

수업노트 #1

1주차

이번주 수업주제
○ 수업 오리엔테이션: 플랫폼비즈니스와 사회적 가치란? ○ 주요학습내용과 방법, 수업소개와 수업운영방법 공지, 진화하는 자본주의 1
예습내용
수업 및 토론내용 & 새롭게 배운 내용
○ 플랫폼비즈니스에 대한 개념과 정의 - 플랫폼 비즈니스와 플랫폼 기업: 플랫폼(platform)은 승객이 기차나 지하철을 타는 공간을 가리킴. 플랫폼 경제에서 플랫폼의 개념은 한 집단을 다른 집단으로 연결해주거나 다른 서비스에 연결해 주는 징검다리 역할. - 예를 들어 페이스북과 같은 플랫폼은 이용자와 이용자를 연결하고, 유튜브 같은 기업은 이용자와 이용자, 이용자와 콘텐츠를 연결함. 쿠팡과 같은 기업은 이용자와 상품을 연결하고, 배달의 민족은 배달서비스를 중심으로 서비스 이용자와 서비스 제공자를 연결함 ○ 사회적 가치에 대한 개념과 정의 - 현재 전 세계적으로 사회적 가치와 새로운 사회변화에 대한 패러다임 전환이 발생하고 있음. 정부와 공공기관, 시민사회, 기업 등을 포함해 모든 사회구성 주체들이 모여 관련 논의를 활발하게 진행하고 있음. 사회적 가치는 우리나라에서는 사회적가치기본법을 통해 다음과 같이 정의하고 있음. 사회적 가치란 사회, 경제, 환경, 문화적 영역에서 공공의 이익과 공동체 발전에 기여하는 가치를 말함 - 세부적으로는 인권의 보호, 안전한 근로환경의 유지, 보건복지의 제공, 노동권의 보장과 근로조건의 향상, 사회적 약자에 대한 기회제공과 사회통합, 대중소기업의 상생과 협력, 양질의 일자리 창출, 지역사회 활성화와 공동체복원, 지역경제 공헌, 윤리적 생산을 포함한 기업의 자발적인 사회적 책임 이행, 환경의 지속가능성 보전, 민주적 의사결정과 참여의 실현, 그밖에 공동체의 이익실현과 공공성 강화 등으로 정의 ○ 자본주의 진화과정에 대한 기본적인 이해 - 자본주의 4.0은 용어는 영국의 저널리스트, 경제평론가인 아나톨 칼레츠키(Anatole Kaletsky)가 처음 사용한 것으로 자본주의를 고정된 제도들의 집합이 아니라, 위기를 통해 재탄생되고 재건되며 진화하는 역동적인 시스템이라는 이해. 소프트웨어의 버전 방식으로 자본주의 1.0~4.0으로 분류하고 있음

* 수업시간에는 교수자와 학생, 학생과 학생 간의 토론 수업을 통해 플랫폼비즈니스와 사회적 가치에 대한 기본적인 이해를 진행하고, 관련 사례를 통해 더욱 구체적으로 살펴본다.

다음주 수업주제

○ 진화하는 자본주의 이해하기 2

- 수업설계: 학생참여, 자본주의 세대별 특징과 기업과 소비자에 대한 기본적 이해

수업노트 #2

2주차

이번주 수업주제
○ 진화하는 자본주의 이해하기 2 - 수업설계: 학생참여, 자본주의 세대별 특징과 기업과 소비자에 대한 기본적 이해
예습내용
수업 및 토론내용 & 새롭게 배운 내용
○ 자본주의 1.0~자본주의 4.0 - 자본주의 1.0: 자본주의의 태동을 언제로 볼 것인가에 대해 논란이 있지만 자본주의 1.0에 해당하는 시기는 18세기 애덤 스미스로부터 1929년 대공황까지를 지칭(애덤 스미스, 해밀턴, 막스 후버 등) - 자본주의 2.0: 1930년대 뉴딜정책~1970년 대 석유파동 직후까지 자본주의 시스템(루스벨트, 케인스, 닉슨, 카터 등) - 자본주의 3.0: 1980년대 신자유주의 도래기~2008년 금융위기(대처, 레이건, 부시, 그린스펀 등) - 자본주의 4.0: 2008년 세계 금융위기 이후의 자본주의 ○ 각 세대별 자본주의의 이점과 한계 - 자본주의 1.0: 자유방임. 정부는 야경국가로써 기능, 시장에 개입이 금지되고, 기업의 무제한적 이익 창출과 시장 지배가 허용됨 - 자본주의 2.0: 수정자본주의 시대. 케인스주의, 정부가 시장을 통제, 관리해야 함 - 자본주의 3.0: 신자유주의 시대. 정부가 시장에 지나치게 개입하지 말아야 한다는 주장이 강세, 전 세계적으로 효율성의 논리가 지배하고, 파생상품, 주식 등 금융경제가 활성화됨 - 자본주의 4.0: 불확실성이 지배하는 적응성 혼합경제로 요약 ○ 자본주의 4.0이 나타난 배경 - 각 자본주의는 1803~1815년 나폴레옹 전쟁, 1930년대 경제위기, 1970년대 경제위기라는 역사적 사건들이 시스템 전환의 촉매제 역할

- 자본주의의 4.0의 계기: 2007년부터 시작된 세계금융 위기. 아나톨 칼레츠키는 가장 최근의 전환점으로 2008년에 일어난 리먼브라더스의 파산에 대해 다음과 언급하며 그 중요성을 역설

“2008년 9월 16일 무너진 것은 단지 하나의 투자은행이나 금융시스템이 아니다. 정치철학과 경제 시스템 전체이며, 이 세상을 바라보는 방식과 이 세상에서 살아가는 방식이다”

○ 자본주의 4.0이 이후 세계 경제질서의 변화

- 세계 경제의 지형 변화 : 위기를 계기로 중국, 인도 등 신흥국의 부상

- 글로벌 불균형과 신통상질서 : 보호무역이 강화되고 역내 교역이 증가됨에 따라 다자주의체제 약화와 지역무역협정의 지속적 확산

- 글로벌 금융질서 : 미국의 경제와 금융시스템, 달러화에 대한 신뢰의 약화됨에 따라 중국을 비롯한 신흥국들이 글로벌 금융시장의 주요한 플레이어로 부상

- 산업 패러다임의 변화 : 산업과 기술의 영역 구별이 사라지는 대융합의 시대-> 신상품, 신산업이 등장(플랫폼 비즈니스 등)

- 글로벌 거버넌스 변화 : 미국 등 서방 선진국의 경제·정치적 위상 약화, BRICs 등 신흥국의 부상에 따른 헤게모니 변화(BRICs(브릭스)는 브라질(Brazil), 러시아(Russia), 인도(India), 중국(China) 등 세계경제의 새로운 성장엔진을 일컫는 용어, 1970~1980년대가 고도 경제 성장을 이룬 한국 등 신흥공업국(NICs: Newly Industrializing Countries)의 시대였다면 앞으로는 브릭스의 시대가 열린다는 것)

○ 자본주의 4.0: 적응성 혼합경제

- 아나톨 칼레츠키는 글로벌 금융위기 이후 변화된 경제환경을 불확실성의 원리가 지배하는 적응성 혼합경제로 해석. 미래는 불확실, 미래가 인간의 행위와 기대, 현실 간 상호작용에 의존하는 세상에서는 합리적 기대라는 가정 아래 한 가지 정확한 경제 작동 모델만 존재한다는 생각은 터무니 없는 착각

- 불확실한 세상에서는 시장의 결정과 정부의 결정 모두 시행착오할 수 있는 가능성 존재, 따라서 경제 시스템이 변화하는 여건에 적응하면서 계속 진화해가야 한다 주장

- 적응성 혼합경제의 특징: 시장의 복잡성과 불확실성을 인정, 세상은 너무나 복잡하고 예측불가능하기 때문에 정부와 시장이 모두 오류를 범할 수 있음. 고정된 하나의 관점으로 경제 제도를 관리할 수 없음을 인정해야 함(실용주의 강조)

- 정부와 시장의 일방적 추종에서 벗어나 제도와 시스템에서 더욱 유연한 적응성 필요. 이 과정에서 공공부문과 민간부문의 상호 의존성 확대, 정부개입과 자유시장의 동반자 관계가 중시

되면, 정부의 역할과 영향력이 커지더라도 정부의 크기는 줄어들어야 한다는 점을 강조

- 정부는 탄력적으로 경제 정책 운용해야 하며, 시장의 복잡성과 불확실성을 기회의 장으로 적극 활용. 통상, 금융, 산업 전반에서 정부의 개입을 통해 성장거점확보와 개입 자제를 통한 시장 자율 정책을 전략적으로 운용. 정부 기능과 역할은 강조하되, 규제만능주의 배제

○ 기업의 사회적 책임을 통한 지속가능경영 확산: 환경, 기부, 문화 등 기업의 사회적 책임에 지속적 관심과 적극적인 활동 필요, 기업의 다양한 이해관계자와 참여와 소통을 통한 지속가능 경영을 위한 기업문화 요구

○ 기업 경쟁력 확보를 위한 새로운 가치 창조: 불확실성의 시대를 극복하기 위한 지식융합시대에 적절한 창의적 가치 기반 확립, 산업자본주의와 금융자본주의를 넘어 나아가 문화자본주의에 필요한 인재 발굴과 새로운 교육 필요

○ 시장의 게임플레이어: 기업, 소비자

- 자본주의 4.0 체제 아래에서 기업과 소비자 등 시장을 구성하는 게임 플레이어들의 변화와 역할전이, 가치역전 현상에 대해 이해해야 할 필요성

* 착한 자본주의, 자본주의 4.0 등 새로운 가치를 추구하는 자본주의의 변화를 살펴보고, 왜 이러한 변화가 주목받고 있는지 살펴본다. 또한, 이러한 변화를 이끌어가는 시장을 구성하는 게임플레이어에 대해 이해한다.

다음주 수업주제

○ 진화하는 자본주의 이해하기 3

- 팀 활동 및 프로젝트 설계, 우리시대 자본주의는 무엇인가?

수업노트 #3

3주차

이번주 수업주제
○ 진화하는 자본주의 이해하기 3 - 팀 활동 및 프로젝트 설계, 우리시대 자본주의는 무엇인가?
예습내용
수업 및 토론내용 & 새롭게 배운 내용
○ 우리시대 자본주의의 다양한 모습 - 적응하는 혼합경제시스템, 자본주의 발전을 통한 성장과 그림자 - 시장은 끊임없이 진화하는 시스템, 정부와 기업은 상호협력적 관계, 인간과 경제시스템은 예측 불가능성을 내재 - 글로벌 자본주의: 세계화와 글로벌화가 진행되면서 국경을 넘어 다양한 자본이 이동. 글로벌 자본주의는 자본의 이동성이 높아지면서 국가나 지역의 경제 및 정치에 영향 - 규제 완화와 경제 자유화: 기업들이 더욱 자유롭게 경영할 수 있도록 하며, 경제적 성장과 발전을 이루기 위한 수단으로 강조 - 기술과 혁신: 기술과 혁신을 통한 발전은 자본주의의 특징 중 하나. 새로운 기술과 혁신을 통해 국가와 기업의 생산성과 효율성을 높일 수 있으며, 경쟁력을 유지하고 지속 가능성장을 이룰 수 있기 때문 - 경제 불평등: 부자와 빈자 간의 급격한 소득격차는 우리 사회의 고질적인 사회문제를 양산 - 사회적 책임: 전통적으로 기업은 이윤 추구를 중시, 하지만 자본주의 시스템이 변동하면서 사회적 책임도 요구받고 있음. 환경, 사회, 노동, 기업지배구조 등 기업의 전반적인 경영활동에 영향을 미치고 있음 - 창조적 파괴와 자본주의: 창조적 파괴(creative destruction), 경제학자 조셉 슈페터(Joseph Schumpeter)-창조적 파괴를 통해 새로운 혁신이 만들어지고 그 혁신을 통해 과거의 비효율적인 시스템이 무너지고, 사회 전반의 효율성이 증가, 궁극적으로는 이를 통해 자본주의가 발전 ○ 함께, 같이와 같은 나눔, 공유의 가치 VS 충돌하는 자본주의 - 불확실성을 극복하고 지속가능성을 확보하기 위한 관계성이 중심이 되는 시기

- 다 함께, 더불어, 공유하고, 나누는 가치와 기본 전통자본주의와 패러다임이 충돌하는 대전환의 시기
- 시장과 자본주의 시스템의 안정화: 더욱 많은 유연성과 새로운 가치와 기준 제시(뉴노멀)
- 과거에는 전통적인 정부, 기업, 소비자 역할이 오랫동안 고정
- 디지털 사회와 기술혁신 시대의 자본주의
 - All or Nothing
 - 플랫폼비즈니스의 등장과 성장
 - 플랫폼 기업의 부상과 혁신 그리고 명암
- 데이터 기반 경제: 디지털 사회에서는 데이터가 중요한 자산. 이에 따라 데이터의 수집, 처리, 분석 등을 통해 새로운 가치가 창출
- 플랫폼 경제: 디지털 플랫폼은 서비스 제공자와 이용자를 연결하는 중개 역할 수행, 기업들은 이를 활용해 비즈니스 모델을 변화시키고 이익을 창출. 현재 플랫폼 경제와 비즈니스의 중요성은 지속적으로 증가하고 있음
- 인공지능: 기계 학습과 딥러닝 등 기술로 구현된 인공지능은 생산성을 높이고 비용을 절감하는 등 경제적 이익 제공. 인공지능기술은 기업들의 경쟁력을 유지하고 성장하는 데 중요역할
- 노동 시장의 변화: 디지털 기술의 발전은 다양한 직종에서 현재 인간의 노동을 종말시킬 수 있음. 이에 따라 일부 직업들은 사라지거나 변화할 가능성 높음
- 투명성과 개인정보보호의 중요성: 디지털 사회에서는 투명성과 개인정보보호가 중요한 이슈. 이에 따라 기업들은 개인정보보호에 더욱 신경을 써야 하며, 소비자들은 자신의 개인정보가 보호되는 제품과 서비스를 선호(cf) 틱톡 등)
- 새로운 경쟁자가 출현할 수 있는 기회 창: 디지털 기술의 발전은 기존 산업과 시스템에 새로운 경쟁자들이 등장할 수 있는 기회 창을 제공. 예를 들어, 디지털 금융 기업은 기존 은행과 경쟁하며, 애플과 구글 등과 같은 기업은 전통적인 전자제품 제조업체와 경쟁(cf. 토스, 카카오택시, 배달의 민족 등)
- * 우리시대 자본주의가 추구해야 할 가치는 무엇이며, 글로벌 금융위기를 비롯한 인간의 탐욕이 가져온 사회의 병폐와 문제를 해결할 수 있는 대안은 무엇인지 고민한다. 또한, 디지털 기술을 중심에 두는 혁신이 빠르게 진행되는 가운데, 우리 사회와 우리 생활에 빠르게 자리잡고 있는 플랫폼 비즈니스와 플랫폼 기업의 등장에 대해 다양한 관점으로 살펴본다.

다음주 수업주제

- 기업과 시장 그리고 소비자 1

- 자본주의 시스템의 핵심인 시장과 시장의 플레이어

기본 학습 플랫폼 선택: 자본주의, 기업활동, 소비자, 정부, 플랫폼 비즈니스, 기타+α

수업노트 #4

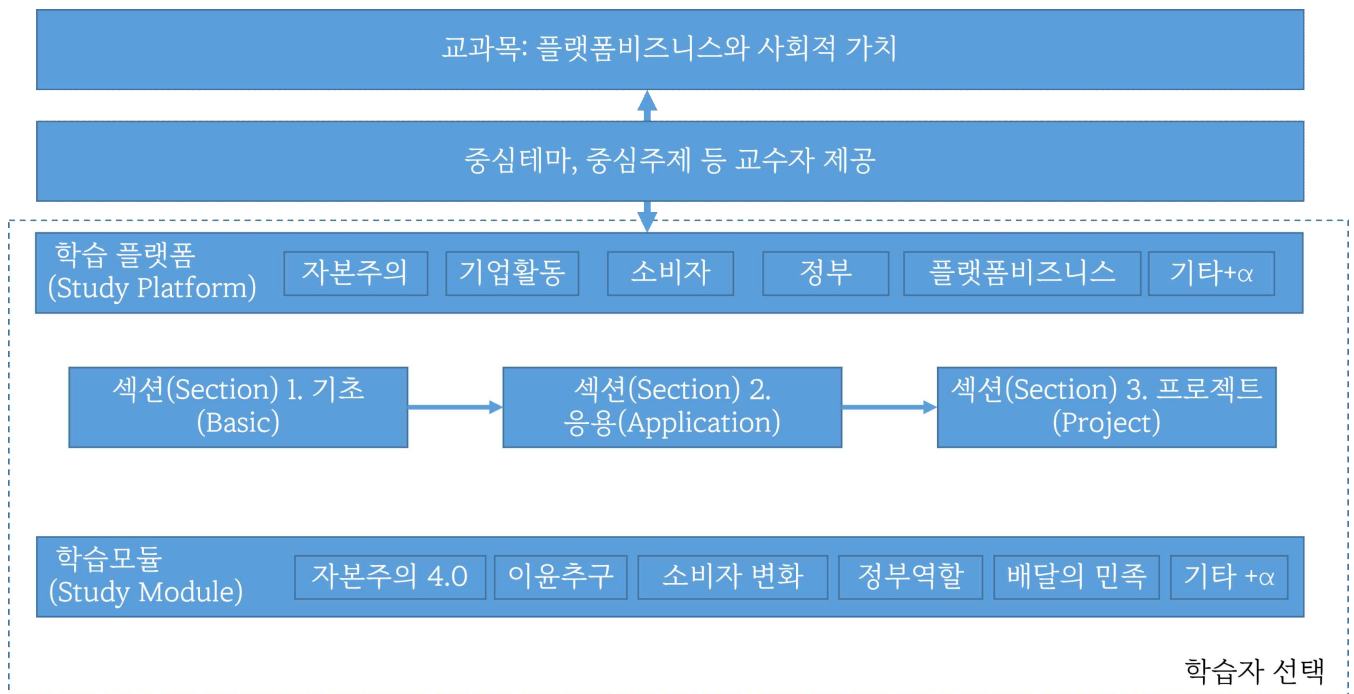
4주차

이번주 수업주제
○ 기업과 시장 그리고 소비자 1 - 자본주의 시스템의 핵심인 시장과 시장의 플레이어 - 기본 학습 플랫폼 선택: 자본주의, 기업활동, 소비자, 정부, 플랫폼 비즈니스, 기타+α
예습내용
수업 및 토론내용 & 새롭게 배운 내용
○ 자본주의의 핵심: 시장 - 시장을 구성하고, 시장에서 활동하는 게임 플레이어 - 자원의 효율적 분배: 시장은 수요와 공급이 만나는 장소, 가격 메커니즘을 통해 자원이 효율적으로 분배. 수요가 많은 상품은 가격이 오르고, 수요가 적은 상품은 가격이 내려감. 이는 생산자와 소비자 모두에게 이익 제공 - 경쟁의 촉진: 시장은 자유경쟁을 통해 기업들이 상호 경쟁해야 하는 곳, 경쟁은 높은 품질과 낮은 가격을 유지하는 데 중요 역할 - 효율적인 자본의 할당: 시장은 투자가 가능한 자본을 효율적으로 할당하는데 기여, 자본을 투자할 때 가장 높은 이익을 얻을 수 있는 기업이 자본을 투입받게 되어, 투자의 효율성을 높임 - 자유와 창조를 통한 혁신: 기업들이 경쟁적으로 새로운 제품과 서비스를 개발하고, 이를 시장에서 성공적으로 판매할 수 있는 경우, 새로운 기술과 아이디어가 시장에서 자유롭게 적용되며, 이를 통해 기업가들은 이익을 획득할 수 있음 - 소비자의 이익 보호: 경쟁과 가격 메커니즘을 통해 생산자는 소비자의 요구에 따라 상품을 개발하고, 더 많은 이익을 얻기 위해 고객 서비스를 향상시킴 ○ 시장의 변화와 변화의 동인 - 과거: 과거에는 수작업 결과물을 중심으로 한 거래가 일반적, 따라서 거래량이 적고, 경쟁도 치열하지 않음. 이후 산업화가 진행되면서 기술의 발전과 생산성 증가로 인해 경쟁과 거래량 모두 증가 - 현재: 현재 시장은 글로벌화, 인터넷 기술 등으로 인하여 시장의 규모와 양이 세계를 대상으로 변화, 이를 통해 새로운 시장 참가자가 출현하고, 경쟁도 치열

- 미래: 미래 시장은 인공지능, 빅데이터, 로봇 등의 기술 발전으로 인해 더욱 빠르고 정확한 기술과 혁신에 기반을 두는 활동이 증가. 기업과 소비자 모두 데이터에 기반한 새로운 형태의 상호작용이 중심이 되는 시기. 지속가능성, 사회적 책임, 인간중심 경제 등의 새로운 가치와 요구사항이 부상하며, 시장 플레이어들은 이를 적응할 수 있도록 전략을 수립해야 함

- 시장의 변화에 따라 주요 시장 플레이어들은 새로운 복잡하고 예측불가능한 상황에 적극적으로 대처해야 하며, 이를 통해 새로운 기회와 위협을 동시에 경험할 수 있음. 시장 변화에 대한 민감성과 함께 빠르게 적응하고 대처할 수 있는 능력이 요구됨

- 기본 학습 플랫폼



* 자본주의의 핵심축인 시장과 시장을 구성하는 다양한 플레이어들에 대한 이해를 통해 시장의 변화에 대한 동인을 도출한다. 시장이 변화하고 있는 이유와 이로 인한 결과가 우리에게 어떤 영향을 미칠 수 있는지 논의한다.

다음주 수업주제

- 기업과 시장 그리고 소비자 2
 - 기업의 변화
 - 시장의 변화와 함께 기업은 어떻게 변화하고 있는가?
 - 시장과 기업의 변화 간의 차이점
 - 주제별 모듈선택: 자본주의 4.0, 이윤추구, 소비자 변화, 정부역할, 배달의 민족, 기타+α

수업노트 #5

5주차

이번주 수업주제
○ 기업과 시장 그리고 소비자 2 - 기업의 변화 - 시장의 변화와 함께 기업은 어떻게 변화하고 있는가? - 시장과 기업의 변화 간의 차이점 - 주제별 모듈선택: 자본주의 4.0, 이윤추구, 소비자 변화, 정부역할, 배달의 민족, 기타+α
예습내용
수업 및 토론내용 & 새롭게 배운 내용
○ 자본주의 시장의 주요 플레이어 : 기업 - 기업은 크게 생산과 혁신을 중심으로 시장에서 활동. 이를 통해 기업은 소비자들이 만족할 수 있는 제품과 서비스를 제공하고, 자본을 축적. 축적된 자본은 새로운 혁신과 시장확대를 위해 활용하며 지속적 성장과 발전을 위한 토대가 됨 - 기업이 추구하는 가치의 변화와 변화의 원인 사회변화: 사회적 가치와 역할 변화. 현재 사회는 기업에 대해 사회적 책임을 다하는 것을 기대하고 있으며, 환경문제, 노동자 권리, 다양성 등의 사회적 이슈가 중요하게 부상. 기업은 이러한 문제를 적극적으로 대응해야 할 필요성이 높아지고 있음 경쟁 환경 변화: 기업은 경쟁에서 필연적으로 생존하기 위해 새로운 가치와 역할을 추구해야 함. 디지털 기술과 인공지능 등으로 요약되는 기술혁신은 이 과정에서 새로운 경쟁자와 상품, 서비스를 탄생시킴 소비자자의 변화: 소비자들은 기업의 가치와 역할에 대해 과거보다 더욱 많은 관심을 표명. 과거에 중시되던 제품 또는 서비스의 품질과 가격 이외에도 기업의 사회적 책임과 환경보호, 인권과 기업의 지배구조 등에 대한 기대가 높아짐 법적 규제의 변화: 예를 들어 환경보호에 대한 법적 규제가 강화되면 기업은 친환경적인 제품 또는 서비스를 제공하는 것이 필수적, 또한 노동자 권리와 안전에 대한 법적 규제가 강화되면, 기업은 노동자 권리와 안전을 보장하기 위한 노력을 기울여야 함 ○ 기업의 변화를 이해하는 다양한 시선 - 전통 자본주의 패러다임의 붕괴 - 자본주의 4.0 등 자본주의에 대한 새로운 해석과 이해 ○ 새로운 기업유형의 등장과 시장 과점과 독점의 문제 - 플랫폼 기업과 빅테크 기업의 등장이 가져온 문제: 시장과점은 기업이 시장에서 지배적인

위치에 있어 경쟁업체의 진입이 어렵게 되는 상황을 말함. 플랫폼 기업들은 다양한 경쟁자들과의 경쟁에서 우위를 점하고, 거대한 고객 데이터와 광고 수익 등의 장점을 보유하고 있기 때문에 시장과점의 위험이 상존. 이러한 시장과점은 경쟁을 억제하고, 소비자의 선택권을 제한하며 가격을 인위적으로 조작할 수 있다는 문제점을 내재하고 있음

- 독점문제는 한 기업이 특정 시장에서 독점적인 지위를 가지고 있을 때 발생하는데, 플랫폼 기업들은 특정 시장에서 지배적인 위치를 점하면서, 경쟁 업체들을 제외시키거나 거대한 시장 접근 장벽을 만들어 경쟁 업체들의 진입을 어렵게 만들면서 자신의 이익과 지배력을 공고하게 유지하려 함. 이는 소비자의 선택권을 제한하고, 혁신을 억제하는 등의 문제점을 노출

- 시장 과점과 독점이 불러온 나비효과

2020년 10월, 미 하원 사법위원회 산하 반독점, 상업 및 행정법 소위원회는 <디지털 시장의 경쟁 조사> 보고서를 발표. 조사 목적은 디지털 시장에서의 경쟁 문제, 지배적 기업이 반경쟁 행위에 관여하고 있는지 검토, 기존 반독점법, 경쟁 정책, 현행 집행 수준이 문제를 해결하는데 적절한지 평가하는 것. 이 보고서는 다음과 같은 내용을 담고 있음

- 디지털 시장은 네트워크 효과, 전환 비용(switching costs), 정보의 자기강화적인 이점, 규모에 따른 수확체증 등의 특성을 가지고 있어 승자독식 경향을 보이며, 이는 새로운 경쟁자가 시장에 진입하는데 있어 진입장벽으로 작용하고 있음

- 소수 빅테크 기업으로의 시장 집중은 막대한 양의 인수합병의 결과이며 ‘킬러 인수(killer acquisition)’을 통해 실질적, 잠재적 경쟁이 소멸함

- 빅테크는 온라인 플랫폼을 운영하면서 제3자 업체가 소비자와 연결될 수 있도록 매개하는 동시에, 이들과 특정 상품을 두고 경쟁하는 이중의 역할을 수행하고 있으며, 이에 반경쟁 행위에 대한 우려가 제기되고 있음. 이러한 반경쟁 행위에는 “데이터 착취(data exploitation)”, “자기 사업 우대(self-preferencing)”, “핵심 기술의 부당 취득(appropriation of key technologies)”, “플랫폼 정책의 급격한 변경(abruptive change to a platform’s policies)” 등이 있음

- 이러한 플랫폼의 시장지배력은 혁신과 기업가 정신을 위축시키고, 개인정보보호에 부정적 영향을 미치며, 자유롭고 다양한 언론의 형성을 저해하고, 정치적, 경제적 자유를 위협할 우려가 있음. 보고서는 페이스북, 구글, 아마존, 애플 등 4개 지배적 기업의 시장지배력, 인수합병 과정, 그리고 이들 기업이 어떻게 반경쟁 행위를 행사했는지 분석하였는데, 보고서는 반독점 개혁을 위한 다음과 같은 3가지 방안을 권고하고 있음. 디지털 시장의 공정한 경쟁 촉진, 합병 및 독점화와 관련된 법률 강화, 반독점법의 강력한 감독 및 집행 권한 회복

* 자본주의 시장의 주요 플레이어인 기업의 기능과 역할에 대한 기본적인 이해를 진행한다. 이를 통해 기업의 존재 이유에 대해 고찰한다. 시장과 기업의 변화의 차이점을 살펴보고, 기업의 과점과 독점이 불러오는 예기치 못한 영향력과 이로 인한 불공정 문제에 대해 토론한다.

다음주 수업주제

○ 기업과 시장 그리고 소비자 3

- 소비자의 변화
- 소비자가 변화하면 시장과 기업도 변화
- 시장, 기업, 소비자 등 자본주의를 구성하는 주체들의 기능과 역할, 변화
- 선택 주제에 따른 단위별 학습 콘텐츠 모듈에 따라 각 모듈들의 변화과정을 추적

수업노트 #6

6주차

이번주 수업주제
○ 기업과 시장 그리고 소비자 3 - 소비자의 변화 - 소비자가 변화하면 시장과 기업도 변화 - 시장, 기업, 소비자 등 자본주의를 구성하는 주체들의 기능과 역할, 변화 - 선택 주제에 따른 단위별 학습 콘텐츠 모듈에 따라 각 모듈들의 변화과정을 추적
예습내용
수업 및 토론내용 & 새롭게 배운 내용
○ 자본주의 시장의 주요 플레이어 : 소비자 - 수요의 형성: 소비자는 시장에서 원하는 상품이나 서비스를 구매하고, 이를 통해 수요를 형성. 이러한 수요에 대한 요구는 기업들이 상품을 생산하고 판매하는 데 있어 중요 - 시장 조절: 시장에서 판매되는 상품의 품질, 가격, 서비스 등을 평가하고 선택하는 역할. 이를 통해 소비자는 시장을 조절하고, 기업들의 경쟁을 유도 - 소비 패턴의 변화: 소비자의 소비 패턴에 따라 기업들은 새로운 제품을 개발하거나 기존 제품을 개선하는 등의 전략을 수립할 필요성이 제기됨. 이는 기업들의 경쟁력과 혁신을 촉진 - 소비자 보호: 소비자는 제조자나 판매자가 제공하는 상품이나 서비스에 대해 불만을 제기하거나 소비자 보호 기관에 문의할 수 있는 권리를 가짐. 소비자의 권리와 보호는 시장의 건전성과 안정성을 유지하는 데 중요 역할을 수행 ○ 소비자가 변화하는 이유 - 기술의 발전: 인터넷과 모바일 기술 등 첨단기술의 발전으로 인해 소비자들은 과거보다 더욱 쉽게 정보를 얻을 수 있음. 이에 따라 소비자들은 더 다양한 제품과 서비스를 비교하고 선택할 수 있음 - 다양한 소비 패턴: 현재 소비자들은 과거에는 존재하지 않았던 다양한 소비 패턴을 갖고 있음. 예를 들어 특정 소비자들은 환경, 윤리, 건강 등의 문제에 대한 높은 관심을 소비활동과 연결하고 있으며, 이러한 관심에 맞는 제품과 서비스를 선택하고 구매하는 경우가 증가하고 있음 - 개인화: 소비자들은 자신에게 맞는 제품이나 서비스를 찾기 위해 더 많은 정보를 수집하고 개인적인 요구에 따라 구매하는 경향이 커지고 있음. 기업들은 고객에게 맞춤형 상품과 서비스

를 제공하는 것이 경쟁력을 확보하는 데 필수적

- 사회적 영향력: 소셜미디어와 같은 플랫폼을 통해 소비자들은 자신의 생각과 경험을 공유하고 나아가 기업들에게 영향을 직접적으로 끼치고 있음. 기업들은 소비자들의 의견을 수용하고, 제품과 서비스를 개선하는 것이 필요

- 사회적 가치의 중요성에 대한 인식

- 경제적 변화: 최근 경제적 변화는 소비자들의 구매에도 영향. 경제 불황, 물가상승, 코로나 19 팬데믹과 같은 사회적 변화는 소비자들의 소비량과 소비를 변화시키는 요인으로 작동

- 이러한 변화들은 소비자들의 요구와 욕구가 과거와 비교해 더욱 다양해지고, 더 많은 정보와 선택권을 요구하게 되므로 기업들은 더 많은 변화와 혁신을 추구해야 함

○ 플랫폼 기업과 소비자의 효용과 선택

- 플랫폼 기업은 많은 소비자들에게 다양한 상품과 서비스를 제공함으로써 소비자들의 효용을 높이는 역할. 플랫폼 기업은 빠른 속도로 변화하는 기술과 소비자의 요구에 부합하는 새로운 제품과 서비스를 지속적으로 개발하고 제공함으로써 소비자들의 효용을 높이고, 더 많은 선택권을 제공

- 소비자들은 이러한 플랫폼 기업의 제공하는 제품과 서비스 중에서 자신에게 가장 맞는 것을 선택하며, 이를 통해 자신의 효용을 극대화. 또한, 소비자들은 이러한 선택권과 정보를 통해 자신이 원하는 제품과 서비스를 더 쉽게 발견하고, 더 나은 가격과 품질의 제품을 구매할 수 있음

- 하지만 이러한 효용과 선택과정에서 소비자들이 플랫폼 기업의 독점적인 지배력에 대한 우려를 고민할 필요가 있음. 플랫폼 기업은 경쟁업체를 배제할 수 있고, 소비자들을 플랫폼 내에서 제한적인 선택권으로 묶는 독점적인 위치를 점차 높여가고 있기 때문. 이러한 문제를 해결하기 위해서는 규제와 경쟁적인 시장 환경에 대한 보장이 법, 규제 등을 통해 지원되어야 함

- 소비자가 직면한 딜레마: 편의성과 효용, 사회적 가치의 추구 중 무엇을 선택하는 것이 옳은 것이며, 이익이 될 것이냐의 문제

* 소비자의 역할과 기능이 시대를 달리하며 어떻게 변화하고 있는가에 대해 살펴본다. 이를 통해 소비자 변화의 이유와 목적을 이해한다. 특히, 시대와 기술변화에 따라 맞게된 새로운 유형의 기업 등장에 따라 소비자가 직면한 다양한 선택과 딜레마 상황에 대해 논의한다.

다음주 수업주제

○ 기업과 시장 그리고 소비자 4

- 정책과 정부의 변화

- 시장, 기업, 소비자 그리고 정부

- 선택 주제에 따른 단위별 학습 콘텐츠 모듈에 따라 각 모듈들의 변화과정을 추적

수업노트 #7

7주차

이번주 수업주제
○ 기업과 시장 그리고 소비자 4 - 정책과 정부의 변화 - 시장, 기업, 소비자 그리고 정부 - 선택 주제에 따른 단위별 학습 콘텐츠 모듈에 따라 각 모듈들의 변화과정을 추적
예습내용
수업 및 토론내용 & 새롭게 배운 내용
○ 자본주의 시장을 조율하는 정책과 정부의 역할 - 대표적으로 시장에서 정부를 정책(법, 규제 등)을 통해 기업들이 경쟁적인 시장에서 상호 경쟁하면서 서로 경쟁력을 키우는 것을 촉진하거나 공정한 게임이 진행되기 위한 다양한 역할을 수행. 정부는 이러한 규제 역할을 통해 시장 내에서 공정한 경쟁을 유지하고, 기업들이 고객과 소비자의 권리를 존중하며, 환경과 사회적 가치를 고려한 경제활동을 할 수 있도록 함. 예를 들면, 기업들의 광고 실천 규제, 공정거래법, 산업안전보건법 등의 법, 규제가 여기에 해당함 - 정부는 상황에 따라 시장에 대응하며, 개입함. 예를 들어, 고용과 외환 등의 문제가 발생할 경우 정부는 이를 해결하기 위해 적극적인 개입과 중재를 시도할 수 있음. 또한, 정부는 사회적 가치를 고려한 경제 발전을 지원하며 그에 따른 정책을 수립하는데, 예를 들어, 친환경적인 정책을 수립하여 환경보호를 촉진하거나, 각종 산업의 발전을 지원하는 정책 등을 통해 특정 산업과 기업을 육성할 수 있음 - 시장에 정부가 개입하는 이유와 목적: 시장은 경쟁과 수요와 공급의 상호작용성에 의해 작동하는데, 시장은 항상 최적의 결과를 산출하지 못함. 이는 시장의 불완전성, 균등성의 결여, 공정성의 결여 등 수없이 많은 불확실성 요인으로 인해 발생. 이러한 시장의 한계는 정부가 개입하여 시장의 기능을 보완하고, 사회적 가치 등을 추구하는 데 당위성을 부여 - 특히, 사회적 가치의 추구는 전통 자본주의 시장에서 기업들이 이윤추구만을 목적으로 활동하는 경향성이 높는데, 이로 인해 환경, 노동 문제 등 다양한 문제들이 노출될 수 밖에 없음. 이러한 문제를 사전에 예방하고 해결하기 위해 정부는 환경보호, 노동권 보호, 소비자 보호 등의 사회적 가치에 대한 수행을 기업에 요구, 지원, 조율 등을 통해 적극적으로 개입 - 정부는 국가와 사회의 발전을 위해 지속적인 경제발전을 추구하는데, 이 과정에서 경제시스템은 정부의 일정한 규제와 안정성을 통해 유지 및 발전할 수 있음

○ 시장, 기업, 소비자 그리고 정부

- 시장과 기업이 상호작용하는 과정에서 경쟁과 이윤추구가 중요. 경쟁은 기업들이 더 나은 제품과 서비스를 제공하기 위해 경쟁하며 시장의 효율성을 높임. 그러나 경쟁이 과도하게 진행 되면 가격 경쟁이 치열해지면서 제품 품질이 영향을 미침. 또한, 이윤추구는 기업이 경쟁을 통해 이익을 창출하기 위한 활동이지만 환경, 노동문제 등과 같은 다양한 부작용을 야기

- 소비자는 시장에서 기업들이 경쟁하고, 이윤추구를 하는 과정에서 제공하는 제품과 서비스를 선택하는 주체이자, 기업들이 제품 개발과 품질 향상을 위한 동기를 제공하는 역할을 수행. 그러나 소비자들이 비판적이지 않거나, 제대로 된 정보를 가지고 있지 않다면, 기업들이 제공하는 제품과 서비스에 대한 품질과 안전성을 보장받지 못할 수 있음

- 정부는 시장과 기업, 소비자와 상호작용에서 규제와 보호의 역할 수행. 이는 시장의 균등성과 공정성, 안정성을 유지하며, 환경, 노동, 소비자 보호 등의 사회적 가치를 추구하기 위함. 하지만 이러한 규제와 보호가 너무 많아지면 기업들의 경쟁과 이윤추구에 제약이 생길 수 있으며 최종적으로 경제적 성장을 저해할 수 있음

- 따라서, 시장, 기업, 소비자, 정부는 경쟁과 이윤추구, 규제와 보호의 역할과 함께 여러 부작용이 함께 존재할 수 있음을 이해하고, 이로 인해 발생하는 다양한 문제를 균형있게 조율하고 유지하는 것이 중요

* 자본주의 시장의 가장 강력한 주체인 정부의 기능과 역할에 대해 살펴본다. 이를 통해 시장, 기업, 소비자, 정부 간의 다양한 상호작용과 부작용 등에 대해 이해한다. 또한, 지속가능성을 중심으로 각 주체들이 어떻게 변화하고 있는지에 대해 구체적인 사례를 설명하고, 논의한다.

다음주 수업주제

○ 중간고사 또는 프로젝트 중간보고

수업노트 #9

9주차

이번주 수업주제
○ 기업과 시장 그리고 소비자 5 - 사회적 가치의 변화 - 사회적 가치가 자본주의 시스템에 미치는 영향 - 선택 주제에 따른 단위별 학습 콘텐츠 모듈에 따라 각 모듈들의 변화과정을 추적
예습내용
수업 및 토론내용 & 새롭게 배운 내용
○ 시장과 사회적 가치 - 현재 전 세계적으로 사회적 가치와 새로운 사회변화에 대한 패러다임 전환이 발생하고 있음. 정부와 공공기관, 시민사회, 기업 등을 포함해 모든 사회구성 주체들이 모여 관련 논의를 활발하게 진행하고 있음. 사회적 가치는 우리나라에서는 사회적가치기본법을 통해 다음과 같이 정의하고 있음. 사회적 가치란 사회, 경제, 환경, 문화적 영역에서 공공의 이익과 공동체 발전에 기여하는 가치를 말함. 세부적으로는 인권의 보호, 안전한 근로환경의 유지, 보건복지의 제공, 노동권의 보장과 근로조건의 향상, 사회적 약자에 대한 기회제공과 사회통합, 대중소기업의 상생과 협력, 양질의 일자리 창출, 지역사회 활성화와 공동체복원, 지역경제 공헌, 윤리적 생산을 포함한 기업의 자발적인 사회적 책임 이행, 환경의 지속가능성 보전, 민주적 의사결정과 참여의 실현, 그밖에 공동체의 이익실현과 공공성 강화 등으로 정의 - 영국: 사회적 가치는 전통적으로 소셜, 비영리 섹터가 만들어 내는 가치, 공공가치 또는 시민적 가치를 말함. 공공서비스법에서는 사회적, 환경적, 경제적 웰빙(Well-being). 기업에서는 이해관계자들을 배려하기 위해 경영활동 과정에 선제적으로 반영하는 가치로 정의 - 미국: 기업에서는 사회문제 해결을 통해 창출되는 가치(CSV)로 이해. 전통적으로 기업의 책임은 경제적 이윤창출에 집중되어 왔음. 기업이 이윤을 창출하는 과정에서 환경오염, 자원고갈, 부정부패 등 여러 가지 사회문제를 제기되었고, 이에 따라 기업은 경제적 책임뿐 아니라 사회적, 환경적 책임 등을 포함한 보다 넓은 범위의 책임을 요구받게 됨. 미국을 포함한 대부분 국가에서 사회적 책임에 대한 기업관점의 구체적 형태로 공유가치창출 개념 제시 - 기업의 사회적 책임(CSR: Corporate Social Responsibility)은 이와 같은 시기에 제안된 것으로 기업의 사회에 대한 책임과 역할이 더욱 강화. 기업들이 CSR 전담부서를 통해 다양한 사회공헌 활동을 확대해나가는 시기 - 문제는 기업들이 수많은 시간과 막대한 비용을 투자하여 CSR을 실천하고 있음에도 기업을

둘러싼 양극화, 빈곤 등 위험요소들이 지속적으로 높아지고 있는 것. 따라서 기업이 사회문제해결에 능동적인 주체로 참여해 해결에 기여해야 한다는 주장이 등장

- 이러한 과정에서 등장한 것이 창조적 자본주의(Creative Capitalism), 자본주의 4.0(Capitalism 4.0), CSR 3.0, 인클루시브 비즈니스(Inclusive Business), 사회적 혁신(Social Innovation) 등의 개념. 공유가치창출(CSV: Creating Shared Value)은 CSR이 가지고 있는 한계를 극복하기 위해 새롭게 등장한 경영 패러다임

- CSV는 경제적 가치와 사회적 가치를 동시에 창출하여 공유가치의 총량을 확대하는 비즈니스 모델로 제시되었으며, 기업의 사회변화 유도(사회이익)와 비즈니스 가치증대(기업성과)를 연결시키는 접근방식. CSV의 핵심은 기업이 직면한 사회·환경 문제에서 새로운 비즈니스 기회를 모색하는 것. 해결해야 하는 사회문제를 비즈니스 영역에 포함시키고, 사회문제 해결과 기업의 이윤 창출 활동을 함께 달성하는 것

- Michael, E. Porter and Mark R. Kramer(2011), Creating Shared Value: How to Reinvent Capitalism and Unleash a Wave of Innovation and Growth, Harvard Business Review: CSV는 기업이 운영하고 있는 지역사회의 경제, 사회적 조건을 동시에 향상시키고, 기업의 경쟁력을 강화할 수 있는 운영 방식 및 정책을 가리키는 개념

- 사회혁신가 제프 멀건: 사회적 가치는 한 사회에서 어떤 현상, 사물, 행위 등이 구성원들에게 의미 있고 바람직하다고 인정되는 것을 뜻함. 구체적으로 형평과 공정, 공유와 협력, 투명과 신뢰 등

- 일반적으로 사회적 가치는 정치적 이념이나 지향성과는 무관하게 사람, 공동체, 사회의 이상적인 모습과 바람직한 가치를 실천하고 구현하는 것을 의미. 사회적으로 옳고 의미있고 바람직한 것을 말함. 사회적 행위에 대한 규범적 역할. 과거 우리나라의 경우, 경제성장이 국가의 존재 이유이자 유일한 지향 가치였음. 87년 민주화 항쟁 이후 민주주의, 인권, 참여, 환경 등 경제적 가치로 환원될 수 없는 다양한 가치들이 국정과제 또는 정책 패러다임에 포함되기 시작함. 지속가능발전, 사회의 질, 사회적경제, 사회혁신, 기업의 사회적 책임과 공유가치 창출, 공공성과 공공서비스에 관한 논의가 본격적으로 시작. 우리나라 기업들은 사회적 가치에 대해 CSV개념을 통해 접근하는 경우가 높은 편

- 사회가 당면한 문제와 위기의 수준에 따라, 추구하는 가치도 변화함. 따라서 사회가 지향하는 가치들은 다양하게 구성되며, 사회적 가치의 내용 역시 지속적으로 변화함. 특히, 2008년 금융위기 이후 신자유주의가 한계에 드러나고, 소득 불평등이 경제성장에 심각한 악영향을 미치고 있다는 점이 제시되면서 주목받음. 오늘날 사회적 가치는 단순한 경제적 효율성을 넘어 사회적 형평 등의 문제가 사회적 가치로 부각되고 있음

- 사회적 가치는 최근 ESG(환경, 사회책임, 기업지배구조)를 중심으로 강화되고 있으며, RE100, CF100 등 새로운 기준과 방향을 제시하며 확장되고 있음. 2008년 글로벌 경제위기와

코로나19 충격을 계기로 ESG 등과 같은 비재무적 가치의 중요성이 급부상하고 있기 때문임. 기업의 지속가능성을 담보하기 위해 경제 및 재무적 요소뿐만 아니라 ESG, RE100 등과 같은 비재무적 요소의 중요성이 점차 증대되고 있음

ref) RE100(Renewable Electricity 100%): 기업이 필요한 전력량의 100%를 태양광·풍력 등 친환경 재생에너지를 통해 사용하겠다는 기업들의 자발적인 글로벌 재생에너지 이니셔티브. RE100 캠페인은 국제 비영리 환경단체인 The Climate Group과 CDP가 연합하여 2014년 처음 발족되었고, 2014년 파리협정의 성공을 지원하기 위한 캠페인으로 시작. Google, Apple, MS, BMW, GM 등 글로벌 기업을 중심으로 기업의 사용전력에 대한 재생에너지 사용 비중을 점진적으로 확대하고 있으며, 최근에는 이와 같은 글로벌 기업을 통해 국내 대기업들의 참여도 요구받고 있는 상황. 예를 들어 글로벌 기업들은 RE100 이니셔티브에 참여를 요구하고, 자사 협력사나 부품·서비스 제공사에 재생에너지 이용을 요청하고 있으며, 특히 기업 간의 거래 계약서 등의 공식 문서를 통해서도 명시적인 납품요건으로서 재생에너지 사용을 요구하고 있음. cf) CF100

○ 사회적 가치를 통해 추구하는 미래

- 시장과 사회를 주도하는 소비자들의 가치변화에도 주목해야 함. 현재 소비자들은 기업제품 자체뿐 아니라 기업이 환경과 사회에 미치는 영향을 중요시하고 있음. 특히, 대기업과 플랫폼 독과점의 폐해로 인한 양극화 문제, 기후변화와 지구 온난화 문제 등에 후속세대인 MZ들의 관심이 높아지고 있음

* 자본주의 시스템이 현재까지 추구하던 절대적인 신념과 가치에 대해 살펴본다. 이러한 절대적 가치가 최근 지속가능성을 중심으로 사회적 가치로 변화하고 있는 근본 원인을 이해한다. 경제적 가치보다 사회적 가치가 지속가능성에 더 높은 평가를 제시할 수 있는 이유에 대해 논의한다.

다음주 수업주제

○ 기업과 시장 그리고 소비자 6

- 지속가능성이 부상한 이유
- 지속가능 기업의 조건, ESG
- 선택 주제에 따른 단위별 학습 콘텐츠 모듈에 따라 각 모듈들의 변화과정을 추적

수업노트 #10

10주차

이번주 수업주제
○ 기업과 시장 그리고 소비자 6 - 지속가능성이 부상한 이유 - 지속가능 기업의 조건, ESG - 선택 주제에 따른 단위별 학습 콘텐츠 모듈에 따라 각 모듈들의 변화과정을 추적
예습내용
수업 및 토론내용 & 새롭게 배운 내용
○ 지속가능성 - 지속가능한 발전을 추구하기 위해 국가는 환경보호, 에너지 절약, 탄소 배출 감소 등의 법적 제한과 규제를 시행하고 있으며, 지속가능한 발전을 위한 기술 개발과 연구를 지원하고, 환경 친화적인 산업을 육성하여 일자리 창출과 경제 성장을 도모해야 함. 사회 전반적으로도 환경보호와 에너지 절약, 탄소 배출 감소 등 우리 모두의 문제에 대한 인식과 가치를 이해하려는 노력이 필요. 지속 가능한 소비와 생활 습관을 강조하고 지속가능한 에너지 이용 및 친환경적인 방식으로 교통을 이용하는 등의 노력도 필요. 기업관점에서 기업은 경제적인 성장을 추구하면서도 지속가능한 발전을 실현할 수 있어야 함. 환경 친화적인 생산 방식과 제품을 개발하고, 탄소 배출량을 줄이며, 재활용과 폐기물 처리 등에 노력해야 함. 또한, 사회적 책임과 정부가 요구하는 규제 및 법적 요구를 준수하면서 지속가능한 발전을 추구해야 함. 이를 통해 경제적인 이익과 환경, 사회적 이익을 동시에 추구할 수 있음 - 지속가능 기업의 새로운 대안, ESG: 환경(Environmental), 사회(Social), 지배구조(Governance)의 영문 첫 글자를 조합하여 만들어진 개념으로 기업 경영의 지속가능성을 달성하기 위해 요구되는 3가지의 핵심 요소를 일컫음. 기업의 지속 가능한 성장과 생존에 직결되는 핵심가치로 기후변화 및 탄소배출문제, 환경오염 및 환경규제, 생태계 및 생물 다양성 문제, 자원 및 폐기물 관리, 에너지 효율, 데이터보호 및 프라이버시, 인권과 성평등과 같은 다양성, 지역사회 관계, 공급망 관리, 근로자 안전, 기업의 이사회 및 감사위원회 구성과 같은 지배구조 문제, 뇌물 및 반부패, 기업윤리, 공정경쟁, 공정무역, 컴플라이언스 등의 문제들이 ESG에 포함 ○ 사회적 가치를 추구하는 기업 - 사회적 가치를 구성하는 기준과 조건: SK 사회적가치연구원에서 제시한 사회적 가치 측정 모델은 SV(Social Value) 모델. SV 모델은 다음과 같은 세 가지 영역으로 구성 첫째, 비즈니스 활동의 영향력 영역으로 기업이 생산하는 제품이나 서비스 등이 사회적 문제

해결과 지속 가능한 발전에 어떠한 영향을 미치는지 측정

둘째, 경영수행의 지속 가능성 영역으로 기업의 경영수행이 지속 가능한가를 측정

셋째, 사회적 지속 가능성 영역으로 기업이 지역사회나 환경, 노동권 등 사회적 가치를 얼마나 고려하고 있는지 측정

사회적 가치(SV) 측정 영역



사회적 가치 측정 요소에는 다음이 고려될 수 있음

경영자유도: 기업의 경영자의 주도권이 보장되고 있는 정도, 이사회 효과성: 이사회가 기업의 목표 달성에 미치는 영향력, 이사회 독립성: 이사회의 독립성 정도, 경영진 효과성: 경영진의 역할과 업무 수행 능력, 경영진 윤리성: 경영진의 윤리적인 역할 수행 정도, 직원 만족도: 직원들의 만족도와 업무 수행 능력, 직원 평등성: 직원들 간의 평등한 대우 정도, 직원건강경영: 직원의 건강 유지와 관리, 고객만족도: 고객들의 만족도와 서비스 제공 능력, 고객 안전성: 고객들의 안전을 보장하는 능력, 사회적 참여: 지역사회 및 사회 전반에 대한 참여 정도, 환경보호: 환경보호에 대한 노력과 성과, 기부활동: 사회공헌 활동 및 기부 정도, 브랜드평판: 브랜드 이미지 및 평판, 재무성과: 기업의 경제적 성과와 안정성, 채권자만족도: 채권자들의 만족도와 대우, 주주만족도: 주주들의 만족도와 대우, 사회적기업평판: 사회적 가치 및 사회적 기업 평판

ref) <https://esgame.svhub.co.kr/>

ref)

사회성과 측정산식 예시

* 출처: CSES 사회적가치 연구원



* 지속가능성을 중심으로 재편되고 있는 자본주의 시스템과 이를 둘러싼 주요 플레이어의 변화를 살펴본다. 또한, 사회적 가치를 추구하는 기업의 모습과 사회적 가치를 구성하는 기준, 조건에 대해 논의를 진행한다.

다음주 수업주제

- 디지털사회와 플랫폼 비즈니스 1
 - 수확체증법칙과 승자독식구조
 - 디지털 사회와 빅테크 기업의 등장

수업노트 #11

11주차

이번주 수업주제
○ 디지털사회와 플랫폼 비즈니스 1 - 수확체증법칙과 승자독식구조 - 디지털 사회와 빅테크 기업의 등장
예습내용
수업 및 토론내용 & 새롭게 배운 내용
○ 디지털사회 - 디지털화: 디지털 기술 발전으로 인해 사람들의 일상생활과 사회 전반적 혁신. 모바일, 인터넷, 인공지능, 빅데이터 등이 활발하게 활용되며, 이러한 기술들은 사회의 모든 측면에서 빠른 변화를 가져옴 - 정보 접근성 증가: 디지털화로 인해 정보 접근성 향상. 인터넷과 모바일 기기를 통해 언제 어디서든 정보를 얻을 수 있음 - 이외에 소셜미디어가 소통을 위한 중요한 플랫폼으로 작동하고, 노동시장에 혁신기술이 적용되면서 환경과 인력, 직업 소멸과 생성에 영향을 받음. 기존 산업과는 달리 혁신기술을 중심으로 새로운 기업과 비즈니스가 등장하고, 사생활 등 개인정보 문제가 부각되는 사회 - 정보의 양과 속도: 인터넷, 모바일 등 디지털 기술을 통해 정보를 얻을 수 있으며, 이에 대한 처리 속도가 빠르며, 소셜 미디어 등을 통해 정보를 쉽게 공유하고 소통 - 경제 구조의 변화: 인터넷 쇼핑몰, 플랫폼 기업 등 새로운 경제 구조 등장. 또한 블록체인, 인공지능 등의 기술이 적용되면서 금융, 보안 등 다양한 분야에서도 변화 발생 - 생산과 소비의 변화: 디지털 기술을 통해 생산과 소비의 과정 변화. 예를 들어 3D 프린팅, 로봇 기술 등을 이용하면 제품 생산 방식이 변화하고, 인터넷을 통한 쇼핑이 늘어나면서 소비자들의 소비 방식도 변화 - 커뮤니케이션의 변화: 디지털 기술을 통해 사람들은 지리적, 시간적 제약 없이 소통. 이에 따라 새로운 소통 방식과 문화 등장 - 교육 방식의 변화: 온라인 교육, 원격 교육 등 다양한 교육 방식 등장. 시간과 장소의 제약을 극복하고 보다 효율적인 교육이 가능

- 새로운 비즈니스 모델, 소비자-플랫폼-기업

○ 디지털 사회와 시대를 이해하는 키워드

- 수확체증법칙: 수확체증은 미시 경제학의 기본 개념인 수확체감과 반대되는 개념으로 생산 요소의 투입을 늘렸을 때 생산량이 생산요소의 증가율보다 큰 비율로 증가하는 것을 말함. 인터넷 시대에 수확체증의 법칙이 적용되는 전형적인 분야는 지식집약적 산업. 산타페 연구소의 브라이언 아서 교수는 지식집약적 산업에서 수확체증이 나타나는 원인으로 다음의 2가지를 들고 있다. 첫째, 높은 신제품 개발 비용(Up-front cost)과 저렴한 단위 생산비용. 두 번째는 소비자 타성(Customer Groove-in)이다. 지식집약제품은 사용자가 익숙해 지는데 상당한 시간과 노력을 필요로 하는 경우가 많아 새로운 브랜드의 수용이 쉽지 않음

- 승자독식구조: 승자독식구조(Winner-takes-all)는 경쟁이 치열해질수록 이기는 것이 모두를 이길 수 있게 됨을 의미. 즉, 상대방을 이긴 기업, 제품, 서비스가 시장에서 독점적인 지위를 차지하게 되는 경향. 이는 디지털사회에서는 플랫폼 경쟁이 치열해짐에 따라 유사한 서비스나 제품을 제공하는 기업 중에서는 소수의 기업만이 시장을 지배하게 되는 경향을 설명할 때 언급

- 두 현상 모두 경쟁이 치열해질수록 시장에서 지배적인 위치를 차지하는 기업이 더욱 강화되는 현상으로, 디지털사회에서는 플랫폼 기업들이 주로 이에 해당. 이러한 현상이 지속될 경우 시장의 다양성과 참여 가능성이 저하될 수 있으며, 이는 경제적, 사회적, 문화적 문제를 야기할 수 있음

○ 빅테크 기업의 등장

- 빅테크(Big Tech)란 기존의 정보기술(IT) 기업들보다 훨씬 크고 강력한 규모의 기술 기업을 가리키는 용어. 대표적인 빅테크 기업으로는 구글, 애플, 아마존, 페이스북, 마이크로소프트 등. 이러한 빅테크 기업들은 대부분 정보기술 분야에서 독점적인 지위를 점하고 있으며, 다른 기업들과의 경쟁에서 우위를 점하면서 매출과 이익을 꾸준히 증가시켜왔음. 하지만 빅테크 기업들은 이러한 경쟁우위로 인해 지속적인 비판과 규제의 대상이 되고 있음.

- 거대한 규모: 빅테크 기업들은 규모가 매우 큰데, 구글, 애플, 아마존, 페이스북, 마이크로소프트 등 대표적인 빅테크 기업들은 모두 시가 총액이 미국 화폐 기준으로 천억 달러 이상

- 독점적인 지위: 빅테크 기업들은 자사 제품 및 서비스에 대한 독점적인 지위를 가짐. 구글은 검색, 유튜브 등에서, 아마존은 전자상거래 및 클라우드 컴퓨팅에서, 애플은 스마트폰과 앱스토어에서, 페이스북은 소셜 네트워크에서 독점적인 지위를 보유함

- 데이터 수집과 활용: 빅테크 기업들은 대규모의 데이터를 수집하고, 이를 분석하여 서비스 개선 및 신규 비즈니스 모델 발굴에 활용

- 인공지능 기술의 발전: 빅테크 기업들은 인공지능 기술을 활용한 서비스 및 제품을 개발하

고 있으며, 이를 통해 새로운 시장을 창출

- 다양한 분야로 확대: 빅테크 기업들은 다양한 분야로 진출하며 그들의 시장지배력을 확대하고 있음. 예를 들어, 아마존은 영화 제작, 페이스북은 가상 현실, 구글은 자율 주행 분야 진출

* 아날로그 사회에서 디지털사회로 전환되는 과정에서 발생한 다양한 변화를 살펴본다. 특히, 가치의 변화가 급격하게 진행되는 가운데 등장한 플랫폼 비즈니스와 빅테크 기업의 모습을 다양한 사례를 통해 이해한다.

다음주 수업주제

○ 디지털사회와 플랫폼 비즈니스 2

- 빅테크 기업의 이점과 문제점

- 플랫폼 비즈니스, 플랫폼 기업과 공존가능한 사회적 가치는 무엇?

수업노트 #12

12주차

이번주 수업주제
○ 디지털사회와 플랫폼 비즈니스 2 - 빅테크 기업의 이점과 문제점 - 플랫폼 비즈니스, 플랫폼 기업과 공존가능한 사회적 가치는 무엇?
예습내용
수업 및 토론내용 & 새롭게 배운 내용
○ 플랫폼 비즈니스와 플랫폼 기업: 플랫폼(platform)은 승객이 기차나 지하철을 타는 공간을 가리킴. 플랫폼 경제에서 플랫폼의 개념은 한 집단을 다른 집단으로 연결해주거나 다른 서비스에 연결해 주는 징검다리 역할. 예를 들어 페이스북과 같은 플랫폼은 이용자와 이용자를 연결하고, 유튜브 같은 기업은 이용자와 이용자, 이용자와 콘텐츠를 연결함. 쿠팡과 같은 기업은 이용자와 상품을 연결하고, 배달의 민족은 배달서비스를 중심으로 서비스 이용자와 서비스 제공자를 연결함 - 플랫폼 경제와 플랫폼 비즈니스에서 시장은 중요한 개념으로 이해되며, 양면시장(two-sided market)의 특성을 구체적으로 살펴보야 함. 양면시장은 서로 다른 두 집단이 플랫폼이라는 공간을 통해 상호작용을 하면서, 서로에게 어떠한 가치를 창출하는 시장을 말함. 플랫폼을 사이에 두고 양쪽에 서로 다른 시장이 하나로 묶여 있는 것. 양면시장에서는 한쪽이 존재하지 않으면 다른 한쪽의 존재 의미도 사라짐 - 플랫폼 비즈니스에서 양면시장은 돈을 내는 쪽(money side)과 혜택을 받는 쪽(subsidy side)으로 구분. 예를 들어 구글은 구글을 무료로 사용하는 유저가 subsidy side, 구글에 광고를 올리는 광고주들이 money side로 이해할 수 있음. Subsidy side가 많아지면 money side도 비례해 커지며, 상대 시장이 커질수록 서로 이득을 볼 수 있는 구조. 따라서 플랫폼은 어느 한쪽에만 치우치기보다는 두 당사자 간의 균형이 중요. 하지만 현재 글로벌 및 국내 플랫폼 기업들의 상황을 살펴보면 이러한 균형이 중시되기보다는 기업의 일방적인 이익과 약탈적 경영이 가속화되고 있는 바람직하지 못한 상황이 지속되고 있음 - 플랫폼 비즈니스 5가지 핵심 요소(출처: Thomas Eisenmann, Geoffrey Parker, and Marshall W. Van Alstyne(2006), "Strategies for Two-Sided Markets", Harvard Business Review) - Network Effects: 플랫폼의 사용자가 많아질수록 플랫폼의 효용성이 높아지며 더 많은

유저들이 유입되는 현상. 예를 들어 전화라는 플랫폼은 전화기를 가진 사람이 많을수록 통화를 걸 수 있는 사람이 많아지며, 이는 플랫폼의 활용도와 가치를 높여주고 더 많은 사람이 전화를 쓰게 함

- Network Clustering: 플랫폼이 연결하는 유저들이 한 지역에 치우쳐 있을수록 플랫폼에 더 불리하며 더 넓은 유저층을 확보할 수 있을수록 유리. 예를 들어 우버와 에어비앤비를 들 수 있음. 보스톤에 있는 우버 운전자들은 샌프란시스코에 있는 승객들은 관심대상이 아님. 이용자의 전체 규모가 작기 때문에 리프트와 같은 경쟁사가 시장에 참여하기 쉬움. 이에 비해 에어비앤비는 전 세계의 숙박 제공자들과 숙박객들을 연결해 주기 때문에 더 큰 경쟁력이 있으며 경쟁사가 시장을 쉽게 진입하기 어려움

- Management of Disintermediation: 양면시장의 두 집단이 플랫폼을 거치지 않고 직접 거래를 하게 되는 것을 방지해야 한다는 점을 말함. 플랫폼을 통해 연결된 두 집단이 굳이 플랫폼을 사용하지 않고 직접 거래를 성립할 수 있게 된다면 해당 플랫폼의 존재 의미에 위협적 이 됨. 에어비앤비와 같은 경우 투숙객과 숙박업체와의 직접 거래를 막기 위해 숙소의 정확한 위치와 연락처를 투숙객이 돈을 지불하기 전까지 제공하지 않음

- Multi-homing: 비슷한 플랫폼을 유저들이 동시에 사용하는 현상. 사람들이 보통 우버만을 사용하지 않고 리프트도 동시에 쓰는 것이 한 예시. 미국 및 전세계 이커머스 (e-Commerce) 시장을 독점하고 있는 아마존은 박리다매 전략을 기반으로 경쟁력 있는 가격을 제시하고, 배송기간 단축, 무료배송, 쉬운 반품, 신뢰기반의 리뷰시스템 구축 등을 통한 차별화 된 서비스로 multi-homing을 막고 single-homing을 구축해냄

- Network Bridging: 플랫폼의 한 네트워크에서 얻은 데이터를 다른 네트워크 확장에 활용 하는 것. 카카오톡과 같은 경우 처음에는 메신저 앱으로 시작했지만 메신저 서비스로 축적한 유저들의 데이터를 활용하여 현재 송금, 지도, 검색, 게임, 배달, 쇼핑 등 다양한 분야의 서비스를 통합해 제공하는 종합 플랫폼 기업으로 성장

- 플랫폼 기업들이 주로 활약하고 있는 디지털 시장은 네트워크 효과(Network Effect), 네트워크의 가치가 증가할수록 커지는 막대한 전환 비용(Switching Cost), 축적되는 데이터와 수익 이 직결되는 구조, 규모가 커질수록 수익이 더욱 증대되는 수확체증의 법칙이 적용되는 독특성 을 가진 승자독식(Winner Take All) 시장. 문제는 승자가 모든 것을 독점하면서 시장을 좌지 우지하면서 경쟁 자체가 사라진다는 점. 모바일 시장에서 운영 체제를 포함한 하드웨어와 앱 스토어 등 서비스 시장까지 독점하고 있는 애플을 상대로 한 에픽게임즈의 문제제기는 바로 이 러한 디지털 시장의 승자독식 구조를 보여주는 명시적인 예임. 에픽게임즈의 이와 같은 반발이 공고화된 거대 플랫폼 기업들의 독특성을 해체할 수 있는 계기가 될 수 있을 것인지, 혹은 상 호 이익이 되는 새로운 대안을 만들어낼 수 있을 것인지 주목받고 있음

○ 사례를 통해 살펴본 빅테크, 플랫폼 기업의 이점과 문제점

- 애플, 구글
- 카카오, 배민

○ 플랫폼 비즈니스, 플랫폼 기업과 공존할 수 있는 사회적 가치의 가능성

- 플랫폼 비즈니스와 공존가능한 사회적 가치란 존재할까
- 우리는 디지털시대를 맞이하며 새롭게 등장한 애플을 비롯한 승자들을 통해 이전보다 더 나은 세상을 살아가고 있음. 스마트한 세상을 살면서 우리는 구글과 애플을 통해 세상을 보며, 페이스북을 통해 관계를 맺고 이야기하며, 아마존을 통해 생활하는 삶을 영위하고 있음. 하지만 이들 기업들이 구축한 플랫폼을 통해 플랫폼의 설계자이자 운영자로서 막강한 권한을 가지고 게이트키퍼(Gate Keeper)가 되어 제시한 가이드는 최근 에픽게임즈와 애플 분쟁사례를 통해서도 증명되었다시피 절대적. 따라서 우리는 이들이 결정한 가이드에 따라 개발된 수많은 어플을 통해 또한 세상을 바라보고 이해할 수밖에 없는 불공정한 세상을 살아가고 있음

- 글로벌 빅테크 기업을 사례로 들지 않더라도 카카오와 쿠팡, 배달의 민족과 같은 빅테크 기업들이 현재 어떻게 세상을 바꾸고 있는가를 살펴보면 그들이 우리에게 무엇을 가져왔으며, 무엇을 가져갔는지를 명확하게 알 수 있음. 우선 이용자들은 해당 플랫폼에만 접근하면 원하는 모든 것을 쉽고 편하게 얻을 수 있다는 점에서 유익. 또한, 플랫폼 구조 자체가 오픈마켓 형태로 누구나 손쉽게 참여하고 수익을 다양하게 창출할 수 있는 특징을 갖기에 기업에도 높은 이점이 존재. 플랫폼 사업자들도 초기 플랫폼이 형성되고 발전하는 과정에 해당하는 허니문(Honeymoon) 단계에서는 낮은 수수료 등을 포함한 다양한 지원을 플랫폼의 시장지배력을 확장함. 그러나 해당 분야에서 이들 플랫폼이 과점 또는 독점하는 순간, 우리가 그동안 누리왔던 유익함과 편리함, 저렴하고 합리적 비용은 오롯이 막대한 청구서가 되어 역습하는 모습을 우리는 반복적으로 목격함. 실제 플랫폼 참여자들을 통해 수익을 올리면서도 플랫폼 자체를 소유하고 있다는 이유로 수익 대부분을 플랫폼 사업자가 독점하는 불공정한 시장으로 전환되기 때문. 플랫폼 기업이 해당 플랫폼을 개발하고 성장시키며 발전시킨 노력과 투자는 당연히 인정되어야 하며 순기능도 분명 존재하고 있음. 그런데도 플랫폼이 정착되고 스스로 유기적으로 작동하는 단계에서조차 그들이 당연하게 누리고 요구하는 혜택과 이익은 너무도 탐욕스럽지 않은지 사회적 고민이 필요한 시점

* 빅테크, 플랫폼 비즈니스를 추구하는 기업들이 가져온 것과 빼앗아 간 것에 대해 고찰한다. 이를 통해 우리사회의 지속가능성과 사회적 가치를 중심으로 해당 기업들이 추구해야할 변화의 방향에 대해 논의한다. 또한, 사회적 가치와 해당 비즈니스, 기업이 공존할 수 있는 가능성이 존재하는가에 대해 토론한다.

다음주 수업주제

○ 플랫폼비즈니스와 사회적 가치, 공존 가능한 새로운 대안 1

- 공존가능한 대안과 실험적 아이디어 제안을 위한 프로젝트 구체화: 사회적 가치

수업노트 #13

13주차

이번주 수업주제
○ 플랫폼비즈니스와 사회적 가치, 공존 가능한 새로운 대안 1 - 공존가능한 대안과 실험적 아이디어 제안을 위한 프로젝트 구체화: 사회적 가치
예습내용
수업 및 토론내용 & 새롭게 배운 내용
○ 사회적 가치와 공존가능한 플랫폼 비즈니스와 기업의 가능성 - 카카오는 카카오택시로 시장지배력을 전이하면서 누구보다 손쉽게 택시 호출시장을 독점할 수 있었음. 초기 카카오택시는 택시를 호출하고 확인하고, 결제하는 등 기존의 불편함을 혁신한 서비스로 사용자들의 주목을 받았음. 하지만 해당 시장 대부분을 독점하는 순간, 이용자의 편의성을 내세운 카카오택시는 수수료를 더 지불해야 택시를 더욱 빠르고 쉽게 배차하는 정책을 도입함. 그 결과 전체적으로 택시 이용자와 택시기사 모두 이로 인한 혜택보다는 더 큰 비용을 지불하지만 이익은 플랫폼 사업자가 독식하는 불공정한 게임의 법칙이 적용되는 시장으로 전락 - 로켓배송을 통해 빠르게 국내 이커머스(e-Commerce) 시장을 점유한 쿠팡은 이용자들의 제공한 수많은 정보를 통해 이익을 높여가면서도 실제로는 이용자와 이익을 공유하거나 플랫폼 참여의 한 축인 물류 노동자들의 살인적인 스케줄과 비용에는 관심이 없어 반복적인 논란을 불러오고 있는 상황. 배달의 민족은 유니콘 기업으로 큰 성공을 거두었지만, 실제 가면 뒤에 가려진 그들의 진짜 모습은 그들이 최초 내세운 혁신 플랫폼을 통해 시장을 독점하면서 현재는 수수료 장사만 하고 있다는 비난에 직면해 있음. 도대체 그들을 통해 우리는 무엇을 얻고, 무엇을 잃고 있는 것일까에 대해 과연 공정하고 바람직한 것인지 사회적 가치 관점에서 고민해야함 - 공존 가능한 플랫폼 비즈니스와 기업은 다양한 형태로 존재할 수 있음. 예를 들어, 공유 경제 플랫폼이나 지역 커머스 플랫폼 등은 지역사회와 협력하여 지속 가능한 지역 경제 발전을 도모하고, 참여하는 모든 이해관계자들이 상호 협력적으로 혜택을 누리는 형태의 사업을 진행할 수 있는데, 이러한 플랫폼 비즈니스와 기업은 경제적 가치뿐만 아니라, 사회적 가치도 함께 창출하는 것을 목표로 제시할 수 있음. - cf) 무료 교육 플랫폼, 커뮤니티 기반 지역 서비스 플랫폼, 친환경 제품 판매 플랫폼, 공유 경제 플랫폼, 소셜 기부 플랫폼 등 ○ 지속가능한 사회적 기업과 플랫폼비즈니스 - 탐스(TOMS): 2006년 탐스슈즈로 창립한 탐스는 창업자 블레이크 마이코스키가 만든 신발 회사로 특별한 사회공헌활동으로 유명, 기부모델. 하지만!?

- 올버즈(All Birds): 2016년 양털로 만든 신발, 올버즈 브랜드 시작. 신발 전체를 친환경 소재로 구성, 탄소 배출을 줄인다는 명확한 목적을 갖고 신발을 제작. 신발제작과 관련한 기술을 오픈소스로 공개

- 명확한 목적과 사회적 가치를 반영한 생산공정, 탐스와 차이점은?

- 기업경영의 전반적인 활동에 사회적 가치가 반영되지 않는다면 경제적 가치와 이익을 고려하는 수많은 다른 기업들과 차별화하기 어려움

- 대안의 가능성은?

- 기존 거대 빅테크 기업들의 플랫폼 비즈니스를 공존가능한 대안을 적용해 재설계한다면?

○ 공존가능한 대안의 탐색과 아이디어

- 대안의 탐색, 어떻게 연결할 것이냐의 문제

- 아이디어 도출

* 플랫폼 비즈니스와 사회적 가치가 공존할 수 있는 다양한 가능성을 논의하고, 실제 구현가능한 대안과 아이디어를 제시한다. 이를 통해 우리사회가 추구해야할 사회적 가치의 방향과 의미를 구체적으로 이해하고, 고찰한다.

다음주 수업주제

○ 플랫폼비즈니스와 사회적 가치, 공존 가능한 새로운 대안 2

- 공존가능한 대안과 실험적 아이디어 제안을 위한 프로젝트 구체화: 사회적 가치를 내재한 지속가능 기업의 가능성

수업노트 #14

14주차

이번주 수업주제
○ 플랫폼비즈니스와 사회적 가치, 공존 가능한 새로운 대안 2 - 공존가능한 대안과 실험적 아이디어 제안을 위한 프로젝트 구체화: 사회적 가치를 내재한 지속가능 기업의 가능성
예습내용
수업 및 토론내용 & 새롭게 배운 내용
○ 사회적 가치와 공존가능한 플랫폼 비즈니스와 기업의 가능성 - 2020년 8월 14일, 애플의 앱 스토어(App Store)와 구글의 구글 플레이(Google Play)에서 한 게임 어플이 동시에 퇴출당하는 사건이 발생. 8월 13일, 에픽게임즈(Epic Games)는 자사가 개발한 포트나이트(Fortnite) 게임을 통해 자체 결제 시스템을 전격 도입. 포트나이트는 게임 내에서 사용하는 아이템(V-Bucks)를 구매하는 과정에서 애플과 구글을 통해 결제가 진행되는 IAP(In App Payment)뿐만 아니라 에픽게임즈를 통한 직접 결제(Epic direct payment)를 선택할 수 있고, 심지어 할인까지 제공 - 애플과 구글은 앱 스토어 정책과 규정 등 계약 위반을 들어 에픽게임즈의 포트나이트를 앱 스토어에서 모두 삭제. 모바일을 통해 해당 게임을 이용하고 있던 이용자들은 업데이트와 유지, 보수 등 어떤 지원도 양대 앱 스토어를 통해 진행할 수 없게 되었으며, 게임 이용조차 강제적으로 금지당하는 최악의 상황에 직면. 이에 에픽게임즈는 곧바로 애플을 반독점 위반(Sherman Act)으로 고소. 애플과 구글이 절대적인 영향을 미치고 있는 모바일 플랫폼과 앱 마켓에서 그들의 독점적인 지위를 고려할 때, 자칫 달갈로 바위 치기가 될 뻔했던 이 사건은 게임 분야뿐만 아니라 모바일 생태계 전반에 큰 파급력을 미칠 수 있는 세기의 재판으로 발전하며 주목 - 2021년 5월 3일 미국 캘리포니아 오클랜드 연방 법원에서 해당 사건의 첫 공판이 시작되었으며, 24일까지 일정을 진행하고 현재는 재판이 마무리된 상태다. 해당 사건의 최종 판결은 향후 수개월의 논의를 거쳐 진행될 예정 ○ 애플 vs 에픽게임즈 - 재판과정에서 애플과 에픽게임즈의 치열한 공방전 속에 새로운 사실들이 제시. 애플은 안드로이드를 포함한 전체 모바일 앱 마켓에서 자신들이 차지하는 비율이 독점적이지 않으며, 심지어 에픽게임즈는 앱 스토어보다는 소니의 플레이스테이션 등 콘솔 시장을 통한 매출이 대부분이라는 반론을 주장. 또한, 에픽게임즈 스토어를 통한 독점 게임 유치와 이용자 유입을 위한 무료 게임전략에 대한 불합리성을 주장 - 에픽게임즈는 애플 IAP가 아닌 다른 결제방식의 제공이 애플이 주장하고 있는 앱 스토어의 안정성과 보안에 치명적인 영향을 미치고 있지 않으며, 오히려 iOS가 탑재된 기기에서 대체 불

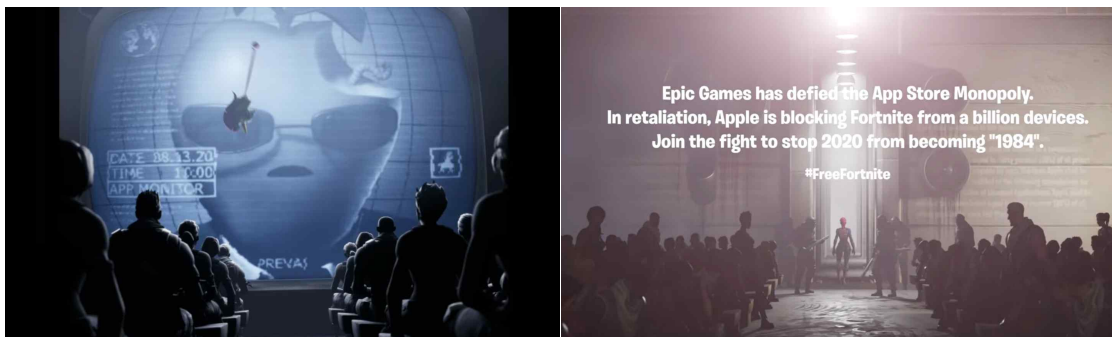
가한 앱 스토어를 독점함으로써 어플리케이션의 배포와 유포에 절대적인 권한을 행사하고 있음을 강조. 특히, 이른바 통행료로도 불리고 있는 앱 스토어 수수료 30% 기준에 대한 근거와 수수료 관련 규제에 대한 불공정함 주장. 또한, 크로스 플랫폼을 활용하는 자사의 게임 플레이에서 애플의 요구는 과도하다며 호소. 실제 에픽게임즈는 포트나이트를 장기적으로 거대한 메타버스(Metaverse) 플랫폼으로 진화시키려는 목표를 추진하고 있으며, 이 과정에서 애플을 비롯한 플랫폼 기업들의 독점과 전횡이 새로운 혁신과 혁신시장에서 기회의 창을 제한하는 부조리와 불공정을 일으키고 있음을 강조하고 있음

○ 문제는 수수료야, 이 바보야

여러 쟁점에도 불구하고 애플과 에픽게임즈가 충돌한 핵심은 앱 스토어의 수수료 문제. 수수료 문제는 오랜 시간 동안 콘텐츠 개발자와 개발기업들이 지속적으로 제기해 온 사안. 에픽게임즈의 문제 제기 이전에도 음악 스트리밍 업체인 스포티파이(Spotify), 메일 관련 서비스 앱인 헤이 이메일(HEY Email), 프로톤 메일(ProtonMail) 등도 애플과 수수료 문제로 갈등함. 앱 스토어에서 수수료는 단순한 비용 문제만이 아닌 보다 복잡한 의미성을 갖고 있음. 앱 스토어에서 수수료는 해당 스토어를 운영하는 플랫폼 기업의 영향력을 대표적으로 상징되기 때문. 만약 앱 스토어 수수료가 지금보다 낮아지고, 수수료 정책이 보다 유연해진다면 현재 진행되고 있는 문제 대부분을 해결할 수 있음. 실제로 에픽게임즈는 이메일을 통해 현재 수수료보다 낮게 책정이 된다면 애플의 정책을 따를 수도 있다는 의사를 제시. 하지만 단순히 애플이 자신들이 획득한 시장의 주도권을 개발자와 이용자들의 의견에 따라 쉽게 내어 주지는 않을 것임

- 수수료 문제는 곧, 앱 스토어의 주도권(Hegemony)의 향방을 결정짓는 방향타. 모바일 생태계가 스마트폰을 통해 빠르게 확장되고 발전하는 과정에서 앱 스토어는 사람들이 필요하거나 욕망하는 모든 것을 수렴하고 발산하는 장으로써 영향력을 높여옴. 사람들은 원하는 모든 것을 앱 스토어를 통해 검색하고 획득하는 것이 일상화된 세상을 살고 있음. 하지만 현재 앱 스토어 시장을 움직이는 게임의 규칙은 도대체 누가 만드는지. 그리고 그 게임의 규칙은 그들이 주장하는 것처럼 과연 공정한 것인지에 대해 비판적으로 살펴야 함

○ 빅 브라더(Big Brother)는 누구인가



Nineteen Eighty-Fortnite - #FreeFortnite. ©Fortnite

에픽게임즈만 하더라도 작은 게임 기업이나 소규모 개발사가 아닌 언리얼(Unreal)이라는 독점 게임엔진을 시장에 공급하고 있는 거대 게임 기업. 그럼에도 GAFA(Google, Apple, Facebook, Amazon)로 대표되는 빅테크 기업 앞에선 여전히 약자. 이들 빅테크 기업들은 정

보통신기술(IT)을 기반으로 자신의 사업 분야를 플랫폼화하면서 독점적 시장 지배력을 통해 경쟁 기업에 불이익을 주는 등 기울어진 운동장의 혜택을 구가하며 이익을 극대화

- 이들 기업이 영향력을 행사하는 디지털 시장 역시 다른 시장 및 산업 분야와 마찬가지로 기존 기업과 시장에 새로 진입하는 기업 간의 경쟁이 조화를 이루며 지금까지 빠르게 성장. 신규 기업들은 파괴적인 혁신 기술을 통해 시장에 활력을 불어넣고, 새로운 비즈니스 모델을 제시하는 등 치열한 경쟁을 통해 기존의 혁신과 생산성을 능가하는 새로운 시대를 열어오면서 활력을 제공해왔음. 하지만 지금의 빅테크 기업들은 너무도 탐욕적이며, 경쟁 자체를 무의미하게 만드는 그들만의 시대를 열어가는 중. 37년 전 애플은 당시 정보통신 분야의 절대자이자 빅테크 기업인 IBM을 상대로 호기로운 도전을 시작하며 조지오웰의 소설 '1984'를 패러디한 그 유명한 맥킨토시 광고를 제작한 바 있음. 해당 광고에서 소설 속 빅 브라더로 묘사된 IBM과 도전자 애플의 모습은 37년이 지난 현재 도전자 에픽게임즈를 통해 다시 패러디되면서 묘하게 비슷한 상황을 연출하고 있음. 그때의 애플과 지금의 애플은 다른가

○ 서로 공존가능한 해결방안은 존재할 수 있는가

* 플랫폼 비즈니스와 사회적 가치가 공존할 수 있는 다양한 가능성을 실제 사례를 통해 살펴본다. 이를 통해 기술혁신이 급격하게 진행되는 시점에서 실제로 추구해야할 사회적 가치의 변화와 의미에 대해 논의한다.

다음주 수업주제

○ 플랫폼비즈니스와 사회적 가치

- 플랫폼 비즈니스에서 사회적 가치가 필요한 이유
- 플랫폼 비즈니스를 통한 사회변화

수업노트 #15

15주차

이번주 수업주제
○ 플랫폼비즈니스와 사회적 가치 - 플랫폼 비즈니스에서 사회적 가치가 필요한 이유 - 플랫폼 비즈니스를 통한 사회변화
예습내용
수업 및 토론내용 & 새롭게 배운 내용
○ 플랫폼 기업과 사회적 가치 - 전 세계적으로 사회적 가치와 새로운 사회변화에 대한 패러다임 전환이 진행되고 있음. 이에 따라 모든 사회구성 주체들이 사회적 가치를 중심으로 새롭게 혁신하려는 다양한 논의들이 진행되는 등 중요성이 증대되고 있음. 사회적 가치는 주체에 따라 다르게 정의되기도 하지만 공통적으로 정치적 이념이나 지향성과는 무관하게 사람, 공동체, 사회의 이상적인 모습과 바람직한 가치를 실천하고 구현하는 것을 의미하며, 사회적으로 옳고 바람직한 것을 말함 - 인공지능 기술 등 디지털 시대가 가속화되면서 플랫폼 기업들의 영향력과 역할은 사회적으로 더욱 강력해지고 있는 가운데, 사회적 가치를 중심으로 플랫폼 기업의 현재와 역할에 대해 고민하고, 공존가능한 대안에 대한 다양한 아이디어를 모색해야 함 - 인공지능 기술 등 디지털 시대가 가속화되면서 이와 같은 플랫폼 기업들의 영향력과 역할은 사회적으로 더욱 강력해지고 있음. 플랫폼비즈니스에 대한 정확한 이해와 학습을 통해 더욱 선한 영향력을 실천할 수 있는 플랫폼비즈니스 2.0(기존 이기적 행태의 플랫폼 비즈니스를 1.0이라 명명한다면)에 대한 아이디어와 대안을 학생들의 재기발랄한 상상을 통해 제시하고 향후 사회적기업 창업 등과 같은 구체적인 방향으로 발전시킬 수 있음 ▪ 플랫폼비즈니스와 사회적 가치는 사회적 책임과 자본주의, 기업, 비즈니스에 대한 이해를 중심으로 사회적 가치에 대한 이해와 실천적인 대안 및 아이디어 개발을 주요한 수업의 방향으로 제시함. 이를 위해 다음과 같은 교육목표를 중심으로 수업과 학습을 진행함. 첫째, 자본주의 시스템에 대한 정확한 이해와 학습. 둘째, 기업과 비즈니스 이해하기. 셋째, 플랫폼비즈니스와 기업 이해하기. 넷째, ESG개념과 사회적 가치에 대한 이해. 넷째, 사회적 가치와 이윤추구 등 공생할 수 있는 비즈니스에 대한 창의적 아이디어 개발. 다섯째, 지속 가능한 사회적 기업 모델 개발 등을 해당 수업을 통해 단계적으로 학습함. 이를 위해 구체적으로 기존 플랫폼비즈니스와 플랫폼 기업들을 다양한 관점에서 사례연구 및 분석함. 이를 통해 기업의 존재의의를 단순한 과거와 같은 이윤추구를 넘어 사회 가치를 중심으로 기업의 역할, 유기적 상호작용을 통한 지속가능한 자본주의 4.0(아나톨 칼레츠키)으로 업그레이드될 수 있는 새롭고 다양한 아이디어를

개발하는 것을 목표로 함

- 이를 위해 다음과 같은 주요주제와 내용을 학습: 자본주의 진화과정, 자본주의 1.0~4.0, 기업의 이윤추구 패러다임의 종말과 사회적 가치, 지속가능 기업의 조건, 디지털 사회와 플랫폼 경제, 플랫폼 비즈니스와 플랫폼 기업, 플랫폼 비즈니스와 사회적 가치의 공존, 극단적인 승자독식구조, 사회적 가치라는 기업의 새로운 핵심역량, 소비자 선택과 자본주의 4.0, 공존할 수 있는 따뜻한 자본주의, 모두가 공존할 수 있는 시장, 모두가 승자가 되는 시장, 더불어 사는 사회

* 플랫폼 비즈니스와 사회적 가치 수업에 대한 최종 정리를 진행한다. 플랫폼 비즈니스에 대한 기본적인 이해와 심층적 사례연구를 통해 해당 기업들이 추구하는 변화에 대해 살펴보고, 사회적 가치와 공존할 수 있는 가능성 있는 대안과 아이디어를 논의한다.

다음주 수업주제

- 기말고사 또는 최종 프로젝트