Global Leadership Program

-간편 결제 시스템 중심으로-

목차

I. 기업탐방

Ⅱ. 자유탐방

Ⅲ. 계획 수정사항

IV. 자유탐방 산출물 활용방안

소 속	5조	
조 원	국제통상학과 2학년 김영찬 국제통상학과 2학년 조현아 국제통상학과 3학년 장정은	
발 표 자	김영찬	
발 표 일	2019. 01. 30. (수)	

I. 기업탐방 (가장 인상 깊었던 1곳)

1. 난산의 발전

난산은 2018년 창업량이 전 세계 5위이며 선전은 중국 내 창업량 1위이다. 또한 중소업체, 창업가들이 매우 증가하고 있다, 특히 난산은 IT클러스터 세계 2위인 지역이다. 우리는 중국의 IT 클러스터의 어떤 장점 때문에 중국의 많은 대기업, 중소기업 그리고 스타트업들이 선전에 관심을 가지고 선전으로 옮겨가는지 알고 싶었다. 이런 생각을 바탕으로 기업 탐방을 한 결과 IT클러스터 중에서 선전의 특징인 빠른 생산 뿐 아니라 웨이양과 대공방 창업기자와 같은 엑셀러레이터들의 역할도 있다는 것을 알았다.

2. 난산 소프트웨어 단지

먼저 웨이양은 난산 소프트웨어 단지에 위치해있다. 난산소프트웨어단지는 중국 정부가 전자상거래, 빅 데이터, 인공지능 등 소프트웨어 산업을 키우기 위해 2013년 조성된 곳이다. 난산 소프트웨어 단지는 2014년에 설립이 되었다. 난산 소프트웨어 단지는 62만평정도 되며, 실용면적은 12만평이 된다고 한다. 난산 소프트웨어 단지에는 4000개의 기업이 입주해 있으며, 1300개의 회사는 IT기업이며, 디자인 엑셀러레이터, 투자기업 그리고 금융기업 등 다양한 기업들이 입주해 있다고 한다. 한국 기업 중에는 삼성 통신회사와 SK도 입주해 있다고 한다. 또한, 약 10만 명 정도의 인원이 근무를 하고 있으며, 현재 난산소프트웨어 단지는 약 5% 정도 비어 있다고 한다.



그림 1 난산소프트웨어 단지



그림 2 소프트웨어단지 내 디자인 엑셀레이터

3. 웨이양

웨이양은 메이커 스페이스라고 한다. 웨이양은 주로 소프트웨어 쪽을 개발하는데 도움을 준다. 2014년 웨이양이 설립이 되고, 창업주들에게 장소를 제공해준다고 한다. 의자, 서랍, 책상을 한 달에 1인당 약 1800위안으로 빌려주기도 하며. 오픈 공간은 1200위안 정도라고 한다. 웨이양은 창업후 40~50명 정도가 되면 다른 장소로 이동시킨다고 한다. 웨이양은 무역회사, 악세사리 회사, 도시건설 회사 등 다양한 종목의 회사가 존재한다. 또한. 일본, 네덜란드, 중국 등 다양한 스타트업들이 입주해 있다고 한다. 아직 한국 기업은 입주하지 않았다고 한다.

웨이양은 아이디어가 아니라 일부 진행이 되어있는 상태여야 한다고 한다. 남산구는 선전에서도 특히 GDP가 높은 곳인데 이 이유가 소프트웨어의 창업주들이 많이 생기기 때문이다.

웨이양은 창업로비에서 투자기업을 찾아줄 수 있도록 매칭에 도움을 준다. 난산 소프트웨어 단지의 빌딩 중 한 빌딩은 투자기업인데, 그 투자회사들과의 매칭에 도움을 주기도 하며, 웨이양과 협력하는 10개의 투자회사에 매칭을 해줄 수 도 있다고 한다.

웨이양은 실패하면 제한된 공간이기 때문에 나가야 한다. 그 실패의 기준은 투자가 되지 않는 것 혹은 항목인증이 되지 않는 것이다.







그림 4 웨이양의 창업로비

4. 대공방 창업기지

대공방 창업기지는 하드웨어 쪽에 도움을 주고 있다. 대공방 창업기지는 심천시의 첫 번째 메이커스페이스이다.

대공방 창업기지는 사무실 공간을 공유하고, 연구개발을 돕고, 시스템을 공유하고 공급체인을 창업자들과 공유한다.

지원하는 서비스는 크게 4가지로 나뉜다. The innovation design center, The supply center, The investment center 그리고 The brand and marketing 이렇게 네 가지 서비스를 제공한다.

대공방 창업기지는 아웃소싱을 하기도 하지만 자체적인 공장시설을 갖추고 있으며, 부품제작, 소량생산이 가능하다. 대공방 창업기지의 신제품 개발에는 화창베이도 큰 도움이 된다. 화창베이는 용산 전자상가의 10배 이상이며, 가격이 최대 10배 저렴하다고 한다. 또한, 심천의 저렴한 노동력, 많은 하드웨어 개발 인재, 큰 소비시장 그리고 벤쳐투자의 활약 등으로 대공방 창업기지의 창업가들이 도움을 받을 수 있었다고 한다.

대공방 창업기지는 지분을 바꾸는 방법 또는 투자 자금을 빌려주는 방식으로 투자를 한다. 대공방 창업기지는 지원한 창업주들로부터 수입에서 10% 정도의 지분을 받는다고 한다. 또한 하드웨어 제 품이어야만 하며, 비즈니스 계획서를 제출해야 한다.



그림 5 대공방 창업단지 1



그림 6 대공방 창업단지 2







그림 8 화창베이 건물 내부 사진

5. 국내 엑셀러레이터와의 비교

본 팀은 난산의 클러스터 발전의 이유가 빠른 생산 때문도 있지만, 다양한 도움을 제공하는 메이커 스페이스 기업들의 역할도 컸다고 판단했다. 이에 국내의 엑셀러레이터들에 비해 어떠한 점이우수한지 알아보고자 했다.

먼저 첫 번째로 비교를 해볼 기업은 '롯데엑셀러레이터'이다. 롯데엑셀러레이터는 롯데그룹의 스터트업 창업 지원으로 사회에 공헌한다는 미션으로 2016년 1월에 설립되었다. 롯데엑셀러레이터는 초기 단계의 스타트업에게는 엑셀러레이팅 프로그램을 제공하고, 성장한 스타트업에게는 펀드투자를 통해 빠른 성장을 지원한다. 지원해주는 인프라로는 공간, 법률/회계 자문 서비스 무료 제공 및 글로벌 IT 기업의 각종 클라우드 및 협업 툴 등이 있다.

두 번째 엑셀러레이터 그룹은 SOPOONG이다. 소셜 임펙트, 비즈니스 모델, 팀 역량을 기준을 소셜 벤처에 투자를 하는 SOPOONG는 소셜 임펙트를 갖춘 신생 기업들에게는 아주 유명한 엑셀러레이터 회사이다. 텀불벅, 쏘카, 자란다 등의 회사에 투자를 했다. SOPOONG는 선발된 기업에게 즉시 투자, 멘토링, 마케팅, 인사 등 비즈니스 운영에 꼭 필요한 다양한 템플릿과 가이드 제공, 소셜벤처와의 동료 네트워크 연결 도움, 다른 투자자와 기관 등 업계 관계자와 청중들에게 비즈니스 소개 등의 엑셀러레이팅 프로그램을 제공한다.

세 번째 기업은 퓨처플레이다. 퓨처플레이는 국내외 성공적인 Exit 경험을 가진 창업가들이 설립한 테크 스타트업을 양성하는 컴퍼니 빌더이다. 퓨처플레이는 잠재력을 지닌 예비창업자/팀에게 초기 창업자금, 시드펀딩, 회의 공간, 그리고 체계적인 교육과 밀착 지원을 제공하고 있다.

이 외에도 다양한 스타트업 엑셀러레이터들이 있지만, 중국의 엑셀러레이터들에 비해 부족한 점들이 있다는 것을 알았다.

첫째, 한국의 스타트업 엑셀러레이터들이 지원하는 분야는 한정적이다. 특히 IT쪽이나 AI등 시스템 기술과 관련된 투자를 진행하는 스타트업 엑셀러레이터 기업들은 많지만 다른 분야를 지원하는 곳은 적다. 하지만 중국의 웨이양이나 대공방은 더 다양한 제품들에 투자를 하고 있다.

둘째, 한국의 스타트업 엑셀러레이터들은 제품의 생산라인 부분을 도움을 주는 경우는 적으며 시제품 제작에 도움을 주는 경우도 적다. 하지만 중국의 선전의 경우에는 갖춰진 생산 인프라를 활용하여 중국의 스타트업 엑셀러레이터들은 시제품 제작이나 생산 라인에도 도움을 준다.

결론적으로 앞으로 우리나라의 스타트업 엑셀러레이터들은 더 다양한 교육 프로그램을 제공하고, 다른 투자 기업으로의 연계를 돕는 것 뿐 아니라 투자하는 스타트업들이 제품을 더 잘 생산할 수 있도록 생산라인에도 도움을 준다면 더 많은 스타트업들이 좋은 제품을 만들 수 있을 것이라고 생 각한다.

Π. 자유탐방

1. 간편 결제 시스템 적용범위 탐색

1) 가게 지불수단

거의 모든 가게에서 물건을 사면 지불을 간편 결제 시스템으로 했다. 카드결제 단말기는 대부분 없었다. 프랜차이즈 지점들 같은 경우는 100% 간편 결제 시스템이 구축되어 있었고, 소규모의 음식점들과 소상공인 가게 모두 간편결제 시스템이 구축되어 있었다. 심지어 길거리에 파는 먹거리 포장마차나 먹자골목에 있는 작은 가게들도 모두 결제 시스템이 구축되어 있었다. 차이점이 있다면 작은 가게나 포장마차 같은 경우는 지불자의 QR코드를 인식할 단말기가 없어, 가게주인의 QR코드를 지불자가 앱에서 인식하여 송금하는 방식이다.



그림 9 HEYTEA의 간편결제 사용



그림 10 편의점 간편결제 사용

2) 공공부문 지불수단

중국은 공유자전거, 공유배터리 등 공유하여 사용하는 비즈니스 모델을 가진 기업을 많이 가지고 있다. 이러한 부분에서 모두 간편 결제 시스템이 활용된다. 여기서 단지 지불수단이 아니라, 공유 물품을 사용함으로 등록해야 하는 개인정보를 간편 결제 시스템을 활용해서 간편하게 등록할 수 있게끔 구축해 놓았다. 본 글쓴이는 위챗페이를 사용했는데 위챗페이 계정으로 공유자전거, 공유배터리 모두 사용가능했다.

대중교통을 이용할 때도 간편 결제 시스템을 활용해서 쉽게 결제할 수 있다. 기본적으로 지하철에 비치된 표 구매기에는 모두 QR코드를 인식할 수 있는 단말기들이 포함되어 있다. 심천에 사는 중국 인들은 교통비지불앱을 설치하여, 위챗페이나 알리페이와 연동시켜서 표를 사지 않고도 간편하게 지하철을 이용하고 있었다. 택시도 마찬가지다. 택시에 QR코드 사진이 걸려있어, 기사가 운행을 마치고 지불자는 앱으로 택시의 QR코드를 인식해 미터기에 찍힌 금액을 송금하는 방식으로 간편 결제 시스템으로 결제할 수 있다.



그림 11 공유자전거



그림 12 택시에 있는 간편결제 시스템



그림 13 지하철 간편결제 시스템

3) 유통과정 지불수단

도, 소매업자들끼리 주고받는 대금거래 또한 간편 결제 시스템을 활용한다. 도, 소매업자끼리 유통과 물류가 수도 없이 일어나는 화창베이에서는 100% 간편 결제 시스템을 활용하여 대금거래를 한다. 모든 소규모 가게에는 가게주인의 QR코드사진이 붙어져있고, 유통상이 물건을 가져가면서 해당가게에 있는 QR코드를 인식하여 물품 대금거래를 진행한다. 이러한 시스템은 규모가 작은 가게에서 물품을 구매하는 소비자들도 활용 가능하여 매우 편리하게 물건을 구매할 수 있다.



그림 14 화창베이 상점의 QR결제 1



그림 15 화창베이 상점의 QR결제 2

2. 위챗페이 결제방식과 내부프로세스 탐색

1) 결제방식

결제방식은 두 가지로 분류할 수 있다. 첫 번째 방식은 지불자의 앱에서 QR코드를 열어 수령자의 단말기에 인식시켜 송금하는 방식이다. 두 번째 방식은 지불자의 앱에서 QR코드 인식버튼을 눌러 수령자의 QR코드를 인식하여 송금하는 방식이다. 결론적으로는 수령자와 지불자 모두 두 가지의 방식을 사용가능하며, 지불자가 간편 결제 시스템 플랫폼을 활용중이라면 수령자입장에서 별도의 QR코드 인식기의 구축 없이 QR코드 사진만 뽑아 편리하게 거래를 할 수 있다.

2) 내부프로세스

본 글쓴이는 탐방에서 위챗페이만을 활용하여 탐방했다. 위챗 어플리케이션을 연 상태에서 세 번만 클릭하면 결제할 수 있는 본인의 QR코드를 화면에 띄울 수 있다. 또한 수령자의 QR코드를 인식할 수 있는 카메라도 위챗 어플리케이션을 연 상태에서 세 번만 클릭하여 열 수 있다. 특히 QR코드를 인식하여 송금하는 형식은 QR코드를 인식한 후에 송금할 금액을 입력하고 결제비밀번호만 입력하면 곧바로 송금할 수 있다.

3. 간편결제 시스템 사용률 관찰

1) 음식점 결제 (프랜차이즈점)

HEYTEA라는 프랜차이즈 1234백화점에서 24일 16시부터 17시까지 관찰을 진행했으며, 결제포스기 옆 테이블에 앉아 결제하는 사람들 모두 관찰했다. '간편 결제 시스템 사용률'을 중점적으로 관찰했다. 1시간 동안 약 240잔 정도가 주문되었으며 112명이 주문했다. 112명 중 현금결제를 사용하는 사람은 15명이였고, 카드결제는 없었다. 나머지는 위챗페이나 알리페이 같은 간편결제 시스템을 활용해서 결제하였다.(현금 13% / 간편결제 87%) 백화점 내부에 있는 프랜차이즈점이고, 관광객에게 매우 유명한 브랜드인 만큼 현금결제가 생각보다 많을 것이라는 예측보다 훨씬 현금결제를 덜 사용하는 것으로 결과가 나왔다. 그래서 실제적으로 소규모 가게에서 중국인들이 간편 결제 시스템 사용률은 위 데이터보다 조금 더 높을 것으로 예상한다.

2)대중교통 결제

화창베이 역을 기준으로 관찰을 진행했다. 30분 동안 관찰하였으며 12시 20분부터 50분까지 진행했다. 30분 동안 84명이 창구를 통과했다. 6명은 표구매기를 활용해 표를 구매하여 통과했으며, 33명은 정확히는 모르겠지만 우리나라의 교통카드와 같은 카드를 인식시키고 통과했으며, 45명은 간편 결제 시스템의 QR코드를 인식시켜 통과하였다.(카드 39% / 간편결제 53%) 실제로 중국인들은 큰 지갑을 잘 들고 다니지 않고, 휴대폰에 있는 간편결제 시스템을 활용하거나 작은 카드지갑을 주머니에서 꺼내 인식시켜 대중교통을 이용하는 모습이 대부분이었다.

Ⅲ. 계획 수정사항

1.최초 계획

본 팀은 편의점, 식당, 노점상, 카페 등 다양한 매장에 직접 방문하여 위쳇페이 혹은 알리페이와 같이 간편결제 시스템이 도입되기까지의 인프라 구축 단계와 상용화 정도, 그리고 긍정적, 부정적 효과를 알아보기 위해 설문조사법 중심으로 탐구을 계획하였다.

구체적으로 설문조사의 질문으로는 1. 간편결제 시스템을 구축하는 데 어려움은 없었습니까?, 2. 간편결제 시스템을 구축하게 된 동기는 무엇입니까?, 3. 간편결제 시스템을 도입할 때, 국가 혹은 간편결제 회사가 귀하에게 도움을 준 것이 있습니까? 4. 고객들 중 몇%가 간편결제 시스템을 결제 수단으로 사용하나요? 등으로 중국 내 위치한 소상공민들을 대상으로 설문조사를 진행함으로써 초기 현금 및 카드 사용이 보편화되어 있던 배경에서 어떻게 어플리케이션을 중점으로 한 간편 결제 방식 시스템이 도입되고 활성화 될 수 있는지, QR코드 결제 방식이 작은 규모의 가게를 넘어 노점 상도 사용이 가능해지고 거리에는 위쳇거지가 있을 정도로 사회 내에서 현금화가 될 수 있는지 그인프라의 사이즈와 구축 단계, 국가 및 관련 기업의 역할을 알아보고자 했다.

2. 실제 수행 간의 차이

하지만 실제 본 팀은 최초 계획을 100% 이행하지 못했다. 본 팀이 중국에 가서 탐구할 수 있었던 방향은 직접적인 설문조사법이 아닌 plan B였던 관찰법이었다. 탐방 초기 설문조사를 진행하고자했으나 호텔 내 편의점, 버블티 가게, 식당 등 3곳에서 연속적으로 설문조사에 거절당했다. 이 후설문조사의 잘못된 점을 깨닫고 초기 진행 방향이 아닌 이용자 입장에서의 사용 실태 및 현황을 탐구하여 국내 간편 결제 시스템의 이용자를 늘리기 위한 방안을 탐구해 보는 방향으로 전환하였다. 그 후 직접 위챗페이를 노점상과 편의점, 카페와 택시 등을 이용하면서 시스템 구축 정도와 편리성의 정도, 상용화 정도 등을 분석해보는 시간을 가졌다.

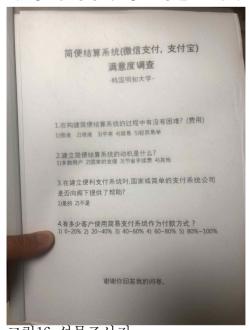


그림16 설문조사지

3. 원인 분석

본 팀이 최초 계획 방향으로 탐방 프로젝트를 진행하지 못한 원인은 크게 3가지로 분류해 볼 수 있었다.

- 1) 첫 번째, 설문조사를 이끌어낼 유도 장치를 준비하지 못했다. 가장 기본적으로 설문조사를 부탁할 때 그만한 유창한 중국어가 바탕이 되어야 하는데 그러한 팀원의 역량이 부족했다. 워낙 성조하나에 뜻이 달라지는 언어의 특성상 원활한 의사소통이 불가능하다는 것이 기본적인 문제라 볼 수있다. 또한 일반적인 설문조사처럼 설문조사 후에는 보상이 따라야 하는데 상품을 구매 후 설문조사를 진행하겠다는 안일한 사고가 존재했으며 이는 보상이라고 할 수 없었다.
- 2) 두 번째 원인으로는 설문조사에 응답할 수 있게 신뢰할 만한 조사자의 정보를 제공하지 못했던 것이다. 설문조사를 요구할 때에는 당연히 피조사자에게 조사자의 정보와 이 설문지의 결과가 어디에 쓰일 것인지 공개하는 것이 당연하지만 언어의 장벽에 의해 제대로 된 설명이 부족하였다. 이는 피조사자들에게 신뢰를 주지 못하고 이는 나아가 설문 조사의 거부감을 주는 원인이 되었을 것이라 생각한다.
- 3) 마지막 세 번째 원인으로는 본 팀이 대상자들의 상황을 미리 고려해 보지 않았다는 것이다. 상점, 가게, 등 대상자들에게는 생계의 전선이며 가장 바쁜 시간에 설문지를 작성하는 30초가 긴 시간이라는 것을 사전에 고려하지 못했다.

이러한 원인들은 설문 대상자들에게 설문조사에 대한 반감을 만들어 냈고, 설문조사 방법을 거절 당함으로 인해 설문조사 방법이 실패하는 결과를 낳게 되었다.

IV. 자유탐방 산출물 활용방안

- 4.산출물의 활용방안
- 1)위챗페이와 제로페이 비교
- ①접근방식(이용자 중심)

	위챗페이	제로페이(서울페이)
프레프 성데	단일 어플리케이션	서울시와 협약한 각 은행의
플랫폼 형태		결제 어플리케이션
플랫폼 접근 프로세스 (클릭 수/소요시간)	3회 클릭 / 6.2초	2회 클릭 / 8.5초
금액 충전 방식	위챗 어플 내에서 충전	각 은행 계좌에 있는
		금액으로 사용가능

②사용실태 (가게 중심)

	위챗페이	제로페이(서울페이)
가게 구축현황	100%	약 5%
이용률 현황	중국 간편 결제 시장점유율 약 40%	측정 불가, 5%미만 예상

2)위챗페이와 카카오페이 비교

①접근프로세스

	위챗페이	카카오페이
플랫폼 형태	단일 어플리케이션	단일 어플리케이션
플랫폼 접근 프로세스 (클릭 수/소요시간)	3회 클릭 / 6.2초	3회 클릭 / 6초
금액 충전 방식	위챗 어플 내에서 충전	카카오톡 어플 내에서 충전

②적용범위

	위챗페이	카카오페이
가게	약 100%	약 4.7%
		(17년기준 카카오페이
		가맹점 수 15만개/16년기준
		전체 가맹점 수 314만개)
대중교통	100%	0%
공용대여물품	공유자전거 100% 공유배터리 100%	공유자전거 0%

3)비교산출물 활용방안

①제로페이의 비교

- 위챗페이와의 비교 접근 방식

제로페이의 같은 경우 위챗페이와 플랫폼 형태부터 도입 접근방식도 다르기 때문에 직접적인 비교는 불가능했다. 하지만 이용자의 행동패턴을 변화시키는 관점에서는 매우 유사하다고 판단하기 때문에, 제로페이의 같은 경우 위챗페이가 어떻게 사용자를 유입시켰고, 그 사용자들이 어떠한 사용처에서 사용을 하고 있는지를 탐방하였다.

- 우리나라의 간편 결제 시스템 현황

제로페이는 현재 구축 중인 사업이다. 현재까지는 카카오페이를 포함하여 국내 간편 결제 시스템을 도입하려는 여러 기업들과 협약을 맺어 진행 중인 만큼 가맹점들의 유입은 그리 어렵다고 판단되지 않는다. 하지만 사용자들의 유입이 쉽지 않을 것으로 생각한다.

간편 결제 시스템의 가장 큰 적은 카드사용이다. 중국 같은 경우도 텐센트와 알리바바라는 두 거구의 회사가 중국인들의 지불수단을 간편 결제 시스템으로 바꾸려고 엄청난 돈을 할인형태로 뿌렸다.

현재 우리나라의 카카오톡이나 페이북 같은 간편 결제 시스템 기업들도 많은 할인을 실시하고 있는데 아직까지는 사용률이 저조한 편이라고 언론보도에서는 이야기한다.

- 제로페이의 구축 시 고려해야 할 사항

제로페이는 위와 같은 배경 속에서 지금처럼 소상공인 가게 구축에 집중해야한다. 또한 다른 간편 결제 시스템 기업들과 함께 결제를 통한 할인을 해주면서 사용자들의 지불방식을 바꾸는 시도를 해가야 한다.

제로페이는 소상공인들의 수수료 부담을 없애기 위함이 궁극적인 목적이기 때문에, 민간 기업들과의 협업은 물론이고, 실질적으로 사용자들이 바로 제로페이를 쓰게끔 해야 한다. 따라서 제로페이는 카카오페이가 페이카드를 발급하는 것과 마찬가지로 괜찮은 디자인을 가진 카드를 발급하여 사용자들이 사용하게끔 유도하는 방법도 취할 수 있다. 또한 페이카드를 발급하는 접근이 간편 결제시스템을 사용하도록 유도하는 기업들의 행동들에 반하지 않고 오히려 중간 다리 역할을 할 수 있을 것이라 생각한다.

②카카오페이와의 비교

- 카카오페이 사용 현황

카카오페이는 위에서 이야기한 것과 같이 중국의 두 큰 기업이 해왔던 방식과 유사하게 할인을 통해 사용자들을 유입시키고 있다. 하지만 중국과 우리나라가 배경적으로 다른 것이 사용자를 유입시키는 것에 있어 유일한 걸림돌이라 생각한다. 우리나라는 이미 카드사용이 활발히 이루어지고 있는 상태에서 간편 결제 시스템을 도입하는 단계를 거치고 있다. 반면에 중국은 카드사용도 있었지만 가게들의 카드리더기 도입의 어려움, 현금사용으로 잔돈 낭비의 이유로 간편 결제 시스템을 구축하는 단계를 거쳤기 때문에 할인을 통한 사용자의 행동을 변화시키기에 우리나라보다 용이했다고 생각한다.

- 카카오페이의 구축 시 고려해야 할 사항

카카오페이는 현재 구축하는 것처럼 할인을 해주면서 사용자 유입에 집중하는 것이 필요하다. 현재 거래금액의 양이 꾸준히 성장하고 있기 때문에, 별도의 파격적인 프로모션은 할 필요는 없다고 생각한다. 다만 카카오가 장기적으로 바라보았을 때 간편 결제 시스템의 적용 범위를 넓히는 수순을 밟아야 한다고 생각한다.

위챗페이는 공유자전거나 공유배터리, 대중교통, 택시까지 구축이 되어 있다. 하나의 간편 결제 시스템으로 사람들이 생활하는 반경 내 거의 모든 것들을 지불할 수 있다. 카카오페이는 가게지불 구축을 진행 중이다. 현재까지는 대중교통, 따릉이 같은 공유서비스 같은 경우는 구축이 되어 있지 않은 상태이다. 카카오페이는 장기적으로 보았을 때 대중교통이나 따릉이 같은 사람들의 생활반경 안에 있는 지불과정들에 카카오페이를 적용시켜, 사용자들의 유입을 유도해야 한다.