

공유경제 개념의 변화와 한국의 공유경제

산업기술리서치센터 정석완 선임연구원

- I. 공유경제의 정의와 효과
 - 1. '공유경제' 용어의 등장과 변천
 - 2. 공유경제의 효과
- II. 한국의 공유경제 현황
- III. 한국의 공유경제에 대한 시사점

'공유경제' 용어는 여러 가지 다른 성격의 사회적 현상을 지칭하는 개념으로 혼용되고 있다. 로렌스 레식에 의하여 정립된 현대적 의미의 '공유경제' 용어는 화폐를 반대급부로 하지 않는 상업경제의 대체적인 개념이었으나, 현재 통용되고 있는 '공유경제'는 상업경제의 다른 사업 모델로 혼용되고 있으며, 동료생산, 협력경제, 연결경제 등 여러 가지 대체 용어들이 제시되고 있다.

공유경제는 자본 접근성을 낮추고, 다양성을 제고하며, 자본계층으로의 진입을 용이하게 하고 소유에 대한 인식을 변화시키는 경제적 효과를 갖고 있을 뿐만 아니라 지속가능성·공동체 의식 제고 등 사회적인 순기능도 기대할 수 있지만, 동시에 기존 제도 및 시장과의 충돌을 비롯하여 노동의 외부화 등과 같은 부작용을 노출하고 있기도 하다.

국내에서는 크게 숙박업, 자동차 임대업, 사무공간 임대업에서 공유경제 기반 사업이 성장하고 있으며, P2P 대출을 위시한 크라우드펀딩 역시 그 규모가 눈에 띄게 규모가 커지고 있다. 또한 공유경제에 대한 관심이 증대되기 이전부터 인터넷을 중심으로 공공 및 민간 영역에서는 공공자전거 등의 공유 사업과 비상업적 공유가 정착되었다.

본고에서는 한국의 공유 경제에 코스타키스-바우웬스의 4분면 시나리오 분석을 응용하여 공유경제 현상을 분류하고 각각에 적합한 시사점을 도출하였다. 네트워크적 자본주의 공유 경제는 빠른 속도로 사회 전반에 보급되고 있지만 공유경제로서의 사회적·경제적 효과는 다소 제한적이며, 분산형 자본주의는 과세 및 허가와 같은 현존 제도와의 조화가 필요한 상황이다. 한편 정체되어 있는 비상업적 공유의 외연을 확장할 수 있는 사회적·제도적인 관심과 지원 방안이 마련되어야 한다.

* 본고의 내용은 집필자의 견해로 당행의 공식입장이 아님

I. 공유경제의 정의와 효과

1. '공유경제' 용어의 등장과 변천

□ '공유경제' 용어의 창안과 현대적 정립

- '공유경제' 라는 용어는 1984년 마틴 와이츠먼에 의하여 최초로 창안¹⁾되었으나, 당시의 개념은 고정급료 지급에 반하여 단위노동이 이익을 증가시키는 만큼 임금을 지급하면 각 경제주체들의 이익이 공유된다는 것으로, 오늘날 사용되는 의미의 공유 경제와는 다소 거리가 있음
- 현대적 의미의 공유경제 개념을 정립한 로렌스 레식은 재화와 서비스의 반대급부로 화폐가 교환되는 상업경제(Commercial Economy)에 대비되는 개념으로 화폐 대신 인간관계나 자기만족감이 교환의 매개가 되는 공유경제(Sharing Economy)를 제시²⁾
 - 레식이 정립한 공유경제 개념은 가족, 친구, 이웃 간에 관찰되는 교환의 형태로서 화폐 대신 인간관계의 유대감이나 자기만족감이 교환의 매개가 되며, 화폐를 대가로 지불하는 것은 오히려 재화나 서비스의 제공자를 모욕하거나 교환의 성질을 바꾸어 버림으로써 교환을 불가능하게 하는 특징을 가짐
 - 공유경제는 혈연 및 지역공동체 안의 시혜적 선물 교환에서도 발견되지만, 인터넷의 발달과 함께 위키피디아 운영, 인터넷 아카이브 구축, 오픈소스 소프트웨어 개발 등에서 유용하게 기능하고 있으며, 이러한 공유경제를 통해 상업경제가 이루기 어려운 진보를 이룰 수 있음
 - 현대적으로 정립된 공유경제 개념의 특징은 1) 교환이 이루어지지만 2) 화폐를 교환의 매개로 하지 않으며 3) 교환의 동인은 자기만족감이거나, 복잡한 형태를 띤 이타성임

1) Martin Wietzman(1984), "The Share Economy", Harvard University Press

2) Lawrence Lessig(2008), "Remix : Making Art and Commerce Thrive in the Hybrid Economy", Penguin Press

□ 초기의 개념에서 벗어나 상업적인 분야로 전이되기 시작

- 우버, 에어비앤비 등 기업이 직접 서비스를 공급하지 않고 플랫폼을 통해 공급자와 사용자를 연결해주는 중개·알선 서비스가 ‘공유경제 비즈니스’의 사례로 통용되고 있으며, 심지어 모바일 플랫폼을 사용할 뿐인 일반 임대사업이 ‘공유경제 관련 산업’으로 지칭되는 등 공유경제 개념 혼용
- 공유경제와 관련한 많은 저술에서 이에 대한 문제를 제기하면서도 ‘상업적으로 사용된 공유경제’ 개념이 이미 널리 보급된 바, 현재는 용어의 혼란을 방지하기 위해 유용된 개념을 그대로 사용하고 있는 상황
 - 알렉스 스테파니(2015), 아룬 순다라라잔(2016)은 공유경제를 다루고 있는 각각의 저서에서 현재 통용되고 있는 ‘공유경제’라는 용어는 개념적으로 정립된 바와 차이가 있지만, 이 용어가 이미 해당 주제를 지배하고 있으며³⁾, 적합성을 좇아 용어를 폐기한다면 그 동안 해당 용어를 바탕으로 이루어 온 것들에 혼란이 있을 수 있다⁴⁾는 이유로 해당 용어를 그대로 저작에 이용

□ ‘상업적 공유경제’에 대한 대체개념이 제시되고 있음

- 우버, 에어비앤비 등의 ‘공유경제 사업모델’에서의 공유는 레식이 정립한 ‘금전적 대가가 수반되지 않는’ 교환이 아니라, ‘내구재나 노동을 사용하지 않는 기간 동안 남에게 대여·제공함으로써 경제적인 효용을 얻는’ 개념의 공유
 - 요하이 벵클러(2015)는 개인들에게 산재하는 물적 자본의 공유를 통해 생산이 이루어지는 ‘동료 생산(Peer Production)’의 개념을 도입⁵⁾하는 한편, “우버 등의 사업 모델은 공유경제로 지칭되고 있지만 실제로 공유와 무관하게 온라인을 통해 수요와 공급이 만나게 된 온디맨드 경제(On-Demand Economy)라고 지적⁶⁾

3) Alex Stephany(2015), “The Business of Sharing”, Palgrave Macmillan, 위대선 옮김(2015), “공유경제는 어떻게 비즈니스가 되는가”, 한스미디어, p.42

4) Arun Sundararajan(2016), “The Sharing Economy”, MIT Press, 이은주 옮김(2018), “4차 산업혁명 시대의 공유 경제”, 교보문고, p.66~67

5) Yochai Benkler(2006), “The Wealth of Networks”, Yale University Press, 최은창 옮김(2015), “네트워크의 부”, 커뮤니케이션북스

6) Yochai Benkler(2015), “The Challenges of the Shared Economy”, World Economic Forum, www.weforum.org/videos/challenges-of-the-shared-economy-yochai-benkler

- 러셀 벨크(2014)는 공유 개념이 상이한 기능과 동인에서 비롯되는 여러 사회적 현상에 혼용되고 있으며, 실제 공유라는 것으로 설명되고 있는 여러 현상은 전혀 공유가 아니고 단지 바람직한 사회적 용어를 전용할 뿐이라고 비판⁷⁾

○ 학계와 업계 전반에서 공유경제 용어를 대체하는 여러 가지 용어가 제시되고 있으나, 이론적인 층위에 머무르고 있음⁸⁾

〈표 1〉 현실적 공유경제 유사개념 정리

구분	개 념
동료 생산 ⁹⁾ (Peer Production)	<ul style="list-style-type: none"> 집중화된 대규모 물적 자본이 아닌 분산된 소규모 물적 자본으로 생산될 수 있는 재화나 서비스에 대해 물적 자본의 공유를 통하여 사회 기반의 생산이 이루어지는 것 그리드 컴퓨팅, 오픈소프트웨어 제작에서 관찰됨
협력 경제 ¹⁰⁾ (Collective Economy)	<ul style="list-style-type: none"> 소비자들이 서로 공급된 재화와 서비스에 대해 의견을 교환하던 Social Media 경제가 진화하여, 플랫폼을 매개로 소비자들끼리 서로 재화와 서비스를 공급하기 시작한 단계 가격, 편의성, 브랜드가 주요 경쟁력 요인이며, 기존의 기업들 역시 플랫폼 런칭을 통해 시장 지배력을 유지할 수 있음
온디맨드 경제 ¹¹⁾ (On-demand Economy)	<ul style="list-style-type: none"> 생산자와 소비자를 연결(Access)해 줌으로써 기존 시장 대비 가격경쟁력을 갖춘 소비를 가능하게 하는 경제 사람과 사람 사이의 관계나 유대보다는 가격경쟁력과 편의성이 우선되는 데에서 공유경제와 근본적인 차이가 있으며, 대기업 제품이나 명품을 소비함으로써 자신을 해당 상표의 가치와 동일시하는 상표 경제와도 다른 소비행태가 관찰됨

7) Russel Belk(2014), "Sharing Versus Pseudo-Sharing in Web 2.0", The Anthropologist, Vol.18, Kamla-Raj Enterprises, P.7

8) 이후 본고에서도 '공유경제' 용어를 상업적 공유경제까지 포괄하는 광의의 개념으로 사용코자 함

9) Yochai Benkler(2006), supra note

10) Jeremiah Owyang(2013), "The Collaborate Economy", Altimeter Group; Jeremiah Owyang and Alexandra Samuel(2015), "The New Rules of The Collaborative Economy", Visioncritical

11) Giana Eckhardt and Fleura Bardhi, "The Sharing Economy Isn't About Sharing at All", Harvard Business Review, January 2015, Harvard Business Publishing

2. 공유경제의 효과

□ 광의의 공유경제는 자본과 생산·소비, 자본 등 경제 제반 요소에 영향력 발휘

- 아룬 순다라라잔은 크게 자본 접근성, 규모의 경제, 다양성과 소비, 자본계층으로의 이동 측면에서 ‘공유경제’의 경제적 파급력을 분석¹²⁾
 - (자본) 사용되지 않는 타인의 유휴 자산을 더 쉽게 대여할 수 있게 됨으로써 물질 자본에 대한 접근성이 증대되고, 제도 금융권을 거치지 않고 플랫폼을 통해 소규모 금융 자본 조달이 가능해짐으로써 경제 전반적인 생산성에 대한 물질·금전적 자본의 기여도가 증대
 - (대량 생산과 대량 소비) 생산 측면의 규모의 경제(대량생산)는 자본의 공급 방식과 상품의 유통 방식이 변화하여 약화되거나 다른 형태로 변화되는 반면, 수요 측면의 네트워크 효과는 강화
 - (다양성) 전통적인 기업 공급자 외에도 개인을 포함하여 다양한 공급자들이 시장에 진출함으로써 공급되는 재화와 서비스의 다양성이 증대되고 소비가 증가
 - (분배) 클라우드 펀딩을 통한 소규모 자본 조달이 쉬워지고 플랫폼을 통하여 유통의 범위가 확장되며, 소규모의 물질/금융 자본의 활용 가능성이 증대됨에 따라 누구나 쉽게 투자하고 사업체를 소유하게 될 수 있게 되어 자본수익률 향유가 용이해짐
- 공유를 통하여 소유에 대한 인식도 변화
 - 소유하지 않아도 재화의 효용을 누릴 수 있게 됨으로써 사용 빈도가 낮고 보관이 불편하며 가격이 높은 재화를 중심으로 소유하지 않고 임대하는 소비성향 등장
 - 美 미시간대학교부설자동차산업연구소(CAR)의 조사에 따르면 2021년 기준 공유차량 1대가 미국에서는 7.75대, 유럽에서는 2.71대, 아시아-오세아니아 지역에서는 2.78대의 자가용을 대체할 것으로 분석¹³⁾
 - 위 연구에 따르면 카셰어링을 이용하는 가구의 41%가 자가용 구입을 미루거나 취소할 의사가 있으며, 35%는 카셰어링을 이용하지 못하게 될 경우 자가용을 구입할 의사가 있다고 응답

12) Arun Sundararajan(2016), supra note, p.224~244

13) Adela Spulber and Eric Paul Dennis(2016), “The Impact of New Mobility Services on the Automotive Industry”, Center for Automotive Research

□ 공유경제의 문제점과 비상업적 공유의 잠재성에 대해서도 조명

○ 기존 제도 및 시장과의 충돌을 비롯한 공유경제의 새로운 문제 등장

- 공동생산 기반 공유경제의 경우 서비스 공급자에 대한 과세 및 사업 허가 문제가 지속적으로 제기되고 있으며, 이에 덴마크·프랑스·브라질·독일 등에서 우버 서비스가 중단되었고¹⁴⁾, 프랑스 파리에서는 에어비앤비를 통한 민박을 전면 금지하려는 법안이 발의
- 벤클러(2015)는 우버와 같은 공유경제 사업들에서 기업이 부담하여 왔던 각종 위험이 외부화되어 노동자들에게 전가되고 있으며, 이를 정치·사회 분야의 공유와 경제 분야의 공유가 충돌하는 지점으로 지적¹⁵⁾
 - 이전에는 회사에 소속되어 고정 급여, 일괄적인 보험 및 사업 허가 관리, 노동법으로 보장받는 복지와 휴가 등의 권리를 누리던 서비스 공급 노동자들이 공유경제가 도입되면서 개인사업자가 되어 불안정한 수입과 사업관리를 부담해야 하며, 플랫폼 사업자는 단순 중개인으로 서비스 공급자로서의 책임과 위험을 실질 노동자들로 외부화하는 부작용 발생(예: 택시회사와 우버)
- 엘레니 카트리니(2018)는 금전적 이익을 목표로 하는 공유경제 사업자들이 사업 초기에는 소비자 선택의 폭을 넓힌다는 가치를 내세웠지만, 사업이 성장함에 따라 노동의 일상화, 무(無)노조화, 서비스 이용자와 노동자 및 사업주를 보호하는 규정의 미비와 같은 문제점을 노출하고 있다고 비판¹⁶⁾

14) 일반 자가용을 이용하는 Uber Pop 서비스의 경우에 해당

15) Yochai Benkler(2015), supra note

16) Eleni Katrini(2018), "Sharing Culture : On definitions, values, and emergence", *The Sociological Review Monographs Series, Volume 66 No.2 Unboxing the Sharing Economy : Opportunities and Risks of the Era of Collaboration*, The Sociological Review Foundation, P.428

○ 비상업적 공유의 사회적인 기능과 잠재력에 대한 조명

- 공유경제 개념의 근원이 되었던 위키피디아, 리눅스 개발 등 인터넷 상의 비물질적인 지식과 기술의 공유 외에도 지역 공동체를 기반으로 한 물질적 공유 현상의 기능과 잠재력에 대하여 조명이 이루어지고 있음
- 카트리니(2018)는 비금전적 공유 문화가 지역공동체와 그 구성원의 정서적 욕구를 충족시키고, 지속가능성을 제고하며, 자본주의 자체를 대체할 수 있다고 주장¹⁷⁾
- 벨크(2014)는 공동체로서의 유대감을 주는 비금전적 공유가 온라인 연결을 통해 혈족이나 이웃이 아닌 제3자와도 이루어질 수 있으며, 온라인을 통한 공유가 현실의 공유로도 연결될 수 있다고 주장¹⁸⁾

II. 한국의 공유경제 현황

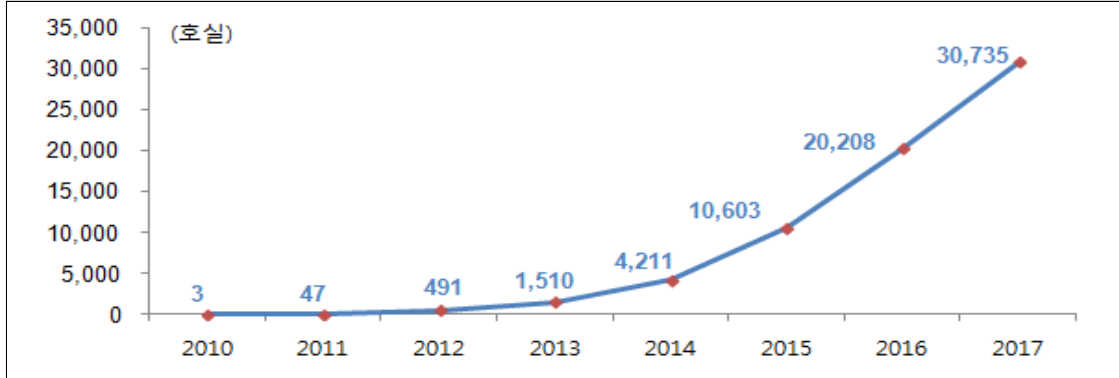
□ 숙박업, 자동차 임대업, 사무공간 임대업에서 상업적 공유경제 사업 성장

- 한국에서 공유경제가 사회적으로 대두된 것은 상업적 공유경제의 성장에 의한 것으로, 본래적 의미의 공유경제(인터넷을 기반으로 한 지식과 기술의 공유)와 비상업적 공유경제에 대한 논의는 비교적 찾아보기 어려운 상황
 - 네이버 지식iN 서비스, 재능기부 등 비상업적 공유가 이루어져 왔으나 본격적으로 ‘공유경제’ 용어가 사회 전반에 등장한 것은 상업 영역의 성장에 기인
- 숙박업의 경우 에어비앤비가 진출, 2017년 말 기준 서울 시내에만 30,735호실의 호스팅이 이루어질 정도로 정착하였으나 관련 제도와 규정은 미비한 상황
 - 서울 등 도시지역에서는 민박 영업자가 내국인을 상대로 숙박서비스를 제공하는 것은 불법이며, 이와 같은 도시민박업의 위법 영업을 제도화하려는 법안이 지속적으로 발의
 - 그러나 2017년 발의된 ‘도시민박업 양성화 방안’은 계류중이며, 2018년 9월 통과된 ‘규제프리존 특별법’에서도 도시민박 관련 사항은 누락

17) Eleni Katrini(2018), "Sharing Culture : On definitions, values, and emergence", The Sociological Review Monographs Series, Volume 66 No.2 Unboxing the Sharing Economy : Opportunities and Risks of the Era of Collaboration, The Sociological Review Foundation, P.427~438

18) Belk(2014), supra note, P.16~20

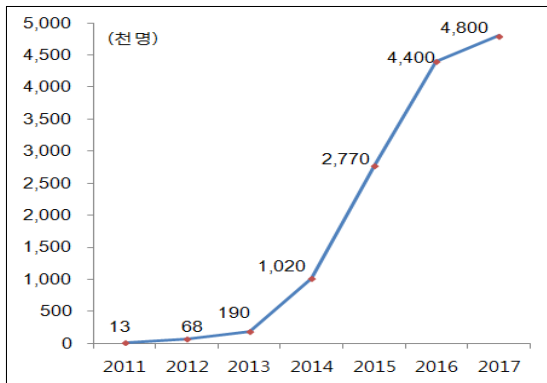
〈그림 1〉 서울 시내 에어비앤비 제공 숙소 증가 추이



자료 : AirDna

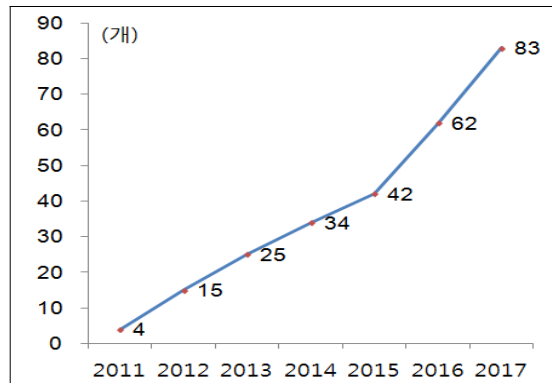
- ‘카셰어링’이라 불리는 공유경제 자동차 임대업은 B2C 위주의 사업을 영위하고 있으며, SK네트웍스가 2대 주주인 쏘카와 롯데렌탈의 자회사인 그린카가 실질적으로 시장을 양분하며 대기업 위주의 공급이 이루어지고 있음

〈그림 2〉 카셰어링 회원 수 추이



자료 : 보험감독원

〈그림 3〉 공유 오피스 지점 수 추이



자료 : 코람코자산신탁

- 공유 오피스는 비즈니스 센터, 서비스드 오피스 등의 이름으로 주요 업무지구를 중심으로 공급되어 왔으나, 공유경제 가치를 내건 패스트파이브와 위워크가 사업을 개시한 이후 누적공급면적 기준 2016년 14만㎡에서 2018년 8월 39.3만㎡로 성장
- 사무공간 임대업을 영위하던 기존 업체들도 트렌드에 부응하기 위하여 입주사 네트워킹 강화, 사무공간 재배치 등을 통하여 공유오피스로의 전환 모색

□ 카셰어링, 공유오피스 사업의 경우 기존 임대업과 유사한 사업 구조

- 카셰어링의 경우, 기존 렌트카 사업의 일 단위 대여를 시간단위 대여로 세분화하고, O2O¹⁹⁾를 활용한 것 외에는 기존 렌터카와 동일한 서비스 제공
 - 최대 5일까지만 서비스를 제공하고, 가격 수준을 유사하게 설정하는 등 렌터카와 시장 중복을 줄여 경쟁보다는 동일 산업의 분할판매에 가깝게 영업중
- 공유 오피스 역시 90년대부터 제공되었던 비즈니스 센터와 근원적인 부분에서 큰 차이가 없는 서비스 제공

〈표 2〉 사무공간 공유 서비스 비교

	위워크	패스트파이브	토즈	르호봇	
서비스 개시년도	2016	2015	2009 ^{주1)}	1998	
월 사용료(만원) ^{주2)}					
	1인	69	60~65	45~65	50
	5인	295	250	160	200
특장점	입주사 네트워크	입주사 네트워크	시간제 이용가능	입주사 네트워크	

주1 : 토즈 비즈니스센터 기준
 주2 : 강남 소재 영업점, 단독형 사무실 기준
 공실 및 입주 기간, 사무실 위치 등에 따라 변동
 자료 : 각사 홈페이지 및 유선조사

The map shows the locations of four shared office services in the Gangnam area of Seoul. 위워크 (WeWork) is located near the intersection of Gangnam-daero and Seongdeok-ro. 패스트파이브 (Fast Five) is located near the intersection of Gangnam-daero and Seongdeok-ro. 토즈 (Tozs) is located near the intersection of Gangnam-daero and Seongdeok-ro. 르호봇 (Rohobot) is located near the intersection of Gangnam-daero and Seongdeok-ro.

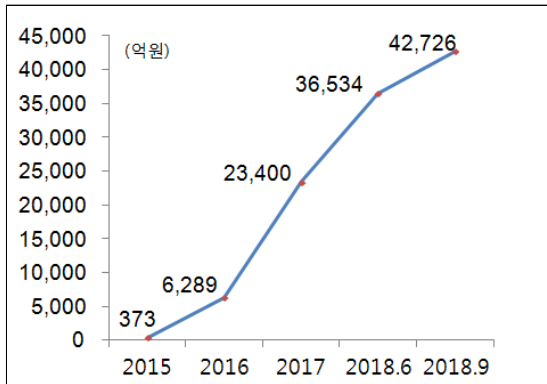
- 르호봇비즈니스인큐베이터(1998년 개업), 토즈(2009년 비즈니스센터 개설) 등 국내 업체들의 사무공간 대여 서비스는 공유경제가 등장하기 전부터 시작되었으며, 개방형 사무실 유무, 제공 음료 등 사소한 차이를 제외하면 교통 및 입지, 사무 시설의 관리 등 근본적인 공간 공유 측면에서 동일

19) Online-to-Offline. 온라인상에서 마케팅 및 결제를 하고 오프라인 상에서 재화와 서비스의 공급을 완료하는 판매 방식. 카셰어링의 경우 기존 렌터카 서비스가 사무실에서 계약 및 결제를 하는 것과 달리 모바일 앱이나 온라인 홈페이지를 통해 예약과 결제를 진행

□ 크라우드 펀딩의 성장

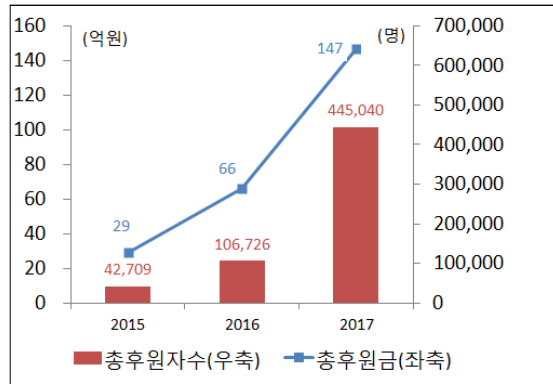
- 대출형 크라우드펀딩(P2P대출) 규모는 2018년 9월 기준 4조 2,726억원을 돌파하였으며, 빠른 성장세에 따른 보완 법규 발의중
- 와디즈, 텀블벅 등의 후원·기부형 크라우드펀딩도 첨단기기, 생활용품, 출판 등을 중심으로 성장하고 있으며 프로젝트의 성과에 따라 배당 이익을 향유할 수 있는 투자형 크라우드펀딩 역시 대형화

〈그림 4〉 P2P 대출 규모 추이



자료 : 크라우드연구소

〈그림 5〉 텀블벅 크라우드펀딩 규모 추이



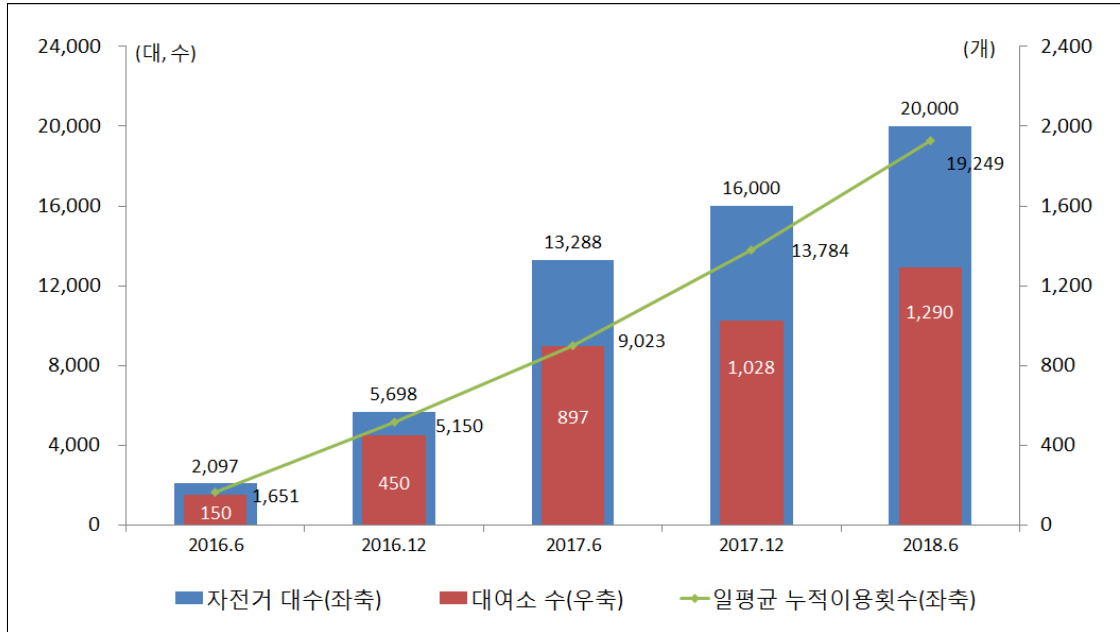
자료 : 텀블벅

□ 공공자전거 등 공공 영역 중심의 공유는 활성화 단계

- 서울시, 고양시, 수원시, 세종시, 대전시, 창원시, 제주시 등에서 2008년부터²⁰⁾ 공공 자전거 사업을 시행중이며 시설 보급 및 이용률이 꾸준히 증가
 - 민간의 바이크 셰어링 서비스 사업의 경우 토지 확보 및 허가 문제로 거치대를 설치할 수 없어 자전거 무단주차로 인한 통행 방해, 도난 및 파손 등의 문제로 업체가 도산하거나 사업을 철수하는 등 지속가능성 문제가 제기되고 있는 바, 공공자전거의 활용도는 늘어날 전망

20) 창원시·대전시 2008년, 고양시 2009년, 제주시 2011년, 세종시 2014년, 서울시·수원시 2015년

〈그림 6〉 서울시 공공자전거 보급 및 이용 추이



자료 : 서울시시설공단 공공자전거 종합현황

○ 자전거 외에도 지자체별로 유아용 장난감, 공구 등 사용 빈도는 낮으나 구매 및 보유 비용이 높은 물품을 중심으로 대여 사업을 실시 중

□ 인터넷을 통한 지식 공유는 정착되어 있으나, 최근의 ‘공유경제’로서 갖는 사회적·경제적 현상으로서의 영향력은 다소 미약한 편

○ ‘대가가 교환되지 않는 지식공유’ 측면에서 위키피디아와 유사한 네이버의 지식iN은 2002년부터 서비스를 시작하였으며, 각종 육아·취미 관련 인터넷 커뮤니티의 지식·정보 공유 등 인터넷을 통한 비상업적 공유는 오랜 기간에 걸쳐 사회적으로 정착된 단계이나, ‘공유경제’로서 사회적·경제적 변화를 만들어내는 영향력은 미약한 상황

Ⅲ. 한국의 공유경제에 대한 시사점

□ 공유경제에 대한 코스타키스-바우웬스 사분면 시나리오 분석

- 코스타키스-바우웬스(2014)는 공유 플랫폼 관리주체의 집중도와 공유경제의 목적에 따라 공유경제를 사분면 시나리오로 분석²¹⁾
- 코스타키스-바우웬스의 사분면 접근은 생산자와 소비자가 분리되어 있지 않은 공동 생산(Peer Production) 인프라를 대상으로 한 것으로서, 생산 인프라의 제 유형과 인프라 운영의 목적에 따라 공유경제의 현상을 4가지로 시나리오로 구분
 - (넷위계형 자본주의 Netarchical Capitalism) 생산 인프라가 단일한 사업자에 의하여 통제됨으로써, 사용자들은 인프라 상에서 서로 상호작용을 할 수는 있으나 인프라의 목적인 자본축적과 화폐가치는 인프라를 통제하는 사업자에게 집중(예: 구글, 페이스북)
 - (분산형 자본주의 Distiributed Capitalism) 경제적 가치를 목적으로 한다는 점에서는 넷위계형 자본주의와 유사하나, 각 참가자들에게 인프라의 통제 권한이 주어지고 화폐가치 역시 개별 프로젝트에서 생성(예: 킥스타터, 비트코인)
 - (회복탄력성 공동체 Resilient Communities) 지역 공동체의 생존과 지속가능성에 초점을 맞추므로써 경제적 성장을 목표로 하지 않는 분산적인 지역 개조 시나리오(예: 영속 농업 운동, 그라민 뱅크)
 - (지구적 공유지 Global Commons) 실제 생산은 지역 수준으로 분산되지만, 근본적으로 전지구적 범위의 네트워크화를 통하여 초국가적 규모에서 생산이 이루어지는 모델(예: 위키피디아, 오픈소스 소프트웨어 개발)

□ 한국의 공유경제에 대한 코스타키스-바우웬스 분석 틀 응용

- 코스타키스-바우웬스의 분석은 기본적으로 협력 생산을 분석의 객체로 하고 있으나, 한국의 공유경제에 대한 포괄적 접근을 위하여 분석 틀을 폭넓게 적용

21) Vasilis Kostakis and Michelle Bauwens(2014), "Network Society and Future Scenarios for a Collaborative Economy", Springer, 윤자형·황규환 옮김(2018), "네트워크 사회와 협력 경제를 위한 미래 시나리오", 갈무리

- 통제권의 중앙화 척도를 협력 생산 플랫폼이 아닌 생산과 가치 창출 수단으로 확대 적용함으로써 사업자가 집중화된 자동차·사무공간 임대업까지 분석 가능
- 네트워크적 자본주의·분산형 자본주의 모델이 빠르게 성장하는 반면, 공유와 협력을 목적으로 하는 분야는 정체
- 시장 참여자의 등장 및 기존 사업자의 사업 전환 등으로 카셰어링, 공유오피스, 클라우드 펀딩은 빠르게 성장하고 있는 반면, 비상업적 분야는 비교적 빠른 도입에도 불구하고 새롭게 나타난 ‘공유경제’로의 편입에 실패

〈그림 7〉 한국의 공유경제에 응용한 코스타키스-바우웬스 4분면 분석



주1 : 공공자전거 사업은 자본과 이윤을 추구하는 사업으로 보기는 어려우나, 생산 수단이 집중되어 있고 유료화되었다는 점에서 네트워크적 자본주의로 분류

주2 : 코스타키스와 바우웬스는 에어비앤비에 대하여 핵심 가치는 소비자들의 주목을 판매하는 중앙통제형 사업모델이라는 이유로 네트워크적 자본주의로 분류하였음. 그러나 본고에서는 한국의 현상을 설명하기 위하여 원저의 분류와는 달리 에어비앤비의 핵심적인 사업 모델은 개인간 거래의 중개이고, 홍보와 광고는 부수적인 기능임에 주목하여 분산형 자본주의로 분류

주3 : 지식iN서비스를 통하여 포털에 대한 접근 빈도를 높이고, 그로 인하여 광고 수익 등을 사업자가 독식한다는 관점에서는 네트워크적 자본주의로 분류할 수 있으나, 본고에서는 해당 서비스의 지식 공유적 측면만을 분석에 사용

자료 : Kostakis and Bauwens(2014), 산업은행 재정리

□ 각 공유경제 현상에 따라 상이한 사회적·제도적 대응 필요

- 현존 제도의 적용 문제는 주로 분산형 자본주의 공유경제에서 관찰
 - 플랫폼이 중앙화된 네트워크적 자본주의 모델의 경우 납세, 영업허가 및 사업자적 취득 등 현존 제도를 플랫폼 관리 주체가 해결하며, 비상업적 영역(탄력회복성 공동체와 지구적 공유지)에서는 현존 제도와 충돌 가능성이 낮음
 - 사업자는 플랫폼만을 제공하고, 다수의 개별적 주체가 공유경제활동을 수행하는 분산형 자본주의에서는 플랫폼 사업자가 개별적 프로젝트의 제도 준수 여부(세금 납부, 적법한 자격 보유 등)를 관리하지 않고 플랫폼 이용자에게 일임하므로 제도와 마찰을 빚을 가능성²²⁾이 가장 큼
 - 플랫폼 사업자에게 일정 수준의 플랫폼 사용 심사를 요구하거나, 플랫폼 사용자의 제도 준수 의무를 강제하는 등 제도적인 측면의 보완이 요구됨
- 네트워크적 자본주의는 ‘넓지만 얇은’ 수준의 공유
 - 네트워크적 자본주의 영역에 해당하는 카셰어링과 공유오피스는 기존 시장에서의 편입이 완료되어 있거나(카셰어링), 기존 시장 참여자들에 의하여 제공되던 서비스로(공유오피스) 빠른 속도로 성장하며 소유의 필요성을 축소하는 방향으로 공유 경제를 보급하고 있음
 - 그러나 전통적인 자본주의 생산 방식을 그대로 따르고 있어 자본 접근성, 다양성, 분배, 지속가능성, 공동체적 가치 등 공유 경제의 장점으로 꼽히는 사회적·경제적 효과는 비교적 미약할 것으로 보이며, 과잉공급으로 인한 시장자기잠식 현상도 우려됨
- 비상업적 공유의 외연을 확장할 수 있는 사회적 촉진 필요
 - 세계적으로 과잉 소비주의 근절, 환경적 지속가능성 제고, 시민의 공동체 의식 강화, 경계 없는 지식의 축적 등 유형·무형의 이점을 갖는 비상업적 공유 영역의 확장이 요구되고 있으며, 그 방법론이 여러 가지로 연구되고 있음
 - 코스타키스와 Bauwens(2014)는 이윤을 목적으로 하는 상업적인 공유 현상이 더 성숙한 공유 사회를 성장시킬 수 있다고 역설하며 네트워크적 자본주의 플랫폼인 유튜브와 트위터를 통하여 중동의 시민혁명이 가능했으며, 분산형 자본주의 사업모델인 킥스타터 등의 크라우드펀딩을 통해 비상업적 공유 운동의 재원을 마련할 수 있음을 예시²³⁾

22) 에어비앤비의 불법민박 문제, 크라우드펀딩의 투자자 보호 장치 미비

23) Kostakis and Bauwens(2014), P.74~77

- 한국의 경우 인터넷과 네트워크 문화가 빠르고 널리 보급되었으며 비상업적 공유 영역에 속하는 현상들이 2000년대 초부터 등장했음에도 불구하고 현재의 ‘공유경제’에의 접점을 찾지 못한 채 정체되어 있는 상황
- 텀블벅 등의 크라우드 펀딩을 통해 여성 및 성소수자 인권, 환경 보호, 비주류 예술 창작 활동에 대한 후원 모금이 이루어지고 지역공동체 중심의 영속농업 운동이 전개되고 있으나 산발적이고 소규모로 진행되고 있어 비상업적 공유경제의 기능과 육성에 대한 사회적·제도적 관심과 지원이 필요