Introduction:
ICT와 가치 중심 사고가 만드는 공유경제 생태계

글 나 현(KT경제경영연구소 연구위원)

들어가며

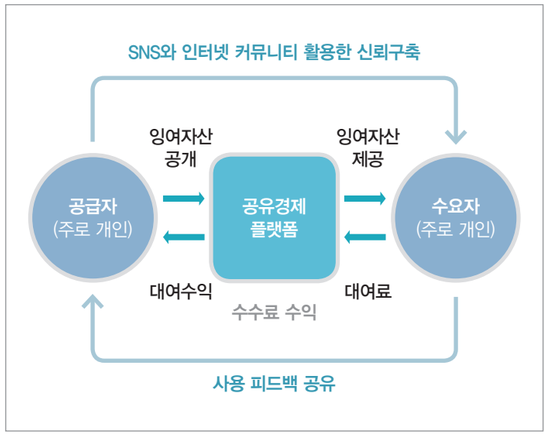
10월 13일 중국 최대의 전자상거래 기업 '알리바바(Alibaba)'의 마윈(Ma Yun)회장은 중국 항저우에서 열린 알리윈(Aliyun) 개발자 컨퍼런스에서 미래의 5대 트렌드를 이야기했는데 그 중 하나가 바로 '전자상거래'의 소멸이다. 전자상거래가 없어진 10년 내지 20여년 뒤에는 온 · 오프라인과 물류가 결합한 신소매가 등장할 것이라고 예측했다. 이러한 변화는 인터넷과 모바일 어플리케이션 발달에 따른 것이며, 향후 빅데이터 등 미래 기술에 적응하지 못하는 전통 유통업체는 타격을 받을 것이라고 주장했다.

또한 과거 창업에는 돈, 자원, 각양각색의 네트워크 등이 필요했지만 현재는 기술과 자료, 혁신만 있으면 누구라도 창업할 수 있는 기회가 주어졌다고 설명했다.

마윈의 예측은 이미 현실에서 일어나고 있다. 사람들이 거래하는 장소는 비단 오프라인 매장뿐만 아니라 가상 공간 위의 어플리케이션이나 온라인 마켓으로 확대되고 있다. 또한 최근 등장하고 있는 서비스들은 공급자 중심의 유통 방식에서, 소비자가 원할 때 사용할 수 있는 수요자 중심의 온디멘드(On-demand) 방식으로 진화하고 있으며, 이전에 막대한 비용과 노력이 수반되던 예약, 홍보, 결제, 고객 관리 등의 사업 인프라 역시 어플리케이션 하나로 손쉽게 운영할 수 있는 세상이 되었다.

이러한 상거래 질서의 변화는 기존 자본주의의 교환경제로부터 새로운 경제질서를 태동시키고 있다. 그것이 바로 공유경제이다. 공유경제의 기초적 개념은 물건을 소유하지 않고 사용한다는 개념이다. 공유경제에서 물건은 사용가치가 낮은 사람으로부터 사용가치가 높은 사람에게로 전달된다. 이 때 전달의 동기에는 자본주의 논리인 이익이나 돈보다도 사회적 관계 또는 공동의 가치가 관여한다. 하버드대 로스쿨 교수 로렌스 레싱(Lawrence Lessing)의 표현을 빌리면, 공유경제의 사이클에는 기존 자본주의 경제에 없었던 'Good Feeling'이 존재한다.

〔그림 1〕 공유경제 비즈니스 모델



자료: 차두원外(2015), 크라우드산업연구소(2013)

〔그림 2〕 자산 활용도를 높이는 공유경제

자료: 엘릭스스테파니(위대선 번역) (2015)

현황 분석

(1) 공유경제의 세분화

대표적인 공유기업으로는 차량공유 기업인 '우버(Uber)'와 숙박공유 기업인 '에어비엔비(Airbnb)'가 있다. 우버나 에어비엔비뿐만 아니라 다양한 형태의 차량과 숙박 공유 비즈니스들이 존재한다. 가령, 우버는 주로 도시 내에서의 '단거리 합승' 서비스를 제공하는데, 이와는 달리 '장거리 합승' 서비스를 전세계 22개국에서 제공 중인 '블라블라카(BlarBlarCar)'도 있다. 숙박공유 서비스 역시 소파(Couch)를 여행객들에게 대여해주자는 '카우치서핑(Couchsurfing: 카우치를 타고 전 세계를 서핑한다는 의미)'의 참신한 컨셉트의 서비스도 등장했는데, 전 세계적으로 많은 인기를 얻고 있다.

차량과 숙박뿐 아니라 일상 소비재 영역과 심지어 무형자산 영역에서도 공유경제가 확산되고 있다. 미국의 '여들(Yerdle)'은 가정용 물품의 80%가 한 번 정도 쓰이고 방치된다는 사실에 주목하였다. 여들은 서로의 물건을 교환하여 절약을 실천하자는 모토로 가정용품 공유 서비스를 제공하고 있다. 그밖에도 무형의 자원인 시간을 거래하는 플랫폼도 등장하였다. '타임 리퍼블릭(Time Republik)'이라는 공유경제 서비스는 시간을 매개로 서로의 서비스를 상호 공유하도록 설계되었다. 남을 도와 시간화폐를 벌고 그 시간화폐로 다시 자신이 원하는 서비스를 구매하는 구조이다. 이를 통해 플랫폼 안에서는 자본의 개입 없이도 서로에게 필요한 노동력 공유가 활발히 일어나도록 하였다.

〔그림 3〕 Time Republik의 시간 거래

자료: Time Republik 홈페이지

〔표 1〕 이윤 극대화 사고 vs. 가치중심 사고 비교

공유비즈 회사명	공유 대상	이윤 극대화 사고	가치중심 사고	참여자별 경제효과	
				공유자	수혜자
EatWith	음식	어떻게 하면 집밖에서 외식을 많이하게 할 수 있을까?	집으로 하는 초대와 만남의 문화를 살리자.	요리 판매 수업	만남/ 음식
YERDLE	물건	어떻게 하면 소비를 많이 하게 할 수 있을까?	서로의 물건을 공유해 과소비를 줄이자.	판매 수입/ 보관 비용 절감	소비 절약
taskrabbit	재능	어떻게 하면 자신의 재능/시간을 상품화 할 수 있을까?	나의 재능/시간으로 주변의 이웃을 돕자.	부가 노동 수입	시간/ 비용 절약
TIMEREPUBLIK	시간				
upstart	자본	어떻게 하면 현재시점에서 안전한 대출자를 많이 모을까?	미래시점의 가치를 보고 투자하자.	투자 수익	미래 밑천
KIVA					

자료: 나현 (2016)

(2) 가치중심으로의 진화

최근 공유경제 비즈니스의 흐름 중 주목할 만한 것이 있다. 공유경제가 기존 자본주의 경제의 '경제적 합리성'을 너머 공동체의 '가치'를 매개로 성장하고 있다는 점이다. 이제 공유경제에서는 단순히 비싼 자동차나 집을 공유해 저렴하게 이용하자는 경제적 합리성을 넘어서, 자본주의 질서에서는 창조될 수 없는 가치 생산을 위한 플랫폼이 형성되고 있다. 이스라엘의 공유경제 비즈니스 '잇위드(EatWith)'에서는 '만남'이라는 가치를 매개로 음식을 공유하는 서비스를 제공 중이다. 잇위드를 설립한 가이 미클린(Guy Michlin)은 2010년도에 그리스 여행을 하던 도중 크레타 섬의 한 가정집에 초대받아 보낸 시간을 잊지 못해 여행객과 지역주민을 연결하는 비즈니스를 구상하게 된다. 무엇보다도 사람들끼리 함께 식사를 나누는 만남의 가치가 소중하다고 느낀 것이다. 미국의 '태스크래빗(TaskRabbit)'이라는 서비스에서는 상부상조의 가치를 실현하기 위해 각자의 재능을 공유한다. 청소, 쇼핑, 배송, 옷장정리, 줄서기 등 도움이 필요한 다양한 일들이 재능과 시간을 가진 이웃을 통해 해결된다.

'업스타트(Upstart)'와 같은 자본 공유 플랫폼 역시 현재 시점에서 안전한 대출자를 최대한 모집하려는 기존 은행의 사고와는 차별화되어, 유망한 인재의 미래에 대한 투자라는 가치를 매개로 투자자들을 모아 인재들에게 필요한 대출 서비스를 제공하고 있다. '키바(Kiva)'라는 대출 플랫폼 역시 대출자들이 자신의

〔표 2〕 공유경제 비즈니스의 차별점 및 BM 모델

비즈니스 사례	기업개요 (사업모토)	차별점	BM
EatWith	요리 솜씨로 만남과 맛을 창출	• 호스트의 초청을 받는 다이닝 문화 재현 • 검증된 셰프의 색다른 요리를 즐길 기회 • 고화질 이미지, 동영상으로 사전 메뉴 감상	예약금의 15% fee로 징수
YERDLE	남는 물건을 공유해 낭비를 방지	• 가상/실물화폐의 이원화로 효율적 운영 • 많이 얻기 위해서는 많이 공유해야하는 구조 • 멤버쉽 제도 운영해 플랫폼을 양질화	거래당 $1~$3 징수
taskrabbit	남는 재능으로 이웃에게 도움 제공	• 줄서기 등 사소한 재능도 활용 가능 • 인근 지역의 최적합 재능 보유자 매칭 • 현금 결제 대신 온라인 결제	시급의 30% fee로 징수
upstart	남는 자본과 인재의 미래를 연결	• 미래가치에 근거한 신용평가 • 수 분 이내의 빠른 이자율 산출 • 투자자에게 안정적 수익제공	대출자에게 수수료 징수

자료: 나현 (2016)

삶과 비전을 글로 포스팅하고, 이를 본 투자자들이 펀딩을 제공할 수 있도록 하였다. 투자자들이 대출자들의 삶을 함께 공유하게 함으로써 단순한 대출 이상의 가치를 느낄 수 있도록 하였다.

기존의 이익중심 자본주의 경제가 합리적 마인드를 바탕으로 이윤 극대화를 추구하는 개념이라면 가치중심의 공유경제는 먼저 가치를 추구하고 그에 이윤이 수반되는 구조라고 할 수 있다. 가치를 매개로 자발적 참여자들을 모으고 자산을 공유하게 해 경제적 효과도 유발시키고 있는 것이다.

가치 중심으로 작동하는 경제 시스템이라고 해서 이익구조나 차별점이 허술한 구조는 아니다. 위의 표와 같이 가치중심의 공유경제 비즈니스들은 플랫폼 생존을 위한 명확한 차별점을 제시하고, 수수료 취득 방식의 BM(Business Model)을 구축하고 있다.

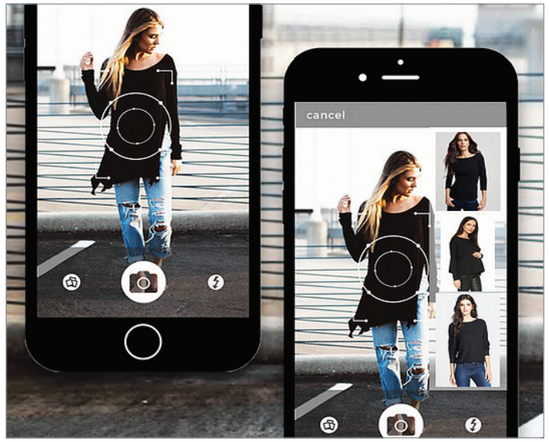
미래전망과 한국적 시사점

양적 · 질적인 면에서 성장하고 있는 공유경제 비즈니스들은 향후 인공지능과 IoT 등 IT 기술과 융합되면서 파급력이 높아질 전망이다. 앞으로 인공지능과 IoT 기술이 성숙기에 이르면 내가 필요한 물건이 있을 때 바로 공유해 줄 보유자를 찾아 물건을 공유 받는 방식으로 진화할 수 있다. 가령, 최근에 기술이 발전된 인공지능의 시각인식 기술은 모바일로 의류 사진을 찍으면 바로 그 의류와 유사한 옷을 큐레이션해주는 쇼핑 서비스도 가능하게 했다.

〔그림 4〕 NTT도코모의 바이크셰어링 개요 및 향후계획

자료: 김재필, 나현 (2016), NTT도코모

〔그림 5〕 GoFind, AI fashion "Buy What you see"



자료: GoFind AI 홈페이지

일본의 'NTT 도코모(NTT Docomo)'는 IoT센서 기술을 활용한 고도화된 공유 자전거 서비스를 선보이기도 했다. 자전거에 부착된 센서가 IoT 기술로 도코모 기지국과 통신하게 됨으로써 공유자전거의 이용범위가 도시 외곽까지 넓어지고, 자전거의 관리까지 용이해졌다. 이렇듯 인공지능, IoT 등의 ICT기술 발전은 향후 공유경제의 안정적인 성장과 다각화를 도울 것으로 예상된다.

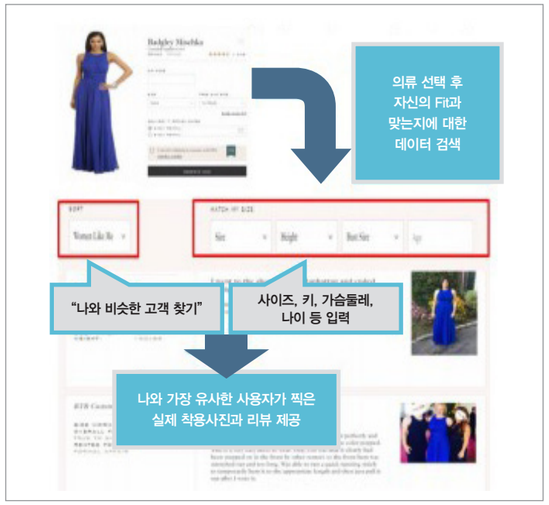
글로벌 공유경제가 인공지능, IoT 등 IT 기술로 중흥을 맞이할 준비를 하고 있는 가운데 국내 공유경제는 아직 태동단계를 벗어나지 못하고 있다. 국내 공유경제 현황은 차량공유 플랫폼인 우버의 진출이 택시 업체와 정부의 반대로 좌절되는 등 우여곡절이 있었으며, 아직 스타트업 중심으로 자생적 생태계가 형성되고 있는 단계이다. 국내의 자생적인 업체 현황은 아래의 표와 같은데 아직 고객 인식도나 사업 규모 측면에서 큰 두각을 나타내는 업체는 등장하지 않았다. 그 이유 중 하나는 국내 공유비즈니스들이 서로 물건을 공유하는 데서 오는 'Good Feeling'은 가지고 있지만, BM의 차별성이나 ICT를 활용한 시스템적 차별성은 상대적으로 약하기 때문이다.

〔표 3〕 국내 공유기업 현황

업체명	공유물품
쏘시오	생활용품 전반
쏘카, 그린카	자동차
모두의 주차장	주차장
키플, 열린옷장	아동의류, 정장
스테이즈, 코자자	숙박
헬로마켓	중고거래
집밥	소셜다이닝
스페이스쉐어	공간
짐카	이사

자료: 이근춘(2016), 차두원外(2015) 재구성

〔그림 6〕 Rent the Runway의 고객 fit 추천정보



자료: 김재필, 나현 (2016)

미국의 의류 렌탈 업체인 '렌트 더 런웨이(Rent the Runway)'의 경우, 2016년도 매출이 1천억원을 돌파할 정도로 각광받고 있다. 그 비결은 월 139달러만 내면 3벌의 한도 내에서 원하는 의류를 마음껏 렌탈할 수 있는 '언리미티드(Unlimited)'와 같은 상품 차별성과, 자신의 체형과 가장 유사한 타 고객의 착용사진의 빅데이터화 등 기술적인 차별성을 지녔기 때문이다.

국내 업체들도 '가치와 나눔'을 매개로 참여자들을 모으되 단순히 '공유'와 '나눔'에만 초점을 두는 것이 아니라, 참여자들의 자발적 참여 이상의 지속적인 관심과 참여를 끌어낼 수 있는 차별적 가치 제공과 비즈니스 모델을 연구해야 한다. 이에 더해 빅데이터, IoT 등 ICT기술을 활용하여 사업을 고도화, 첨단화하려는 노력도 지속해야만 한다.

글을 마치며

공유경제는 자본주의 경제와 차별화된 참여동기와 거래방식으로 주목을 끌었다. 세계적으로 유무형의 자산이 다양한 가치를 매개로 거래되면서 하나의 비즈니스 트렌드로 인정받고 있다. 이러한 공유경제는 향후 ICT기술의 발전으로 더욱 확대될 가능성이 높다. 4차 산업 시대의 주요 트렌드 중 하나로 부상할 공유경제라는 기회를 십분 활용하기 위해서는 우리의 경제를 바라보는 시각이 먼저 달라져야 한다. 단순한 '이익'보다는 '가치'를 추구하는 플랫폼을 만들어야 한다. 이러한 '가치'로의 시각 전환은 기존 상권의 충돌을 피함으로써 우리 경제 내에서 잠재되어 있던 기회를 발굴할 수 있게 도와줄 것이다. 또한 국내 공유경제가 성장하기 위해서는 '가치'에만 그치지 않고 고객에게 혁신적인 가치를 줄 수 있는 차별점과 비즈니스 모델을 제시해야 하며, 빅데이터, 인공지능 등 발전한 ICT기술을 활용해 사업의 고도화를 추진해야 한다. CSF

〈참고문헌〉
「The Sharing Economy」, Arun Sundararaja,2016
「공유경제는 어떻게 비즈니스가 되는가」, 엘릭스스테파니, 2015
「초연결시대, 공유경제와 사물인터넷의 미래 」, 차두원, 진영현, 2015
"ICT로 도약하는 가치중심 공유경제", 나현, 2016
"ICT로 진화하는 스마트렌탈의 미래". 나현, 2016
"일상용품 넘어 기업간 구매/판매까지 공유", 이근춘, 2016 (신용사회-공유경제 미래를 쏘다 편)
"애프터 마켓이 뜬다! 렌탈에 투자하라", LIG 리서치, 2016
"공유경제의 이론과 실체 그리고 정책적 대응", KISDI, 2016