

# 이커머스(E-commerce)의 진화와 소비자 후생

노 재 인 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(채리슈머)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 이러지도 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