

European Association for Research in Industrial Economics 50주년 연례 학술대회(EARIE 2023) 참석을 위한 출장

2023. 8. 23. - 8. 27.



1 배경 및 목적

1) EARIE 2023 연례 학술대회 참석

- European Association for Research in Industrial Economics의 연례 학술대회(이하 EARIE 2023)가 2023년 8월 24일부터 26일까지 3일간 이탈리아 로마에서 개최
 - European Association for Research in Industrial Economics는 산업조직론 분야의 주요 저널 중의 하나인 International Journal of Industrial Organization(IJIO)를 발행하는 학회로서 매년 정기적인 학술대회를 개최하고 있으며, EARIE 2023은 50주년 기념 학술대회이기도 함.
 - 산업조직론 분야의 최신 연구를 참석자들이 발표하고 토론하는 학술대회이며, 2023년에도 400명 이상의 학자들과 산업 관계자들이 참석
 - 특히, 최근 관심이 높은 플랫폼 실증연구, 산업조직론 실증연구 방법론, 플랫폼 경쟁이론, 혁신과 경쟁 연구 등을 공유할 수 있어 국내 정책연구에도 함의를 찾을 수 있음.
 - 기조 연설자인 Ali Hortacsu교수(시카고대학교)와 Paul Heidhues교수(Heinrich Heine University Düsseldorf)가 기업의 가격설정 전략, 경쟁정책 등을 각각 발표하며 최신 연구 동향을 참석자들과 공유
 - 다양한 발표 세션에 참석하여 경쟁정책을 모색하고 학계 인사들과 교류를 도모할 수 있음.
- 배달앱 플랫폼이 시장 확장에 미치는 영향을 메커니즘 분석을 통해 찾아낸 논문을 발표함으로써 연구내용을 공유하고, 연구 개선을 위한 조언을 받고자 함.
 - KDI 정책연구시리즈 2021-03(온디맨드 플랫폼 시장에서의 입점업체 매출분포 변화에 관한 연구: 배달앱 시장을 중심으로)의 후속 연구 중 하나로 서강대학교 전현배, 양동윤과 공저한 논문
 - 신한카드의 식당 매출 자료를 활용한 연구이며, 거주지 등의 소비자 특성까지 고려된 데이터를 활용하여 배달앱의 영업권 확대의 메커니즘 분석을 시도한 연구

2 출장 개요

- 기간: 2023년 8월 23일(수) ~ 27일(일), 입출국일 포함
- 출장지: 이탈리아 로마
- 출장자: 총 1명

	이름	소속 및 직함
1	이공	산업·시장정책 연구부 부연구위원

출장세부 일정

일자	시간	주요 활동 내용
8/23(수)	13:20~ 현지 19:10	[출국] 인천 → 로마 (KE931)
	현지 20:00~	호텔 이동 (Residenza Flaminio Gaio)
8/24(목)	12:00~13:00	학술대회 장소로 이동 (LUISS University) 및 등록
	13:00~14:30	개회식 및 키노트 발표 참관(Ali Hortacsu, Chicago University)
	14:45~18:15	오후세션 참석
	18:15~19:30	네트워크 리셉션 참석
8/25(금)	9:30~13:00	오전세션 참석 및 논문 발표
	14:30~18:00	오후세션 참석
	20:00~22:30	학술대회 메인 만찬 참석
8/26(토)	9:30~12:45	오전세션 및 키노트 발표 참관 (Paul Heidhues, Heinrich Heine University)
	14:00~17:30	오후세션 참석
	17:30~19:00	공항으로 이동
	현지 21:25~	[귀국] 로마 → 인천 (KE932)
8/27(일)	~15:30	

3 주요 출장내용

- 개요
 - 회의: EARIE 2023
 - 일시: 2023년 8월 24 ~ 26일
 - 장소: Luiss University, Viale Romania, 32, 00197, Rome, Italy
 - 참석: 산업조직론 연구자 및 관련 분야 종사자 등 400여명

주요 내용

가. 한국 배달앱 시장 관련 실증분석 논문 발표 (2023년 8월25일 오전)

- Grocery Retail session에 속하였으며, 같은 세션의 발표자로 Grancis Guiton과 Celine Bonnet 등이 있었음.
 - 발표한 논문의 제목은 “How Do Online Food Delivery Services Increase Restaurant Sales?”로 배달앱이 시장확대에 미치는 영향을 실증분석을 통해 확인
 - COVID-19 기간이 속한 데이터를 사용함에 따른 식별문제를 코멘트로 받았으나, 강건성분석을 통해 대조군 분석을 이미 진행했기에 식별문제는 주요 수정사항은 아니었음.
 - 다만, 이해를 돕고 혼동을 방지하기 위해 서론에 대한 기술을 수정할 필요는 있음을 인정
 - 참석자들이 연구에서 사용한 데이터에 대해 많은 관심을 보였으며, 연구 방향과 근거에도 대체적으로 동의하는 분위기
 - 데이터의 구조상 모형을 개선하는 데에는 한계가 있으며, 이에 대한 내용도 참석자들과 논의하면서 다른 방향으로 연구 발전 방향을 모색

나. EARIE 2023 기조발표, 세션발표 등 참석 및 토론 (2023년 8월24-26일)

□ 혁신과 기업 모델 세션 참석 및 토론 (2023년 8월24일 오후)

- 일본 다이토 분카 대학교 Asuka Oura교수의 “Deregulation: Why we should sometimes welcome even low-quality firms” 논문 발표 참관 및 토론
 - 저생산 기업의 시장진입이 때때로 경쟁을 증가시키는 등의 후생을 증가시킬 수 있음을 일반균형 모형을 통해 보임.
 - 기업에 대한 진입규제가 저생산 기업을 배제하는 등의 긍정적인 효과도 일으키지만, 시장 경쟁을 감소시키는 부정적인 영향도 있음.
 - 따라서 규제 완화가 저성장 기업을 유지시키는 등의 영향이 있으나 전반적인 후생을 증가시키는 효과를 가져오는 등의 이득이 높음.
- 미국 Auburn 대학교 Giland Sorek 교수의 “Innovation size, markups, and Schumpeterian growth dynamics with Variable Elasticity of Substitution” 논문 발표 참관 및 토론
 - 가변 대체 탄력성(Variable Elasticity of Substitution) 선호 하에서 독점적 경쟁에 대해 분석함으로써 슈페터 성장에 대해 연구
 - 결론적으로 혁신 규모와 마크업 사이의 관계는 비단조적(non-monotonic)일 수 있으며,
 - 혁신 비용이 충분히 낮은 경우 인구 증가율에 의해 결정되는 급격한 혁신의 균형 잡힌 성장 경로가 존재
 - 효율적인 균형 성장률도 인구 증가율에 의해 결정되지만 품종별 소비 수준과 제품 품종 범위 사이의 비율에서 시장 균형 경로와 차이가 발생
- CERGE-EI Yiman Sun 박사의 “Contracts that Reward Innovation: Delegated Experimentation with an Informed Principal” 논문 발표 참관 및 토론

- 위험 환경에서 혁신을 최적으로 보상하는 계약의 특성을 연구
- 전형적인 본인-대리인 문제에서 성공확률이 낮으면, separating 균형 또는 pooling 균형으로 계약을 체결하여 조기 종료의 가능성을 열어두는 것이 최선의 선택
- 반면, 성공 가능성이 높은 문제에서는 사회적 최적점을 찾기가 어려운데, 불투명한 계약 조건들이 비교적 효율적인 균형으로 갈 수 있음.

□ 실증적 산업조직론 방법론 세션 참석 및 토론 (2023년 8월24일 오후)

- Joao Granja 교수의 “Recursivity and the Estimation of Dynamic Games with Continuous Controls” 논문 발표 참관 및 토론
 - R&D, 품질 및 용량에 대한 투자와 같은 연속변수를 사용하여 동적 게임의 추정을 재시도
 - Markov Perfect Equilibria의 특성을 사용하여 개발된 추정방식은 대안적인 추정방식(ex. Bajari, Benkard, and Levin (2007)의 추정)에 비해 추정이 더 잘 되는 것을 확인
- Neelam Jain 교수의 “Estimating cost functions in differentiated product oligopoly models without valid instruments” 논문 발표 참관 및 토론
 - 수요와 비용 자료가 존재하는 경우 차별화된 제품을 생산하는 과점 모형의 비용과 시장점유율 함수를 추정하는 방법을 제안
 - 도구변수 없이도 수요 충격에 대한 가격과 산출량의 내생성을 제어할 수 있는 장점이 있음.
 - Byrne et al. (2022)의 방식과 달리 semiparametric pseudo 비용함수를 사용하지 않고도 비용함수를 직접 추정할 수 있는 특징을 지님.
 - Monte Carlo 실험을 통해 도구변수 없이도 이러한 방식이 제대로 작동함을 보였으며, 모델에 대한 설명은 Cobb-Douglas 방식과 Logit 수요모형을 이용

- Linqi Zhang 교수의 “Identification and Estimation of Market Size in Discrete Choice Demand Models” 논문 발표 참관 및 토론
 - Berry (1994)와 Berry, Levinsohn, and Pakes (1995)의 방법론 하에서 시장의 크기가 시장의 여러 모수들과 함께 식별이 가능함을 증명
 - 시장의 크기를 추정할 때 추가적인 데이터는 필요하지 않으며, 이 추정치는 제품의 특성에서 오는 변이와 비선형적인 수요 때문에 가능
 - 본 증명을 미국 탄산음료 시장 합병 시뮬레이션 모델에 적용했는데, 시장이 과대추정되면, 가격을 과소추정할 우려가 있음을 확인

□ 데이터와 경쟁정책 세션 참석 및 토론 (2023년 8월25일 오전)

- Pierre-Francois Darlas 교수의 “Competition in the ad-tech stack and integration” 논문 발표 참관 및 토론
 - 애드 테크(광고 활동에 활용하는 정보 통신 기술이나 프로그램)와 온라인 광고의 경쟁에 대해 연구
 - 기존 애드테크 기업들이 다운스트림 포지션을 활용하여 시장 지배력을 강화할 수 있는데, 그 배경에는 광고 영역의 통합이 있음.
 - 구체적으로 애드테크 기업들이 통합을 하는 것은 새로운 기업들이 진입하는 것을 억제할 수 있고, 소비자 측면에서의 경쟁을 약화시킴.
 - 결국 애드테크 시장에서의 영역 통합은 경쟁사와 소비자에게 모두 반경쟁적인 결과를 줄 수 있음.

- Federico Navarra 교수의 “Information provision in hybrid platforms” 논문 발표 참관 및 토론
 - 독점적인 하이브리드 플랫폼이 당사의 우월한 시장 정보를 플랫폼에 참여하는 판매자와 공유할 유인에 대해 연구
 - 판매자는 플랫폼의 참여자이나 때때로 플랫폼과 가격 경쟁을 할 수 밖에 없는 상황이 발생
 - 이런 경쟁 구도 속에서도 플랫폼이 판매자와 정보를 공유하게 되는 상황은 쉽게 발생할 수 있음.

- 플랫폼은 가격 경쟁을 완화하거나 거래량을 증가시키기 위해 정보를 공유할 유인을 갖고 있음.
- 정보 공유에 대한 플랫폼의 유인은 그 정도가 다를 수 있는데, 제품 차별화 정도가 중간 정도일 때 강함을 확인
- 플랫폼이 판매자로 진입하여 시장 정보를 제공하는 것이 플랫폼에게 수익을 가져다주지만, 동시에 소비자 잉여를 추출하여 총 후생을 감소시키는 결과를 가져올 수 있음.

○ Ioana Chioveanu 교수의 “Consumer Tracking and Price Discrimination in a Market with Sequential Consideration” 논문 발표 참관 및 토론

- 온라인 소매 과정에서 소비자 추적을 통해 얻은 정보로 가격차별하는 것을 연구
- 소비자들의 검색결과는 그들의 참여 수준에 따라 서로 다를 수 있음.
- 시장에서의 정보가 충분히 비대칭적일 때, 균일 및 차별적 가격 책정이 모두 균형적으로 유지될 수 있음.
- 균일 가격에서는 가격 세분화에 의해 균형점 도달 가능
- 차별적 가격에서는 시장 세분화로 인해 가격 경쟁이 심화되고, 업계 이익에 해를 가할 수 있으나 소비자에게는 혜택이 주어질 수 있음.

□ 플랫폼 전략에 대한 실증연구 세션 참석 및 토론 (2023년 8월25일 오후)

- Kevin Tran 박사의 “Airbnb, Hotels, and Localized Competition” 논문 발표 참관 및 토론
 - Airbnb와 같은 숙박업 플랫폼의 등장은 기존 숙박업 시장의 판도를 바꾸고 있음.
 - Airbnb는 상대적으로 느슨한 규제를 받으면서도 호텔을 운영할 수 있기 때문에 기존 호텔들과 갈등을 빚을 수 있기에 이들의 경쟁구도에 대해 연구하는 것은 중요
 - 2017년 파리의 일일 수준의 데이터를 활용하여 호텔과 Airbnb의 수

요 모델을 추정

- 숙박에 대한 수요는 숙박 유형 뿐만 아니라 지역에 따라서도 세분화되어 있음
- 추정된 수요에 따라 공급측 모형도 계산이 가능하며, 호텔 수익과 소비자 복지에 미치는 영향을 계산할 수 있음.
- Airbnb는 매일 밤 평균 430만 유로의 소비자 잉여를 증가시키고, 180만 유로의 호텔 수익을 감소시킬 수 있음.

□ 컨퍼런스 만찬 참석 및 네트워크 (2023년 8월25일 저녁)

- Palazzo Brancaccio에서 총회 진행 및 만찬
- 세션 참석자들과 네트워크

□ 플랫폼 가격책정에 대한 이론연구 세션 참석 및 토론 (2023년 8월26일 오전)

- Toulouse 대학교 Alexandre De Corniere 교수의 “Third-degree price discrimination in two-sided markets” 논문 발표 참관 및 토론
 - 플랫폼 시장에서 3차 가격 차별의 영향을 분석
 - 플랫폼 한 쪽의 판매자들은 서로 이질적이며, 플랫폼은 판매자 유형에 따라 수수료를 조정할 수 있음.
 - 이렇게 판매자 측에 가격차별을 할 때, 교차 그룹간의 네트워크 효과 등으로 양측의 참여를 증가시키고 총 후생이 증가할 수 있음.
 - 판매자 참여로 수익을 창출하는 회사의 능력을 향상시킬 수 있으며, 구매자를 더 많이 이끌어낼 수 있음.
 - 가격 차별에 따라 더 높은 가격을 지불하는 판매자라도 구매자 증가로 인해 더 나은 수익을 얻을 수 있음.
 - 플랫폼 수수료 정책에 대해 시사점을 제공한 연구
 - 3차 가격 차별이 참여자 확대에 효과적인 전략이기 때문에 플랫폼 양쪽의 후생에 긍정적인 영향을 미침.
 - 판매자측에서 비록 높은 수수료를 지불하더라도 3차 가격 차별의 효과는 판매자의 이익을 증진시킬 수 있음.
 - 간접적 네트워크 효과를 고려해야 하는데, 이는 플랫폼의 영향을 확인할 때 필수적인

요소

- 전통시장의 3차 가격 차별은 플랫폼에 적용하기 어려운 경우가 많기에 주의가 필요

- Navarra 대학교 Javier Elizalde 교수의 “Price and non-price strategies for streaming media platforms in monopoly and competitive environments” 논문 발표 참관 및 토론
 - 유튜브와 같이 광고 기반 서비스와 프리미엄 서비스를 제공하는 미디어 플랫폼의 최적 전략에 대해 연구
 - 두 가지 서비스를 모두 운영하거나 한 가지 서비스만 운영할 때의 최적 조건과 프리미엄 서비스의 최적 구독 가격을 구하기 위한 메커니즘을 제시
 - 사용자가 싱글호밍일 경우와 멀티호밍일 경우가 다른데, 균형이 맞으면 무료 서비스 사용자만 멀티호밍이 되고, 프리미엄 서비스 사용자들은 단일 플랫폼에 가입할 가능성이 높음
- Norwich Business School 소속 Wynne Lam 교수의 “Product Experimentation, Information Diffusion and Platform Encroachment” 논문 발표 참관 및 토론
 - 플랫폼의 이점은 제품에 대한 방대한 정보를 수집하고 자사의 경쟁 제품을 판매할 수 있음.
 - 이러한 경향은 영역 잠식을 통해 독립적인 업체를 소외시킬 수 있다는 우려를 제기
 - 동시에 성공적인 제품에 대한 정보 확산을 촉진하고 다른 독립 판매자로부터의 학습과 모방을 용이하게 함.
 - 이러한 상황에서 플랫폼의 잠식이 판매자의 신제품 개발 유인에 미치는 영향을 동적 모델을 통해 고려
 - 제품 시장에서 우위를 점하고 있는 판매자는 신제품 개발 유인이 높으며, 이러한 효과가 플랫폼 정보가 빠르게 확산되는 상황에서 더 강하게 일어남을 보임.

- 플랫폼 및 온라인 시장 세션 참석 및 토론 (2023년 8월26일 오후)
 - Telecom Paris 소속 Guillaume Thebaudin 박사의 “Hybrid Platform Screening” 논문 발표 참관 및 토론
 - 온라인 마켓플레이스는 수직적으로 통합된 하이브리드 모델을 사용하며, 자사 플랫폼에서 타사 판매자와 경쟁하는 제품을 판매
 - 여러 판매자들의 진출로 때때로 안전한 제품을 구별할 수 없는 상황에 놓일 수 있음.
 - Anderson and Bedre-Defolie (2021) 모델을 확장하여 플랫폼이 심사에 투자할 수 있도록 허용한 모델로 시장을 분석
 - 판매자에 대한 심사는 플랫폼 진입에 다소 모호한 영향을 미친다는 것을 밝혀냄.
 - 플랫폼은 심사에 대한 투자가 적은 경향을 보일 수 있으며, 더 높은 검열을 요구하는 규제는 소비자 잉여에 미치는 영향이 모호할 수 있음.
 - Warwick 대학교 Michael Waterson 교수의 “Platforms as arbitrageurs and facilitators of arbitrage- a simple analysis” 논문 발표 참관 및 토론
 - 차익거래의 소비자 영향에 대해 분석
 - 인터넷 플랫폼이 본질적으로 경쟁적인 하위 시장간의 독점적인 차익거래를 발생하며, 이것이 소비자 편익에 미치는 영향을 분석
 - 차익거래자로서 플랫폼이 소비자 편익을 창출할 가능성이 있지만, 동시에 소비자 편익이 감소할 가능성도 있음
 - 사회전체적으로 차익거래가 후생을 감소시킬 수도 있음을 보임.