1. 공유차량 서비스는 왜 탄생하게 되었을까?

공유차랑 서비스는 사회와 개인의 요구가 일치하면서 만들어진 서비스이다. 먼저 개인의 측면에서는, ‘효율’을 추구하는 사람들의 심리 때문에 만들어지게 되었다. 차량은 다른 상품에 비해 구매하기 위해 필요한 비용이 훨씬 크기 때문에, 필요성을 느끼더라도 쉽게 구입을 결정할 수 없는 상품이다. 이러한 특징은 자신에게 필요한 것을 소유할 필요 없이 빌려 쓰고, 필요하지 않은 것은 타인에게 빌려주는 공유 소비의 개념과 맞아 떨어졌다. 공유 차량 서비스를 활용하면 개인이 필요할 때에 딱 그만큼의 비용을 지불하고 서비스를 활용하고, 나머지 시간 동안은 또 다른 사람이 차량을 이용함으로써 오로지 필요한만큼의 서비스만을 얻게 된다. 차량 구매가 부담스러웠던 젊은층에게는 아주 매력적인 조건이다. 또한, 차량 대여는 보통 회사별로 제공하는 스마트폰 앱을 통해 계약서 작성 없이 보통 '10분 단위'로 대여가 가능하며, 차량의 문을 열고 잠그는 것 역시 '스마트폰 어플리케이션' 또는 '개별 신청한 회원카드'로 조작이 가능하기 때문에 매우 편리하다. 평소에 출퇴근을 할 때 뿐만 아니라, 여행처럼 특별한 날에 차량이 필요할 때도 공유차량 서비스는 아주 효율적이다.

또한, 공유차량 서비스는 ‘안전’이라는 측면에서 수요가 있었다. 카카오택시 등 플랫폼과 결합한 택시 서비스가 발달하기 전에는, 택시 서비스의 안전은 불확실했다. 서울연구원에서 2019년 상반기 실시한 설문 조사 결과에 따르면, 조사 대상 중 29%가 불친절, 9.1%가 난폭운전 및 욕설에 대해 불만이 있다고 답하였다. 카카오 택시 같은 경우, 택시가 잡히고 나면 해당 기사님의 프로필과 함께 직접 별점을 남길 수 있고, 또 신고할 수 있는 버튼이 바로 위에 있어서 탑승자들이 심리적으로 안전함을 느낄 수 있다. 공유차량 서비스는 직접 이러한 모빌리티 혁신 덕분에, 그동안 안전을 보장받지 못하여 택시를 부르기 꺼려졌던 사람들도, 공유차량 서비스를 믿고 안전하게 활용할 수 있게 되었다. 교통안전공단에서는 국민들이 보다 편리하고 안전하게 카셰어링 서비스를 이용할 수 있도록 무면허 카셰어링 방지, 10대 불법이용 방지, 카셰어링 안전이용 문화 조성 캠페인 등의 방안을 내놓았다.

사회의 입장에서는, 공유차량 서비스는 환경 보호에 도움이 된다. "라이드셰어링은 많은 비용을 절약하고, 환경을 오염시키는 인류의 흔적을 줄일 수 있는 거대한 기회다." 이것은 우버와 함께 세계 최대 라이드셰어링(ridesharing, 승차 공유) 서비스업체로 꼽히는 리프트의 공동설립자 존 짐머가 회사를 설립하며 주장한 가치다. 공유차랑 서비스는 갈수록 악화되는 교통 체증을 완화하고, 배기가스 배출량을 줄이는 역할을 한다. 또한, 많은 사람들이 차를 사용하지 않는 동안 발생하는 주차난의 해결책이 되기도 한다. 이렇게, 공유차량 서비스는 개인과 사회의 요구가 합쳐지면서 만들어지고 발달하게 되었다.

1. ‘타다’ 금지법으로 좌초된 국내 공유차량 서비스를 살릴 수 있는 해법은 무엇인가?

먼저, 신산업에 대한 규제를 완화해야 한다. 현재 국내의 상황을 보면, 신산업의 추진보다는 기존 산업의 보호 측면에 규제가 치우쳐 있다. 예를 들어 택시를 활용하여 물건 및 음식을 배달하는 사업체 인 ‘딜리버리티’는 2019년 4월 과학기술정보통신부에 택시물류업에 대한 규제 샌드박스를 신청했으나 1년 9개월 째 허용되지 않은 상황이다. 물론 공유차량 서비스와 택시 등의 기존 산업을 동일 선상에 놓고 경쟁시켜야 하는 것은 아니지만, 현재 우리나라의 상황을 보면 신산업이 아예 발을 들이기가 힘든 구조이다. 따라서, 정부 차원에서 규제를 완화하여서 신산업에 도전하는 스타트업들을 늘리고, 경쟁을 통해 서비스의 품질을 개선해나가는 방향으로 이끌어야 한다. 참고할 만한 예시로, 중국에서도 처음 디디추싱이 도입되었을 때는 기존 택시업계에서 많은 반발이 있었다. 그러나, 정부가 꿋꿋하게 차량 공유서비스의 확산을 주도했고, 결국에는 택시 업계의 서비스 질도 향상하게 되는 결과를 낳았다. 이처럼, 우리나라도 융통성 있게 규제를 완화하여서 전반적인 산업의 발전을 추구해야 한다.

또한, 환경을 신경 쓰는 최근 현대인들에게 공유 차량 서비스의 필요성을 더욱 강조해야 한다. 환경을 보존해야 한다는 강한 인식을 가지게 된 사람들이, 많은 차량으로 인해 발생하는 여러 문제들을 인식하고, 공유 차량 서비스가 해당 문제를 어느 수준까지 어떻게 해결할 수 있는지를 알리는 캠페인을 진행해야 한다. 이는 공유 차량 서비스가 활성화 되어야 한다는 필요성을 느끼게 하여 가장 중요한 사람들의 수요를 높일 수 있는 역할을 할 것이다.

무엇보다, 이용자들을 보호할 수 있도록 제도를 도입하고 정비해야 한다. 이용자를 위해 교통 취약 지역이나 계층에게 공유차량 서비스를 제공할 수 있는 환경을 조성해야 한다. 장기적으로 많은 이용자들을 모으기 위해서는, 소외된 이용자들과 노동자들을 보호하기 위한 방안을 마련하는 것이 최우선이다.

전세계적으로 이미 공유차량 서비스가 많이 발달해 있는 상황에서, 국내의 상황은 이미 많이 뒤처진 상태이다. 그러나, 공유 경제는 이제 세계적인 흐름이 되었다. 더불어, 국내 업체들도 기회만 주어진다면 충분히 성장할 가능성을 지니고 있다. 더 이상은 세계적인 트렌드에 뒤쳐지지 않도록, 공유차량 서비스를 활성화 하기 위한 정부와 사회의 노력이 절실하다.