

Sport Industry

# SI포커스

**KISS** 한국스포츠정책과학원  
Korea Institute of Sport Science

## 국내 탁구산업 산업 경쟁력 분석: 실태조사를 중심으로

유 의 동(한국스포츠정책과학원)

김 자 영(한국체육대학교)

- I 들어가는 말
- II 탁구 산업경쟁력 확보
- III 국내 탁구 산업 경쟁력 강화 방안
- IV 경영현황 분석에 따른 시사점

## 요 약

본 연구의 목적은 국내 탁구산업의 주요 경영현황을 분석하고 전체 스포츠산업과 유사업종 간 비교를 통해 향후 정책지원 방향성을 제시하는데 있다. 본 연구의 목표를 달성하고자 탁구 사업체들의 대외경쟁력 평가와 향후 전망을 검토하고, 향후 산업 경쟁력 강화 방안을 제시하였다. 분석에 사용된 자료는 한국스포츠정책과학원에서 발행한 「2018년 생활스포츠산업 실태조사-탁구」를 바탕으로 하였다.

분석에 사용된 자료는 한국표본산업분류의 「산업특수분류」 중 「스포츠산업 특수분류 V3.0」을 적용하였다. 대외 경쟁력 확보 방안으로는 관련 정책부처 지원과 전문인력 양성, 홍보 및 마케팅 강화, 대형화/전문화, 자체브랜드 개발 및 브랜드 인지도제고 등을 검토하였으며, 산업 발전 저해 요인으로는 사업체 영세성, 정부 지원 미흡, 자금부족, 전문인력 부족, 기술 정보 및 시장정보 부족 등을 다뤘다. 정부지원 필요 부문에서는 자금 지원 확대, 전문인력 양성 지원, 각종 국제 대회 유치, 스포츠산업 통합 정보망 구축 등이었다. 마지막으로 향후 매출 증대 방안을 위해 홍보 및 마케팅 강화, 내수시장 확대, 전문인력 채용 등을 살펴봤다.

탁구산업의 스포츠 산업내 경쟁력 강화를 분석한 결과 다음과 같은 시사점을 도출하였다. 첫째, 현재 대외경쟁력 현황은 33.5점으로 낮게 나타났으나 기술은 41.1점으로 상대적으로 높게 나타나 기술 지원을 통해 탁구 산업의 발전을 견인하기 위한 노력이 필요하다. 둘째, 모든 분야에서 장기 전망을 부정적으로 평가하는 이유는 사업체의 영세성과 정부지원 미흡으로 인지되었다. 따라서 요구를 파악하여 요구에 맞는 개별 사업체와 협력 할 필요가 있다. 셋째, 탁구 산업내에 산업별 특성에 적합한 대책이 요구된다. 마지막으로 산업별 특성에 맞는 홍보 방안을 제시하고, 외국용품의 비중을 낮추고 국내 용품이 활성화 될 수 있도록 하는 방안이 요구된다.

## I. 들어가는 말

탁구는 일정한 규격의 탁구대에서 적은 인원이 참여하여도 즐길 수 있는 종목이다. 장소의 제약이 비교적 적으며, 간단한 용품을 이용하여 남녀노소 즐길 수 있는 실내 스포츠로 건강과 즐거움을 추구하기 위한 대표적인 레저스포츠로 자리매김 하였다. 1970년대부터 한국 탁구는 세계적인 수준의 실력을 보여줬으며, 88서울올림픽에서 이후, 정부의 생활체육정책에 따라 공공 체육 시설이 확충되면서 탁구를 참여할 수 있는 환경이 조성되었으며, 1990년대 초까지 사설 탁구장도 많이 운영되었다. 하지만 90년대 이후 경제침체와 새로운 레저스포츠 도입 등 여가문화 다양화가 추구되면서 탁구를 참여하는 환경이 악화 되었으나, 최근 탁구가 가지고 있는 접근의 편리성, 체력향상에 대한 관심이 다시 높아지면서 탁구를 즐기는 동호인 수가 2014년 139,579명, 2015년 185,567명, 2016년 197,024명으로 꾸준히 증가하고 있다.

탁구 동호인 증가는 탁구에 필요한 시설과 용품 수요 증대로 이어지고 있다. 탁구는 탁구대, 라켓, 탁구공, 탁구화 등 탁구에 필요한 용품을 갖추어야 하며, 대부분 동호인들은 개인 장비를 갖춰 탁구를 즐기고 있다. 하지만 탁구관련 용품은 거의 수입품에 의존하고 있으며, 국내 생산 용품의 규모는 일본, 독일, 중국 제품에 비해 차지하는 비율이 낮게 나타나고 있다. 국내 탁구 용품 제작 업체들은 다른 국가에 비해 후발 주자로 출발하였으나 최근 국내에서 탁구용품 전체를 제작하는 업체가 생기고 있으며, 국제대회에서 국내 제조 용품을 사용하는 등 용품 제조에 대한 관심이 증대되고 있다. 이러한 상황에서 산업으로서 성장을 유도하기 위하여 탁구의 경쟁력 현황을 검토하는 것은 반드시 필요한 작업이다.

점차 증대 될 것으로 예상되는 탁구산업의 발전을 위해 2018년 「생활스포츠산업 실태조사-탁구」의 자료를 바탕으로 탁구가 가지고 있는 산업경쟁력 현황과 탁구 사업체의 향후 전망 및 경쟁력 강화 방안에 대한 시사점을 제시하였다.

## II. 탁구 산업경쟁력 확보

### 1. 탁구 사업체 대외경쟁력 현황

국제 경쟁제품 대비 사업체의 경쟁력 평가에서는 전체 경쟁력 수준을 33.5점 수준으로 평가한 가운데, 기술 분야의 경쟁력 수준이 41.1점으로 가장 높았으며, 다음으로 가격 (38.3점), 품질(36.4점)등 순으로 나타났다. 정부 지원은 15.6점으로 타 부문 대비 다소 낮은 수준으로 평가된다.

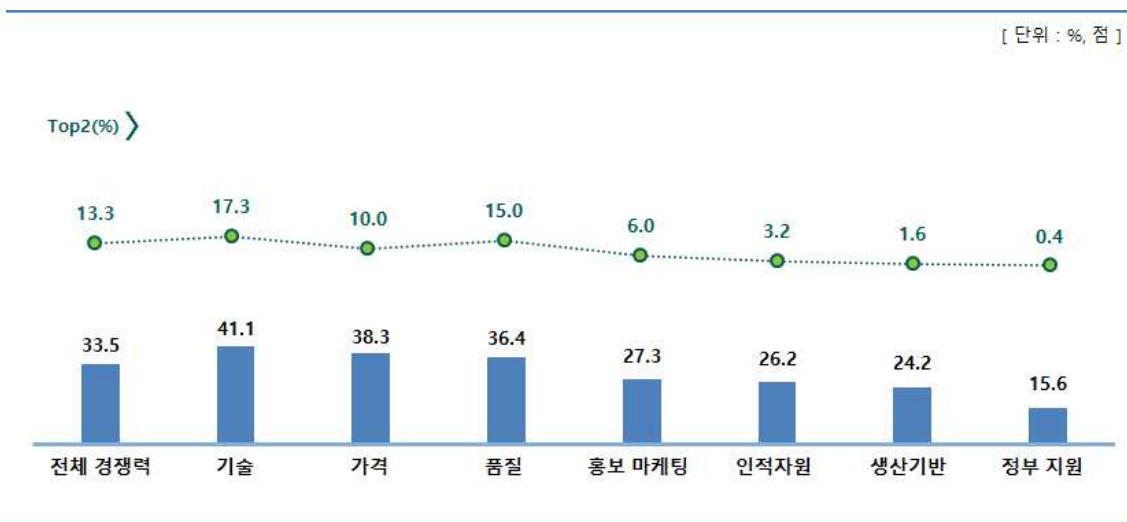


그림 1. 탁구 사업체 대외경쟁력 평가

사업체 규모별로 보면, 10인 미만인 사업체에서는 기술경쟁력을 가장 높게 평가하였고, 10인 이상인 사업체에서는 가격경쟁력을 가장 높게 평가하는 것으로 나타났다. 5~9인 규모의 사업체에서는 전체경쟁력이 낮은 수준이라 한 것에 반해 기술경쟁력은 국제 제품 대비 높은 수준으로 평가하는 것으로 나타났으며, 1~4인 규모의 사업체는 전반적으로 국제 제품 대비 경쟁력이 낮게 평가하는 것으로 보여진다.

표 1. 사업체 규모별 대외경쟁력 평가(100점 만점 기준)

(단위 : 점)

구분	전체 경쟁력	기술	가격	품질	홍보 마케팅	인적자원	생산기반	정부 지원
전체	33.5	41.1	38.3	36.4	27.3	26.2	24.2	15.6
1~4인	33.3	40.8	38.2	36.1	27.0	26.0	23.9	15.3
5~9인	45.8	56.7	43.3	48.3	40.8	35.8	35.8	30.8
10인 이상	37.5	50.0	53.1	50.0	40.6	37.5	40.6	15.6

업종의 대분류 기준으로 보면 스포츠 시설업과 스포츠 서비스업은 기술부문의 경쟁력을 가장 높게 평가했으며, 스포츠 용품업은 품질부문의 경쟁력을 가장 높게 평가하는 것으로 나타났다. 업종 중분류 기준으로는 모든 업종에서 전체 경쟁력이 국제제품 대비 낮거나 비슷한 수준이라고 평가하였으며, 스포츠정보 서비스업의 대외 경쟁력 평가가 타 업종 대비 높은 수준으로 나타났다.

표 2. 업종별 대외경쟁력 평가(100점 만점 기준) - 중분류

(단위 : 점)

구 분		전체 경쟁력	기술	가격	품질	홍보 마케팅	인적자원	생산기반	정부 지원
<b>전 체</b>		<b>33.5</b>	<b>41.1</b>	<b>38.3</b>	<b>36.4</b>	<b>27.3</b>	<b>26.3</b>	<b>24.2</b>	<b>15.6</b>
스포츠 시설업	스포츠시설 운영업	33.2	40.9	38.2	36.2	27.1	26.0	23.8	15.5
스포츠 용품업	운동 및 경기용품업	30.0	30.0	35.0	40.0	35.0	10.0	15.0	20.0
	운동 및 경기용품 유통 및 임대업	39.3	43.7	38.0	43.7	30.6	32.9	29.8	17.0
스포츠 서비스업	스포츠경기 서비스업	22.2	40.3	36.1	22.2	22.2	15.3	18.1	18.1
	스포츠정보 서비스업	50.0	25.0	50.0	25.0	25.0	50.0	50.0	50.0
	스포츠 교육기관	35.6	45.1	43.2	34.9	29.2	28.0	28.4	16.3

## 2. 사업체 향후 전망

사업체 경쟁력에 대한 향후 전망을 살펴보면, 향후 산업 전망에 대해서는 단기전망은 39.8점, 장기전망은 41.1점으로 모두 부정적으로 평가한 가운데, 단기전망 대비 장기전망을 다소 긍정적으로 평가하였다.

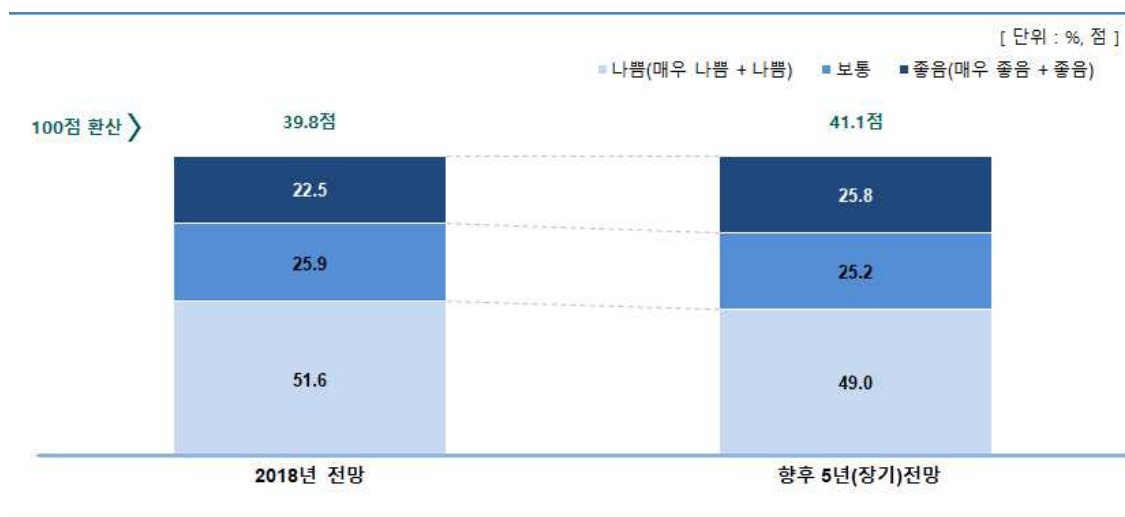


그림 2. 사업체 향후 전망

사업체 규모에 따라서는 5~9인 규모의 사업체에서 다른 규모의 사업체에 비해 단기/장기 전망을 모두 높게 평가하였으며, 장기전망을 단기전망 대비 좋거나 비슷한 수준일 것으로 평가하는 것으로 나타났다.

표 3. 사업체 규모별 향후 전망

(단위 : %, 점)

구 분	나쁨 %		보통 %		좋음 %		100점 평균	
	2018년	향후 5년	2018년	향후 5년	2018년	향후 5년	2018년	향후 5년
<b>전 체</b>	<b>51.6</b>	<b>49.0</b>	<b>25.9</b>	<b>25.2</b>	<b>22.5</b>	<b>25.8</b>	<b>39.8</b>	<b>41.1</b>
1~4인	51.8	49.2	25.7	25.1	22.5	25.7	39.7	41.0
5~9인	36.7	36.7	40.0	30.0	23.3	33.3	46.7	46.7
10인 이상	62.5	37.5	25.0	37.5	12.5	25.0	34.4	43.8

업종 중분류 기준으로 보면 단기전망은 운동 및 경기용품업, 스포츠정보 서비스업이 가장 높게 평가하였으며, 거의 모든 업종에서 장기전망은 단기전망 대비 좋아지거나 비슷할 것이라고 평가하였다. 스포츠 교육기관은 유일하게 단기전망 대비 장기전망이 다소 나빠질 것으로 평가하는 것으로 나타났다.

표 4. 업종별 향후 전망 - 중분류

(단위 : %, 점)

구 분		나쁨 %		보통 %		좋음 %		100점 평균	
		2018년	향후 5년	2018년	향후 5년	2018년	향후 5년	2018년	향후 5년
<b>전 체</b>		<b>51.6</b>	<b>49.0</b>	<b>25.9</b>	<b>25.2</b>	<b>22.5</b>	<b>25.8</b>	<b>39.8</b>	<b>41.1</b>
스포츠 시설업	스포츠시설 운영업	51.7	49.1	25.6	24.6	22.8	26.3	39.6	40.9
스포츠 용품업	운동 및 경기용품업	0.0	0.0	100.0	80.0	0.0	20.0	50.0	55.0
	운동 및 경기용품 유통 및 임대업	42.4	35.0	23.8	27.3	33.7	37.7	48.3	51.1
스포츠 서비스업	스포츠경기 서비스업	72.2	72.2	27.8	27.8	0.0	0.0	31.9	31.9
	스포츠정보 서비스업	0.0	0.0	100.0	100.0	0.0	0.0	50.0	50.0
	스포츠 교육기관	62.1	60.5	28.8	31.9	9.1	7.6	36.0	35.6

### Ⅲ. 국내 탁구 산업 경쟁력 강화 방안

#### 1. 대외 경쟁력 확보 방안

대외 경쟁력을 확보하기 위한 방안으로는 홍보 및 마케팅 강화가 50.6%로 가장 높고, 전문인력 양성이 15.2%, 대형화/ 전문화가 13.9% 등의 순으로 나타났다.

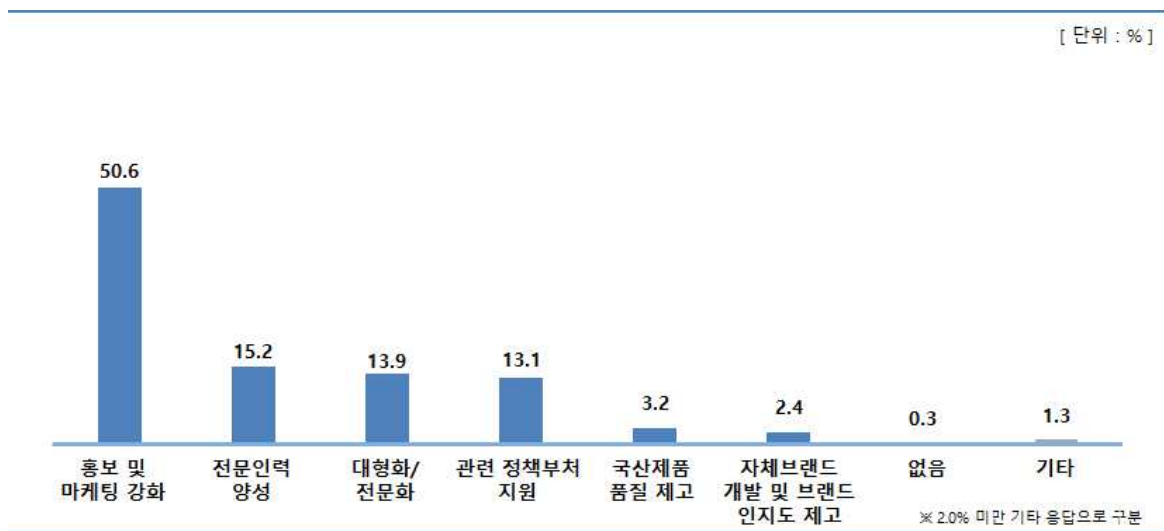


그림 3. 대외 경쟁력 확보 방안

사업체 규모에 따라서는 모든 규모에서 홍보 및 마케팅 강화가 가장 높게 나타났으며, 그 중 10인 이상 사업체에서 62.5%로 가장 높게 나타나 홍보 및 마케팅 강화가 경쟁력 확보를 위한 중요한 요소로 생각하는 것으로 보여 진다.

표 5. 사업체 규모별 대외 경쟁력 확보 방안

(단위 : %)

구 분	홍보 및 마케팅 강화	전문 인력 양성	대형화/ 전문화	관련 정책 부처 지원	국산 제품 품질 제고	자체브랜드 개발 및 브랜드 인지도 제고	산/학/연 협력강화	없음	기타
전 체	50.6	15.2	13.9	13.1	3.2	2.4	0.8	0.3	1.3
1~4인	50.6	15.2	13.9	13.2	3.1	2.3	0.8	0.3	1.4
5~9인	46.7	23.3	13.3	10.0	3.3	3.3	0.0	0.0	0.0
10인 이상	62.5	0.0	0.0	0.0	25.0	12.5	0.0	0.0	0.0

업종 중분류 기준으로 보면 운동 및 경기용품업, 스포츠경기 서비스업, 스포츠정보 서비스업은 홍보 및 마케팅 강화가 100.0%로 매우 높게 나타났다.

표 6. 업종별 대외 경쟁력 확보 방안 - 중분류

(단위 : %)

구 분		홍보 및 마케팅 강화	전문인력 양성	대형화/전문화	관련정책부처 지원	국산제품 품질 제고	자체브랜드 개발 및 브랜드 인지도 제고	산/학/연 협력강화	없음	기타
<b>전 체</b>		<b>50.6</b>	<b>15.2</b>	<b>13.9</b>	<b>13.1</b>	<b>3.2</b>	<b>2.4</b>	<b>0.8</b>	<b>0.3</b>	<b>1.3</b>
스포츠 시설업	스포츠시설 운영업	48.7	16.2	14.7	13.3	2.8	2.6	0.8	0.3	1.4
스포츠 용품업	운동 및 경기용품업	100.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
	운동 및 경기용품 유통 및 임대업	72.7	1.9	4.0	2.1	17.5	0.0	0.0	0.0	1.9
스포츠 서비스업	스포츠경기 서비스업	100.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
	스포츠정보 서비스업	100.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
	스포츠 교육기관	66.7	7.5	6.1	19.7	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0

## 2. 산업 발전 저해 요인

탁구 종목의 발전을 저해하는 요인으로 사업체 규모 영세성이 41.6%로 가장 높고 정부 지원 미흡(15.8%), 자금 부족(12.4%), 전문 인력 부족(10.5%) 등의 순으로 나타났다.

[ 단위 : % ]

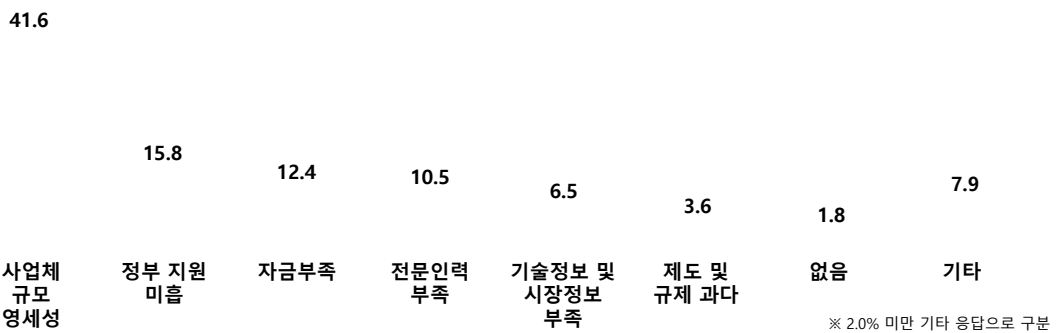


그림 4. 산업 발전 저해 요인



모든 사업체 규모에서 산업 발전 저해 요인으로 사업체 규모 영세성이 가장 높게 나타났다으며, 10인 이상 사업체에서 특히 높게 나타났다.

표 7. 사업체 규모별 산업 발전 저해 요인

(단위 : %)

구 분	사업체 규모 영세성	정부지원 미흡	자금부족	전문인력 부족	기술정보 및 시장정보 부족	제도 및 규제과다	외국업체 시장잠식	없음	기타
전 체	41.6	15.8	12.4	10.5	6.5	3.6	0.2	1.8	7.7
1~4인	41.3	15.9	12.6	10.4	6.6	3.4	0.0	1.8	7.9
5~9인	50.0	10.0	3.3	20.0	0.0	16.7	0.0	0.0	0.0
10인 이상	62.5	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	37.5	0.0	0.0

업종 중분류 기준으로는 운동 및 경기용품업, 스포츠경기 서비스업, 스포츠정보 서비스업에서 사업체 규모 영세성이 100.0%로 매우 높게 나타났다.

표 8. 업종별 산업 발전 저해 요인 - 중분류

(단위 : %)

구 분	사업체 규모 영세성	정부 지원 미흡	자금 부족	전문인 력 부족	기술정보 및 시장정보 부족	제도 및 규제 과다	외국업체 시장잠식	없음	기타	
전 체	41.6	15.8	12.4	10.5	6.5	3.6	0.2	1.8	7.7	
스포츠 시설업	스포츠시설 운영업	39.7	15.8	13.0	11.2	6.4	3.7	0.1	1.9	8.1
스포츠 용품업	운동 및 경기용품업	100.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
	운동 및 경기용품 유통 및 임대업	74.8	1.6	3.7	0.0	13.0	3.7	3.2	0.0	0.0
스포츠 서비스 업	스포츠경기 서비스업	100.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
	스포츠정보 서비스업	100.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
	스포츠 교육기관	45.5	30.2	7.5	6.1	4.6	0.0	0.0	0.0	6.1

### 3. 정부지원 필요 부문

정부 및 지자체의 지원이 우선적으로 필요한 부문으로는 자금지원 확대가 35.6%로 가장 높고, 각종 국제대회 유치(28.6%), 전문인력 양성 지원(16.3%)등 순으로 나타났다.

[단위 : %]

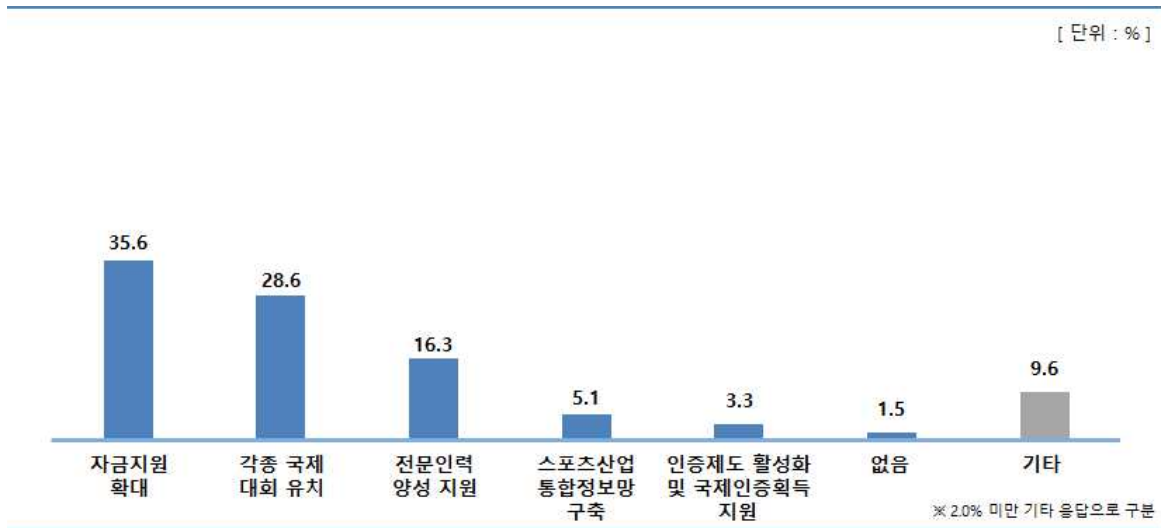


그림 5. 정부지원 필요 부문

사업체 규모에 따라서는 모든 규모에서 자금지원 확대가 가장 높게 나타났으며, 1~4인 규모에서는 각종 국제대회 유치, 5~9인 규모에서는 전문인력 양성이 타 집단 대비 상대적으로 높은 수준으로 나타났다.

표 9. 사업체 규모별 정부지원 필요 부문

(단위 : %)

구분	자금지원 확대	각종 국제대회 유치	전문인력 양성 지원	스포츠산업 통합정보망 구축	스포츠용품 인증제도	연구개발 및 기술지원	국제교류 및 해외시장진출지원	없음	기타
전체	35.6	28.6	16.3	5.1	3.3	0.8	0.3	1.5	8.6
1~4인	35.1	28.9	16.2	5.1	3.4	0.8	0.3	1.6	8.7
5~9인	53.3	20.0	23.3	3.3	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
10인 이상	75.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	25.0

업종 중분류 기준으로는 거의 모든 업종에서 자금지원 확대가 가장 높게 나타났으며, 스포츠 교육기관은 각종 국제대회 유치가 가장 높게 나타났다.

표 10. 업종별 정부지원 필요 부문 - 중분류

(단위 : %)

구분		자금지 원 확대	각종 국제대회 유치	전문인 력 양성 지원	스포츠 산업정보 통합구축 망 구축	스포츠 용품 인증제도	연구개발 및 기술지원	국제교류 및 해외시장 진출지원	없음	기타
<b>전 체</b>		<b>35.6</b>	<b>28.6</b>	<b>16.3</b>	<b>5.1</b>	<b>3.3</b>	<b>0.8</b>	<b>0.3</b>	<b>1.5</b>	<b>8.6</b>
스포츠 시설업	스포츠시설 운영업	33.3	29.3	16.8	5.4	3.3	0.8	0.3	1.7	9.1
스포츠 용품업	운동 및 경기용품업	100.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
	운동 및 경기용품 유통 및 임대업	76.4	0.0	11.4	2.1	6.9	0.0	0.0	0.0	3.2
스포츠 서비스 업	스포츠경기 서비스업	100.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
	스포츠정보 서비스업	100.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
	스포츠 교육기관	42.4	43.9	10.6	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	3.0

#### 4. 향후 매출 증대 방안

사업체의 향후 매출 증대 방안으로는 홍보 및 마케팅 강화가 44.9%로 가장 높고, 내수시장 확대(26.5%), 전문인력 채용(12.8%) 등의 순으로 나타났다.

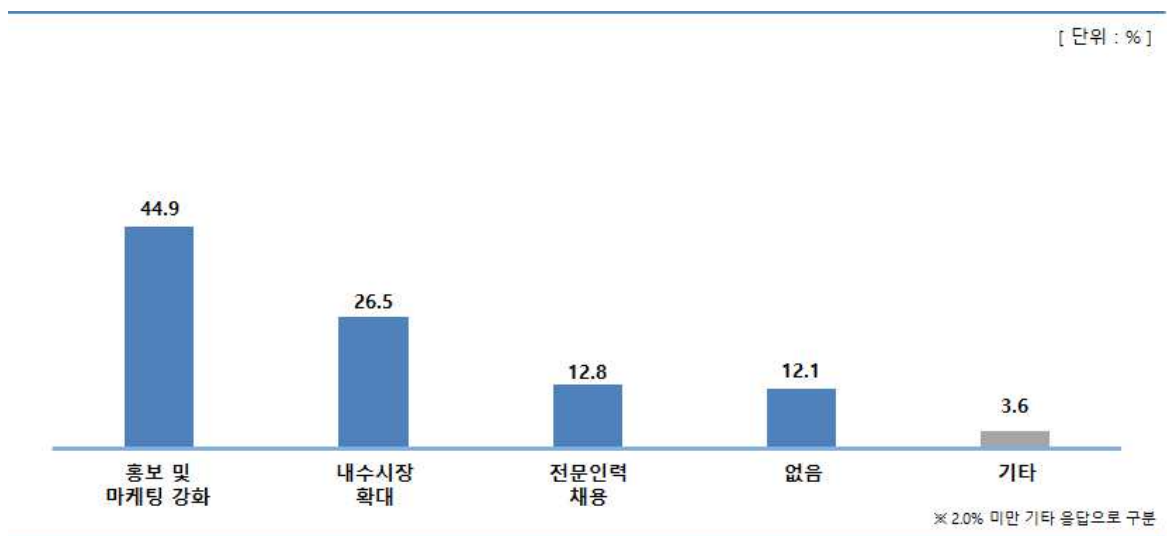


그림 6. 향후 매출 증대 방안

모든 규모의 사업체에서 향후 매출 증대를 위해 홍보 및 마케팅 강화를 계획 중이며, 10인 이상의 사업체에서는 매출 증대를 위한 자체 브랜드 및 신규제품 개발이 타 규모 사업체 대비 높게 나타났다.

표 11. 사업체 규모별 향후 매출 증대 방안

(단위 : %)

구 분	홍보 및 마케팅 강화	내수시장 확대	전문인력 채용	해외시장 진출 확대	자체 브랜드 및 신규제품 개발	없음	기타
전 체	44.9	26.5	12.8	1.3	0.8	12.1	1.6
1~4인	44.6	26.9	12.8	1.3	0.6	12.3	1.6
5~9인	60.0	13.3	16.7	0.0	3.3	3.3	3.3
10인 이상	62.5	0.0	0.0	0.0	37.5	0.0	0.0

업종 중분류 기준으로는 모든 업종에서 홍보 및 마케팅 강화가 가장 높았으며, 스포츠 교육기관과 스포츠시설 운영업은 타 업종에 대비하여 내수시장 확대 응답이 다소 높게 나타났다.

표 12. 업종별 향후 매출 증대 방안 - 중분류

(단위 : %)

구 분	홍보 및 마케팅 강화	내수시장 확대	전문인력 채용	해외시장 진출 확대	자체 브랜드 및 신규제품 개발	없음	기타	
전 체	44.9	26.5	12.8	1.3	0.8	12.1	1.6	
스포츠 시설업	스포츠시설 운영업	42.9	27.0	13.6	1.4	0.7	12.8	1.7
스포츠 용품업	운동 및 경기용품업	100.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
	운동 및 경기용품 유통 및 임대업	87.8	1.9	1.9	0.0	4.8	3.7	0.0
스포츠 서비스업	스포츠경기 서비스업	100.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
	스포츠정보 서비스업	100.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
	스포츠 교육기관	47.0	40.9	6.1	0.0	0.0	6.1	0.0

## IV. 경쟁력 분석에 따른 시사점

본 연구는 탁구 산업 경쟁력 강화 가능성에 대해 도출하고자 산업내·외 경쟁력 현황과 전망을 바탕으로 구체적인 강화 방안에 대해 검토하였다.

탁구산업체의 현재 대외경쟁력 현황은 전체적으로 33.5점으로 낮았으나 기술은 41.1점으로 비교적 높게 평가하는 것으로 나타났으며, 향후 대외경쟁력은 장기와 단기 전망이 모두 낮게 평가하고 있었다. 5~9인 사업체에서 단기/장기 전망이 가장 낮게 나타났으며, 업종별로 보면 운동 및 경기용품업의 경우 장기와 단기 전망이 모두 가장 낮은 반면 스포츠경기 서비스업의 경우 장기와 단기 전망 모두 가장 높게 나타났다. 용품제조업은 해외 브랜드와 경쟁해야 한다는 압박감으로 향후 전망을 낮게 평가하는 것으로 보여 해외 브랜드와 대응할 수 있는 구체적 지원 방안이 필요하다.

대외 경쟁력 확보를 위해서는 홍보 및 마케팅 강화가 가장 필요한 것으로 나타났다. 구체적으로 홍보 및 마케팅 강화, 전문인력 양성, 대형화/전문화, 관련정책 부처지원, 국산제품 품질제고, 자체 브랜드 개발 및 브랜드 인지도 제고 순으로 나타났다. 탁구 산업의 활성화를 위해 적극적인 홍보 활동을 할 수 있도록 마케팅 방안을 수립 및 지원하고, 제조, 홍보 등 분야별로 전문성을 갖춘 전문인력을 양성할 필요가 있다.

현재 탁구 산업의 발전을 저해하는 요인으로서는 사업체 규모 영세성이 가장 많은 부분을 차지하였으며 정부지원 미흡, 자금부족이 어려움 순으로 나타났다. 정책적으로 정부 지원 필요 부분을 보면 자금지원 확대가 가장 높았으며, 각종 국제대회 유치, 전문인력 양성지원 순으로 나타났다.

향후 탁구 산업의 매출을 높이기 위해서 홍보 및 마케팅 강화에 대한 요구가 가장 큰 것으로 나타났으며, 내수시장 확대, 전문인력 채용 순으로 나타났다.

탁구산업의 스포츠 산업내 경쟁력 강화를 분석한 결과 다음과 같은 시사점이 도출되었다. 우선, 모든 분야에서 장기 전망을 부정적으로 평가하는 이유는 사업체 규모의 영세성과 정부지원 미흡으로 나타났다. 업체의 영세성을 극복하기 위해서는 개별 사업체의 투자와 정부의 자금 지원 등의 정책이 동시에 진행 될 필요가 있으며, 탁구 산업내에 산업별 특성에 적합한 정책지원 대책이 요구된다. 마지막으로 산업별 특성에 맞는 홍보 방안을 제시하고, 외국용품의 비중을 낮추고 국내 용품이 활성화 될 수 있도록 하는 방안이 요구된다.

## Sport Industry SI 포커스

**발간목적:**

SI 포커스의 발간목적은 국내 스포츠산업 동향에 대한 부문별 심층 분석을 통하여 스포츠산업 부문별 지원전략 및 정책 시사점을 도출하는데 있다.

**발행처:** 한국스포츠정책과학원 스포츠산업연구실

정지명(스포츠산업연구실 실장/책임연구위원)

유의동(스포츠산업연구실, 수석연구위원)

김상훈(스포츠산업연구실, 선임연구위원)

김민수(스포츠산업연구실, 선임연구위원)

고경진(스포츠산업연구실, 연구위원)

신성연(스포츠산업연구실, 연구위원)

박선영(스포츠산업연구실, 연구위원)