
전자상거래 플랫폼과 소비자 후 생

2022. 8.

가천대 경영학부
전성민 교수

I .개요

II .온라인 플랫폼

1) 플랫폼 특성

2) 소비자, 비즈니스, 경쟁, 혁신에의 영향

3) 소비자 및 사회적 위험에의 영향

III .규제 및 정책 시사점

온라인 플랫폼 경제 사회적 효과에 대한 연구



Online platforms: Economic and societal effects



Prof. Annabelle Gawer

•Chaired Professor in Digital Economy; Director, Surrey Centre of Digital Economy (CoDE)

STUDY

Panel for the Future of Science and Technology

EPRS | European Parliamentary Research Service

Scientific Foresight Unit (STOA)

PE 656.336 – March 2021



Dr. Nick Srnicek

•Lecturer in Digital Economy in the Department of Digital Humanities, King's College London

온라인 플랫폼 경제 사회적 효과에 대한 연구

- Google, Amazon, Facebook과 같은 온라인 플랫폼은 경제와 사회에서 중심적인 역할
- 네트워크 효과의 영향을 받는 상호 연결된 부문과 시장에서 디지털 중개자 역할
- 데이터 기반 비즈니스 모델로 성장한 온라인 플랫폼은 개인 사용자와 기업에 막대한 영향을 미치며 고객, 광고주, 근로자 및 고용주 간의 관계를 재구성함
- 이 보고서는 온라인 플랫폼의 긍정적 영향에 대한 증거를 제공하고 기존 유럽 연합 규정 및 시행에서 완전히 해결되지 않은 중요한 문제를 문서화함
- 플랫폼 경제에 대한 현행 법 집행과 규제를 강화할 필요가 있다는 데 공감대가 형성됨
- 이 보고서는 디지털 시장 및 디지털 서비스 법안을 환영하며 경쟁 및 혁신, 근로 조건 및 노동 시장, 소비자 및 사회적 위험, 환경 지속 가능성에 대한 정책 시사점을 제공함

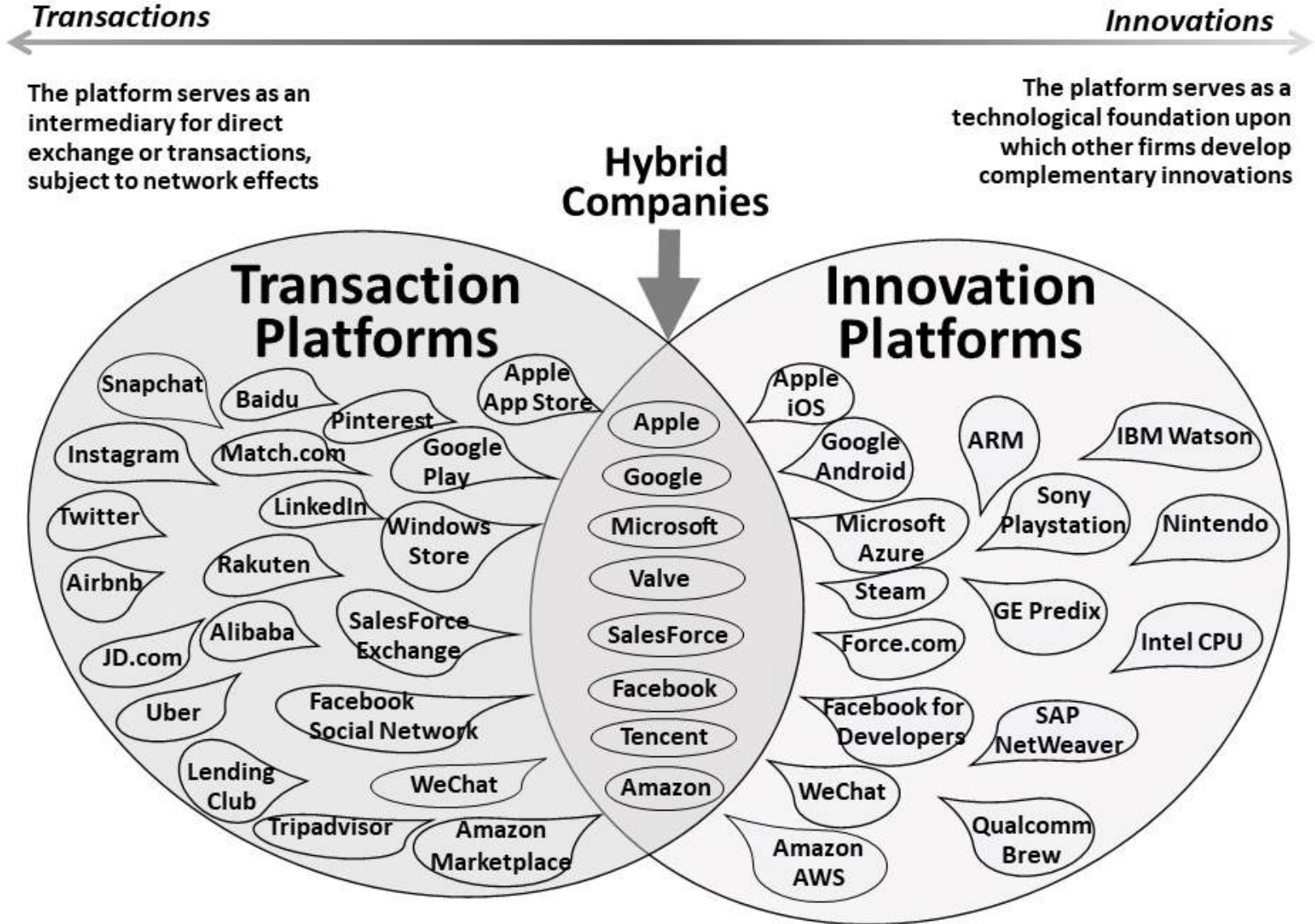
온라인 플랫폼 종류 (1/2)

- ➤ Ad-supported Internet search (Google, Baidu)
- ➤ Social media (e.g., Facebook, WeChat, Twitter, Microsoft LinkedIn) Ad-supported general social media: Facebook, WeChat Ad-supported microblogging: Twitter Ad-supported photo/video sharing: Instagram, Flickr, TikTok, YouTube
- ➤ App stores (Apple App Store, Google Play, Amazon Appstore for Android)
- ➤ Third-party business-to-businesses (B2Bs) (Alibaba)
- ➤ Third-party business-to-consumer (B2Cs) (Amazon Marketplace, MercadoLibre Classifieds, Rakuten, Tmall)
- ➤ Ad-supported music streaming (Deezer, Spotify)
- ➤ Ad-supported print media (National Geographic, ParisMatch)
- ➤ C2Cs (Consumer-to-consumer platforms) (MercadoLibre, Taobao)
- ➤ Maps (Baidu Maps, Bing Maps, Google Maps)
- Repositories for scholarly research (SSRN) ➤ Labour freelancing/crowdsourcing (Freelancer, Amazon Mechanical Turk, Ikea/TaskRabbit, Upwork)

온라인 플랫폼 종류 (2/2)

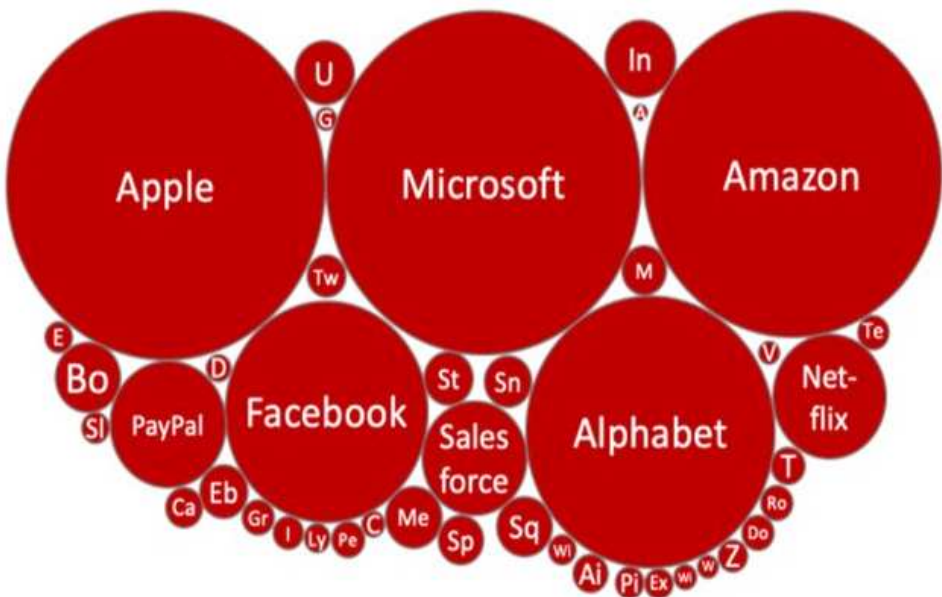
- ➤ Crowdsourcing Competitive (TopCoder) Non-competitive (Google Waze)
- ➤ Food delivery (Deliveroo, UberEats)
- ➤ Language education (Duolingo)
- ➤ Gaming (Amazon Twitch, Huya)
- ➤ Fintech, including Currency exchange platforms (CurrencyFair), crowdfunding (Indiegogo, Kickstarter) Mobile payments (AliPay, PayPal, WeChat Pay) Online brokers (Fidelity, RobinHood, SaxoBank)
- ➤ Transportation On-demand ride services (Uber, Lyft, Kapten) Long-distance car-pooling (BlablaCar)
- ➤ Travel booking Rental cars, air flights and hotels (Booking.com, Expedia, Opodo) Cruises (Vacationstogo.com) Short-term rentals (Airbnb, Atraveo, Homeaway)
- Mobile payments (WeChat Pay, AliPay)
- ➤ Dating (Meetic, Tinder, Grindr)

온라인 플랫폼 분류



온라인 플랫폼 분류

America



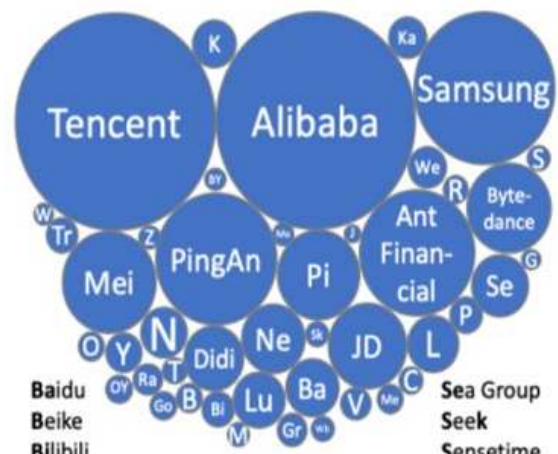
- Airbnb
- Alteryx
- Booking
- Carvana
- Chegg
- Doordash
- Dropbox
- Ebay
- Etsy
- Expedia
- Grainger
- Grubhub
- Instacart
- Intuit
- Lyft
- Match
- MercadoLibre
- Uber
- Peloton
- Pinterest
- Roku
- Slack
- Snap
- Splunk
- Square
- Stripe
- Teladoc
- Twilio
- Twitter
- Vroom
- Wikipedia
- Wish
- Zillow

Europe



- Adevinta
- Adyen
- Autotrader G.
- Delivery Hero
- Hellofresh
- Farfetch
- Klarna
- Revolut
- Spotify
- Takeaway
- Yandex

Asia-Pacific



- Baidu
- Beike
- Bilibili
- BYJU
- Chehaoduo
- Coupang
- Didi Chuxing
- G-Bits
- Go-Jek
- Grab
- JD.com
- Joyy
- Kakao
- Kuaishou
- Lu.com
- Lufax
- Manbang
- Meicai
- Meituan
- Naver
- Netease
- Ola
- OYO
- Paytm
- Pinduoduo
- Rakuten
- Rea
- Sea Group
- Seek
- Sensetime
- Tokopedia
- Trip.com
- VipShop
- WeBank
- WeDoctor
- Weibo
- YonYou
- Zuoyebang

Africa



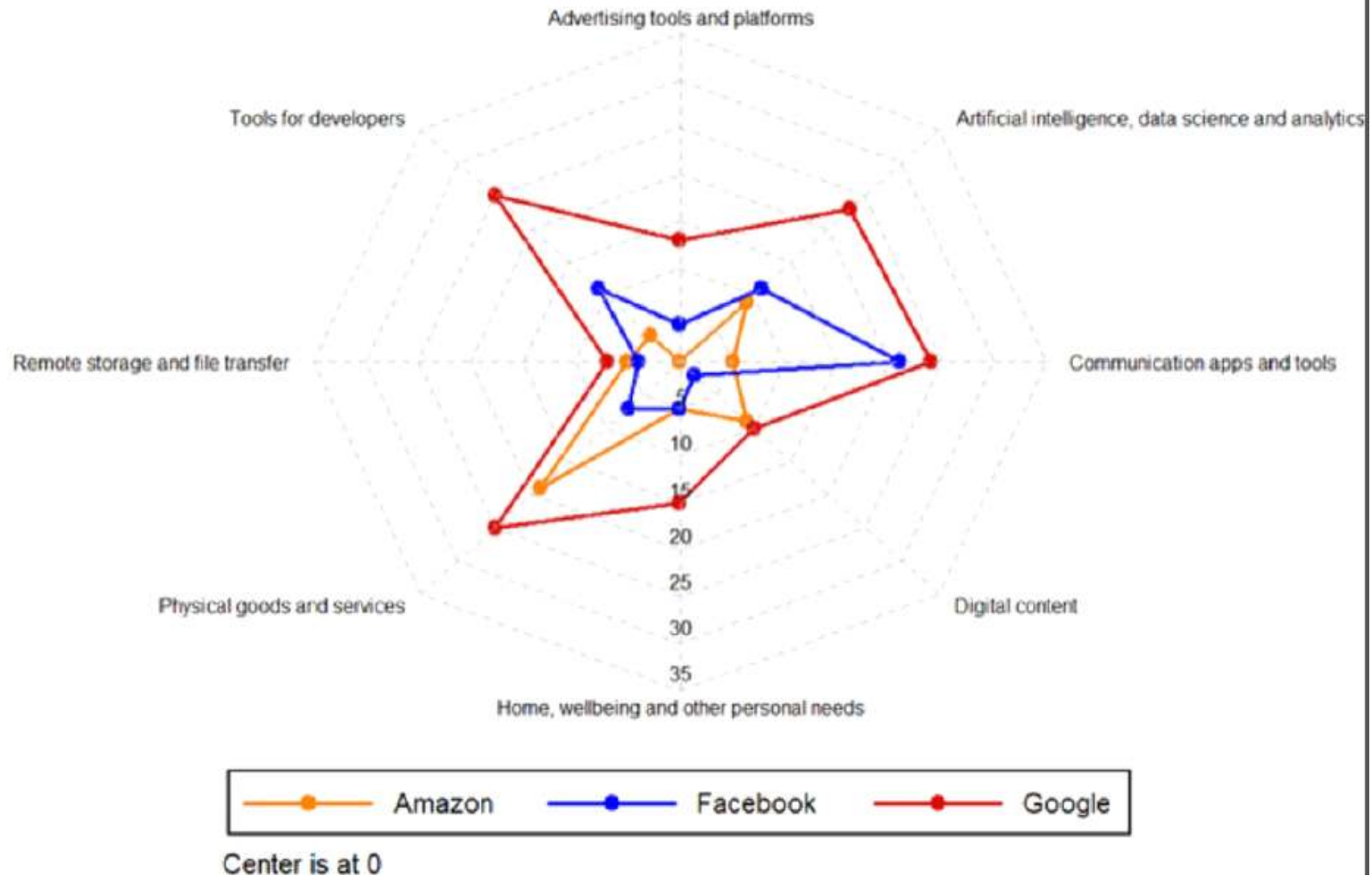
온라인 플랫폼 특성

- '플랫폼', '온라인 플랫폼' 및 '디지털 플랫폼'이라는 용어를 혼용
- 온라인 플랫폼의 정의: 두 개 이상의 구별되지만 상호 의존적인 사용자 집합(기업 또는 개인) 간에 인터넷을 통해 상호 작용을 촉진하는 디지털 서비스
- 온라인 플랫폼의 예: 온라인 마켓플레이스, 앱 스토어, 검색 엔진, 소셜 미디어 및 협력 경제를 위한 플랫폼
- 온라인 플랫폼 가치 창출의 경제, 비즈니스 및 거버넌스 특성: 규모와 범위의 경제, 승자독식의 독점적 지위로 이어질 수 있는 네트워크 효과, 플랫폼 측면에서 교차 보조금을 포함하는 비즈니스 모델, 퍼베이시브 데이터 생성, 데이터 캡처 및 생태계의 사설 규제 기관으로 작용
- 온라인 플랫폼은 교환/거래를 촉진하고 혁신을 촉진함으로써 가치를 창출
- 디지털 기술의 낮은 검색 비용을 활용하여 전 세계적으로 연결된 사용자 간의 효율적인 일치를 생성할 수 있는 구조를 제공
- 플랫폼은 또한 낮은 검색 비용과 낮은 복제 및 검증 비용을 통해 거래의 효율성을 높임
- 디지털 플랫폼은 또한 소프트웨어 개발자와 같은 제3자 회사가 엄청난 양의 보완 제품 또는 서비스를 구축할 수 있도록 하여 혁신을 촉진함

소비자, 비즈니스, 경쟁, 혁신에의 영향

- 디지털 플랫폼은 디지털 경제에서 가치를 창출
- 플랫폼 서비스는 사용자에게 무료로 제공되는 동시에 소비자에게 상당한 혜택을 제공
- 디지털 상품은 현재 국내총생산(GDP) 측정에 포함되지 않는 많은 양의 소비자 후생을 창출한다
다는 측면에서 소비자 잉여가 적절한 척도
- 소비자들이 검색 엔진과 디지털 지도에 수천 달러의 가치를 인정
- 플랫폼 기업도 연구 개발에 막대한 투자를 하고 있음
Amazon, Alphabet(Google의 모회사), Microsoft 및 Apple은 R&D 투자 규모 상위 10개 기업
→ 기업, 소비자 및 사회에 상당한 기여
- Apple의 iOS, Google의 Android와 같은 혁신 플랫폼은 새로운 애플리케이션에서 혁신하는 수백만 명의 애플리케이션 개발자에게 비즈니스 기회를 제공하여 앱 스토어를 통해 전 세계적으로 배포할 수 있는 앱 개발을 촉진
- 코로나19 팬데믹 기간 동안 플랫폼의 일상화 심화
- 플랫폼의 권력 남용 사례: 반경쟁 관행, 사용자 데이터의 대량 확보, 불법 또는 유해 콘텐츠

Big Tech M&As



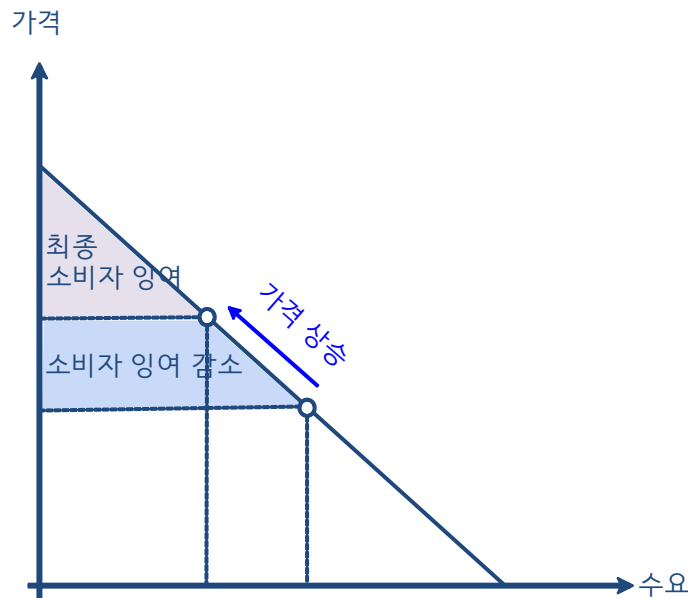
소비자 및 사회적 위험에의 영향

- 플랫폼 회사는 공공 안전과 관련된 책임 회피 성향
예) 승차 공유 플랫폼의 고객\ 안전 (성폭행, 신체적 폭력, 납치, 차량 사고), 음주운전 감소?
- 사회적 위험의 측면에서 기후, 건강 및 환경적 위험
예) 승차 공유 서비스의 급증으로 인한 차량 증가로 인한 체증, 오염 및 탄소 배출량 증가
- 데이터 수집 및 분석으로 인한 개인 정보 위험
예) 2016년 미국 대통령 선거 이후 뉴스 미디어에 대한 플랫폼의 영향력
- Covid-19 팬데믹 영향
 - 플랫폼 노동자는 불안정한 위치로 놓임 (병가, 실업 수당, 휴가, 단시간 근로 계획 부재)
 - 개인, 기업 및 정부의 온라인 플랫폼 의존도 상승
 - 정책 입안자들이 개인 정보 보호와 공중 보건의 균형 이슈에서 일부 플랫폼에 의존
사생활, 시민권 및 시민의 자유에 중대한 위험

소비자 후생

소비자 잉여 변화 추정

: 가격이 높아질수록 소비자 잉여는 감소하며, 가격 및 판매량 변동과 수요
가격 탄력성으로 소비자 잉여 변화 계산 가능



소비자 잉여 변화 계산식

$$CV = \frac{p_1x_1 - p_0x_0}{1+\alpha}$$

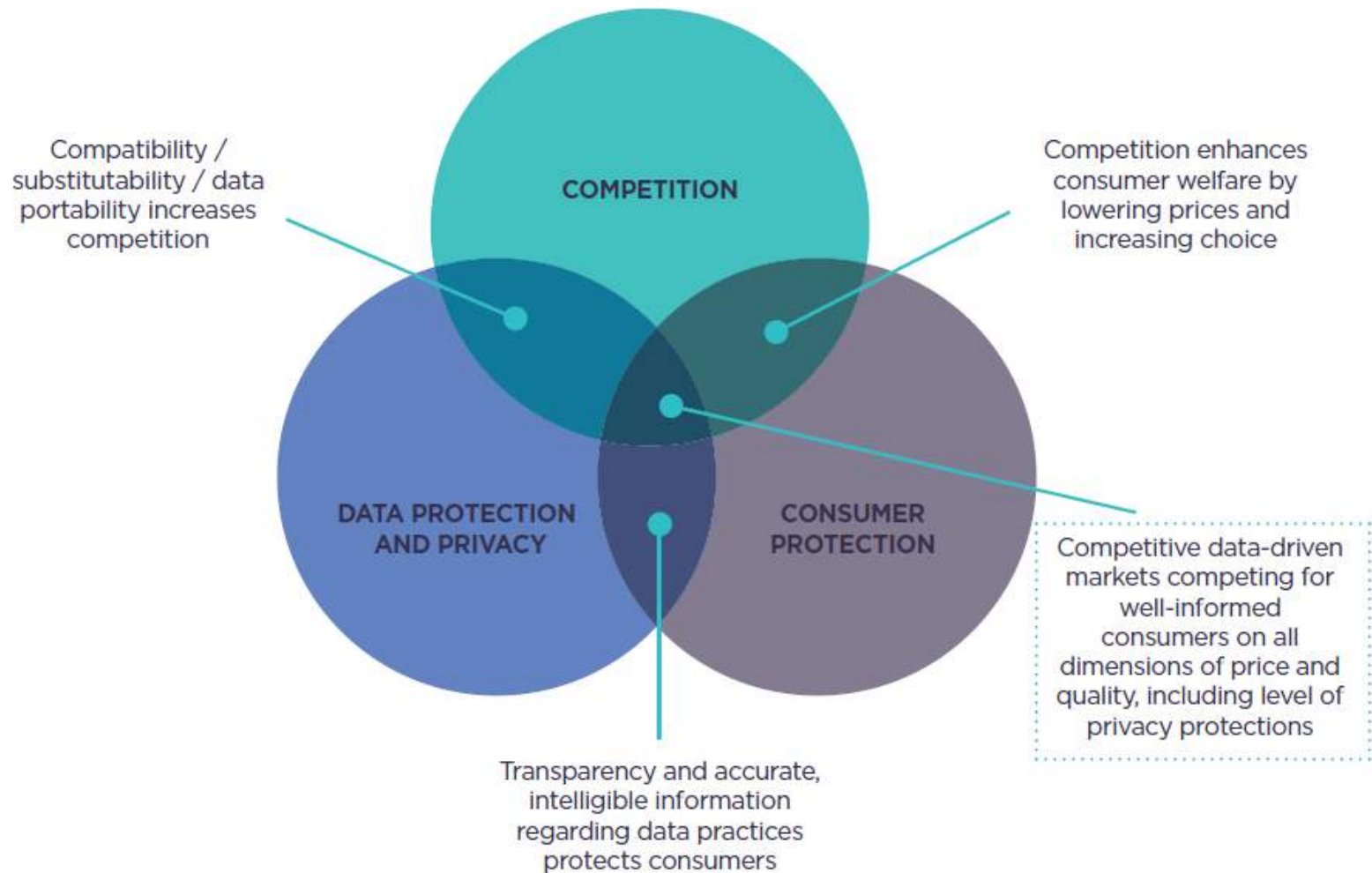
- CV 소비자 잉여 변화
- p_1x_1 가격 인상 후 가격 × 가격 인상 후 판매량
- p_0x_0 가격 인상 전 가격 × 가격 인상 전 판매량
- α 요 가격 탄력성

출처: BRYNJOLFSSON, Erik; HU, Yu; SMITH, Michael D. Consumer surplus in the digital economy:
Estimating the value of increased product variety at online booksellers. *Management science*, 2003, 49,11: 1580-1596.

EU 규정 및 규제

- 유럽 위원회는 2018년에 온라인 플랫폼 경제 연구조직을 설립
- 2019년에 EU는 새로운 EU 규정인 P2B(Platform-to-Business) 규정을 도입
- 2020년 12월, 유럽연합 집행위원회는 새로운 입법 과제인 디지털 서비스 법안 '규제 패키지'의 일환으로 새로운 디지털 시장법(DMA) 및 새로운 디지털 서비스법(DSA)에 대한 제안을 발표
- 주요 이슈
 - 전통적인 독점 금지 분석 및 도구의 한계
 - 데이터 축적으로 인한 사생활 침해 및 경쟁 부문별 규제에 대한 플랫폼의 체계적인 회피
 - 불법적이고 유해한 온라인 콘텐츠
 - 플랫폼이 노동시장에 미치는 영향
- 협력 경제를 위한 유럽 의제(2016)
 - '노동자'에 대한 EU 정의를 제시
 - 플랫폼이 단순한 중개자가 아닌 서비스 제공자 플랫폼에 적용
 - 투명하고 예측 가능한 근로 조건에 관한 지침: 사회적 보호에 접근하는 데 어려움을 겪는 비정규직 근로자의 문제를 해결

정책 시사점



정책 시사점

- 플랫폼 경제에 대한 현행 법 집행 및 규제를 강화
- 게이트키퍼 플랫폼에 대해 시행 가능한 행동 강령 권장
- 피해 발생 후 처벌에 초점을 맞추는 현행 집행 방식보다는 피해를 예방하는 것이 중요
- 시장지배력을 가진 플랫폼 기업은 독점적 지위에서 파생된 권력을 남용하여 경쟁해서는 안 되며, 경쟁적 위치에서 달성할 수 없는 수준까지 배타적 관행, 시장 봉쇄, 고객 착취를 방지
- 유럽연합 집행위원회(European Commission)의 제안된 디지털 시장법(Digital Markets Act, 사전 규제 프레임워크) 및 디지털 서비스법(Digital Services Act, 불법적이거나 잠재적으로 유해한 온라인 콘텐츠의 처리, 제3자 콘텐츠에 대한 온라인 중개자의 책임, 온라인 사용자의 기본권 보호 및 브리징에 대한 프레임워크)의 제안을 지지
- 경쟁과 소비자 선택을 높이기 위해 시스템의 상호 운용성과 개인 데이터 이동성을 강화할 필요
- 게이트키퍼 플랫폼에 대한 합병 통제를 평가하는 현행 경쟁 체제를 강화 권고
- 진화하는 플랫폼 생태계에 대한 지속적 학제적 연구가 필요함

규제 권고사항

경쟁에 대한 규제

1. 게이트 키퍼 플랫폼에 대한 규제 프레임워크 수립
2. 자유 경쟁 강화
3. 합병 통제를 위한 규칙 강화
4. 중개 공정성 확보
5. 개인정보 보호 선택 권리 보장
6. 자율규제 / 제도적 규제 결합

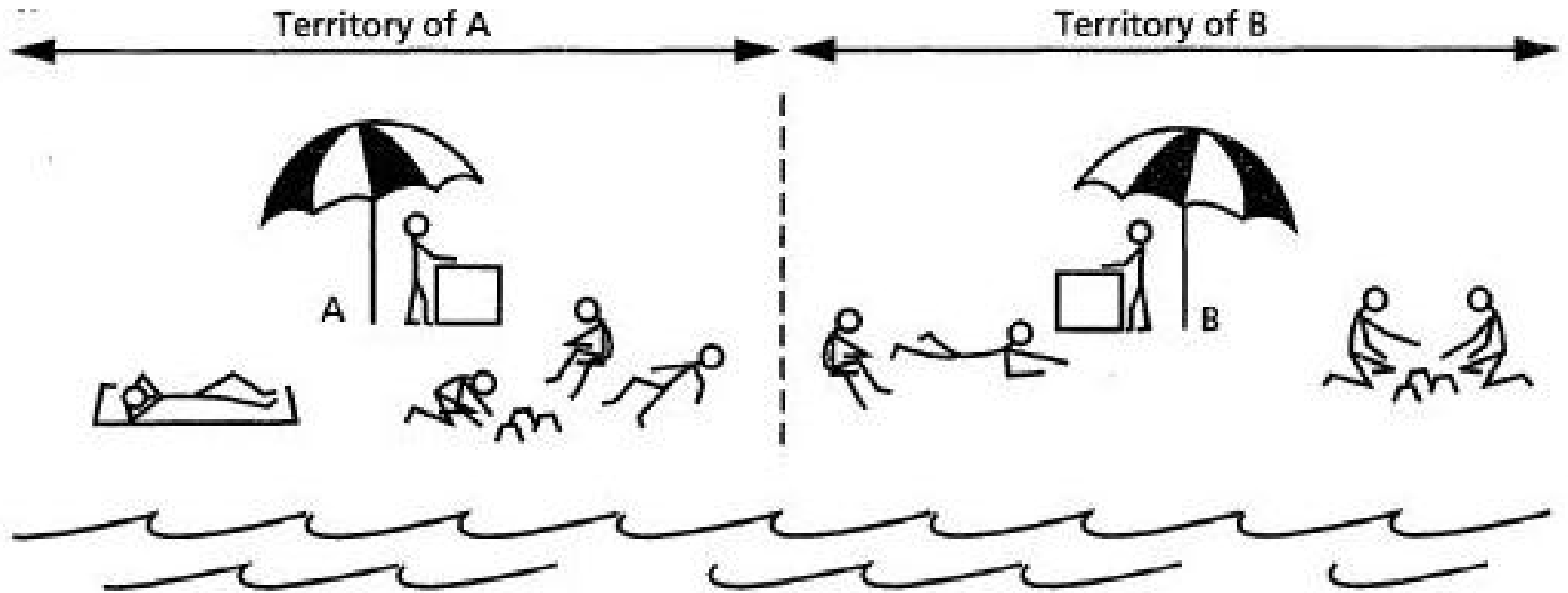
노동 규제

7. 근로자 재정의
8. 최저임금
9. 직원 데이터에 대한 인권 강화
10. 플랫폼 노동조합 지원

사회적 위험 및 환경 지속가능성

11. 환경친화적 모빌리티로의 전환
12. 플랫폼 근로자에 대한 COVID-19 지원

자율규제의 경제학: Hotelling Model



Q & A

smjeon@gachon.ac.kr

감사합니다