

한국FP학회 추계세미나
2020.10.14

비대면사회의 소비자이슈 : 소비패턴의 변화

차 경 욱 (성신여대)





아침에 일어나 가장 먼저 하는 일은 새벽 배송 물건을 들여오는 일.
배송 받은 신선한 과일로 아침식사를 하고, 너튜브로 홈트 30분.
출근시간에 맞춰 로그인을 하고, 오전 업무.
메신저로 들어오는 과장님 지시에 넵! 네넵~ 네, 알겠습니다 무한 반복.
점심은 배달의 기수로.
식사하며 라방에 접속하여, 채팅하며 쇼핑하는 재미가 쏠쏠.
오후에 있을 화상회의를 위해 머리를 만지고 자켓을 걸치고 다시 업무 시작.
회사 인트라넷 로그아웃과 동시에 회사 깨톡도 알림 오프.
저녁은 팡팡이츠로 핫플에서 주문. 오.. 번개배달.
드라마 다시 보기. 오이마켓에 올려 두었던 운동화 거래 완료.
침대에 누워 치약, 김치 주문하고 미사일배송 클릭.
취침패턴 분석해 주는 앱 켜고, “아이야 침실 전등 꺼줘”



출처: 중앙일보(2020.03.31) 박용석 만평

“세계는 코로나 이전(BC. Before Corona)과
코로나 이후(AC. After Corona)로 나뉠 것이다”

- 토머스 프리드먼



“코로나19의 충격은 꽤 오래 갈 것이다. 좀 더 부정적으로 염려를 하든, 좀 더 희망적으로 수용을 하든, 우리가 변화의 파도 앞에서 있는 것만은 확실하다. 혼란스러운 것은 당연하지만, 사실 우리가 살아 온 세상은 크게 또는 작게, 느리게 또는 빠르게 변화해 오고 있었다. ‘비대면’은 우리가 경험해 온 변화를 보여주는 단면이다. 이미 우리는 어느 정도 비대면에 익숙해져 있었다. 코로나19가 비대면 트렌드의 톱핑포인트가 되었을 수는 있지만, 그 근본적 원인은 아니라는 것이다. 그래서, 팬데믹에서의 일시적 현상과 지속되어 왔고 지속될 현상을 구분해서 생각해 볼 필요가 있을 것 같다.”



온라인 쇼핑

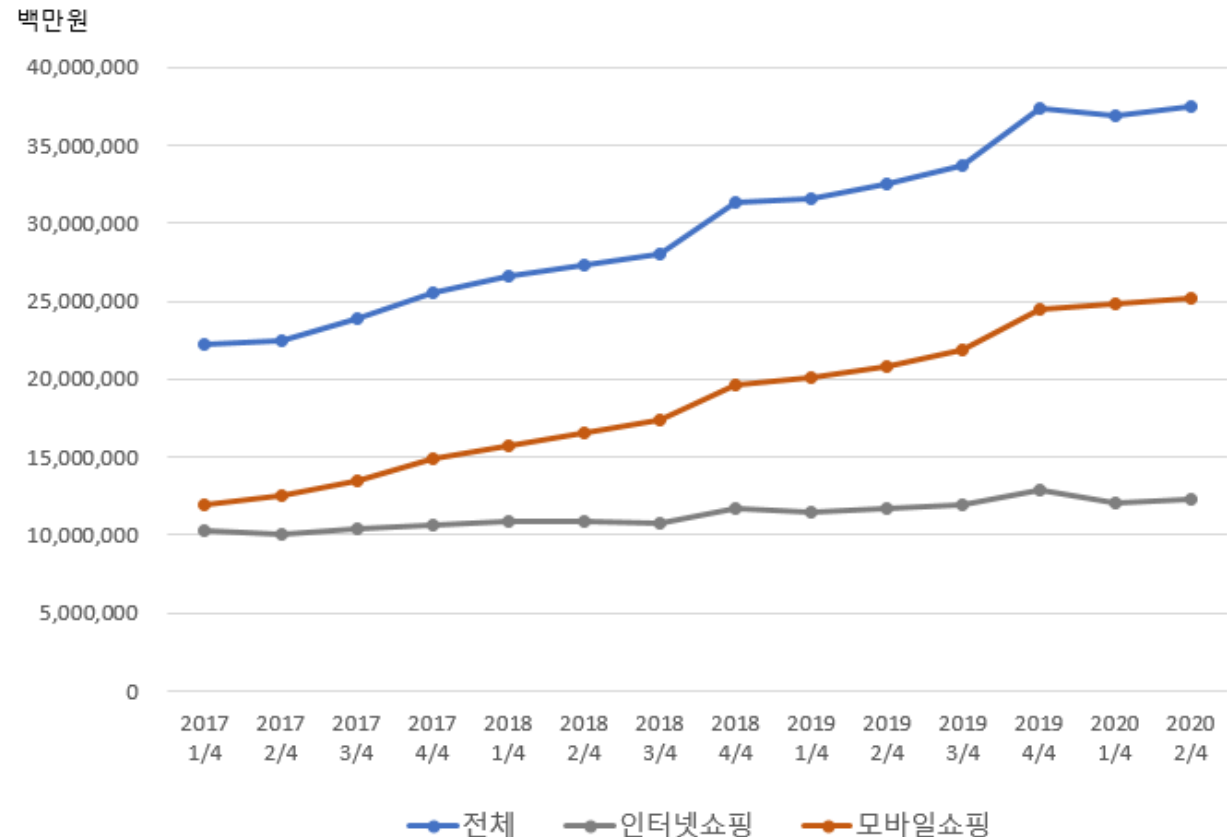
: No Contact, No Stress



온라인쇼핑 거래액 추이

출처: 통계청, 국가통계포털
(www.kosis.kr)
온라인쇼핑동향조사 각분기

- 연간 온라인쇼핑 거래액은 2009년 20조원(당시 보도자료에 따르면, 통계작성 이래 가장 큰 규모)에서 2019년 135조원으로 7배 가까이 증가.
- 최근 3년간 모바일쇼핑 거래액 급증



2020년 상반기 온라인쇼핑 패턴

출처: 통계청, 국가통계포털
(www.kosis.kr)
온라인쇼핑동향조사 각분기

온라인쇼핑 총 거래액

- 2020년 1분기: 36.9조원 (전년 동기 대비 16.8% 증가)
- 2020년 2분기: 37.5조원 (전년 동기 대비 15.3% 증가)

전년동기 대비 증가율

- 2019년 1, 2분기에는 전년 동기 대비 각각 18.7%, 18.9% 증가
- 2018년 1, 2분기에는 전년 동기 대비 각각 19.8%, 21.5% 증가

2020년 2분기 증가율은 역대 가장 낮은 수준

- 코로나19로 인한 여행, 문화, 레저분야 거래액 감소가 주요 원인으로 보임.
- 직구(온라인 해외 직접 구매액)와 역직구(온라인 해외 직접 판매액)도 눈에 띄게 감소.

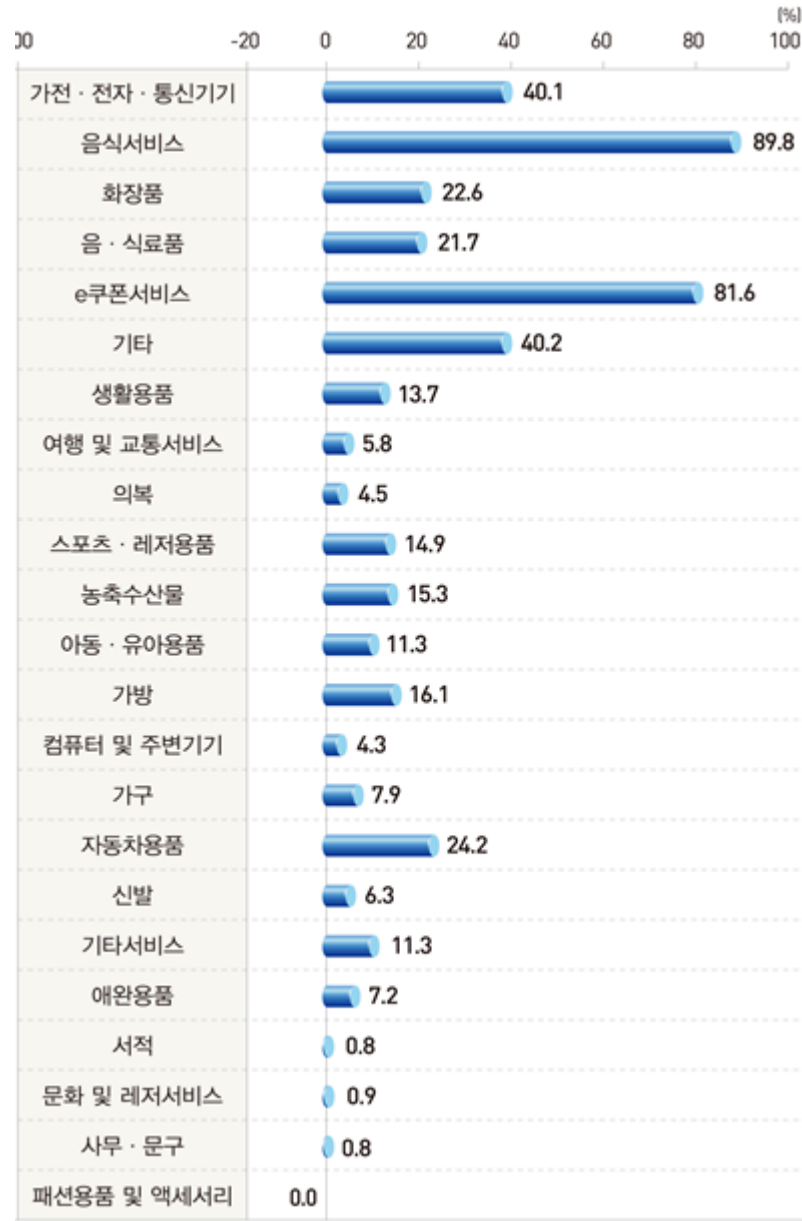
상품군별 온라인쇼핑 거래액 증감률

2020년 3월 vs. 2019년 3월

출처: 통계청, 온라인쇼핑 동향
(2019년 3월, 2020년 3월)



2020년 3월 (전년동월대비)

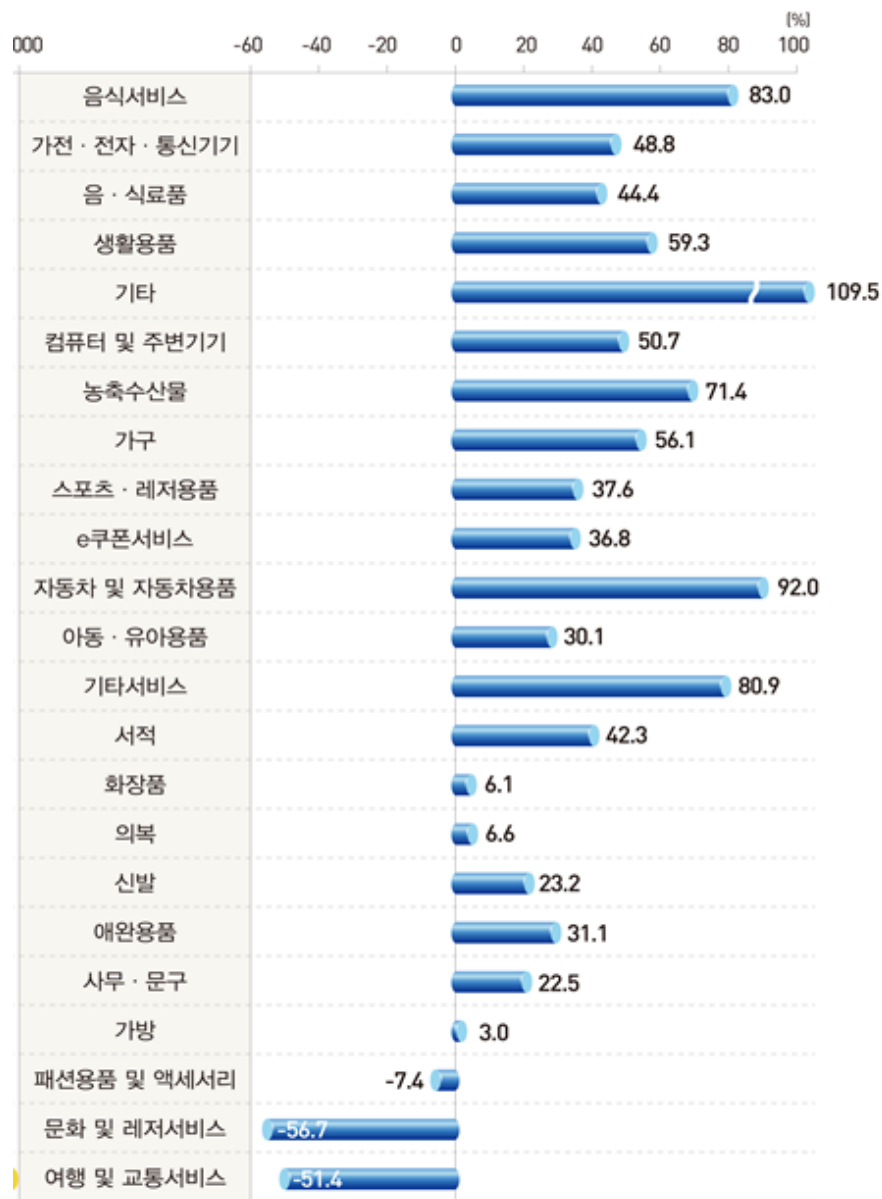


2019년 3월 (전년동월대비)

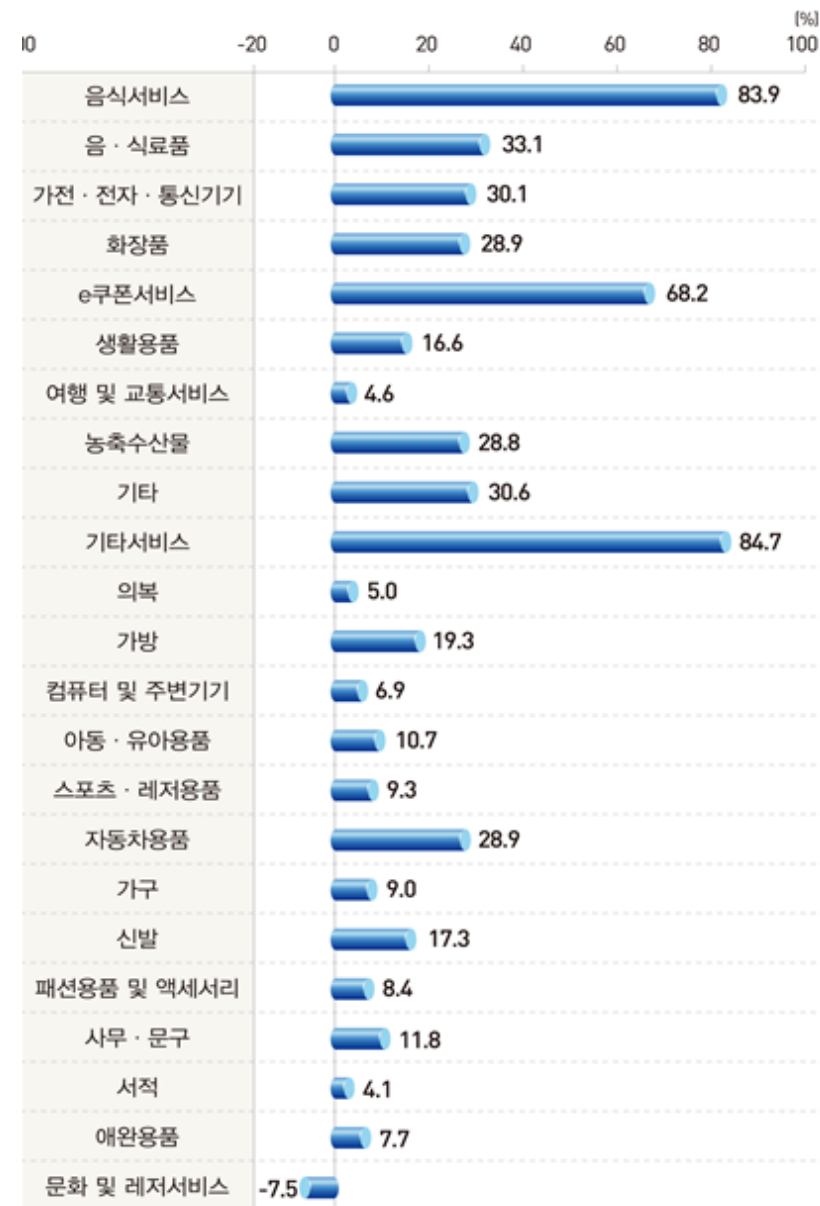
상품군별 온라인쇼핑 거래액 증감률

2020년 8월 vs. 2019년 8월

출처: 통계청, 온라인쇼핑 동향
(2019년 8월, 2020년 8월)



2020년 8월 (전년동월대비)

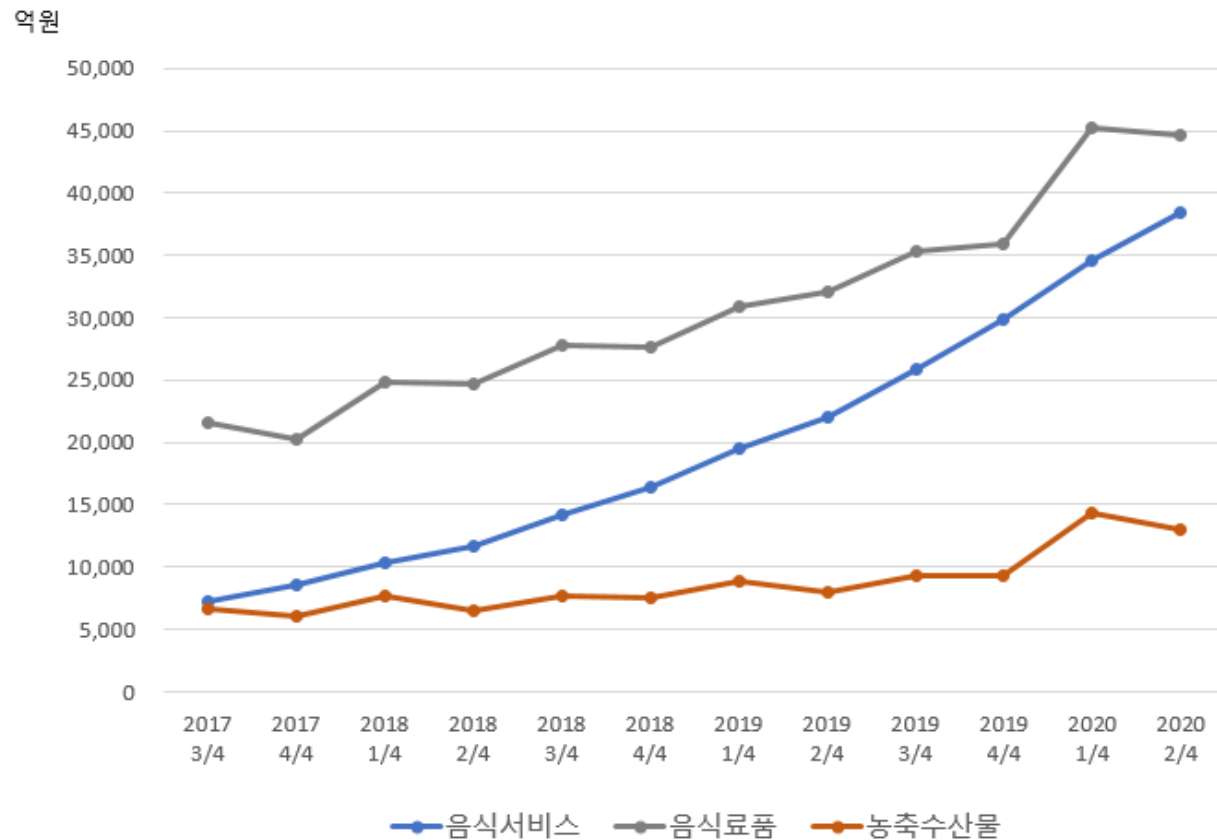


2019년 8월 (전년동월대비)

음식서비스·음식료품 ·농축수산물 온라인쇼핑 거래액

출처: 통계청, 국가통계포털
(www.kosis.kr)
온라인쇼핑동향조사 각분기

- 음식서비스 온라인쇼핑 총거래액: 2017년 2.7조원, 2018년 5.3조원, 2019년 9.7조원. 2020년 1분기 3.4조원, 2분기 3.8조원
- 음식서비스 모바일 거래 비중 95% (2020년 7월 기준)
- 2020년 1분기: 음식료품, 농축수산물 거래액 급증.
간편조리식, 건강보조식품 거래 증가



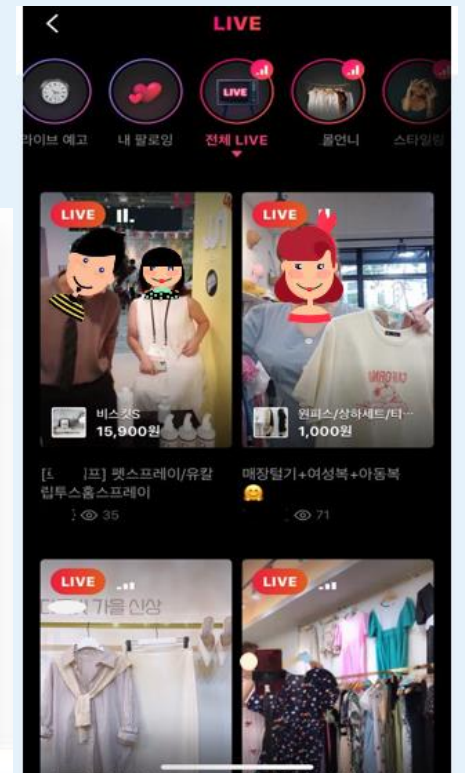
보고 묻고 구매하는 '라방'의 세계

- 실시간 방송을 통해 제품을 소개하고 판매
- 스트리밍 서비스. 장소, 기기에 구애 받지 않고 영상 시청, 구매.

체험 - 영상 속 판매자를 통해 간접체험, 경험 공유

소통 - 채팅창을 통한 실시간 양방향 소통

재미 - 쇼핑과 엔터테인먼트 그 중간 어디쯤



라이브커머스의 확장



- 일인 미디어채널이나 SNS를 통해 뷰티제품 위주로 운영되던 방식이 최근 온·오프라인 유통업계 전반, 다양한 제품군으로 확대.
- 백화점, 아울렛 뿐 아니라, 중소기업, 소상공인으로 확대
- 기존의 전자상거래 플랫폼이나 TV홈쇼핑도 라이브커머스로 전환
- 자체 플랫폼 운영 또는 플랫폼사와 협업
- 규제법령 부재, 송출수수료 미부담. 산업적, 법적 공백 존재.
- 입점이 쉽고, 방송법상 심의대상이 아님.
- 지나치게 자유로운 표현, 제품피해로 인한 분쟁 문제 (사업자 대부분이 통신중개업자)
- 사각지대에 놓인 소비자보호?

오프라인 쇼핑

: 옆에 있어도 말 걸지 마세요.

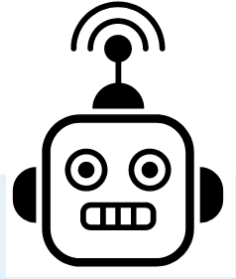


비대면 주문: 키오스크, 대형자판기



- 무인매장: 모바일앱으로 상품재고 확인, 셀프 체크인, 상품정보 비교체험, 화상상담, 키오스크 주문, 자판기로 상품 수령
- 계산대 없는 점포: QR코드로 입장, 상품 들고 나오면 자동 결제
- 안면인식결제 서비스, QR를 통한 개인식별, 고객행동 딥러닝 스마트 카메라, 재고 파악을 위한 무게 감지 센서, 영상 인식 스피커, AI 활용 결제 등
- 패스트푸드, 카페, 편의점, 마트 부터 휴대폰 구입 및 개통, 신선·가공식품, 육류까지 자판기에서.
- 개인정보보호는 어디까지?

쇼핑도우미 로봇, 음식서빙 로봇



- 인공지능 로봇이 상품 설명, 상품 추천하며 쇼핑 도우미
- 자율주행카트: 사물인식, 실내 자율주행 및 장애물 회피 기술 탑재하여, 고객을 따라다니며 짐을 옮겨줌.
- 테이블에 비치된 태블릿이나 QR코드, 챗봇으로 주문, 결제.
로봇이 서빙하는 식당
- 어느 매장 로봇이 더 친절한지 검색해 봐야 할까?

오프라인 매장에서도 디지털 체험



- 디지털 체험형 매장: 상품정보 확인 및 비교체험, QR코드로 제품 설명 확인, 디지털 제품테스트, AR 증강현실 체험
- 오프라인 매장에서도 쇼핑의 전 과정을 QR코드로 해결. 바코드 인식으로 상세정보, 상품평, 재고 확인 후 모바일카트에 추가, 결제.
- 오프라인 매장에 왜 가는 거지?

비대면소비의 진화

: No contact, New Contact

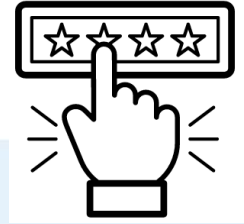


공유(sharing)경제에서 구독(subscription)경제로



- 우버, 에어비앤비, 위워크 등으로 대표되던 공유경제의 개념이 변화
- 비대면방식의 플랫폼 경제: 코로나19 이후 공간 공유에 대한 불안감, 소비트렌드의 변화
- 구입한 제품과 서비스에 대해 한번에 돈을 지불하는 ‘소유경제’에서 제품이나 서비스를 사용한 만큼 돈을 지불하는 ‘공유경제’를 거쳐, 매월 일정액을 지불하면서 많은 상품과 서비스를 제공받는 ‘구독경제’로 변화.
- 정기배송, 렌탈, 멤버십, 무제한 이용
- 구독경제, 그 다음은 무엇일까?

중고거래의 변신



- 당근마켓의 신화: 지역에 기반한 중고거래 직거래 (당신 근처에 있는 마켓)
- 이웃(우리 동네)에 대한 공동체 의식, 이웃(나와 같은 소비자)에 대한 신뢰,
- 중개수수료 없는 구조, 시스템에 대한 신뢰(광고, 모조품, 사기글 차단, 매너온도),
- 판매자로서의 재미, 착한 소비, 미니멀리즘, 경기불황 반영
- 지역 커뮤니티 역할, 동네 정보 공유, 이웃과의 새로운 contact 수단
- 비대면시대에 모르는 사람을 직접 만나서, 쓰던 물건을 바꾼다?
이웃의 정이 그리웠던 것일까?

“물리적으로 접촉(contact)하지 않는다고 해서, 온전히
고립되어 사는 것은 아니다. 만나지 않는다고 해서, 관계
(connection)가 없어지는 것은 아니다. 새로운 방식으로
콘택트하는 것이고, 그 안에서 새로운 커넥션을 만들어 가
는 것이다. No Contact, New Contact.
이것이 소비생활의 뉴 노멀(New Normal)일 수 있다.”



한국FP학회 추계세미나
2020.10.14

감사합니다.



핀테크와 금융업, 금융소비자 보호

홍기훈 교수, Ph.D, CFA, FRM
홍익대학교 경영대학

2020년 10월 14일
한국 FP학회 추계 세미나



금융의 미래: 디지털 금융

금융의 미래: 디지털 금융

금융산업의 경제적 의미와 역할

- 뉴노멀 시대: 지속 된 경제침체
- 산업 구조개편의 필요성
- 한국 경제에 있어 금융산업의 의미: 윤희유 역할

금융산업 내 신성장 동력 필요성 대두

디지털 기술혁신으로 촉발된 4차 산업혁명으로
기존 금융 인프라를 거치지 않고 금융서비스를 제공할 수 있게 됨

이미 ICT기술은 금융산업의 효율성 향상에 기여해 옴

디지털 기술 혁신에 따른 금융산업의 탈 집중화와 탈중개화

국가별 금융환경의 차이에 따른 디지털 혁신의 상이함

개인정보 관련 금융규제와 활용 간 충돌

핵심어: 슬림화, 유연성확보, 분화, 전문화, 분산화

금융의 미래: 디지털 금융

금융의 미래: 디지털 금융

- 금융데이터의 중요성
- 그림자 금융
- M&A를 통한 서비스확장과 디지털화와 슬림화를 통한 유연성 확보
→ 금융업의 기능별 분화 및 전문화

기술적 측면에서 보는 디지털 금융

- 분산원장기술 기반의 서비스 도입 (블록체인)
- 클라우드 컴퓨팅 및 사물인터넷, 인공지능 등의 기술이 금융산업 혁신을 주도할 것으로 예상: 인력감축
- 레그테크(Regtech) 기술의 도입

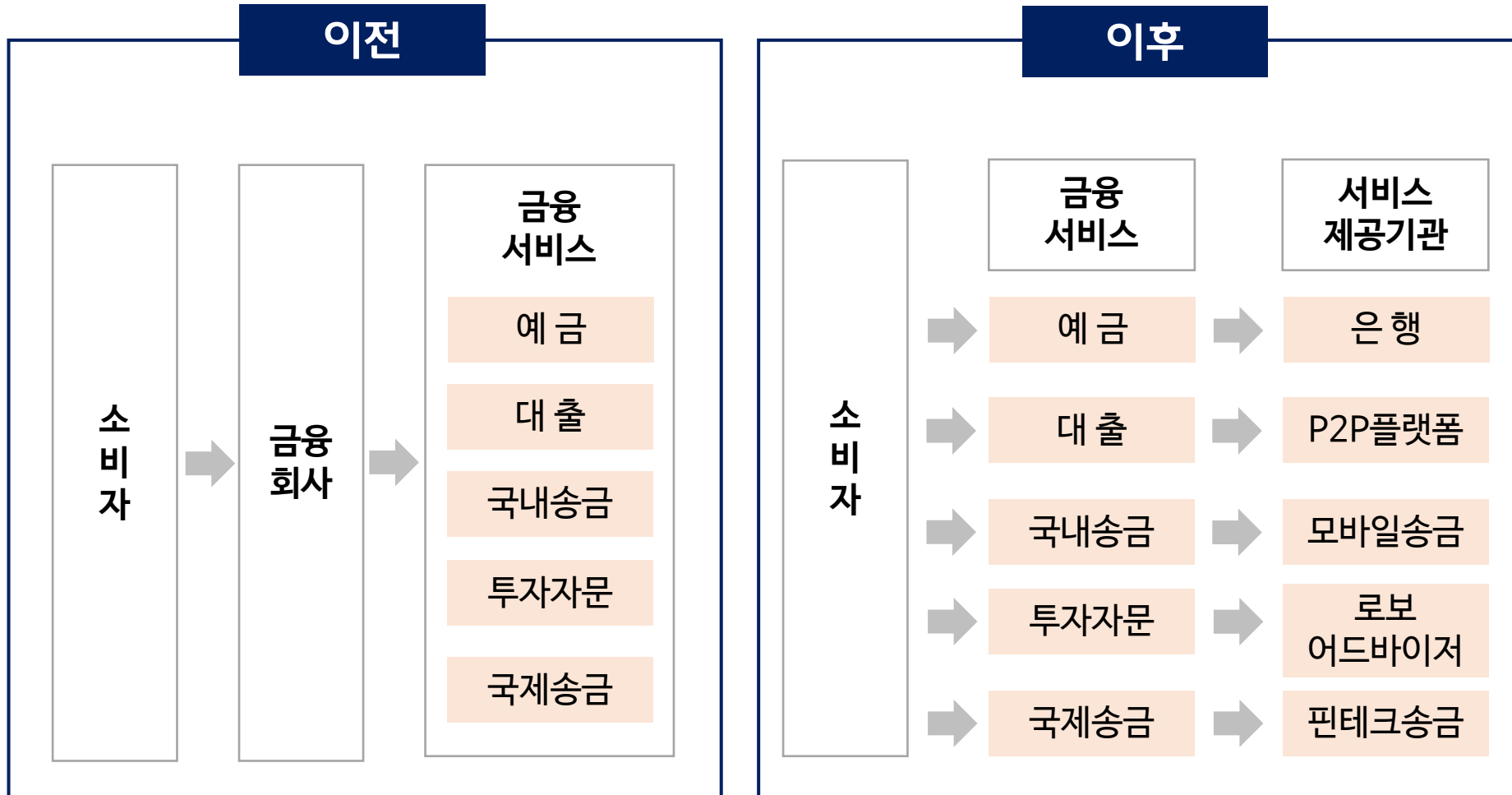
기술적 측면에서 보는 디지털 금융

기술	
기반기술	혁신
인공지능, 빅데이터	기계학습, 예측분석
분산컴퓨팅	분산원장 (블록체인)
암호화	스마트계약, 생체인식
모바일 인터넷	APIs, 디지털 지갑



금융 서비스				
지급	저축	대출	리스크관리	자문
로봇어드바이저				
여신 결정				
레크테크(Regtech), Fraud 탐지				
자산 Trading				
결제				
B2B				
백오피스 업무 및 기록				
디지털 통화				
거래자동화				
보안				
개인정보 보호				
디지털 지갑, 재무분석 Dashboard, P2P				
크라우드 펀딩				
상호운영가능성 및 확장성				

디지털 금융의 특성: 기능별 분화



* 자료: 한국은행, 디지털혁신과 금융서비스의 미래



디지털 금융이 가져올 변화

디지털 금융이 가져올 변화

디지털 금융의 특성: 금융과 통신의 융합



• 지급결제 (Payments)

모바일 지급결제, 간소화된 지급결제, 통합된 결제, 차세대 보안, 암호화된 프로토콜, P2P 송금, 디지털 화폐

• 보험 (Insurance)

자동 심사 및 가입, AI와 빅데이터 기반, 새로운 보험 체계 (공유경제, 자율주행차량 등), 센서(웨어러블), IoT 기술 등 Connected

• 예금과 대출 (Deposit & Lending)

P2P, 소비자 행태 변화 (모바일 뱅킹 등), 가상 은행 2.0 (Platform), 은행 기능의 분화 (disintegration), 서민금융의 세분화

• 펀딩 (Capital Raising)

크라우드펀딩, 다양한 펀딩 플랫폼

• 투자관리 (Investment Management)

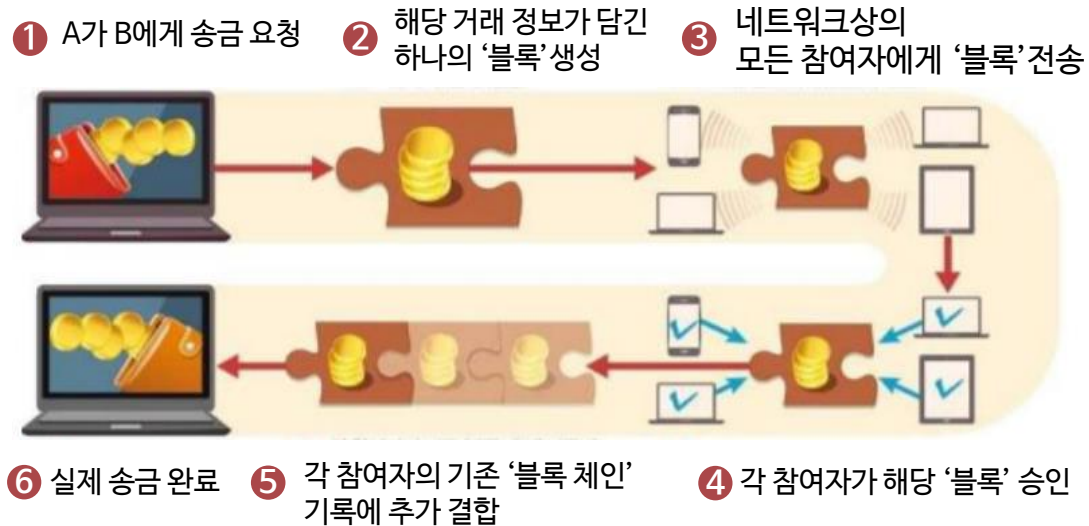
AI, 알고리즘 트레이딩, 로보 어드바이저, 챗봇, 다양한 투자 의사결정 지원 시스템, 다양한 상품

• 시장 인프라 (Market Provisioning)

빅데이터 수집 및 분석, 벤더 제공 Big data 기반 AI 시스템, 스마트 컨트랙트 가능 플랫폼 (금융거래, 주택거래 등)

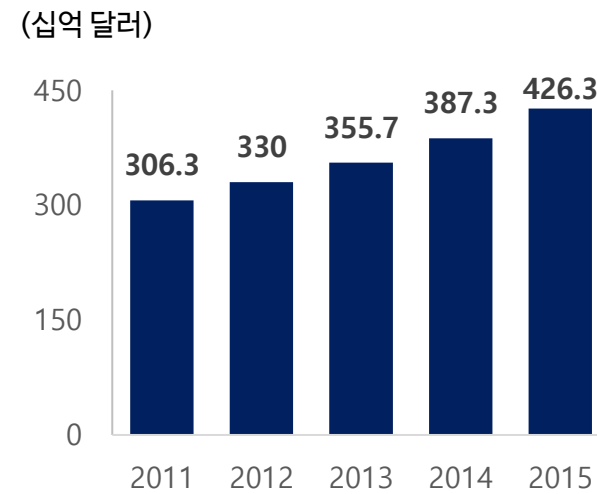
디지털 금융의 특성: 지급결제시스템의 변화

블록체인을 활용한 지급결제 및 송금과정



* 자료: 한국경제신문

전 세계 비현금 거래 규모



* 자료: World Payment Report(2016)

- 모바일 간편결제는 사용의 편의성 및 휴대성을 중심으로 확산되는 추세에 있으며 블록체인의 도입은 이러한 추세를 가속화 시킬 것으로 예상
- 화폐의 디지털화는 전 세계적인 추세 → Cashless Society

디지털 금융의 특성: 보험산업의 변화

- 보험업은 데이터를 바탕으로 미래를 대비하는 산업이기 때문에 AI 및 빅데이터의 활용도가 높음
- 고객 맞춤형 상품 개발과 다양한 채널을 통한 신규고객 확보, 자동화된 언더라이팅 시스템을 통한 비용 효율성 제고 등 디지털 기술로 인한 혁신으로 가치사슬이 재정립 되는 중
- 핵심은 자동화를 통한 비용절감과 빅데이터를 통한 효율적 가격 차별

디지털 금융이 가져올 변화

디지털 금융의 특성: 예금 대출 시스템의 변화

- 인터넷 전문은행 및 기존 은행의 디지털화를 통한 비용절감
- 블록체인을 이용한 대출시스템의 변화

디지털 금융이 가져올 변화

디지털 금융의 특성: 자본조달 방식의 변화

- 클라우드 펀딩
- 블록체인을 이용한 자본조달

디지털 금융이 가져올 변화

디지털 금융의 특성: 투자관리 시스템의 변화

로보어드바이저는 투자에
대한 의사결정 및 실제
트레이딩을 수행함으로써
투자수익을 창출하는 역할을 할 수 있음

은행과 대출기관은
인공지능 시스템을
사용함으로써 더 정확하게
대출자들의 리스크를
파악할 수 있음

인공지능은 향후
고수익 추구를 위한
금융 분야의 분석 및 예측에
활용될 수 있음

앞으로 전문가들이
갖고 있던 지식을 기반으로
자동화될 것임

뛰어난 정보 분석력을 바탕으로
개인적 특성에 특화된
신용평가, 심사, 자문서비스를
수행할 수 있음

미래의 인공지능은 데이터베이스
규칙 뿐 아니라 뉴스기사,
시장상황 등을 분석해 상품이나
서비스를 혁신하는데 사용될 것임



로보어드바이저의 보편화

디지털 금융의 특성: 중개기관의 역할 변화

- 중장기적으로 금융중개 및 거래정보의 분산 저장과 처리 등의 업무에 분산원장기술 적용이 커지면서 거래, 청산, 결제, 기록 보관 등 중앙 집중형 서비스 제공기관의 역할과 기능이 축소될 가능성이 존재
- 단기적으로 분산원장기술 기반의 서비스 도입이 은행시장인프라의 전 영역으로 확산되기는 어려울 것으로 보여 중개기관의 역할은 당분간 큰 변화가 없을 전망

디지털 금융의 특성: 중개기관의 역할 변화

구분	구조변화
국제송금	중개은행 및 SWIFT 등 기존 인프라를 분산원장 시스템이 대체 (Ripple 등)
자본시장	증권의 발행, 등록, 거래 등이 크게 효율화되고 기존 중개기관의 기능 축소
무역금융	기존 수작업으로 이루어지던 무역금융 절차가 자동화되어 효율성이 높아지고 사고 발생 확률이 감소
규제준수 및 감사	거래데이터의 실시간 보고, 감사가 가능해지고 기관 간 비교 및 통합이 용이
자금세탁 및 테러자금조달 방지	고객 신원정보의 공유가 용이해지고 규제준수비용 절감
P2P 대출	마이크로파이낸스 (Microfinance) 활성화

디지털 금융이 가져올 변화

수익기반 약화 가능성

- 혁신적 거래 플랫폼의 등장으로 인해 전통적 금융업 모델이 분화됨으로써 은행이 갖고 있던 규모 및 범위의 경제를 상실할 가능성 존재
- 금융서비스 프로세스에 비금융사의 참여는 고객 정보에 대한 금융회사의 접근성 약화와 함께 예대 마진, 지급결제 수수료 등 전통적인 수익원에 타격을 줄 수 있음
- 핀테크 산업의 성장은 기존 은행의 중심적 역할을 위협하기 보다는 수익성 약화와 서비스 공급 철학의 변화를 유도할 것으로 예상

기존 은행 시스템과의 분리

- 금융업의 분화 현상, 금융시장인프라 운영기관의 역할 변화 등에 따라 은행서비스가 탈집중화와 탈중개화를 통해 기존의 은행시스템과 분리되는 움직임이 가속화 될 전망
- Banking 와 Bank 의 분리
- 디지털 혁신 과정에서 기존 금융시스템의 비효율성이 개선되고 자본 배분의 효율성이 높아짐으로써 궁극적으로는 디지털 혁신이 새로운 경제성장 동력이 될 수 있음

디지털 금융이 가져올 변화

대응방향: 소비자 중심 사고로의 전환

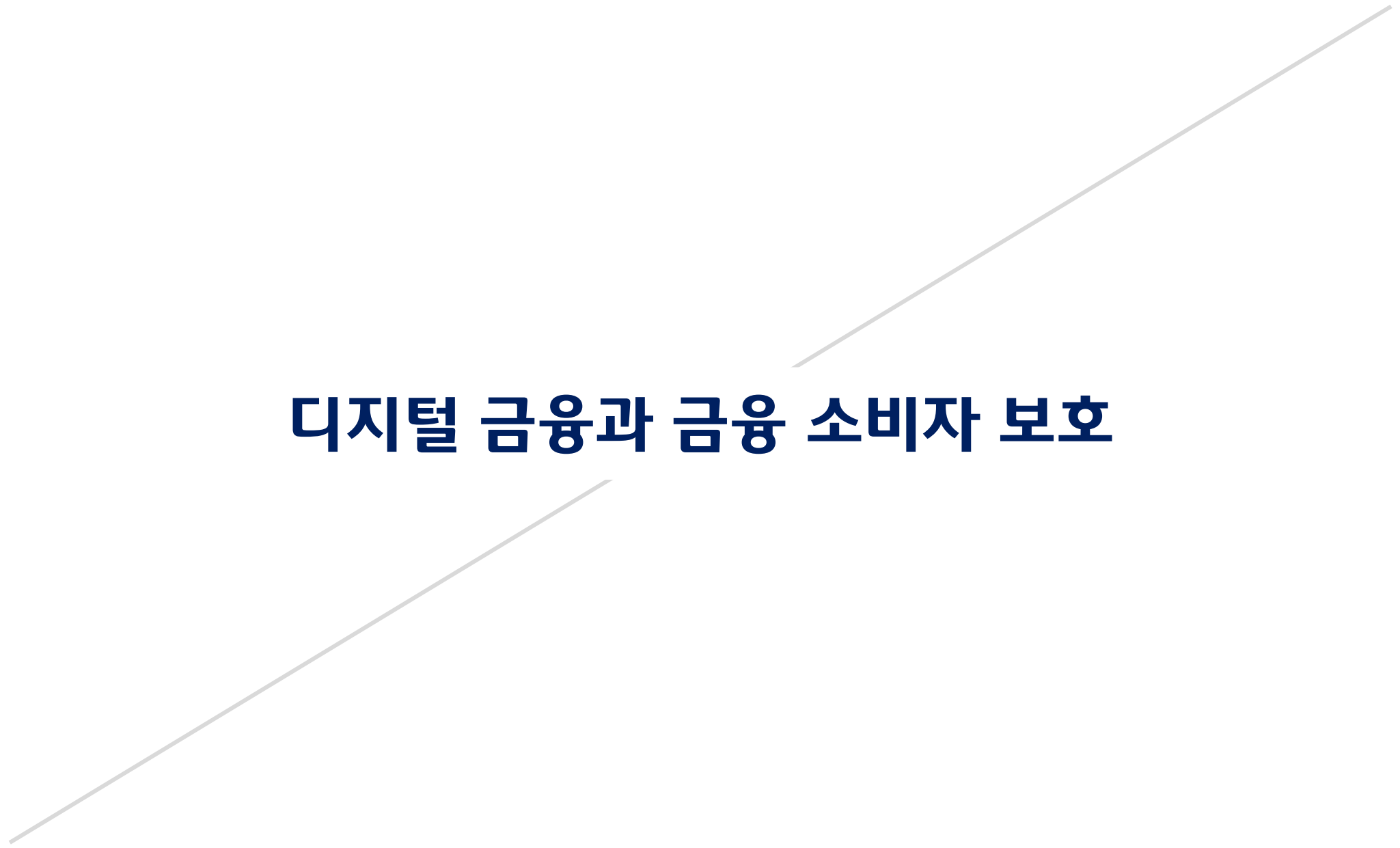
- 금융서비스를 대체하는 다양한 비금융기업들이 나타남에 따라 금융서비스 제공 시 금융상품 위주의 사고에서 소비자 중심 사고로의 전환이 필요
- 금융보안 및 사이버 침해 우려와 함께 소비자보호 강화에 대한 필요성도 커질 전망

디지털 금융이 가져올 변화

금융 규제 변화 (Regtech)

- 금융당국과 금융회사의 규제 대응능력 향상을 위해 레그테크 도입 필요
- 실시간 감독 및 분석
- AML(자금세탁방지)/KYC(고객확인) & 디지털 신원확인

핵심은 효율성 제고를 통한 비용절감!



디지털 금융과 금융 소비자 보호

개요

- 금융의 디지털화를 통해 다양하고 복잡한 상품이 확대되고 판매채널도 다양해지면서 금융 접근성 제고, 맞춤형 상품 제공 및 판매 확대 등의 금융소비자 편의성 제고 (이규복, 2020)
- 디지털 금융의 발달은 불완전판매, 특정 소비자그룹에 대학 차별 확대, 금융상품 문제 파악 및 대응의 어려움 등을 발생시킬 수 있음:
소비자보호 관련 리스크 확대 (이규복, 2020)
- 오프라인에서는 고려되지 않았던 부분에서의 소비자보호 문제 발생 시 디지털에 대한 이해력이 부족한 소비층에 심각한 위협이 될 수 있음

개요

- 특히나 코로나로 인해 금융서비스 디지털화는 빠르게 이루어지고 있는데 반해 이에 대응하는 금융소비자 보호정책 및 대응방안은 부족함 (최근 활발히 논의 중)
- 디지털 금융에서의 적절한 금융소비자 보호체계 마련은 실제 소비자 보호 측면 뿐만이 아니라 신뢰도 제고를 통한 디지털 금융의 안정적 정착 및 활성화를 위해 필수적임

개요

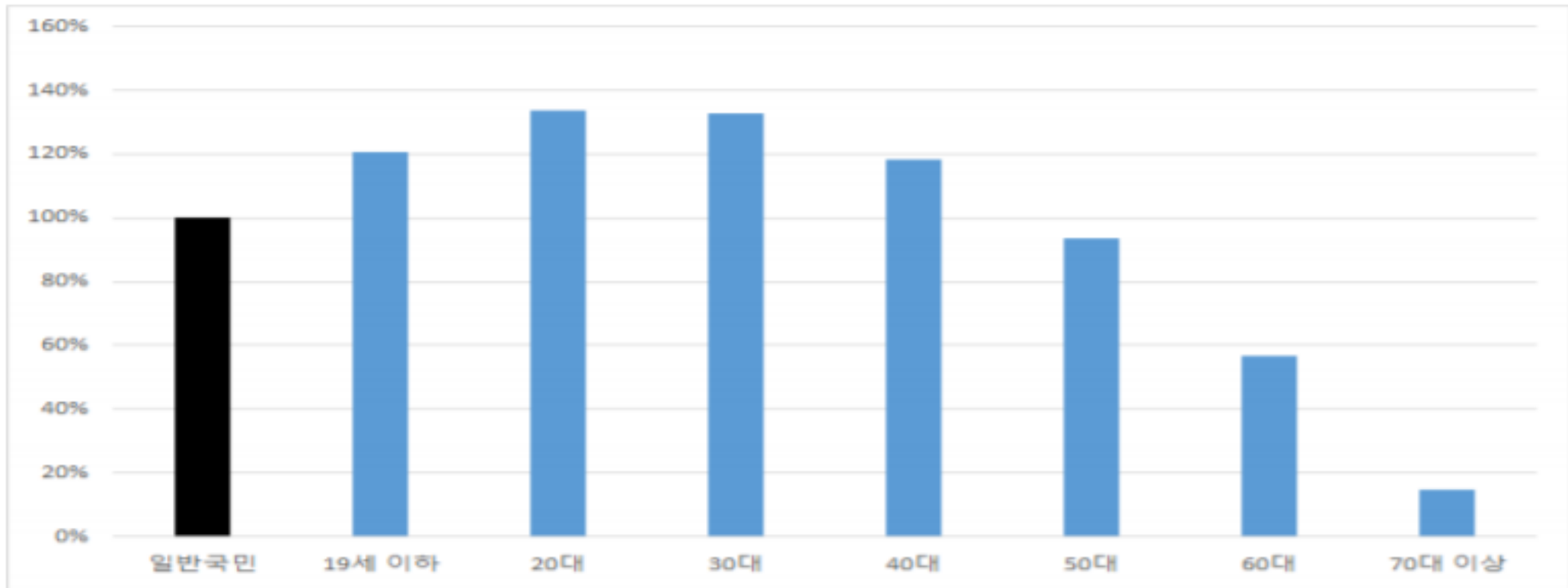
- 디지털 금융 시대의 금융소비자 보호 이슈는 다음과 같이 존재
- 오픈 बैं킹으로 인한 금융 서비스 획일화
- 디지털 소외: 특정 소비자그룹에 대한 차별
- 불완전판매 (공시 및 설명의 의무)
- 개인정보 및 생체정보 보호 문제 (유출, 도난, 사기 등)
- 자동화로 인한 유연성 상실 및 정성적 접근의 어려움
- 지나치게 많은 예외조항으로 인한 형평성 문제 및 규제 효력 상실

오픈뱅킹으로 인한 금융 서비스 획일화

- 오픈뱅킹은 금융소비자의 데이터 권리를 금융회사의 소유로 인지되었던 것을 금융소비자 개인 데이터의 자기결정권을 강화 (남주하, 2020)
- 정보열위에 있는 금융소비자를 보호하여 금융소비자의 데이터에 대한 권익을 제고하고 금융소비자의 후생을 증대시킬 것으로 기대
- 다만 금융소비자의 편의성 제고와 금융사의 경쟁력 향상을 위해서는 서비스의 다양화와 차별화를 통한 금융사간 경쟁이 이루어져야 하는데, 현실적으로 국내 오픈뱅킹은 서비스의 획일화를 가져올 수 있음
- 은행 간 서비스 차별화 및 경쟁을 유도할 수 있는 방안이 필요

디지털 소외: 특정 소비자그룹에 대한 차별

- 디지털 정보화 수준(2019): 20, 30대: 120% vs. 50대 이상: 64.3%



자료: 한국정보화진흥원(2019. 12), 「2019 디지털정보격차 실태조사」

디지털 소외: 특정 소비자그룹에 대한 차별

- 디지털 기술의 발전은 세대 간 디지털정보화 격차를 심화시킬 수 있는데 코로나 발생으로 이러한 현상은 가속화 될 것으로 예상
- 세대 간 디지털정보화 격차 심화는 고령층에게 ‘디지털 소외’ 를 불러올 수 있으며 디지털 소외계층은 금융 소비활동에 있어 불완전 또는 사기적인 판매로 피해를 입을 수 있음(최장훈, 2020)
- 디지털 소외는 소비 가능 상품의 계층화를 야기하여 가격차별로 인한 특정계층에만 집중되는 소비자 잉여 감소를 야기할 수 있음
- 또한 구입의사가 있어도 자신에게 맞는 상품을 찾기 어려워 특정계층에만 시장 마찰이 집중될 수 있음

디지털 소외: 특정 소비자그룹에 대한 차별

- 고령층에 대한 예만을 들었지만 부의 격차, 금융문맹 (financial literacy)등으로 인한 디지털 소외계층 형성 또한 가능
- 미국, 일본, 영국 등에서는 고령자 보호를 위한 정부조직이 존재하고 고령자를 위한 다양한 금융교육이 진행되고 있으며 취약 소비자 보호를 위한 금융회사의 구체적인 지침 등이 마련되어 있음 (최장훈, 2020)
- 국내에서는 고령자 뿐만 아니라 다양한 이유로 발행할 수 있는 디지털 소외계층을 구제할 수 있는 방안이 필요함
 - 금융문맹교육, 고령층에 특화된 디지털 교육, 디지털 소외계층에 대한 금융회사 지침 등

불완전판매 (공시 및 설명의 의무)

- 금융의 디지털화는 P2P 금융의 팽창을 유발하였으나 P2P 자본조달 기업의 의무 및 책임에 대한 충분한 논의 및 고민이 부족함
- 클라우드 펀딩의 문제
- 블록체인 등을 앞세운 사실상 대체투자 자산 유동화 상품들의 문제
- 우리가 이미 다 경험하고 충분한 이해를 가지고 있는 문제들이나 ‘혁신’이라는 껍데기로 인해 호도(misleading) 되고 있음
- 결국 불완전판매의 문제를 야기 시킬 수 있음: 자본시장법으로 충분히 해결 가능하다고 생각, 규제의 형평성에 대한 문제

References

- 최장훈(2020), ‘코로나19 이후 고령 금융소비자의 ‘디지털 소외’ 확대와 대응방향, KIRI 고령화리뷰 Quarterly, KIRI, 37호, pp. 12 – 15
- 이규복(2020), ‘디지털금융에서의 소비자보호 – 금융상품 라이프사이클 측면을 중심으로’, 금융브리핑, 한국금융연구원, 29권 4호, pp. 3- 8
- 남주하(2020), ‘핀테크 금융혁신과 오픈뱅킹의 과제’, 하나금융연구소 논단, 10권 16호, pp. 1 - 3

감사합니다