

공유경제 (Sharing Economy)

양희동

이화여자대학교 경영대학 경영학과

hdyang@ewha.ac.kr

02-3277-3582

목차

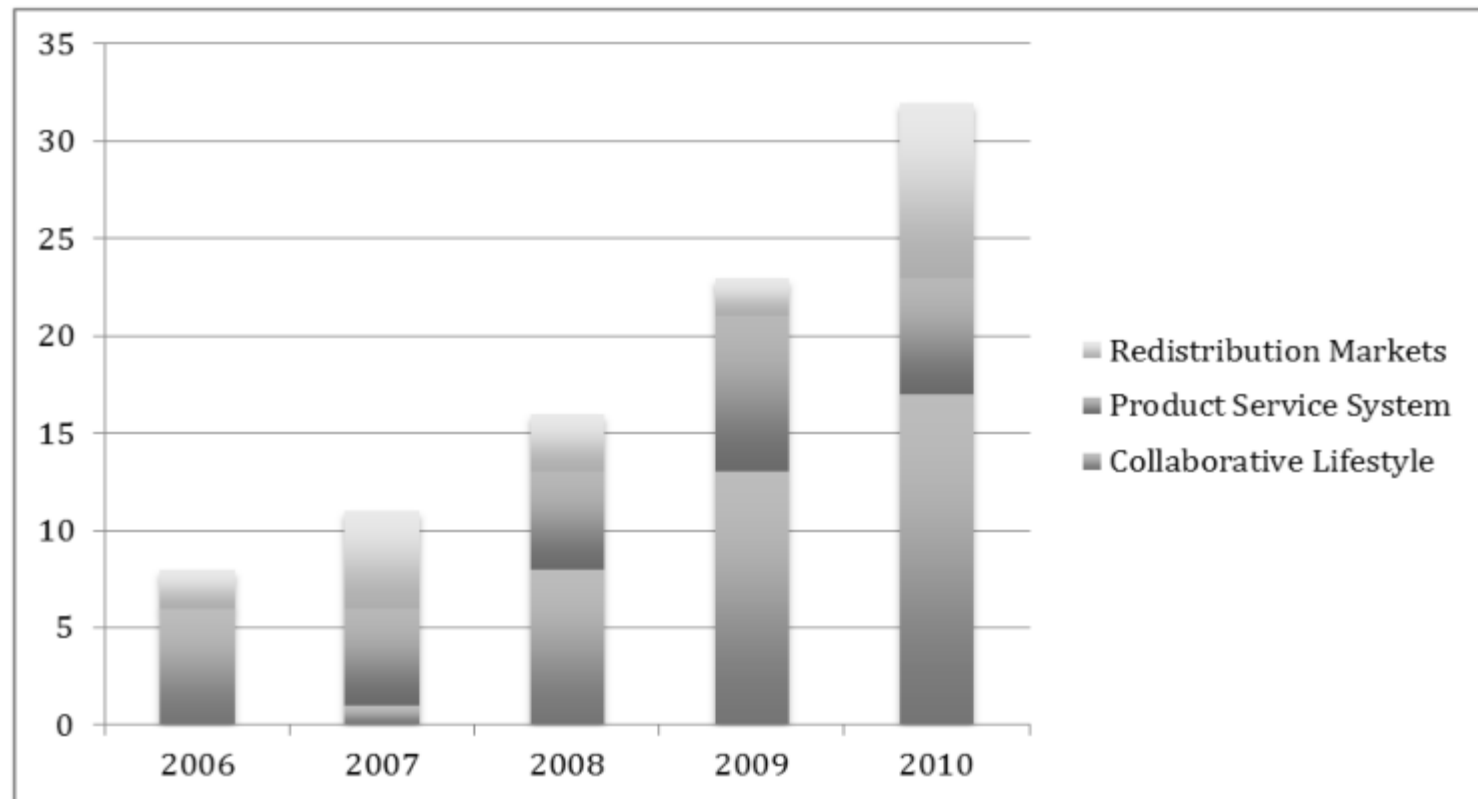
1. 공유경제란?
2. 공유경제의 성장원인과 부정적 시각
3. 공유 경제의 비즈니스 예시
4. 지방정부의 공유경제 추진현황
5. 공유가치의 창출
6. 공유경제 서비스 확산의 장애요인과 향후 전망
7. 공유경제의 미래가치와 성공조건

공유경제란?

공유경제의 개념

- 2000년대에 들어서며 공유 기반의 비즈니스 모델인 P2P 시장 및 ebay, Gmarket 등 국내외 공유 서비스의 급격한 성장이 이루어졌다.
- 여러 형태를 띄는 P2P 마켓플레이스는 라이프스타일을 공유하는 것부터, 제품교환과 재분배의 플랫폼까지 다양한 모습으로 증가해왔다.
- 소비자들은 공유라는 개념에 익숙해졌으며, 특히 젊은 층은 SNS와 친숙해지며 더욱이 거부감이 없이 음악, 사진, 파일 등의 공유를 일상생활의 일부분으로 실천하고 있다.

P2P 마켓플레이스 현황



Source: <http://collaborativeconsumption.com>, JeremyBarton, 2011

공유경제의 개념

- 공유경제(SharingEconomy)는 2008년 하버드대 로런스 레식 교수가 처음 사용한 말로, 한번 생산된 제품을 여럿이 공유해 쓰는 협력소비의 경제로 대량생산과 대량소비의 자본주의 경제와 대비
- 실물자산을 소유하는 대신 다른 사람과 함께 나누면서 사용하는 협력적 소비를 의미함
- 20세기 자본주의 경제의 한계가 가져온 경제위기와 환경오염 등의 문제, 그리고 IT기술과 소셜네트워크의 발달이 '공유경제'를 부상

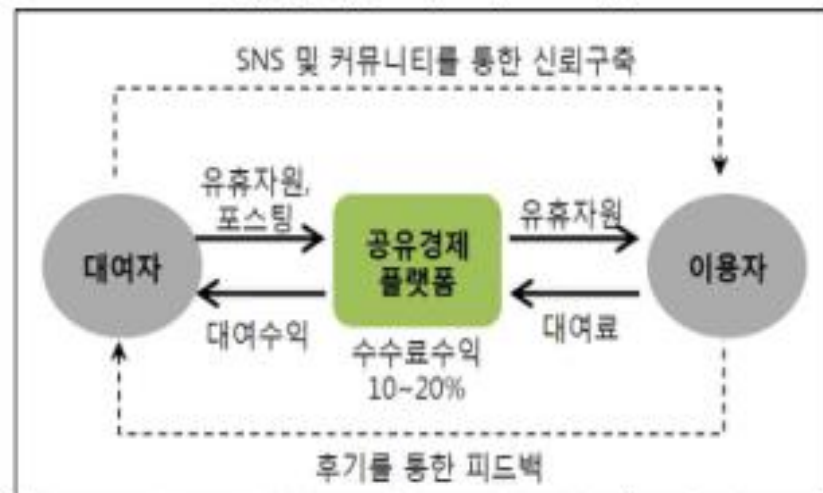
공유경제의 개념

<전통경제와 공유경제의 비교>



자료 : 김형균 · 오재환(2013). 『도시재생 소프트전략으로서 공유경제 적용방안』, 부산발전연구원.

<공유경제의 비즈니스 모델>



자료 : 클라우드산업연구소, "공유경제 이야기" 교육자료 (2013.07.04).

공유경제의 유형

- 공유경제는 유·무형의 분야를 포괄하며,제공서비스에 따라 제품서비스, 물물교환,협력적 커뮤니티로 구분
- 제품서비스: 사용자들이 제품 혹은 서비스를 소유하지 않고 사용할 수 있는 방식으로 렌트사업과 유사 :카셰어링(Zipcar),바이크셰어링(Velib)등
- 물물교환: 필요하지 않은 제품을 필요한 사람에게 재분배 하는 방식으로 주로 중고물품 거래 :경매(ebay),물물교환시장(키플),무료/상품권 교환(Freecycle)등
- 협력적 커뮤니티: 커뮤니티 내 사용자간의 협력을 통한 방식으로 유·무형 자원 전체 포괄 :공간(AirBnB),여행경험(플레이플레닛),지식공유 (위즈돔)등

공유경제 자원의 분류

구 분	유 형			무 형
	공간	교통수단	물품	정보 및 서비스
시행내용	-여행자숙소 -사무실/회의실 -기숙사 -레스토랑/카페 -스튜디오/연습실	-자동차 -카풀 -오토바이 -자전거 -요트	-아이옷 -장비/공기/기계 -도서 -유아용품 -스포츠/캠핑용품	-지식, 경험공유 -클라우드 펀딩 -인력중개 -여행

자료 : 오이씨(2013), 『공유경제 시작학교(2013)』, 공유허브

공유경제의 제공서비스에 따른 분류

제공 서비스	거래방식	공유자원	공유기업	
			국 외	국 내
제품 서비스	사용자들이 제품 혹은 서비스를 소유 하지 않고 사용할 수 있는 방식	-자동차 셰어링	-Zipcar, Streetcar, GoGet	-쏘카, 그린카
		-바이크 셰어링	-Velib, Barclays Cycle Hire	-푸른바이크 셰어링
		-태양에너지 공급	-SolarCity, Solar Century	-
		-장난감 대여	-DimDom, BabyPlays	-희망장난감도서관
		-도서 대여	-Chegg, Zookal	-국민도서관, 책꽃이
물물교환	필요하지 않은 제품을 필요한 사람에게 재분배 방식	-경매시장	-ebay, craigslist, flippid	-옥션, 지마켓, 11번가
		-물물교환시장	-Threadup, Swapstyle	-키플, 열린옷장
		-무료/상품권 교환	-Freecycle, Giftflow	-
협력적 커뮤니티	커뮤니티 내 사용자 간의 협력을 통한 방식	-공간공유	-AirBnB, Roomorama	-코자자, 모두의주차장
		-구인구직	-Loosecubes, Desksname	-알바몬, 알바천국
		-여행경험	-AirBnB	-플레이플레이넷
		-지식공유	-TeachStreet, TradeSchool	-위즈돔
		-택시 셰어링	-Taxi2, TaxiDeck, TaxiStop	-
		-크라우드펀딩	-Kickstarter, Indiegogo	-씨앗펀딩, 굿펀딩

자료 : 경기개발연구원 작성(2014).

공유경제의 성장원인과 부정적 시각

공유경제의 성장 원인[1]

- 첫 번째는 중산층의 부진이다.
- 기술과 세계화가 중간급 기술이 필요한 직업의 고용기회 및 소득을 크게 감소시켰고, 이에 따라 많은 이들이 자신의 일과 소득원을 새로 만들어내야 했다.
- 방, 자동차, 각종 물건을 빌려주거나 아이, 반려동물을 돌봐주는 등 서비스를 제공하는 것이 여기에 포함된다.

공유경제의 성장 원인[2]

- 둘째, 개인이 제공하는, 저렴하면서 독특한 물건과 서비스가 기업이 내놓는 대량생산된 물건과 서비스보다 더 매력적이라고 느끼는 사람들이 상당히 많다.
- 여행할 시간은 있지만 돈은 별로 없는 사람들은 비싼 호텔 체인에서 묵기보다 적당한 가격에 누군가의 집에 있는 빈방에서 자는 것을 선호한다.

공유경제의 성장 원인[3]

- 셋째는 인터넷 및 모바일의 발달이다.
- 방을 빌려주는 하숙집이나 택아 서비스는 전혀 새로운 것이 아니며 새로운 것은 지금 성장 중인 공유경제에 인터넷이 미치는 영향이다.
- 협력경제는 소셜미디어 시대의 진화를 보여준다. 소셜, 모바일, 결제 도구가 계속 발전하면서 개인이 물건과 서비스를 공유하는 일이 가능해졌다.

공유경제에 대한 부정적 시각[1]

- 공유경제(기업)의 기반인 시민의식,거래 및 신뢰프로세스의 미흡은 안정된 서비스 공급과 확대에 장애
- ✓ (시민의식)소유에 대한 욕망과 자본주의 시장이 가져온 제조와 소비의 미덕은 공유경제를 저소득층의 전유물 또는 불황기에 득세 수준으로 평가 절하
- ✓ (기업환경)개인간 거래의 안전 및 품질보장의 우려,이에 대한 적절한 대응 시스템(결제,보험 등)미흡,유사 스타트업 기업의 진입에 따른 경쟁에 직면

공유경제에 대한 부정적 시각[2]

- 기존 산업을 위협하여 실물경제를 위축시키고, 영업권, 소유권, 접근권, 이용권의 혼재로 과세 등 법질서 혼란 초래
- ✓ (경제환경)공유경제는 소비 위축, 제조업 및 전문서비스업 쇠퇴, 일자리 감소로 실물경제의 위축을 가져오고, 지하경제(무자료 거래 등)규모만 키울 것이라는 시각
- ✓ (법·제도)기존기업의 영업권(호텔업, 여객자동차운수사업법 등)을 침해하고, 소유권, 접근권, 이용권의 혼재로 법적책무의 혼란과 이에 따른 과세의 지난

공유경제 비즈니스 예시

Zipcar

- Zipcar는 시간제 또는 일일제로 운영되는 미국 회원제 카셰어링 회사
- 2000년에 설립되어 같은 해 6월 매사추세츠 주 보스턴에서 처음 사무소를 개설한 이후, 2001년 9월 워싱턴 DC 사무소, 2002년 2월 뉴욕 사무소 등 전체 미국 지역으로 확대되었다.
- 2013년 3월 14일 Avis Budget Group은 미화 5억 달러에 Zipcar를 구매하여 Avis Budget Group의 자회사로 만들었다.
- 2013년 7월 기준으로 회원은 810,000명이고 미국 뿐 아니라 캐나다, 영국, 스페인, 오스트리아에 걸쳐 약 10,000 대의 차량을 운영하고 있다.

Zipcar

- Zipcar가 이러한 성공을 거둔 배경에는 차량을 단시간 필요로 하는 고객과 차량을 유지하는 비용(구입비, 주차비 등)에 대한 비용부담을 덜고자 하는 고객의 니즈(Needs)가 기업의 비즈니스 모델과 일치했기 때문이다.
- 일반적인 렌트카 시스템과 달리 시간단위로 차를 빌릴 수 있고, 회원제이기 때문에 렌트카를 빌릴 때 소비되는 번거로운 시간 낭비도 없다는 장점을 지니고 있다.

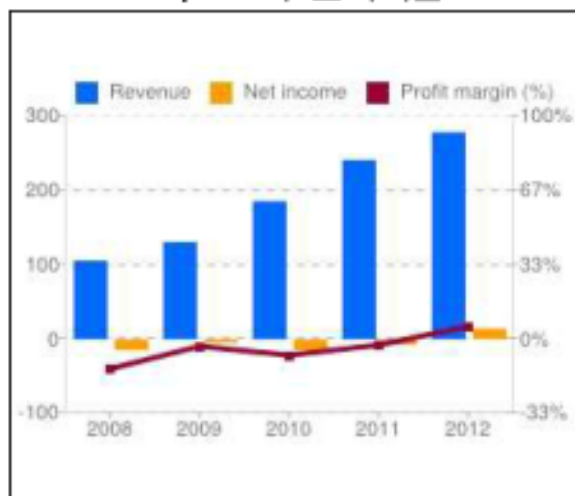
Zipcar

<Zipcar의 운영 개요>

특 징	이용방법	운영방법
-기존 렌터카와 다르게 시간단위 이용 가능 -가입-사용-반납-결제 의 모든 단계에서 사람을 직접 만날 필요없이 사용한 시간에 대해서만 지불하는 방식	-멤버십카드를 통해 차문을 개폐하며 개폐시간을 통해 사용 시간과 마일리지가 자동으로 본사로 전송	-새로운 사업모델에 대한 거부감이 없는 젊은층을 타겟 -지역별 선호도를 분석하여 차량배치

자료 : 경기개발연구원 작성(2014).

<Zipcar의 순이익률>



자료 : Google finance 홈페이지
(<http://www.google.com/finance>).

UBER

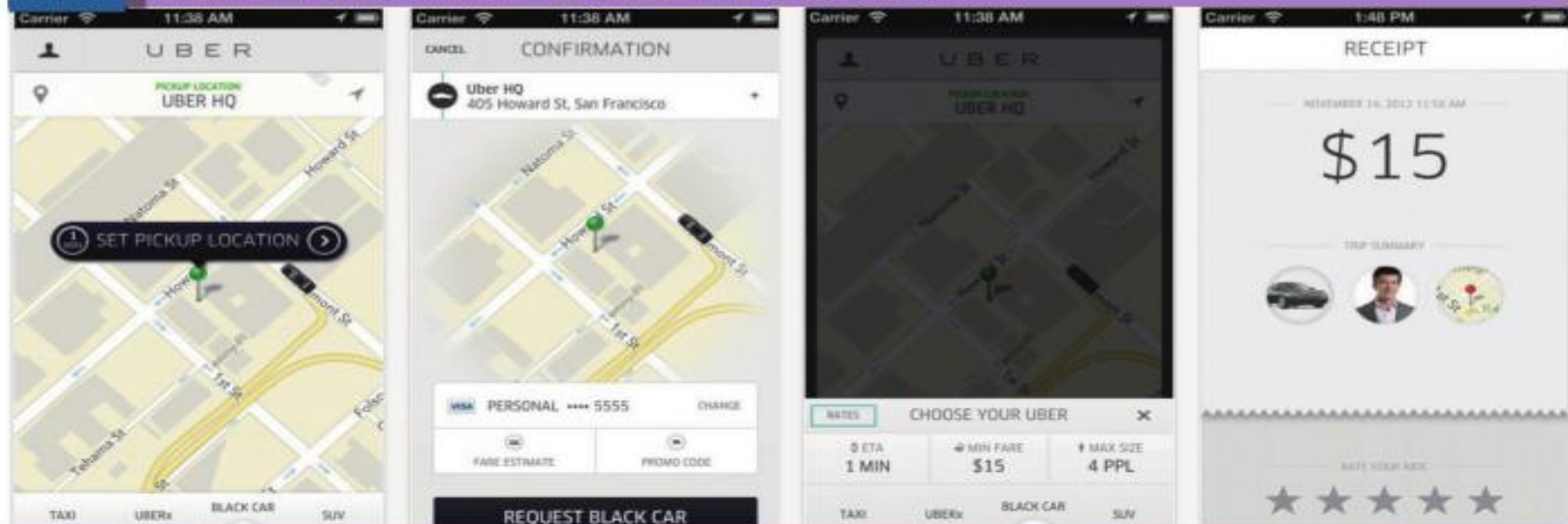
- 최근에는 차량 공유를 뛰어넘어 차량의 남은 좌석까지 공유할 수 있는 보다 적극적인 형태의 공유 경제 서비스도 화제를 모으고 있다.
- '카 라이드 셰어링(Car Ride Sharing)'을 표방하고 있는 'UBER'가 대표적이다.
- 2009년 미국 San Francisco에 설립된 'UBER'는 모바일 앱을 이용한 일종의 카풀(carpool) 서비스를 제공한다.
- 이름, 전화 번호 등 기본적인 개인 정보 및 결제를 위한 신용카드 정보를 'UBER'의 홈페이지에 등록한 후 'UBER'가 제공하는 전용 앱을 통해 사용자가 현재 위치에서 픽업을 요청하면 'UBER'가 가장 가까운 거리에 있는 차량을 중개해준다.

UBER

- 'UBER'의 서비스가 구현될 수 있는 이유는 GPS 센서 덕분이다. 영업용 택시의 운행 요금을 표시해주는 미터기 단말이 부재한 'UBER'의 차량은 승차 지점에서 하차 지점까지 운전자가 소지한 스마트폰의 GPS 시스템을 이용해 자동으로 요금을 산정한다.
- 모바일 결제 기술 역시 'UBER'의 핵심이다. 'UBER' 이용 후 발생한 요금은 하차 시 사용자가 사전에 입력한 신용 카드 정보를 토대로 자동 결제가 진행되며 영수증은 이메일을 통해 전송된다.
- 'UBER'는 비즈니스 모델의 참신함을 인정 받으며 미국 경영 월간지 Fast Company가 선정한 2013년 모바일 혁신 기업 1위 자리에 올랐다.

UBER

그림 1 'UBER' 전용 앱 이용화면(위) 및 주요 서비스별 요금 체계(아래)



주요 서비스 명	주요 제공 차종	이용 요금(San Francisco 기준)	취소 수수료
uberX	Toyota Prius, Ford Escape Hybrid 등 4인승 승용차	• 기본요금: 3.50달러 • 이동거리 1마일 당 요금: 2.75달러 • 시속 5마일 운행 시 요금: 분당 0.55달러	5달러
UberBLACK	Lincoln Town Car L, Mercedes-Benz S-Class 등 4인승 고급 세단	• 기본요금: 7.00달러 • 이동거리 1마일 당 요금: 4.00 달러 • 시속 5마일 운행 시 요금: 분당 1.05달러	10달러
UberSUV	Chevrolet Suburban Cadillac Escalade ESV 등 6인승 SUV	• 기본요금: 15.00달러 • 이동거리 1마일 당 요금: 5.00 달러 • 시속 5마일 운행 시 요금: 분당 1.35 달러	

출처: Apple App Store, UBER

Socar

- 국내에서는 카셰어링 개념으로 설립된 스타트업이 쏘카(socar.kr)다.
- 제주도에서 시작해 올해 서울시 전역으로 서비스를 확대했으며 정확히는 시간제 차량공유 서비스다.
- 렌터카와 비슷하지만 회원들이 30분 혹은 1시간 단위로 자동차를 빌릴 수 있다는 점이 최소 반나절 단위인 렌터카와의 차별점이다.
- 대여 시간을 세분화해 이용자의 부담을 줄이고, 사업자는 보다 많은 이용자가 차량을 이용할 수 있어 수익성이 올라간다.
- 요금은 30분당 2천원~3천원 선. 유류비는 실비로 별도 청구된다. 2시간 동안 20km 가량 운행할 경우 비용은 1만원 내외.
- 차량을 대여하기 위해 대리점을 방문하거나 복잡한 서류를 작성할 필요가 없고 회원가입 후 웹이나 모바일 앱을 통해 차량을 예약하고 차량이 주차된 장소로 가서 쓰면 된다.

- 티클(tikle.co.kr)은 자발적인 합승을 유도하는 카풀 서비스임
 - 직장 동료나 아는 사람 위주로 시행되던 기존 카풀 문화를 SNS를 활용해 소셜 카풀 서비스로 발전시켰다.
 - 운전자가 티클에 자신의 출발지와 도착지 경로 정보를 올려놓고 합승할 사람을 구하고 탑승자라면 자신이 원하는 경로 정보와 함께 운전자를 구한다.
- 이 둘의 니즈가 일치하면 카풀이 성사됨
- 모르는 사람의 차를 타거나 태워야 한다는 불안감을 없애기 위해 페이스북의 친구 관계를 활용해 회원 신뢰도를 확인하는 시스템을 갖췄다.
 - 카풀과 함께 열차 동반석표를 공유하는 KTX풀, 택시 합승을 위한 택시풀 서비스도 제공한다. 티클은 무료 서비스로 자동차용품 광고와 판매가 수익모델이다.

카셰어링 경제적 효과

- 카셰어링이 지역경제에 미치는 경제유발효과는 상당한 수준이다.
- 시장조사업체 밀라드볼에 따르면 우버, 집카, 쏘카 등 카셰어링 공유경제 기업은 렌터카에 비해 4배 이상의 경제 가치를 제공한다.
- 미국에서 승용차 대당 유지비용은 8485달러로 카셰어링 1대가 승용차 13대를 대체하면 연간 11만달러의 지역경제 효과를 흡수한다.
- 실제로 집카의 시간당 경제 가치는 차별화가치 18달러, 대안적가치 5달러를 합한 23달러로 렌터카(5달러)의 4.6배에 달했다.
- 최근에는 카셰어링 1대가 승용차 13대를 대체하고 카셰어링 이용자 평균 20%가 승용차 구매의사를 철회한다는 연구 분석도 있다.
- 국내 경제유발 효과도 못지않다. 카셰어링 1대의 지역경제 흡수효과는 연간 4537만원으로 추정된다.
- 우리나라의 승용차 대당 유지비용은 연간 874만원으로 승용차 보유비용은 412만원(47.2%)이며 이중 지역 외로 유출되던 규모는 349만원(39%)으로 추정된다.

독일 카셰어링 기업 현황

독일 카셰어링 기업 현황

서비스명(기업)	서비스 도시	제공차량	차량 대수	전체 고객 수
Car2Go (다임러)	독일 7개 도시 (울름, 베를린, 뮌헨 등) 독일 외 14개 도시 (빈, 런던, 시애틀 등)	Smart fortwo, 600 E-Smarts	42,000대	16만명
드라이브나우 (BMW)	뮌헨, 베를린 뒤셀도르프, 쾰른	Mini, BMW 1, X1	1,570대	12만6000명
플링크스터 (DB)	140개 도시	전기자동차, 소형부터 대형 트럭까지 다양	2,800대	21만5000명
Quicar (폴크스바겐)	하노버	골프 블루모션 Beetle, Passat, up! 등	200대	4000명
캄비오 카셰어링 (Cambio)	쾰른, 본, 베를린 등 독일 14개 도시	스마트, 트럭 등 미쓰비시, 전기자동차	1,500대	5만명

자료: KOTRA

AirBnB

- AirBnb는 "Air Bed and Breakfast"를 줄여서 만든 이름이다.
- Air Bed란 평소에는 접어두었다가 필요할 때 바람을 넣어서 쓰는 침대를 말하고, Bed and Breakfast란 말 그대로 하루 밤 묵을 침대와 아침 식사를 제공하는 숙소를 의미한다.
- AirBnb는 자기 집의 일부 또는 방 하나를 여행자를 위해 빌려주는 개인(다시 말해 민박)과 이를 이용하고자 하는 여행자를 연결해주는 사이트이다.
- AirBnB는 현재 192개국 3만개 도시의 30만개 방이 등록되어 있으며, 2013년 기준 연간 이용객수가 400만명 이상으로 전년대비 250%의 성장세
- 반면 이러한 성장의 이면에는 개인간 거래의 부작용(집기, 귀중품 분실 등), 호텔업계의 반발과 세수감소 야기(호텔업 위축, 개인영업에 대한 과제)

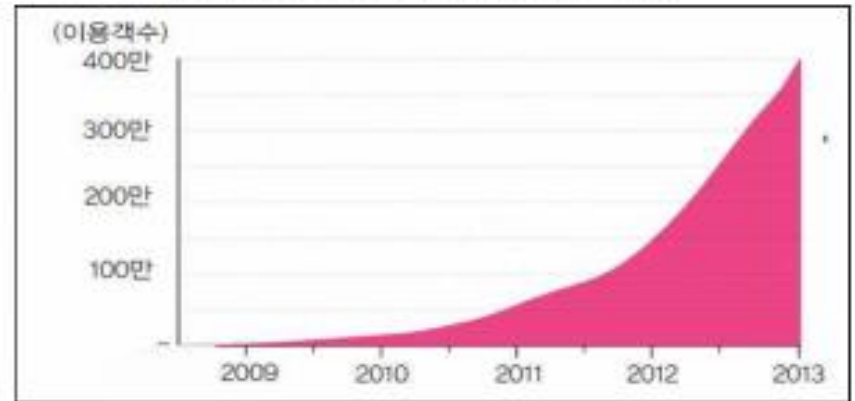
AirBnB

<AirBnB의 빈집(방) 분포 변화>



자료 : AirBnB 연차보고서(<http://www.airbnb.com/annual>).

<AirBnB의 이용객 증가 추세>



국내 공유경제 비즈니스 모델

국내에 선보인 공유경제 비즈니스 모델

공유 대상	회사명 (인터넷 홈페이지)	비즈니스 모델 내용
집·방	-비엔비히어로 (www.bnbhero.com) -코자자(www.kozaza.com)	남는 방을 가진 사람과 여행·출장 등으로 방이 필요한 사람을 온라인으로 연결
자동차	-쏘카(smart.socar.kr) -그린카(www.greencar.co.kr)	한 대의 차를 여러 명이 적당히 시간을 나 누어 사용(카 셰어링)
옷	열린옷장(theopencloset.net) 키플(www.kiple.net)	입사 면접시험 때 입는 정장 나눠 입기 아이옷 나눠 입기
책	국민도서관 책꽃이 (www.bookoob.co.kr)	인터넷 '가상서재'에 내 책을 보관하고 남이 보관한 책 빌려 읽기
재능	와우텐(www.wow10.com)	자신의 재능을 기부하고 남의 재능을 기 부받음

[출처 : 조선비즈, http://biz.chosun.com/site/data/html_dir/2013/03/18/2013031802023.html]

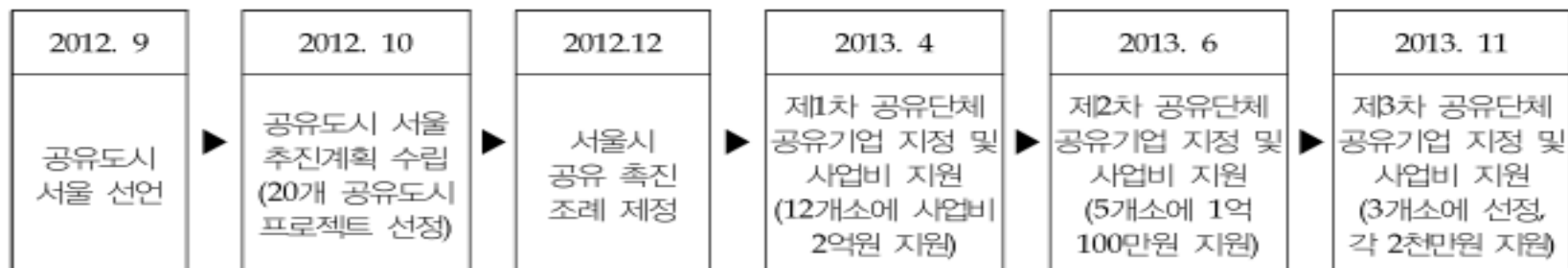
지방정부의 공유경제 추진현황

서울시

- 서울시는 `공유도시 서울'을 선언하고,공유관련 조례 제정,추진 계획 수립과 함께 공유단체 기업 선정 및 지원 추진
- ✓ 도시의 경제·사회·환경적 문제를 해결하고자 2012년 '공유도시 서울'을 선언하고,「서울특별시 공유촉진조례」를 제정,공유 촉진 정책을 본격 실시
- ✓ 공유도시 서울추진계획(2012년)을 수립하여,비전으로 "함께 나누고 도모하여 사회적 가치를 창출하는 공유도시 서울"을 제시하고,20개 공유도시 프로젝트 추진
- ✓ 공유단체와 기업의 행정적·재정적 지원을 위해 `공유단체·공유기업 지정'및 `공유 촉진 사업비 지원사업'실시(3차 공모완료,34개 단체·기업,연간 4억원)

서울시

<서울시의 '공유도시(Sharing City) 서울' 추진 현황>



<공유도시 서울 추진계획(20개 공유도시 프로젝트)>

정책 분야	물(物)	공(空)	인(人)	시(時)	정(情)
추진 사업	-쉽게 빌려쓰는 카셰어링 -공유서가 프로젝트 -동네공방 프로젝트 -아이옷 나누기 프로젝트 -시립병원·보건소 의료장비 공유 -사무기기(출력장비) 공유	-스마트 주차장 공유 -한지붕 세대 공감 프로젝트 -체험관광 연계 도시민박 활성화 -사람이 채우는 열린 공간 프로젝트 -아르산 여가복지시설 복합 커뮤니티 -공유를 통한 청년 주거문제 해소	-휴먼 도서관 멘토 공유 -서울세미나 매칭지원 프로젝트 -함께 만드는 특별한 결혼식	-S-JOMB 공동채용 프로젝트 -어린이집·복지시설 차량 공동구매	-공공 와이파이 서울 프로젝트 -서울 사진은행 -스마트 기술을 통한 문화정보 공유

자료 : 서울시(2012). 『공유도시 서울 추진계획』.

부산시

- 부산시는 지난해 차량 공유서비스인 '쏘카'를 도입하고,시의회에서는 '공유경제 촉진 조례'를 발의 예정
- ✓ 부산시가 서울시에 이어 지난 2013년 9월 차량 공유서비스인 '쏘카'를 도입 하면서,이를 계기로 공유경제를 기반 한 창업과 사업이 활기
- ✓ 부산시는 본격적 정책수립에 앞서 부산공유경제 토크콘서트(2013년5월), 공유 경제 확산을 위한 시민모임 '시민허브'(2013년 11월)등을 후원하는 단계

부산시

<부산시 공유경제 생활화 단계별 시책(안)>

공유경제 생활화			공유형 도시재생 활성화		
1단계	2단계	3단계	1단계	2단계	3단계
공유경제의 이해	공유서비스 사용 (사용자 측면)	공유서비스 생산 (생산자 측면)	도시재생거점시설 플랫폼화	주민 신뢰기반 조성	마을경제 활성화
-대중교통 포인트 셰어링 -맞춤형강의 배달 -공유경제 시민 아카데미 운영	-공공시설의 적극적 개방과 공유 -동네공구도서관 -마을 공동서가	-도시민박 호스트 -생활기술편의점 조성	-동네밥상 -공개공지 쉼터 활용	-동네주민 가이드 -노인파 청년 공간 공유 -영유아 물건 아나바다	-마을민박 -마을공유화페 -청년맞춤형 주거 공간

자료 : 김형균 · 오재환(2013). 『도시재생 소프트전략으로서 공유경제 적용방안』, 부산발전연구원.

공유경제 서비스 확산의 장애요인과 향후 전망

공유경제 서비스 확산의 장애요인

1. 기존 생산 및 소비 활동을 위해 고안된 법과 제도는 공유 경제 서비스의 확산을 가로막는 장애 요인으로 작용하고 있다.

-일례로 'UBER'는 정부로부터 허가를 받지 않은 불법 택시 영업이라는 이유로 미국 San Francisco, Chicago, Massachusetts, New York 등지에서 서비스 금지 명령을 받고 막대한 벌금을 부과 받은 바 있다

공유경제 서비스 확산의 장애요인

2. 공유 경제 서비스에 대한 또 하나의 문제는 과연 대여한 재화를 사용자들이 정직하게 사용할 지 여부이다.

-실제 2011년 6월 ID 'EJ'를 사용하고 있는 'Airbnb' 회원은 자신의 아파트를 임대했다 엄청난 피해를 입었다. 일주일 간 자리를 비운 사이 투숙객이 가구 등 집기를 파손하고 여권과 신용카드, 보석 등을 훔쳐 달아난 것이다.

공유경제 서비스 확산의 장애요인

3. 공유 재화의 품질을 담보할 수 없다는 점도 공유 경제 서비스가 안고 있는 문제점 중 하나로 지적되고 있다.

- 'Airbnb'를 통해 방을 예약했다가 침구류 청결 문제로 집 주인과 실랑이를 벌였던 사건을 예시가 있다.

- 서비스 이용자 입장에서조차 대여자에 대한 불안감이 존재할 수 밖에 없다.

공유경제 서비스 향후 전망

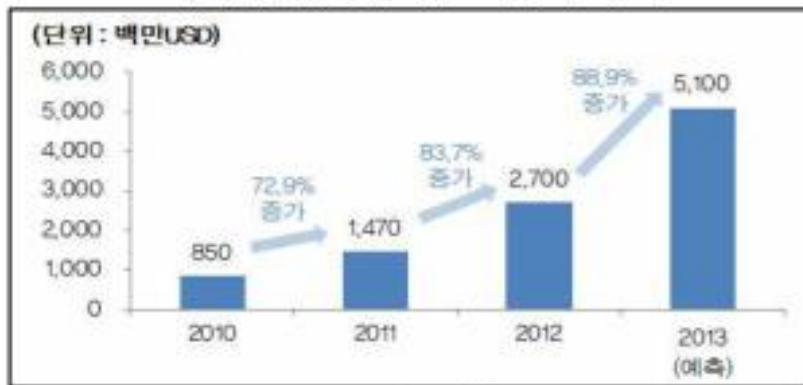
1. 일부 문제점이 존재함에도 불구하고 향후 공유 경제 서비스의 확산은 더욱 가속화될 것으로 보인다.

-미국 San Francisco의 Edwin M. Lee 시장이 2012년 5월 전세계 최초로 공유경제와 관련한 정책 이슈를 다루는 워킹 그룹을 설치하는 등 제도적 개선을 위한 정부 차원의 노력들이 이루어지고 있으며, 공유 경제 서비스를 제공하는 사업자들 역시 사용자 인증, SNS 연동 기능 등 사용자 간 신뢰 구축을 위한 다양한 프로세스를 도입하고 있기 때문이다.

공유경제의 미래와 사회경제적 가치

- 세계 공유경제의 규모는 2013년 기준 51억달러에 머물지만 연 80%이상 폭발적 성장을 하는 메가트랜드 시장

<세계 공유경제 규모 증가 추이>



자료 : Massolution 홈페이지(<http://www.massolution.com>).

<세계 공유경제 대륙별 규모(2012년)>



공유경제 서비스 향후 전망

2. 또한 사용자의 요구는 공유 경제 서비스가 성장할 수 있는 가장 큰 원동력이 되고 있다. -
- 실제 2012년 7월에는 Washington D.C의 'UBER' 사용자들이 'UBER'의 서비스 합법화를 주장하는 소셜 미디어 캠페인을 벌였고 결국 시의회 투표를 통해 한시적으로 'UBER'의 서비스가 허용되기도 했다.
 - 사용자들이 원하는 서비스라는 점에서 공유 경제 서비스를 규제하는 것에는 한계가 따를 수 밖에 없다.

공유경제 서비스 향후 전망

3. 막대한 경제 효과를 창출할 수 있다는 점 역시 공유 경제 서비스의 성장가능성을 높이고 있다.

-유휴 자산을 영업용 자산으로 전환시킴으로써 부가 소득 및 비용 절감 효과를 발생시킴은 물론 사전에 재화를 구비할 필요 없이 개인 간의 거래만 유도하면 된다는 비교적 간단한 비즈니스 모델로 인해 창업을 자극할 수 있는 것이다.

우리나라 공유경제의 잠재력(연결성, 가치창출, 신뢰성, 자원절약)

- 공유경제의 주요 거래 매체인 연결성 수준(인터넷 보급 등),특히 소비자의 인프라는 세계 최고 수준으로 평가
- 국가와 기업의 가치창출을 위한 높은 교육수준,국제특허 건수의 증가추세는 긍정적인 반면,창의적 인재수준은 아직 낮은 수준
- 사회 안전도의 높은 수준은 기업 창업과 인재 유인에 좋은 환경을 제공하나, 낮은 대인관계 신뢰수준은 공유경제의 장애요인
- 공유경제에 대한 잠재적 선호인 자원 재활용률은 높은 수준이며, 아직 도입단계지만 재생에너지 비율도 꾸준한 증가 추세

우리나라 공유경제의 성공조건

- 공유경제의 활성화, 새로운 수요 대응과 기존 기업과 공생을 위한 합리적 법·제도 개선 논의 필요
- 공유분야 스타트업 기업에 대한 인증 및 투자를 통한 경제 활성화 모색
- 시민홍보를 통한 공유분위기 확산과 기업의 개인정보보호에 대한 신뢰 회복
- 정부의 직접사업 추진 또는 무리한 가이드라인 제시보다 공공-기업-시민단체의 협력 하에 비영리 공유분야 확대

감사합니다.