다르기 때문에 경제가 회복되는 양상과 속도 모두 다를 것이다.

또한 업종별 소비지수 분석결과, 화장품과 같이 비교적 필수품이 아닌 업종의 회복이 더딜 것으로 전망된다.

- 재산세 상위 3개구는 기업이 중심, 회복속도 하위 그룹에 비해 비교적 빠름
- 하위 그룹 또한 전체적으로 회복 중인 상황
- 재산세 하위 그룹은 주거지역이기 때문에 경제활동지역인 상위그룹에 비해 회복이 더딤
- 소비지수 CGI 는 5월까지 계속 감소하는 추세를 보이고 있음
- 특별한 정책이나 백신의 개발이 없다면 경기침체가 계속될 것으로 예측할 수 있음

코로나 포비아와 사회적 거리두기의 영향

- 인터넷 Mall 매출 증가
- 대형할인점과 슈퍼마켓 매출 증가
- 한식 및 양식 매출 감소

매출변동의 원인이 외출 최소화, 외식의 감소로 추정



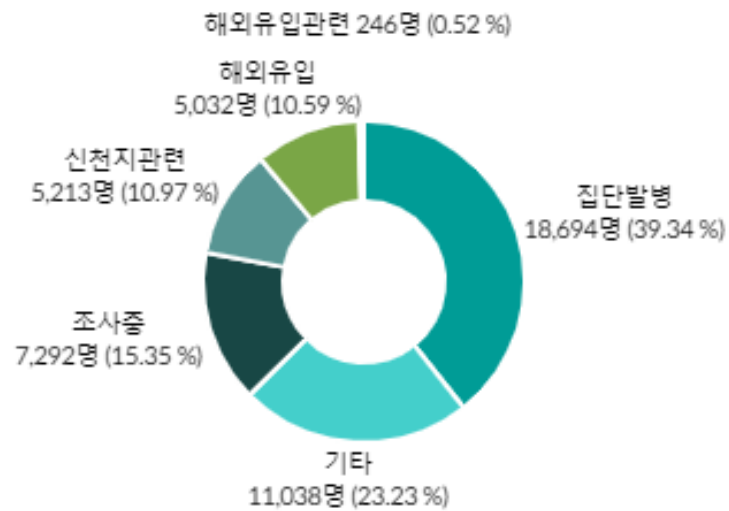
출처 : <https://cm.asiae.co.kr/article/2020022811202603250>

➡ **코로나로 인한 경제 피해 발생**

정책평가

2020년 상반기 기준 사회적 거리두기는 확진자 수가 적어, 수치상으로는 미비한 효과로 기록되었으나
확진자의 감소 추세를 보면 현재(2020년 12월 중순)의 폭발적인 증가세에는 영향을 줄 수 있을 것이다.

▣ 감염경로별 확진자 비율 (12.18.00시 기준)



❖ 2020년 12월 18일 기준

집단 발병이 감염경로에서 가장 큰 비중(약 39.34%)을 차지함

→ 감염자 수를 낮추는데 큰 도움을 줄 것으로 예상



▲발언하는 홍남기 부총리. [사진 출처 = 연합뉴스]

홍남기 부총리 겸 기획재정부 장관은 17일 소상공인에 지급되는 3차 재난지원금에 대해 "이번 달에 모든 검토를 마무리하고 1월부터 지급 개시될 수 있도록 목표하고 준비해나가고 있다"고 밝혔다.

홍 부총리는 이날 정부서울청사에서 열린 2021년 경제정책방향 브리핑에서 "정부는 재난지원금보다는 소상공인 피해지원 대책이라는 이름 아래 검토가 진행 중"이라며 이렇게 말했다.

홍남기 "3차 재난지원금, 내년 1월부터 지급 개시"

그렇다면 3차 재난지원금은
경제 회복에 어떤 영향을 미칠까?

1차 재난지원금의 지급 후 ,
사용처와 전체 매출과의 차이가 뚜렷하게 나타났다.

또한 주거지구이자 소상공인의 매출의 영향을 많이 받는 금천 · 강북 · 도봉구에서의
매출 증가율이 13%이상 상승하도록 영향을 미쳤다.

재난지원금이 지급으로 인해서 전체 경제 회복에는 큰 도움을 주었다고 말하기는 어려우나,
소상공인들의 경제적 피해 회복에는 주목할 만한 영향을 주었다고 볼 수 있다.

따라서 3차 재난지원금은 1차 지원금과 마찬가지로 소상공인에게 도움이 될 것이다.

코로나가 야기한 경기침체의 정도와 양상을 살펴 보았고, 그로 인해 정부가 제안하고 실행한 대처방안에 대해 분석을 해보았다.

사회적거리두기가 확진자수를 줄이기에는 효과적인 정책이지만, 소비지수가 줄고 경제가 힘들어지는 반작용을 야기한다.

아직 많은 산업이 offline인 것을 감안하면 장기적이거나 강력한 사회적 거리두기는 경제에 악영향을 미칠 가능성이 충분하다.

이런 경제 침체를 극복하기 위해서 재난지원금을 전국민에게 지급했고, 실제로 매출건수와 매출 모두 늘어나며 회복세를 보였다.

하지만 재난지원금의 목적이 소상공인 피해지원임에도 불구하고 사용처에 대한 불명확하고 모호한 기준에 특급호텔이나 백화점의 매출건수가 늘어나는 허점을 보이기도 했다.

정부는 경기침체를 우려해 사회적 거리두기의 시행기간과 단계에 대해서 합리적으로 규정해야 한다.

또한 3차 재난지원금의 사용처에 대한 기준을 확실히 세워, 소상공인 피해지원 대책이라는 목적을 달성할 수 있길 바란다.

감사합니다 😊

