

2016. 02. 05

집필자

황영모_ (농업농촌식품연구부 연구위원)
신동훈_ (농업농촌식품연구부 전문연구원)

나눠쓰는 공유경제 Sharing Economy 도민의식과 지역사회 대응방향

+	+	+	+	+	+	+	+
+	+	+	+	+	+	+	+
+	+	+	+	+	+	+	+
+	+	+	+	+	+	+	+
+	+	+	+	+	+	+	+
+	+	+	+	+	+	+	+
+	+	+	+	+	+	+	+
+	+	+	+	+	+	+	+

Brief

C O N T E N T S

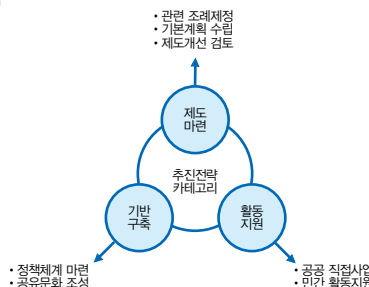
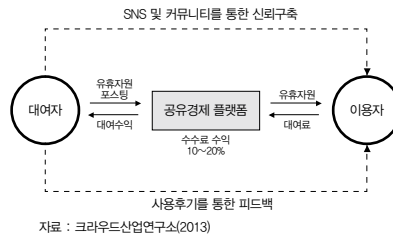
나눠쓰는 공유경제 Sharing Economy 도민 의식과 지역사회 대응방향

1. 공유경제에 주목하는 이유	04
2. 공유경제의 개념과 방식	05
3. 공유경제의 사례와 쟁점	08
4. 공유경제 전북도민 의식	10
5. 지역사회의 대응과 방향	13

※이 자료는 전북연구원 정책과제 '전라북도 공유경제 도입방안 연구' 결과를 토대로 작성하였음.

SUMMARY

- 공유경제(sharing economy)는 유희자원의 효과적 이용을 통해 경제적 영역은 물론 사회적 영역에서 우리 사회가 직면한 문제를 해결해 나가는 유효한 전략으로 평가되고 있음
- 우리나라에서는 이미 서울특별시를 비롯한 부산광역시, 광주광역시 등에서 공유경제 활성화를 위한 조례제정하고 정책방향을 수립하여 관련 사업을 추진하고 있음
- 따라서 우리지역 여건을 분석하고 공유경제 방식의 다양한 사업과 활동이 이뤄지는 정책여건을 어떻게 조성해 나갈 것인가가 정책영역에서 다루어져야 할 중요한 과제임
- 공유경제는 '자원에 대한 소유권과 배타적 사용권보다 자원의 활용성에 초점을 맞추어 공유 하도록 개방하여 사회적 가치를 높이는 경제활동' 으로 정의되고 있음
- 현실에서 공유경제 방식으로 거래되는 상품·서비스의 자원은 '재화, 서비스, 지식, 경험' 등으로 사람들의 생활과 관련된 거의 모든 형태의 자원이 이용되고 있음
- 공유경제 거래방식은 상품·서비스를 대여하고 이용하는 주체를 양 축으로 하고 이를 연결하는 주체가 자 체계로 기반기술의 틀인 플랫폼(platform)을 상정하고 있음
- 공유경제 사례로 도서공유 국민도서관 책꽂이, 의류공유 키플, 사무실공유 코업, 주택공유 비앤비허어로, 공유여행 마이리얼트립, 지식공유 사람도서관 위즈돔 등이 있음
- 그러나 공유경제는 우버택시 논란의 사례처럼 기존 경제 활동 주체와 상충에 따른 공정성 논쟁, 공유경제 실현을 위한 사회적 여건과 제도적 장치 보완이 필요한 영역임
- 도민 1천명을 대상으로 조사한 공유경제 도민인식조사 결과 전북도민은 공유경제를 14.6%만 알고 있으나 공유경제 방식의 상품·서비스 이용에 43.6%가 긍정적 태도를 보였음
- 특히 공유경제 방식의 상품·서비스를 37.5%는 제공하고 36.2%는 사용하겠다고 응답하였고, 정보, 재능, 경험, 지식, 도서 등은 사용의향과 제공의향이 모두 높았음
- 전북도민은 공유경제를 통한 사회적 가치에 대해 긍정적 태도를 가지고 있으며, 전라북도의 공유경제 정책을 통해 지역공동체 활성화를 목적으로 추진해 나갈 것에 동의하고 있음
- 지역사회 공유경제 정책방향은 '공유경제 제도마련, 공유경제 기반구축, 공유경제 활동지원' 등 정책체계를 구축해 지역사회의 문제를 해결하는 정책수단이 되어야 함



나눠쓰는 공유경제 Sharing Economy 도민의식과 지역사회 대응방향

04

1. 공유경제에 주목하는 이유

- 공유경제(sharing economy)는 유희자원의 효과적 이용을 통해 경제적 영역은 물론 사회적 영역에서 우리 사회가 직면한 문제를 해결해 나가는 유효한 전략으로 평가되고 있음
- 공유경제 연구자들은 경제적 위기와 사회적 배제의 심화라는 현실문제를 전통적 시장경제와 공존하는 하이브리드(hybrid) 경제로 계속 발전할 것으로 기대하고 있음
 - 첫째, 절대적 소유와 소비의 양에서 벗어나 소유와 소비를 적정 수준에서 유지하며 개인과 사회의 삶의 질을 높이는 방안에 대한 관심과 기대가 높아지고 있기 때문임
 - 둘째, 공공재(公共財)의 일상적인 활용도가 효율적이지 않은 사회적 상황에서 이를 극복하는 방안으로서 공유경제 시스템이 매우 유용할 것으로 기대되고 있기 때문임
 - 셋째, 전통적 경제영역에서 해결하지 못하는 일자리, 생활, 문화, 지역 등 생활경제 영역의 다양한 사회적 문제를 해결해 나갈 수 있다는 현실적 가능성이 있기 때문임
- 특히 글로벌 금융위기 이후 UN과 ILO는 고착화되는 생활경제 상의 어려움을 시정하려는 사회적경제 방식의 새로운 사회적 움직임에 주목하고 장려하고 있음
- 이제 공유경제는 기존의 제도나 서비스가 해결해 주지 못했던 다양한 수요를 사회적 관계와 거래방식을 통해 해결하는 유력한 수단으로 파악해야 한다는 것이 공통된 의견임
- 공유경제가 가지는 사회적 가치 실현을 위해 공공영역에서 정책적으로 사업과 활동에 유리한 여건을 만들고 관련 주체의 활동을 추동해 나가는 노력이 필요한 시점임
 - 첫째, 공유경제의 영역은 기존 산업분야와 달리 사회적 가치를 추구하고 있으며 지역사회에 기반하고 있어 기존 시스템에서 벗어난 혁신기술이 필요하기 때문임
 - 둘째, 지역사회가 가지고 있는 다양한 공공자원을 유효하고 실질적으로 결합시켜 나가는 여러 방식의 시스템이 갖추어질 때 활성화가 가능할 것이기 때문임
- 공유경제는 특성상 소비와 생산이 분리되는 것이 아니라 기존 자원을 이용하여 결합하여 활용하되, 그러한 방식을 혁신하여 경제적이고 사회적인 성과를 창출하는 영역임
- 우리나라에서는 이미 서울특별시를 비롯한 부산광역시, 광주광역시 등에서 공유경제 활성화를 위한 조례제정과 정책방향을 수립하고 관련 사업을 추진하고 있음
- 따라서 우리지역 여건을 분석하고 공유경제 방식의 다양한 사업과 활동이 이뤄지는 정책여건을 어떻게 조성해 나갈 것인가가 정책영역에서 다루어야 할 중요한 과제임
 - 공유경제 방식의 상품과 서비스는 이용권이 거래되는 것으로 소유권이 이전되는 상품시장과는 다른 지역사회에 기반한 신뢰가 필수조건으로 강조되고 있기 때문임
 - 특히 공유경제의 사회적 가치를 고려할 때 공유경제 방식의 사업과 활동 여건을 공공영역에서 정책적으로 사전적으로 조성해 나가는 것이 실천과제로 꼽히기 때문임
- 이 글은 이러한 배경을 바탕으로 지역사회에서 공유경제 활성화를 위한 정책영역에서의 대응방안을 어떻게 수립해나가야 할지를 기본방향을 제안하는데 목적이 있음

2. 공유경제의 개념과 방식

□ 공유경제의 개념

- 공유경제는 '비 가격적인 것에 기반을 둔 사회관계가 주요한 역할을 하는 경제활동'으로 돈이 개입되지 않는 경제활동으로 강조되고 있음(Lessig, 2008; 광노완, 2013)
- 우리나라에서는 '물건·공간·지식을 소유하기보다 소셜 네트워크를 통해 대여·교환하여 상호편익과 적정이익을 얻는 비즈니스 모델이자 생활방식'으로 정의됨(김형균 외, 2013)
- 즉, 공유경제는 '한 번 생산된 제품을 여럿이 공유해 쓰는 협업소비를 기본으로 하는 방식으로 협력적 소비 등장에 따라 새롭게 조명받는 것'으로 파악되고 있음(권애라, 2013)
- 공유경제 정책을 선도적으로 추진하고 있는 서울특별시 '자원에 대한 소유권과 배타적 사용권을 주장하기보다 해당 자원의 활용성에 초점을 맞추어 공유를 하도록 개방하여 사회적 가치를 높이는 경제활동'으로 정의하고 있음(서울특별시, 2012)
- 공유경제는 개인·기업·비영리조직·정부에게 상품과 서비스의 사용과 공유 등에 관한 정보를 제공하는 다양한 형태를 취하며, 상품 정보가 공유될 때 사업자·개인·커뮤니티에게 해당 상품의 가치가 증가할 수 있음을 강조함(Wikipedia, 2015)¹⁾

〈표 1〉 소유경제와 공유경제의 특징 비교

구 분	소유경제	공유경제
형 태	소 유	이 용
목 표	이윤 극대화	가치 극대화
목 적	재화·용역의 소유권 이전	재화·용역의 이용권 이전
거래체계	시장 메커니즘	플랫폼 메커니즘
거래관계	주체 간 경쟁	주체 간 신뢰
거래구조	B2C	P2P
거래주체	공급자, 소비자 따로	공급자, 소비자 연계
중 개 자	중개자=공급자, 전문기업	중개자≠공급자, 플랫폼
소비방식	개별적 소비	협력적 소비
신뢰확보	과거 거래경험·평판	인터넷 평가·평판
비 용	고 가	저 가
자원사용	자원의 일방적 사용	자원의 순환적 이용
기 간	장기, 사용횟수 적음	단기, 사용횟수 많음

자료 : 김형균 외(2013)와 한국디자인진흥원(2014)를 토대로 수정 작성

1) 공유경제 현상으로서 협력적 소비(collaborative consumption)는 개인적인 소유보다 상품과 서비스에 대한 접근을 공유하는 경제적 배열의 수준으로 파악되는 것이 일반적인 견해임(Hamari Juho, 2015)

□ 공유경제의 자원

- 현실에서 공유경제 방식으로 거래되는 상품·서비스의 자원은 '재화, 서비스, 지식, 경험' 등 사람들의 생활과 관련된 거의 모든 형태의 자원이 이용되고 있음
- 첫째, 공유경제를 통해 거래되는 상품·서비스 등의 자원종류를 '유형적 비 소모자산, 유형적 소모자산, 무형적 자산' 등으로 구분하여 살펴볼 수 있음
 - '유형적 비 소모자산'은 이용을 통해 소모되지 않는 자원이며, '유형적 소모자산'은 식료품과 같이 소모되는 자원이고, '무형적 자산'은 경험, 지식 등으로 도움을 줄 수 있는 사람과 받을 수 있는 사람이 연결될 때 활성화되고 있는 영역임

〈표 2〉 공유경제의 이용자원에 따른 유형 구분

구분	유형자원		무형자원
	비소모 자원	소모자원	
형태	소모 안되는 자원	소모되는 자원	정보 및 서비스
특징	상시적 이용 목적	이용으로 가치창출	관계통한 가치창출
사례	공간, 교통, 물품 등	소셜 다이닝 등	지식, 경험, 시간 등

자료 : 권애라(2013)

- 둘째, 상품과 서비스를 제공하는 형태에 따라 공유경제 자원을 '상품 서비스, 물물교환, 협력적 커뮤니티'로 구분할 수 있음
 - '상품 서비스'는 자동차 셰어링, 장난감 대여 등이며, '물물교환'은 필요하지 않는 상품을 필요한 사람에게 재분배하는 방식이며, '협력적 커뮤니티'는 공간공유, 구인구직, 여행경험, 지식공유, 클라우드펀딩 등이 주요 사례임

〈표 3〉 공유경제 제공 서비스에 따른 유형 구분

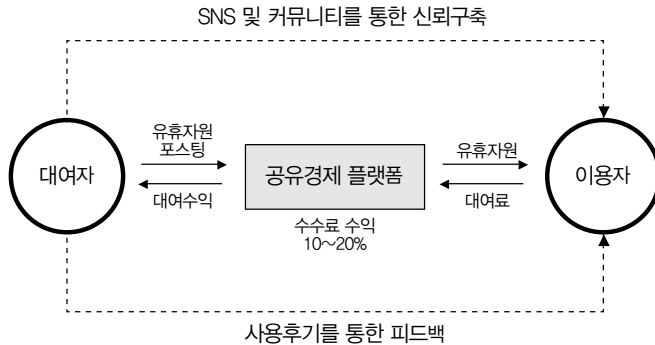
구분	상품 서비스	물물교환	협력적 커뮤니티
거래방식	사용자가 상품 소유하지 않고 사용	필요하지 않은 제품을 필요한 사람에게 재분배	커뮤니티 내 사용자 간의 협력적 이용
공유자원	자동차, 자전거, 장난감, 도서 등	경매시장, 물물교환시장 등	공간, 구인, 경험, 지식 등

자료 : 김점산 외(2014)

□ 공유경제의 거래방식

- 일반적으로 공유경제의 거래방식은 상품·서비스를 대여하고 이용하는 주체를 양 측으로 하고 이를 연결하는 주체이자 체계로 플랫폼을 상정하고 있음

〈그림 1〉 공유경제의 거래방식 및 비즈니스 모델



- 상품·서비스를 가지고 공유방식으로 제공하고자 하는 대여자는 플랫폼 또는 제공주체에 자원을 포스팅하고 이용되면 공급주체(플랫폼 등)를 통해 대여수익을 수령함
- 특정 상품·서비스를 공유방식으로 이용하고자 하는 이용자는 관련 공유경제 플랫폼을 통해 유휴자원을 이용하고 소정의 이용료를 공급주체에게 납부함
- 플랫폼은 사람의 사회적·경제적 활동을 가능하게 하는 기반기술 틀(framework)로 일정한 방식으로 참여자를 연결시켜 새로운 가치를 창출하는 수단임(최창욱 외, 2013)

○ 공유경제의 거래방식은 대여자와 이용자 간의 관계형식을 통해 4개 유형으로 구분됨

- ‘개인 대 개인 거래방식’으로 유휴상품에 대한 P2P 중개 플랫폼으로 거래되는 형식
- ‘쌍방간 사용권 교환방식’으로 유휴상품·중고품, 재능·서비스를 커뮤니티 안에서 교환하는 형식
- ‘소유권 교환방식’으로 중고품을 거래하는 장터 또는 플랫폼을 통해 거래가 이뤄지는 형식
- ‘사용권 제공방식’으로 제공상품을 이용자는 회원가입 등을 통해 이용권을 획득하는 형식

〈그림 2〉 공유경제 거래방식 대별

개인 대 개인 거래형		<ul style="list-style-type: none"> • 유휴상품에 대한 P2P 중개 플랫폼 • 판매, 중고물품 재판매, 물물교환, 무료대여, 기부, 유료회원가입 등
쌍방간 사용권 교환형		<ul style="list-style-type: none"> • 유휴물품, 중고물품, 재능/서비스 등을 커뮤니티 안에서 교환 • 유료대여, 유료회원가입, 공동소유, 공동 운영, 무료대여 등
소유권 교환형		<ul style="list-style-type: none"> • 중고물품 거래장터 플랫폼 • 판매, 중고물품 재판매, 공동소유, 공동운영, 기부 등
사용권 제공형		<ul style="list-style-type: none"> • 렌터카 사업자와 유사 • 유료회원가입 등

* 공급자 : 자산이나 재능을 임대하거나 판매 * 사용자 : 이용 가능한 제품과 서비스의 소비

자료 : 김형균 외(2013)

□ 공유경제의 작동요소

- 공유경제는 경제적 이익을 극대화하는데 목적을 둔 상업경제와 다르기 때문에 공유경제 방식이 작동하기 위해서는 다음과 같은 필수요소가 있음²⁾
- 첫째, 이용자 소비만족을 위해 상품·서비스의 ‘적정한 규모(critical mass)’가 갖춰져야 한다는 것으로 이용자의 만족은 일정 규모가 되어야 작동이 될 수 있음을 의미
- 둘째, 공유경제 방식의 상품·서비스 거래는 ‘여분의 자산과 재능(idling capacity)을 활용’한다는 점으로 공유경제의 자원은 여분의 물건·공간·서비스 등의 공유를 의미
- 셋째, ‘공유재에 대한 믿음(belief in the commons)’이 전제되어야 하는데, 상품·서비스를 소비하는 이용자가 공유재를 독점할 때 나타나는 공유지 비극 지양을 의미
- 넷째, ‘거래 당사자 간의 신뢰(trust between stranger)’가 형성되어야 공유경제가 원활하게 작동될 수 있는데, 신뢰는 대여와 이용의 작동체계에서의 평판 시스템으로 확인

2) 이 내용은 Botsman & Rogers(2010)의 내용으로 김형균 외(2013)에서 정리하였음

〈표 4〉 공유경제 작동의 필수요소

구분	주요 내용
적정한 규모 critical mass	이용자의 필요와 욕구를 충족시킬 수 있는 최소한의 규모
여분의 자산 idling capacity	여분의 물건, 공간, 서비스 등 개인 소유의 유휴 자산
공유재 믿음 belief in the commons	여럿이 공유하면 사용의 가치가 커진다는 공유재의 믿음
당사자 신뢰 trust between stranger	대여자와 이용자를 직접 연결하는 사회적 신뢰와 커뮤니티

자료 : Botsman & Rogers(2010)과 김형균 외(2013)를 토대로 작성

3. 공유경제의 사례와 쟁점³⁾

3) 해외사례는 정지훈(2013)에서 정리하였고 위키피디아(wikipedia, 2015)를 통해서 보완하였음

□ 작동체계에 따른 사례

- 상품-서비스 시스템(product-service system) 사례
 - 잘 사용되지 않는 상품·시설을 필요할 때 빌려서 사용하는 서비스로 전환하여 상품의 이용가치를 높이는 형태, 자동차공유(car sharing), 자전거공유(bike sharing), 장난감공유(toy sharing), 의류공유(clothes sharing) 등
 - * 자동차 공유_미국 줍카(Zipcar) : 1999년 설립된 회원제 렌터카 공유회사로 日과 시간위로 자동차를 빌릴 수 있으며, 세계적으로 규모가 가장 큰 자동차 공유기업
 - * 자전거 공유_프랑스 공공 자전거 대여 시스템 벨리브(Velib) : 2007년 시작되어 파리지 내에 1,450개 역과 버스 정류장 인근에 15,000여대의 자전거를 제공
 - * 장난감 공유_프랑스 딘돔(DimDom) : 2009년 프랑스에서 시작한 영·유아 장난감을 대여해주는 공유기업으로 장난감의 종류를 계속 바꾸어 가면서 이용하는 서비스를 제공
 - * 의류 공유_미국 렌트러런웨이(Rent the Runway) : 월 75달러 회비로 매달 원하는 명품 의류 및 액세서리를 그때 그때 빌릴 수 있으며, 가입자 회원만 해도 500만명

○ 재분배 시장(re-distribution market) 사례

- 버려지거나 활용되지 않는 물품을 수거·교환해서 이용가치를 새롭게 하는 시장을 만드는 형태, 인터넷 활용 중고물품 거래유형, 미 이용 물품 맞춤형 시장, 재활용 물품을 활용해 새로운 서비스를 제공하는 유형 등

- * 인터넷 활용 중고물품 거래_미국 C2C 이베이(eBay) : 1995년 설립된 미국의 다국적 회사로 온라인 경매의 공정성과 접근성의 특징을 활용, 30개 국가에서 영업
- * 물품 맞춤형 시장_미국 캐시리스(Kashless) : 웹 시장 플랫폼(web marketplace)으로 물건을 무료로 주려는 사람과 관참을 물건을 무료로 얻는 사람을 연결하는 공유 플랫폼 기업
- * 재활용 물품 활용_미국 리사이클뱅크(Recycle Bank) : 회원제 매주 수집 재활용품 양으로 포인트 부여, 이케아(IKEA)·홈디포(The Home Depot) 등 1,500여 기업 사용 서비스

○ 협업 라이프 스타일(collaborative lifestyle) 사례

- 개인·업체가 가지고 있는 것을 내놓고 서로 거래하는 형태, 유형적 자원(공간·물품), 무형적 자원(시간)이 활용, 협업공간, 여행경험, 기술공유 등

- * 협업공간_영국 허브(Hub) : 2005년 설립되어 20여개 국가에서 협업공간을 제공하는 네트워크로 5천여개 이상 공동 작업실과 이벤트 등 조직, 협업공간 제공
- * 여행경험_미국 카우치-서핑(CouchSurfing) : 2004년 시작한 전 세계 여행자 커뮤니티로 자신 집을 여행자가 묵을 수 있는 공간으로 내놓는 사람을 연결해주는 네트워크 사례
- * 기술·재능 공유 플랫폼_스킬쉐어(Skillshare) : 아이디어·프로젝트 가진 사람과 투자하려는 사람을 연결해주는 공유기업으로 실생활에서 유용한 재능과 기술들을 공유하는 기업

□ 거래형태에 따른 사례⁴⁾

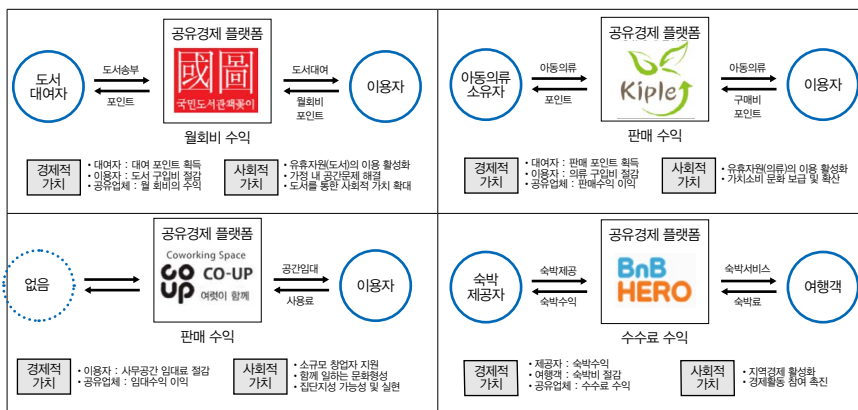
○ 자원 보유형 사례

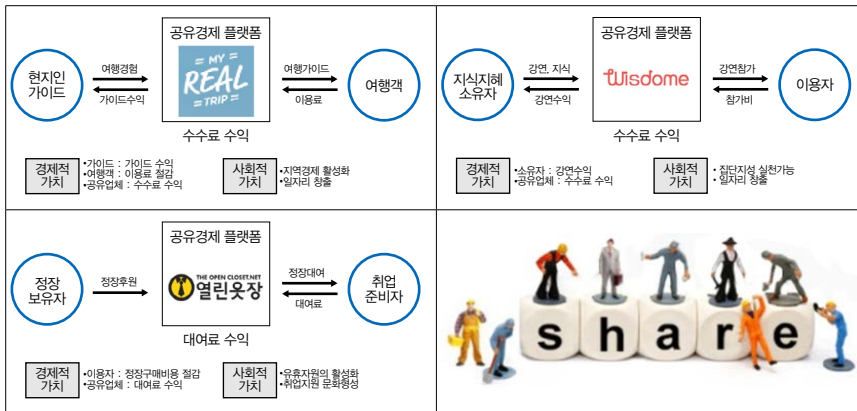
- 공유경제 사업주체가 공유할 자원과 상품을 직접 보유하고 관리하면서 이용자에게 상품으로 서비스를 제공하는 형태

- * 국민도서관 책꽂이 : 도서 소유자로부터 책을 위탁받아서 직접 보관하고 이를 필요로 하는 사람에게 택배로 도서를 보내주는 서비스를 제공, 이용자는 대여기간 종료 후 '책꽂이'로 도서를 택배로 보내주는 사업구조
- * 키플(Kiple) : 더 이상 작아서 입지 못하는 유아·어린이의 의류를 구매하여 직접 의류 상태별로 가격을 책정하고 해당 금액만큼을 포인트로 적립해 주는 서비스를 제공하는 공유기업

4) 이 내용은 크라우드산업연구소(2013)에서 정리하였음

〈그림 3〉 거래형태의 공유경제 비즈니스 모델 사례





* 코업(CO-UP)-여럿이 함께 : 개인과 작은 기업들이 열려있는 형태로 사무실을 공유하면서 자유롭게 대화하며 함께 일하는 공간(coworking space)으로 각종 연구모임에 필요한 공간제공

○ 거래 중개형 사례

- 공유경제 사업주체가 공유할 자원과 상품을 보유하지 않은 상태에서 대여자와 이용자 간의 거래만을 연결해주는 형태
- * 비앤비허어로(BnBHero) : 공유하려는 방, 주택 등 공간을 BnBHero 웹사이트에 게시하고 이용자는 포스팅으로 원하는 공간을 필요기간 직접 임대하는 형태
- * 마이리얼트립(MyREALTrip) : 세계 거주자가 여행상품 기획 웹사이트에 포스팅, 해당 여행상품에 대한 가이드 서비스를 받고자 하는 이용자가 직접 비용을 지불하고 서비스 이용
- * 사람도서관 위즈덤(Wisdome) : 개인이 소유한 경험과 지식 등을 합리적 가격으로 공개된 공간에서 거래할 수 있도록 지원하는 온라인과 오프라인 통합 플랫폼

○ 후원형 사례

- 후원형 유형은 활용되지 않는 유휴자원을 후원하는 형태로 제공을 받아 일부 수정과 보완의 과정을 거쳐 필요한 사람에게 상품과 서비스로 제공하는 유형
- * 열린옷장 : 더 이상 입지 않는 정장을 개인과 의류기업 등으로부터 후원을 받아 취업 준비생 등 필요로 하는 사회적 약자에게 낮은 가격으로 대여해주는 서비스

□ 공유경제를 둘러싼 쟁점

○ 우버택시 논란 사례⁵⁾

- 우버택시는 네덜란드에 지주회사를 둔 공유경제 기업으로 45개국 100여개 넘는 도시에서 우버택시 서비스를 제공, 연 매출액은 150억달러(약 15조 7천억원) 상회
- * 우버택시의 한국 내 사업자인 우버코리아, 2013년 8월 설립하여 본격적인 사업을 개시
- * 2014년 6월 서울개인택시운송사업조합이 우버택시 문제제기 기자회견, 2014년 8월 국토교통부 우버택시의 법률 위반을 단속하라는 지시 → 서울특별시 우버코리아를 여객자동차운수법(81조) 위반으로 검찰 고발
- 개인차량을 영리목적으로 사용하는 것과 허가가 없는 유상 운송업은 현행 법률체계에서는 불법이며, 기존 택시업계와의 갈등은 중요한 문제로 런던, 샌프란시스코 등에서도 이미 우버택시에 대한 반대 파업도 벌어지고 있음
- 우버택시가 네덜란드에 지주회사를 두고 있어 벌어들이는 수익에 대한 과세문제와 개인 운전자의

5) 서울특별시에서 벌어진 우버택시 논쟁의 경과는 박민우(2014)를 참조

보험 및 안전 이슈 등도 중요한 사회적 문제로 지적됨

- 우버택시 논란 사례는 공유경제나 아니냐의 현상분석을 넘어 공유경제를 통해 만들어지는 가치가 누구를 위한 것이냐에 대한 면밀한 논의가 뒤따라야 함을 시사함

○ 공유경제를 둘러싼 현상적 쟁점⁶⁾

- 첫째, 공유경제 기업이 네트워크 효과를 위해 사용자를 확보하기 위한 네트워크 확대 경쟁이 치열해지고 있다는 것, 공격적 M&A를 하거나 기업인수⁷⁾도 일반화됨
- 둘째, 거래 주체간의 신뢰문제가 갈수록 커지고 있는데,⁸⁾ Botsman이 강조한 공유경제의 '화폐'는 신뢰와 같은 평판자본(reputation capital)이 중요해지고 있음
- 셋째, 개인 간 거래가 증가하고 산업분야 가치사슬이 복잡해지면서 기존 업체가 공유경제를 기업경영의 방안으로 전략적으로 도입하여 사회적 가치가 희석될 우려⁹⁾가 큼
- 넷째, 공유경제 비즈니스 모델이 기존 사업자와 이해관계가 상충하여 반발과 갈등이 현실화되고 있으며, 기존의 제도규정과 장치로는 해결할 수 없는 점이 생겨남

○ 공유경제를 둘러싼 본질적 쟁점

- 첫째, '공유경제의 필수적 구성요소 범위'에 관한 내용으로 공유경제의 참여자, 대상자원, 경제활동 메커니즘을 어느 범위까지 간주하는가에 따라 쟁점이 형성됨
 - * 공유경제 방식의 사업과 활동에 참여하는 주체 범위를 개인(peer, customer), 법인(corporation), 정부(government)까지 모두 포함하느냐, 아니면 개인으로 제한할 것인가를 두고 쟁점이 형성¹⁰⁾
- 둘째, '공유경제 활동원리의 중점 영역'에 관한 내용으로 공유, 경제, 공동체, 혁신 등 어떠한 원리에 중점을 둘 것인가에 따라 사업과 활동양상이 달라지고 쟁점이 형성됨
 - * 공유에 중점 둘 것인가, 경제에 중점 둘 것인가, 공동체 활성화에 중점 둘 것인가, 혁신적 모던 활동에 중점 둘 것인가에 따라 이해관계자 간 이견이 있고, 정책논의 과정에서 쟁점이 형성
- 셋째, '공유경제 사업·활동 목표에 관한 내용'으로 공유경제의 사업과 활동의 목표를 경제적 수익, 사회적 가치, 자원 활용 등 어떻게 파악하는가에 따라 쟁점이 형성됨
 - * 사회적인 호혜적 가치, 경제적인 금전적 수입, 환경적인 자원의 이용과 활동 등의 목표에 대해 어느 정도의 중점을 둘 것인가에 따라 공유경제의 활동 방향의 이견이 발생

○ 결국 '기존 경제활동 주체와 상충에 따른 공정성 논쟁'과 '공유경제 긍정성 실현을 위한 법과 제도적 장치 보완'을 어떻게 현실적으로 해 나갈 것인가로 요약됨(김묵한, 2013)

6) 이 내용은 성낙환(2014)을 참고하여 정리한 것임

7) 카셰어링 Zipcar는 세계 최대 렌터카 회사 에이비스(Avis)에게 2012년 인수, 시장대응 전략의 대상이 됨

8) 공유경제 상품을 이용하는 사용자에게 대여자가 행하는 사기 및 범행 등이 최근 사회적 이슈가 되고 있음

9) 공유경제에서 공유되는 상품이 영리기업의 경영성과를 내기 위한 목적으로 판매되고 있다는 비판이 그러한 사례임(<http://kr.wsj.com/posts/>)

10) 공유방식에 따라 공유경제 비즈니스 모델을 유형화한 자료에서는 C2C(P2P) 방식의 일시적 공유를 협의의 공유경제로 보고, B2C, C2B 방식의 일시적 공유, 장기적 공유, 선택적 공유까지를 공유경제 비즈니스 모델로 정의하고 있음. 자세한 내용은 성낙환(2014)를 참조

〈그림 4〉 공유경제를 둘러싼 쟁점의 대별

네트워크 효과 확대 위한 경쟁심화
거래 주체간 신뢰문제와 평판 강조
기업전략화 따른 사회적 가치 희석
기존 사업자와 이해관계 상충 확대



공유경제 필수적 구성요소 범위
공유경제 활동원리의 중점 영역
공유경제 사업목표에 관한 내용

4. 공유경제 전복도민 의식

□ 조사개요

○ 조사목적

- 새로운 방식으로 공유경제에 관한 이해 관계자의 이해 수준과 공유경제 방식의 활동 참여의향 등 구체적 태도를 조사하여 정책구상에 근거로 마련하고자 함

○ 조사대상 및 방법

- 전북도민 1천명(14개 시·군 인구비례 할당), 2015년 3월30일~4월8일까지 구조화된 조사표 활용
전문 조사원 1:1 면접조사 방식으로 진행

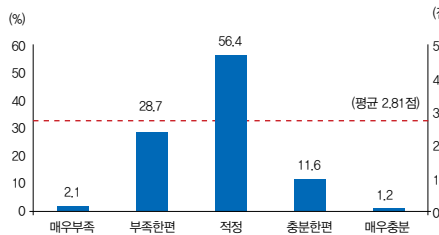
○ 조사내용

- 공유경제 인지정도, 자원소유와 이용정도, 공유적 방식 이용태도, 공유경제 기대태도, 공유상품 사용 및 제공의향, 공유경제 정책방향 의견 등 {5점 리커트척도 측정, 1(전혀아니다) ~3(보통이다) ~5(매우그렇다)}

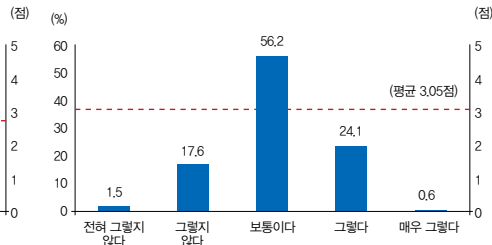
□ 물건·자원 소유 및 이용실태

- 생활에 필요한 물건·지식·경험·정보자원 등을 어느 정도 '소유'하고 있는가를 파악한 결과, 응답자의 12.8%는 비교적 충분하게 소유하고 있는 반면, 30.8%는 부족하게 소유한다고 느끼고 있어 물건 및 자원의 소유정도는 '보통 이하(2.81)'로 평가됨
- 개인이 소유하고 있는 생활 상의 물건·지식·경험·정보자원 등을 어느 정도 '이용'하고 있는가를 파악한 결과, 24.7%는 비교적 잘 이용하고 있다고 응답한 반면, 19.1%는 제대로 이용하지 못하는 것으로 나타나 '보통 수준(3.05)'으로 평가됨

〈그림 5〉 필요 물건·자원의 소유정도



〈그림 6〉 소유한 물건·자원의 이용정도

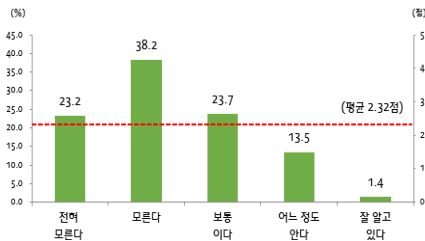


□ 공유경제 인지 및 공유태도

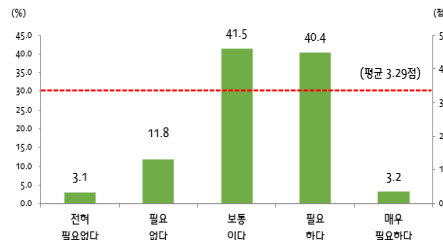
- 공유경제의 일반적 개념과 구체적인 사례를 제시하고 어느 정도 알고 있는지를 측정한 결과, 응답자의 14.6%만이 인지한다고 응답하였으며 모르는 비율은 61.4%가 되어 인지정도는 '보통 이하(2.32)'로 평가되었음

- 생활에 필요한 물건·지식·경험·정보자원 등을 시장에서 구매하여 소유하기보다 이용되지 않는 타인의 상품을 일정 비용을 지불해 이용하는 방식에 대해 43.6%가 긍정적 태도를 보였고 그렇지 않다는 응답은 14.9%로 나타나 공유적 이용태도는 ‘보통 이상(3.29)’으로 분석되었음

〈그림 7〉 공유경제에 대한 인지정도



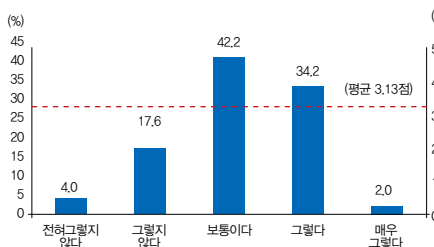
〈그림 8〉 공유적 이용태도



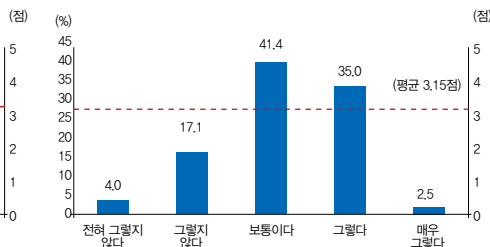
□ 공유물품 사용 및 제공의향

- 생활 상에 필요한 물건·지식·경험·정보자원 등을 일정한 비용을 지불하고 다른 사람이 이용하지 않는 물건과 자원으로 사용하겠느냐는 질문에 응답자의 36.2%가 그렇다고 응답하였고, 공유 물건 및 자원의 사용에 대한 부정적 의견은 21.6%로 전체적인 공유 물건과 자원의 사용의향은 ‘보통 이상(3.13)’으로 분석되었음
- 자신이 소유한 생활 상의 물건·지식·경험·정보자원 등을 일정한 비용을 받고 타인이 이용할 수 있도록 제공하겠다는 질문에 37.5%가 긍정적 의향을 가지고 있었고, 그렇지 않다는 부정적 의견은 21.1%로 전체적으로 공유할 물건·자원의 제공의향은 ‘보통 이상(3.15)’으로 분석되었음

〈그림 9〉 공유 상품·자원의 사용의향



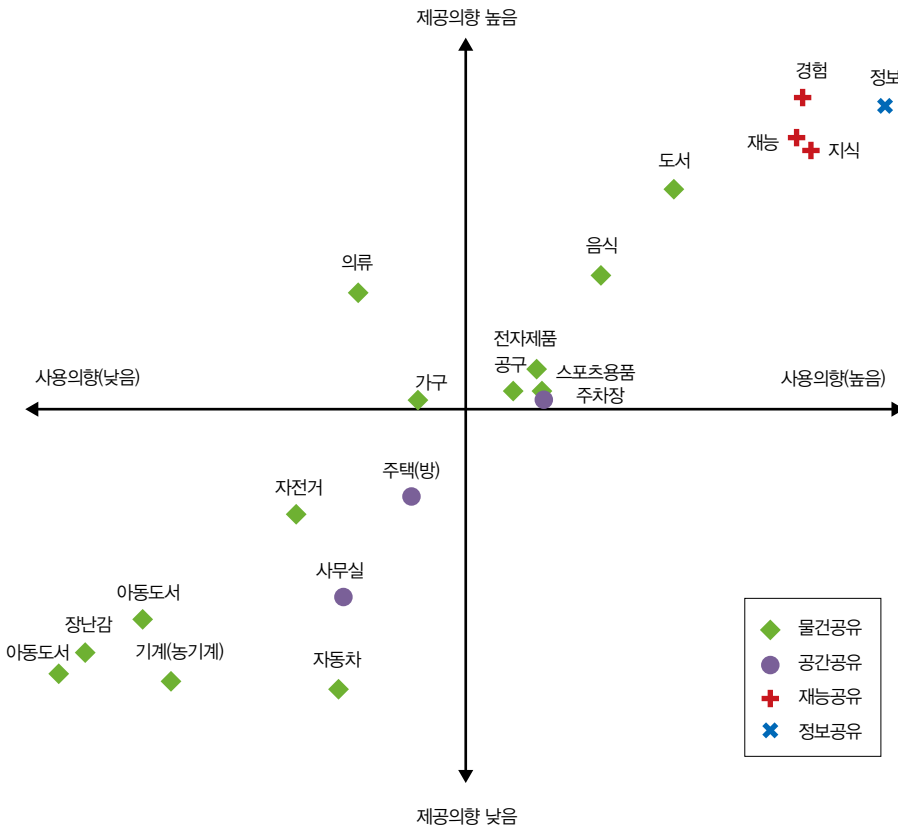
〈그림 10〉 공유 상품·자원의 제공의향



- 본인이 소유한 물건·자원을 구체적 형태로 제시하고 공유경제 방식으로 제공하거나 필요한 것을 사용할 의향정도를 측정하여 물건 및 자원간의 공유경제 사용 및 제공 우선순위를 분석하였음
- 구체적인 물건·자원을 공유경제 방식으로 사용하거나 제공할 의향을 분석한 결과, ‘정보공유, 주차장공유, 지식공유, 경험공유, 재능공유’ 등의 순으로 분석되었는데, 제공의향과 사용의향이 모두 높은 부문은 공유경제 우선 활성화 대상으로 판단됨
- 사용 및 제공의향의 교차분석 결과 ‘정보, 재능·재주, 경험, 전문지식, 도서’ 등이 제공의향과

사용의향이 높아 우선 추진할 분야로 분석되었고, '스포츠용품, 전자제품, 공구, 음식, 주차장'도 사용의향과 제공의향이 상대적으로 높게 나타났음

〈그림 11〉 물건·자원별 공유경제 사용 및 제공의향 정도

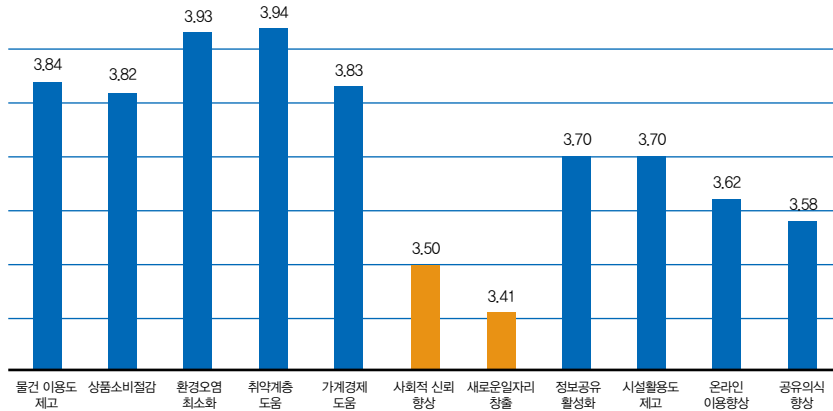


〈표 5〉 세부 물건 및 자원별 공유경제 방식의 사용 및 제공의향

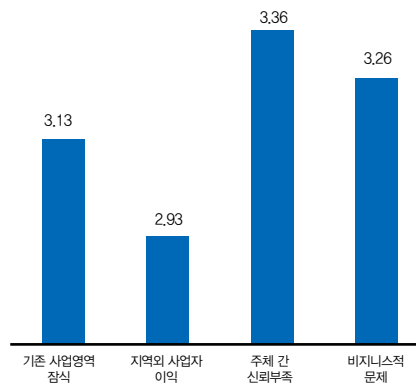
□ 공유경제 기대태도

- 공유경제를 통해 기대되는 긍정적 효과에 대해 '취약계층 도움(3.94), 환경오염 최소화(3.93), 물건 이용도 제고(3.84), 상품소비 절감(3.82), 가계경제 도움(3.83)' 등 보통 이상의 긍정적 기대를 하는 것으로 조사되었음
- '공공기관 등의 시설 활용도 제고(3.70), 다양한 정보 공유의 활성화(3.70), 온라인 이용향상(3.62), 공유의식 향상(3.58)' 등의 순으로 공유경제를 통한 긍정적 기대태도가 평가되었음
- 반면 '공유경제를 통한 사회적 일자리가 만들어질 것이라는 기대(3.41)와 사회적 신뢰가 향상될 것이라는 기대(3.50)'은 상대적으로 낮게 평가되었음

〈그림 12〉 공유경제를 통한 긍정적 기대태도



〈그림 13〉 부정적 우려



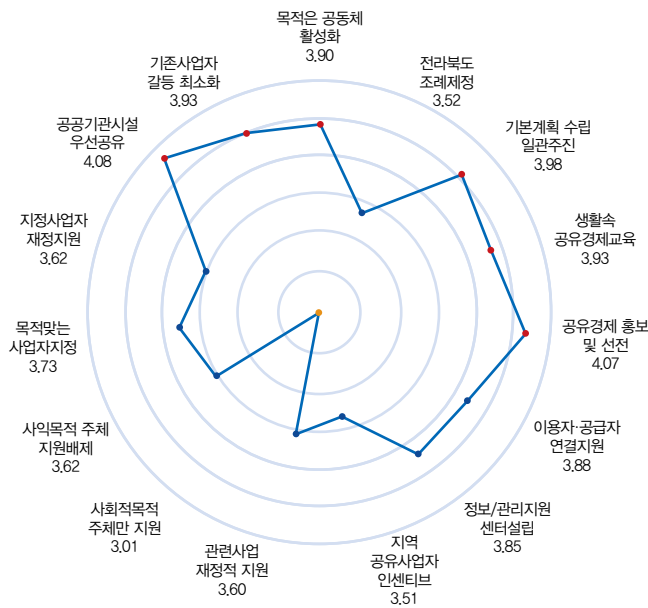
- 공유경제를 통한 활동과 사업이 긍정적 효과만 가져오기보다 부정적 효과에 대한 우려가 쟁점으로 만들어 지는 바, 이에 대한 태도를 파악한 결과 ‘이용자-구매자 간 신뢰부족(3.36)’을 가장 크게 우려하는 것으로 나타났음
- 공유경제 방식의 사업과 활동이 일정한 경제적 수익을 내는 비즈니스 방식에 문제가 있을 것이라는 우려도 보통 이상(3.2)으로 조사되었음
- 지역 내 기존 경제활동 주체의 사업영역과 중복되어 잠식할 것이라는 우려는 보통 수준(3.13)로 비교적 낮게 나타났으며, 지역 외 사업자에게로 이익이 귀속될 것이라는 우려는 보통 이하(2.93)에 불과했음

□ 공유경제 정책의견

- 전라북도가 공유경제 활성화를 위한 정책을 추진해 나간다면 고려해야 할 정책방향과 과제를 문항으로 제시하고 평가한 결과, ‘공유경제 정책방향을 지역공동체 활성화 목적(3.90)’으로 추진해 나갈 것에 대해 적극 동의하고 있음
- 특히 전라북도의 공유경제 정책은 ‘전라북도 조례제정(3.52)’과 이에 기반하여 ‘기본계획을 수립하고 일관되게 추진(3.98)’하면서 ‘관련 사업의 재정지원(3.60)’이 필요하다는데 적극 동의하고 있음
- 또한 ‘생활 속에서 공유경제를 홍보(4.07)’하고, 사회적 인식을 높이기 위한 ‘생활 속 공유경제 교육이 중요(3.93)’하다는데 적극 동의하고 있음

- 공유경제 작동을 위해 공유물건 및 자원을 공급하고 이를 이용하는 '사람 간의 연결을 지원(3.88)'하는 것이 필요하다고 인식하고 있으며, 이를 위해 '정보를 제공하고 관리할 지원센터 설립(3.85)'의 필요성도 같은 수준으로 인식하고 있음
- 한편 공유경제 본연의 '목적에 맞춰 사업 및 활동을 해나가는 주체를 지정(3.73)'하고 '지정 사업자에 대한 재정을 지원(3.62)'할 데에 대해 보통 이상으로 동의하고 있음
- '사익을 추구하는 주체는 지원을 배제(3.62)'하고, '지역 내 공유 사업자에게만 정책적 인센티브(3.51)'를 부여하는데 대해 어느 정도 동의하고 있으나, '사회적 목적 주체만 지원(3.01)'하는데 대해서는 동의하는 정도가 상대적으로 낮게 나타남
- 지역사회에서 공유경제 활성화를 위해서는 '공공기관의 시설을 우선 공유(4.08)'해야 하며, 공유경제의 사업과 활동이 '기존 사업자와의 경쟁이나 갈등을 유발해서는 안된다(3.93)'는 생각을 가지는 것으로 조사되었음

〈그림 14〉 전라북도 공유경제 정책방향에 대한 의견



5. 지역사회의 대응과 방향

□ 정책방향 설정

○ 정책목표

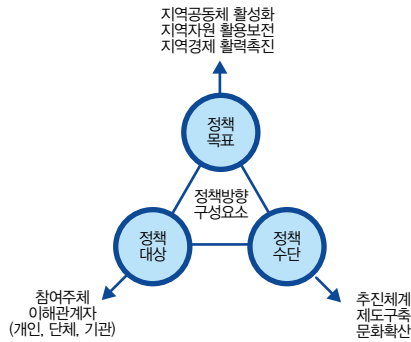
- 공유경제를 통해 달성하고자 하는 정책목표로는 '지역사회 공동체 활성화, 지역자원 활용 및 보전, 지역경제 활성화'를 명시적으로 정의하는 것이 필요함

- '지역사회'에 대한 구체적인 명시가 없을 경우 글로벌 및 수도권 등 외부 업체의 지역 내 사업에 따른 지역사회 공동체의 관계가 교란되거나 지역자원이 유출 또는 남용될 우려가 있기 때문임

○ 정책대상

- 공유경제 정책은 정책을 통한 참여주체와 이해 관계자를 구분하고, 제도적 활성화 수단으로 정책을 설계하는 것이 바람직함
- 공유경제 참여주체는 이용권 이전을 목적으로 상품과 서비스를 활용하는 개인과 동일요건을 준수한 단체 및 기업 등을 포함해 나가야 함
- 공유경제 이해관계자는 공유경제 방식의 원활한 이용권 이전을 지원하고 촉진해 나가는 개인 또는 단체와 기관 등으로 하는 것이 적절함

〈그림 15〉 전라북도 공유경제 정책방향 요소



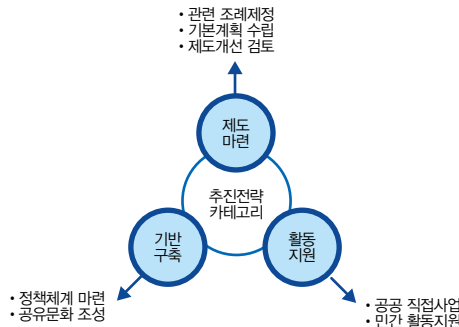
○ 정책수단

- 공유경제 방식의 활동이 원활하게 작동하게 하기 위한 기반조성(간접지원)과 공유경제 참여주체를 직접 지원하는 방식으로 구분하는 것이 적절함
- 기반조성은 직접 공유대상이 되는 것은 아니지만 활동기반이 되는 제도마련, 기반구축, 추진체계, 문화확산, 플랫폼 등을 주요내용으로 도출할 수 있음

□ 정책체계 설정

- 첫째, '공유경제 제도마련'으로, 정책추진 근거를 자치법규(조례)를 제정하고, 공유경제 관련 활동 및 사업이 원활하게 추진될 수 있도록 제도 및 규정 등의 개선이 필요함

〈그림 16〉 공유경제 추진전략 카테고리



- 둘째, '공유경제 기반구축'으로, 공유경제 관련 정책의 추진체계를 실질적으로 마련하고, 생활 속 공유경제 활동 및 사업의 사회적 실천여건을 안정적으로 만들기 위한 기반마련이 필요함

- 셋째, '공유경제 활동지원'으로, 공유경제 관련 공공부문 직접 정책사업과 민간부문의 사업을 촉진하기 위한 다양한 활동지원 정책 등을 마련하여 다양한 실천주체를 육성해 나가야 함

- 한편 공유경제 이용자원은 자원특성에 따른 개념적 구분보다 생활경제 상에서 실제 이용되고 활용되는 사례를 중심으로 구분하는 것이 유효하므로 공유경제 활동사례 및 정책사례 검토가 필요함

- 공유자원 이용의 정책과제는 일반적 방식으로 공유자원을 이용하는 ‘일반형 전략’을 중심으로 지역·사회 여건에 입각한 ‘특화형 전략’을 통해 지역사회가 안고 있는 문제해결 분야에 집중할 필요가 있음¹¹⁾

□ 세부 추진전략

● 전략 1. 공유경제 제도마련 (조례제정, 기본계획, 제도개선)

① 공유경제 조례 제정

- 조례는 공유경제 활성화를 위한 정책추진과 사업지원의 근거로 관련 정책의 추진체계 등을 구체적으로 명시하고 지역사회의 합의를 통해 제정하는 과정을 거침
- 정책관련 정의, 단체장의 책무, 활성화 정책, 공유단체 및 기업의 지정, 정책 추진체계로서 위원회·지원센터, 교육 및 홍보 등을 구체적으로 담아야 함

② 공유경제 기본계획 수립

- 공유경제 활성화 조례에 의거하여 공유경제 정책목표와 방향, 추진전략, 정책과제, 세부사업, 정책실행에 필요한 자원조달, 추진체계 등을 기본계획으로 수립해야 함
- 기본계획은 정책시행의 가이드라인이자 실행지침서로 공유경제 관련 이해관계자 등의 의견이 충분히 반영되는 참여형 연구 프로세스를 통해 수립하는 것이 필요함

③ 공유경제 제도개선 활동

- 공유경제의 목적에 부합하는 활동과 사업이 원활하게 작동되기 위해서는 상충하는 이해관계를 제도적으로 조정하고 기존 제도의 개선을 적극적으로 검토해 나가야 함
- 제도개선이 필요한 영역은 교통, 관광, 세제, 주차장, 식품업, 보험, 건축 등에서 제도개선 필요가 있고, 중앙부처와의 협력을 통해 개선하기 위한 활동이 요청

● 전략 2. 공유경제 기반구축 (추진체계 구축, 공유문화 조성)

① 공유경제 정책 추진체계 구축

- 공유경제 정책의 추진체계는 관련 조례에 의거하여 만들어지는데 공유경제 정책전반을 총괄하는 컨트롤 타워로서 ‘공유경제위원회’의 설치 및 운영이 핵심과제임
- 공유경제 정책 전반을 행정에서 담당할 전담부서의 지정¹²⁾, 명확한 업무분장을 통한 책임성 강화, 관련 부서간의 정책조정 등을 위한 정책조정회의 설치도 필요함
- 민간의 활동 및 사업을 장려하고 공유자원 발굴과 공유문화 확산을 직접 담당하면서 정책사업을 지원할 중간지원조직인 지원센터의 설치 및 운영¹³⁾이 실질적 내용임
- 온라인 상에서 공유경제 단체 및 기업, 개인 등이 사용할 수 있는 정보 발신 및 수신, 지원 등의 역할을 할 플랫폼으로서 ‘공유허브’ 구축¹⁴⁾이 필요함

② 공유문화 실천환경 조성

- 공유경제에 대한 사회적 의식을 높이기 위한 사회교육과정(공유경제 스쿨, 강연·특강 등)과 학교교육과정(교과내용 연계 프로그램-교육청 협동) 등을 결합시킴

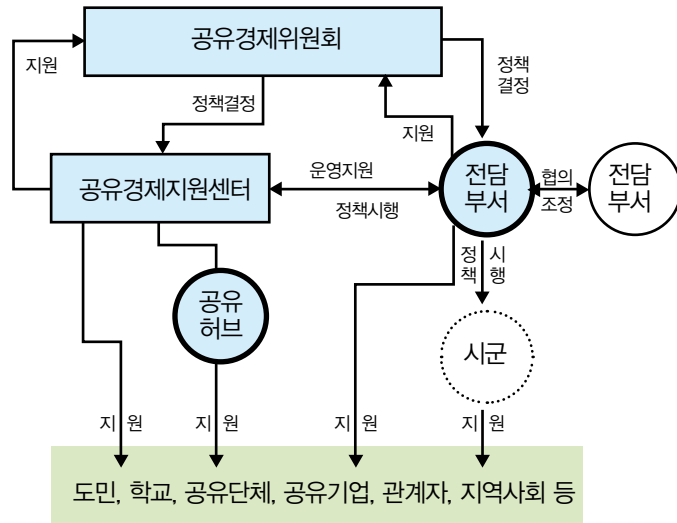
11) 서울특별시의 2기 공유경제 정책은 ‘공유 일상화 + 도시문제 해결’로 집중하고 있는 점에 주목할 필요가 있음. 자세한 내용은 서울특별시(2015)를 참조.

12) 서울특별시는 사회혁신담당관외 전담 조직이며, 자치구에는 전담인력을 지정하고 있음

13) 중간지원조직은 공유경제위원회를 통해 결정된 정책사업 등의 실행을 전담하는 조직으로 공유경제 정보 및 활동 전반을 모으고 확산하는 플랫폼의 역할을 담당하되 조례에 설치 및 운영을 명기하는 것이 바람직함

14) 공유허브는 공유경제지원센터와 같이 운영하는 방안과 별도 운영하는 방안이 있으며, 서울시는 민간단체(크리에이티브컴먼스 코리아)가, 부산은 출연조직(부산경제진흥원)이 운영하고 있음

〈그림 17〉 공유경제 정책 추진체계



- 생활 속 공유경제에 누구나 참여할 수 있도록 다양한 방식의 홍보(공보물 홍보, 방송·언론 홍보) 및 시민 캠페인(시민단체·공유단체 협력)의 프로그램을 마련함
- 공유실천을 위한 도민이 직접 체험할 수 있는 참여의 장으로 대표적 공유자원을 활용한 도민 공유참여 체험 프로그램(공유경제 따라하기, 찾아가는 공유광장 등)
- 공유단체 및 공유기업을 중심으로 도민 모두가 참여할 수 있는 다양한 참여 프로그램(공유경제 한마당, 컨퍼런스, 경진대회, 체험수기, 사업공모 등)을 전개
- 도민참여 공유경제 확산을 위해 시·군과 함께하는 공유경제 특화사업(1시군 1특화 공유)을 추진¹⁵⁾

● 전략 3. 공유경제 활동지원 (행정 직접사업, 민간 지원사업)

① 공공부문 직접사업

- 공공부문이 담당할 직접사업은 행정 내 공유사업, 공공영역에서 담당해야 하는 공익적 사업, 민간이 수행하는 공유경제 사업과 활동의 간접 지원 등이 주요내용
- 공유단체 및 공유기업의 지정 (공모방식으로 시행) : 공유경제 정책에 부합하는 단체 및 기업을 심사를 통해 지정하고 지정서 발급, 사업비 일부지원 (사업계획 의거)
- 지역 내 공유자원을 조사하여 데이터베이스로 구축·활용한 '우리 지역 공유지도(share map)'를 웹사이트 및 앱 등 온라인과 지도책 등 오프라인 제작하여 보급
- 공공자원을 활용한 행정기관별 공유경제 대표사업 실시 : 공공시설의 주차장, 회의실, 문화공간, 공구 등 공공자산의 우선 공유와 활용하는 사업을 기관별로 시행
- 공공기관의 데이터와 정책정보를 도민과 우선 공유하기 위한 전북 정책정보 전용광장(웹)을 개설하여 운영하며, 도 사업부서별 정보공유 행정 시스템을 수립 시행¹⁶⁾

② 민간부문 활동지원

- 민간부문의 활동지원 영역은 지원강도에 따라 '직접지원' < 컨설팅 및 인큐베이팅 > '조직간 네트워킹' < 공동 기술개발 > '비즈니스 안전망 지원' < 인력양성 > 등임
- 조례에 의해 공유경제 목적에 부합되는 단체 및 기업 중 공모방식으로 선정된 공유단체 및 공유기업을 대상으로 사업계획 심사·평가에 의한 지원방안 마련

15) 서울특별시 공유경제 정책특징은 사업초기 서울시가 직접 정책을 리딩하면서 공유단체·기업의 지정 등 민간영역 활동을 촉진해 나갔으나, 이후 자치구와 협력을 통해 자치구 주체적 공유경제 정책을 유도하고 있는 특징이 있음

16) 서울특별시 서울특별시 서울특별시는 시민에게 행정정보를 공개와 공유 포털로 '정보소통 광장(<http://opengov.seoul.go.kr>), 열린데이터 광장(<http://data.seoul.go.kr>)'을 개설, 행정정보, 행정과정의 관련 데이터를 공개·공유하고 있음

- 지역사회가 안고 있는 사회문제를 공유경제 방식으로 해결해 나가기 위해 '사회문제 해결형 공유단체 · 공유기업 지원'을 공모방식으로 선정하고 프로그램을 지원¹⁷⁾
- 공유경제 방식으로 창업 준비자를 대상으로 전문교육과정(공유경제 창업아카데미) 개설, 공유경제지원센터와 연계하여 창업 컨설팅을 지원¹⁸⁾
- 공유경제지원센터 및 공유허브를 중심으로 지정된 공유단체 · 공유기업과 민간의 다양한 공유자원 활용 주체의 네트워킹을 학습조직 운영방식으로 지원¹⁹⁾
- 누구나 쉽게 공유경제 방식의 활동과 사업에 참여할 수 있도록 공유기업 비즈니스의 핵심이 되는 '전북 스탠다드 공유경제 비즈니스 플랫폼 기술'을 개발
- 공유경제 비즈니스가 안고 있는 리스크를 관리하기 위해 공유경제 상품 및 서비스의 이용과 거래를 지원하는 안전보험 지원방안을 강구, 사회적 문제를 최소화
- 다양한 형태의 공유경제 비즈니스를 실제 담당해 나갈 전문인력과 공유문화를 확산해 나갈 활동가를 양성하기 위한 전문 교육과정을 운영

● 전략 4. 공유자원별 이용전략 (일반형 전략, 특화형 전략)

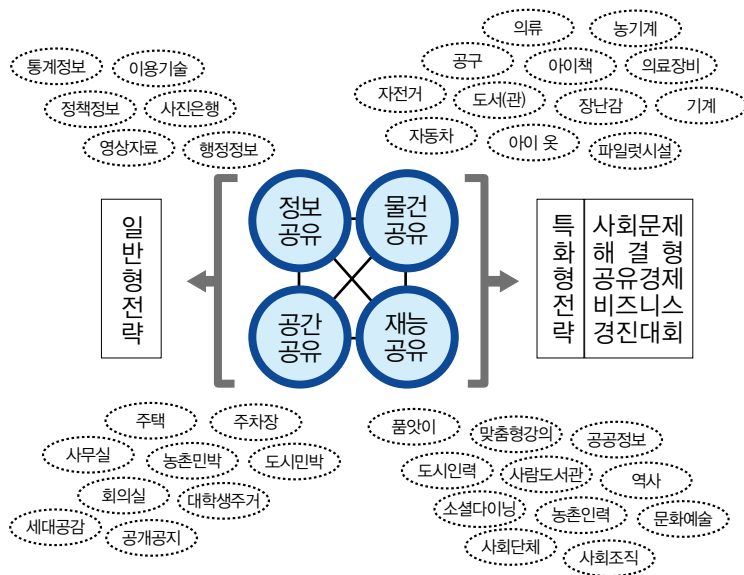
- 공유자원 활용은 다양한 비즈니스 모델로 제시되고 있어, 동일한 자원을 유사한 사업 컨텐츠로 지역에서 어떻게 공유경제 방식으로 활용해 나갈 것인가가 중요한 과제임
- 물건공유 영역, 공간공유 영역, 지식공유 영역, 정보공유 영역 등에 걸쳐 일반적인 공유자원 이용전략과 지역사회가 직면한 문제를 해결하는 특화전략으로 구분 접근
- 전북도민의 경우 물건공유(21.7%), 재능공유(21.6%), 정보공유(21.3%), 공간공유(18.3%), 인력공유(17.1%) 등의 순으로 추진해 나갈 것에 대한 의견을 제시함
- 정책영역에서 공유자원 이용과 활용의 입장은 '민간의 다양한 창의적 이용방식을 추동'하면서 '공공자원을 중심으로 공유를 확대'해 나가는 것이 현실적임

17) 공유경제 활성화 정책을 전략적으로 구현하는 과정에서 다양한 사회문제 중 도민참여와 사회적 여론을 확산하는 데 효과가 큰 문제를 대상으로 추진(도서공유, 공유공유 등)

18) 지역 내 청년창업, 협동조합, 사회적기업, 마을기업, 공동체 사업조직 등과 연계한 공유 스타트업 조직(단체 · 기업)의 내실 있는 컨설팅 지원

19) 공유허브를 중심으로 공유단체 및 공유기업의 정보가 모이고, 이를 통해 도차원의 공유경제가 작동하는 온라인 플랫폼 기능을 오프라인 방식의 '공유단체 · 공유기업 네트워크'로 조직, 상시적인 교류회 · 연합회 · 워크숍 등을 통해 활동의 시너지 효과 창출을 유도

〈그림 18〉 공유자원별 이용전략



공유경제 정책사례

○ 서울특별시 공유경제 정책

- 오랜 기간 활동해온 민간역량의 협력을 통한 민관협력 모델로 서울시는 정책적 주도권을 통해 민간기업과 단체의 자율적 활동을 장려해 나가고 활용한다는 특징이 있음
- 공유허브 구축으로 공유 및 공유 플랫폼의 관련 정보를 일원화한 것이 관련정책의 대표적 성과로 꼽을 수 있음 (민간조직 크리에이티브컴먼스코리아, CCKorea)
- 공유경제 조례에 기반하여 공유단체 및 공유기업을 지정하고 특정 사회문제 해결 대안을 제시한 공유기업 및 단체에게 지원을 통해 제도적 발판과 지원방안 마련
- 공유경제를 이해하고 참여할 수 있는 다양한 프로그램을 기획하고 공유경제를 도시적 차원에서 전파할 수 있는 홍보 및 이벤트 등을 마련하여 추진해가고 있음
- 공유경제 정책 확대를 위해 2기 정책으로 2015년 4월부터 추진, 도시문제와 생활문제 해결에 주력하고 수요자 중심으로 공유주체를 다각화하는 것이 중심골자임

○ 광주광역시 공유경제 정책

- 공유경제 정책 비전은 광주정신을 광주공동체로 구체적으로 실현하겠다고 밝히고 있는 것이 특징적이며 이를 위해 공유도시만들기 TF를 통해 계획을 마련했음
- 공유경제 조례에 기반하여 공유기업 및 단체, 자치구와 마을단위로 문화를 확산하고 활동가와 인력을 양성, 지원조직 및 플랫폼 등의 인프라를 구축하겠다고 밝힘
- 공유자원 발굴과 공유 활성화를 위해 공공기관의 공유자원을 먼저 개발하고 이들 자원의 효과적 이용을 위해 정보를 제공하는 시스템을 구축해 나가고 있음
- 공유기업·단체 육성을 위해 공유자원을 활용한 공유 에이전시(창조기업)를 육성하고 공유기업과 단체를 지정하여 사업과 활동에 필요한 지원을 해나가겠다고 밝힘

○ 부산광역시 공유경제 정책

- 경제적 활동에 집중하고 공유단체와 공유기업 육성으로 일자리를 만드는데 중점을 두는 것이 다른 지자체와 다른 점으로 볼 수 있음
- 공유경제 활성화를 위한 기반을 조성하기 위해 조례에 근거한 공유경제촉진위원회 운영, 공유경제 웹 플랫폼 기능 고도화, 공유경제 관련 주체 네트워크 강화 등 추진
- 민간영역에서의 공유경제 활동 및 사업을 촉진하기 위해 공유경제 단체 및 기업을 통합적으로 인증하는 브랜드를 도입하고 지정된 조직에 대한 사업비 지원 등 추진
- 공유경제의 소통을 확산하기 위해 시민참여형 공유문화 확산 프로그램을 확대하고, 공유경제 한마당 개최, 공유경제 확산을 위한 중간지원조직 설립을 추진

참고자료

- 곽노완, '공유도시 서울과 글로컬아고라의 공유도시', 마르크스주의 연구 10(3), 2013.
- 권애라, '소유를 넘어 공유로', 세계와 도시 1&2, 2013.
- 김점산, '공유경제의 미래와 성공조건', 이슈&진단 134, 경기개발연구원, 2014.
- 김형균 외, '도시재생 소프트 전략으로서 공유경제 적용방안', 부산발전연구원, 2013.
- 로렌스 레식, 「아이디어의 미래」, 이원기 옮김, 민음사, 2012.
- 로렌스 레식, 「코드 2.0」, 김정오 옮김, 나남, 2009.
- 박민우, '우버(Uber) 논란을 통해 본 공유경제 플랫폼에 대한 고찰', 디지에코보고서, KT경제경영연구소, 2014.
- 서울특별시, '공유도시 서울 추진계획', 2012.
- 서울특별시 서울혁신기획관, '공유서울 2기 추진계획', 2015.
- 성낙환, '공유경제 소비자들의 롱테일 수요 깨운다', LG Business Insight, 2014.
- 정지훈, '세계의 공유기업', 세계와 도시 1&2, 2013.
- 최창욱 · 조영진 · 강판상, '플랫폼의 경제-비즈니스를 넘어 사회 전반으로 확산', 이슈&진단 103, 경기개발연구원2013.
- 클라우드산업연구소 · 위즈돔, '새로운 대한민국을 꿈꾸는 기업들을 통해 살펴본 공유경제', 서울 공유경제를 만나다 연구보고서, 2013.
- 한국디자인진흥원, '공유하게 하라-소유에서 공유로', 2014 TREND CODE, 2014.
- Hamari, Juho; Sj · Klint, Mimmi; Ukkonen, Antti, "The Sharing Economy: Why People Participate in Collaborative Consumption", Journal of the Association for Information Science and Technology, 2015.
- Lawrence Lessig, "Remix : making art and commerce thrive in thr hybrid economy", Penguin Books, 2008.
- Rachel Botsman and Roo Rogers, "What's Mine Is Yours", 2010.



전북연구원

(55068) 전라북도 전주시 완산구 콩쥐팍쥐로 1696(효자동3가1052-1)

Tel.063-280-7100 Fax.063-286-9206

www.jthink.kr