

1. 공유경제란

공유경제란 생산된 제품을 서로 대여해 주고 차용해 쓰는 공동 소유의 개념으로 인식하여 경제 활동을 하는 것으로 개인 소유를 기본 개념으로 하는 전통 경제와 대비되는 개념이다. 즉 자동차, 빈방, 책 등의 유희자원을 필요로 하는 사람들과 함께 공유함으로써 대여자 입장에서는 자원의 효율화를 높이고, 차용자 입장에서는 저렴한 가격으로 이용할 수 있는 장점이 있다.

대표적인 사례로 자동차의 경우 소유한 차를 이용하지 않는 시간대에 다른 사람이 이용할 수 있도록 하는 서비스인 Zipcar, 소카, 그린카 등이 있다. 숙박의 경우 자가의 여분의 방을 필요한 사람에게 빌려주는 Airbnb, 비앤비히어로, 코자자 등이 있다. 또한 책을 공유하는 국민도서관 책꽂이, 아이들 옷을 공유하는 키플과 정장을 공유하는 열린옷장 등이 있다.

공유경제가 활성화된 배경에는 IT기술의 발달이 있다. 소셜네트워킹서비스(SNS)로 연결된 다수의 개인이 정보를 교환하게 됨으로써 공유경제가 활성화될 수 있게 되었다. 이런 추세는 계속 이어질 것이다. IT기술의 발달은 공유할 수 있는 재화의 범위를 계속해서 확장해 줄 것이다. 기술의 발달이 공유경제를 활성화하여 궁극적으로 '지속가능한 생산과 소비'사회가 구현되는 기술과 환경의 선 순환적 효과를 기대해 본다.

2. 기대효과 및 우려사항

가. 기대효과

- 1) 효율적 자원 활용: 생산된 제품의 소비 및 활용도를 높여 자원 낭비를 줄이고 이를 통해 사회의 지속가능한 발전 도모할 것으로 평가. 이용률이 낮은 상품을 공유해 불필요한 자원 소모를 줄이고, 유희 공간 등 활용으로 제한된 자원의 활용도 극대화. 또한 비효율적 공급구조로 인해 효율성 제고 여지가 있는 분야에서 공유경제 확산으로 비효율적 공급자가 효율적인 공급자로 대체되는 것을 기대할 수 있음.
- 2) 소득창출 및 내수활성화: 유희시간 활용을 통한 생산 활동의 다양성이 증가, 공급자의 범위가 일반가계까지 확대되어 가구의 추가적 소득 창출에 기여 가능함. 자투리 시간 활용이 용이해져 일반 가구의 추가적 소득 확보 방법이 다양해짐. 또한 개인 공급자는 시장진입으로 소품종 맞춤형 생산을 활성화해 공급 다양성과 소비 다양성을 증가시킬 수 있음
- 3) 신규 비즈니스 모델 활성화: 경제성장 및 양질의 일자리 창출에 기여. 저소득층, 청년, 노인 등이 탄력적으로 서비스 공급자로 참여할 수 있는 점이다. 사회적 배려 계층의 소득 증대와 안정화에 기여한다.
- 4) 사회협력 제고: 사회참여 지원을 체계화해 효율적으로 인력 활용. 재능 기부 등 사회협력 극대화 가능. 사회봉사 활동에 공유경제 시스템을 적용해 공여자 및 수혜자 간 연계성 강화로 사회협력 활성화

나. 우려사항

- 1) 실물경제 위축: 기존 산업을 위협해 실물경제를 위축시킬 수 있다는 시각이 존재함. 이용률이 낮은 상품 혹은 유희 서비스 등의 공유에 따라 신규 소비가 감소할 수 있으며 제조업, 전문서비스업의 쇠퇴로 일자리 감소 등 실물경제를 위축시킬 수 있어 무자료 거래 등 지하경제 규모 확장 위험이 있음
- 2) 거래상 위험 및 사회적 안정성 문제: 온라인 채널을 통한 불특정 다수의 개인 간 비정형화된 거래가 이루어져 거래상 다양한 위험이 발생 가능. 정보비대칭성으로 수요자 입장에서 물품 혹은 서비스 질을 사전에 확인하기 어렵고 공급자 입장에서는 수요자 모니터링이 어려워 모두의 도덕적 해이 발생 가능. 더불어 안전 관련 규제를 따르지 않는 개인

에 의해 공유서비스가 제공되거나 크라우드 펀딩이 운영될 경우 신뢰도가 낮은 사람이 대출을 받아 금융 사기 등의 위험에 노출되어 사회 안정성을 저해할 수 있음

- 3) 기존 사업자와의 규제 형평성, 법제도적 혼란 발생: 기존 사업자에게 적용되는 규제가 공유 서비스 공급자에게는 적용되지 않는 경우가 많아 규제 형평성과 관련한 문제가 제기될 수 있음. 기존 사업체의 영업권 침해와 소유권, 접근성, 이용권이 혼재되어 법적 책무의 혼란 발생 가능.

3. 공유경제 vs 구독경제

공유경제와 구독경제의 기본 개념에서 가장 큰 다른 점은 공유경제는 기본적으로 생산된 제품을 여럿이 공유하는 것이고, 구독경제는 효율을 기반으로 한 개인별 맞춤형 서비스를 이용하는 것이다. 구독경제의 대표적인 기업인 넷플릭스와 음원사이트가 다운로드가 아닌 스트리밍 형식으로 서비스를 제공하는 것이 그 예시다. 그런 이유로 구독경제를 ‘소유하지 않는 것’이기 때문에 공유경제랑 비슷하다고 하는데, 이런 주장에는 동의하기 어렵다.

지금은 구독경제, 공유경제, 플랫폼 경제가 모두 혼합되어 있고 일정 부분 교집합이 있는 것도 사실이다. 예를 들어 공유경제, 구독경제, 플랫폼 경제 모두 인터넷 세상의 발전으로 가능해졌고 시장의 성장 가능성이 높은 서비스다. 기존의 방식과는 반대로 이제는 온라인에서 오프라인 시장으로 그 영역이 진화하고 있다는 점 역시 똑같다. 그중에서도 가장 크고 중요한 교집합은 바로 회원 ‘개인 ID’이다. 새로 정의되는 경제 트렌드의 기반은 소비자를 특정하는 것을 기본으로 하고 있다. 그중에서도 ID는 구독경제에서 더욱 특별하다. 구독경제만의 개인에 최적화한 상품을 제공하기 위해서는 인공지능(AI)과 빅데이터 분석을 통해 고객을 파악하는 것이 무엇보다 중요하기 때문이다.

4. 공유경제와 지속가능성

공유경제 또는 협력적소비(Collaborative consumption)는 환경측면에서도 중요한 의미를 가지고 있다. 자원소모를 크게 줄일 수 있기 때문이다. 물질기반의 경제를 서비스기반의 비 물질적 소비로 전환함으로써 자원고갈에 대한 대비가 가능할 수 있다. 지난 브라질에서 열린 지구정상회의(RIO+20)에서도 생산과 소비를 연결하여 환경영향을 최소화하기 위한 ‘지속가능한 소비와 생산(SCP: Sustainable Consumption and Production)’이 주요 의제로 다루어진바 있으며, 이는 향후 지속적으로 성장과 환경의 조화가 인류의 당면과제로 대두될 것임을 방증한다.

지금까지 경제와 환경은 양립할 수 없는 개념으로 인식되었지만 현재는 환경이 바로 돈이고, 환경을 개선하는 것이 훌륭한 비즈니스가 되는 시대가 되었다. 최근 들어 환경이라는 뜻으로 많이 쓰이는 단어인 에코(Eco)는 생태(Ecology)와 경제(Economy)의 공통분모이다. 이런 관점에서 배출권거래제 또한 온실가스 감축활동을 배출권의 거래를 통한 수익사업으로 전환하는 좋은 사례이다. 공유경제 기반의 사업들 역시 큰 틀에서 환경사업인 동시에 수익사업인 ‘에코비즈니스’라고 볼 수 있다.

5. 국내 정책 개선방안

- 가. 공유경제 활성화를 위해서는 중앙정부 차원에서 적용될 수 있도록 기본법 등의 형태로 공유경제 관련 법안을 제정할 필요가 있으며, 변화된 경제 환경에 대응하고 정책의 상을 명확히 할 수 있도록 ‘공유경제’용어에 대해서도 법적으로 정의할 필요가 있음

- 나. 또한 공유경제와 기존 사업자간의 갈등의 소지를 줄이고 사회적 혼란을 방지하기 위해 공

유경제에 공급되는 유희자산의 범위를 명확히 할 필요가 있음