

플랫폼의 가치와 사회적 도전과제

이경선 정보통신정책연구원 플랫폼정책연구실 연구위원

1. 머리말

디지털 플랫폼이 다양한 영역에 걸쳐 소통, 거래, 혁신의 방식을 결정하고 '룰 세터(rule-setter)'로서 기능함에 따라 플랫폼 기업의 가치창출 모델은 이제 한 기업의 이익 실현을 넘어 공공의 가치 실현에도 큰 영향을 주고 있다. 이는 플랫폼 기업의 혁신 추구가 우리 사회 전반의 후생을 증진시키도록 유도하는 것이 매우 중요한 시점임을 시사한다. 이에 본 보고서에서는 플랫폼의 가치창출 매커니즘을 유형화하고 유형별 플랫폼의 가치와 수반되는 사회적 도전과제를 분석하여 플랫폼 기업들의 혁신 추구가 공적 가치 제고로 이어질 수 있도록 정책적 시사점을 모색한다.

2. 플랫폼의 가치창출 유형과 주요 사례

디지털 플랫폼(혹은 온라인 플랫폼, 플랫폼)은 인터넷을 통해 둘 이상의 고유하지만 독립적인 사용자 집합 간 상호작용을 촉진하고 네트워크 효과를 생성·이용하여 디지털 서비스를 제공하는 조직으로 정의될 수 있다(OECD(2019)[3], Gawer & Srnicek(2021)[4]). 또한, 온라인 플랫폼 기업들은 소위 네트워크 효과를 창출하고 이용하는 한편 정보통신기술(ICT, Information and Communications Technology)을 사용하여 사용자 간 상호작용을 촉진하고 그러한 상호작용에 대한 데이터를 수집·활용한다(Gawer & Srnicek(2021)[4]). 즉, 디지털 플랫폼은 이용자 간 연결과 상호작용을 촉진함으로써 가치를 창출하며, 네트워크 효과와 데이터, 디지털 기술 등이 플랫폼 기반 비즈니스 모델의 차별적 가치창출을 가능하게 하는 주요 요소라 할 수 있다.

플랫폼의 가치창출 유형은 이러한 요소들에 기반하여 세분화할 수 있는데 ① 연결의 가치, ② 더 나은 연결의 가치: 데이터·디지털 기술을 통한 기회의 확장, ③ 더 많은 연결의 가치: 규모·범위의 경제 실현, ④ 더 나은 연결+더 많은 연결의 가치: 공통의 혁신 기반 제공 등이 그것이다. 플랫폼의 가치창출 유형들을 하나씩 살펴보면 다음과 같다.

2.1 연결의 가치

플랫폼의 가치창출 첫 번째 유형은 새롭고 혁신적인 연결의 가치이다. 플랫폼은 새롭고 다양한 방식의 연결을 가능하게 함으로서 최적화된 자원 활용, 새로운 고객경험, 일자리·시장 창출 등을 지원한다. 또한, 다양한 소통·참여의 채널을 제공함으로써 정보공유, 사회적 소통·교류 확대, 시민

1) 본 보고서의 내용과 기업사례는 이경선 외(2022)의 "디지털 플랫폼을 통한 혁신선도 및 사회 가치 창출 방안연구" 보고서[1], 연구과정 중에 수행한 기업사례조사, 이경선(2023)의 "플랫폼의 가치와 사회적 도전과제[2]" 내용을 바탕으로 작성한 것임

들의 공익활동 참여 등에 기여한다. 대표적 사례로 당근(구 당근마켓)은 동네 이웃 간 직거래를 기반으로 한 중고거래 서비스를 출시하여 자원재활용에 기여하고 지역정보, 소식, 재능을 나누는 커뮤니티 서비스, 동네 소상공인과 주민을 연결하는 로컬 커머스 서비스 등을 통해 지역 소통, 로컬경제 활성화에 일조하고 있다. 배달의민족이나 쿠팡이츠와 같은 배달플랫폼은 소비자와 다양한 외식사업자를 연결하여 회, 파스타, 디저트류처럼 기존에 배달이 용이하지 않던 다양한 음식들을 소비자가 집에서 즐기는 것을 가능하게 하는 한편, 좋은 입지·시설을 갖추지 못한 소상공인들도 실력만 있다면 플랫폼을 활용하여 성장할 기회를 제공한다. 공급 과잉 혹은 상품성이 낮은 농산물을 소비자들이 저렴한 가격으로 구매할 수 있도록 소비자와 농가를 연결하는 카카오의 제가버치 서비스의 경우, 적합한 판로를 찾기 어려워 식품 폐기물로 이어지는 공급과잉 농수산물 판매 기회 확대, 나아가 수요·공급 간 불일치 최소화를 통한 가격 안정화, 생태계 환경 비용 경감 등에 기여하고 있다.

2.2 더 나은 연결의 가치: 데이터·디지털 기술을 통한 기회의 확장

플랫폼 가치 창출 두 번째 유형은 데이터·AI 등 데이터와 디지털 기술을 활용한 더 나은 연결의 가치이다. 플랫폼으로 인해 다양한 형태의 데이터 수집·축적이 가능해지고 있으며 이는 데이터에 기반한 더 나은 연결·의사결정, 맞춤형 서비스 개발 등을 가능하게 한다. 또한, 별점, 후기, 리뷰 등을 통한 정보 제공은 기존에 정보가 부족했던 영역에서 이용자-공급자 간 정보비대칭을 해소시키며 기존 공급자 중심 시장을 이용자 중심 시장으로 전환하는 데 기여하고 있다. 대표적인 사례로 가격비교 서비스 플랫폼 다나와는 쇼핑데이터를 상시 모니터링하여 최저가 상품을 알려주며, 쓰임새, 제품사양, 색상 등 다양한 상품정보, 상품에 대한 의견, 쇼핑물 후기뿐 아니라 전문가 리뷰 등을 제공함으로써 소비자들에게 다양하고 전문적인 정보, 가성비에 기반한 쇼핑경험을 제공하고 있다. 또 다른 사례로 법률플랫폼 서비스인 로톡의 경우, 변호사 상담료·수임료 등의 가격정보, 유사사건 해결 사례, 상담 사례, 실제 변호사 상담 후기 등 다양한 법률정보를 공개하고, 기존에는 사건수임 과정의 일환이었던 법률상담을 15분 전화상담, 20분 영상상담, 30분 대면상담처럼 물리적 제약을 낮추는 다양한 온오프라인 상품으로 구성하여 제공함으로써 법률소비자들의 알 권리 및 사법접근성 개선과 법률서비스 시장 확대에 기여하고 있다. 정보통신정책연구원(KISDI) 실증분석 결과에서도 변호사 탐색·상담플랫폼은 법률서비스 시장의 정보접근성을 개선하여 소비자 편익(오프라인 변호사 탐색 대비 소비자 1인당 70,414원) 및 시장확대(18.8~70.2%까지 증가 예측)에 기여하는 것으로 나타났으며 특히 시장확대 효과는 법률 서비스의 상대적 소외계층에서 더 큰 것으로 나타났다(이경선 외, 2022)[1].

2.3 더 많은 연결의 가치: 규모·범위의 경제 실현

플랫폼 가치창출 세 번째 유형은 네트워크 효과에 기반한 더 많은 연결로부터 오는 가치이다. 디지털 플랫폼은 연결이 증가할수록 이용자 효용이 증가하며 이는 수요의 확대, 규모·범위의 경제 실현, 비용효율성의 향상, 저비용·롱테일 서비스의 등장을 가능하게 한다. 네트워크 효과 창출을 위한 플랫폼 기업들의 노력은 또한 유망 창작자, 중소기업, 스타트업 등 새로운 시장참여자의 발굴, 육성 및 성장, 글로벌 진출 지원 등으로 이어지며 플랫폼 생태계 활성화에 기여한다.

이커머스 플랫폼 아마존의 경우, 네트워크 효과에 기반한 선순환 고리(더 낮은 가격(lower prices) → 더 나은 고객 경험(customer experience) → 더 많은 고객(traffic) → 더 많은 판매자(sellers) → 더 다양한 제품(selection) → 더 나은 고객 경험 (customer experience)), 규모의 경제에 기반한 선순환 고리(더 낮은 비용(lower cost structure) → 더 낮은 가격(lower prices))를 구축하였고, 이 두 선순환 고리가 이어지며 더욱 강력한 선순환(규모, 원가경쟁력) 구조를 실현하였다. 이에 따라 누구도 따라잡기 힘든 제품 다양성과 원가경쟁력으로 소비자 가치를 창출하고 있다 (DBR, 2018.11)[5]. 패션 플랫폼 무신사는 다양한 패션 브랜드의 발굴, 연결을 통한 가치창출을 위해 신진 디자이너 및 브랜드 발굴, 창업 및 성장지원, 스케일업 지원, 해외 진출 지원 등 패션 기업 생애 주기별 지원 전략을 수립, 이행하고 있는데 이러한 노력은 소비자 편익뿐 아니라 국내 패션 생태계의 다양성 제고 및 국내 브랜드의 동반성장에도 기여하고 있다.

2.4 더 나은 연결 + 더 많은 연결의 가치: 공통의 혁신 기반 제공

플랫폼 가치창출 네 번째 유형은 공통의 혁신 기반을 제공하며 창출하는 가치이다. 혁신 플랫폼 기업들은 데이터, 혁신 기술을 플랫폼에 내재화하고 다양한 주체들과의 협력 생태계를 구축함으로써 다양한 혁신 자원 및 인프라를 서비스로 제공한다. 이러한 서비스의 등장으로 혁신 역량의 내재화가 어려운 기업들도 디지털 기술에 대한 접근 및 활용이 용이해지고 있으며 시장 변화에 빠른 대응이 필요한 기업들의 탄력적이고 지속·확장가능한 혁신이 가능해지고 있다. 대표적으로 네이버는 다양한 판매자들과 소비자를 연결할 뿐 아니라 온라인 스토어 개설, 상품 등록, 판매뿐 아니라 데이터 분석 기술이 없는 판매자도 직관적으로 이용할 수 있는 무료 통계 툴과 온라인 강좌 등을 제공하는 스마트스토어, 전통시장의 온라인 판매에 필요한 전 과정을 각 영역 전문가들과 함께 지원하는 동네시장장보기, 스마트폰으로도 손쉽게 쇼핑라이브가 가능한 쇼핑라이브 등의 혁신 인프라 서비스를 통해 입점사업자들의 손쉬운 디지털 기술 활용을 지원하고 있다. 애플 앱스토어, 구글 플레이는 개발사가 앱을 개발하고 배포하는 데 필요한 도구 및 리소스뿐 아니라 글로벌 시장으로 뻗어나가는 데 필요한 번역, 결제시스템 등의 글로벌 서비스 환경, 잠재시장 분석, 사전 테스트, 글로벌 진출 교육 및 조언 등을 지원함으로써 앱 개발사들이 글로벌 시장을 무대로 진출해 빠르게 성장할 수 있는 기회를 제공한다. 아마존, 마이크로소프트, 구글 등은 네트워크 효과 창출이 가능한 클라우드를 기반으로 개발역량이 없는 기업부터 고급 개발자를 가진 기업에 이르기까지 누구나 쉽게 디지털 기술을 접목, 활용할 수 있는 다양하고 세분화된 서비스를 제공하고 있다. 혁신 플랫폼은 또한 국가 위기 상황에 공공인프라 기능을 수행하고 사회난제 해결을 위한 대규모 자원을 제공하는 등 사회적 가치 창출에도 기여하고 있다. 코로나 시기 네이버, 카카오가 제공한 다양한 정보(선별진료소 위치 및 혼잡도, 공적마스크 판매처, 잔여백신 접종처, 긴급재난지원금 및 국민지원금 사용처 등), QR체크인, 잔여백신 예약 및 백신접종 인증 등의 기능이 대표적인 사례라 하겠다.

3. 플랫폼이 직면한 사회적 도전과제와 대응현황

플랫폼의 특성에 기반한 혁신은 긍정적 가치와 더불어 기존의 경쟁 방식, 산업지형의 변화를 야기하며 사회적 도전과제를 수반하고 있다. 이를 가치창출 유형별로 정리해보면 ① 연결의 가치

vs. 규제 사각지대와 이해관계충돌, ② 더 나은 연결 vs. 데이터 위험과 디지털 격차, ③ 더 많은 연결 vs. 플랫폼 독점, ④ 더 나은+더 많은 연결 vs. 데이터 집중과 혁신경로 의존성 등이다.

3.1 새롭고 혁신적인 연결 vs. 규제사각지대와 이해관계충돌

기존에 없던 새롭고 혁신적인 방식의 연결은 이용자의 안전을 위협하는 규제 공백, 기존 사업자와의 규제 불균형(과잉/과소규제), 고용안전 사각지대, 이해관계충돌 등의 문제를 수반한다. 예를 들면 개인간 거래(C2C, Customer to Customer) 시장의 형태가 다양해지고 규모가 커지면서 개인 간 분쟁이 크게 증가하고 소비자 피해가 속출하였으나 C2C 거래는 소비자 보호법이 적용되지 않아 피해구제의 사각지대로 여겨졌다(디지털데일리, 2023.01.30.)[6]. 이에 당국은 이용자 보호 및 피해구제를 위해 정부 부처와 긴밀한 협력 하에 이슈별 자율규제 체계를 구축하고 협업을 진행하고 있다. 또한 인공지능기술을 활용하여 이용자 피해 예방을 위한 기술적 조치를 수행하여 불법행위의 선제적 차단을 위한 노력을 추진하고 있다(당근, 2022.11.15)[7]. 배달의민족 서비스를 제공하는 우아한형제들은 배달플랫폼의 성장을 뒤따르지 못하는 열악한 플랫폼 노동환경에 대한 사회적 우려에 직면해 왔으며, 이에 플랫폼 종사자 단체를 공식 노동조합으로 인정하는 단체협약을 체결하고 노사정책 협의체를 운영하는 등 플랫폼 노동환경 개선을 위한 노력을 추진하고 있다.

3.2 더 나은 연결 vs. 데이터 위험과 디지털 격차

플랫폼이 우리 사회의 정보비대칭 해소에 기여하고 있다. 하지만 플랫폼 기업들의 알고리즘, 의사결정 과정에서의 불투명성은 또 다른 형태의 정보비대칭 문제를 야기하고 있으며, 디지털 기술의 발전과 데이터의 수집·활용 증가로 데이터 위험, 허위정보·유해 콘텐츠의 쉬운 생성·유포 위험이 커지고 있다. 주요 플랫폼 기업들은 알고리즘, 의사결정 과정에 대한 사회적 문제제기에 대응하기 위해 인공지능 윤리원칙 발표, 알고리즘의 작동원리 및 주요 변수 공개, 중립적이고 독립적인 거버넌스 구축, 사회적 요구에 대응하는 지속적인 서비스 개편 등을 수행하고 있다. 허위·악성리뷰 문제 대응을 위해서는 모니터링 시스템운영, 허위정보/악성리뷰 게시자들에 대한 이용제한, 계약해지 등의 제재 조치를 수행하고 있다.

또한, 우리 사회의 많은 필수 서비스들이 플랫폼을 통해 제공되면서 프라이버시 침해나 디지털 소외에 대한 우려가 증가하고 있다. 네이버의 경우 프라이버시·개인정보 보호를 위해 외부 전문가들로 구성된 네이버 개인정보보호위원회를 출범·운영하고 개인정보보호 공식 블로그, 프라이버시 센터, 네이버 프라이버시 TV 등을 통해 프라이버시 보호 및 개인정보 관련 각종 정보 및 교육 자료를 공유하고 있으며, 개인정보보호 리포트 및 투명성 보고서 공개, 독립적 외부 감사기관을 통한 통신비밀 보호업무의 적절성 검증, 프라이버시 강화 보상제도(이용자에게 네이버 서비스에서의 개인정보 및 프라이버시 보호 관련 개선점, 취약점을 제보받아 서비스를 개선하고 제보자에게 보상하는 제도) 운영 등을 하고 있다. 디지털 격차 해소를 위한 노력으로, 카카오는 2013년 접근성팀을 구성하였으며, 2022년 디지털 접근성 책임자를 선임하고 동등한 디지털 공간을 위한 배리어 프리 이니셔티브를 진행하고 있다. 구글은 난청 및 청각장애로 불편한 사용자를 위해 스마트폰 마이크로 일상생활에서 들리는 말을 실시간 자막으로 만들어 주는 기능, 음향 증폭

기능 등을 제공하고 있으며 시각장애가 있거나 시력이 약한 사용자를 위해 음성안내 지원, 텍스트 읽어주기, 확대, 색보정, 음성입력 등의 기능, 디바이스 조작이 어려운 사용자를 위한 스위치 액세스, 보이스 액세스 등의 기능을 제공하고 있다.

3.3 더 많은 연결 vs. 플랫폼 독점

네트워크 효과는 소수 플랫폼에 이용자가 집중될 때 극대화된다는 점에서 플랫폼 독점, 시장지배력 남용으로 인한 부작용 우려로 이어진다. 독점적 시장지위를 확보한 플랫폼 기업들이 자신의 시장지위를 이용하여 자사 우대, 이용사업자에 대한 차별 및 통제, 이용자 선택권 침해 등의 폐해를 유발할 수 있기 때문이다. 이러한 사회적 우려에 대응하기 위한 한 방편으로 우아한형제들은 2021년 1월 중기부, 소상공인 연합회와 함께 상생협력을 통한 프로토콜 경제실현을 위한 업무협약, 2021년 2월 전국가맹점주협의회, 국회 을지로위원회와 상생협약을, 쿠팡의 경우 공정거래위원회, 중소기업업계 등과 상생 협약을 체결하였으며 이를 바탕으로 다양한 소상공인 지원 사업을 추진하는 중이다.

막강한 이용자 기반을 확보한 플랫폼 기업이 플랫폼의 확장성에 기반을 둔 사업모델을 통해 확장해감에 따라 플랫폼의 골목상권 침해 논란 또한 뜨겁다. 이러한 논란의 중심에 있던 카카오는 꽃배달, 간식배달, 샐러드 배달 등 일부 사업을 정리하고 5년간 3,000억원 규모의 상생기금을 조성하여 소상공인, 창작자, 모빌리티 노동자 등을 지원하겠다고 발표했다. 네이버는 중소상공인과 크리에이터의 지속가능한 성장을 지원하는 '프로젝트 꽃', 중소소상공인을 대상으로 하는 전문 비즈니스 교육 플랫폼 '네이버 비즈니스 스쿨' 등을 통해 중소기업자와의 상생을 도모하고 있다.

3.4 더 나은+더 많은 연결 vs. 데이터 집중과 혁신 경로의존성

이용자와의 접점을 확보한 소수 빅테크 기업들이 게이트키퍼로서 막대한 이용자 데이터를 수집·축적함에 따라 데이터 수집·활용에 있어 이들에 대한 의존성이 심화되고 있다. 또한, 클라우드 컴퓨팅, 초거대 인공지능 모델 등 혁신 플랫폼이 제공하는 서비스 개발에 전문학적 자금과 자원이 요구되고 기술 경쟁본격화로 기술, 데이터가 비공개로 전환됨에 따라 혁신 기술이 극소수 빅테크의 전유물이 될 것이라는 우려가 증가하고 있다. 구글, 페이스북, 애플, 마이크로소프트 등 빅테크 기업들이 2018년부터 각 서비스 간 개인 데이터를 전송할 수 있도록 하는 데이터 전송 프로젝트(DTP, Data Transfer Project)를 수행하는 중이나(박유리 외(2020)[8] 이러한 시도가 실질적으로 데이터 집중을 완화하는 효과로 나타나고 있지는 않은 실정이다. 인공지능 분야 경쟁 촉발 및 오픈소스 활성화를 위한 노력들도 진행 중이다. 예를 들어 메타는 거대 컴퓨팅 자원을 갖출 수 없는 신생기업이나 개발자도 활용할 수 있도록 경량화된 거대언어모델 라마2를 상업용으로 사용할 수 있도록 무료 오픈소스로 공개했으며(AI타임즈, 2023.7.19.)[9], 비영리 단체인 대규모 인공지능 오픈 네트워크(LAION, Large-scale Artificial Intelligence Open Network)와 다수의 개발자들은 개방하지 않는 OpenAI에 대항하기 위해 ChatGPT의 대안으로 오픈 어시스턴트(Open Assistant) 프로젝트를 공개했다(kakaoenterprise, 2023.4.21.)[10].

4. 맺음말

새롭고 혁신적인 연결, 네트워크 효과, 데이터·디지털 기술의 활용은 디지털 플랫폼의 차별적 가치창출을 가능하게 하는 한편 규제 공백, 데이터 위험, 독점, 혁신경로 의존성 등과 같은 역기능을 수반한다. 이에 대응하기 위한 주요 쟁점 및 정책적 시사점을 도출해 보면 다음과 같다.

첫째, 혁신적 플랫폼 서비스에 대한 사회후생적·비교법적 접근과 새로운 규제 설정이 필요하다. 혁신적 플랫폼 서비스의 등장은 새로운 방식의 소통, 교류, 경험, 경제활동 등을 가능하게 하나 기존의 가치창출 방식, 경쟁 방식을 변화시킨다는 점에서 기존 사업자와의 이해관계 충돌, 규제 공백 혹은 불균형을 발생 시킬 수 있다. 해외의 경우, 기존 산업과 갈등을 빚고 있는 공유경제, 전문직 영역에서 혁신적 플랫폼 신산업이 가능하도록 입법을 개선하고 있으나, 우리나라는 신산업과 전통 산업의 논의가 입법적으로 해결된 부분이 거의 없다(이경선 외, 2022)[1]. 일부 플랫폼에 대한 우려를 일반화하여 플랫폼 기반 혁신 서비스의 출현 자체를 어렵게 한다면 사회 전체의 후생과 우리 기업들의 경쟁력이 감소할 수 있어 경계할 필요가 있다. 혁신적 신생 플랫폼 서비스가 가져올 기술적, 법적 맥락을 파악하고 다른 국가들의 입법사례들을 고려하여 이용자 보호와 신생 플랫폼의 등장·성장이 가능하도록 최소한의 규제 설계가 필요하다. 더불어 플랫폼화가 수반하는 구조 변화에 기존 사업자들이 적응해나갈 수 있도록 정책적 지원도 필요하다.

둘째, 플랫폼 기업들의 사회적 책임 이행을 위한 거버넌스 강화와 더불어, 함께 문제 대응을 고민할 수 있는 공론의 장 마련과 모범사례 축적이 필요하다. 의사결정·알고리즘의 불투명성, 플랫폼을 중심으로 한 힘의 재배치로 사회적 우려가 확산되고 있다. 플랫폼 사업자들이 사회적 신뢰 확보를 위해 다양한 노력을 기울이고 있지만, 아직 생태계 참여자들이 납득할 수준의 투명성 확보는 부족한 상황이다. 이에 플랫폼 기업들은 좀 더 적극적인 사회적 책임 이행 노력을 수행하고 이에 대한 소통 노력을 강화할 필요가 있다. 또한, 플랫폼 기업들의 사회문제 대응의 시행착오를 줄여가기 위한 공동의 노력도 중요하다. 때로, 이용자의 안전을 확보하기 위한 플랫폼 기업의 노력은 이용자의 권리를 보호하는 노력과 상충되기도 하며, 알고리즘의 투명성을 높이기 위한 노력은 추천순위 조작에 악용되는 결과로 이어지기도 한다. 허위 정보, 불법 콘텐츠의 생성·유통, 사기 거래 등의 문제는 플랫폼 기업 혼자 노력만으로 문제해결이 어렵고, 사건, 사고 발생 시 플랫폼 기업의 책임 범위도 불명확하다. 따라서 플랫폼 기업들의 애로사항, 경험 등을 공유할 수 있는 논의의 장을 활성화하여 플랫폼 기업들이 직면한 사회적 도전과제 대응을 위한 공동의 노력을 촉진하고 플랫폼 기업뿐 아니라 생태계 참여자들의 법적 지위에 맞는 적절한 책임 부여에 대한 논의도 구체화될 필요가 있다. 그리고 정부는 플랫폼 기업들도 처음 경험하는 문제에 대해 해결을 위한 다양한 실험적 시도들이 있을 수 있음을 이해하고 문제 발생 시 플랫폼 기업의 노력에 비례하여 책임을 감면해 주는 등 플랫폼 기업들의 자율적 노력을 유도하기 위한 인센티브 설계 및 제공이 필요하다.

셋째, 플랫폼의 사회적 영향에 대한 지속적 연구지원과 객관적 증거에 기반한 정책 수립이 필요하다. 플랫폼화는 이전에 가보지 않은 길이라는 점에서 종종 플랫폼 기업들도 사전에 예측하기 어려운 문제에 봉착할 수 있다. 따라서 정부는 플랫폼화가 가져올 문제 예측 및 대응을 위해 중립적인 시각을 가진 연구자, 데이터·기술력을 가진 산업계의 공동연구·협업을 지원하고 이러한 연구 결과를 바탕으로 플랫폼화가 가져올 사회경제적 영향, 플랫폼 기업들의 책임이행 노력을

지속적으로 모니터링하며 플랫폼에 대한 규율 방향을 고도화해 나갈 필요가 있다.

※ 본 보고서는 이경선 외(2022)의 “디지털 플랫폼을 통한 혁신선도 및 사회 가치 창출 방안 연구” 보고서, 연구과정 중에 수행한 기업사례 조사, 이경선(2023)의 “플랫폼의 가치와 사회적 도전 과제” 내용을 바탕으로 함

[참고문헌]

- [1] 이경선, 박유리, 최계영, 이경남, 이은민, 이경은, 손가녕, 이병준, 박민수, 이대호, 김장현 (2022), '디지털 플랫폼을 통한 혁신선도 및 사회 가치 창출 방안 연구', KISDI 보고서.
- [2] 이경선, '플랫폼의 가치와 사회적 도전과제', KISDI Premium Report. publication of the European Parliament's Scientific Foresight Unit.
- [3] OECD(2019), An Introduction to Online Platforms and their Role in the Digital Transformation.
- [4] Gawer & Srnicek(2021), Online Platforms: Economic and societal effects,
- [5] DBR(2018.11), '아마존 플라이휠의 위력'.
- [6] 디지털데일리(2023.01.30.), 'C2C 거래 주목한 공정위, 리셀 플랫폼도 규율체계 마련'.
- [7] 당근마켓(2022.11.15), 당근마켓 플랫폼 자율규제 소개, 발표자료.
- [8] 박유리, 이은민, 구윤모(2020), '디지털 플랫폼의 전환비용과 데이터 이동성에 관한 연구', KISDI 보고서.
- [9] AI타임즈(2023.07.19), '메타, 상업용 오픈소스 LLM '라마2' 공개'.
- [10] kakaoenterprise(2023.4.21), '[IT TREND] ChatGPT에 도전하는 오픈소스 AI'.

※ 출처: TTA 저널 제211호