이슈페이퍼

2024- 02호

STARTUP ALLIANCE

국내 온라인 플랫폼 규제 도입에 대한 검토

국내 온라인 플랫폼 규제 도입에 대한 검토[1]

1 본 리포트는 2024년 1월 31일 개최된 '플랫폼 규제 법안과 디지털 경제의 미래' 토론회의 내용을 기반으로 작성했습니다.

[플랫폼 규제 법안과 디지털 경제의 미래]
- 일시: 2024년 1월 31일 오전 10시
- 장소: 스타트업얼라이언스 &Space
- 주최: 스타트업얼라이언스, 사단법인 디지털경제포럼
- 좌장: 이상우 연세대 정보대학원 교수
- 발표: 김현경 서울과학기술대 IT정책전문대학원 교수, 전성민 가천대 경영학과 교수
- 토론: 김민호 성균관대 법학전문대학원 교수, 김원식 홍익대 경제학과 교수, 곽규태 순천향대 글로벌문화산업학과 교수, 김정환 부경대 휴먼ICT융합전공 교수, 최성진 코리아스타트업포럼 대표

2023년 12월 공정거래위원회는 「플랫폼 경쟁촉진법(가칭)」 추진계획을 발표했다. 공정위는 일정 규모 이상의 플랫폼 기업을 사전에 지정하고 경쟁제한행위 등을 규제하여 플랫폼 기업의 독과점 남용을 방지할 수 있다고 주장했다. 그러나 이러한 규제가 투자·신산업 위축, 일자리 감소 및 사업 철수, 국내 기업의 글로벌 경쟁력 저하 등을 야기해 플랫폼 산업은 물론, 디지털 생태계 혁신 전반에 심각한 부정적 영향이 확산될 수 있다는 우려도 제기되었다. 이에 스타트업얼라이언스는 사단법인 디지털경제포럼과 함께 '플랫폼 규제 법안과 디지털 경제의 미래' 토론회를 개최하고, 플랫폼 경쟁촉진법 등 플랫폼 규제가 디지털 경제 및 스타트업 생태계에 미칠 파급 효과에 대해 논의하는 장을 마련하였다. 본 리포트는 토론회 내용을 기반으로 지난 10년 간의 국내 온라인 플랫폼 규제 도입 경과와 다학제적 관점에서 플랫폼 경쟁촉진법을 분석 및 논의한 내용을 정리하였다.

목차 Table of Contents

1 들어가며 04

2 국내 온라인 플랫폼 규제 도입의 시도들 08

2-1 2017년 뉴노멀법

2-2 2020~21년 온라인 플랫폼 공정화법

2-3 2022~23년 자율규제

2-4 2023~24년 플랫폼 경쟁촉진법(가칭): EU DMA 벤치마킹

3 EU DMA식 규제를 둘러싼 쟁점 13

3-1 플랫폼 시장 현황 분석의 충분성

3-2 게이트키퍼 지정 문제

3-3 사전규제 도입의 적절성

3-4 스타트업 생태계에 미치는 영향

4 나가며 20

참고문헌 23

1

연구 배경

1 연구배경

2023년 12월 19일 공정거래위원회(이하 '공정위')는 대형 온라인 플랫폼의 독과점 및 그로 인한 불공정거래 행위가 시장의 혁신을 저해한다고 주장하며 개선책의 일환으로 「플랫폼 경쟁촉진법(가칭)」 추진계획을 발표함

○ 법안에는 플랫폼 시장을 좌우할만큼 영향력있는 소수의 핵심 플랫폼을 '지배적 플랫폼 사업자'로 지정하고, 플랫폼 시장에서 빈번하게 나타나는 경쟁제한행위(자사우대, 멀티호밍 제한 등)를 금지하는 내용이 포함될 예정임

○ 공정위는 시장지배력을 지닌 온라인 플랫폼들의 경쟁제한행위를 차단하는 것이 스타트업 등 플랫폼 사업자들의 시장 진입과 활동을 활성화시켜 국내 플랫폼 산업의 혁신과 경쟁력이 강화될 것이라고 주장

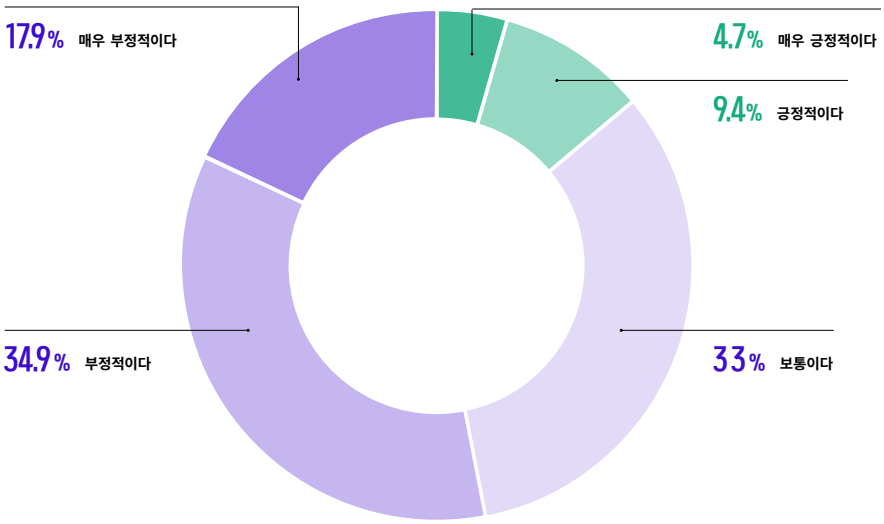
스타트업얼라이언스가 2024년 1월 29일 발표한 '플랫폼 경쟁촉진법이 스타트업 생태계에 미치는 영향에 대한 인식조사[2]'에 따르면, 공정위의 주장과 실제 업계의 인식은 크게 다른 것으로 나타남

○ 응답자의 52.8%가 플랫폼 경쟁촉진법이 스타트업 생태계에 부정적인 영향을 미칠 것이라고 답했으며, 플랫폼 스타트업의 경우에도 54.4%가 플랫폼 경쟁촉진법에 대한 부정적인 인식을 드러냄

2 [플랫폼 경쟁촉진법이 스타트업 생태계에 미치는 영향에 대한 인식조사]
- 조사대상: 국내 스타트업 대표·창업자·공동창업자 106명
- 조사기간: 2024년 1월 22일~26일(5일간)
- 조사방식: 온라인 설문조사

그림 1. 플랫폼 경쟁촉진법이 스타트업 생태계에 미치는 영향에 대한 인식조사 결과

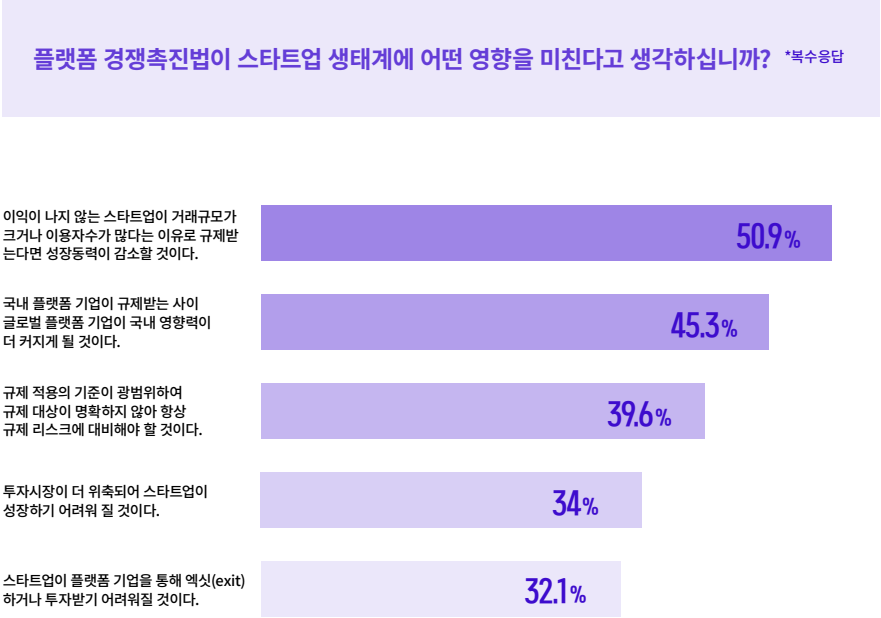
플랫폼 경쟁촉진법이 스타트업 생태계에 미치는 영향에 대해 어떻게 생각하십니까?



○ 플랫폼 경쟁촉진법이 스타트업 생태계에 구체적으로 어떤 영향을 미칠지를 묻는 문항에서는 '이익이 나지 않는 스타트업이 거래 규모가 크거나 이용자 수가 많다는 이유로 규제받게 된다면 J커브를 그리던 성장동력이 감소할 것이다'라는 응답이 50.9%로 가장 많았음

○ 다음으로 '국내 플랫폼 기업이 규제받는 사이 구글, 넷플릭스 등 글로벌 플랫폼 기업의 국내 영향력이 더 커지게 될 것이다'(45.3%), '규제가 적용될 대상의 기준이 광범위하여 어떤 스타트업이 규제 대상이 될지 명확하지 않아 항상 규제 리스크에 대비해야 할 것이다'(39.6%), '스타트업이 플랫폼 기업을 통해 엑싯(exit)하거나 투자받기 어려워질 것이다'(32.1%) 순으로 나타남

그림 2. 플랫폼 경쟁촉진법이 스타트업 생태계에 미치는 영향에 대한 인식조사 결과(상세)



2024년 1월 31일 스타트업얼라이언스는 사단법인 디지털경제포럼과 함께 '플랫폼 규제 법안과 디지털 경제의 미래[3]' 토론회를 개최하고, 온라인 플랫폼 규제가 디지털 경제 및 스타트업 생태계에 미칠 파급 효과에 대해 논의하는 장을 마련함

○ 토론회에서는 지난 10년 간의 국내 온라인 플랫폼 규제 도입 경과를 정리하고, 공정위에서 입법 추진 중인 플랫폼 경쟁촉진법과 관련한 쟁점을 학계·산업계 전문가들이 다학제적 관점에서 분석 및 논의하였음

3 토론회명: 플랫폼 규제법안과 디지털 경제의 미래
일시: 2024년 1월 31일 오전 10시 30분
장소: 스타트업얼라이언스 &Space
발표: 김현경 서울과기대 IT정책전문대학원 교수, 전성민 가천대 경영학과 교수
토론: 이상우 연세대 정보대학원 교수(좌장), 김민호 성균관대 법학전문대학원 교수, 김원식 홍익대 경제학과 교수, 곽규태 순천향대 글로벌문화산업학과 교수, 김정환 부경대 휴먼ICT융합전공 교수, 최성진 코리아스타트업포럼 대표

2

국내 플랫폼 규제 도입의 시도들

2-1 2017년 뉴노멀법

2-2 2020~21년 온라인 플랫폼 공정화법

2-3 2022~23년 자율규제

2-4 2023~24년 플랫폼 경쟁촉진법(가칭): EU DMA 벤치마킹

2 국내 플랫폼 규제 도입의 시도들

그림 3. 국내 플랫폼 규제 도입 경과

2-1 2017년 뉴노멀법

2017년 국회는 「전기통신사업법 일부개정법률안」, 「방송통신발전 기본법 개정안」, 「정보통신망법 일부개정법률안」등을 추진했으며, 인터넷 시대의 새로운 규범을 창설한다는 의미에서 '뉴노멀법'이라 칭함

뉴노멀법은 온라인 플랫폼 사업자에 대하여 사회적 책임을 강화해야한다는 전제 하에 '기간통신사업자'와 같은 사회적·경제적 의무를 부과하는 특징을 보임

○ 온라인 플랫폼 사업자에게 기간통신사업자와 같은 의무를 부과: 분담금 (방송통신발전기금) 징수, 경쟁상황평가, 회계정리의무 등

○ 온라인 플랫폼에 대한 행위규제를 강화: 상시 모니터링 의무, 공익광고 의무 등

2-2 2020~21년 온라인 플랫폼 공정화법

2020년부터 2021년까지 국회는 온라인 플랫폼 서비스를 강력하게 규제하는 「온라인 플랫폼 통신판매중개거래의 공정화에 관한 법률안」, 「온라인 플랫폼 중개거래의 공정화에 관한 법률안」, 「온라인 플랫폼 이용자 보호에 관한 법률안」등을 추진함

온라인 플랫폼 공정화법은 온라인 플랫폼 사업자를 '갑'으로 전제하고 이들에게 '대규모유통사업자'에 준하는 의무를 부과함으로써, 계약 표준화, 거래기준 준수 등 정부의 적극적 개입을 주장

○ **광범위한 적용대상**: 온라인 플랫폼을 통해 이루어지는 모든 거래와 관련된 직간접 행위를 수범대상으로 함

○ **사전규제**: 일정 규모 이상의 사업자를 지정해, 서면계약서 제공의무, 계약 내용 법정화, 계약 변경 사전통지의무, 중개서비스 제한 또는 중지에 대한 내용 및 이유의 사전통지의무 등을 부과

○ **위반행위 시 사건처리에 대한 특칙**: 손해배상책임과 관련해 온라인 플랫폼 중개서비스업자가 고의·과실이 없음을 입증한 경우에 배상책임이 면책됨

2-3 2022~23년 자율규제

출범부터 자율규제 기조를 채택했던 정부는 2022년 8월 '플랫폼 민간 자율기구'를 출범하고, 그 아래 4개 분과(갑을, 소비자·이용자, 데이터·인공지능(AI), 혁신공유·민관협력(거버넌스)) 운영

자율기구 분과별로 실제 이해관계자들이 현안에 대해 논의하고 합의를 도출한 결과, 다음과 같은 방안을 마련함

○ **갑을**: 오픈마켓 입점계약 관행 및 분쟁처리 절차 개선, 상생 및 입점업체 부담 완화 방안 등

○ **소비자·이용자**: 사기쇼핑몰 등으로 인한 소비자 피해 확산 방지를 위한 선제적 대응 방안

○ **데이터·인공지능(AI)**: 플랫폼 검색·추천 서비스 투명성 제고를 위한 원칙 및 실효성 확보 방안

○ 혁신공유·민관협력(거버넌스): 플랫폼의 사회적 가치 제고를 위한 8대 원칙 및 주요 사례

2-4 2023~24년 플랫폼 경쟁촉진법(가칭): EU DMA 벤치마킹

자율규제 기조를 채택한지 2년이 되지 않은 2023년 말, 정부는 플랫폼에 대한 강력한 규제를 지지하는 방향으로 입장을 선회

○ 2023년 12월 19일 국무회의에서 공정위는 「플랫폼 경쟁촉진법(가칭)」 제정 추진계획을 보고함

법안의 내용이 공개되지 않았으나('23년 1월 31일 기준), 공정위가 발표한 내용으로는 시장지배적 온라인 플랫폼 사업자를 사전 지정하여 특정 경쟁제한행위를 금지하는 것을 주요 골자로 함

○ **시장지배적 온라인 플랫폼 사업자 사전 지정**: 연매출액, 시장 점유율, 이용자 규모 등 기준

○ **경쟁제한행위 금지**: 공정위가 예시한 경쟁제한행위 유형은 자사우대·끼워팔기·멀티호밍 제한·최혜대우 요구 등이며, 시장지배적 온라인 플랫폼 사업자로 선정된 기업에게는 이러한 행위를 금지

- **끼워팔기** 플랫폼 서비스와 다른 상품 또는 서비스를 함께 거래하도록 강제
- **자사우대** 자사 플랫폼에서 자사 상품 또는 서비스를 경쟁사업자 대비 직간접적으로 우대
- **최혜대우 요구** 자사 플랫폼 상의 거래조건을 타 유통경로 대비 동등하거나 더 유리하게 적용할 것을 요구
- **멀티호밍 제한** 자사 플랫폼 이용자에게 경쟁 플랫폼 이용을 제한하는 행위

공정위는 이러한 규제모델의 근거로 EU의 DMA(디지털시장법)를 제시하고 있음

○ DMA는 '게이트키퍼(Gatekeeper)'와 유사한 특정 규모 이상의 사업자를 사전 지정해 사전 규제하는 것이 핵심인만큼 플랫폼 경쟁촉진법(가칭)도 DMA의 상당 부분을 수용하는 것으로 보임

3

EU DMA식 규제를 둘러싼 쟁점

3-1 플랫폼 시장 현황 분석의 충분성

3-2 게이트키퍼 지정 문제

3-3 사전규제 도입의 적절성

3-4 스타트업 생태계에 미치는 영향

3 EU DMA식 규제를 둘러싼 쟁점

3-1 온라인 플랫폼 시장 현황 분석의 충분성

DMA는 시장지배적 온라인 플랫폼 사업자의 강력한 네트워크 효과*를 바탕으로 비즈니스 사용자와 최종 사용자에 대한 락인 효과(Lock-in effect)가 일어나, 결과적으로 온라인 플랫폼 시장에서 승자독식이 발생한다고 전제함**

*네트워크 효과: 플랫폼에 참여하는 이용자가 많을수록 플랫폼의 사용가치가 높아져 더 많은 이용자가 유입되고, 이것이 다시 플랫폼의 사용가치를 더 증가시키는 과정이 반복되는 효과

**락인 효과: 특정 상품이나 서비스에 이용자를 묶어두는 효과로, 이용자는 유사한 다른 상품이나 서비스로 옮겨가기 어려워 기존의 상품 또는 서비스를 계속 이용하게 됨

그러나 온라인 플랫폼 시장에서 최종 사용자가 멀티호밍하지 않아 플랫폼 간 전환이 이뤄지지 않고 승자독식 현상이 일어난다는 실증적인 근거가 부족함

○ 10개국 11,000명 이상의 온라인 플랫폼 사용자를 대상으로 한 실증연구에 따르면, 조사대상인 모든 플랫폼에서 평균적으로 멀티호밍 현상이 나타났으며 적지 않은 비율의 사용자가 지난 2년동안 플랫폼 전환을 결정했다고 응답함 (Akman, 2022)

○ 기술 혁신이 빠르게 일어나고 이용자의 수요도 진화하면서, 온라인 플랫폼 시장의 후발주자가 기존의 시장지배적 사업자를 추월하고 시장을 장악하는 사례가 늘어남

- 일례로 지난 2014~15년에는 미국 10대의 71%가 페이스북 사용경험이 있다고 응답했으나, 2022년에는 페이스북은 32%, 틱톡[4]이 67%로 미국 소셜 미디어 시장의 구도가 크게 변화함(Pew Research Center, 2022)
- 페이스북은 짧은 동영상을 제작하는 데 효율적인 기술과 UI를 개발하지 못했기 때문에 과거 시장 우위를 점한 것만으로는 틱톡의 성장에 맞서기에 충분하지 못했던 것으로 평가됨

○ 디지털 부문의 시장지배력은 비디지털 부문과 양상이 다르고 소비자 후생 측면에서 부정적인 결과를 초래하는 것도 아니며, 시장을 위한 활발한 경쟁과 양립할 수 있음

4 15초~10분 길이의 짧은 비디오 영상을 제작·공유할 수 있는 중국의 숏폼 동영상 플랫폼. 2016년 중국, 2017년 동아시아, 2018년 글로벌 순으로 서비스를 시작함

3-2 게이트키퍼 지정 문제

DMA는 핵심 플랫폼 서비스(Core platform services)* 제공자가 '게이트키퍼'로 지정되는 기준을 설정하고 있으며, (1) 정량적 지표에 기반한 추정 또는 (2) 정량적 기준이 충족되지 않거나 해당 플랫폼이 추정에 이의를 제기하는 경우 별도의 절차(시장조사)를 거치게 됨

*핵심 플랫폼 서비스: 온라인 중개 서비스, 검색 엔진, 소셜 네트워크, 동영상 공유 플랫폼, 메신저, 운영체제, 웹브라우저, 가상비서, 클라우드 컴퓨팅, 광고 등

○ 후자의 경우 핵심 플랫폼 서비스 제공자는 (a) 내부 시장에 중대한 영향을 미치고, (b) 비즈니스 사용자가 최종 사용자에게 도달하는 데 중요한 관문 역할을 하는 핵심 플랫폼 서비스를 운영하며, (c) 사업 운영에서 확고하고 지속적인 지위를 누리고 있거나 가까운 장래에 그러한 지위를 누릴 것으로 예상되는 경우 게이트키퍼로 지정

DMA는 게이트키퍼 지정 기준 중 하나로 '현재 또는 가까운 장래의 확고하고 지속적인 지위'를 삼고 있는데, 온라인 플랫폼 시장에서는 시장점유 상황의 지속여부를 단언하기 어려움

○ 2005년 마이스페이스(MySpace)는 당시 소셜 네트워크 시장에서 독보적인 위치를 차지했으나, 후발주자인 페이스북이 빠르게 성장하여 2009년에는 마이스페이스의 시장점유율이 66%에서 30%로 떨어짐

○ 2012년 페이스북(Facebook)이 인스타그램(Instagram)을 인수할 당시 인수를 허가한 미국과 영국의 경쟁 당국은 인스타그램이 주요 소셜 미디어로 성장할 거라 예측하지 못했고, 인스타그램의 이용자수 합병 5년 만에 5억 명을 넘어서며, 유튜브를 제외하면 페이스북에 이어 세계에서 두번째로 인기있는 소셜 미디어로 자리잡음

게이트키핑과 같은 사업 분야는 존재하지 않으며, DMA는 그 수범자의 동질성이 인정되기 어려움

○ DMA는 게이트키퍼를 선정하기 위해 통일된 정량적 지표를 채택하고 있으나,

'규모'만을 이유로 서로 경쟁적 또는 상업적 관계가 없는 여러 사업자에게 다양한 시장과 공급망에 걸쳐 일률적인 규정이 적용되는 문제

○ 온라인 플랫폼은 중개, 검색, 동영상 등 분야별로 고유한 특성을 가지며 비즈니스와 기술 측면에서 크게 다르기 때문에 획일적인 틀로 평가하고 규제하는 것은 타당하지 않음

3-3 사전규제 도입의 적절성

규제 일반에 대한 대표적인 방법으로는 '사전규제'(경제규제)와 '사후규제'(경쟁법)가 있으며, 모두 구조적인 시장 실패 대응책이라는 공통점이 있으나, 시장개입 방식에 있어서는 뚜렷한 차이가 있음

○ **사전규제** '특정 영역(A particular sector)'에서 시장 실패의 발생을 방지하기 위해 기업 등 규제 대상을 정해 지켜야할 의무를 부과하는 방식

- 특정 영역에 대하여 시장의 자유를 국가가 주도하여 변경하거나 훼손하는 방식을 포함하기 때문에 매우 전향적인 정부 개입 방식
- 일반적으로 '가격, 수량, 기업의 수(진입, 퇴출)'를 통제하는 등 기업의 의사결정을 직접적으로 제한

○ **사후규제** 시장 메커니즘의 작동을 강화하기 위해 기업의 '특정 형태'의 반경쟁적 행위를 금지하는 방식

- 시장 전반에 걸쳐 불공정 행위 등 불법행위가 발생하면 사안별(Case by case)로 사후적으로 제재
- 특정 행위가 경쟁 및 고객 등에 미치는 영향에 대한 실제 평가가 수반되지 않는 사전규제에 비해, 사후규제는 향후 유사한 행위에 대한 더 정확한 평가와 분석으로 이어짐

사전규제의 집행을 위해서는 적용 대상 등 규제 명확성을 확보해야 하기 때문에, 역동적이고 빠르게 변화하는 시장에서는 비효율적인 규제 방식임

○ 반면 사후규제는 적용영역이 특정 영역이 아닌 일반 영역으로 광범위하고 유연하기 때문에 새로운 시장의 새로운 관행에도 적용 가능

공정위가 벤치마킹한 DMA는 사전규제를 표방하고 있지만 엄밀하게는 사전규제 속성에 부합하지 않는 특징을 보임

○ DMA의 규제범위는 특정 영역이 아니라, 특정 기업의 규모와 경제적 중요성(게이트키퍼 자격에 부합하는 특성)에 기반하고 있음

○ DMA가 규정한 핵심 플랫폼 서비스 제공자는 모두 디지털 서비스 제공자이나, 이들이 동일한 특정 영역에서 사업을 운영한다고 볼 수 없음

○ 디지털 기술은 농업에서 운송, 보건에 이르기까지 다양한 경제 분야에서 활용되고 있기 때문에, 전기, 가스 등 필수설비에 적용되는 규제 방식을 디지털 서비스에 적용하는 것은 디지털 기술이 가지는 역동성, 변화성, 광범위성을 지나치게 단순화하거나 과소평가하는 것임

3-4 스타트업 생태계에 미치는 영향

온라인 플랫폼은 그 자체가 시장이자 생태계로, 소수의 특정 사업자를 억제하더라도 생태계 전체가 복합적으로 영향을 받을 수 있어 규제에 신중을 기할 필요가 있음

DMA와 같이 게이트키퍼를 지정하는 등 온라인 플랫폼 사업자에 대한 과도한 규제는 혁신 서비스와 기업의 성장을 막음

○ 이러한 규제는 국내 온라인 플랫폼 사업자가 일정 규모 이상 성장하기 어렵다는 메시지로 작용함

○ 국내 온라인 플랫폼 시장의 성장가능성에 대한 기대가 약화됨으로써 관련 비즈니스 활동과 투자가 위축되는 등 생태계 전반에 부작용이 확산될 우려가 있음

이용자수, 매출액 등을 명확히 파악하기 어려운 글로벌 기업에 대한 법 집행력을 담보할 수 없다는 점에서 온라인 플랫폼 산업에 대한 과도한 규제는 결과적으로 국내 기업에 대한 역차별을 초래할 수 있음

○ 2004년 출시된 국내 온라인 동영상 플랫폼 판도라TV는 한때 시장점유율이 1위였음에도 불구하고, 과도한 규제로 인해 글로벌 플랫폼에 밀려 사라진 대표적 사례임

- 2009년, 정부가 국내 플랫폼에 대한 저작권 영상 단속을 강화하면서 판도라TV는 물론 국내 온라인 동영상 서비스가 위축되었고, 그 사이 글로벌 플랫폼인 유튜브가 점차적으로 시장을 장악함
- 이후 국내 온라인 동영상 서비스 기업에 대한 투자가 줄어들었고, 국내에서 관련 산업이 제대로 성장하지 못하는 계기가 됨[5]

○ 현재 한국 플랫폼 시장은 국내 사업자와 글로벌 사업자의 경쟁이 매우 치열하고, 끊임없이 강력한 경쟁자가 새롭게 등장하는 등 역동적인 상황이 계속되고 있음

- 특히 최근에는 국내 온라인 플랫폼 시장에 중국 플랫폼의 진출이 활발히 이루어지고 있으며, 이들은 국내에 이미 진출해있는 글로벌 사업자 대비 시장지배적 위치가 아니기 때문에 규제 반사이익을 보게 될 것으로 예상됨

5 판도라TV는 2023년 2월 동영상 서비스가 완전히 종료됨

4

나가며

4 나가며

지난 10년간 뉴노멀법-온라인 플랫폼 공정화법-자율규제-플랫폼 경쟁촉진법(가칭) 등 일관성없고 무분별한 규제로 인해 국내 플랫폼 시장은 공정거래위원회, 기획재정부, 방송통신위원회 등의 규제 각축장이 됨

특히 글로벌 기업에 대한 법 집행력을 담보할 수 없는 상황에서 과도한 규제 환경을 조성하는 것은 자국 플랫폼 산업의 성장과 보호를 위해 입법을 추진하는 글로벌 규제 흐름과도 반대됨

○ 전세계적으로 각 국가는 자국 플랫폼 시장의 상황을 고려해, 자국의 이익에 부합하는 방향으로 규제정책을 추진하고 있음

- **EU** EU 플랫폼 시장을 소수의 미국 글로벌 빅테크 기업(Google, Apple, Meta, Amazon)이 장악한 상황에서 이들을 견제하고 자국 플랫폼 산업을 보호
- **미국** 플랫폼 기업에 대한 강력한 규제법안이 대부분 폐기되었고, 생성형 AI 등 차세대 디지털 혁신 서비스를 선도적으로 출시하고 있음
- **중국** 강력한 자국 기업 보호주의를 기반으로 자국 플랫폼 산업이 크게 성장

2023년 스타트업얼라이언스와 오픈서베이가 발표한 '스타트업 트렌드 리포트 2023'에 따르면, 스타트업 생태계 활성화 측면에서 정부 역할에 대한 창업자들의 평가는 평균 52.5점으로 나타남

○ 정부가 시급하게 개선해야 할 과제로는 '각종 규제 완화'에 대한 요구가 전년 대비 7%가 증가해 25%를 차지

○ 스타트업 창업자 집단이 정부에 요구하는 역할이 '생태계 기반 자금 확보 및 투자 활성화(29.5%)'에 이어 '각종 규제 완화(25%)'가 2순위로 나타난 것은 스타트업에게 미치는 규제의 영향력이 크다는 사실을 반증

○ 2020년 타다금지법 사태 이후에도 디지털 분야 규제는 반복적으로 등장하며 스타트업들의 성장을 가로막고 있음

AI를 비롯해 디지털 기술 혁신을 통해 비즈니스 뿐만 아니라 사회 전반에 빠른 변화가 일어나고 있으며, 정부는 정책·규제 등의 장치를 통해 이러한 변화를 발전적으로 뒷받침해야 함

○ 시장의 변화를 면밀히 모니터링한 결과를 토대로 규제의 목적과 목표를 명확히 하고, 규제의 범위와 수준을 합리적으로 설정해야 함

○ 규제로 인해 혁신과 성장이 저해되지 않도록, 규제의 유연한 적용방식이나 예외 규정을 마련할 필요가 있음

참고문헌

참고문헌

스타트업얼라이언스, & 오픈서베이. (2023). 스타트업 트렌드 리포트 2023.

스타트업얼라이언스. (2024). 플랫폼 경쟁촉진법이 스타트업 생태계에 미치는 영향에 대한 인식조사.

스타트업얼라이언스, & 디지털경제포럼. (2024). 플랫폼 규제 법안과 디지털 경제의 미래 토론회 자료집.

Akman, P. (2021). A web of paradoxes: empirical evidence on online platform users and implications for competition and regulation in digital markets. Virginia Law & Business Review, 16, 217.

Pew Research Center. (2022). Teens, Social Media and Technology 2022.

STARTUP
ALLIANCE

발행인 스타트업얼라이언스

기획/제작 스타트업얼라이언스

발행처 스타트업얼라이언스

서울특별시 강남구 봉은사로 215,

11층(논현동, KTS 빌딩)

https://startupall.kr

발행일 2023.2.29

ISSN 2982-4834

이 책의 저작권은
스타트업얼라이언스에 있으며
무단복제와 전재를 금합니다.

STARTUP ALLIANCE

스타트업얼라이언스

서울특별시 강남구 봉은사로 215,
11층 (논현동, KTS 빌딩)

https://startupall.kr

발행일: 2024.2.29

ISSN 2982-4834