



자유주의 정보 19-87

본 내용은 아래 기사 및 칼럼 내용을 요약 번역한 내용임

Chloe Anagnos,

Uber Eats Set to Beat GrubHub, but Will Washington Let It?

7 May, 2019

우버이츠가 그럽허브를 따라잡고 있지만, 정부가 가만히 있을까?

음식 배달 어플리케이션의 역사는 배달을 위해 수 마일을 더 가야 한다고 하더라도 고객을 만족시키기 위해서라면 그런 수고를 감수해냈던 성공적인 시도에서 시작되었다. 그리고 오늘날에는 우버이츠가 기존의 차량 공유 서비스 우버를 기반으로 음식 배달업의 선두주자가 되어가고 있는 상황이다. 수요가 있는 곳에는 공급이 있다는 시장의 논리에 따라 우버 서비스 파트너와 이용자 모두가 윈윈하는 모습을 보이고 있다.

이제 우버이츠는 전세계에서 100억 달러 규모의 음식을 매년 배달하면서 세계에서 가장 거대한 음식 배달 업체가 되었고, 미국 내에서도 한 때 유명했던 Postmates, Caviar, DoorDash와 같은 배달업체들을 밀어냈다. 그러나 여전히 미국 내 음식 배달 업체 1위는 그럽허브가 지켜내고 있다. 그러나 그럽허브가 우버이츠를 상대로 얼마나 1위 자리를 유지할지는 지켜봐야 할 것이다.

우버의 새로운 시도, 우버이츠

우버는 음식 배달 사업을 주요 수익 사업으로 삼고 있다. 포브스에 따르면, 우버이츠는 2019년에만 10억 달러의 매출을 올려 새로운 가능성을 가진 사업임을 증명해냈다. 우버가 음식 배달 사업에 집중하는 또 다른 이유는 대내외적인 어려움도 있다. 우버는 높은 영업비용과 4억 1100만 달러에 달하는 납세액, 추가적인 지출들 때문에 수백만 달러에 달하는 순손실에 시달리고 있다. 우버의 공유차량 서비스가 세계 여러 곳에서 어려움을 겪고 있기 때문이다.

다양한 현지업체들이 우버의 방식을 모방하여, 높은 현지화 수준을 통해 우버를 상대로 경쟁우위를 점하고 있다. 동남아시아에서 우버는 '그랩'이라는 동남아시아 현지 공유차량 업체에 패배하여 물러났으며, 세계 최대의 시장인 중국에서는 '디디추싱'이라는 유사

현지업체, 인도에서는 '올라'라는 현지업체에 시장을 내주고 있기 때문이다. 게다가 우버의 본 시장인 미국에서도 '리프트'라는 업체가 우버를 추격 중이다. 이런 상황에서 우버이츠는 우버의 대담한 시도이자 새로운 돌파구인 것이다.

우버이츠는 미국 배달음식 시장에서 2018년 초 3%의 점유율로 시작하여 1년간 24%까지 점유율을 올렸다. 미국시장에서 시간이 흐르면 흐를수록 우버이츠가 그럽허브를 밀어낼 것은 자명하다. 물론 우버는 국내 사업으로 만족하지 않는다.

우버와 같은 신생 기업들은 국외에서도 어플을 통한 해외사업으로 다양한 시도를 벌이고 있으며 해외의 상당수 시장에서 점진적인 점유율 증가를 보이고 있는 것은 사실이다. 그러나 이러한 다양한 시도도 정부의 비우호적인 과세정책과 규제 및 순수실이 누적된다면 더 이상 우버와 같은 기업들이 미국에 머무를 유인을 잃어버리고 말 것이다.

그럼에도 불구하고 연방정부는 우버이츠의 유통망속에 있는 사람들에게 과중한 세금을 부과하며 정상적인 서비스 운영에 문제를 일으키고 있다. 새로 선출된 미국의 입법자들은 우버와 같은 신생 주요 기업들을 상대로 세수를 징발하는 것을 수입의 주요 수단으로 계획하고 있기 때문이다. 이제 우버를 포함하여 차세대 기술을 동반한 거대 기업들이 이러한 정책 방향에 순순히 따를지, 외국으로 옮겨가는지를 지켜보아야 할 것이다.

번역: 이재기

출처: <https://www.aier.org/article/uber-eats-set-beat-grubhub-will-washington-let-it>