

요약

디지털 생태계에서는 디지털 혁신과 데이터 등을 기반으로 규모의 경제, 범위의 경제, 네트워크 효과, 네트워크의 피드백 효과 등이 상호작용을 일으켜 승자 독식의 독점적 시장구조가 형성되면서도 사회후생이 증가함. 금융 부분의 경우 아직까지 승자 독식의 시장구조는 나타나지 않았으나 디지털 혁신으로 금융 포용성이 증가하고 사회후생도 늘어나고 있다고 평가됨. 그런데 비금융 부문과는 달리 금융 부문에서는 소비자 위험(신용위험, 보험위험 등) 수준에 따른 가격차별이 가능하기 때문에 승자 독식의 시장구조하에서 사회후생이 확대되더라도 소비자잉여가 생산자잉여로 이전될 가능성을 배제할 수 없음. 디지털 생태계에 부합한 반독점 규제 체계 개편 필요성이 대두되고 있는데, 소비자잉여와 생산자잉여 간의 이전 문제도 검토에 포함되어야 할 것임

- Google, Facebook 등 빅테크(플랫폼) 기업을 중심으로 디지털 혁신이 특히 비금융 부문에서 빠르게 진행되어 왔으며 승자 독식(Winner-Takes-All)이라는 디지털 생태계 특성이 발현되고 있음
 - 디지털 생태계에서는 디지털 혁신과 데이터 등을 기반으로 규모의 경제, 범위의 경제, 네트워크 효과, 데이터의 피드백 효과 등이 상호작용을 일으켜 승자 독식의 독점적 시장구조가 형성됨(Croxson et al. 2022)¹⁾
 - 이는 공급 측면에서 규모의 경제가 나타날 뿐만 아니라 수요 측면에서도 규모의 경제가 나타나기 때문임
 - 이처럼 시장 점유율이 높아지면 네트워크 효과 등으로 평균비용이 낮아지고 평균수익이 높아지는 구조이기 때문에 디지털 생태계에서 기업은 이익 극대화 보다는 시장 점유율 극대화 전략을 추구하게 됨
 - 정선영(2022)²⁾에 따르면 2021년 Google의 글로벌 검색엔진 시장 점유율은 92%, Facebook의 글로벌 SNS 시장 점유율은 72%에 달함
- 빅테크 기업의 독점적 시장 지배력의 경우 반경쟁적 행태의 결과가 아니라 디지털 혁신과 네트워크(시장 점유율) 효과 등이 상호작용한 결과이며, 오히려 사회후생을 확대시킨다는 측면에서 선(善)한 독점의 개념을 등장시킴(정선영 2022)
 - 기존의 전통 생태계(그림 1))를 보면, 다수의 기업이 경쟁을 통해 공급과 수요가 만나는 가격 B에서 시장균형이 이루어지는 경우(완전경쟁) 사회후생이 가장 크며, 만일 시장이 독점적이어서 완전경쟁보다 높은 가격 E가 부과되면

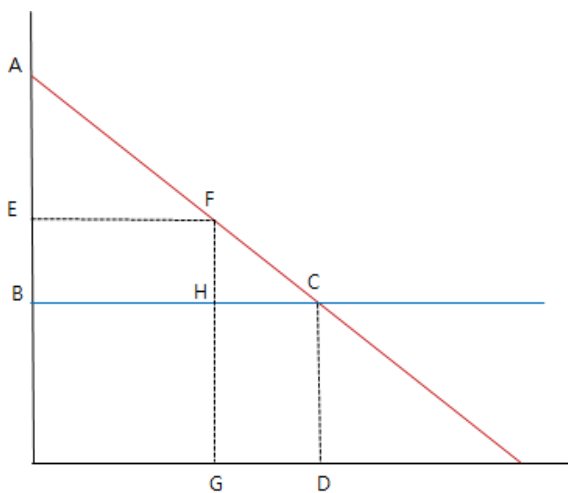
1) Croxson, K., Frost, J., Gambacorta, L., and Valletti, T.(2022), "Platform-based business models and financial inclusion", BIS WP, No. 986

2) 정선영(2022), 「디지털 경제와 시장 독과점 간 관계」, 『BOK 이슈노트』, 한국은행

사회후생은 감소함

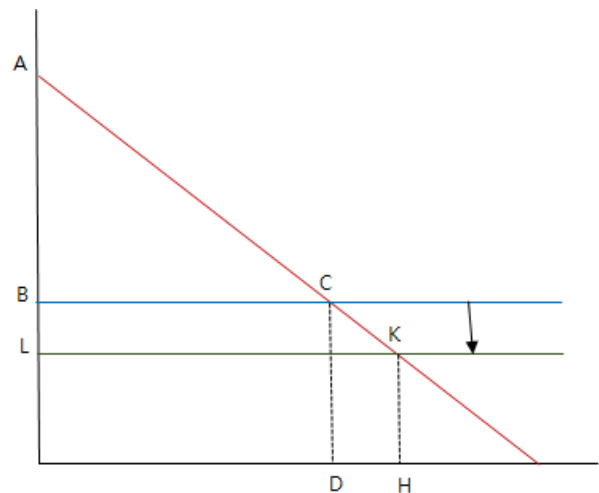
- 붉은색 직선은 수요곡선, 파란색 직선은 공급곡선(한계비용)³⁾이며, 사회후생은 소비자잉여와 생산자잉여(이윤)의 합인데, 가격이 B일 경우 소비자잉여는 삼각형 ABC, 생산자잉여는 없기 때문에 사회후생은 소비자잉여와 같음
- 시장 지배력을 바탕으로 기업이 가격을 B보다 높게 E로 설정하면 소비자잉여는 삼각형 AEF, 생산자잉여는 사각형 EFHB⁴⁾이기 때문에 사회후생은 사다리꼴 ABHF인데, 이는 삼각형 ABC보다 작으며 자중손실(Deadweight Loss)이 삼각형 FHC 만큼 발생함
- 따라서 완전경쟁 시 사회후생이 가장 크며, 시장 지배력에 의한 가격 부과는 사회후생(소비자잉여)을 감소시키기 때문에 반독점 규제 당국의 모니터링 대상임

〈그림 1〉 전통 생태계



주: Croxson et al.(2022)를 이용하여 저자 수정

〈그림 2〉 디지털 생태계



주: Croxson et al.(2022)를 이용하여 저자 수정

- 디지털 생태계(〈그림 2〉)에서는 디지털 혁신과 시장 점유율 상승이 한계비용을 낮추기 때문에 기업의 수가 감소할수록 한계비용이 낮아져 수요와 공급곡선이 만나는 가격 L에서 자연독점이 형성되며, 사회후생은 이전(완전경쟁 균형 가격 B)보다 커짐
 - 디지털 생태계의 특성 발현으로 한계비용(공급곡선)은 파란색 직선에서 초록색 직선으로 이동하고, 사회후생은 이전 삼각형 ABC에서 삼각형 ALK로 증가함
 - Croxson et al.(2022)은 늘어난 사회후생인 사다리꼴 BCKL을 가치창출혁신(Value Creating Innovation)이라고 언급함
 - 따라서 디지털 생태계의 자연독점은 소비자에게 피해가 없고 사회후생과 소비자잉여를 늘리는 선(善)한 독점으로 이해됨
 - 디지털 생태계에서 기업이 승자 독식으로 장기간 생존하기 위해서는 디지털 혁신이 지속적으로 이루어져 함

3) 분석의 편의상 한계비용 곡선을 수평선으로 가정함

4) 완전경쟁 시보다 가격을 인상하면 생산자잉여가 늘어나기 때문에 기업은 시장 지배력이 확보되면 가격을 인상하려는 유인이 생김

○ 최근 들어 빅테크 기업이 디지털 혁신보다는 시장경쟁을 훼손하는 행태를 통해 시장 지배력을 유지하려는 모습을 보임에 따라 이들에 대한 반독점 규제 필요성이 제기되고 있는데, 소비자잉여 또는 사회후생이 기준인 기존의 반독점 규제 체계로는 한계가 있어 반독점 규제 체계의 개편 필요성이 대두되고 있음(이순호 2021)⁵⁾

- 예를 들면(정선영 2022) 제3자의 데이터 접근 제한, 특허권 강화를 통한 기술 확산 제한, 잠재적 경쟁기업에 대한 공격적 M&A, 시장 참여자의 활동을 특정 플랫폼으로 한정 등이 빅테크 기업의 반경쟁적 행태로 거론됨
- 그런데 기존의 반독점 규제 체계로는 이들을 규제하는 데 한계가 있음
 - 기존의 반독점 규제 체계는 일반적으로 기업의 행태(약탈적 가격, 담합, 합병 등)가 궁극적으로 소비자 가격을 높여(공급 축소 등) 사회후생 또는 소비자잉여를 축소시키는지 여부를 기준으로 시장 지배력 남용 여부를 판단함
 - 빅테크 기업의 반독점 행태는 가격을 통제·조절하기 보다는 주로 잠재적 경쟁자를 제거하거나 소비자의 선택권을 제약하는 모습으로 나타나기 때문에 기존의 가격을 중심으로 한 사회후생 또는 소비자잉여 기준으로 빅테크 기업의 행태가 반경쟁적인지 판단하기 어려움
- 이에 따라 디지털 생태계에서 반독점 규제 체계 개편 논의는 사회후생이나 소비자잉여보다는 공정한 경쟁(Level Playing Field)이나 디지털 생태계의 건전성을 높이는 데 초점을 맞추고 진행되고 있음

○ 금융 부분의 경우 아직까지 빅테크 기업이 등장하지 않았으나 디지털 혁신이 금융 포용성을 높이는 등 사회후생을 확대시키고 있으며, 금융기관도 경쟁에서 뒤처지지 않기 위해 디지털 혁신 노력을 배가하고 있음

- <그림 2>에서 디지털 혁신과 네트워크 효과 등을 통해 탐색비용이 줄어들고 소비자와의 정보 비대칭성이 축소됨에 따라 한계비용이 낮아져 사다리꼴 BCLK 만큼의 사회후생이 늘어나는데, 금융 부분의 경우 이를 금융 포용성(Financial Inclusion)이라고 함(Crosxson et al. 2022)
 - 소비자에 대한 정보(예를 들면 신용위험, 소비행태, 운전행태, 건강상태 등) 불확실성이 줄어들면, 대출계약 시 담보나 거래이력 등이 불필요해질 수 있고, 보험계약 시 심사(Underwriting) 비용이 축소될 수 있음
 - 또한 판관비 및 사업비가 대폭 줄어들 수 있으며 소비자의 니즈에 부합된 맞춤형 금융 서비스 제공이 가능해짐
 - 디지털 혁신으로 한계비용이 낮아짐에 따라 이전까지 금융 서비스를 받지 못하던 그룹도 혜택을 누리게 됨(금융 포용성)⁶⁾
- 금융기관이 디지털 혁신을 통해 한계비용을 낮추고 빅데이터 등의 활용을 통해 정보의 비대칭성을 완화하지 못할 경우 그렇지 않은 금융기관에 비해 높은 위험(신용위험이나 보험위험)의 소비자 그룹을 대상으로 영업을 할 수밖에 없으며 가격 및 품질 경쟁력도 하락함

○ 그런데 빅테크 기업이라도 반독점 규제에 의해 가격차별이 쉽지 않은 비금융 부문과는 달리 금융 부문의 경우 신용도나 보험위험도 등 소비자의 특성에 따라 가격차별이 가능하다는 점에서 디지털 혁신과 이에 따른 빅테크 기업 출현은 사회후생을 확대시키더라도 소비자잉여를 축소시킬 가능성을 배제할 수 없음

- 경제학에서 가격차별은 1차 가격차별, 2차 가격차별, 3차 가격차별 등으로 구분되는데, 2차 가격차별은 소비자 그

5) 이순호(2021), 「온라인 플랫폼 및 빅테크에 대한 반독점 강화정책의 해외 동향 및 국내 규제감독에 대한 시사점」, 『금융브리프』, 제30권 20호

6) 현재 금융당국이 디지털 혁신을 지원하는 가장 큰 이유는 바로 금융 포용성 때문임

를(예를 들면, 학생 vs. 일반)별로 가격을 차별하는 것이고, 3차 가격차별은 독점가격을 모든 소비자에게 동일하게 부과하는 것임

- 1차 가격차별은 독점기업이 소비자별로 각각 개별 유보가격(Reservation Price)⁷⁾을 부과하는 경우를 의미하는데, 이 때 소비자잉여는 전부 생산자잉여로 이전됨
 - 비금융 부분의 경우 기본적으로 디지털 혁신 시 <그림 2>에서 빅테크 기업이 소비자의 유보가격을 알더라도 수요와 공급이 만나는 가격 L이 모든 소비자에게 동일하게 부과됨⁸⁾
 - 금융 부분의 경우 정보의 비대칭성이 사라져 독점기업이 소비자의 신용위험이나 보험위험, 그리고 유보가격을 파악하게 되면 소비자별로 위험 수준에 따라 각기 다른 유보가격⁹⁾이나 이에 근사한 가격을 부과할 수도 있는데¹⁰⁾, 이 때 사회후생은 변화가 없으나 소비자잉여 삼각형 ALK가 전부 생산자잉여로 이전(Croxson et al. 2022)¹¹⁾되는 딜레마적 현상이 나타날 수 있음
 - 이것은 극단적인 경우¹²⁾이나 금융 부분의 경우 디지털 혁신으로 소비자에 대한 위험 세분화가 심화될 경우¹³⁾ 소비자잉여와 생산자잉여 간의 이전 문제가 등장할 수 있음을 시사함

○ 금융 부분의 경우 디지털 혁신으로 금융 포용성이 증가하고 사회후생이 늘어나는 등 이에 대한 혜택이 확대되고 있으나 비금융 부문과는 달리 가격차별이 가능해 소비자잉여와 생산자잉여 간의 이전 문제도 등장할 수 있기 때문에 반독점 규제 체계 개편 논의 시 이에 대한 검토도 필요해 보임

- 반독점 규제의 경우 기준이 사회후생이어야 하는지 소비자잉여이어야 하는지에 대한 논란은 1960년대 이후부터 간헐적으로 이어져 왔는데(Pittman 2007)¹⁴⁾¹⁵⁾, 금융 부분의 디지털 혁신이 소비자에 대한 정보 비대칭성을 축소시키고 승자 독식 구조를 형성시키면 이에 대한 논란이 재점화될 것으로 보임
- 소비자에 대한 위험 세분화도 소비자잉여 차원에서 적정 수준이 검토될 필요가 있어 보임

7) 개별 소비자가 재화나 서비스 구매 시 최대로 지급할 수 있는 가격을 의미함

8) 동일한 서비스에 대해 소비자별로 동일한 가격이 부과되지 않을 경우 이는 반독점 규제 대상임

9) 자신의 보험위험을 정확히 알고 있더라도 위험회피적인 성향의 소비자는 자신의 위험보다 유보가격이 더 높을 것임

10) 현재에도 대출의 경우 신용등급에 따라 금리를 달리 부과하고 있고, 종신 또는 사망보험의 경우 건강 상태에 따라 보험료를 달리 책정하는 등 소비자를 위험도에 따라 구분하여 가격을 차별화하고 있음

11) 이러한 이전을 가치갈취혁신(Value Extracting Innovation)이라고 지칭함. 한편 독점적 빅테크 기업은 빅데이터 등을 이용하여 소비자에게 제공되는 서비스 가치를 유보가격 이상으로 평가하도록 만들고 가격을 지불하도록 유도할 수 있는데, 이 경우를 가치파괴혁신(Value Destroying Innovation)이라고 함

12) 이것이 가능하기 위해서는 개인의 민감정보를 포함하여 대부분의 식별정보까지 정보 활용에 이용되어야 하는데, 현재로는 법상 금지되어 있음. 그러나 알고리즘 발전과 빅데이터 활용 등을 통해 민감정보 예측 능력이 강화되면 현실화될 수도 있을 것임

13) 2차 가격차별의 경우 소비자 구분이 극단적으로 세분화될 경우 1차 가격차별과 같은 결과가 나타남

14) Pittman, R.(2007), "Consumer surplus as the appropriate standard for antitrust enforcement", Economic Analysis Group Discussion Paper

15) 신고전주의(Neoclassical Economics) 경제학에서는 반독점 규제의 기준을 사회후생으로 삼고 소비자잉여와 생산자잉여 간의 이전 문제에 대해서는 사회후생에 영향이 없는 한 후생 중립적이라고 판단하고 있는 반면, 이에 반대하는 경제학에서는 사회후생보다는 소비자잉여가 반독점 규제의 기준이 되어야 한다고 주장함(같은 금액일 경우 생산자잉여보다 소비자잉여의 가치가 더 크다는 입장임). 미국의 반독점 규제법을 보면 기업의 행태가 궁극적으로 가격 상승을 통해 소비자에게 피해를 입는지를 따져 반시장적 여부를 판단하고 있기 때문에 사회후생보다는 소비자잉여를 중시하는 것으로 보임