**Platform Business에 대해 조사하시오.**

경기대학교

산업경영공학과

201612063 박상욱



1. Overview
2. Platform Business란 무엇인가?
3. 정의
4. 구성요소
5. Platform Business 성공전략
6. Platform Business 사례

(1) 텔러닥(Teladoc)

(2) 우버(Uber)

1. 참고문헌
2. 자료 출처

**1. Overview**

먼저 플랫폼 비즈니스의 정의, 비즈니스의 요소, 성공전략에는 무엇이 있는지 살펴보고, 실제로 성공한 기업이 어떤 플랫폼 비즈니스 전략을 했는지 알아가고, 마무리로 참고문헌과 자료 출처로 마무리한다.

**2. Platform Business란 무엇인가?**

**(1) 정의**

먼저 플랫폼비즈니스(Platform Business)를 이해하기 위해서 플랫폼(Platform)에 대해서 이해를 해야 한다. 플랫폼의 사전적인 의미로는 역에서 승객과 교통수단(버스, 지하철, 기차 등)과 만나는 공간으로 타고 내리는 곳을 말한다. 요즘은 교통수단보다 더 넓은 의미로, 확대되어서 특정 장치 또는 시스템에서 구성하는 기초가 되는 틀을 말한다. 다시말해, 공급자와 수요자가 직접 참여해서 서로 얻고자하는 가치들을 창출 할 수 있도록 만들어진 환경인 것이다. 플랫폼의 장점으로는 비즈니스 모델 구축의 토대가 강력하다는 것인데, 플랫폼은 관련된 수요자와 공급자들을 하나로 연결하여 모이게 함으로써 가치가 있고 새로운 비즈니스 모델을 창출하게 해준다. 구글, 애플, 마이크로소프트, 우버, 에어비앤비, 페이스북 이들을 ‘플랫폼 비즈니스’ 라는 키워드에서 공통점을 알 수 있다. 플랫폼 비즈니스는 다양한 생산자와 소비자가 연결되어 참여할 수 있는 공간을 제공하고 이를 통해 수익을 추구하는 비즈니스라고 해석할 수 있다. 전 세계적으로 잘나가는 플랫폼들은 다양한 그리고 독자적인 연결성을 가지고 있다. 방대한 정보로부터 원하는 곳을 찾고자 하는 사용자와 그들에게 광고를 제공하려는 광고주들을 연결하거나 온라인상에서 지인들과 편리하게 소통하려는 사용자들에게 광고하거나 앱을 제공하고자 하는 기업들을 연결하거나 숙소를 찾기 쉽게 해주면서 동시에 사용하지 않는 공간을 숙소로 제공하면 수익을 얻을 수 있도록 사용자들을 연결해주는 등 다양한 다리 역할을 한다. 빠르게 변화하는 정보통신 환경처럼 플랫폼의 역할과 가치도 매일 새롭게 변화한다.

**(2) 비즈니스의 요소**

학계에서 플랫폼 비즈니스의 개념을 처음으로 제시한 사람은 애너밸리 가우어 교수와 마이클 쿠수마노 교수이다. 2002년에 <플랫폼 리더십>이라는 책을 통해 플랫폼 비즈니스의 요소를 플랫폼, 보완자, 연결성으로 설명했다.

먼저, 플랫폼은 플랫폼 비즈니스의 주체로서, 수많은 보완자들을 거느리며 일종의 경제 생태계를 꾸려간다. 그리고 핵심역량과 기술표준을 기반으로 보완자들과 어떤 협업관계를 만들지 결정한다. 페이스북, 애플, 구글이 예가 된다고 볼 수 있다. 보완자는 플랫폼 내부에서 활동하는 파트너를 말하며, 사업적이고 기술적으로 운영업체를 보완하는 역할을 한다. 보완자의 역량이 강할수록 생태계가 더욱 견고해진다. 마지막으로 연결성은 플랫폼과 보완자, 보완자와 보완자 간의 사업적이고 기술적으로 어떻게 연결됐는지 의미한다. 수익배분, 입점 등이 연결성에 해당된다.

**(3) Platform Business 성공전략**

플랫폼 비즈니스에서 성공하기 위해서는 여러 사업적 요인을 다각적으로 고려해야하는데. Questioning, Compete or Join, Platform Type, Connect, Value, Monetization, Retention으로 이어지는 7단계 전략이 있다. 처음 Questioning 전략단계에서 플랫폼 사업을 시작하기 전에는 치열한 고민이 필요하다. 플랫폼 사업을 왜 해야 하는지에 대한 근본적인 문제 제기와 함께, 희박한 성공 가능성과 플랫폼 구축과 운영에 대규모의 투자와 긴 시간이 필요하다는 점을 고려할 필요가 있다 Compete or Join 전략단계에서 경쟁, 합류, 협력으로 나뉘는 경쟁 전략과 지배적 니치 플랫폼 중 시장에서의 위치를 설정하고, Platform Type 전략단계에서 거래, 생태계, 다면, 라이선스 플랫폼 등 구축 플랫폼의 형태와 성격을 이해하고 결정을 해야 한다. Connect 전략단계에서 고객을 플랫폼으로 끌어들일 수 있는 고객과의 접점 만들고, Value 전략단계에서 새로운 고객을 유치하고, 기존의 고객을 유지할 수 있는 플랫폼의 핵심 가치를 창출할 필요가 있다. Monetization 전략단계에서 플랫폼을 통해 수익을 창출할 수 있는 비즈니스 모델 구축 및 수익화 실현할 필요가 있고, 마지막으로 Retention 전략단계에서 경쟁 플랫폼에 고객을 빼앗기지 않도록 높은 전환비용 만들기를 통해 고정고객으로 묶을 필요가 있다.

**3. Platform Business 사례**

**(1) 텔러닥(Teladoc)**

헬스케어 분야에서는 아직 플랫폼 비즈니스의 파괴적 영향력이 크게 나타나지 않고 있다. 전통 사업자 중 유의미한 플랫폼 사업을 운영하는 기업도 없기때문에 고객 접점을 기반으로 플랫폼 사업을 진행하는 신규 사업자 위주로 사례로 텔러닥(Teladoc)은 미국 최초이자 최대의 원격진료 플랫폼 서비스가 등장했다. 텔러닥은 보험사, 고용주와 계약을 맺고 환자를 의사 조합과 연결해주는 B2B 원격진료 서비스를 제공한다. 텔러닥과 계약을 맺은 보험사에 가입된 고객, 고용주에 고용된 직원이 이용 가능하다. 텔러닥은 가벼운 증상에 대한 편리하고 신속한 의사 진료를 원하는 고객들을 대상으로 한 서비스이다. 환자가 진료를 의뢰하면 텔러닥 플랫폼은 적합한 의사를 지정해주며, 의사는 진료상담과 함께 필요할 경우 약품처방까지 제공한다. 진료비는 환자, 보험사, 고용주가 부담하게 되며, 보험사, 고용주는 월정액 서비스 요금도 지불한다. 원격의료 서비스는 의료법과 각종 규제의 영향을 받는다는 한계를 지니며, 텔러닥이 B2B 사업 모델을 취하고 있는 것도 이 이유 때문이다.

**(2) 우버(Uber)**

우버는 모바일 애플리케이션을 기반으로 차량을 가진 운전자와 승객을 연결해주는 서비스를 제공하고 있다. 현재 우버는 일반 승차 공유 서비스인 우버X를 포함해서 리무진 차량을 중계해주는 우버 블랙 프리미엄 서비스 플랫폼, 택시와의 제휴를 통해 승객에게 택시를 중계해는 플랫폼, 온라인으로 음식을 주문하거나 배달할 수 있는 플랫폼인 우버 이츠와 같이 많은 유형의 플랫폼 사업을 전개하고 있다. 우버 이후 스마트폰을 통해 양면 시장에서의 수요자와 공급자를 연결시켜주는 다양한 유형의 디지털 마켓플레이스 비즈니스가 생겨났다. 이러한 트렌드를 일컬어 우버피케이션이라는 단어가 생겨났을 정도로 우버의 파급력은 더 커졌다. 그 후로 우버는 미국 실리콘밸리의 대표적인 기업가치 100억 달러 이상을 달성할 정도로 성장했다. 하지만, 높은 성장률에도 불구하고 현재 지속적인 경쟁 위협 속에 놓여있다. 이유는 우버가 진출한 대부분의 지역에서 승차 공유 서비스가 사업 초기의 폭발적인 성장세가 점점 멈추어 안정기에 접어들어가고 있기 때문이다. 그리고 플랫폼 비즈니스의 경우, 초기 투자 비용이 적어 우버와 비슷한 사업 모델을 가진 후발주자의 진입과 퇴출이 활발하다. 공급 측면뿐만 아니라, 소비자들 또한 더 나은 혜택과 서비스를 제공하는 유사 플랫폼으로 쉽게 넘어가는 경향이 있어, 플랫폼 기업은 지속적으로 플랫폼 전략을 고도화를 하지 않을 경우, 새로운 플랫폼에 의해 대체되기 쉽다. 이에 따라, 현재 우버는 단순히 수요자와 공급자를 연결시켜주는 매치 메이커의 역할을 넘어 종합 운송 플랫폼 기업으로의 진화를 시도하고 있다.

1. **참고문헌**

## 한정희, & 조옥주. (2014). 비즈니스 모델 혁신의 성공 및 실패 사례연구. 한국 IT 서비스학회지, 13, 253-267.

1. **자료 출처**

플랫폼 비즈니스, 네이버 지식백과

<https://terms.naver.com/entry.nhn?docId=2066541&cid=42107&categoryId=42107>

플랫폼 비즈니스의 성공전략, 삼정 인사이트 67호(김이동)

<https://assets.kpmg/content/dam/kpmg/kr/pdf/2019/kr-insight67-platform-20191121.pdf>

플랫폼비즈니스 성공전략, 협력할 것인가 파괴할 것인가, 더스쿠프 네이버 블로그,

<https://m.post.naver.com/viewer/postView.nhn?volumeNo=26858607&memberNo=12494964&vType=VERTICAL>,2019.11.13

플랫폼비즈니스 모델, 더스쿠프 네이버 블로그, 홍쎄오 네이버 블로그,

<https://blog.naver.com/phkz223?Redirect=Log&logNo=221649077660>, 2019.09.15

플랫폼 비즈니스란 무엇인가, 고덕성 네이버 블로그,

<https://m.blog.naver.com/jameskods/220701527037>, 2016.05.04