

코로나19가 국내 산업에 미치는 영향 Ⅱ. 코로나19가 서비스업에 미치는 영향과 대응방안

I	코로나19의 주요 제조업에 대한 영향과 대응방안
II	코로나19가 서비스업에 미치는 영향과 대응방안
III	중소·중견 수출기업에 대한 코로나19의 영향 분석 및 지원 대책
IV	코로나19와 글로벌 가치사슬 재편에 따른 중장기 대응 방안
V	국내 제조업체들이 바라본 코로나19 충격의 영향

요 약

코로나19 확산으로 서비스업은 가장 큰 피해를 입은 산업 분야이다. 관광산업을 중심으로 한 서비스업 피해는 감염병이 장기화되면서 도소매업, 운수업, 문화예술업, 교육서비스업 등 다양한 분야로 확대되었다. 특히 감염병이 장기화될 경우 관광산업의 매출감소 규모는 최대 24조원에 이를 것으로 예상된다. 이는 관광산업 총매출의 약 37.0%를 차지한다. 뿐만 아니라 코로나19 종식 이후에도 서비스업 분야의 구조조정은 이어질 것으로 예상된다. 이에 정부는 피해업종에 대한 지원뿐만 아니라 장기적으로 신규 서비스업 육성을 위한 연구개발 지원, 규제 개선 등의 대응전략 마련이 필요하다.

1. 머리말

서비스업은 코로나19 확산으로 가장 즉각적으로 피해를 입은 산업 분야이다. 국내 코로나19 발생초기 국가간 감염병 유입을 막기 위한 여행제한 조치로 국경간 이동이 제한되자 항공산업과 관광산업이 타격을 입었다. 이후 2월 18일을 기점으로 대구·경북을 중심으로 코로나19 확진자가 급격히 늘어나면서 감염병 확산이 장기화되었다. 감염병 공포로 유동인구가 감소하면서 소매업, 음식숙박업 등으로 피해가 확산되었다. 또한 사회적 거리두기가 강조되면서 밀집활동을 자제하는 경향이 더욱 심화되었으며 이로 인해 MICE, 공연예술, 학원 등 교육서비스 업종에서 피해가 발생했다. 아울러 감염병은 우리 생활 전반의 생활방식을 변화시켰다. 재택근무가 늘어나고 비대면 서비스에 대한 수요는 증가했다. 새로운 서비스에 대한 경험은 코로나19 종식 이후에도 소비자들의 서비스 이용행태를 변화시킬 것이다. 변화된 서비스 이용행태는 중장기적으로 서비스 산업의 구조적 변화를 가져올 것으로 예상된다.

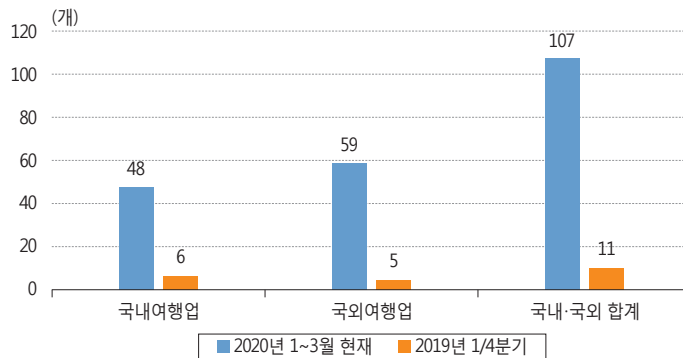
서비스업 전반으로 피해는 확산되었지만 여전히 가장 큰 피해업종은 관광산업이다. 본고에서는 코로나19 감염병 확산이 서비스업에 미친 영향을 업종별로 살펴보고, 가장 큰 피해를 입은 관광산업의 피해를 추정하였다. 뿐만 아니라 코로나19 종식 이후 서비스업의 중장기적 변화도 살펴보고 대응방안도 제안하였다.

2. 코로나19 확산과 서비스업에 영향

(1) 코로나19 확산의 업종별 영향

코로나19 발생 이후 외래관광객의 급격한 감소로 항공산업과 관광산업을 중심으로 급격한 피해가 발생했다. 이후 점차 외래 관광객 감소추세가 심화되면서 외식업, 숙박업, 소매업을 중심으로 피해가 확산되었다. 특히 여객 항공 산업이 즉각적인 대규모 매출 감소를 겪었다. 국적사의 국제노선은 2019년 167개(48개국)에서 2020년 2월 27일 129개(33개국)로 감소했다. 7개 항공사의 7,500명의 직원이 단축근무 및 휴직에 돌입했다. 이후 코로나19가 유럽, 미국 등 전세계적으로 확산되면서 항공여객 수요는 더욱 감소하였다.

〈그림 1〉 여행업 폐업현황(2020.3.16 기준)



자료 : 한국공정여행업협회 정부공시 통합자료(검색일: 2020.03.16).

주 : 국내여행업은 국내를 여행하는 내국인을 대상으로 하는 여행업이며, 국외여행업은 국외를 여행하는 내국인을 대상으로 하는 여행업이다.

뿐만 아니라 소규모 업체 비중이 높은 여행업의 경우 외부환경 변화에 더욱 취약했다. 2020년 1~3월 중순 기간 중 폐업 신고한 국내여행업, 국외여행업 업체는 모두 107개이며 이 중 국내여행업은 48개사, 국외여행업은 59개사가 폐업 신고를 했다(〈그림 1〉 참조). 정부는 즉각적으로 항공업과 여행업을 특별고용위기 업종으로 지정하고 고용유지지원금 한도를 높였다. 산업별 고용유지지원금 신청현황에 따르면 여행업의 비중이 전체 1만 1,295건 중 1,872건(16.6%)으로 가장 많았다.

코로나19 확산이 장기화되면서 감염병 공포로 인한 유동인구 감소는 국내 여객운송과 소매업 부문에도 영향을 미쳤다. 지역 간 이동 및 대규모 집회 감소로 국내 여객통행 수요가 감소하면서 여객운송 부문의 통행량도 급감했다(〈표 2〉 참조).

소매업에서도 감염병 확산 초기 외래관광객 감소로 인해 면세점과 주요 관광지의 상가를 중심으로 매출 감소가 발생했다. 면세점의 2020년 2월 매출액은 전년동기 대비 58.0% 감소했다. 코로나19 확산이 장기화되자 감염병 공포로 백화점과 대형마트,

〈표 1〉 업종별 고용유지지원금 신청현황(2020.3.11 기준)

	신청 건수(건)	비중(%)
여행업	1,872	16.6
교육업	1,837	16.3
제조업	1,164	10.3
기타	6,422	56.9
합계	11,295	100.0

자료 : 고용노동부.

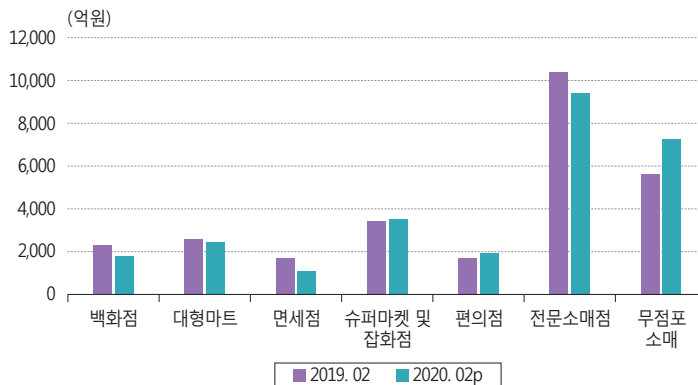
〈표 2〉 코로나19 발생 전후 일평균 육상교통 여객통행량

기간	평일					주말				
	지역 간 대중교통 (단위: 만 통행/일)		도시 내 대중교통 (단위: 만 통행/일)		고속도로 (단위: 만대/일)	지역 간 대중교통 (단위: 만 통행/일)		도시 내 대중교통 (단위: 만 통행/일)		고속도로 (단위: 만대/일)
	고속· 시외	철도	버스· 도시철도	택시		고속· 시외	철도	버스· 도시철도	택시	
1월 2주차 (13~17일)	37.8	434.2	1,999.1	116.0	454.7	42.9	346.7	1,330.7	114.3	410.5
1월 3주차 (20~23일)	43.0	429.6	1,974.5	116.8	473.8	40.1	339.3	1,327.5	113.7	401.5
전주 대비 (%)	13.9%	-1.1%	-1.2%	0.7%	4.2%	-6.6%	-2.1%	-0.2%	-0.6%	-2.2%
1월 4주차 (28~31일)	41.7	383.9	1,856.9	107.5	435.4	31.1	258.4	1,077.4	99.4	359.0
전주 대비 (%)	-3.0%	-10.6%	-6.0%	-7.9%	-8.1%	-22.3%	-23.8%	-18.8%	-12.6%	-10.6%
2월 1주차 (3~7일)	24.1	371.5	1,759.7	106.3	428.1	28.7	247.1	1,046.1	99.6	366.8
전주 대비 (%)	-42.2%	-3.2%	-5.4%	-1.1%	-1.7%	-7.7%	-4.4%	-2.9%	0.2%	2.2%
2월 2주차 (10~14일)	25.5	398.5	1,800.4	108.9	439.8	32.6	278.3	1,127.3	108.8	386.4
전주 대비 (%)	5.8%	7.3%	4.1%	2.4%	2.7%	13.6%	12.6%	7.8%	9.2%	5.3%
2월 3주차 (17~21일)	24.7	398.1	1,792.5	109.3	431.8	21.6	201.0	895.5	91.1	328.0
전주 대비 (%)	-3.1%	-0.1%	-15.8%	0.4%	-1.8%	-33.9%	-27.8%	-20.6%	-16.3%	-15.1%
2월 4주차 (24~28일)	12.9		1,357.1	84.0	383.3	11.5		644.6	69.6	256.6
전주 대비 (%)	-47.9%		-24.3%	-23.1%	-11.2%	-46.8%		-28.0%	-23.6%	-21.8%

자료 : 한국교통연구원(2020)의 자료(‘코로나19’ 확산에 따른 수송업계 사회경제적 여파)를 재정리함.

대형 쇼핑몰 등 밀집활동이 일어나는 대형 소매점을 중심으로 매출이 감소하였다. 국내 코로나19 감염이 급격히 확산된 2월 한달 간 백화점의 매출액은 전년동기 대비 26.8% 감소하였으며 대형마트의 매출액은 전년대비 4.1% 감소하였다. 그러나 생필품 위주의 근거리 쇼핑 경향이 강해져 슈퍼마켓(△3.3%), 편의점(△8.5%)의 매출은 증가하였다. 특히 온라인 쇼핑으로 생필품뿐만 아니라 신선식품까지 구매 품목이 확대되면서 온라인 쇼핑 거래액은 전년대비 22% 증가했다.

〈그림 2〉 유통업태별 소매판매액



자료 : 통계청.

주 : 2020년 2월 소매판매액은 추정치.

소상공인들이 느끼는 체감경기는 더욱 악화되었다. 소상공인 체감경기실사지수(BSI)¹⁾는 코로나19 발생이후 점차 감소해 2020년 3월에는 29.7로 전월대비 11.8포인트 하락, 전년 동기비 43.6포인트 하락했다. 전통시장의 3월 체감경기실사지수는 28.4로 전년 동기비 34포인트 하락했다. 뿐만 아니라 고용노동부의 3월 고용동향을 보면 해고·이직 등으로 고용보험 상실자 수가 도소매업에서 4만 4,000명으로 숙박음식업(16만 2,000명) 다음으로 높았다.

사회적 거리두기가 확산되면서 밀집활동에 대한 기피가 문화산업 소비 감소로도 이어졌다. 감염병 확산초기 확진자가 다녀간 극장 휴업이 발생하면서 극장의 매출이 감소하였다. 뿐만 아니라 감염병 확산이 장기화되면서 공연·예술분야의 예매 건수가 급격히 줄어들었다. 문화체육관광부의 공연문화예술통합 전산망에 따르면 2월 한 달간 공연 매출은 전월대비 48.3% 감소했다.

교육서비스 부문도 피해가 컸다. 한국학원총연합회에 따르면 교육부의 학원 휴원

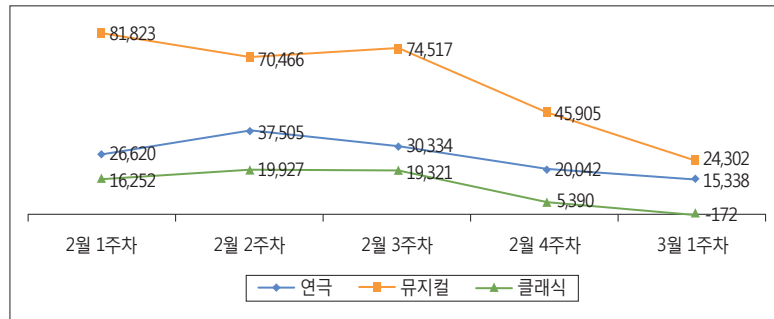
〈표 3〉 소상공인시장 경기실사지수(BSI)

	2019												2020		
	1월	2월	3월	4월	5월	6월	7월	8월	9월	10월	11월	12월	1월	2월	3월
소상공인	58.8	61.7	73.3	69.8	69.7	65.6	61.1	59.1	76.4	74.9	69.1	66.4	67.3	41.5	29.7
전통시장	50.7	59.5	62.4	58.1	64.6	57.0	48.4	42.0	84.6	68.7	76.5	65.4	71.7	23.9	28.4

자료 : 소상공인시장 경기동향조사(2020.4).

1) 소상공인 체감경기실사지수는 소상공인이 느끼는 체감경기를 나타내며 100을 기준으로 이보다 낮으면 경기악화를 예상하는 기업이 경기호전을 예상하는 기업보다 많다는 의미이다.

〈그림 3〉 주요 공연 분야의 예매건수 변화



자료 : 공연예술통합전산망(www.kopis.or.kr), 접속일자 2020.3.14.

권고 이후 3월 초 기준 전국의 43.3%의 학원이 휴원했고, 전국학습지산업노동조합에 따르면 3월 초 기준 전체 방문교사 13%의 수업이 50% 이상 중단되었다. 2019년 기준 교육서비스업 종사자 중 40.7%가 비정규직이며, 방문교사와 같은 특수고용근로자가 많아 휴원이 장기화될 경우 피해가 더욱 커질 것으로 예상된다.

(2) 관광산업에 미치는 영향

관광산업은 코로나19의 국내 유입 직후부터 가장 크게 피해를 입은 업종이다. 본고에서는 코로나19로 가장 큰 피해를 입은 관광산업의 피해 규모를 추정하고 이로 인해 발생한 연관산업의 경제적 효과를 분석하였다.

2020년 3월 31일을 기준으로 국내에서 코로나19 확진자가 가장 적은 제주도 내 지역의 관광객 통계²⁾를 살펴보면 전년동기 대비 전체 관광객은 58.4%, 특히 외국인 관광객은 97.3% 감소했다. 2015년 8개월 간 지속된 메르스 확산 당시(5~12월) 동년 7월 제주도의 외국인 관광객이 전년대비 80.3% 감소했던 사례와 비교해 볼 때, 이번

〈표 4〉 제주도 방문 관광객 수(명) 변화 추이

	2019년 3월	2020년 3월	2019년 대비	
			증감	증감률(%)
내국인	1,030,480	478,971	-551,509	-53.5
외국인	128,420	3,441	-124,979	-97.3
합계	1,158,900	482,412	-676,488	-58.4

자료 : 제주특별자치도관광협회.

2) 제주지역은 일별로 관광객 통계를 발표하고 있으므로, 제주지역 관광객 감소율을 활용하여 관광객 감소 효과를 추정하였다.

〈표 5〉 코로나19 여파로 인한 시나리오별 관광지출 감소액

단위 : 억원, %

		코로나19 4개월(3-6월) 지속			코로나19 7개월(3-9월) 지속		
		S1	S2	S3	S1	S2	S3
관광지출 감소액	내국인	25,572	30,686	35,801	53,523	64,227	74,932
	외국인	93,624	96,581	98,552	158,885	163,902	167,247
	전체	119,196	127,267	134,352	212,407	228,129	242,179
	관광산업 총매출 대비 비중	18.2	19.4	20.5	32.4	34.8	37.0

코로나19 바이러스로 인한 경제 충격이 더욱 클 것으로 전망된다.

이를 기반으로 코로나19 충격에 따른 관광산업의 매출 감소액을 시나리오별로 분석한 결과³⁾ 감염병이 향후 4개월 지속 시 최소 11조 9,196억~최대 13조 4,352억 원, 7개월 지속 시 최소 21조 2,407억~최대 24조 2,179억원의 매출액 감소가 예상된다. 이는 2018년 우리나라 관광산업 총매출액의 최소 18.2~37.0%에 이르는 규모이다.⁴⁾ 시나리오에 따라 산출한 관광산업 매출감소액을 산업연관표(2015 기준년 기본부문)에서 관광과 관련된 서비스 부문의 최종수요 변화액으로 적용하여 각종 유발승수에 의한 파급효과 분석하였다. 시나리오별 관광산업 매출감소액을 토대로 산업연관분석을 실시한 결과, 코로나19 충격이 금년 2/4분기까지 지속될 경우(4개월간) 9조 8,078억~11조 82억원, 3/4분기까지 지속될 경우(7개월간) 17조 4,243억~19조 7,733억원의 전산업 부가가치 감소효과가 발생할 것으로 전망된다. 이는 2019년 도 명목 GDP(약 1,914조원)와 비교하면 4개월 지속의 경우 0.51~0.58%, 7개월 지속의 경우 0.91~1.03% 수준의 규모이다. 이러한 부가가치 감소효과는 유통업, 숙박업, 음식점업 순으로 크게 나타날 것으로 전망된다(〈표 6〉 참조).

(3) 서비스업에 미치는 중장기 영향

코로나19는 우리 생활 전반에 커다란 변화를 가져왔다. 감염병이 가져온 생활방식의 변화는 서비스 소비행태를 변화시켰다. 변화된 생활방식과 소비행태는 코로나

3) 외국인 총지출의 원화 환산은 2020년 3월 현재까지의 평균환율(1,185,04원/달러)을 적용하였으며, 시나리오별로 S1은 2019년 대비 2020년 동 기간의 내국인 및 외국인 관광객 수가 각각 50%, 95% 감소하는 경우, S2는 60%, 98% 감소하는 경우, S3는 70%, 100% 감소하는 경우를 의미한다.

4) 관광산업 총매출은 국민 국내관광과 외국인 국내관광의 지출합계로 2018년 기준 약 65조 4,957억원 규모이다(산업연구원 자체 추정).

〈표 6〉 코로나19에 따른 관광지출 감소로 인한 부가가치 감소효과

단위: 억원

파급효과	코로나19 4개월(3-6월) 지속			코로나19 7개월(3-9월) 지속		
	S1	S2	S3	S1	S2	S3
총 효과	98,078	104,493	110,082	174,243	186,688	197,733
(2019년 명목 GDP 대비)	(0.51%)	(0.55%)	(0.58%)	(0.91%)	(0.98%)	(1.03%)
관광 관련산업 효과	65,986	70,228	73,911	117,057	125,272	132,537
소매업(관광쇼핑)	32,643	34,268	35,586	56,793	59,829	62,344
교통	7,206	7,963	8,678	13,474	15,008	16,470
음식점	8,187	8,925	9,605	15,019	16,495	17,875
숙박	13,717	14,396	14,946	23,856	25,124	26,172
통신	1,597	1,677	1,743	2,781	2,932	3,058
문화오락	2,179	2,481	2,776	4,247	4,870	5,479
여행	456	518	579	886	1,014	1,139
여타 산업 효과	32,093	34,264	36,171	57,186	61,416	65,196

주: S1은 2019년 대비 2020년 동 기간의 내국인 및 외국인 관광객 수가 각각 50%, 95% 감소하는 경우, S2는 60%, 98% 감소하는 경우, S3는 70%, 100% 감소하는 경우를 의미.

19 감염병이 종식된 이후에도 서비스업 소비에 영향을 미칠 것으로 보인다. 특히 코로나19 감염 예방을 위한 사회적 거리두기 확산으로 재택근무와 비대면 서비스 수요가 증가했다. 코로나19 발생으로 수요가 증가한 서비스들은 대부분 이미 시장에 도입되어 성장 중에 있는 서비스들이 많지만 코로나19 확산을 계기로 더욱 대중화 될 것으로 전망된다.

2000년대 초반부터 언급되어 온 오피스리스(officeless) 시대가 코로나19로 본격화 될 것으로 예상된다. 이로 인해 화상회의 소프트웨어와 같은 업무지원 툴이 성장할 것이다. 이번 코로나19 확산 때도 최대 1,000명의 인원이 참여할 수 있는 화상회의 소프트웨어 ‘줌(zoom)’의 이용량은 급증했다.

유통산업의 온·오프라인 구조조정도 가속화될 것으로 전망된다. 국내 최대 대형 마트인 이마트, 롯데마트, 홈플러스는 이미 코로나19 발생 전인 지난해 말 오프라인 매장 구조조정에 들어갔다. 반면에 지난해 국내 온라인 쇼핑 거래액은 135조원을 넘어섰다. 특히 마켓컬리, 쿠팡 등이 주도한 냉장유통을 이용한 새벽배송 시장은 코로나19를 겪으면서 이용자가 급증했다. 이전에 새로운 유통 채널에 익숙하지 않았던 소비자들도 감염병 확산을 겪으면서 새롭게 해당 서비스를 경험하면서 향후 유통 채널 스위칭이 가속화되는 계기가 될 것으로 예상된다.



음식료품 배달앱 위주의 온디맨드 서비스 시장은 일상의 다양한 영역까지 확대될 것으로 예상된다. 이미 국내에서는 CU와 GS25, 세븐일레븐 편의점이 배달업체들과 협약을 맺고 배달 서비스를 시작했다. 이렇게 시작된 편의점의 근거리 배달서비스는 코로나19 확산 이후 급격히 증가했다. CU의 하루 평균 배달서비스 이용 건수는 코로나19 발생 이전에 비해 73.2% 성장했다.

문화예술산업 분야에서는 OTT⁵⁾서비스의 성장과 VR콘텐츠 도입이 늘어났다. 코로나19로 인해 이용이 증가한 OTT 서비스 시장은 이미 빠르게 성장하고 있는 분야이다. 방송통신위원회 자료에 따르면 2019년 OTT시장 규모는 2016년과 비교해 107.4% 성장한 6,345억원으로 나타났다. 코로나19 확산으로 집 안에 머무는 시간이 늘어나면서 왓챠나 넷플릭스 같은 OTT서비스 이용량도 증가했다.

코로나19로 문화·예술 공연이 줄줄이 취소되면서 동영상 서비스를 통한 공연 중계나 VR 가상현실 콘텐츠를 통한 서비스 제공도 늘고 있다. 세종문화회관은 유튜브를 통해 온라인 예술공연을 제공하고 있고, 국립국악원은 유튜브를 통해 가상현실 콘텐츠 37종을 제공하였다. 이러한 시도는 아직은 대중화되어 있지 않은 VR 콘텐츠 시장의 가능성을 엿볼 수 있는 기회가 될 것으로 전망된다.

코로나19의 확산으로 서비스산업 전 분야에서 유례없는 피해가 발생하고 있지만 이로 인한 새로운 소비문화의 확산은 신규 서비스 비즈니스 모델의 테스트 마켓이 되고 있다. 아울러 의료나 교육 분야에서도 코로나19 확산으로 인해 변화가 생겨나고 있다. 기존에 대학 위주의 원격교육이 초·중·고로 확대되면서 대대적인 원격교

5) 인터넷으로 영화, 드라마 등 각종 콘텐츠를 제공하는 서비스를 의미한다.

육 시스템으로 전환이 일어나고 있다. 그러나 국내 교육 시장에서 디지털 교육에 쓴 비용은 전체 교육비의 3% 수준이므로 해당 분야의 성장 가능성은 높아질 것으로 예상된다. 뿐만 아니라 원격 교육이 확산되면 AI기반 온라인 교육 서비스 시장도 활성화될 것으로 보인다.


의료분야에서도 감염병이 확산되면서 환자-의료인 간 원격의료 필요성이 제기되고 있다. 국내에서는 환자-의료인 간 원격의료가 금지되어 있다. 자가격리자나 경증 환자처럼 의료진의 모니터링은 필요하지만 시급한 의학적 처치가 필요하지 않는 경우 원격의료를 통해 환자 관리와 의료진 감염 방지가 가능하다. 뿐만 아니라 원격의료 분야는 향후 AI 등의 첨단기술과 결합할 경우 산업적 가치도 높아 규제 개선이 시급한 분야이다.

3. 정책적 시사점

코로나19가 전세계적으로 확산되고 많은 나라가 강력한 통제조치를 시행함에 따라 경제에 심각한 영향을 미칠 것으로 전망된다. 그러나 감염병이 종식되고 사람들의 사회적 활동이 재개되면 서비스업 이용은 다시 예전 수준으로 일정부분 회복될 것으로 예상된다. 뿐만 아니라 한국의 경우 관광산업 의존도가 높은 이탈리아 등과 비교해 보면 관광산업 고용 비중이 낮아 서비스업 전반의 경기는 비교적 단기간에 회복될 수 있을 것으로 보인다. 그러나 코로나19의 감염병이 장기화될 경우 외부환경 변화에 취약한 소상공인 등 영세 자영업자의 폐업과 항공산업 침체로 인한 연관산업의 폐업으로 대규모 실업이 발생할 수 있다. 따라서 취약 산업을 중심으로 정부의 지원이 반드시 필요하다.

코로나19가 확산되자 정부는 피해업종을 중심으로 빠르게 지원정책을 발표했다. 특히 피해가 큰 항공, 여행업을 중심으로 대책을 마련하고 산업적 취약계층인 소상공인을 대상으로 한 대출, 신용보증, 고용지원, 사업비 지원 정책 등을 발표했다. 그러나 감염병 확산이 장기화됨에 따라 피해업종이 확산되고 기존 정책의 사각지대가 발생하고 있어 추가적인 정책 지원을 통한 정책 집행의 실효성을 강화할 필요가 있다. 예를 들어 정부는 코로나19로 피해를 입은 사업장 근로자의 고용유지를 위해 고용유지지원금을 확대했다. 그러나 5인 미만 사업장의 경우 고용보험 가입 근로자의 비중이 낮고 사업주의 휴업수당 지급 의무가 없어 무급휴직이 많다. 이 경우 정부의

고용유지지원금의 혜택을 받기 어려운 경우들이 많다. 이와 같은 정책 사각지대에 대한 대책 마련이 필요하다.

장기적으로 코로나19 이후의 변화된 서비스시장에 대한 대응도 필요하다. 특히 기술의 발전과 소비트렌드 변화로 비대면 서비스 분야는 성장 중이며 코로나19의 확산을 계기로 수요는 더욱 증가할 것으로 전망된다. 따라서 비대면 서비스 부문의 성장을 위해 직업교육 및 연구개발 지원이 필요하다. 아울러 규제개선을 통해 비대면 서비스 분야의 다양한 서비스 모델이 상용화될 수 있도록 해야 한다. 의료 서비스의 경우 환자-의료인 간 원격의료를 허용하고 최근 국회를 통과한 데이터 3법의 조속한 시행을 통해 환자 개인 정보에 대한 보호 강화와 활용성을 높일 필요가 있다. 



구진경 외

서비스산업연구본부·연구위원
jkgoo@kiet.re.kr / 044-287-3080

〈주요 저서〉

- 인구구조 변화가 유통산업에 미치는 영향(2017, 공저)
- 신규유통채널 등장에 따른 유통생태계 변화에 관한 연구(2015, 공저)

이동희 · 연구위원

김천곤 · 연구위원

박지혜 · 연구원

이순학 · 전문연구원

송영진 · 부연구위원

박지원 · 연구원