

# 소규모 점포기반 중고서적 공유플랫폼 서비스 제안

유승희

한세대학교 대학원 산업안전학과 겸임교수

## Proposal of Used Books Shared Platform Service for Small-sized Stores

Seung-Hee You

Adjunct Professor, Dept. of Industrial Safety, Graduate School of Hansei University

요 약 본 연구의 목적은 소점포를 기반으로 중고서적 거래가 가능한 공유플랫폼 서비스를 제시하고자함에 있다. 도서 정가제 실시 이후 중고서적 시장의 규모는 두 배 이상 증가하였고 이에 대형 서점들도 중고 책 시장에 적극 동참하고 있는 실정이다. 중고서적 공유플랫폼은 온라인 중고 책 직거래 개념을 발전시킨 형태로 사용자의 휴대전화에 애플리케이션을 설치함으로써 쉽게 이용 가능하다. 중고서적 공유플랫폼 서비스는 거대한 영리기업을 탄생시키는 공유플랫폼이 아닌, 플랫폼 이용자 모두에게 수익이 돌아갈 수 있는 미래지향적인 공유플랫폼이다. 4차 산업혁명의 중심인 공유플랫폼을 거의 모든 소규모 점포에 적용하여 중고서적 거래의 거점으로 활용한다면, 보다 합리적인 중고서적 거래의 장(場)으로 자리매김하게 될 것이라 판단된다.

주제어 : 공유경제, 공유플랫폼, 중고서적, 직거래, 소규모 점포

Abstract The purpose of this study is to propose a shared platform service that can deal with used books based on small stores. The volume of used book market has more than doubled since the book price system, and large bookstores are actively participating in the used book market. Used book sharing platform is an advanced form of online used book direct trade and can be easily used by installing applications on the user's mobile phone. The second-hand book sharing platform is not a shared platform that creates a huge profit-making enterprise, but a future-oriented shared platform that can benefit all users of the platform. If the shared platform, which is the core of the fourth industrial revolution, is applied to almost all small stores and utilized as a hub for second-hand book transactions, it will establish itself as a more reasonable market for second-hand book transactions.

Key Words : Shared economy, Shared platform, Second-hand books, Direct transactions, Small-sized stores

### 1. 서론

최근 활성화되고 있는 다양한 온라인 커뮤니티는 4차 산업혁명의 중심에 있는 공유경제를 기반으로 한 플랫폼을 근간으로 발전하고 있다. 공유플랫폼에 참여하고 있는 사람들은 지식과 경험을 공유해왔으며 최근에는 창업과

경제활동까지 그 분야를 확장하고 있는 것이다[1].

2008년 세계 금융위기와 맞물려 공유경제의 개념이 등장하고, IT기술의 발달로 인한 스마트폰의 등장과 앱스토어의 영향으로 플랫폼 사업은 폭발적 성장을 시작하였다. 이후 ICT기술의 발전과 더불어 2010년 이후 O2O 서비스 시장이 등장하고, 플랫폼 사업의 영역은 숙박이나 교통

\*Corresponding Author : Seung-Hee You(ffume@daum.net)

Received June 20, 2019

Accepted September 20, 2019

Revised July 22, 2019

Published September 28, 2019

을 포함해 산업 전반에 걸쳐 다양한 분야로 확장되고 있다.

초지능화 초연결화로 기술이 융합되는 4차 산업혁명 시대는 산업구조의 변화를 가져오게 되었고, 오프라인에서만 가능했던 산업이 온라인상에 구축됨으로써 신생 유니콘 기업이 탄생되기도 하고, O2O등과 같은 비즈니스의 형태가 등장함으로 플랫폼 사업의 다변화가 이루어지고 있다.

그러나 우리에게 편리함을 안겨주는 공유플랫폼의 발전은 또 다른 대기업을 양산하고 있다는 비난을 받기도 한다. 이것은 공유플랫폼에 참여하여 다양한 방식으로 영리를 추구하는 거대 신생기업들을 지칭하는 것으로, 본질적인 공유의 개념과는 다소 거리가 있다고 볼 수 있다. 그러므로 공유경제의 본질은 경제 주체와 객체의 공유라는 하나의 개념으로써 귀결되어야 하며 좀 더 균등한 소득의 분배가 이루어지는 것이 바람직하다.

이에 본 연구에서는 공유플랫폼을 통해 이용자와 장소 제공자 및 설계자 모두의 니즈를 충족시킬 수 있는 새로운 공유플랫폼 서비스 모델을 제시하고자 한다. 최저임금, 물가상승 등으로 불황을 겪고 있는 소점포를 운영하는 자영업자에게는 부수적인 수익을 창출하고 소비자는 합리적인 비용과 시간을 투자하여 안전하고 편리한 중고 서적 거래가 가능한 공유플랫폼을 설계하여 그 적용방안을 제안하고자 한다.

## 2. 이론적 고찰

### 2.1 공유플랫폼의 개념 및 특징

공유경제의 비즈니스 형태는 플랫폼을 통해 거래가 이루어지는 방식으로 공유경제와 공유플랫폼은 본질적으로 유사한 개념이라 할 수 있다.

2008년 하버드대 로렌스 레식(Lawrence Lessig) 교수는 그의 저서 「리믹스, Remix」에서 공유경제를 최초로 언급했으며, 이것은 단기적인 현상이 아닌, 향후 10년간 영향력을 미치는 지속가능한 시스템이라 기술했다[2].

공유경제가 확대되면서 공유경제에 대한 다양한 해석이 존재하는데, 협력적 소비를 강조한 레이첼 보츠먼(Rachel Botsman)은 “공유경제에는 공유된 정의가 없다”고 언급할 정도로 공유경제에 대한 정의는 공유하는 대상과 바라보는 관점에 따라 다르게 해석되고 있다. 공유경제는 오픈소스와 CC(Creative Commons), 협력적 소비, 프로슈머(Prosumer), 온디맨드(On-Demand), 개방 혁신, O2O(Online to Offline) 경제, 비영리 소셜

경제, 플랫폼 경제, Gig Economy 등의 다양한 정의가 존재한다[3].

플랫폼이란 다양한 제품이나 서비스를 위해 구축된 것으로 애플리케이션과 프로그램을 작동하게 하는 터전을 제공하는 기술이다. 또한 다양한 니즈의 고객들을 중개하며 둘 이상 고객을 연결, 고객 간 상호작용으로 네트워크를 발생시켜 새로운 가치를 창조하는 공간이다[4]. 마을과 도시에서 볼 수 있는 전통적인 시장이나, 대도시에서 성장한 최초의 주식시장도 플랫폼이라 할 수 있다.

이러한 전통적 플랫폼 비즈니스와 최근 플랫폼 비즈니스의 차이는 디지털 기술에 있다. 디지털 기술의 발달은 플랫폼의 범위, 편의성, 속도, 효율성을 확장시킨다[5].

### 2.2 공유플랫폼의 변화

세계적인 미래학자 제레미 리프킨(Jermy Rifkin)은 그의 저서 ‘한계비용 제로사회’에서 19세기 초에 나타난 자본주의가 쇠퇴하고 21세기 중반을 넘어가면 ‘협력적 공유사회’라고 부르는 체제로 바뀔 것이라고 주장했다. 사회를 움직이고 있는 공통적인 인프라인 커뮤니케이션, 에너지, 물류의 세 요소가 사물인터넷으로 연결되어 모든 사물에 대한 데이터가 축적된 빅데이터로 구성되고, 이 빅데이터를 기반으로 한 기술 혁신에 의해 생산성이 급격하게 증가된다. 그러므로 생산성의 증가에 따라 추가 단위에 대한 한계비용이 제로에 가깝게 되는 시대가 도래한다는 것이다[6]. 한계비용이 제로가 된다는 것은 이윤이 거의 없음을 의미하며 따라서 자본주의는 붕괴할 수밖에 없다. 이러한 주장은 재화와 서비스를 공유하는 ‘협력적 공유사회’가 도래하게 됨을 뒷받침하고 있다.

리프킨의 주장이 신자본주의의 관점에서 바라본 공유경제라면 복지차원으로 접근한 마르크스 계획경제의 부활로 보는 견해도 있다. 이것은 빅데이터의 등장으로 과거에 불가능했던 중앙집권적 계획 통제가 가능해졌기 때문이다.

공유경제는 하루아침에 생긴 새로운 것이 아니다. 과거 두레, 길드, 보부상, 협동조합, 아나바다와 같은 오프라인 활동들도 공유경제활동이다. 최근 우리에게 친숙한 에어비앤비(Airbnb)나 우버(Uber)등의 공유경제 시스템과 과거 공유경제활동의 큰 차이점은 디지털 기술의 발달로 공유플랫폼이 등장한 것이라 할 수 있다. 새로운 공유플랫폼의 의미는 첫 여성 노벨 경제학상 수상자인 엘리너 오스트롬(Elinor Ostrom)이 공유경제의 문제점에 대안으로 제시한 자발적 협동조합이 현실에서 공유경제

로 확산하는데 어려움이 있었던 오프라인의 한계를 뛰어 넘는 데에 있다.

인터넷 혁명으로 가상공간이 만들어지면 공유비용은 한계비용 제로가 되고 공유가치의 한계효용이 체증되며 공유가 사회의 부를 창출하는 중요한 수단으로 등장한다. 또한 인터넷은 자발적 협력의 확산을 촉진하는 공유비용 제로화와 공유가치 네트워크화를 만들고, 플랫폼은 투명하고 반복적인 거래의 신뢰를 제공한다[3].

4차 산업혁명의 아날로그 트랜스폼 기술과 3차 산업혁명의 디지털 트랜스폼 기술이 접목하여 현실과 가상이 융합되었고, 네트워크 효과로 인한 거래비용 극소화로 온라인 가상세계가 오프라인으로 확장되는 초연결사회가 도래했다. 이렇듯 4차 산업혁명의 본질은 현실과 가상 세계의 구분이 사라지게 되면서 '디지털 트랜스폼'과 '아날로그 트랜스폼'이 동시에 이뤄지는 O2O(Online to Offline) 플랫폼 기반의 시대인 것이다.

공유데이터를 기반으로 한 공유플랫폼은 정보와 콘텐츠의 오픈소스와 CC 형태에서 O2O의 형태로 발전하고 프로슈머(Prosumer)를 중심으로 진화하고 있다. 온라인과 오프라인의 연결이 가속화되어 온디맨드와 협력적 소비가 확산되고, 관계의 공유는 생산과 소비를 융합하는 프로슈머, 크레슈머(Cresumer) 형태로 변화하고 있는 것이다[3].

### 2.3 소규모 점포 현황

국내 경기침체 등으로 인한 개인서비스사업자의 증가로 최근 소매업, 음식점 등 소매점포 사업의 증가가 타 업종에 비해 두드러지고 있다. 그러나 업종의 증가에 비해 사업성공률이 높아지는 것은 아니다.

개인 소점포의 대부분은 규모가 영세하며 소량의 물건을 판매하고 있으며, 제조업체, 대리점이 정한 가격으로 판매하기 때문에 비교적 가격 경쟁력이 취약하다. 대규모 자금력을 보유한 대형 유통기업은 물류시스템을 자체 구축하여 규모의 경제를 실현함으로써 대량으로 물건을 구입하고 있으며, 이로 인해 판매단가를 낮추고 있다. 반면, 중소소매점의 경우는 막대한 자금이 필요한 물류시설의 확보가 현실적으로 어려워 새로운 판매기술 도입이나 시설의 현대화 등 경영효율성 제고를 위한 투자가 어려운 실정이다[7].

스마트폰의 대중화와 핀테크의 확산에 따라 편의점 업계는 O2O 서비스를 활용하여 모바일 족을 효과적으로 잡을 수 있다고 판단하여 업체 간의 제휴에 치열한 유치 경쟁을 벌이고 있다. 편의점의 전국적인 유통망과 더불어

24시간 영업이라는 특성은 배달 서비스 등 O2O 서비스의 장점을 살리기에 최적의 조건이라 할 수 있다.

편의점은 현재 우리나라 유통시장의 최강자이며, 하향세를 걷고 있는 백화점과 대형마트, SSM(기업형 슈퍼마켓)과는 달리 2016년 국내 편의점의 총매출액은 약 20조 4,000억 원으로 전년도 17조 2,000억 원 대비 18.6%의 성장률을 보였다. 특히 업계 '빅3'인 C사는 2017년 매출이 4조9,413억 원으로 50%가까이 증가했으며 G사 L사 또한 약60%정도 증가율을 보였다.[8]. C사는 업계 최초로 O2O통합 커머스 플랫폼과 손잡고 전국 매장에 'P쿠폰'을 선보였다. P쿠폰은 고객이 스마트폰 앱을 구동시키지 않아도 매장에 들어서면 P 단말기가 고객의 위치를 인식하여 상품 정보, 이벤트, 할인쿠폰 등을 스마트폰에 띄워주는 서비스이다[9]. 배달대행업체와 제휴한 배달 서비스는 한 달 서비스 이용 건수가 1년 만에 10.5배나 증가해 큰 호응을 얻고 있다. 또한 소셜커머스 업체에서 상품을 구입하면 편의점에서 24시간 수령할 수 있는 택배 픽업서비스도 생겨났다. G사도 도시락 예약주문 서비스를 도입했다. G사의 앱을 이용해 도시락을 예약주문하면 도시락 공장으로 발주정보가 전송이 되고, 공장이 예약주문에 알맞게 도시락을 생산한 후 해당 점포로 배송이 이루어지는 방식이다. 또한 쇼핑기능을 추가하여 소비자들이 점포를 방문하지 않고 앱을 통해 상품 구매가 가능하다. S사도 쇼핑그룹의 옴니채널<sup>1)</sup> 구축 기조에 따라 O2O에 공을 들이고 있다. 2014년 12월에 선보인 '비콘(Beacon)' 활용 위치기반 서비스는 고객이 편의점 근처에 오게 되면 자동으로 기획 상품이나 할인쿠폰 정보를 푸시알람으로 보내준다. 이미 점포의 절반인 4000여 편의점에 설치되었으며 하루 이용 고객은 평균 20만 명에 달한다[10].

이러한 O2O 서비스의 확산은 온·오프라인 쇼핑 환경이 유기적인 관계로 나아가고 있음을 시사한다. O2O 서비스는 온라인이나 오프라인의 유통업체들이 지닌 한계를 협업을 통하여 극복함과 더불어 소비자 편의도 강화할 수 있다.

또한 O2O서비스를 성공적으로 안착시킨 편의점의 사례는 소규모 점포에서의 공유플랫폼 서비스 적용이 주로 대기업의 영리에 초점을 맞춘 공유플랫폼과는 차별화 되는 시스템이 될 것임을 시사한다.

1) 모든 방식을 의미하는 점두사 옴니(omni)와 유통경로를 의미하는 채널(channel)의 합성어로, 온·오프라인 매장을 결합하여 소비자가 언제 어디서든 구매할 수 있도록 한 쇼핑체계

### 3. 중고서적 거래현황

#### 3.1 국내 중고서적 시장

국내 1호 온라인 서점인 Y사를 비롯해 대형 온라인 서점이 잇따라 중고서적 시장에 진출했다. 전자책이 기대만큼 출판시장에 정착하지 못하면서 새로운 수익모델로 중고서적 시장을 선택한 것이다. 또한 온라인으로 판매했던 책을 재판매하여 이중으로 수익을 창출할 수 있다는 장점도 있다. 이러한 이유로 중고서적 전용 대형 오프라인 매장을 늘리고, 상태가 양호한 중고서적 확보를 위한 업체 간 경쟁이 치열해지고 있는 실정이다[11]. 2014년 도서정가제 시행 후 중고서적 시장은 큰 폭으로 성장하고 있으며 도서시장과 달리 중고서적 시장은 매년 빠르게 성장하고 있다. Fig. 1에서와 같이 2014년 도서정가제 시행 후 전체 중고서적 판매시장 규모는 2470억 원으로 2010년 1180억 원에서 두 배 이상 커졌으며 향후 3,000억 원 규모로 확대될 것으로 예상된다[12].

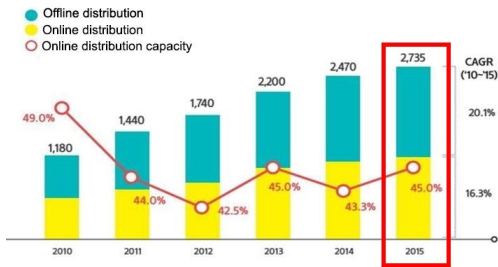


Fig. 1. Trends of the second-hand books market since 2010(Source: Yes24)

Table 2. Status of the transaction of used items by age and gender

Divisions		No.1	No.2
Age	10's	Second-hand books	Cell- phone
	20's		Playstation
	30's		Playstation
	40's		Golf ball
	50's		Golf ball
Sex	60's	Computer	
	Male		Golf ball
	Female		T-shirts

Source: Economic Review. (2014. 7. 9). Indulge in used culture.

Table 2에서와 같이 옥션의 조사에 따르면 10~60대

까지 중고시장에서 가장 많이 찾는 제품 1위는 '서적'이다. 서적의 경우 오래전부터 중고시장이 형성되었고, 가격에 대한 부담이 없기 때문인 것으로 분석된다. 책의 경우 문제가 있는 상품이 거의 없으며, 거래액이 크지 않아 사람들이 가장 손쉽게 찾는 중고제품 중 하나이며, 특히 새 학기가 시작될 때면 새 책보다는 합리적인 가격의 중고 책을 찾는 학생들의 소비가 증가하면서 시장은 더욱 확대되고 있는 추세이다[13].

#### 3.2 중고서적 직거래의 문제점

중고시장에서 가장 거래가 많은 중고서적은 대형서점들이 뛰어들기 이전부터 이미 인터넷 중고거래 사이트를 통해서 직거래 되어 왔다. 그러나 인터넷 직거래가 갖는 장점 뒤에는 위험요소가 존재한다.

경찰청에 따르면 2015년도 상반기에 발생한 인터넷 사기 사건이 4만412건으로, Fig. 2에서와 같이 인터넷 사기범죄 중 약 84%인 3만 3,850건이 인터넷 직거래 사기에 해당되며 절반이 넘는 2만3,018건(57%)이 '중고나라'에서 발생했다고 한다[14].

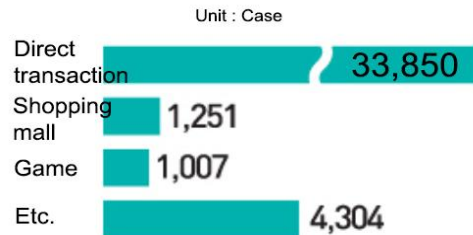


Fig. 2. In the first half of 2015 Internet fraud occurs (cases)(Source: The Seoul Economic Daily. (2015. 7. 30). Internet dire deal fraud Red sign)

대형 오픈마켓은 에스크로(Escrow)<sup>2)</sup> 서비스가 의무화 되어 있지만 인터넷 사기는 주로 에스크로가 의무화 되어 있지 않는 인터넷 카페나 블로그 등에서 발생한다. 또한 개인 쇼핑물은 에스크로가 의무화 되어 있지만 단속이 쉽지 않다. 에스크로 결제를 사용하지 않는 인터넷 카페, 블로그나 개인쇼핑물 등은 '직거래'라는 명목으로 선 입금을 요구하고 있는데, 이런 경우에 판매자가 선 입

2) 에스크로(Escrow) 서비스는 구매자의 결제대금을 제3자에게 예치하고 있다가 배송이 정상적으로 완료된 후 대금을 판매자에게 지급하는 거래안전장치이다.

금을 받고 잠적을 하거나 엉뚱한 물건을 보내줄 경우에는 그 피해를 막을 구조적인 방법이 없기 때문에 인터넷 사기의 온상이 되고 있는 것이다[15].

최근 이러한 결제사기, 제품사기 등을 해결하기 위해 신뢰와 안전성에 집중한 중고거래 플랫폼도 등장했다. 자체 개발한 결제서비스를 통해 안전성을 높였으며 이로 인해 물품에 문제가 발생한 경우 구매대금이 판매자에게 전달되지 않으며, 판매자는 기존 결제 플랫폼보다 1주일 이상 빠르게 대금을 받을 수 있다.

하지만 현재 대형 서적에서 운영하고 있는 중고서적 거래플랫폼은 판매자와의 가격협상이 존재하지 않으며 서적의 희소가치 등을 책정하여 판매금액을 설정하는 것이 아닌 일괄적인 가격정책으로 거래가 이루어지고 있는 실정이다.

#### 4. 중고서적 공유플랫폼 제안

##### 4.1 중고서적 공유플랫폼 모델

국내 중고서적 시장의 성장에 따라 본 연구에서는 소규모 점포를 운영하는 사업자를 주축으로 하는 중고서적 거래 플랫폼서비스를 제안하고자 한다.

중고서적 거래를 위한 공유플랫폼서비스는 Fig. 3에서와 같이 사용자의 애플리케이션과 소규모 점포가 연계됨으로써 사용자가 손쉽게 시간에 구애받지 않고 중고서적을 거래할 수 있다.

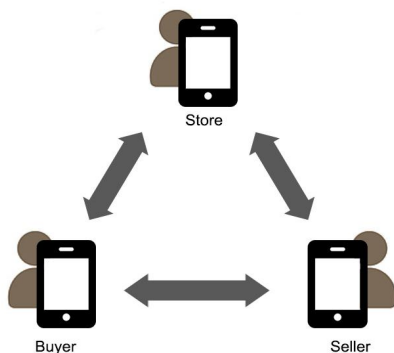


Fig. 3. Platform service system for the transaction of second-hand books

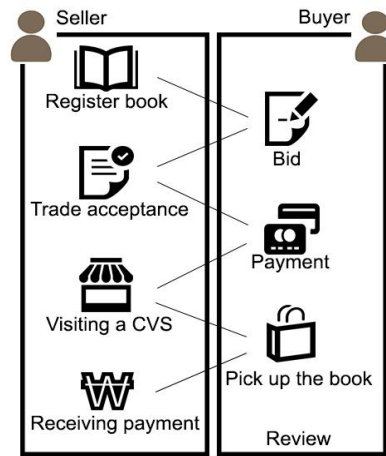


Fig. 4. Example app. screen of platform service system process for used books

또한 Fig. 4에서와 같이 판매자가 해당 어플을 통해 판매하고자 하는 서적을 등록하면 구매자가 구매가격을 제시하고 가격협상 후 거래가 수락되면 결제를 한 후에 약속된 점포에 책을 맡기고 구매자는 책을 수령하는 시스템이다. 책이 출고됨과 동시에 결제한 금액이 판매자에게는 포인트로 적립되고 포인트는 일정금액이 되면 현금으로 인출하거나 해당 매장에서 사용 가능하다.

최종적으로 모든 거래가 완성된 후에는 구매자와 판매자 또 점주 등 상호 거래점수를 매겨 신뢰도를 구축하여 안전거래 활성화에 기여할 수 있다.

##### 4.2 중고서적 공유플랫폼 특징

중고서적 거래 공유플랫폼서비스는 거래 시 적절한 가격을 제시한 후 협상할 수 있으므로 합리적 가격형성이 가능하다. 기존의 직거래방식이나 온라인 서비스에서는 중고서적의 적절한 가격형성이 쉽지 않고 대형서점의 경우는 일괄적인 금액에 거래되고 있는 실정이다. 또한 개인은 소장하고 있는 책의 가치와 관계없이 무게로 판매하는 경우가 허다하고, 서점은 매입 시 무조건 싸게 매입하고 판매 시에는 매입 가격대비 비싸게 파는 것이 일반적이다.

배송방식에 있어 기존 거래는 택배나 오프라인 만남을 통한 매매방식이었다면 새로운 공유플랫폼 서비스는 이용자의 주변에서 방문 가능한 소규모 점포에 해당 중고서적을 갖다 놓는 방식으로 택배 및 교통비용이 절감되며 배송준비시간 등이 단축된다.

또한, 소규모 점포 입장에서 볼 때 재고가 없다는 점과

주업종과 별개의 공간을 따로 두지 않아도 된다는 점, 그리고 사업자 인증절차를 거친 앱 설치만으로 즉각적인 영업이 가능하다는 장점이 있다.

이외에 소규모 점포의 수익측면에서도, 거래 수수료 이외에도 중고서적의 거래가 점포 내에서 이루어지게 됨으로써 서적 대금을 점포에서 사용 가능한 포인트(Point)나 쿠폰(Coupon)등으로 대체 한다면 사업장에 부가적인 수익을 창출할 수 있다.

## 5. 결론

유통업계가 O2O에 전력을 쏟고 있는 가운데 중고서적 분야도 예외가 될 수 없다. 온라인을 기반으로 성장한 대형서점들이 오프라인에 진출한 것은 온라인과 오프라인을 연계하여 소비자에게 더 가까이 다가가고 있음을 시사한다. 이에 본 연구에서는 소규모 점포를 활용하여 중고서적을 거래할 수 있는 공유플랫폼을 제안하였다.

중고서적 거래 공유플랫폼이 기존 서비스와 차별화되는 점은 크게 4가지로 볼 수 있다. 첫째, 가격협상의 측면에서, 중고서적 공유플랫폼은 판매자와 소비자 간 보다 합리적인 가격협상이 가능할 수 있도록 설계되었다. 둘째, 배송방식의 측면에서, 중고서적 거래 공유플랫폼은 이용자의 주변에 있는 모든 소점포를 검색하여 방문가능한 점포를 통해 거래가 이루어짐으로써 택배 등의 서비스를 따로 이용할 필요가 없으므로 시간과 비용이 절감된다. 셋째, 수익 측면에서는, 소점포와 이용자 간 모두 이익이 될 수 있는 구조로, 공유경제의 본질에 좀 더 가까운 플랫폼 모델이라 할 수 있다. 마지막으로, 결제한 금액을 상품 수령 후 판매자에게 쿠폰이나 포인트로 지급하여 중고서적 구매 시 사용하거나 해당 점포 이용 시 결제 가능하게 하는 것은 소비의 활성화로 이어져 시장경제에 긍정적인 효과를 기대할 수 있다.

이와 같이 중고서적 거래 공유플랫폼 서비스는 온라인 중고 책 직거래 개념을 발전시킨 형태로, 자원의 재활용이라는 기본적인 순기능과 더불어 합리적인 가격형성과 시간 및 비용을 단축시킴으로써 중고서적 판매자와 구매자는 물론 장소 제공자(소점포 상인)를 충족시킬 수 있는 윈윈(win-win) 시스템이다. 나아가 서비스 모델 개발자는 무료 앱 배포, 확산 후 광고 등으로 수익을 창출할 수 있어, 서비스 이용자와 개발자 모두를 위한 장(場)이라 할 수 있다. 그러므로 중고서적 공유플랫폼은 기존의 거대한 영리기업을 탄생시키는 공유플랫폼이 아닌 진정한 공유

경제의 본질을 추구하는, 즉 경제 주체와 객체가 좀 더 균등한 소득의 분배에 부합할 수 있는 미래지향적인 공유플랫폼이라 할 수 있다.

본 연구를 바탕으로 중고서적 거래 이외에 소점포 내 공유플랫폼을 확산시키기 위해, 가능한 새로운 품목에 관한 연구를 향후 추가적인 연구과제로 제시하고자 한다.

## REFERENCES

- [1] S. R. Lee & T. Y. Kang. (2018). Title. *Journal of KSDC*, 24(3), 444-453.
- [2] Botsman, R., & R. Rogers. (2010). Title. *What's Mine Is Yours: The Rise of Collaborative Consumption*. NewYork : Harpet Business.
- [3] Y. J. Kim et. al. (2018). *Forum report*. Seoul. : KCERN.
- [4] H. Carl, & A. Hagi. (2012). *Platform Strategy*. Seoul : The Forest.
- [5] M. V. Alstyne, S. P. Choudary & G. Parker. (2018). *Platform Revolution*. Seoul : Bookie.
- [6] J. Rifkin. (2014). *The Zero Marginal Cost Society: The Internet of Things, the Collaborative Commons, and the Eclipse of Capitalism*. Seoul : Miums.
- [7] M. J. Jeon. (2018). *(A) study on small store business model using e-commerce platform*. Master's thesis. Chung-Ang University, Seoul.
- [8] Weekly Dong a. (2016. 5.4), Roar of the shop owner. <http://weekly.donga.com>.
- [9] Digital Times.(2015. 5. 2). *Convenience Store O2O Service' Perfect Match*. Digital Times.
- [10] SISA ON. (2016. 5. 24) *Distribution industry, general trend O2O - Break the border of the online and offline*. Sisa on(Online). <http://www.sisaon.co.kr>.
- [11] Chosun dot com. (2016. 4.12). *Glory days of used books market depending on the expansion of business Big4 online bookstore*. <http://news.chosun.com>.
- [12] Chosun Biz. (2015. 10. 9). *Yes24 transformed into an e-commerce company*. <http://biz.chosun.com>,
- [13] Economic Review. (2014. 7. 9). *Indulge in used culture*. <http://www.econovill.com>.
- [14] The Seoul Economic Daily. (2015. 7. 30). *Internet dire deal fraud Red sign*. <http://www.sedaily.com>.
- [15] Money Today. (2016. 8. 10). *No mandatory 'Escrow' Increased Internet direct transaction frau*. <http://www.mt.co.kr>.

유 승 희(Seung-Hee You)

[경력]



- 2008년 3월 ~ 2012년 2월 : 전주비전대학교 지적부동산과 겸임교수
- 2012년 8월 : 전북대학교 영어영문학과 졸업(문학석사)
- 2015년 5월 ~ 현재 : (사)한국스마트시티학회 이사
- 2018년 2월 : 한세대학교 U-City IT 융합 도시정책학과 졸업(공학박사)
- 2018년 9월 ~ 2019년 6월 : 한세대학교 산업보안안전대학원 시간강사
- 2019년 8월 ~ 현재 : 알티앤씨(주) CEO
- 2019년 9월 ~ 현재 : 한세대학교 대학원 산업안전학과 겸임교수
- 관심분야 : 스마트시티, 공유경제, 교통안전, Human error
- E-Mail : ffume@daum.net