

긱 경제 자원 공급자의 경험과 미래 일자리 인식에 대한 질적 연구

A Qualitative Study on the Experience and Future Job Recognition of Resource Provider in the Gig Economy

박수경¹ 이봉규^{2*}
Soo Kyung Park Bong Gyou Lee

요약

공유경제가 활성화됨에 따라 공유의 대상은 유형자원을 넘어 시간, 경험, 전문지식과 같은 무형자원으로 확대되고 있다. 개인이 자신의 무형자원을 활용하여 일시적으로 플랫폼에 참여하는 현상은 '긱 경제'라 칭해진다. 긱 경제는 향후 새로운 일자리가 될 것이라는 긍정적인 전망이 존재하나, 이는 저임금 기반의 임시직이기에 진정한 일자리가 아니라는 부정적인 인식 또한 존재한다. 한국에서도 긱 경제 기반의 다양한 플랫폼이 등장하며 관련 시장이 급속하게 성장하고 있으나, 이와 관련된 학술적 논의는 매우 미미한 실정므로, 대부분 현상학적 논의에 그쳐있다. 이에 본 연구에서는 한국의 긱 경제 플랫폼에 참여하고 있는 자원 공급자를 대상으로 그들의 경험을 살펴보고, 이에 근거하여 미래 일자리 변화에 대한 인식과 시장의 바람직한 성장방향을 탐색하고자 한다. 본 연구에서는 연구의 대상을 재능공유 플랫폼으로 선정하고, 재능공유 플랫폼에 참여하고 있는 2명의 자원 공급자를 대상으로 예비조사를 실시한 후, 16명의 자원 공급자를 대상으로 심층 인터뷰를 수행하였다. 연구결과는 내용분석을 통하여 제시하였으며, 그들의 경험과 인식을 총 6개의 주제로 분류하여 제시하였다. 본 연구는 긱 경제에 대한 관심이 증가하나 해당 시장에 대한 체계적인 이해가 부족한 현 시점에서 자원 공급자들의 총체적인 경험을 심층적으로 탐색하고, 관련 시장 성장을 위한 제언을 수행하였다는 데에 의의가 있다.

☞ 주제어 : 긱 경제, 재능공유 플랫폼, 자원 공급자, 질적 연구, 심층 인터뷰, 내용분석

ABSTRACT

As the sharing economic market grows, the subject of sharing is expanding to intangible resources such as time, experience, and expertise. The phenomenon that an individual temporarily participates in the platform by utilizing own intangible resources is defined as a 'gig economy'. The gig economy has a positive expectation that can create new jobs, but also has negative warnings that it is only a temporary job based on low wages. The gig economy market is growing rapidly in Korea, however there are very few academic discussions. This study examines the experiences of resource providers in the Korean gig economic platform, and then explores future job changes based on the perception of resource providers. This study selected the subject of research as a talent sharing platform and conducted in-depth interviews with 16 resource providers. The results of the research were presented through content analysis, and their experiences and perceptions were classified into six themes. This study implies academic and practical significance in exploring in depth the overall experience of resource suppliers and in suggesting proposals for desirable successful market growth.

☞ keyword : Gig Economy, Talent Sharing Platform, Resource Provider, Qualitative Research, In-depth Interview, Contents Analysis

1. 서론

1937년 로날드 코즈(Ronald Coase)는 <기업의 본질(The Nature of the Firm)>에서 기업은 '거래비용 감소를 위한 조직'으로, 디지털화는 기업 거래비용 감소의 기회가 될 것이며 미래에는 고유 인력을 보유한 거대 기업이 불필요할 것이라 예측한 바 있다[1]. 로날드 코즈의 이러

한 예측은 '공유경제(sharing economy)'와 수요중심의 경제인 '온디맨드 경제(on-demand economy)'에서 하나의 현상으로 발견되고 있다. 일례로, 대표적 공유경제 기업인 우버(Uber)와 에어비앤비(Airbnb) 등은 각각 운수 서비스와 숙박 서비스를 제공하나, 기업 내부에 서비스 제공을 위한 고유 인력을 보유하고 있지 않다. 그들은 온라인 플랫폼으로 존재하며, 유휴자원을 공유하고자 하는 공급자와 수요자가 정보를 공유하고 대면 접촉할 수 있도록 정보를 조직화하고[2], 정보중개자(infomediary) 역할을 수행함으로써 이익을 창출한다.

개인들이 플랫폼을 통하여 자신의 유휴자원을 거래한

^{1,2} Graduate School of Information, Yonsei University, Seoul, 03722, Korea
* Corresponding author (bglee@yonsei.ac.kr)
[Received 11 January 2018, Reviewed 12 January 2018, Accepted 30 January 2018]

다는 공유경제 개념은 초기에 주로 자동차와 집과 같은 유형자원에 관하여 논의하였다[3]. 그러나 점차 시간, 경험, 전문적 지식, 재능 등의 무형자원을 포괄한 개념으로 확대되고 있으며[4], 무형자원 또한 유형자원과 같은 높이 공유가치를 발견할 수 있다는 주장이 제기되고 있다[5]. 특히, 무형자원 중 개인의 시간, 노동과 같은 자원에 관심이 집중되고 있으며, 이는 공유경제 특성에 따른 초단기 임시직에 대한 수요증가와도 맞물려 있다. 공유경제 기업들은 서비스 최종 공급을 위하여 유희시간을 보유한 개인을 일시적으로 고용하고 있다.

이러한 현상은 ‘긱 경제(gig economy)’라 칭해진다. 맥킨지(McKinsey)는 2025년까지 긱 경제가 창출하는 부가가치가 전 세계 국내총생산(Gross Domestic Product, GDP)의 2%에 해당하는 2조 7,000억 달러에 달할 것으로 전망하면서 약 5억 4천만 명의 인구가 혜택을 입을 것으로 예상한 바 있다. 미국을 중심으로 아마존 메케니컬 터크(Amazon Mechanical Turk), 태스크라빗(Taskrabbit)과 같은 플랫폼에 자원 공급자로서 참여하는 사람의 수가 많아지고 있으며, 이를 생계수단으로 사용하는 빈도도 높아지고 있다. 아마존 메케니컬 터크는 온라인 플랫폼 기업인 아마존이 마이크로(micro) 작업을 중개하는 서비스로 마이크로 작업이란 당분간 컴퓨터가 수행하기에는 너무 어렵거나 비싸거나 불가능한 작업을 의미한다[6]. 태스크라빗 또한 시간당 약 20~50달러에 반려견 산책, 페인트 칠 등의 마이크로 작업을 거래할 수 있는 맞춤형 일자리 P2P(peer to peer) 서비스이다. 최근에는 가사, 심부름과 같이 단순한 생활 밀착형 서비스에서 벗어나 변호사의 법률적 조언 서비스인 퀵리걸(Quick Legal), 영상통화를 통한 진료 서비스인 닥터온디맨드(Doctor on Demand), 메디캐스트(Medicast), 교육 플랫폼인 유데미(Udemy)와 같이 지식을 거래하는 서비스로 확대되고 있으며, 해당 시장도 지속적으로 성장하고 있다. 유데미에는 1,200만 명의 사용자가 등록되어 있고, 이 중 강사, 즉 지식의 공급자는 약 2만명 정도이며 그 중 수학수업을 통하여 2년만에 약 48억원의 수입을 올린 강사, 엑셀수업을 통하여 6억 원의 수입을 올린 강사 등이 이슈된 바 있다[5]. 국내에는 히든(Hidden), 탈잉(Taling), 커넥츠(Conects), 인텔네스트(Intelnest), 여가상자 등의 서비스가 존재한다.

긱 경제와 함께 관련 플랫폼에서 자신의 무형자원을 공급하는 사람의 수가 급속도로 증가함에 따라 많은 연구들에서 일하는 방식과 일의 미래가 변화될 것이라는 주장이 제기되고 있다[7],[8]. 그러나 관련 연구는 아직 초기단계로 긱 경제에 따른 고용방식의 변화를 소개하지

나[9], 긱 경제에 참여하는 사람들을 정확히 측정해야한 다거나[10], 법·제도적 측면에서 이들을 어떻게 보호해하는지에 대한 이슈 탐색이 주를 이루고 있다[11]. 공유되는 무형자원의 종류가 다양하나 이를 분류하여 접근하기 보다는 담론적 접근이 주를 이루고 있으며, 고용의 형태가 상대적으로 다양한 미국에서조차도 그 논의가 걸음마를 댄 상태라 할 수 있다[5]. 그리고 아직 그 관심은 서비스 수요자 확산에 맞추어져 있다. 일례로 Landberg(2017)는 긱 경제에서 무형자원을 공급하는 참여자를 기거(gigger)라 칭하며, 이들이 제공하는 재능이 잠재 수요자의 서비스 신뢰에 어떻게 신뢰를 형성하는가를 탐색한 바 있다[11].

그러나 해당 플랫폼이 양면시장(two-sided market)임을 고려할 때 시장의 성장을 위해서는 충분한 참여자와 콘텐츠 확보가 선결되어야 한다. 그러나 아직까지 무형자원을 공급하는 참여자에 대한 연구는 미미한 실정이다. 다양한 연구에서 이들을 기거 혹은 긱 워커(gig worker), 독립 계약자(independent contractor) 등 다양하게 지칭하고 있으며 통일된 명칭이 존재하지 않는다. 이에 본 연구에서는 이들을 자원 공급자(resource provider)라 정의하고, 그들의 경험을 파악하고 긱 경제와 미래 일자리의 변화에 대한 인식을 탐색하고자 한다. 본 연구에서는 논의의 대상을 전문 서비스로 선정하였다. 이는 전문 서비스가 가사 심부름과 같은 생활 밀착형 개인 서비스에 비하여 개인이 일을 찾는 방식과 경력을 개발하는 방식을 근본적으로 변화시킴으로써 미래 일자리 이슈와 직접적으로 직결될 수 있다고 판단되었기 때문이다. 그 대표적인 사례는 재능공유(talent sharing) 서비스이다.

본 연구에서는 IT 발전이 일자리에 미치는 영향에 대한 논의를 살펴보고, 실제 재능공유 플랫폼에 자원 공급자로서 참여중인 사람을 대상으로 질적 연구(qualitative research)를 수행함으로써, 그들의 경험과 인식을 파악하고자 한다.

2. 문헌 연구

2.1 긱 경제와 일의 미래에 대한 논의

2.1.1 개념 및 특성

역량을 갖춘 연주가가 공연에 맞추어 단기 계약을 하는 것을 의미하는 ‘긱(gig)’에서 유래된 긱 경제는 플랫폼을 통하여 수요자와 공급자가 쉽게 연결되면서 기업이

필요에 따라 단기 계약직이나 임시직으로 인력을 충원하고 그 대가를 지불하는 경제를 의미한다[13]. 그 결과 직업(職業)은 일거리를 통하여 단기간 연결되는 업(業)으로 대체된다는 주장도 제기되고 있다[14].

긱 경제는 과거로부터 존재해왔던 프리랜서(freelancer)가 초연결 평판 구조로 효율화된 것으로[14], 그 핵심은 플랫폼 기업의 존재에 있다. 미국 과학자연맹(Federation of American Scientists)과 미국 상무부(Department of Commerce)는 플랫폼 기업이 수수료(commission)의 형태로 수입료의 일부를 받으며 자원 공급자가 일정 기준 이상의 서비스를 제공하지 않을 경우 기업이 브랜드 관리를 위하여 계약을 파기할 수 있고, 수요자와 공급자가 상호 평가할 수 있는 시스템이 존재하며, 이들이 플랫폼을 배제하고 거래를 수행하지 못하도록 ‘고객과 우회적으로 만나서는 안된다는 조항(non-circumvention clause)’ 등을 통하여 통제를 수행한다는 점이 기존 프리랜서와의 차이점이라 주장하였다[15]. 즉, 기존에는 기업이 직접 채용하고 정식 계약을 맺은 내부 노동력을 기반으로 고객들에게 서비스를 제공하였으나 긱 경제에서는 기업이 수요에 따라 초단기 계약형태로 자원 공급자를 활용하고 있으며[9], 이 과정에 플랫폼은 공급자 및 수요자 그리고 그들의 관계에 적절히 개입하고 통제하고 있는 것이다.

2.1.2 IT의 발전과 일의 미래

IT의 발전은 노동 시간과 공간에 대한 전통적 개념뿐만 아니라 노동에 참여하는 방식 또한 근본적으로 변화시키고 있다. 향후에는 직업에 대한 인식도 변화하여 ‘한 우물’과 ‘평생직장’으로 대표되던 전통적인 직업 개념이 사라지고, 일생동안 갖는 일자리의 종류와 숫자도 자연스럽게 늘어날 것이며[16], 일에 대한 안정성보다는 수입의 안정성을 더 취하는 경향이 두드러지고, 근속 연수 또한 줄어들 것으로 예측되고 있다[5].

그러나 긱 경제의 영향에 대해서는 낙관적 견해와 비판적 견해가 동시에 존재한다. IT와 같은 기술의 발전이 사회와 노동에 어떠한 영향을 미치는가는 오랜 논의를 거쳐 왔다. 긍정적으로 보는 관점은 기술의 발전이 궁극적으로 계급갈등과 투쟁을 사라지게 함으로써 안정과 풍요의 시대를 이끌 것이라고 파악하나[17], 새로운 기술의 확장은 노동의 질을 저하시키고, 작업장에서 이루어지는 감시, 착취, 차별이 더욱 강화됨으로써 노동 공급자들에게 재앙이 될 것이라는 비판적 전망 또한 존재한다[18].

이와 유사하게 긱 경제를 긍정적으로 보는 관점에서

는 직장인이 루틴(routine)한 삶에 지칠 경우 긱 경제가 대안이 될 수 있으며 ‘슈퍼스타 고용인(superstar employee)’이 등장할 것이라 제시한다. 즉 긱 경제는 새로운 혁신과 기회가 됨으로써, 고용시장에 장기적으로 긍정적인 영향을 미친다는 것이다. 그러나 긱 경제가 창출하는 일자리는 대부분 비정규직 시간제 일자리이기에 영세한 자영업자에 그칠 것이라는 비판적 견해가 동시에 존재한다.

(1) 긱 경제에 대한 긍정적 예측

공유경제를 옹호하는 대표적 학자인 아룬 순다라라잔(Arun Sundarajan)은 공유경제를 ‘경제적 기회의 민주화(democratization of economic opportunity)’라 칭하며, 많은 이들에게 기회를 제공할 것이라 주장한 바 있다[19]. 이와 유사한 맥락에서 긱 경제를 긍정적으로 평가하는 측에서는, 누구나 유연하게 노동에 참여할 수 있기에 이는 많은 파급효과를 가지고 올 것이라 주장한다. 긱 경제의 유연한 고용모델은 전통적인 풀타임(full time) 일자리를 원치 않는 사람들을 유인할 수 있으며, ‘소득 창출의 벽(lower barriers to income generation)’이 낮기에[8], 비경제 활동인구를 노동시장으로 유입시킬 수 있다. 또한, 실업 또는 불완전 고용상태에 있는 전문직 종사자가 자신의 경력을 계속 발전시켜 갈 수 있으며, 다양한 전문가들이 특정 목적에 맞추어 단기간 협업이 용이해진다[14]. 풀타임 일자리를 보유한 직장인 또한 부가적인 소득 증대도 가능하다. 에어비앤비를 통해 방을 빌려준 소득으로 연금을 대체하고 프리랜서가 업워크(Upwork)를 통해 수입을 창출하는 것이 이에 해당된다[5].

긱 경제에서는 적은 자본으로 경제활동에 참여하거나 창업을 경험할 수 있으며, 플랫폼 고유의 검색 기능과 알고리즘(algorithm)을 통하여 일자리 발견과 매칭이 가능하다[5]. 개인이 일거리를 찾는 시간을 절감시킬 수 있으며, 특히 원격지 또는 사회적으로 취약한 지역에 있는 근로자나 소수민족이 익명성을 기반으로 안전하고 쾌적한 조건의 노동에 참여할 수 있게 된다[6]. 기업의 입장에서 쉽게 각국의 전문가를 찾을 수 있고, 활용할 수 있는 인적자원의 풀(pool)이 넓어지기에, 해외진출이 용이해지고 기업의 파괴적 혁신(disruptive innovation)을 증진시킬 수 있는 장기적인 이점이 존재한다[5]. 사회적으로는 특정 기술이나 능력에 대한 수급 불균형 완화가 가능하고, 노동생산성이 증대될 수 있다[13].

이와 같이 긱 경제를 옹호하는 측에서는 실업률이 낮고 실질 소득이 줄어든 경제위기 시대에 개인이 일자리

에 대한 안정성보다는 수입의 안정성을 더 추구하면서 특정 직업과 직장에 매달리지 않고 살아갈 수 있는 새로운 삶의 방식이라 주장한다[5].

(2) 긱 경제에 대한 비판적 예측

긱 경제에 대한 비판적인 예측은 로버트 라이시(Robert Reich)의 ‘부스러기 경제(scrap economy)’라는 용어로 함축된다. 로버트 라이시는 공유경제를 목돈(big money)은 플랫폼 기업에 들어가고, 남은 푼돈(scrap)만 노동자에게 돌아간다는 의미로 부스러기 경제라 비판한 바 있다. 긱 경제는 저임금 노동 기반이기에 개인에게 돌아가는 이익이 매우 적다[8]. 기본적으로 긱 경제는 근로 시간이 명확히 명시되지 않은 상태에서 디지털 기기를 통하여 호출을 받는 ‘호출근로 계약(zero-hours contract)’으로 적은 근로시간, 보상없는 대기시간과 저임금 문제가 존재한다[2].

높은 불안정성 또한 존재한다. 이들은 ‘디지털 프레카리아트(digital precariat)’라 칭해지기도 하는데, 이는 ‘precarious(불안정한)’과 ‘proletariat(프로레타리아)’의 합성어이다. 좋은 성과를 낼 경우 자신의 시장가치를 높일 수 있으나 그렇지 못할 경우 시장에서 도태되고[2], 기업으로부터의 고용 안정성 보장이 부재하기 때문이다[5]. 그리고 이들은 플랫폼 기업으로부터 상대적 약자의 위치에 존재할 가능성이 높다. 이는 ‘디지털 경제(digital economy)’ 개념이 대두된 이래 지속적으로 지적되어온 바로, 플랫폼은 ‘이용 가능한 거대한 양의 사회·문화적 지식을 포획하는 특수 매커니즘’으로 방대한 저고용(underemployed) 상태의 인간의 참여를 착취하는 것으로 인식되기도 한다[20]. 특히 긱 경제에서 이들은 ‘1인 기업’, ‘마이크로 사업가(micro entrepreneurs)’로 칭해지며 서비스 과정에서 문제 발생 시 플랫폼과의 책임소재가 모호하고, 결집되어 노동을 수행하는 형태가 아니기에 플랫폼으로부터 불공정 대우를 받을 경우 대응방안이 제한적이고[21], 플랫폼의 수수료 인상 등 비즈니스 정책 변경에 대응할 수 있는 체계적인 채널이 부재한 경우가 다수이다[13]. 특히 플랫폼 비즈니스는 네트워크 효과(network effect)가 존재하기에 특정 플랫폼이 시장지배적 사업자일 경우, 상대적으로 이들의 지위는 더욱 악화될 가능성이 존재한다.

법의 사각지대에 위치한다는 문제점도 존재하는데, 이들은 노동법 적용대상자가 아니기에 법의 보호 및 혜택을 받기 어렵다. 즉, 최저임금, 해고보호, 단체협약에서 제외되며, 일반 근로자에게 적용되는 건강보험, 고용보

험, 연금과 같은 4대 보험을 받을 수 없다. 그렇기에, ‘진정한 일자리’로 볼 수 없다는 주장도 존재한다[8].

2.2 긱 경제와 재능공유 플랫폼

살펴본 바와 같이, 공유 패러다임 확산과 온디맨드 서비스 활성화에 따라 긱 경제의 자원 공급자들은 더욱 증가할 것으로 예측되나, 이들의 지위나 미래 일자리 변화에 대한 인식은 서비스에 따라 상이할 수 있다.

이에, 본 연구에서는 논의의 대상을 전문 서비스로 한정한다. 자원 공급자가 자신의 경험, 전문적 지식, 재능 등을 활용하여 긱 경제에 참여하는 경우 일을 찾는 방식과 경력을 개발하는 방식을 근본적으로 변화시킴으로써 미래 일자리 이슈와 직접적으로 직결될 수 있다고 판단되었기 때문이다. 본 연구에서는 자원 공급자가 경험, 전문적 지식, 재능 등의 무형자원을 거래하는 것을 재능공유라 통칭한다[5].

자신의 경험이나 지식을 공유하는 재능공유 활동은 전통적으로 노동으로 인식되지 않았다. 그러나 IT의 발전에 따라 ‘정보적(informational)’이고 ‘문화적(cultural)’인 비물질적 상품을 생산하는 활동이 증가하고, 여가나 개인적 경험과 같은 사회적 경험들이 더 많은 자본을 생산하는 생산수단으로 인식됨에 따라 재능공유 활동이 주요한 노동으로 인식되고 있다[22]. 맥킨지는 재능공유 플랫폼의 성장이 2025년까지 유럽의 고용을 2.5% 가량 늘릴 것이라 예측하였다. 구체적으로 2025년까지 전 세계적으로 5억 4천 만 명이 재능공유 플랫폼을 이용하고, 이 중 2억 3천만 명의 미취업인구의 일자리 정보탐색기간이 단축되고, 2억 명이 추가 일자리를 확보할 것이라 예측하였다[5]. 대표적인 글로벌 재능공유 플랫폼은 업워크, 유데미, 옛시닷컴(Etsy.com)이 있으며, 업워크에는 매해 3백만 개의 업무 요청이 등록되고 있고, 거래액 규모는 약 1조 2천원정도로 추산되고 있다. 국내에는 히든, 탈잉, 커넥츠, 인텔네스트 등의 플랫폼이 존재한다.

3. 연구 방법

3.1 연구의 디자인

본 연구는 긱 경제의 재능공유 플랫폼에 참여하고 있는 자원 공급자의 경험과 인식을 깊이 있게 파악하기 위하여 구조화된 설문지 보다는 질적 연구가 유용한 것으로 판단하였다[23]. 질적 연구는 개인의 경험을 드러내기

에 적절한 연구방법이기에 특정 현상에 대하여 실제적인 통찰을 제공할 수 있기 때문이다[24]. 본 연구는 직접적 일차 정보원인 자원 공급자를 대상으로 심층 인터뷰(in-depth interview)를 통하여 자료를 수집하고 내용분석(contents analysis)을 수행함으로써 그들의 총체적인 경험을 심층적으로 탐색하고자 하였다.

3.1.1. 연구 참여자의 선정 및 자료수집

연구 참여자 선정은 질적 연구에 있어서 매우 중요하다. 질적 연구에서는 연구질문이나 주제에 대하여 보다 심층적인 내용을 도출하기 위하여 의도적으로 응답자를 선정하는 경우가 많기에[25], 본 연구에서는 자원 공급자로서 3개월 이상 참여하고 있는 사람을 대상으로 목적적 표본추출(purposive sampling)을 수행하였다.

3.1.2. 심층 인터뷰 절차

각 경제와 재능공유 서비스에 대한 문헌 연구를 선행한 후 2명의 참여자를 대상으로 예비조사를 실시함으로써, 국내에서 가장 많이 활용되고 있는 재능공유 플랫폼을 확인하고, 정보등록 및 수익배분 방식 등 연구대상에 대한 체계적인 이해를 선행하였다. 예비조사 결과 현재 가장 많은 자원 공급자와 수요자 그리고 콘텐츠를 확보하고 있는 플랫폼은 주로 20-30대 위주임을 확인하여, 참여자 구성 시 20-30대를 위주로 선정하였다. 이어, 참여자가 자원 공급자로서 재능공유 플랫폼에서의 활동을 평가하고 향후 이러한 활동이 자신의 생업이 될 수 있다고 생각하는지에 응답할 수 있도록 반구조화 된(semi structured) 인터뷰지를 작성하였다.

재능공유 플랫폼에 참여하고 있는 자원 공급자를 탐색한 후 인터뷰 목적을 설명하고 참여를 의뢰하였으며, 참여자 선정 시 특정 플랫폼의 사용경험으로 집중되지 않도록 하였다. 인터뷰는 2017년 10월부터 참여자가 선호하는 장소에서 대면 인터뷰로 시행되었으며 참여자의 일정 조율이 불가능한 경우 일부 참여자에 한하여 온라인을 통한 인터뷰를 병행하였다.

3.2. 자료의 분석

3.2.1. 연구 참여자의 특성

참여자는 만 20세 이상 50세 미만의 재능공유 플랫폼의 자원 공급자 16명으로 남성과 여성은 각각 43.8%,

56.2%이며, 연령대는 20대와 30대가 전체의 87.6%이다.

(표 1) 연구 참여자의 특성

(Table 1) Characteristics of Participants

코드	성별	나이	직업	콘텐츠	참여기간
A	남	36	프리랜서	글쓰기	1년
B	여	30	프리랜서	메이크업	2년
C	남	29	자영업자	시험준비	4개월
D	남	27	프리랜서	트레이닝	2년
E	여	23	대학생	시험준비	4개월
F	여	21	대학생	춤	6개월
G	남	34	회사원	데이터 분석	6개월
F	여	23	대학생	블로그 관리	3개월
I	여	23	대학생	글쓰기	7개월
J	여	25	대학생	메이크업	4개월
K	여	21	대학생	춤	1년 6개월
L	여	23	대학생	포토샵	4개월
M	남	31	자영업자	인테리어	1년 1개월
N	남	32	회사원	스타일링	1년 7개월
O	여	42	회사원	자기관리	1년 2개월
P	남	46	프리랜서	데이터 분석	5개월

이는 현재 재능공유 플랫폼이 주로 20-30대 위주라는 예비조사 결과를 반영한 것이며, 연령을 고루 분포시키기 위하여 40대 이상의 참여자를 탐색하였으나 그 수는 매우 적었다. 또한 20-30대는 향후 취업 및 이직을 경험할 가능성이 높은 연령대이기에 본 연구주제와 적합하다고 판단되었다. 응답자 평균 연령은 29.1세이며, 활용하고 있는 플랫폼의 평균 수는 1.68개, 평균 활동 기간은 약 10개월이다.

3.2.2. 연구의 신뢰성 및 타당성

수작업으로 질적 자료 분석을 수행할 경우 매우 번거롭고 그 신뢰성에 의문이 제기되기도 한다. 특히 내용분석의 경우, 데이터 수집 단계부터 결과를 해석하고 분석하는 단계 전반에 걸쳐 연구자의 주관적이 개입될 가능성이 높다[28]. 본 연구에서는 내용분석의 타당성 및 신뢰성 확보를 위하여 자료 입력 및 분석과정에서 NVivo 10을 활용하였다. NVivo는 근거이론(grounded theory)에 기반을 둔 소프트웨어로 질적 자료의 범주화 및 조직화가 단계적이며 효율적으로 이뤄질 수 있도록 지원한다. 이와 같이 내용분석 시 컴퓨터를 활용하면 오류 가능성을 최소화할 수 있기에 연구의 타당성을 증진시킬 수 있

다. 그러나 범주화는 결국 연구자의 판단에 의거하여 형성되기에 코딩작업을 거쳐 범주화된 결과를 동료 연구자 3인으로부터 조언을 받아 코딩 결과와 주제의 분류결과를 확인하고 수정함으로써 합의하는 작업을 거쳤다[29].

4. 연구결과

4.1 주제 1: 참여 동기

참여자들의 특성은 본 직업이 있는 경우와 그렇지 않은 경우로 구분 가능하였다. 직업이 있는 참여자는 해당 활동을 ‘본 직업의 홍보수단’, ‘부수입 혹은 재테크 수단’으로 활용하고 있었다. 불특정 다수에게 자신의 직업이나 콘텐츠를 소개할 수 있는 홍보수단으로 인식하고 있는 경우, 해당 활동을 일의 연장선으로 인식하고 있었다.

“저는 10년차 여행 작가예요. 72개국 310 도시가 넘는 지역을 여행했어요. 제가 보고 느낀 지역을 많은 사람들에게 소개하는게 직업이죠. 여행기자로 근무하다가 프리랜서로 있는데, 사람들과 소통할 수 있는 공간은 반드시 찾아야죠. 보통 매달 세계 각지로 출장가고 다녀와서는 에세이쓰고, 가이드북 만드는 등 여러 콘텐츠를 작성하는 게 제 일이기 때문에 (재능공유 활동도) 일의 연장이에요(참여자 A).”

수입이 불안정한 프리랜서의 경우 부업으로 활동에 참여한다고 진술하였으며, 회사원을 또한 자신의 본업과 상관없이 해당 활동을 ‘부업이나 재테크 수단’으로 인식하였으며, 동시에 ‘자기개발의 도구’로 인식하고 있었다. 이는 자신의 기존 수입이 기대치에 미치지 못하거나 경력개발이나 포트폴리오 마련을 위하여 사람들이 직 경제에 참여한다는 연구결과와 유사하다[7].

대학생 참여자의 참여 동기는 ‘자기 개발’, ‘좋은 아르바이트’, ‘스펙 쌓기’였으며, 대체적으로 이들은 자신의 재능을 살려서 돈도 벌고, 다른 사람을 도울 수 있는 활동이기에 참여하게 되었다고 하였다. 본래 일이란 금전적 보상이 그 주요한 동기로 작용한다[30]. 그러나 직 경제에서는 개인이 즐거움과 같은 내재적인 동기(extrinsic motivation)에 의하여 참여하는 경우가 많은 것으로 보고되기도 한다[31]. 이들은 활동과정에서 다소 비합리적이거나 부정적인 경험을 하게 되더라도 강제되지 않은(unimposed), 자발적이고 일시적 일이라 인식하기에[6], 활동의 대가가 충분하지 않거나 혹은 무급 노동(unpaid)

일지라도 즐겁게 인식할 가능성이 높은 것이다[20]. 또한 이들은 아르바이트와 달리 시간적 제약이 없고 현 최저 시급보다 보수가 더 나으며, 과외와 달리 과목이 정해져 있지 않다는 점을 장점으로 꼽았다. 이들은 향후 자신이 원하는 기업에 취업하기 위한 좋은 스펙(spec)으로 인식하고 있기도 하였다. ‘지인의 추천’, ‘재능공유 플랫폼의 광고’, ‘재능공유 플랫폼의 초대’에 의하여 해당 활동에 참여하게 되었는데, 특히 소셜 미디어에 대한 활용이 높은 세대인 만큼 플랫폼의 페이스북(facebook) 광고에 많은 영향을 받은 것으로 나타났다.

“제가 좋아하는 일을 하면서 돈을 벌 수 없을까 고민하다가 시작하게 되었어요. 유튜브에 제 춤 영상을 올리고 싶고, 혹시나 엔터테인먼트 기업에 취직을 하고 싶게 되면 그때는 좀 스펙으로 활용할 수 있을 거 같기도 하고..(참여자 K).”

“학교를 다니면서 아르바이트하기 버거웠어요. 그러다가 친구가 **에서 메이크업 튜터를 모집한다는 광고를 페이스북에서 보고 저를 태그 걸어서 알게 되었어요. 돈도 벌면서 내 장기를 발전시키자는 생각에서 시작하게 됐어요. 저는 학생이라 취미생활이고.. 가르치면서 제 실력이 늘길 바란 부분도 있었어요(참여자 J).”

4.2 주제 2: 재능공유 활동에 대한 전반적 평가

참여자들은 ‘부담 없이 활동가능’하고 ‘다양한 재능 활용가능’한 것이 해당 활동의 장점으로 인식하고 있었다. 부담 없이 활동이 가능하다는 것은 높은 이들이 높은 직무자율권(job autonomy)을 가지고 있다는 것을 의미한다. 직무자율권이란 일에 대한 계획 및 수행방법, 절차 등을 스스로 결정할 수 있는 충분한 자유와 독립성을 뜻하며[32], IT 의존도가 높은 직무일수록 직무자율권이 높다[33]. 참여자들은 플랫폼을 통하여 시·공간의 제약 없이 참여할 수 있기에 높은 직무자율권을 인식하고 있었다. ‘다양한 재능 활용가능’ 또한 직 경제의 장점으로, 직 경제에서는 전통적인 자본주의 시스템 시장에서 거래될 수 없었던 무형의 자원들이 거래될 수 있기 때문이다.

이에 반하여 단점은 ‘생각보다 적은 수요’, ‘낮은 가격’, ‘플랫폼의 수수료’였다. 참여자들은 재능공유 활동에 대한 대중의 인식이 높지 않기에 생각보다 수요가 적었으며 그 결과 체결률 또한 미미하였다고 응답하였다. 특히, 활동이 오프라인과 연계되어 있을 경우 장소 접근성

(대학교 근처나 역 주변)이 문의 및 체결률에 영향을 미친다고 응답하였다. 플랫폼 비즈니스는 네트워크 외부성(network externality)이 존재하며, 그 특성상 이용자의 숫자가 어느 수준의 임계치에 도달하여야 서비스의 가치가 증가한다. 그러나 이들의 진술을 보면, 국내 재능공유 플랫폼은 아직 초기단계인 것으로 파악된다.

“우선 사람들이 (재능공유 플랫폼을) 잘 몰라요. 그리고 지방이라 수요가 좀 적은 편이긴 했는데 장소도 영향이 있더라고요. 학교 주변에서 할 때는 그래도 한 달에 4~5명 정도는 수업을 했는데, 지금은 학교랑 좀 떨어진 데서 하나까 사람들이 더 모르기도 하고.. 지금은 일반인들한테 가끔 연락 오는 편이에요(참여자 D).”

또한 기부라는 인식이 존재하기에 활동에 대한 제 값을 받지 못하고 ‘낮은 가격’으로 거래된다고 인식하는 참여자도 존재하였다. 또한 직 경제의 특성상 자신의 자원을 기반으로 활동해야하기에 예기치 못한 비용이 발생하였다고 진술하였다.

“시급을 제가 정할 수 있다는 게 좋았어요. 근데 이게 우선 재능 기부라는 거에서 시작하기 때문에 가격을 손해 봐야하는 게 깔려있어요. 저는 가격을 그냥 시급으로 정했어요. 한 시간에 8천원으로 정하고 한 강의 당 두 시간이니깐, 1만 6천원이요(참여자 P).”

“저는 전문 아티스트가 아니어서 오롯이 저만 쓰는 제품들만 있었는데 누군가를 해주려면 제품들을 새로 구비해야 해서.. 생각지 못한 지출이 나갔었어요. 근데 다들 그만큼 받길래 (가격을) 못 올렸어요(참여자 J).”

또한 일부 참여자는 ‘플랫폼의 수수료’가 과하다는 불만을 표현하였다. 이들은 바람직한 적정 수수료에 대해서는 잘 모르겠다고 응답하였으며, 가격 책정 시 수수료를 고려하면 높게 책정해야하나 자신과 유사한 재능이 많아 가격을 올리는 것이 부담스럽다고 진술하였다.

4.3 주제 3: IT 활용에 대한 인식

재능공유 활동은 PC와 스마트폰 등을 통하여 이루어진다. 참여자는 재능공유 플랫폼에 자신과 자신의 재능에 대한 정보를 올리고, 메시지를 통하여 수요자로부터 실시간으로 연락을 받을 수 있다. 대면접촉 활동일 경우

온라인을 통하여 일정을 조율하여 오프라인에서 만나며, 서비스 수요자는 선택적으로 플랫폼에 리뷰와 피드백을 작성한다. 이 과정에 대하여 참여자는 ‘시·공간의 제약 없는 연결’, ‘정보 확인의 용이성’, ‘빠른 피드백’, ‘불특정 다수와의 소통가능성’을 장점으로 인식하였다.

“시간과 장소를 가리지 않고 할 수 있는게 너무 편해요. 다른 아르바이트 같은 경우는 고정된 시간과 장소에 제가 가야하지만 이 활동은 버스 안에서도 할 수 있어서 유동적인 게 장점이에요. 그러니까 바로바로 피드백이 오갔고, 그래서 관리가 수월했어요(참여자 E).”

“좋은 점은 스마트폰 검색으로 간편히 결제와 수업 신청이 가능하다는 거예요. 그냥 온라인으로 물건 사듯이.. (**에) 정보를 올리니까 주변 학교 학생들이 카톡으로 연결되기 시작했어요. 컨택 과정까지 시간이 많이 걸리지 않았고, 어렵지도 않았어요(참여자 B)”

그러나 ‘플랫폼에 의한 종속성’, ‘시도 때도 없는 문의’, ‘자신의 정보 공개에 대한 두려움’, ‘깊이 있는 소통의 불가’를 단점으로 인식하였다. 시장 초기단계이기에 참여자들은 플랫폼에 의한 부정적이거나 불합리적인 경험 사례가 적었으나, 참여자들은 플랫폼에서의 노출과 평판이 자신의 수익과 직결된다는 사실을 잘 인지하고 있었다. Fiesler, Bucher, and Hoffmann(2017)에 따르면 시장 지배적인 플랫폼이 존재할 경우, 플랫폼은 다소 강한 권한을 가질 가능성이 존재하며 이러한 경험을 한 참여자들은 플랫폼을 ‘돈 버는 기계(money-making machine)’, ‘착취자(exploiter)’, ‘필요악(necessary evil)’, ‘신뢰할 수 없는 파트너(untrustworthy partner)’와 같이 부정적으로 인식하기도 한다[6].

“처음 **에서 저를 메인에 올려주셔서 생각보다 수강 신청이 많이 들어왔어요. 지금은 메인에서 내려가서 간간히 들어옵니다. **에서 메인에 노출시켜 줄때는 하루 8건 넘게 문의 온 적도 있었고, 하루 평균 5건 정도 신청 해주셨는데, 지금은 이들에 한번, 3일에 한번정도? 편차가 많이 나죠(참여자 H).”

참여자들은 플랫폼에서 상위에 노출되기 위해서 수요자와의 응답률을 관리해야한다고 진술하였다. 그리고 그 결과 해당 활동과 일상생활이 분리되지 않는 것 같다는 스트레스가 존재하였다. 이는 업무의 상당부분이 IT로

처리되는 근로자들에게서 관찰되는 각성 상태(state of arousal)로, 테크노스트레스(technostress)라 칭해지기도 한다. 본래 테크노스트레스는 병리심리학 분야에서 처음 등장한 용어로, 직무와 관련된 IT 사용과정에서 유발되는 스트레스이다[34]. 특히 IT의 높은 연결성과 익명성에 의하여, 개인의 업무가 과부하(work overload) 되거나 프라이버시 침해(invasion of privacy)를 받을 때 테크노스트레스 요인(stressor)으로 작용할 수 있다[35].

“문의가 아무 때나 와서, 그게 좀. 근데 또 응답률이랑 체결률 이런 거 생각하면 응답 시간이 중요하니까.. 피드백 시간은 정해진 규칙은 없지만 피드백까지 걸리는 시간이 (**사이트 내) 제 정보에 뜨기 때문에 최대한 빨리 응답하려고 해요. 들어오면 바로바로 대답해주려고.. 이 일이 딱 업무 시간이라는 게 없잖아요(참여자 M).”

또한 이들은 플랫폼을 통하여 자신의 정보가 공개되고, 누구나 열람이 가능한 것에 대한 우려를 표현하였다. 특히 대면접촉 서비스의 경우 수요자와 오프라인에서 만나서 수업을 진행해야하나, 상대에 대한 정확한 정보가 존재하지 않아 두렵다고 진술하였다. 온라인을 통한 개인과 개인의 거래가 주를 이루는 공유경제에서는 필연적으로 불확실성이 존재하기에 신뢰가 매우 중요한 개념으로 논의된 바 있다[36]. 본래 신뢰란 “나를 위협하게 할 수도 있는 거래 상대방이 통제나 감시가 없이도 나에게 진실되게 행동할 것이라고 믿는 정도”로[37], 거래를 수행하고 장기적 관계를 형성하는데 있어 가장 중요한 요인이다. 이에, 공유경제 플랫폼 기업들은 공급자와 수요자로 하여금 SNS ID, 휴대폰 번호, 이메일 등의 정보를 등록하게 하여 거래 상대방에 대한 신원을 보장하는 등 신뢰도를 높일 수 있는 다양한 장치를 마련한 바 있다. 참여자 L의 진술은 향후 플랫폼 사업자가 참여자의 정보보호와 참여자와 수요자간의 정보의 비대칭성(information asymmetry)문제를 해결해야함을 시사한다.

“(제가 활동했던) **의 경우 저는 제 사진과 재학 중인 학교 등 개인정보가 필수로 있어야했어요. 이 정보는 밖으로 노출되어 누구든지 볼 수 있어요. 근데 수강생은 익명이라 저는 상대방이 누군지 알 수 없어요. 프로필 사진이 없는 경우 상대의 말만 믿고 판단해야 하는데 실제로 좀 의심스러운 경우가 생겨도 어쩔 수가 없어요. 사람들이 가끔 프로필 사진 보고서 이상한 의도로 접근해도 막을 방도가 딱히 없어요. 나이랑 직장인인지 아닌지도 그

사람이 말하는 것만 듣고 믿어야하는데.. 말이 앞뒤가 안 맞는 사람도 많고.. 일단 무조건 만나는 게 목적인 사람도 있어요. 수업이랑 상관없이 취미가 뭐냐고 물어보고, 개인적인 거 질문하고. 한 분이 되게 집착하면서 언제 만나냐고 계속 메시지 와서 무서워서 그분 때문에 (재능공유 활동을) 아예 접었어요(참여자 L).”

4.4. 주제 4: 참여자의 전략

참여자들의 전략은 크게 ‘콘텐츠’, ‘노출’, ‘가격’으로 분류할 수 있다. 첫째, 이들은 플랫폼에서 선택받기 위하여 자신의 콘텐츠에 대한 ‘차별성 강조’, ‘전문성 강조’, ‘친근감 강조’를 수행하고 있었다. 참여자들은 자신의 경험을 토대로 암묵지(tacit knowledge)를 공개하는 등 ‘차별성 강조’를 하거나, 자신의 재능과 관련된 실무 경험을 최대한 강조하는 ‘전문성 강조’, 온라인을 통하여 연결되기에 수요자로 하여금 콘텐츠와 참여자에 대하여 부담없이 접근할 수 있도록 ‘친근감 강조’의 전략을 가지고 있었다.

“사람들은 자신이 가진 정보를 알려주는 것은 무기를 잃는 것과 같다고 생각하여 잘 전달해주지 않죠. 저는 제가 가진 무기들을 나눠주려고 했는데, 특히 부동산은 정보 하나하나가 수입과 연결되어 있어요. 저는 그 노하우를 가감 없이 공개했어요. 이를테면 초보자들은 부동산을 시작하면서 모든 것이 다 궁금하겠죠. 원룸을 장사하려면 매물을 확보해야하는 데 어떻게 하는지, 계약서는 어떻게 쓰는지, 오피스텔 매매는 어떻게 하는지, 공인중개사 연봉은 얼마나 되는지, 이런 것들을 이야기해주니까 사람들이 엄청 좋아하더라고요(참여자 C).”

참여자들은 플랫폼에서 자신이 매력적으로 보이기 위하여 잘 ‘노출’되는 것이 중요하다고 진술하였다. 이들은 자신의 이력을 잘 보여줄 수 있으며 시선을 끌 수 있는 사진과 문구를 적극적으로 활용하고 있었으며, 플랫폼에서의 높은 노출 순위와 평판 확보를 위하여 ‘리뷰 확보하기’ 전략을 가장 많이 사용하고 있었다. 특히, 활동 초기에 좋은 리뷰를 받는 것을 중요시 여기고 있었으며, 이를 위하여 참여자들은 수업료 결제 시 좋은 후기를 부탁하거나, 후기를 작성할 경우 할인 혜택을 제안하는 등의 전략을 가지고 있었다. 그러나 다음의 진술에서 보듯이 어느 정도 플랫폼에서 거래가 성사된 후에는 플랫폼을 우회하는 모습을 보이기도 하였다.

“아는 친구 한명도 **를 통해서 (수업을 신청하게) 했어요. 초기에 인원 올리려고요. **를 통하지 않고 따로 수업받길 원하는 분들이 있었어요. 그러면 곤란하다고 했죠. 근데 몇 번 한 분들은 나중에는 ** 통해서 연장을 안 하고 바로 입금하고 하시더라고요. 어느 정도 운영이 되고 나서는 그냥 직접 받는 방식이 좀 더 낫더라고요. 처음 소개로는 좋은 거 같은데 수업하고 어느 정도 친분이 생기면 **를 이용하지 않게 됐어요(참여자 D).”

아직 국내 재능공유 플랫폼에서는 참여자의 활동을 평가하여 지위를 부여하는 전략을 사용하지 않고 있으나, 이는 참여자가 플랫폼을 우회하는 기회주의적 행동을 예방할 수 있는 전략이 될 수 있다. 일례로, *Deng & Joshi(2013)*에 따르면 아마존 메케니컬 터크는 참여자의 참여행태를 평가하여 엘리트 그룹(*elite group*)을 선정하고 마스터(*master*) 자격을 부여하였는데 그 결과 참여율 및 업무수행의 효율성이 높은 쪽으로 변화하였다[7]. 이는 플랫폼에서 자신의 평판을 쌓고 인정을 받는 것이 참여자로 하여금 자신의 수익 잠재력을 높일 수 있는 수단으로 인식되었기 때문이며, 기회주의적 행동을 통제하는 메커니즘으로도 작용할 수 있음을 시사한다.

‘가격’의 경우, 참여자는 유사한 재능을 공유하고 있는 다른 참여자의 가격을 보고 가격을 설정하고 있었으며, 최저입금을 고려하거나 평균 가격을 확인하여 설정하였다. 2시간 수업을 기준으로 평균 2만원을 받으며, 수업 당 3만 5천원이 넘어가는 경우 신청률이 저조한 것으로 인식하고 있었다.

4.5 주제 5: 생업으로의 활용 가능성

앞서 2장에서 살펴보았듯 직 경제는 개인이 특정 직업과 직장에 얽매이지 않고 살아갈 수 있는 새로운 삶의 방식으로 인식되고 있다[5]. 재능공유 활동이 추후 자신의 생업이 될 수 있는가에 대하여 참여자들은 각기 다른 반응을 보였다. 긍정적으로 응답한 참여자들은 대부분 프리랜서나 자영업자로 현재 유사한 삶의 방식을 택한 사람들이었다. 이들은 향후 평생직장의 개념은 사라지고 일하는 방식이 변경될 것이라 예측하면서, 미래가 불안정하긴 하지만 자신의 삶에 대한 통제가 가능하다는 것을 장점으로 제시하였다.

“사무실에 있을 땐 고정 수익이 발생합니다. 하지만

나오게 되면 모 아니면 도입니다. 다시 말해 대박 아니면 쪽박이죠. 정확한 답변은 불안정한 미래라고 할 수 있겠네요. 제가 어느 회사에 매인 몸이 아닌지라 늘 불안한 것은 사실입니다. 그래도 제 시간을 마음대로 쓸 수 있고, 가족과 보낼 수 있는 시간도 많아졌어요(참여자 A).”

재능공유를 생업으로 할 수 있기 위해서는 공통적으로 재능의 종류가 중요하다고 응답하였다.

“제가 가진 재능을 더 발전시키면 가능하다고 생각해요. 근데 같은 분야의 수업이 여러 개가 있는 경우가 많은데 그 중에서 돋보이기가 힘든 편이라.. 생업으로 하려면 콘텐츠가 중요할 거 같아요. 숙된말로 시장에서 먹혀야 하는 활동이어야 수익으로 이어져요(참여자 M)”

“자신만의 특별한 무기가 있다면 가능하고 봅니다. 초보자들을 대상으로 그들의 궁금증을 해결해줄 수 있다면.. 또 그것이 남들과 다르며 분명히 도움이 되는 노하우라면 가능하다고 생각합니다. 초보자는 매년 생기니까요(참여자 C).”

생업으로 어렵다고 보는 입장의 다수는 회사원이거나 대학생인 참여자들로, 현재 재능공유 활동을 부업, 재테크 혹은 아르바이트의 개념으로 접근하고 있는 참가자들이다. 이들은 재능공유 활동이 수입이 불안정하고, 권리의 보장이 되지 않고, 아직은 생소한 개념이기에 생업으로는 우려스럽다고 진술하였다.

“직업으로 삼기엔 불안정한 느낌이 커요. 지방 사람들은 개념도 생소한 분들이 많은 거 같아요. 저는 다달이 **사이트와 계약하는 식으로 진행하는데 그쪽에서 원하지 않으면 수입이 뚝 끊기는 거라 이게 좀 낯설고 불안하더라고요(참여자 E).”

이와 유사하게 참여자들은 낮은 수입과 예측할 수 없는 소득흐름에 대한 우려로 이를 생업으로 간주하지 못하는 경우가 많으며, 직 경제 참여를 통하여 기존 풀타임 직업의 소득원을 보충하는 경향을 보인다[7]. 본 연구의 참여자의 진술과 같이, 직 경제는 향후 매력적인 삶의 방식이 될 수 있으나 불안정성이 가장 높은 장벽이기에, 이를 보완할 수는 자신만의 차별적 자원이 뒷받침되어야 한다. 또한 생업으로 선택 시에는 *Fiesler et al(2017)*의 주장과 같이, 특정 플랫폼에 종속됨으로써 취약해지지

않기 위해서 다양한 소득원을 추구하는 것이 바람직할 수 있다[6].

4.6 주제 6: 참여자로서의 요구사항

참여자들은 자신의 경험에 대하여 진술하면서 자신의 서비스 공급 환경 개선과 생업으로의 연계 가능성을 위하여 자신들이 바라거나 중요하다고 생각하는 것들을 이야기하였다. 이는 ‘플랫폼의 역할’, ‘참여자의 역할’, ‘법·제도적 요구’로 분류할 수 있다.

먼저 플랫폼에 기대하는 역할은 ‘적절한 개입’, ‘적극적인 홍보’, ‘투명한 운영’으로 축약할 수 있다. ‘적절한 개입’이란 사고를 방지하기 위한 ‘거래 상대에 대한 신뢰 검증 수단’, ‘거래를 보호할 수 있는 수단’이 마련되어야 하며, 서비스의 장기적인 발전을 위하여 참여자의 ‘재능과 경력 등을 검증하는 수단’ 또한 마련되어야 한다는 것이다. 신뢰가 공유경제의 화폐라는 주장이 존재하듯[38], 각 경제의 활성화를 위해서는 거래 주체간의 불안감을 해소할 수 있도록 거래 및 거래대상에 대한 신뢰확보가 매우 중요하며 이를 위한 플랫폼의 적절한 관리·감독의 역할이 필요하다고 인식하고 있었다.

“수강자의 개인정보도 확인되어야 해요. 제가 제 사진을 올려야한다면 수강자 역시 올려야죠. 다양한 사람이 있는 만큼 수업과 지나치게 동떨어진 이야기가 오간다면 제재할 수 있는 방안이 있어야 해요. **은 처음 알선비만 제외하면 남은 금액은 수강생이 바로 주는 형식인데, **이 확실하게 돈을 받아놓고 있다가 넘겨주는 것도 아니고 들판에다가 돌을 던져놓는 기분이었어요. 수강생이 돈은 맨 마지막에 준다고 하고 잠수를 타면 돈을 못 받으요. 반대로 맨 처음에 돈을 줬는데 수업 질이 떨어지는 경우라도 있겠죠. 그럴 때 (플랫폼이 하는) 역할이 너무 작아요. 업체 측에서는 정말 연결과정에만 관여하고 수업장소나 형식, 연결 후의 소통과정에는 관여를 전혀 안하기 때문에 서로 악용할 수 있어요.. 수업이라는 것만 짚을 뿐 신원 미지의 사람을 만나는 건데..(참여자 L)”

참여자들은 플랫폼의 ‘적극적 홍보’가 뒷받침되어야 한다고 진술하였는데, 한 참여자는 지금까지 다양한 유사 플랫폼에서 자원 공급자로 참여하였으나 해당 비즈니스가 갑작스럽게 종료되는 경우가 많았다고 안타까움을 드러냈으며, 이는 일반 대중의 인식이 부족하여 전반적인 수요가 적기 때문이라고 파악하였다.

“(재능공유 플랫폼에 대한) 광고가 잘 안 되고 있어서.. 제가 여러 업체와 일을 해봤지만 오래 못가고 망하는 경우가 태반이에요. 이렇게 사라지면 그 안에 쌓아놓은 리뷰며 수업자료 이런 것들이 너무 아깝죠.. 마케팅 부분만 잘 된다면 (생업으로도) 가능할거 같은데 생각보다 배우고 싶어 하는 분들은 많은데 정보가 없어서 못 배우는 분들이 많아요(참여자 B).”

참여자들은 플랫폼의 ‘투명한 운영’이 요구된다고 진술하였는데, 이는 수수료와 플랫폼 내 정보의 개방과도 관련이 있었다. 특히 다른 참여자의 정보를 볼 수 없고 수요자와의 연결 시에도 플랫폼을 통해야 하는 폐쇄적인 플랫폼을 사용하였던 참여자는 다음과 같이 진술하였다.

“요즘 이런 사이트들이 많아지고 서로 경쟁도 심해지는데, 좋은 현상이라고 생각해요. 저는 **의 방식이 좀 이해가 안됐어요. **에서 (정보를) 투명하게 공개하지 않는다는 생각이 들었어요. 제한된 연락 오는 사람이 진짜 사람이 맞나. 가끔은 ** 사람들 같았어요. 그냥 나를 찢러보나 싶기도 하고.. 제 정보를 어떤 사람들이 관심을 갖았는지 몇 명이 클릭했는지 이런 것도 알고 싶은데 그게 좀 불만이었죠.. 그런 곳은 사람들이 점점 안 찾겠죠. 사이트가 좋아지면 저 같은 사람들은 다양한 사이트에서 자기 시간을 분배하기 열심히 할거 같아요. 점차 그러면 전체적으로 퀄리티도 좋아지겠죠(참여자 M)”

Cheng(2014)은 플랫폼 기반 비즈니스에서는 공정한 업무를 위한 데이터의 투명성이 매우 중요하다고 주장한 바 있다[8]. Fieseler et al(2017) 또한 플랫폼의 장기적 발전을 위해서는 보상 및 보상할당의 분배 공정성(distributive fairness), 정식 정책 및 절차상의 공정성(procedural fairness), 상호작용 공정성(interactional fairness)이 중요하다고 강조하였다. 일반적으로 각 경제 참여자들은 플랫폼이 초단기 임시직에 대하여 책임감 있게 행동할 것이라는 기대가 적기에, 더욱 건전한 거래 프로세스를 보장하는 플랫폼으로 쉽게 이동할 가능성이 매우 높다[6]. 이는 각 경제 플랫폼이 폐쇄성을 지양하고 장기적으로는 데이터와 운영의 개방성을 기반으로 운영해야함을 시사한다.

참여자의 역할에 대하여 강조한 진술들은 ‘적절한 홍보’, ‘전문성 개발’, ‘자기 관리’가 필요하다고 하였다. 대부분의 참여자들은 플랫폼 내에서의 성공은 자신에게 달렸다고 인식하고 있었으며, 플랫폼 내에서도 상위 혹은

메인에 노출되지 않으면 수익이 미미하기에 자신을 다양한 방식으로 홍보하는 노력과 수요자가 관심을 가질만한 콘텐츠와 커리큘럼을 자신의 전문성에 기반하여 지속적으로 개발해야 한다고 주장하였다. 일부 참여자는 ‘자기 관리’의 중요성을 진술하였는데, 풀타임 근로가 아니기에 자기 스스로 시간 관리와 재정 관리를 수행해야함을 강조하였다.

“스스로 자기 시간을 관리할 수 있어야합니다. 시간을 관리하고 예산도 관리할 수 있어야하죠. 수입이 시기를 타요. 그리고 트렌드도 타구요. 전반적인 포트폴리오를 스스로 세울 줄 알아야하죠. SNS도 보고 사람들이 무슨 콘텐츠를 좋아할까 계속 공부해야하죠(참여자 P).”

본 인터뷰의 참여자들은 성공적인 서비스를 위한 ‘자기 관리’ 만을 진술하였으나, 자신의 복지와 웰빙(well being)을 위한 자기 관리 또한 매우 중요하다. 풀타임 근로자들은 회사 인프라에 의존하여 복지를 해결하는데 반하여 각 경제의 자원 공급자들은 자신의 복지에 대한 책임을 전적으로 본인에게 가지고 있기에 자신을 취약하게 만들 가능성이 높다[8]. 따라서 스스로 복지에 많은 관심을 가질 필요성이 존재한다. 아직 국내 시장이 초기단계이고 그 규모가 크지 않기에 이와 관련된 이슈는 적으나 향후 국내 관련 시장이 더욱 발전하면 태스크래빗이 자원 공급자에게 보험 환입과 회계 서비스를 제공하고, 리프트(Lyft)가 건강 보험을 제공하는 전략을 제시하였듯이 플랫폼과의 상생 방안이 제시될 수 있다[5].

이외에 참여자들은 ‘법·제도적 요구’와 관련된 요구사항을 제시하였으나, 그 정도는 미미하였다. 법·제도적으로 자신들에 대한 보호가 필요할 것 같다는 막연한 진술하였고, 구체적인 방안을 질문하였을 때는 추상적인 답변만을 하는 경향을 보였다. 이는 아직 시장 초기 단계이기에 과세 등의 이슈가 적고 공유경제와 달리 기존 시장과의 마찰이 직접적으로 드러나지 않고 있기에, 참여자들이 주요한 이슈로 인식하지 못하고 있는 것으로 생각할 수 있다.

5. 결 론

본 연구에서는 각 경제에 대한 관심이 증가하고 있는 현 시점에서 해당 시장에 참여하고 있는 자원 공급자의 경험을 살펴보고 일자리의 미래를 탐색하고자 하였다.

이를 위하여 먼저, 문헌 연구를 통하여 각 경제와 일의 미래에 대한 인식을 검토하였으며, 이는 IT의 발전과 일자리에 대한 전통적 논의와 그 맥락이 달아 있었다. 각 경제하의 노동은 업무시간과 노동환경, 업무 방식을 스스로 정할 수 있기에 유연성이 보장되나, 저임금의 문제가 존재하고 법의 보호 및 혜택을 받지 못하기에 진정한 일자리로 볼 수 없다는 견해도 존재하였다. 각 경제에 참여하고 있는 자원 공급자 16명에 대한 인터뷰 결과 이들은 자신의 본 직업에 따라 각 경제에 참여하고 있는 방식이 상이하였으며 인식 또한 상이하였다. 인터뷰 결과는 내용분석을 통하여 참여동기, 재능공유 활동에 대한 평가, IT 활용에 대한 인식, 전략, 생업으로의 가능성, 요구 사항과 같은 6개의 주제로 제시되었으며, 본 연구의 주요 연구 질문이었던 일자리의 미래에 대한 논의는 다섯, 여섯 번째 주제와 연관이 있다. 실제 각 경제 플랫폼에 참여하고 있는 자원 공급자들은 아직까지는 부수적인 일자리, 즉 부수입을 올릴 수 있는 통로로 인식하고 있었으며 기존 연구들이 이야기하듯 일의 미래 즉, 생업이 되기 위해서는 자신의 경쟁력이 중요하며, 이를 위해서는 플랫폼의 보조, 그리고 홍보나 자기개발 등이 뒷받침되어야 한다고 인식하고 있었다.

각 경제는 플랫폼 기반 비즈니스이기에 초기 시장 형성을 위해서는 공유되는 자원의 양적 확보가 선결되어야 한다. 이를 위해서는 다양한 자원 공급자를 시장으로 끌어들이기 위한 플랫폼의 노력이 필요하다. 본 연구결과는 플랫폼이 자원의 수요자와 공급자간의 정보의 비대칭성 문제를 해결하고 건전한 거래 프로세스를 보장하는 중재자(arbitrator)의 역할을 수행해야 함을 시사한다. 기존의 자원 공급자들이 플랫폼을 이탈하지 않고 자원을 지속적으로 공급하게 하기 위해서는 적절한 보상과 지위의 부여 등의 전략이 유효할 것이라 사료된다. 또한 각 경제도 공유경제와 마찬가지로 신뢰가 가장 중요한 매커니즘으로 작용할 것이기에 신뢰를 구축할 수 있는 다양한 장치를 고민하고 마련해야한다.

자원 공급자는 각 경제에서는 자신에 대한 신뢰나 평판이 중요한 사회적 자산이 될 수 있음을 인식하고, 이를 체계적으로 관리해야한다. 또한 이들은 특유의 업무 환경에 기인한 테크노스트레스를 받을 수 있으며, 본인의 복지를 스스로 책임져야하기에 취약한 노동환경에 직면하게 될 가능성이 존재한다. 또한 단일 플랫폼만을 사용할 경우 플랫폼에 종속될 가능성이 존재한다. 따라서 이러한 부작용들을 최소화하기 위한 관리가 필요하다. 소득원을 다각화하는 전략을 취하거나 자원 공급자들이 모

여 집단적 목소리를 낼 수 있는 창구를 마련하는 것도 하나의 방안이 될 수 있다.

아울러, 법·제도적 요구사항은 다소 진술빈도가 낮았으며 그 내용 또한 추상적이었으나, 이는 아직 시장 초기 단계이기에 표면적으로 드러나는 갈등의 사례가 적기 때문인 것으로 사료된다. 그러나 향후 시장의 성장에 따라 이들의 지위를 법·제도적으로 어떻게 정의내리고 보호할 것인가에 대한 이슈가 지속적으로 대두될 것이며, 공유 및 거래 과정에서 문제 발생 시 이에 대한 대응 체계나 보상 체계에 대한 논의 필요성도 증대될 것이다.

본 연구는 최근 한국에서는 재능공유 플랫폼이 한국의 저성장 국면을 돌파할 수 있는 대안적 일거리가 될 수 있다는 긍정적인 기대감이 존재하기에[5], 논의의 명확성을 위하여 분석 대상을 전문 서비스인 재능공유 플랫폼으로 선정하였다. 그러나 본 연구에서는 연구 참여자 수가 다소 적다는 한계가 존재한다. 향후 연구에서는 심층 인터뷰 참여자의 양적이 확대뿐만 아니라 가사나 심부름과 같은 개인 서비스에 참여하는 자원 공급자로 연구의 대상을 확장할 수 있을 것이다. 이 경우 전문 서비스의 참여자와는 다른 참여 동기나 생업 가능성에 대한 인식이 도출될 수 있으며 이에 따른 비교분석도 흥미로울 것이라 사료된다. 또한 본 연구는 Nvivo 10을 통하여 연구결과를 제시함에 있어서 양적인 표기를 병기하지 않았으나, 향후의 비교분석에서는 양적인 비교를 병기한다면 조금 더 체계적인 연구결과를 제시할 수 있을 것이라 생각된다. 본 연구는 유형자원에 비하여 무형자원의 공유와 거래에 대해서는 상대적으로 많은 논의가 진척되지 않았으며, 특히 긱 경제에 대한 관심이 증가하나 이에 대한 학술적인 논의가 부족하다는 문제의식에서 출발하였다. 본 연구는 관련 시장 및 참여자에 대한 깊이 있는 탐색을 수행하였다는 데에 그 학술적 의의가 존재하며, 본 연구의 결과는 관련 시장 및 참여자에 대한 이해를 수행하고, 전략을 수립할 수 있는 기초자료가 될 수 있기에 실무적 시사점을 갖는다.

살펴 본 바와 같이, 긱 경제는 지리적 한계를 뛰어넘는 온라인 플랫폼을 기반으로 거대한 글로벌 인력 시장을 창출하게 될 가능성이 많다. 긱 경제는 전업주부나 은퇴자들이 노동시장에 재진입할 수 있는 기회를 제공해줄 수 있고, 기존 일자리를 보유한 사람에게는 소득 증대나 수입원을 늘릴 수 있는 기회가 될 수 있다. 그러나 동시에 비정규직이나 임시직을 늘려 고용의 질을 떨어뜨릴 수 있는 문제점이 존재한다. 따라서 긱 경제를 새로운 형태의 일자리이자 기회로 활용하기 위해서는 이에 대한

체계적인 이해를 바탕으로 안전하고 지속 가능한 양질의 일자리가 될 수 있도록 다각도의 고민과 기반마련이 필요하다.

참고문헌(Reference)

- [1] R.H. Coase, *The Nature of the Firm*, *Economica*, 1937. <https://doi.org/10.2307/2626876>
- [2] J. Park, "The 4th Industrial Revolution", *Advanced Policy Series*, pp.252-263, 2017.
- [3] H.Y. Lee, S.K. Park, J.Y. Cho, T. Kim and B.G. Lee, "Measuring CSV Performance: An Explorative Study on Strategic Activities in Converged Home Appliance Industry", *Journal of Internet Computing and Services*, Vol.16, No.3, pp.117-126, 2015.
- [4] J.H. Lee, J.W. Choi and K.Y. Kim, "Segmenting Korean Millennial Consumers of Sharing Economy Services on Social Networking: A Psychographic based Approach", *Journal of Internet Computing and Services*, Vol.16, No.6, pp.109-121, 2015.
- [5] S. Yang, "Sharing Talent: Future Knowledge, Experience, Utilization of Labor Resources", *Future Horizon*, Vol.30, pp.28-31, 2016.
- [6] C. Fieseler, E. Bucher and C.P. Hoffmann, "Unfairness by Design? The Perceived Fairness of Digital Labor on Crowdfunding Platforms", *Journal of Business Ethics*, pp.1-19, 2017. <https://doi.org/10.1007/s10551-017-3607-2>
- [7] X.N. Deng and K.D. Joshi, "Why Individuals Participate in Micro-task Crowdsourcing Work Environment: Revealing Crowdworkers' Perceptions", *Journal of the Association for Information Systems*, Vol.17, No.10, pp.648-673, 2016.
- [8] D.F. Cheng, *Reading between the Lines: Blueprints for a Worker Support Infrastructure in the Peer Economy*, Ph.D Thesis, Massachusetts Institute of Technology, 2014.
- [9] S.A. Donovan, D.H. Bradley and J.O. Shimabukuru, "What Does the Gig Economy Mean for Workers?", *Cornell University ILR School Federal Publications CRS Report*, Vol.R44365, pp.1-16, 2016.
- [10] J. Pinsof, "A New Take on an Old Problem: Employee Misclassification in the Modern Gig-Economy", *Michigan Telecommunications and Technology Law*

- Review, Vol.22, No.341, pp.341-373, 2015.
- [11] A. Stewart and J. Stanford, "Regulating Work in the Gig Economy: What are the Options?", *The Economic and Labour Relations Review*, Vol.28, No.3, pp.420-437, 2017.
<https://doi.org/10.1177/1035304617722461>
- [12] E. Landberg, "A Conceptual Framework for Building Trust on a Gig Platform: An Qualitative Study of Which Factors Make Customers Trust Giggers in Knowledge Sharing", *KTH Royal Institute Degree Project Media Technology*, pp.1-17, 2017.
- [13] P. Kwon, "Gig Economy Legal Discipline for Domestic Household Services: Focusing on Legislation on Domestic Worker Protection", *Yonsei Journal of Medical and Science Technology Law*, Vol.8, No.1, pp.1-23, 2017.
- [14] G. Ju, A. Kim, Y. Shin and A. Jang, "Sharing Economy and Future Society", *Kcern 28th Forum Report*, pp.1-127, 2016.
- [15] Jr.R. Telles, "Digital Matching Firms: A New Definition in the 'Sharing Economy' Space", *ESA Issue Brief*, pp.1-16, 2016.
- [16] O. Rhee, "An Exploratory Study on Applicabilities of Concepts of 'Decent Job' to Part-Time Jobs and Its Determinants", *Social Science Research Review*, Vol.29, No.2, pp.135-153, 2013.
- [17] C. McKercher and V. Mosco, "Divided They Stand: Hollywood Unions in the Information Age", *Work Organisation, Labour and Globalisation*, Vol.1, No.1, pp.130-143, 2007.
- [18] E. Brophy, "Language Put to Work: Cognitive Capitalism, Call Center Labor, and Worker Inquiry", *Journal of Communication Inquiry*, Vol.35, No.4, pp.410-416, 2011.
<https://doi.org/10.1177/0196859911417437>
- [19] A. Sundararajan, *The Sharing Economy: The End of Employment and the Rise of Crowd-based Capitalism*, Mit Press, 2016.
- [20] T. Terranova, "Free Labor: Producing Culture for the Digital Economy", *Social Text*, Vol.18, No.2, pp.33-58, 2000
https://doi.org/10.1215/01642472-18-2_63-33
- [21] C. Fuchs and S. Sevignani, "What is Digital Labour? What is Digital Work? What's their Difference? And Why Do These Questions Matter for Understanding Social Media?", *Communication, Capitalism & Critique*, Vol.11, No.2, pp.237-293, 2013.
- [22] N. Taylor, K. Bergstrom, J. Jenson and S. de Castell, "Alienated Playbour: Relations of Production in EVE Online", *Games and Culture*, Vol.10, No.4, pp.365-388, 2015.
<https://doi.org/10.1177/1555412014565507>
- [23] D.K. Padgett, *Qualitative Methods in Social Work Research: Challenges and Rewards*, Sage Publications, 1998
- [24] K.H. Song, K.T. Kwak, S.K. Park and B.G. Lee, "A Study on the Interactions between the Actors of the 3D Broadcasting Standardization Process", *Journal of Internet Computing and Services*, Vol.15, No.2, pp.109-127, 2014.
- [25] J. Seomun and Y. Jung, "A Qualitative Study on Caregivers' Burden Experiences for the Long-term Care Qualified Elderly", *Journal of Institute for Social Sciences*, Vol.22, No.4, pp.3-30, 2011.
- [26] V. Braun and V. Clarke, "Using Thematic Analysis in Pyschology", *Qualitative Research in Psychology*, Vol.3, pp.77-101, 2006.
<https://doi.org/10.1191/1478088706qp063oa>
- [27] K.A. Neuendorf, *The Content Analysis Guidebook*, Sage Publications, 2016.
- [28] R.H. Kolbe and M.S. Burnett, "Content-analysis Research: An Examination of Applications with Directives for Improving Research Reliability and Objectivity", *Journal of Consumer Research*, Vol.18, No.2, pp.243-250, 1991.
<https://doi.org/10.1086/209256>
- [29] J.W. Creswell and C.N. Poth, *Qualitative Inquiry and Research Design: Choosing among Five Approaches*, Sage Publications, 2017.
- [30] C. Nippert-Eng, "Calendars and Keys: The Classification of 'Home' and 'Work'", *Sociological Forum*, Vol.11, No.3, pp.563-582, 1996.
- [31] N. Kaufmann, T. Schulze and D. Veit, "More than Fun and Money. Worker Motivation in Crowdsourcing: A Study on Mechanical Turk", *Proceedings of the Seventeenth Americas Conference*

- on Information Systems, Vol.11, pp.1-11, 2011.
- [32] J.R. Hackman and G.R. Oldham, "Development of the Job Diagnostic Survey", *Journal of Applied Psychology*, Vol.60, No.2, pp.159-170, 1975.
<https://doi.org/10.1037/h0076546>
- [33] M.K. Ahuja, K.M. Chudoba, C.J. Kacmar, D.H. McKnight and J.F. George, "IT Road Warriors: Balancing Work-family Conflict, Job Autonomy, and Work Overload to Mitigate Turnover Intentions", *Mis Quarterly*, Vol.31, No.1, pp.1-17, 2007.
<https://doi.org/10.2307/25148778>
- [34] C. Brod, *Technostress: The Human Cost of the Computer Revolution*, Addison Wesley Publishing Company, 1984.
- [35] R. Ayyagari, V. Grover and R. Purvis, "Technostress: Technological Antecedents and Implications", *MIS Quarterly*, Vol.35, No.4, pp.831-858, 2011.
<https://doi.org/10.2307/41409963>
- [36] M.R. Ward and M.J. Lee, "Internet Shopping, Consumer Search and Product Branding", *Journal of Product & Brand Management*, Vol.9, No.1, pp.6-20, 2000.
<https://doi.org/10.1108/10610420010316302>
- [37] P.M. Doney and J.P. Cannon, "An Examination of the Nature of Trust in Buyer-seller Relationships", *Journal of Marketing*, Vol.61, No.2, pp.35-51, 1997.
<https://doi.org/10.2307/1251829>
- [38] Y.S. Ko, "A Study on Sharing Economy of the ICT Development", *The e-Business Studies*, Vol.15, No.6, pp.77-100, 2014.

● 저 자 소 개 ●



박 수 경(Soo Kyung Park)

2010년 성신여자대학교 정치외교학과(학사)
 2012년 연세대학교 정보대학원(석사)
 2017년 연세대학교 일반대학원 기술경영전공(박사)
 2017년~현재 연세대학교 IT 정책전략연구소 전문 연구원
 관심분야 : 기술경영, IT 정책, 공유경제
 E-mail : sk.park@yonsei.ac.kr



이 봉 규(Bong Gyou Lee)

1988년 연세대학교 상경대학(학사)
 1992년 Cornell University(석사)
 1994년 Cornell University(박사)
 1997년~2004년 한성대학교 정보전산학부 교수
 2005년~현재 연세대학교 정보대학원 교수
 2016년~2018년 연세대학교 정보대학원 원장
 2018년~현재 연세대학교 학술정보원 원장
 관심분야 : IT 정책, 방송·통신융합정책, 공유경제
 E-mail : bglee@yonsei.ac.kr