

EU 회원국들의 공유경제 성장요인에 관한 연구*

김 득 갑**

〈국문초록〉

유럽경제의 디지털 전환 과정에서 공유경제가 새로운 경제패러다임으로 빠르게 정착되고 있다. 하지만 단일시장을 형성하고 있는 EU 회원국들 간에도 공유경제 성장에는 있어 격차가 존재하고 있다. 기술적, 경제적, 사회적, 제도적 요인이 공유경제 성장에는 물론 회원국 간 격차에도 영향을 준다. 본 연구에서는 EU 회원국들의 공유경제 성장요인을 규명하기 위해 10개의 변수를 추출하고 공유경제 규모(매출 및 고용)를 종속 변수로 사용하였다. 실증분석 결과, 공유경제 플랫폼, 관광객, 사업 및 규제 환경이 공유경제 규모와 높은 상관관계를 갖고 있었다.

반면, ICT 인프라, 소득수준, 실업률, 도시화, 환경의식 수준, 세금 부담, 사회적 신뢰와 같은 요인들은 공유경제 규모에 대한 설명력이 떨어지는 것으로 나타났다. 공유경제 규모와 변수들 간의 회귀분석도 실시하였다. 분석 결과, 공유경제 플랫폼과 관광객이 공유경제 매출 규모에 정(+)의 관계를 보인 반면, 사업 및 규제 환경은 유의한 영향을 주지 않았다. 한편, 공유경제 고용 규모와 변수들 간의 회귀분석에서는 공유경제 플랫폼과 관광객이 공유경제 고용 규모에 정(+)의 영향을 미치고, 인당 GDP는 음(-)의 영향을 미치는 것으로 나타났다.

본 연구의 정책적 함의는 첫째, 공유경제 활성화를 위해 기업가정신의 함양과 함께 관광산업 육성 및 개방경제를 강화해야 한다. 둘째, 공유경제로 인한 고용의 질 악화를 막기 위해 고용관계 정립, 노동자권리 규정을 강화할 필요가 있다. 셋째, 공유경제 육성을 위해 정책당국은 규제 완화와 사회적 신뢰 제고를 위한 노력을 게을리해서는 안된다.

주제어: 공유경제, 유럽연합(EU), 디지털 격차, 공유경제 플랫폼, 공유경제지수

* 본 논문은 한국연구재단의 시간강사연구지원사업의 일환으로 수행된 연구임을 밝힙니다.

** 연세대학교 동서문제연구원 객원교수 (europe726@naver.com)

1. 서론

공유경제(sharing economy 또는 collaborative economy)가 2008년 미국에서 처음 등장한 이래 전 세계로 빠르게 확산되고 있다. Uber(차량 공유), Airbnb(숙박 공유) 등 혁신기업들에 의해 ICT 기술을 기반으로 한 공유경제 서비스가 일상생활에 파고들고 있다. 세계 공유경제 시장의 지역별 규모를 살펴보면, 북미가 전체 시장의 60%, 유럽이 30%를 차지하면서 세계 양대 시장을 형성하고 있다(나승권 외, 2017).

최근 정보통신기술(ICT)의 발달로 시공간의 제약 없이 다수의 사람들이 디지털 플랫폼에 참여할 수 있게 되면서 플랫폼 서비스를 제공하는 새로운 사업모델이 속속 등장하고 있다. 플랫폼 서비스란 다수의 수요자와 공급자들이 참여할 수 있는 디지털 플랫폼을 통해 참여자들 간에 자유롭게 가치교환이 이루어지도록 하는 사업모델을 말한다.

한국 정부는 공유경제가 성장 동력이 약화되고 있는 한국경제의 역동성과 성장을 가속화하는 촉매로 작용할 것으로 기대하고 있다(박문수 외, 2016). 공유경제와 같은 혁신서비스는 서비스기업의 역동성 제고라는 측면에서 중요한 의미를 지닌다. 공유경제의 활성화와 성장은 새로운 부가가치 및 일자리 창출을 통해 개인과 기업의 소득을 증대시키고 소비를 진작시켜 내수시장의 활성화에 기여할 것으로 기대된다. 더 나아가 서비스 부문뿐만 아니라 경제 전반의 역동성을 높이는 선순환 구조를 만드는 계기가 될 수도 있다. 따라서 규제 완화를 통해 공유경제를 육성, 발전시켜 투자와 고용을 늘리는 과감한 정책이 요구된다.

하지만, 공유경제가 서비스업은 물론 제조업의 성장에 반드시 긍정적으로만 작용한다고 보기 어렵다. 공유경제 기업과 개인 공급자들은 기본적으로 기존 시장에서 활동해온 기업들과 경쟁관계를 형성할 가능성이 높기 때문이다. 신규 공유경제 기업의 성장은 기존 서비스기업의 위축을 초래할 수 있다. 어떤 국가에서는 숙박 및 차량 공유 등 공유경제 분야에서 기존 경제주

체들과 갈등을 빚고 있어 공유경제 서비스를 제한하기도 한다. 공유경제에 대한 찬반양론이 존재하는 이유다.

공유경제가 지속 성장하기 위해서는 경제와 사회에 미치는 부정적 영향을 최소화하고 긍정적인 효과를 극대화하기 위한 노력이 필요하다. 혁신기술에 대한 규제 완화와 공정경쟁을 위한 법제도 정비, 그리고 소비자 보호와 안전, 공유경제 플랫폼의 책임, 노동자 권리 및 기존 산업의 보호 등 법적, 제도적 정비가 요구된다. 이를 위해서는 선제적인 연구가 필요하다.

본 연구에서는 유럽연합(EU) 회원국들의 공유경제 성장요인에 대한 연구를 통해 한국에 주는 시사점을 도출하려고 한다. 유럽 국가들은 사회적 시장경제의 색채를 띠고 있지만, 각국의 경제·사회시스템은 이질적인 요소를 많이 내포하고 있다. 공유경제 분야에서도 예외는 아니다. EU는 기본적으로 공유경제의 활성화를 지지하는 입장을 취하고 있으나, 회원국마다 세부 공유경제 정책과 보급에 있어 차이를 보이고 있다. 그 결과 유럽 국가들 간에 디지털 격차(digital divide)가 존재하는 것처럼 공유경제 성장에 있어서도 격차가 존재하고 있다. 유럽 국가들의 공유경제 현황과 성장요인을 연구한다면 균형 잡힌 시각에서 한국에 주는 정책적 시사점을 도출할 수 있을 것으로 기대된다.

본 연구에서는 첫째, 공유경제를 바라보는 유럽 내 시각을 정리한다. 이를 위해 구체적으로 공유경제 모델과 공유경제의 기대효과 및 부정적 영향에 대해 살펴본다. 둘째, 숙박, 교통, 금융, 노동 등 4개 분야에서 EU와 회원국들의 공유경제 현황을 파악한다. 셋째, 공유경제 성장에 영향을 주는 요인들에 대한 기존 문헌을 연구한다. 넷째, EU 회원국들 간의 공유경제 성장요인을 규명하기 위해 실증분석을 실시한다. 그리고 마지막으로 이러한 분석 결과를 토대로 공유경제의 활성화를 위한 정책적 함의를 도출하고자 한다.

2. EU 국가들의 공유경제 현황

1) 공유경제의 정의

‘공유경제란 개인이 제공하는 유희 재화나 서비스의 일시적 사용을 위해 개방된 시장 공간을 창출하는 공유 플랫폼(collaborative platform)에 의해 거래가 촉진되는 사업모델로 규정된다(European Commission, 2016). 또한 ICT 기반의 공유 플랫폼을 통해 개인의 소유 자원(상품, 자산, 노동력)을 대여하거나 나누어 쓰는 영리 및 비영리 목적의 경제활동으로 정의되기도 한다(최기산 외, 2019). 여기에는 C2C, B2C, C2B 및 B2B 공유가 모두 포함된다. 공유경제는 ‘sharing economy’, ‘collaborative economy’, ‘peer economy’, ‘on-demand economy’, ‘gig economy’, ‘collaborative consumption’ 등의 용어가 각기 의미는 다르지만 혼재해 사용되고 있다.

‘공유경제’의 명확한 정의는 EU 차원에서 아직 완전히 합의되지 않고 있다. European Commission(2016)은 공유경제를 ‘온라인 플랫폼을 기반으로 주문형 서비스와 자산의 임시 사용이 이루어지는 복잡한 생태계’로 정의하고 ‘collaborative economy’라는 표현을 공식적으로 사용한다. European Parliament (2017)는 온라인 플랫폼을 통해 사람들을 연결하는 인터넷과 기술 혁명으로 인해 상품과 서비스가 안전하고 투명하게 거래되는 새로운 사회경제모델로 공유경제를 규정하고 있다.

공유경제는 서비스 제공자(service providers), 이용자, 중개자(온라인 플랫폼) 등 세 주체로 구성된다. 서비스 제공자는 자신의 자산, 자원, 시간, 기술을 제공하는데, 서비스를 간헐적으로 제공하는 비전문 일반인과 전문적인 역량을 갖추고 사업적으로 활동하는 전문 서비스 공급업자로 구분할 수 있다. 서비스 제공자와 이용자 간에 접촉과 거래를 촉진해주는 온라인 플랫폼을 통해 서비스 제공자는 자신이 사용하지 않는 제품, 서비스 또는 유희 자원을 대가 여부와 상관없이 다른 개인이나 기업에게 제공한다. 공유 플랫폼

의 약 95%가 수익을 목적으로 활동 중이며 대부분의 플랫폼은 개인 쌍방 간 (P2P 기준) 거래를 위해 운영된다.

European Commission(2018)은 공유경제를 교통(transport), 숙박(accommodation), 금융(finance), 노동(online skills) 등 크게 4개 분야로 구분하고 있다. 교통 분야에는 자동차 공유(car-sharing), 승차 공유(ride-sharing), 주문형 승차(rides on demand)(단거리 및 장거리), 주차공간 임대, 택배운송 등 5개 사업모델이 존재한다. 숙박 공유는 단기 임대와 주택 교환 플랫폼을 통해 서비스 공급업자가 자신의 거주시설의 일부(예: 소파, 유희 객실)나 거주지 시설 전체 또는 2차 거주시설(예: 휴가시설)에 대한 사용 권한을 제3자에게 부여하는 것이다. 여기에는 단기 홈 임대(home renting), 홈 공유(home sharing), 홈 스와핑(home swapping) 등의 사업모델이 있다. 금융 공유는 개인이나 기업이 전통적인 금융 중개기관을 거치지 않고 자신 들끼리 직접 투자하고 대출 혹은 차입하는 거래모델을 말한다. 여기에는 크 라우드 펀딩의 가장 흔한 형태인 수익형 펀딩(reward-based funding)과 주식펀딩(지분 투자), 부채펀딩(P2P 대출) 등이 있다. 노동 분야는 개인이 유희 시간을 내서 전문 서비스나 비전문 가사 서비스를 제공하는 온라인 인력 거래가 존재한다.

〈표 1〉 공유경제의 4개 분야

교통	숙박	금융	노동
승차 공유 P2P 차량 임대 주문형 승차 주차공간 임대 택배 운송 온라인 식품 택배	홈 임대 홈 공유 홈 스와핑	수익형 펀딩 주식펀딩 부채펀딩(P2P 대출)	주문형 가사서비스 주문형 전문서비스

자료: European Commission (2018), Study to monitor the Economic Development of the Collaborative Economy at sector level in the 28 EU Member States.

2) EU 국가들의 공유경제 현황

(1) EU의 공유경제

본과 혹스워스(Vaughan and Hawksworth, 2014)는 전 세계 공유경제 규모가 2013년에 150억 달러에 달했으며, 2025년에는 3,335억 달러에 이를 것으로 전망한 바 있다.¹⁾ 세계 2위 경제규모를 지닌 EU는 전 세계 공유경제의 30%를 차지하고 있는 것으로 추정된다. 본과 다베리오(Vaughan and Daverio, 2016)는 2015년 EU의 공유경제 거래액이 당초 예상을 뛰어 넘는 280억 유로로 추정하고, 5개 분야에서 약 40억 유로의 수익을 창출한 것으로 추정하였다.²⁾ 반면, European Commission(2018)은 EU 28개국의 공유경제 매출 규모가 2016년 현재 EU GDP의 0.17%인 265억 유로로 추정하였다. 공유경제에 종사하는 인력은 약 395,000명으로 EU 전체 고용의 0.15%에 이르는 것으로 추산된다. 구딘(Goudin, 2016)은 공유경제의 장애요인을 제거하여 제대로 사용되지 않는 유휴 자산을 공유할 경우 EU가 얻을 수 있는 잠재적 이익은 1,600~5,720억 유로에 이를 것으로 전망하였다.³⁾ 이는 빠르게 성장하는 공유경제가 엄청난 새로운 사업기회를 제공할 수 있음을 시사한다.

2018년 10월 European Commission이 발표한 유로바로미터(Eurobarometer)의 설문조사 결과에 따르면, EU 전체적으로 공유 플랫폼을 이용하는 비율은 2016년 17%에서 2018년에 23%로 증가하였다. 하지만 공유 플랫폼 이용 비율은 17%(불가리아, 포르투갈)에서 40%(라트비아)까지 EU 회원국 간에 큰

1) P2P 금융, 온라인 노동, P2P 숙박, 자동차 공유 이외에 음악 및 영상 스트리밍까지 포함한 5개 분야의 전 세계 규모다.

2) P2P 금융, P2P 교통, 주문형 기사서비스, 주문형 전문서비스, 공유 금융 등 5개 분야를 대상으로 하고 있다.

3) 코다농 외(Codagnone, et al., 2016)는 전망치가 비현실적인 가정에 입각하고 있고 신뢰할만한 통계와 실증 증거가 부족하므로 신중히 해석되어야 한다고 주장한다.

편차를 보이고 있다. 그리고 공유 플랫폼 서비스를 가장 많이 이용하는 집단은 젊은층, 고등 교육자, 대도시 거주자, 노동자와 자영업자로 파악되었다. 공유 플랫폼을 이용하는 사람들 중 57%가 숙박시설 공유 서비스를 이용했으며, 51%는 교통 공유 서비스를 이용하였다. 반면 인력 공유 서비스(9%)와 금융 공유 서비스(8%)의 이용 비율은 상대적으로 낮았다.

이용자들의 대다수(73%)는 공유 플랫폼의 가장 큰 장점으로 서비스에 대한 편리한 접근성을 꼽았다. 그리고 이용자 평점 및 리뷰 확인 가능성(60%), 저렴하거나 또는 무료 이용(59%), 폭넓은 선택권(56%)도 전통 채널과 비교하여 공유 플랫폼의 장점으로 인식하고 있었다. 한편, 관심 있는 사람들과의 커뮤니티 형성(34%), 서비스 무료 교환(31%)은 공유경제를 선택함에 있어 중요성이 떨어졌다. 반면, 응답자의 49%는 문제가 발생할 경우 책임 소재가 불분명하다는 것을 공유경제의 가장 큰 단점으로 꼽았다. 그리고 38%는 다른 이용자들의 잘못된 평점 부여와 리뷰를, 37%는 개인정보의 남용을, 34%는 서비스 공급자의 신뢰 부족을 단점으로 들었다. 이밖에 제공받은 서비스가 당초 기대했던 것과 다른 경우의 보상 문제(24%), 온라인 예약 및 결제 과정상의 문제(22%)도 단점으로 지적하였다.

(2) 공유경제의 분야별 현황

현재 플랫폼의 경제활동은 단기 숙박 임대, 교통(택시 서비스, 승차 공유, 주차공간 임대), P2P 전자상거래, 주문형 가사 서비스(가정 업무 지원, 택배, 음식 준비) 및 주문형 전문가 서비스, P2P 대출 및 클라우드 펀딩 등 5개 분야에서 가장 활발히 이루어지고 있다.

우선 매출 규모 측면에서 살펴보면, 2016년 기준으로 금융 분야가 96억 유로를 차지해 EU 28개국의 전체 수익에서 가장 큰 비중을 차지하고 있다. 그 뒤를 이어 숙박 분야가 73억 유로, 인력 분야가 56억 유로, 교통 분야가 40억 유로를 기록하고 있다. 대규모 자금과 투자가 이루어지는 금융산업 특성상 수익 측면에서 금융 분야의 규모가 가장 큰 것은 자연스런 현상이라 할 수 있다. 전체 매출(265억 유로)의 구조를 분석해 보면, 공유 플랫폼이 38억

유로의 수익을 가져가는 반면, 이들 플랫폼을 통해 서비스를 제공하는 공급업자는 227억 유로의 수익을 가져가는 것으로 추정된다. 공유 플랫폼의 매출과 웹 방문자(web visits) 간에 상관관계가 있으며, 공유 플랫폼의 매출과 종사자 간에도 밀접한 상관관계를 보인다. 이에 서비스 공급업자의 매출은 플랫폼의 평균 수수료에 기초하여 추정할 수 있다. 플랫폼이 창출하는 수익의 15%는 해당 플랫폼에 귀속되고, 나머지 85%는 교통, 금융, 인력 서비스의 제공자에게 돌아간다. 숙박 분야의 경우는 12%가 해당 플랫폼에 귀속된다.

(3) 공유경제 플랫폼 현황

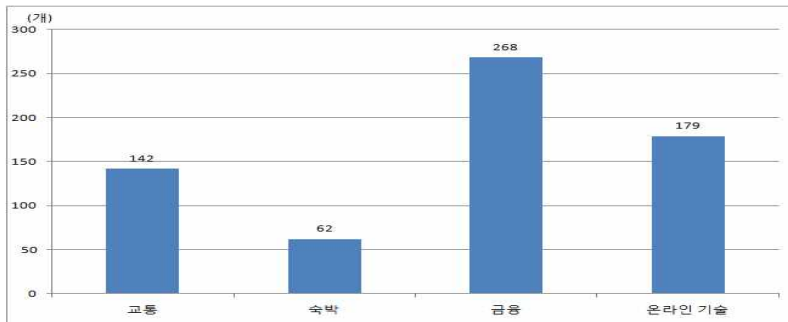
2017년 기준으로 EU 회원국 내에서 수익을 목적으로 활동 중인 플랫폼은 총 651개로 집계된다.⁴⁾ 분야별로는 교통 142개, 숙박 62개, 금융 268개, 인력 179개 등으로 분포되어 있다. 이 밖에 42개의 글로벌 플랫폼이 활동 중인데 대부분이 미국 기업이다.

2개국 이상에서 활동하고 있는 EU 회원국 국적의 공유경제 플랫폼 수는 51개에 이른다(교통 15개, 숙박 10개, 인력 13개, 금융 13개). 교통 분야에서 가장 잘 알려진 공유 플랫폼으로는 Delivery Hero, Foodora(이상 독일), Takeaway(네덜란드), Deliveroo, JustEat(이상 영국), BlaBlaCar(프랑스), Taxify(에스토니아)이다. 숙박 분야에서 가장 유명한 공유 플랫폼은 Wimdu(독일), HomeStay(아일랜드) 등을 들 수 있다. 그리고 Funding Circle(영국), Ulule(프랑스), Bondora(에스토니아), Twino, Mintos(라트비아)는 금융 분야에서 활동하고 있는 대표적인 공유 플랫폼이다. 온라인 인력 분야에서 국제적으로 활동하는 EU 국적의 공유 플랫폼은 규모와 수익 면에서 매우 영세하고 주로 1~3개 미만의 국가에서 영업하고 있다.

대형 글로벌 공유 플랫폼(Uber, Airbnb, UberEats, Kickstarter, Indiegogo)이 EU 28개국의 공유경제 수익의 약 40%(약 100억 유로)를 차지하고 있다. 숙박 분야의 경우, 미국 글로벌기업인 Airbnb가 EU 28개국에서 46억 유로의

4) European Commission (2018), The use of the collaborative economy, Flash Eurobarometer 467.

수익을 올려 대부분의 시장을 장악하고 있으며 유럽 현지 공유 플랫폼들의 시장 입지는 취약한 편이다. 교통 분야에서는 시장을 지배하는 절대 강자가 없어 현지 공유 플랫폼이 주류를 형성하고 있다. Uber(미국), BlaBlaCar(프랑스), Taxify(에스토니아)가 타국 시장에서 사업을 확장하고 있지만 국가별로 규제체제가 상이해 어느 기업도 시장 내 입지를 확실히 다지지 못하고 있는 실정이다. 금융 분야는 글로벌 산업이라는 특성을 지니고 있음에도 불구하고 놀랍게도 로컬 차원에 머물러 있다. Funding Circle(영국), Ulule(프랑스), Bondora(에스토니아), Twino, Mintos(이상 라트비아)와 같은 소수의 공유 플랫폼 만이 글로벌 서비스를 제공하고 있을 뿐이다. 온라인 인력 분야는 제공되는 다양한 서비스로 인해 많은 사람들이 온라인 서비스에 점차 익숙해지고 온라인 인력 플랫폼에 대한 인기도 높아지고 있어 앞으로 성장 잠재력이 클 것으로 예상된다.



〈그림 1〉 공유 플랫폼의 분야별 분포 현황(2017년 기준)

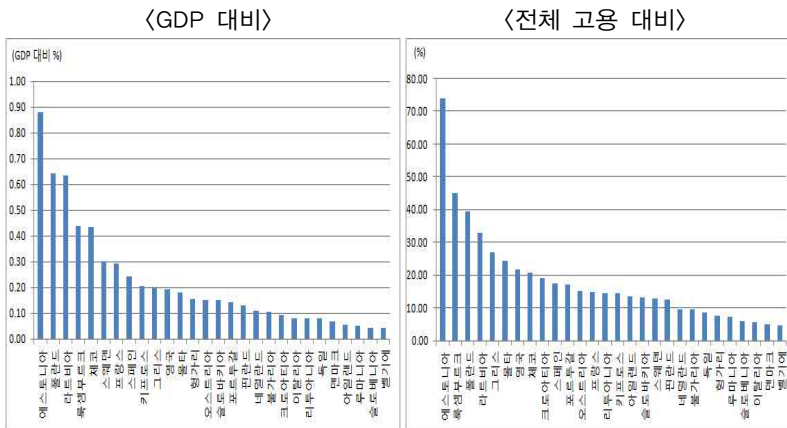
자료: European Commission (2018). Study to Monitor the Economic Development of the Collaborative Economy at sector level in the 28 EU Member States.

(4) EU 국가들의 공유경제 규모

2018년에 EU 차원에서 28개 회원국들의 공유경제 현황을 파악하는 연구가 이루어졌다. European Commission(2018)은 교통, 숙박, 금융, 인력(온라인 기술) 등 4개 분야에서 EU 회원국들의 공유경제 현황을 조사하였다.

경제의 20%를 차지하고 있다. 키프로스(3,700만 유로), 리투아니아(3,200만 유로), 몰타(1,800만 유로), 슬로베니아(1,700만 유로)와 같이 공유경제 규모가 작은 국가들의 비중은 0.1%에 불과하다. 한편, 공유경제 종사자 수도 비슷한 양상을 보인다. 프랑스(74,600명), 영국(69,400명), 폴란드(65,400명), 스페인(39,700명), 독일(35,140명) 상위 5개국이 공유경제 인력의 약 72%를 차지한다.

한편, 공유경제가 전체 경제에서 차지하는 비중을 살펴보면, 국가별 상황은 사뭇 달라진다. 에스토니아, 폴란드, 라트비아, 룩셈부르크, 체코, 스웨덴의 경우 공유경제가 전체 경제에서 차지하는 비중이 가장 큰 국가들로 EU 28개국 평균(0.2%) 이상의 비중을 보이고 있다. 공유경제의 GDP 대비 비중을 살펴보면, 에스토니아가 가장 높은 비중(GDP의 0.88%)을 보이고 있으며, 폴란드(0.64%), 라트비아(0.63%), 룩셈부르크(0.44%), 체코(0.44%), 스웨덴(0.29%)의 순이다. 반면, 덴마크, 아일랜드, 루마니아, 슬로베니아, 벨기에의 경우 공유경제가 차지하는 비중은 상대적으로 미미하다.



<그림 3> EU 회원국들의 공유경제가 GDP 및 전체 고용에서 차지하는 비중
 자료: European Commission (2019), Single Market Scoreboard: Collaborative Economy 2013-2017.

3. 공유경제 성장요인에 대한 이론적 고찰

앞에서 살펴본 것처럼 EU 회원국들 간에 공유경제 성장에 있어 격차가 존재한다. 공유경제의 성장에는 기술적, 경제적, 사회적, 제도적 측면의 요인이 작용하고 있으며, 이러한 요인들은 회원국 간 차이에도 영향을 준다. 이러한 추세는 앞으로도 지속될 전망이다(Böckmann, 2013).

우선, 공유경제의 성장을 이끄는 첫 번째 요인은 기술적 진보를 들 수 있다. 자원을 공유하는 것은 인류가 오래 전부터 해왔던 일이지만 인터넷 기술의 발달로 공유경제가 새로운 현상으로 자리 잡았다(Belk, 2014). 소셜 네트워크, 스마트폰 보급 및 기술, 신뢰할만한 결제시스템, 그리고 자원 공유에 대한 신뢰를 강화시키는 평점 및 리뷰 기능과 같은 디지털 기술은 혁신적인 공유경제를 작동시키는 핵심 요소다(Botsman and Rogers, 2010). 모바일 기기와 인터넷의 보급, 자원 및 콘텐츠의 공유를 지원하는 온라인 플랫폼의 개발로 새로운 형태의 소비가 가능해졌다. 특히 P2P 커뮤니케이션을 지원하는 쌍방향 디지털 플랫폼은 공유경제의 핵심 기반이라 할 수 있다(Felländer et al., 2015). 상품과 서비스의 P2P 공유를 실현하는 온라인 플랫폼은 ICT 기기 및 기술에 의해 작동된다(Hamari, et al., 2016). 최근 연구에 따르면 2014년에 영국인의 약 25%가 인터넷 기술을 사용하여 자산이나 자원을 공유하는 것으로 나타났다(Stokes, et al., 2014).

공유경제의 성장에 영향을 주는 두 번째 요인은 경제적 측면에서 찾을 수 있다. 유휴 자원과 사용하지 않은 자산의 공유를 통해 개인의 소득을 창출함으로써 가계 살림살이를 보다 윤택하게 할 수 있다(Dillahunt and Malone, 2015). European Commission(2018)에 따르면 글로벌 금융위기와 이어진 유럽 재정위기는 줄어든 가계소득으로 인해 유럽인들이 공유경제에 참여하도록 하는 계기로 작용했다. 디지털 공유 플랫폼은 새로운 방식의 프리랜서와 소규모 창업가들의 출현을 돕고 있다. 또 다른 경제적 동인으로 관광객의 증가에 따른 서비스산업의 확대, 소유보다 사용(접근성)을 중시하는 태도의

변화 등으로 인해 유희 자산과 자원의 공유에 초점을 맞춘 거대한 시장이 새로 형성되고 있다.

세 번째 요인은 사회적 측면에서 찾아볼 수 있는데, 도시화와 인구 집중화가 공유경제 성장에 유리한 여건을 조성한다. 인구가 도시로 집중된다는 것은 그만큼 사용하지 않는 자산을 공유하려는 잠재적 필요성과 공유 시장이 커진다는 것을 의미한다. 또한 소비가 환경에 미치는 영향에 대한 인식의 제고도 공유경제의 활성화를 촉진하는 요인으로 작용하고 있다(Porter, et al., 2011). 학자들 간에 견해차가 있으나 사회적 신뢰와 상호 의사소통의 필요성에 대한 인식의 증가도 공유경제 성장을 이끄는 또 다른 사회적 요인이라 할 수 있다.

한편, 이상의 세 가지 요인 이외에 법률 규제와 조세를 포함한 사업 환경은 공유경제 성장에 영향을 주는 제도적 요인으로 간주된다.

1) 기술적 요인

(1) ICT 인프라(DES)⁵⁾

공유경제를 통해 제공되는 상품과 서비스는 ICT 기술에 크게 의존하고 있다. 더 빠르고 쉽게 접근할 수 있는 새로운 모바일 및 인터넷 기술이 보급되면서 공유경제의 성장도 빨라지고 있다. 정보통신기술(ICT)이 공유경제의 토대가 되었다고 해도 과언이 아니다. 버그와 펑크(Bergh and Funcke, 2016)는 전 세계 주요 도시에서 숙박 공유 서비스를 제공하고 있는 2개 플랫폼(Flipkey 및 Airbnb)의 자료 분석을 통해 정보통신기술(ICT) 인프라가 공유경제를 결정하는 가장 중요한 요인이라는 사실을 규명하였다. 이들은 100개 이상 국가의 ICT 인프라 수준을 측정하기 위해 인구 100만명 당 고속 인터넷 접속자의 비율을 사용하였다.

European Commission은 매년 회원국들의 ICT 인프라 측정지표로 디지털경제사회지수(Digital Economy and Society Index, DESI)를 발표하고 있

5) May, S. and Königsson, M. (2016), Digital Density and the Sharing Economy.

다. EU 회원국들은 통신인프라(브로드밴드) 수준, 인터넷 이용 등 5개 항목으로 구성된 디지털경제사회지수(DESI)에서 차이를 보이고 있다. ICT 인프라가 EU 회원국들의 공유경제 성장에 영향을 주는 기술적 요인으로 작용하는지를 살펴볼 필요가 있다.

(2) 공유경제 플랫폼

ICT 기술을 기반으로 한 디지털 플랫폼은 공유경제의 핵심이다. 공유 플랫폼을 통해 매우 저렴한 비용으로 서비스 제공자와 사용자 간에 매칭이 이루어지며, 개인도 공유 플랫폼이 제공하는 거래소를 통해 공유경제 활동에 참여할 수 있다.

2009년에는 Airbnb, Uber, Zipcar, BlaBlaCar, Couchsurfing 등 소수만이 있었다. 하지만 현재 전 세계적으로 거의 모든 분야에서 7,000여개의 공유경제 플랫폼이 운영되고 있다.

European Commission(2018)에 따르면 현재 EU에는 약 900여개의 공유경제 플랫폼이 활동하고 있는 것으로 파악된다. 프랑스(99개)와 영국(92개)에 이어 스페인(81개), 네덜란드(78개), 독일(75개), 이탈리아(70개)가 그 뒤를 잇고 있다. 이들 상위 6개국만 전체의 약 55%를 차지하고 있다.

2) 제도적 요인

(1) 사업 및 규제 환경(공유경제지수)

EU 차원의 가이드라인이 존재함에도 불구하고 공유경제를 규제하는 법률 및 제도는 EU 회원국 간에 상당한 차이를 보이고 있다. European Commission(2018)은 EU 회원국들의 공유경제와 관련한 전반적인 사업 및 규제 환경을 평가해 발표하였다.⁶⁾ 여기서 사용된 공유경제지수(Collaborative Economy Index, CEI)는 숙박, 교통, 금융 등 3개 사업 분야와 공공행정, 비즈니스 지

6) European Commission (2018), Study to monitor the business and regulatory environment affecting the collaborative economy in the EU.



〈그림 4〉 EU 회원국들의 공유경제지수

자료: European Commission (2018), Study to monitor the business and regulatory environment affecting the collaborative economy in the EU.

원, 규정 조화 등 3개 일반 분야 등 총 6개 분야에서 제도적 측면의 사업 및 규제 환경이 얼마나 우호적인지를 나타내는 종합지표라 할 수 있다.

매출과 고용을 종합한 성과 측면에서 선두권을 형성하고 있는 국가들은 EU 평균보다 양호한 사업 환경을 지니고 있는 것으로 조사되었다. 영국은 공유경제를 위한 사업 환경이 가장 양호했으며, 프랑스도 정부가 공유경제의 중요성을 인식하고 장애요인을 제거하는 여러 조치를 취해 공유경제에 유리한 환경이 조성되고 있다. 네덜란드와 핀란드의 경우 사업 환경이 공유경제에 긍정적으로 형성되어 있으나 정부는 아직 중립적인 입장을 취하고 있다. 정부정책이 중립적이고 사업 환경도 그다지 유리하지 않은 불가리아와 슬로베니아는 공유경제가 느린 속도로 성장하고 있다.

교통 분야의 경우 성과가 양호한 국가들은 성과가 좋지 못한 국가들보다 투명한 법률, 낮은 진입장벽, 새로운 사업모델에 대한 폭넓은 개방성을 지니고 있다. 숙박 분야에서는 다른 분야에 비해 성과가 좋은 국가와 그렇지 않은 국가 간에 별다른 큰 차이가 없다. 평균적으로 모든 국가들이 높은 점수를 받았다. 특히 성과가 좋은 국가의 경우 그렇지 못한 국가에 비해 단기 임대를 제공하는 공급자들에 대한 법적 요건이 적었으며, 전문 공급업자와 비전문 제공자 간에 구별도 명확했다. 금융 분야의 경우 구체적으로 언급된 공

유 사업모델을 갖고 있는 국가들은 그리 많지 않았다. 숙박이나 교통 분야에 서보다 기존 법률이 이들 공유모델에 이미 유리하게 작용하고 있기 때문으로 풀이된다. <그림 4>는 공유경제를 구성하는 3개 분야의 비즈니스 건전성과 규제 환경을 나타내는 지표(공유경제지수)로 28개 회원국들의 평균 점수를 나타낸 것이다.

(2) 세금 부담

디지털 플랫폼을 통해 유료로 서비스 또는 자산을 공급하는 경우 소득세와 부가가치세(VAT) 부과 대상이 된다. 운송비를 받고 승차 공유 서비스를 제공하는 공급업자는 소득세와 부가가치세(VAT)를 납부해야 한다. Airbnb와 같은 디지털 플랫폼을 통해 주거용 주택 또는 주택의 일부 또는 전부를 임대하는 경우 소득세 신고 대상이 된다.

EU는 부가가치세(VAT)의 조화작업을 추진해온 결과 현재 기본세율은 최소 15%로 설정되어 있다. 유럽 국가들의 평균 VAT 세율은 21.3%이지만 17%(룩셈부르크)~27%(헝가리)까지 큰 편차를 보이고 있다. 한편, 대부분의 유럽 국가들은 부가가치세 등록 및 납부 요건(최저 하한선)⁷⁾을 설정하고 있다. 매출액이 임계값(최저 하한선)을 밑도는 중소기업과 개인사업자는 VAT 등록 및 납부가 면제되어 규정 준수와 관련한 시간과 비용을 절약할 수 있다.

한편, 부가가치세와 달리 소득세와 법인세는 회원국 정부의 권한에 속해 있어 세율이 국가 간에 큰 편차를 보이고 있다. 개인 소득세율은 10%(불가리아)~57%(스웨덴)로 동서 회원국 간 편차가 매우 크며, 법인세율도 10%(불가리아)~35%(몰타)로 비교적 큰 편차를 보이고 있다.

반면, 세금 부담과 관련하여 공유경제가 지하경제를 키울 수 있는 점에 주목할 필요가 있다. P2P 거래는 사적 네트워크를 통해 이루어지는 성격이 강

7) VAT 등록 및 납부 대상 최저 하한선은 스페인 0유로, 네덜란드 1,345유로, 스웨덴 2,924유로, 독일 17,500유로, 프랑스 82,200유로, 영국 96,000유로 등으로 큰 차이를 보인다.

하다. 따라서 세무당국은 이러한 비공식적인 경제활동의 규모와 가치를 모니터링하기 쉽지 않고 참여자들을 파악하기도 어렵다. 따라서 일부 학자들은 높은 세금 부담이 공유경제 활동에 부정적인 영향을 준다고 주장하는 반면, 다른 학자들은 공유경제의 성격상 세금 부담이 오히려 공유경제 활성화에 기여한다고 주장한다(European Parliament, 2018).

3) 경제적 요인

(1) 인당 GDP와 실업률

공유경제 성장을 이끄는 경제적 요인은 다양하다. 경제적 요인 중 하나는 금융 및 경제위기의 영향을 들 수 있다. 2008년 경제위기를 겪으면서 실업률이 상승하고 소비자의 구매력이 감소하였다. 가계 구매력이 정체 내지 위축되어 소비 패턴에 변화가 생겨 ‘소유 대신 사용(Access over ownership)’을 중시하는 흐름이 확산되었다. 돈을 절약할 수 있다는 것이 공유경제를 이용하는 가장 중요한 동기로 작용하고 있다. 또한 사람들은 돈을 벌거나 경제적으로 어려움을 타개하기 위해 추가 수입원을 찾아 나섰다. 그 결과 잠재적 공급업자와 구매자로서 P2P 비즈니스 모델에 관심을 갖고 참여하게 되었다.

European Commission(2018)도 유럽의 공유경제 성장 배경에 경제위기가 작용했음을 인정하고 있다. 경제위기로 인한 미사용 자산의 증가와 ICT 기술을 바탕으로 한 절약형 주문서비스의 이용 확대로 공유경제가 성장했다는 것이다. 또한 소비자들은 온라인 P2P 시장에 호스팅할 수 있는 기술을 과거보다 합리적인 비용으로 이용하고 있다. 그 결과 공유경제는 고용 창출과 더불어 상당한 규모와 속도로 성장하고 있다.

(2) 관광객 수

공유경제는 해외 관광객의 증가로 빠르게 성장하고 있다. EU에 입국한 해외 관광객 수가 2000년 3억 3,300만 명에서 2015년 4억 9,100만 명으로 증가했으며, 같은 기간 중 전 세계 국제 관광객 수도 6억 6,600만 명에서 약

12억 명으로 증가했다(Juul, 2017). 장기적으로 관광객이 지속적으로 증가해 관광 서비스 수요가 증가할 것으로 예상된다.

숙박시설의 단기 임대와 승차 공유 서비스는 관광산업과 밀접한 관계에 있어 공유경제가 관광산업에서 성장 동력을 얻고 있다(OECD, 2016). 직접적인 호스트-게스트 관계를 통해 색다른 여행을 체험하고자 하는 욕구가 증가하면서 Airbnb 등 공유 플랫폼을 통한 개인 숙박시설의 단기 임대가 크게 증가하고 있다. 전통 관광산업과 무관했던 개인들이 공유 플랫폼을 통해 유희 숙박시설이나 차량, 음식 등의 서비스 제공자로 속속 참여하고 있다. 머그와 핑크(2018)는 인터넷 인프라가 잘 갖춰져 있고 관광산업의 비중이 높을 수록 공유경제 규모가 크다는 사실을 밝혀냈다.⁸⁾

4) 사회적 요인

(1) 도시화

도시화와 인구 집중화가 공유경제 확산에 유리한 여건을 조성한다. 공유 경제는 주요 고객인 밀레니엄 세대가 밀집해 있는 도시에 집중되는 경향을 보인다. 인구가 도시로 집중된다는 것은 그만큼 사용하지 않는 자산을 공유 하려는 잠재적 필요성과 공유 시장이 커진다는 것을 의미한다. 반면, 농촌지역은 인구 밀도가 낮고 활용도가 낮은 유희 자산이 부족하기 때문에 공유경제 서비스의 이용이 제한적이다. 한편 고령층은 공유경제의 잠재적 고객으로 인정받지 못하는 경향이 있다. 농촌뿐만 아니라 노인에게서 공유경제가 갖는 잠재력을 끌어낼 필요가 있으며, 이를 위한 여건을 조성하는 것이 중요한 과제다(Wagner, et al., 2015).

8) Bergh, A. and Funcke, A. (2018), Timbro Sharing Economy Index 2018.

(2) 환경의식 수준(환경성과지수)

소비가 환경에 미치는 영향에 대한 인식의 제고도 공유경제의 활성화를 촉진하는 동인으로 작용한다(Porter, et al., 2011). 유휴 자산과 자원의 공유가 환경에 이롭다는 생각은 공유경제를 촉진하는 이유 중 하나다. 소비자들은 공유경제가 P2P 거래를 통해 자원의 최적 활용과 환경 지속 가능성, 그리고 순환경제(circular economy)를 실현하는데 기여한다고 믿고 있다. 수익 극대화를 도모하는 일부 공유 플랫폼에 대한 비판적 시각에도 불구하고 유휴 자원과 서비스 공유를 촉진하는 ‘협력소비(collaborative consumption)’가 자원과 에너지의 사용을 최소화하는 환경 친화적 경제활동이라는 인식이 보편화되어 있다(Botsman, R. and Rogers, R., 2010). 예일대학교 산하 환경법 정책센터(YCELP)가 발표한 2016년 환경성과지수(Environmental Performance Index, EPI)에 따르면, 전 세계 180개국 중 유럽 국가들은 대부분 상위에 올라 있으나, 핀란드, 스웨덴, 덴마크 등 북유럽 국가들이 가장 환경 친화적인 국가로 꾸준히 평가되고 있다.

(3) 사회적 신뢰

EU 회원국들의 공유경제 차이를 설명하는 변수 중 하나로 사회적 신뢰(social trust)가 거론된다. 사회적 신뢰는 공유경제의 기반으로 모든 P2P 비즈니스에 중요하다. 공유경제가 성장함에 따라 온라인상의 평판과 신분이 중요한 자산이 되고 있다. 소비자와 종사자는 사용하는 플랫폼과 연결되는 사람들을 모두 신뢰해야 한다. PwC(2015)에 따르면 응답자의 89%는 공유경제가 공급자와 이용자 간의 신뢰에 기반하고 있으며, 소비자의 64%가 공유경제에서 정부 규제보다 동료 규제가 더 중요하다고 응답하고 있다. 이는 공유경제가 ‘신뢰 기반 경제’로 해석될 수 있음을 뜻한다(Gata, 2015). 공유경제에 성공적으로 참여하면 신뢰를 확보하게 되고, 반복해서 성공적으로 참여하면 이용자의 신뢰가 더욱 커지게 된다. 이는 개인의 신뢰가 커짐은 물론 공유경제에 대한 신뢰가 누적될수록 공유경제에 더욱 많이 참여하게 되는 선순환 구조가 형성된다(Gata, 2015). 핀리(Finley, 2013)와 올슨과 코너(Olson

and Connor, 2013)는 사회적 신뢰 수준이 충분히 높은 경우에만 공유경제가 번창할 수 있다고 주장한다. 사회적 신뢰는 공유경제의 지속적인 성장을 위한 핵심 요소이자 공유경제 활동의 전제조건으로 간주된다. 신뢰와 평판은 공유경제를 위한 구성요소라는 견해다. 반면, 버그와 핑크(2019)는 100개국 이상에서 활동 중인 숙박 공유 플랫폼인 Airbnb와 Flipkey의 자료를 이용해 사회적 신뢰와 기타 요인들이 공유경제 확산에 미치는 영향을 분석하였다. 연구 결과 ICT 인프라와 경제 개방성에 의해 공유경제 보급이 촉진되는 반면, 사회적 신뢰와의 상관관계는 부정적인 것으로 나타났다. 이는 공유경제의 보급에 반드시 높은 수준의 사회적 신뢰가 필요하지 않음을 의미한다. 공유경제는 사회적 신뢰가 미흡한 곳에서 신뢰가 중시되는 경제활동을 촉진하는 기제로 작용한다. 보즈만과 로저스(2010)는 공유경제가 오히려 충분한 신뢰 수준을 확보할 수 있도록 기제와 인프라를 제공한다고 주장한다. 이는 신뢰도가 낮은 곳일수록 Airbnb.com과 같은 공유경제 서비스의 성장 잠재력이 크다는 것을 뜻한다.

4. 연구모형 및 가설

지금까지 국가간 비교를 통해 공유경제 성장에 영향을 주는 요인을 규명한 연구는 거의 없었다. 전 세계 213개국을 대상으로 경제적 자유(economic freedom) 및 사회적 신뢰(trust)와 공유경제 규모 간의 상관관계를 규명한 버그 외(Bergh, et al., 2018)의 연구가 유일한 실정이다. 이들의 연구는 공유경제 서비스를 제공하는 플랫폼(웹사이트)의 인터넷 트래픽 데이터를 토대로 각국의 공유경제 규모를 추정하는 방식을 취했다.

본 연구에서는 EU 28개 회원국의 통계를 바탕으로 EU 국가들의 공유경제 성장에 영향을 주는 요인을 규명하기 위해 상관관계 분석과 회귀분석을 실시하였다. 이를 위해 EU 국가들의 공유경제 규모(매출, 고용)를 종속변수로 삼았으며, 공유경제 성장에 영향을 줄 것으로 예상되는 요인으로 기술적,

제도적, 경제적, 사회적 측면에서 10개 설명변수를 선정하였다.

〈표 2〉 EU 회원국들의 공유경제 성장에 영향을 주는 요인들

구분	항목
기술적 요인	ICT 인프라(DESI)
	공유경제 플랫폼
제도적 요인	사업 및 규제 환경(공유경제지수)
	세금 부담
경제적 요인	인당 GDP(소득수준)
	실업률
	관광객 수
사회적 요인	도시화
	환경의식 수준(환경성과지수)
	사회적 신뢰

제3장의 공유경제 성장요인에 대한 이론적 고찰을 바탕으로 EU 국가들의 공유경제 성장요인에 대한 실증분석을 위해 아래와 같이 4개의 가설을 설정하였다.

가설1: 기술적 요인은 EU 국가들의 공유경제 규모에 정(+)¹의 상관관계를 가질 것이다.

상품과 서비스의 P2P 공유 거래는 ICT 기기 및 인터넷 기술에 의해 작동되므로 ICT 인프라는 공유경제의 핵심 기반이라 할 수 있다. 또한 디지털 플랫폼은 P2P 거래를 매칭시켜 주는 중재자 역할을 하므로 공유 플랫폼 수가 많을수록 공유경제 규모도 클 것이다.

가설2: 규제환경과 세금은 EU 국가들의 공유경제 규모에 정(+)²의 상관관계를 가질 것이다.

공유경제를 규율하는 제도적 측면의 사업 및 규제환경이 상대적으로 양호한 국가일수록 공유경제 규모가 클 것으로 예상된다. 반면, 세금 부담이 클수록 비공식적인 경제활동의 색채를 지닌 공유경제 성장에 긍정적으로 작용

할 것으로 생각된다.

가설3: 경제 상황은 EU 국가들의 공유경제 규모에 정(+)²의 상관관계를 가질 것이다.

인당 GDP(소득수준)와 실업률로 나타나는 경제 상황은 물론 숙박시설 임대와 승차공유 서비스의 주요 수요자로서 관광객은 공유경제 성장에 영향을 줄 것으로 판단된다.

가설4: 사회적 요인은 EU 국가들의 공유경제 규모에 정(+)²의 상관관계를 가질 것이다.

인구의 도시집중 현상과 소비가 환경에 미치는 영향에 대한 높은 의식 수준은 공유경제 성장에 긍정적으로 작용할 것으로 생각된다. 또한 사회적 신뢰는 공유경제 활동의 전제조건이자 지속 성장을 위한 핵심요소라 할 수 있다.

그리고 본 연구의 실증분석을 위한 통계는 <표 3>와 같이 European Commission와 Eurostat가 제공하는 자료는 물론 OECD, 세계은행 등의 통계자료를 활용하였다.

<표 3> 분석에 포함된 변수의 내용 및 설명

구분	변수 설명	자료 출처	비고
sale	공유경제 매출 규모	European Commission	백만유로, log
hire	공유경제 고용 규모	European Commission	천명, log
ICT	ICT 인프라 수준, DESI	European Commission	
platform	공유경제 플랫폼 수	European Commission	
CEI	공유경제지수	European Commission	
tax	GDP 대비 세금 부담	OECD Tax Database	%
income	인당 GDP	Eurostat	유로, log
job	실업률	Eurostat	%
tour	관광객 수	Eurostat	천명, log
city	도시화율	세계은행 WDI	%
EPI	환경의식 수준	에일대 YCELP	
trust	사회적 신뢰	SolAbility GSCI	

5. 실증분석 결과

본 연구에서는 28개 EU 회원국을 대상으로 10개의 설명변수와 2개 종속 변수(공유경제의 매출 규모 및 고용 규모) 간의 상관관계를 규명하는 실증분석을 실시하였다. 그리고 이를 통해 상관성이 높은 독립변수를 추출하고 추출된 독립변수들과 종속변수 간의 회귀관계 분석도 실시하였다.

1) 상관관계 분석

본 연구에서는 상관관계 분석을 위한 통계방법으로 SPSS 통계패키지를 이용하여 Pearson 상관분석을 실시하였다. 통계분석 결과 <표 4>는 공유경제 플랫폼 수, 관광객 수, 사업 및 규제 환경(공유경제지수)의 순으로 공유경제의 매출 규모와 높은 상관관계를 갖고 있음을 보여준다. EU 회원국들을 대상으로 한 분석에서 기존의 연구 결과와 달리 ICT 인프라보다 공유경제 플랫폼 수가 공유경제 매출 규모와 더 강한 상관관계를 지닌 것으로 파악되었다. 반면, ICT 인프라, 인당 GDP, 실업률, 도시화율, 환경의식 수준(환경성과지수), 세금 부담, 사회적 신뢰와 같은 요인들은 유럽 국가들 간에 큰 차이

<표 4> 공유경제 매출 규모와 변수들 간의 상관관계 분석

	sales	ICT	platform	CEI	tax	income	job	tour	city	EPI	trust
sales	1.0000										
ICT	0.0527	1.0000									
platform	0.8356	0.2419	1.0000								
CEI	0.4181	0.3537	0.4888	1.0000							
tax	0.2454	0.4969	0.3383	0.1437	1.0000						
income	0.0488	0.5773	0.1176	0.1113	0.3956	1.0000					
job	0.0166	-0.2782	-0.0077	0.0493	-0.1293	-0.2118	1.0000				
tour	0.6972	-0.0512	0.8163	0.3204	0.2057	0.0254	0.2875	1.0000			
city	0.1838	0.6472	0.3194	0.2516	0.4842	0.4397	-0.0786	0.1221	1.0000		
EPI	0.1136	0.4608	0.0312	0.2732	0.2257	0.1421	0.1222	0.0849	0.0967	1.0000	
trust	0.1686	0.6847	0.2687	0.2469	0.6730	0.6771	-0.1860	0.1381	0.3515	0.2626	1.0000

가 없어 상관계수가 낮게 나왔다. 이는 공유경제 규모에 대한 설명력이 떨어지는 것을 의미한다. 이러한 분석 결과는 경제적 자유 및 사회적 신뢰와 공유경제 규모 간의 상관관계를 규명하기 위해 전 세계 213개국을 대상으로 분석했던 버그 외(2018)의 연구 결과와는 다소 차이를 보인다.

한편 <표 5>는 공유경제 플랫폼 수, 관광객 수, 사업 및 규제 환경(공유경제지수)가 공유경제의 고용 규모와 높은 양(+)의 상관관계에 있음을 보여준다. 이는 공유경제의 플랫폼 수가 많고 사업 및 규제 환경이 양호한 국가일수록 공유경제에 의해 창출되는 고용이 많음을 의미한다. 관광객 수도 공유경제의 고용에 유의미한 영향을 주는 것으로 나타났다. 반면, ICT 인프라, 인당 GDP, 실업률, 세금 부담, 사회적 신뢰, 도시화율, 환경의식 수준(환경성과지수)과 같은 변수들은 유럽 국가들이 비슷한 수준을 보여 설명력이 떨어지는 것으로 분석된다.

<표 5> 공유경제 고용 규모와 변수들 간의 상관관계 분석

	hire	ICT	platform	CEI	tax	income	job	tour	city	EPI	trust
hire	1.0000										
ICT	-0.078	1.0000									
platform	0.7491	0.2419	1.0000								
CEI	0.3572	0.3537	0.4688	1.0000							
tax	0.1102	0.4969	0.3383	0.1437	1.0000						
income	-0.0549	0.5773	0.1176	0.1113	0.3956	1.0000					
job	0.0273	-0.2782	-0.0077	0.0493	-0.1293	-0.2118	1.0000				
tour	0.6385	-0.0512	0.8163	0.3204	0.2057	0.0254	0.2875	1.0000			
city	0.0714	0.6472	0.3194	0.2516	0.4842	0.4397	-0.0786	0.1221	1.0000		
EPI	-0.0047	0.4608	0.0312	0.2732	0.2257	0.1421	0.1222	0.0849	0.0967	1.0000	
trust	0.0393	0.6847	0.2687	0.2469	0.6730	0.6771	-0.1860	0.1381	0.3515	0.2626	1.0000

2) 회귀분석

상관관계 분석을 통해 도출된 독립변수들이 종속변수에 미치는 영향을 파악하기 위해 다중회귀분석을 실시하였다. 회귀분석을 위해 두 종속변수인 공

유경제 매출 규모와 고용 규모에 log값을 취했다. 설명변수와 레벨을 유사하게 맞추는 작업을 한 후 회귀분석을 실시하였다. t값과 유의확률을 활용하여 각 독립변수가 종속변수에 통계적으로 유의한 영향을 미치는지를 판단하였다. <표 6>에 나타난 것처럼, 표본회귀선에 대한 적합도를 검정한 결과 R²이 0.751로 나타나 통계분석에 이용된 케이스의 75.1%가 표본회귀선에 의해 적합하다고 할 수 있다. R²는 표본회귀모형의 설명력을 의미하므로 표본회귀모형의 설명력은 75.1%에 달한다. 본 연구에서는 다중공선성(multicollinearity)⁹⁾을 진단하는 방법으로 분산팽창요인(Variance Inflation Factor: VIF)을 사용하였다. VIF 값이 작을수록 다중공선성 문제는 없는 것으로 판단할 수 있다. VIF이 10 이상을 넘으면 다중공선성이 존재하는 것으로 간주된다(김렬 외, 2008). 분석 결과, VIF가 2.18로 다중공선성 문제가 존재하지 않음을 알 수 있다.

<표 6> 공유경제 매출 규모와 변수들 간의 다중회귀분석

. reg logsale platform ceindex logcapita logtour						
Source	SS	df	MS	Number of obs = 28		
				F(4, 23) = 17.33		
Model	55.522725	4	13.8806812	Prob > F = 0.0000		
Residual	18.4264434	23	.801149712	R-squared = 0.7508		
				Adj R-squared = 0.7075		
Total	73.9491683	27	2.73885809	Root MSE = .89507		
logsale	Coef.	Std. Err.	t	P> t	[95% Conf. Interval]	
platform	.0296792	.0110303	2.69	0.013	.0068612	.0524971
ceindex	.0125495	.0210453	0.60	0.557	-.030986	.0560849
logcapita	.5908924	.5211639	1.13	0.269	-.4872172	1.669002
logtour	.3944787	.2052723	1.92	0.067	-.0301595	.8191169
_cons	-8.731678	6.988341	-1.25	0.224	-23.18816	5.724806
Variable	VIF	1/VIF				
platform	3.40	0.294504				
logtour	2.75	0.363814				
ceindex	1.38	0.725670				
logcapita	1.20	0.836237				
Mean VIF	2.18					

9) 회귀분석에서 사용된 모형의 일부 예측 변수가 다른 예측 변수와 상관 정도가 높아 데이터 분석 시 부정적인 영향을 미치는 현상을 말한다.

먼저, 공유경제 매출 규모와 4개 변수들 간의 다중회귀분석을 실시한 결과, 유의수준 10%에서 공유경제 플랫폼 수와 관광객 수가 공유경제 매출 규모에 유의한 영향을 미치는 반면, 사업 및 규제 환경(공유경제지수)과 인당 GDP는 유의한 영향을 주지 않는 것으로 파악되었다. 공유경제 매출 규모에 유의한 영향을 미치는 공유경제 플랫폼 수와 관광객 수는 정(+)의 영향을 미치는 것으로 나타났다.

다음은 공유경제 고용 규모와 4개 변수들 간의 다중회귀분석을 실시하였다. <표 7>에 나타난 것처럼, 표본회귀선에 대한 적합도를 검정한 결과 R²가 0.745로 나와 표본회귀모형의 설명력이 74.5%에 달한다는 사실을 알 수 있다. 이 회귀분석에서도 다중공선성 문제는 발생하지 않았다.

공유경제 고용 규모와 변수들 간의 다중회귀분석을 실시한 결과, 유의수준 5%에서 공유경제 플랫폼 수와 관광객 수가 공유경제 고용 규모에 유의한 영향을 미치고, 인당 GDP는 유의수준 10%에서 유의한 영향을 미치는 것으

<표 7> 공유경제 고용 규모와 변수들 간의 다중회귀분석

reg loghire platform ceindex logcapita logtour						
Source	SS	df	MS	Number of obs = 28		
Model	39.431381	4	9.85784526	F(4, 23) = 16.77		
Residual	13.518759	23	.587772131	Prob > F = 0.0000		
				R-squared = 0.7447		
				Adj R-squared = 0.7003		
Total	52.9501401	27	1.9611163	Root MSE = .76666		
loghire	Coef.	Std. Err.	t	P> t	[95% Conf. Interval]	
platform	.0225851	.0094479	2.39	0.025	.0030406	.0421296
ceindex	.0223347	.0180261	1.24	0.228	-.0149551	.0596245
logcapita	-.8659211	.4463977	-1.94	0.065	-1.789365	.0575229
logtour	.3894252	.175824	2.21	0.037	.0257056	.7531448
_cons	8.947321	5.985793	1.49	0.149	-3.435236	21.32988
Variable	VIF	1/VIF				
platform	3.40	0.294504				
logtour	2.75	0.363814				
ceindex	1.38	0.725670				
logcapita	1.20	0.836237				
Mean VIF	2.18					

로 나타났다. 반면, 사업 및 규제 환경(공유경제지수)은 유의한 영향을 미치지 못하는 것으로 분석되었다. 다만, 공유경제 고용 규모에 유의한 영향을 미치는 플랫폼 수와 관광객 수는 정(+)의 영향을, 인당 GDP는 음(-)의 영향을 주는 것으로 나타났다. 이는 공유경제가 주로 서비스부문, 그중에서도 고용의 질이 떨어지는 부문에서 대부분의 고용을 창출하기 때문에 인당 GDP가 높다고 해서 반드시 공유경제의 고용 규모가 크다는 것을 의미하지 않는다.

3) 분석 결과

다중회귀분석 결과 4개의 변수 중 2개의 변수(공유경제 플랫폼 수와 관광객 수)가 EU 회원국들의 공유경제 매출 규모와 밀접한 관계를 지닌 것으로 파악되었다. 기존 연구들이 주장했던 사업 및 규제 환경(제도적 요인), 소득 수준(경제적 요인)은 EU 회원국들을 대상으로 한 이번 연구에서는 공유경제 매출 규모에 별다른 영향을 주지 않는 것으로 나타났다.

본 연구에서는 버그와 핑크(2016)의 연구결과와 달리 공유경제 매출 규모는 ICT 인프라보다 공유경제 플랫폼 수에 의해 영향을 받는 것으로 분석되었다. 이는 EU 회원국들의 ICT 인프라 수준이 공유 플랫폼을 이용하는 데 불편함이 없을 정도로 이미 상향 수렴되어 공유경제 성장에 더 이상 장애요인이 되지 않음을 의미한다. 반면, 공유경제 서비스의 중개자 역할을 하는 플랫폼 수가 많을수록 공유경제 매출 규모가 크다는 사실이 확인되었다. 한편, 관광객이 많다는 것은 개방형 경제임을 의미하며, 유럽 국가들에 있어 관광객이 숙박 및 교통 분야의 공유경제 규모를 키우는 데 큰 역할을 하고 있음을 보여준다. 이는 줄(Juul, 2017)과 버그와 핑크(2018)가 주장한 것처럼 숙박시설의 단기 임대와 승차 공유 서비스가 관광산업과 밀접한 관계에 있으며, OECD(2016)의 분석대로 공유경제가 관광산업에서 성장 동력을 얻고 있다는 사실을 확인할 수 있었다.

또한 공유경제 고용 규모와 4개 변수들 간의 회귀분석 결과 공유경제 고용 규모 역시 공유경제 플랫폼 수와 관광객 수가 매우 양호한 양(+)의 상관

관계를 보였다. 하지만, 소득수준을 나타내는 인당 GDP와 공유경제 고용 규모는 음(-)의 상관관계를 나타냈다. 이는 공유경제가 고용의 질이 떨어지는 서비스부문과 통계에 잘 잡히지 않는 비공식적인 지하경제에서 대부분의 고용을 창출하기 때문에 인당 GDP가 높다고 해서 반드시 공유경제의 고용 규모가 크다는 것을 의미하지 않음을 보여준다. 즉, 다시 말해 공유경제로 인한 고용창출 효과는 확인되지 않는다는 결론에 이르게 된다.

6. 결론 및 정책적 함의

28개 EU 회원국들을 대상으로 한 본 연구에서 도출된 결론과 정책적 함의는 다음과 같다.

첫째, 이번 연구를 통해 유럽경제의 디지털 전환 과정에서 공유경제가 새로운 경제현상으로 성장하고 있음을 확인할 수 있었다. 하지만 단일시장을 형성하고 있는 EU 국가들 간에는 디지털경제 성장에 격차가 존재하는 것처럼 공유경제 성장에 격차가 존재함을 확인할 수 있었다. 따라서 EU를 단일 경제권으로 간주해 분석하기보다 개별 회원국 단위로 분석해야 국가 간에 성장 격차를 초래하는 요인에 대해 보다 유의미한 정책적 함의를 도출할 수 있다.

둘째, 통계분석 결과 공유경제 플랫폼과 소비자로서 관광객은 EU 회원국 간의 공유경제 성장의 격차에 영향을 주는 주된 요인으로 밝혀졌다. 유럽 국가들의 공유경제 성장에 있어 규제환경이나 소득수준보다 공유경제의 핵심 주체인 플랫폼의 존재와 관광객의 수요가 더 중요한 요인이었다. 따라서 공유경제의 성장을 원한다면 정책당국은 공유경제 플랫폼이 보다 많이 출현하여 활동할 수 있도록 기업가정신을 함양하는 한편, 진입규제 완화를 적극 추진할 필요가 있다. 또한 OECD의 분석처럼 관광객이 숙박 및 교통 분야의 공유경제에서 주요 수요자 역할을 담당하므로 관광객 유치 등 관광산업의 활성화에 노력을 기울여서는 안 된다.

셋째, EU 국가들의 분석에서 나타나듯 공유경제가 반드시 양질의 고용을 창출한다고 보기 어렵다. 따라서 공유경제 활성화를 위한 전제조건으로 공유경제가 초래할 수 있는 고용의 질 악화 문제를 예방하기 위해 정책당국은 명확한 고용관계 규정의 수립, 공유경제 종사자들의 노동자 권리 보호 규정을 강화할 필요가 있다.

넷째, 정책당국은 EU 회원국들을 대상으로 한 본 연구에서 유의성이 낮게 나온 변수들에 대해서도 개선 노력을 펼칠 필요가 있다. 공유경제 성장을 위해서는 ICT 인프라, 사업 및 규제 환경, 사회적 신뢰 등을 일정 수준 이상으로 끌어올려 공유경제 환경을 조성해야 한다.

다섯째, EU 회원국들을 대상으로 한 이번 연구에는 한계점이 있다. 우선, 통계분석에 사용된 데이터의 신뢰성과 관련한 한계이다. 공유경제가 지닌 특성으로 인해 정확한 통계 수집이 어려운 실정이다. EU와 회원국들의 공유경제 매출 규모와 고용 규모는 설문조사를 통해 계산한 추정치로 완벽히 신뢰할만한 통계라고 볼 수 없다. 두 번째 한계점은 EU 28개국이라는 제한된 표본 수로 인해 일반화의 오류가 있을 수 있다. 회귀분석을 수행하기 위해 요구되는 표본 수는 독립변수 1개당 최소 10개는 되어야 한다(김렬 외, 2008). 본 연구에서는 실업자, 세금 부담, 사회적 신뢰, 도시화, 환경정책 및 의식 수준과 같은 변수들의 설명력이 떨어지는 것으로 나왔다. 하지만 표본 수를 늘리거나 다양한 환경에 속한 국가들로 연구대상을 확대한다면 다른 결론에 도달할 수도 있을 것이다.

참고문헌

- 김렬 · 성도경 · 이환범 외(2008), 『통계분석의 이해 및 활용』, 서울: 도서출판 대명.
- 나승권 · 김은미 · 최은혜(2017), “국제사회의 공유경제 추진 현황과 시사점”, 연구자료 17-10. 대외경제정책연구원.
- 박문수 · 김천곤 · 고대영 외(2016), “공유경제 활성화를 위한 서비스업 성장 전략”, 연구보고서 2016-790, 산업연구원.
- 최기산 · 김수한(2019), “글로벌 각 경제(Gig Economy) 현황 및 시사점”, 국제경제리뷰 제2019-2호. 한국은행.
- Beck, P. (2017), “The feasibility of measuring the sharing economy”, November 2017 progress update, Office of National Statistics.
- Belk, R. (2014), “You are What You can Access: Sharing and Collaborative consumption Online”, *Journal of Business Research*, 67(8), pp. 1595-1600.
- Bergh, A. and Funcke, A. (2016), “Does Country Level Social Trust Predict the Size of the Sharing Economy?”. *IFN Working Paper*, No. 1130, Research Institute of Industrial Economics.
- _____ (2019), “Social trust and sharing economy size: country level evidence from home sharing services: country level evidence from home sharing services”, *Applied Economics Letters*, Vol.27, Issue19, pp. 1592-1595.
- Bergh, A., Funcke, A and Wernberg, J. (2018), “Timbro Sharing Economy Index”, Timbro.
- Böckmann, M. (2013), “The Shared Economy: It is time to start caring about sharing; value creating factors in the shared economy”, 1st IBA Bachelor Thesis Conference, University of Twente.

- Botsman, R. and Rogers, R. (2010), *What's Mine Is Yours: The Rise of Collaborative Consumption*, New York: Harper Collins.
- _____. (2011), *What's Mine is Yours: How Collaborative Consumption is Changing the Way We Live*, London: Harper Collins.
- Codagnone, C. , Biagi, F. and Abadie, F. (2016), “The Passions and the Interests: Unpacking the ‘Sharing Economy’ ”, JRC Science For Policy Report, European Commission.
- Dakhli, S., Davila, A. and Cumbie, B. (2017), “Trust, but Verify: The Role of ICTs in the Sharing Economy”, *Information and Communication Technologies in Organizations and Society*, pp. 303-311.
- Dillahunt, T.R. and Malone, A.R. (2015), “The Promise of the Sharing Economy among Disadvantaged Communities”, Proceedings of the 33rd Annual ACM Conference on Human Factors in Computing systems.
- European Commission (2016a), “The use of the collaborative platforms”, Flash Eurobarometer 438.
- _____. (2016b), “A European agenda for the collaborative economy”, SWD(2016) 356 final.
- _____. (2016c), “European agenda for the collaborative economy - supporting analysis”, SWD(2016) 184 final.
- _____. (2017), “Sharing economy: Parliament calls for clear EU guidelines”, Press Releases.
- _____. (2018a), “Study to monitor the Economic Development of the Collaborative Economy at sector level in the 28 EU Member States”.
- _____. (2018b), “Study to monitor the business and regulatory environment affecting the collaborative economy in the EU”.

- _____ (2018.c), “The use of the collaborative economy”,
Flash Eurobarometer 467.
- _____ (2018d), “The collaborative economy and Taxation”,
European Parliamentary Research Service.
- _____ (2019), “Single Market Scoreboard: Collaborative
Economy 2013-2017”.
- Fellander, A., Ingram, C. and Teigland, R. (2015), “Sharing Economy:
Embracing Change with Caution”, *Entreprenorskapsforum*.
- Finley, K. (2013), “Trust in the Sharing Economy: An Exploratory Study”,
Centre for Cultural Policy Studies.
- Gata, J.E. (2015), “The Sharing Economy, Competition and Regulation”,
Competitiveness Policy International.
- Goudin, P. (2016), “The Cost of Non-Europe in the Sharing Economy:
Economic, Social and Legal Challenges and Opportunities”, European
Parliamentary Research Service(EPRS).
- Hamari, J., Sjoikint, M. and Ukkonen, A. (2016), “The Sharing Economy:
Why people participate in collaborative consumption”, *Journal of the
Association for Information and Technology*, 67(9): pp. 2047-2059.
- Juul, M. (2017), “Tourism and the sharing economy”, *European
Parliament Briefing*, European Parliamentary Research Service(EPRS).
- Knack, S. and Keefer, P. (1997), “Does Social Capital Have an Economic
Payoff? A Cross-Country Investigation”, *The Quarterly Journal of
Economics*, Volume 112, Issue 4.
- Lenaerts, K., Beblavy, M. and Kilhoffer, Z. (2017), “Government Responses
to the Platform Economy: Where do we stand?”, *Policy Insights*, No
2017-30, CEPS.
- May, S. and Königsson M. (2016), “Digital Density and the Sharing
Economy”.

- Mikolic, P., Grlica, I., Peterka, P. and Chovanculiak, R. (2018), “The Regulatory Framework of The Collaborative Economy in Central and Eastern Europe”.
- Munkoe, M. M. (2017), “Regulating the European Sharing Economy: State of Play and Challenges”, *Intereconomics* 2017.
- OECD (2015), “Addressing the Tax Challenges of the Digital Economy, Action 1 - 2015 Final Report”, OECD/G20 Base Erosion and Profit Shifting Project, OECD Publishing, Paris.
- _____ (2016a), “OECD Tourism Trends and Policies 2016”.
- _____ (2016b), “Working Party on Measurement and Analysis of the Digital Economy”, DSTI/ICCP/IIS(2015)13/FINAL.
- _____ (2019), “The Sharing and Gig Economy: Effective Taxation of Platform Sellers”, Forum on Tax Administration, OECD Publishing, Paris.
- Olson M. J. & Connor A. D. (2013), “The Disruption of Sharing”, PiperJaffray.
- Petropoulos, G. (2017), “An economic review of the collaborative economy”, *Bruegel Policy Contribution*, Issue n.5.
- Porter, Michael E., and Mark R. Kramer (2011), “Shared Value: How to reinvent Capitalism and Unleash a Wave of Innovation and Growth” *Harvard Business Review*, 89(1-2).
- PwC (2015), “The Sharing economy”, Consumer Intelligence Series.
- Ranchordas, S. (2018), “Peers or Professionals? The P2P-Economy and Competition Law”, *European Competition and Regulatory Law Review* (2017); University of Groningen Faculty of Law Research Paper No. 4/2018.
- SolAbility (2016), “Global Sustainable Competitiveness Index”.
- Spark Legal Network and Valdani Vicari & Associati. (2018). “Study on

the Assessment of the Regulatory Aspects Affecting the Collaborative Economy in the Tourism Accommodation Sector in the 28 Member States”, European Commission.

Stokes, K., Clarence, E., Anderson, L. and Rinne, A. (2014), “Making Sense of the UK Collaborative Economy”, NESTA.

Vaughan, R. and Hawksworth, J. (2014), “The sharing economy: how will it disrupt your business?”, PriceWaterhouseCoopers.

Vaughan, R. and Daverio, R. (2016), “Assessing the size and presence of the collaborative economy in Europe”, Publications Office of the European Union.

Wagner, T., Kuhndt, M., Lagomarsino, J., and Mattar, H. (2015), “Listening to Sharing Economy Initiatives”, Report on a Global Survey.

〈Abstract〉

A Study on the Factors Affecting the Growth of the Sharing Economy in EU Member States

Kim, Deuk Kab

The sharing economy is becoming a new economic paradigm in Europe. However, there is a gap in the growth of the sharing economy even among EU countries forming a single market. The growth of the sharing economy is influenced by technological, economic, social and institutional factors, and these factors also affect the disparity between countries. In this study, to identify the growth factors of the sharing economy in EU member states, 10 variables were extracted to identify the growth factors of the sharing economy in EU member states, and the size of the sharing economy (sales and employment) was used as a dependent variable. As a result of correlation analysis, the sharing economy platform, tourists, business and regulatory environment had a high correlation with the sharing economy. On the other hand, other factors such as ICT infrastructure were found to have insufficient explanatory power for the sharing economy. As a result of regression analysis on the size and variables of the sharing economy, the sharing economy platform and tourists showed a positive relationship with the sales volume of the sharing economy, but the business and regulatory environment did not show a significant relationship. The implications of

this study are: First, it is necessary to foster the tourism industry as well as foster entrepreneurship for the sharing economy. Second, legal and institutional efforts are needed to prevent the decline in employment quality due to the sharing economy. Third, in order to foster the sharing economy, policy authorities should not neglect efforts to deregulate and enhance social trust.

Keywords: Sharing Economy, European Union(EU), digital divide, collaborative platform, Collaborative Economy Index(CEI)

논문접수일: 2021년 4월 17일, 심사완료일: 2021년 6월 11일, 게재확정일: 2021년 6월 23일