

# 이커머스(E-commerce)의 진화와 소비자 후생

노재인 연구위원 (jinoh@kinternet.org)

한국인터넷기업협회 디지털경제연구원

## 요약

- 코로나 19의 확산과 러시아-우크라이나 전쟁으로 인해 전 세계적인 경제불황이 닥쳤고 소비심리가 위축되는 상황에서 이커머스를 기반으로 한 새로운 소비 트렌드(체리슈머)가 등장함
- 진정한 의미의 소비자 후생은 소비자 개인의 편익과 시장 규범성 등 사회·경제적 영향이 동시에 고려되어야 하지만 현재 이커머스에 대한 우리나라의 정책은 새로운 경제 생태계에 적응하지 못한 일부 이야기만으로 시장을 해석함으로써 진정한 의미의 소비자 후생에 대한 고려가 결여됨
- 경기침체와 고물가가 장기화 될 것으로 전망되는 시점에서, 이커머스는 소비자들의 변화 속도와 니즈에 맞는 빠르고 혁신적인 비즈니스 모델을 만들어가고 있어 소비자 후생을 직접적으로 향상시키고 있음
- 현재 우리나라의 이커머스는 양적 성장 속도가 잠시 느려지고 시장 내부에서 다양한 경쟁과 변화가 역동적으로 일어나는 조정기(성숙기)에 접어들었기 때문에 전략적 의사결정과 선택이 필요한 시기임에도 정책적 한계로 인해 이렇지도 저러지도 못하는 상황임
- 새로운 기업들이 자유롭게 시장에 진입하고 지속적으로 혁신적인 비즈니스 모델을 창출하기 위해서는 이커머스의 역동적인 변화가 자연스럽게 이루어지도록 긍정적이고 장기적인 안목으로 시장을 바라봐 주는 것이 필요함

## 시작하며

- 코로나19의 확산과 러시아-우크라이나 전쟁으로 인해 세계 경제가 위기에 빠졌으며 우리 경제도 생산과 수출의 차질로 인해 실물경제활동이 위축되고 있는 상황에서 국내 전반적인 소비 심리가 위축되고 있음
- 이러한 사회·경제적 변화로 인해 이커머스는 양적 성장과 질적 변화가 일어나고 있으며 동시에 이커머스를 기반으로 한 새로운 소비 트렌드도 등장함
- 최근 우리나라 정부는 플랫폼에 대한 규제를 강화하고자 하는 움직임이 있고, 이에 대한 산업계와 전문가들의 우려가 존재하는 상황임
- 경기침체와 고물가가 장기화할 것으로 전망되는 시점에서, 이커머스의 진화가 소비자들의 후생에 어떤 영향을 주는지, 이커머스의 진화가 우리 경제에 주는 의의가 무엇인지 논의하기로 함

## 위축된 소비자 심리

- 코로나 19의 확산과 함께 사회적 거리두기 및 방역조치에 따른 영업 제약 등으로 국가 경제 전반의 손실이 발생하였으며 소비심리 위축으로 이어짐
  - 코로나 19 신규확진자가 증가한 2020년 2월부터 4월 말까지 소비자동향지수가 100 이하\*로 하락(삼일회계법인, 2020)
  - 2020년의 체감물가상승률(0.66%)은 공식 소비자물가상승률(0.54%)보다 높았고, 연쇄지수상승률\*\*(0.45%)과 비교해도 0.18%p 높았음(한국금융연구원, 2021)
    - \* 소비자동향지수(CSI:Consumer Survey Index)는 소비자의 경제상황에 대한 인식과 향후 소비지출전망 등을 설문조사하여 그 결과를 지수화한 통계자료로 지수가 100보다 클 경우 긍정적 응답자가 많음을, 100보다 낮을 경우 그 반대를 의미함
    - \*\* 연쇄지수는 성장률, 산업생산 등 각종 거시경제지표들을 만들 때 기준연도를 정하지 않고 직전연도의 생산액의 가중치를 산정, 이를 바로 다음 연도 지수계산에 반영해 산출하는 지수로, 제품 가격변동이 빠르게 이루어지는 전자·정보통신 등 첨단산업 비중이 높을 때 실물경기 상황을 제대로 반영할 수 있다는 장점이 있음
- 2020년부터 소비자 체감 물가가 긍정적으로 변화하는 것 같았으나, 2022년 러시아와 우크라이나 전쟁 등의 영향으로 세계적인 경기 불황이 시작되었고 같은 해 5월 미국 연준의 빅스텝 단행이 국내 경제에 영향을 미치며 우리나라의 소비자 동향 지수도 빠르게 하락함(통계청, 2023)
  - 미국은 2022년 5월 4일 기준금리를 0.75~1%로 0.5%포인트 인상하는 ‘빅스텝’을 단행하였으며, 세계은행(World Bank)은 2022년 6월 세계경제전망보고서를 통해 세계적인 경기침체를 예고함(한국인터넷기업협회, 2022)

- [그림1]에서처럼 2022년 5월까지 소비자동향지수가 100을 상회하였으나 러시아 우크라이나 전쟁으로 미국의 빅스텝 시행 이후 우리나라 소비자동향지수(CSI)가 급격하게 하락하는 모습이 확인됨

그림 1 | 우리나라 소비자동향지수(2022.3-2022.12)



\* 출처: 한국은행 소비자동향조사 결과

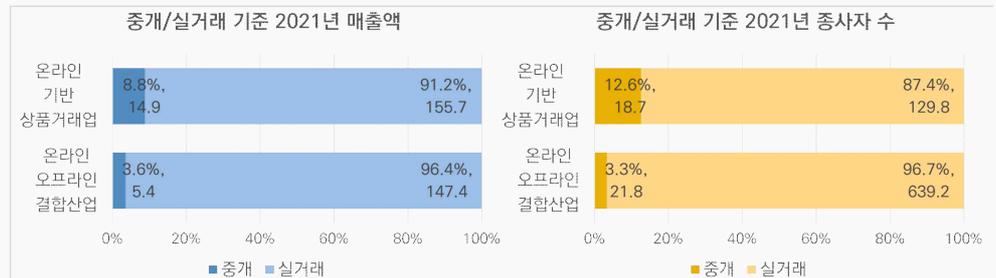
- 경기침체로 인한 물가 상승과 소비 위축은 2023년에도 지속될 전망이며, 단기간 회복은 쉽지 않을 것으로 보임
  - 2023년 1월 30일, 미국 월스트리트저널(WSJ)의 조사에 따르면, 미국의 소비자 지출은 지난 4개월 중 3개월간 하락세를 보였고, 물가상승률을 고려한 2022년 12월 서비스 지출은 최근 1년간 최저치를 기록함
  - 우리나라의 경제 성장세는 2022년 2.6%에서 2023년 1.7%로 성장세가 둔화될 전망이며 주요국 정부가 긴축적 통화·재정정책을 이어가고 있어 성장률이 하락할 것으로 전망 (한국은행, 2022)

## 소비 행태의 변화와 이커머스의 진화

- 국내 경제 성장이 둔화하며 소비자 다수는 2023년 재정·경제 상황을 부정적으로 전망하였고, 절약 생활, 소액 재테크, 본인 집중의 가치 소비, 디지털 기반 소비활동 등의 소비행태가 강화될 전망
  - 국내 소비자의 43%는 2023년 소비자 가계 재정을 부정적으로 전망하였으며, 2023년 금융 소비 트렌드에 대한 질문에서 응답자의 71%가 알뜰한 생활을 할 것이라고 예상함 (하나금융경영연구소, 2023)
- 2023년 우리나라 소비 트렌드 중 하나는 자원과 정보를 최대한 동원하여 알뜰한 소비를 하는 “체리슈머”의 부상으로, 정보와 상품을 모두 얻을 수 있는 이커머스 시장이 더욱 확대되고 다변화할 것으로 예상됨
  - 체리슈머(Cherry-sumers)는 케이크에 올려진 체리만 쏙 빼먹든 혜택만 누리는 소비자라는 의미의 체리피커(cherry picker)와 컨슈머(consumer)를 합성한 단어로 남에게 크게 민폐를 끼치지 않는 선에서 자원과 정보를 총동원하여 알뜰하게 소비하는 소비자를 의미(김난도 외, 2022)

- 체리슈머는 생존을 위해 사는 상품은 극도로 가성비를 따지지만, ‘사고 싶다’는 열망을 느끼는 상품에 대해선 자금을 총동원하는 소비행태를 보이며, 이로 인해 가격 비교를 통한 최저가 확인, 공동구매, 중고거래 등이 활성화 됨(모바일인사이드, 2022)
- 한국의 이커머스 시장은 지난 20년간 연 평균 20%의 빠른 성장을 이루었으며 간편 결제의 도입, 배송서비스의 고도화 등으로 소비자들의 만족도와 편의성을 높이는 방향으로 성장하고 있음
  - 2020년 우리나라의 이커머스 규모는 323.5조 원으로 2019년 대비 18% 성장하며 서비스·판매 종사자가 감소추세에 있음에도 이커머스 관련 종사자 수는 증가함(한국인터넷기업협회, 2023)
  - 소비자들은 자신이 원하는 방식으로 쉽고 간편하게 결제하는 것을 선호하고, 빠른배송, 맞춤형 배송, 정기배송 등을 통해 편의를 높이하고자 함

그림 3 | 디지털 및 실물 결합산업의 중개·실거래 기준 매출액 및 종사자 수 (단위: 조 원, 천 명)



\* 출처: 한국인터넷기업협회 (2023)

- 최근 이커머스 업계는 성숙기에 도달하며 시장 내부의 경쟁이 격화되고 있으며, 빠르고 다양하게 변화하는 소비자들의 니즈에 맞춰 숨가쁘게 비즈니스 모델을 개선하고 있지만 이커머스 업계 전반에 대한 규제로 인해 부정적 영향이 우려되는 상황
  - 현재 이커머스 시장은 기존 참여자들의 경쟁이 치열해지는 성숙기(혹은 조정기)로 접어든 상황으로 소비자 행태의 다변화에 맞춰 다양한 규모와 형태의 참여자들로 시장이 점차 촘촘하고 다양해지고 있음(IT조선, 2022)
  - 플랫폼 사업은 중개하는 상품 성격에 따라 매우 상이한 운영 특성을 갖고 있으며, 빠르고 다양하게 변하는 소비자들의 니즈를 맞추기 위해 비즈니스 모델의 변화 속도가 매우 빠른 분야임
  - 그러나 전문가들은 이커머스 업계를 바라보는 정부의 시각이 전통 유통기업이 지배하던 시장 규칙에 매여 있어 이커머스 업계의 위험요인으로 작용할 것이라고 우려함(디지털데일리, 2023)

## 진짜 소비자 후생

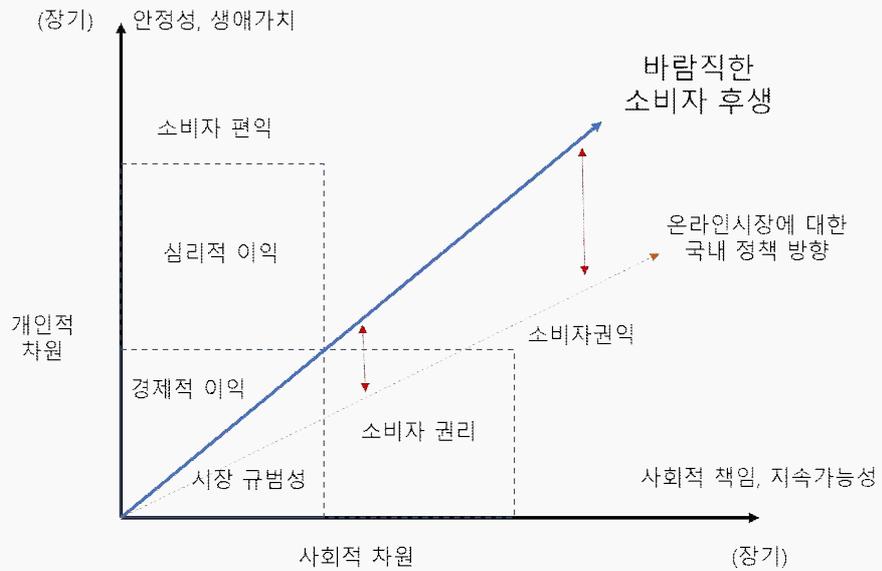
- 후생(厚生, welfare)의 사전적 의미는 삶을 넉넉하고 윤택하게 하는 것으로 법제와 그에 따른 지침, 사업 시행에 있어 소비자 후생이 주요 개념으로 명시
  - 현재 우리나라의 공정거래법, 유통산업발전법, 소상공인 생계형 적합 업종 지정에 관한 특별법 등에서 소비자 보호, 소비자 이익, 소비자 편의, 소비자 후생 등이 명시되어 있으나 그 정의와 차원이 다양하게 받아들여지고 있음

- 기존 소비자 후생의 개념은 경제적 측면이 강조되었으나 최근 연구들에서 소비자의 심리적·사회적 가치에 따른 만족을 포함하는 포괄적 개념으로 확장되어야 한다고 주장하며 단기적 효익뿐만 아니라 지속가능한 장기적 후생으로 이어져야 함을 강조
  - 소비자 후생은 경제적 이익뿐만 아니라 사회적·심리적 이익을 포함하고 소비자의 권리와 이익, 복지의 실현을 포괄하는 개념으로 확장되어야 한다고 봄(김시월 외, 2018)
  - 단기적 효익? 지속가능한 장기적 후생?
  - 경제적 측면만을 고려하더라도 소비자의 선택 폭이 확대될 경우 후생이 증대된다는 연구 결과가 있음(박성용·김석철, 2010; 이유수, 2013; 한국소비자원, 2018)
  
- 개인의 수입이 줄고 물가가 상승함으로 소비가 위축되는 현 상황에서, 경제적으로 소비자의 잉여\*를 증대시키고, 소비자의 만족도를 높이는 방법으로 온라인 쇼핑이 선호된다고 해석할 수 있음
  - \* 소비자 잉여: 지불용의(WTP:willingness to pay) 금액에서 실제 지불 금액을 뺀 것

## 이커머스에 대한 국내의 정책 방향

- 디지털 전환과 경기 침체라는 요인이 시민들의 소비 행태에 지대한 영향을 미치고 있음에도, 현재 우리나라의 정책들은 소비자 후생을 비롯한 각종 사회·경제적 부분들에 미칠 영향을 다각도로 고려하는 것이 미흡함
  - 윤석열 정부가 들어선 이후 플랫폼 경제 활성화를 목표로 플랫폼 시장에 대한 자율규제를 공약으로 내세웠음에도 국회와 정부 부처는 플랫폼 시장에 대한 규제를 강화함
  - 실제로 이커머스 시장은 건전하게 조성된 환경이며, 시민들의 변화하는 소비 행태를 빠르게 따라가며 소비자들의 후생을 높이는데 기여하고 있음에도, 최근 발의된 법안들은 플랫폼 생태계에 적응하지 못한 일부 시장 행위자들의 이야기만으로 시장을 잘못 해석한 채 발의된 경우가 상당수임(의안번호 2120047, 의안번호 2119504, 의안번호 2118227, 의안번호 2118166, 의안번호 2118054, 의안번호 2113487)
  
- 우리나라 온라인 시장에 대한 정책 방향은 소비자 후생의 다면적 차원을 골고루 고려하지 않고 있으며, 현재와 같은 정책 방향은 장기적으로 소비자의 경제적 이익이나 편익을 점차 낮춰 전반적인 국내 경제 성장에 부정적 영향을 줄 우려가 있음
  - 전성민(2023)은 이커머스에 대한 법적규제를 진행할 경우 행정비용 등의 원가 상승 요인이 발생하고 이로 인한 수수료 인상 효과가 발생하는데, 이는 상품가격 전이로 이어져 소비자 잉여가 1~2조 가량 줄어든다고 보았음
  - 개인적 차원의 소비자 후생 증대는 선택권의 확대, 더 낮은 가격으로 동일 제품 공급, 더 좋은 품질의 서비스 제공 등을 통해 가능하지만 현행 법적 규제의 방향성은 기업 간 경쟁의 제한으로 인한 제품 가격 상승, 선택권의 축소, 혁신 서비스 제공의 제한 등이 발생하여 소비자 개인적 차원의 편익은 현저히 감소할 수 있음

그림 4 | 소비자 후생 개념 및 방향성



\* 출처: 김시월 외(2018, p214) 재구성

## 소비자 후생 증대를 위한 이커머스 정책 방향성

- 우리나라는 다른 나라에 비해 이커머스의 성장과 변화가 빠르고, 소비자들의 행태 역시 매우 빠르고 다양하게 변화하고 있음
  - 전 세계에서 한국은 이커머스에 대한 의존도가 높고, 가격과 품질에 매우 민감하게 반응하며, 소비의 효용을 높이기 위해 다양한 정보와 기술을 활용하는 스마트한 소비자들임
  - 경기침체가 지속되며 알뜰 소비를 추구하는 체리슈머(cherry-sumers)가 등장하였고, 이들의 니즈에 맞춰 이커머스는 공동구매, 조각상품 판매, 가격 구독 서비스 등 기존에 볼 수 없었던 완전히 새로운 비즈니스 모델을 만들고 있음
- 그러나 현재 우리나라는 명확하고 객관적인 판단 기준이나 시장에 대한 폭 넓은 사실 확인 없이 특정 사건을 계기로 일방적 시각에서 이커머스에 대한 규제 강도를 높이고 있어 향후 산업 성장을 방해할 수 있음
  - 윤석열 대통령의 공약이었던 플랫폼 자율규제에 대한 논의가 아직 진행 중인 상황에서 소비자 후생에 대한 통합적인 고려가 없는 무조건적인 법적 규제는 행정비용 등을 증가시켜 장기적으로 상품가격 향상 등 국민 개인의 편익이 낮아질 수 있음
  - 잘못된 가이드 라인이나 규제는 규제 당국의 재량권만 높일 뿐 시장에 대한 진입 장벽이나 영향력 등을 확인할 수 없어 기업들은 불편하고 힘든 상황에 놓일 수 밖에 없고, 신규 진입의 어려움, 비즈니스 혁신성에 저해를 받으며 산업 성장에 걸림돌이 될 수 있음
- 플랫폼 경제로의 전환 과정은 사회 전반적으로 여러 고민을 줄 수 있지만, 시민 개인의 후생을 최우선적으로 고려하고 다양한 행위자를 포괄하는 방향에서 변화를 어떻게 수용할 것인지 판단할 필요가 있음

- 사회적 차원의 소비자 후생을 고려하기 위해서는 ‘시장의 비효율이 실질적으로 발생하고 있는지’, ‘어떤 부분에서 얼마만큼의 비효율이 발생하고 있는지’, ‘새로운 기술 수용 자체를 저해하는 기업 활동이 있는지’, ‘시장에서의 거버넌스가 실질적 외부효과에 직접적으로 부정적 영향을 주고 있는지’ 등에 대한 선제적 검토가 우선 이루어질 필요가 있음(마셜 밴 앨스타인 외, 2017)
  - 제도는 사회적 총 손실을 최소화하는 범위에서 이루어져야 하므로(Djankov et al., 2003) 소비자 후생과 관련하여 특정한 시각에 편향된 제도화 논의가 아닌, 소비자 개인의 편익에 대한 고려가 수반되는 다각적 검토가 필요함
- 현재 우리나라의 이커머스는 시장 내부에서 다양한 경쟁과 변화가 역동적으로 일어나는 조정기(성숙기)에 접어들었기 때문에 전략적 의사결정과 선택이 필요한 시기임에도 정부의 정책적 한계로 인해 이러지도 저러지도 못하는 상황임(디지털데일리, 2023)
- 이커머스의 진화는 단순히 유통과 소비 방식의 변화라고만 이해할 것이 아니라, 우리나라의 경제 생태계가 스마트한 소비자, 빠른 변화와 혁신이 가능한 기업들을 통해 공진화할 수 있다는 가능성을 보여주는 것임
  - 더욱이 플랫폼은 특정 산업이 아닌 비즈니스 메커니즘으로 직접적인 규제 대상이 될 수 없음에도 정부 부처와 국회에서는 플랫폼을 규제하는 법안을 발의하고 있으며 이커머스에 대한 정부의 정책 방향성이 명확하지 않게 해석될 수 있는 불안정한 상황에서 산업이 성장하기란 매우 어려움
- 새로운 기업들이 자유롭게 시장에 진입하고 지속적으로 혁신적인 비즈니스 모델을 창출하기 위해서는 이커머스의 역동적인 변화가 자연스럽게 이루어지도록 긍정적이고 장기적인 안목으로 시장을 바라봐 주는 것이 필요함

## 참고문헌

- 김난도·전미영·최지혜·이수진·권정윤·이준영·이향은·한다혜·이혜원·추예린 (2022) 트렌드 코리아 2023. 미래의창.
- 김시월·조유현·옥경영·차경욱 (2018) 소비자후생의 개념과 평가효소 확대 필요성에 대한 탐색적 연구. 소비자학연구 29(5), 201-219.
- 디지털데일리 (2023) [플랫폼규제 진단⑥] “이커머스 경쟁력 상실 우려” 전문가 한목소리. 2023.02.17.일자.[[http://m.ddaily.co.kr/m/m\\_article/?no=257570](http://m.ddaily.co.kr/m/m_article/?no=257570)]
- 마셜, 상지트, 제프리, & 파커. (2017). 플랫폼 레볼루션: 4 차 산업혁명 시대를 지배할 플랫폼 비즈니스의 모든 것. 부키.
- 모바일인사이드 (2022) [로지켓의 MZ 트렌드] 절약 시대, 요즘 소비자는 알뜰해졌습니다! 2022.11.11.일자.[<https://www.mobiinside.co.kr/2022/11/11/cherry-surers/>]
- 삼일회계법인 (2020) 코로나19로 가속화된 소비자 행동 변화. Samil Industry View 2020.8
- 이유수 (2013) 선택적 전력요금제의 소비자 후생변화 분석. 에너지경제연구원 기본연구보고서 13-05.
- 의안정보시스템 (2023) 홈페이지 [<https://likms.assembly.go.kr/bill/main.do>]
- 전성민 (2023) 자율규제를 통한 소비자 편익. 플랫폼 자율규제와 소비자 보호 토론회 자료집, 15-27.
- 통계청 (2023) CPI 소비자물가지수 홈페이지 [<https://kostat.go.kr/twcp/>]
- 하나금융경영연구소 (2023) 2023년 금융소비 트렌드와 금융 기회.
- 한국금융연구원 (2021) 코로나19가 소득분위별 체감물가상승률에 미친 영향. KIF 정책분석보고서 2021-01.
- 한국소비자원 (2022) 가격비교사이트 운영 실태조사
- 한국은행 (2022a) 2023 2월 소비자동향조사 결과
- 한국은행 (2022b) 2022 8월 소비자동향조사 결과
- 한국인터넷기업협회 (2022) 빅스텝 이후 플랫폼 시장 전망: 흔들리는 경제, 게임의 새로운 룰이 필요하다. 디지털경제연구소 이슈페이퍼 22-7호
- 한국인터넷기업협회 (2023) 2022 인터넷산업규제 백서.
- Djankov, S., Glaeser, E., La Porta, R., Lopez-de-Silanes, F., & Shleifer, A. (2003). The new comparative economics. Journal of comparative economics, 31(4), 595-619.
- IT조선 (2022). [온라인유통산업 웨비나⑤] 이동일 교수 “2023년 국내 이커머스 시장 ‘조정기’ 전망. 2022.12.21.일자.  
[[https://it.chosun.com/site/data/html\\_dir/2022/12/21/2022122101827.html](https://it.chosun.com/site/data/html_dir/2022/12/21/2022122101827.html)]