



발행인 배규식
편집인 홍민기
편집교정 정철

자료문의 KLI 학술출판팀
주소 30147 세종특별자치시 시청대로 370 한국노동연구원
TEL 044-287-6083
FAX 044-287-6089

발행일 2020년 12월 30일

플랫폼노동자의 규모와 특징

장지연 | 한국노동연구원 선임연구위원(jchang@kli.re.kr)

한국노동연구원과 고용노동부는 플랫폼노동자의 규모와 특징을 파악하기 위한 실태조사를 실시하였고, 이 글은 그 결과를 보고하기 위한 것이다. 플랫폼노동은 ‘고객이나 일감을 구하기 위하여 웹사이트나 핸드폰 앱 등 온라인 플랫폼을 이용하는 일자리’로 일차적으로 정의하였다. 이 중에서 플랫폼이 거래를 조율했다고 볼 수 없는 단순 구인구직앱 이용자와 전자상거래 종사자를 제외한 나머지를 최종적으로 플랫폼노동자로 정의하였다. 협의의 플랫폼노동자는 약 22만 명으로 추정되며, 배달·운송 종사자가 전체의 52%가량을 차지한다. 플랫폼노동 내부의 이질성이 매우 높고, 서비스 가격의 결정이나 수행해야 할 업무의 선택, 근무시간의 선택, 성과평가 여부 등으로 측정할 자율성의 정도도 편차가 큰 것으로 나타났다.

I. 서론

디지털 전환(Digital Transformation)이 사회·경제적 화두다. 그 중심에는 플랫폼 경제가 있다. 상상할 수 있는 거의 모든 것이 디지털 네트워크상에서 거래되고 우리는 그것을 플랫폼이라고 부른다. 노동도 예외가 아니다. 이제 우리 주변에서 흔히 플랫폼노동자를 볼 수 있게 되었다. 코로나19 팬데믹으로 인한 사회적 거리두기는 역설적으로 ‘연결하기’를 위한 필수노동을 수행하는 배달노동자의 존재를 더욱 두드

리게 만들었다.

플랫폼노동자 보호방안을 마련하기 위해서는 이들의 규모가 얼마나 되며, 어떤 특징이 있는지를 파악하는 것이 일차적 과제가 된다. 한국노동연구원과 고용노동부는 플랫폼노동자의 규모와 특징을 파악하기 위한 실태조사를 실시하였고,¹⁾ 이 글은 그 결과를 보고하기 위한 것이다.

측정도구인 설문지는 2019년 일자리위원회가 발주하고 한국노동연구원이 수행한 용역과제 ‘플랫폼노동 실태파악을 위한 통계·설문방안 검토’ 보고서에

1) 이번 실태조사는 서울시 ‘플랫폼노동 조사’ 사업과 공동으로 진행하였고, 실사는 글로벌리서치에서 수행하였다.

서 제시한 설문을 초안으로 삼았다(장지연·정민주, 2020). 설문 타당성을 검증하기 위하여 추가로 인지면접과 파일럿 테스트를 거쳐 본조사 설문을 확정하였다. 모집단은 15세 이상 65세 미만 인구로 설정하였으며, 표본은 성·연령계층 및 17개 시도지역별 인구에 비례하는 방식으로 할당하여 추출하였다. 유무선 RDD 방식의 조사를 통해 최종적으로 9만 명의 사례가 확보되었다. 실사는 2020년 10월과 11월에 걸쳐 진행되었다.

II. 플랫폼노동자의 규모와 유형

플랫폼노동자의 규모와 특징을 파악하기 위해서는 플랫폼노동이란 무엇인지 개념적으로 이해하고 정의하는 단계가 선행되어야 한다. 먼저 플랫폼이란 무엇인지에서부터 출발해 보자. 플랫폼은 알고리즘 방식으로 거래를 조율하는 디지털 네트워크이다(Eurofound, 2018). 양면시장(two-sided market)을 대상으로 하는 사업모델로 정의되기도 한다(이승훈, 2020). 디지털 플랫폼은 거래가 일어나는 온라인상의 공간이므로 일종의 시장(market)인 것으로 보인다.²⁾ 그러나 다른 한편으로, 그 거래는 플랫폼 운영자가 사전에 설치한 알고리즘에 의해서 조율되며 이 과정을 통해서 이윤이 발생하므로 플랫폼은 일종의 사업이자 회사(firm)이다. 요컨대, 플랫폼은 연결(matching)을 주된 활동으로 하는 ‘사업’이다.

온라인 플랫폼을 통해서 ‘노동’이 연결되고 거래되는 경우는 광범위하게 관찰된다. 이번 실태조사 설문에서는 지난 3개월 동안 소득을 목적으로 일한 적이 있는 사람에게 ‘그 중에 고객이나 일감을 구하기 위해서 웹사이트나 핸드폰 앱 등 온라인 플랫폼을 이용하는 일자리가 있습니까?’라고 질문하였는데, ‘있다’고 응답하고, 앱이나 웹사이트의 명칭을 응답한 사람은 전체 취업자의 7.64%에 달하였다. 15~64세 취업

자를 2,400만 명으로 보면, 약 1,834천 명에 해당한다.

이들 중에서 86%는 구인구직을 위한 전문 앱을 이용한다고 응답하였는데, 알바천국이나 알바몬이 압도적으로 많았으나, 워크넷이나 시·구청의 웹사이트를 언급한 경우도 있었다. 이들을 플랫폼노동자로 보는 것이 타당할까? 그렇지 않다고 판단된다. 일자리 알선(job matching)이 인터넷상으로 옮겨온 것은 새로운 현상이 아닌데, 이들을 모두 플랫폼노동으로 분류한다면 ‘플랫폼노동’이라는 개념이 주는 적실성이 사라지게 된다. 이 중에서 단기알바나 호출근로만이라도 플랫폼노동으로 보아야 하는 것 아닌가라는 주장이 제기될 수도 있겠다. 이러한 견해는 플랫폼을 통해 매칭되는 불안정노동을 플랫폼노동으로 정의하지는 것인데,³⁾ 필자는 이런 입장을 취하고 있지 않다. 아래와 같은 사례를 보면 그 이유가 분명해진다.

‘알바천국’ 같은 구직사이트에서 택배 상하차를 검색하면 수많은 게시글이 뜬다. 게시글에 있는 휴대전화 번호에 ‘택배사, 이름, 나이, 성별, 통근버스 탑승지, 근무가능기간’을 문자메시지로 보내면 신분증 앞면과 계좌번호를 보내라는 자동응답 문자가 왔다. 신분증 사진을 찍고 계좌번호를 적어 전송했다. “오늘 출근 가능하세요?” 드디어 문자가 왔다. (매일노동뉴스, 2020.12.1. ‘시급 1만 원도 안되는 16시간 야간노동 택배 상하차’)

이 사례에는 플랫폼이 ‘거래를 조율’했다고 볼 만한 근거가 없다. 그보다는 게시판의 역할을 했다고 보는 것이 타당하다. 디지털 플랫폼은 재화와 서비스(노동)가 교환되는 구조화된 디지털 공간이며, 여기에서 거래되는 서비스가 플랫폼노동이다(장지연·정민주, 2020). 이것이 플랫폼노동의 일차적인 정의이다. 여기서 플랫폼이 연결과정에서 조율하는 역할이 없이 단순히 게시판과 같은 역할을 하는 경우를 제외하고자 한다. 단순 구인구직사이트를 제외하여, 플랫폼

2) 거래가 반드시 유료일 필요는 없다. 구글, 페이스북, 유튜브 등 직접적으로 돈이 오가지 않는 플랫폼들도 많은데, 이승훈(2020)은 이런 플랫폼을 ‘광장형’이라고 부르면서 ‘시장형’과 구분한다. 광장형 플랫폼에서 사업모델은 광고에 기대게 된다.

3) 한국고용정보원의 플랫폼노동자 규모 추정치는 이러한 정의를 따르고 있다(김준영, 2019).

플랫폼노동자의 성격을 균질하게 가져가는 것은 이들을 위한 보호정책을 시행하는 데도 도움이 될 것이다. ‘알바천국’은 이 노동자가 어디에서 어떤 일을 하였는지에 대한 기록을 가지고 있지 않다. ‘알바천국’에 공정한 계약을 요구하거나 유사사용자로서의 책임을 부과하는 것이 불가능하다는 사실은 다시 언급할 필요가 없다.

두 번째로 제외되어야 할 영역은 전자상거래나 임대업의 경우이다. 플랫폼이 노동을 거래하는 것이 아니라 상품을 거래하거나 자산을 임대하는 경우는 제외되어야 한다. ‘네이버스토어’를 통해 상품을 팔아서 소득을 얻는 사람은 넓은 의미에서 플랫폼경제종사자로 볼 수는 있으나 플랫폼노동자로 보기는 어렵다는 취지이다. 이번 실태조사에서는 어떤 일을 하였는지 질문하고 여기에 전자상거래, 온라인 쇼핑물, 임대업을 선택한 경우를 제외하는 방식으로 플랫폼노동자를 포착하였다.

이번 실태조사에서는 온라인 플랫폼을 통해서 고객이나 일감을 구하는 사례 중에서 단순 구인구직앱 이용자와 전자상거래 종사자를 제외하는 것으로 플랫폼노동자를 정의하였다. 플랫폼노동자를 이렇게 정의할 때, 전체 취업자의 0.92%를 플랫폼노동자라고 볼 수 있으므로 약 22만 명이 된다. 단순 구인구직앱 이용자와 플랫폼노동자를 합쳐서 플랫폼을 이용하여 노동을 거래하는 사람을 모두 계산하면, 취업자의 7.46%이므로 약 179만 명으로 추정할 수 있다(표 1 참조).

일거리는 플랫폼으로 구하지만 오프라인에서 서비스를 수행한다는 경우가 온라인으로 수행하는 일 에 비해 3배 이상 많은 것으로 나타났다. 배달·운송노동자는 오프라인에서 수행하는 플랫폼노동의 67.8%에 달하고, 전체 플랫폼노동자 중에서도 52%에 해당한다. 현재 우리나라 플랫폼노동자의 절반 이상은 배달이나 대리운전 등 운송 관련 일에 종사하는 것으로 볼 수 있다.

이들이 사용하는 플랫폼은 배민라이더스나 배민 커넥트, 쿠팡이츠, 쿠팡플렉스 같은 전형적인 배달 앱이 가장 많이 눈에 띄었다. 24시 화물이나 짐카 같

〈표 1〉 플랫폼노동자 규모 추정

	15~64세 인구					
	취업자					플랫폼노동자
	플랫폼으로 일감을 구하는 사람				노무제공자	
	전체	전자상거래 종사자	단순구인구직앱 이용자	플랫폼노동자		
사례수(명)	90,000	59,106	4,500	93	3,865	542
비율(%)		100	7.61	0.16	6.54	0.92
추정규모(천 명)			1,826	38	1,570	220

주 : 1) 15~64세 취업자를 2,400만 명으로 보고 규모를 추정함.
2) 이 글의 모든 표에서 사용한 사례수에는 가중치를 적용하였음. 이 때문에 사례수의 단순합계가 N과 일치하지 않을 수 있음.

〈표 2〉 플랫폼노동 종류

(단위: 명, %)

	온라인		오프라인		
	명	(%)	명	(%)	
1 IT	25	(11.3)	1 배달·운송	282	(67.8)
2 전문서비스	19	(8.7)	2 기사	21	(5.0)
3 창작	33	(15.0)	3 전문서비스	49	(11.8)
4 단순작업	43	(19.7)	4 주문제작	10	(2.5)
5 전자상거래	94	(42.7)	5 임대업	0	(0.0)
6 기타	6	(2.6)	6 기타	54	(13.0)
전체	219	(100.0)	전체	416	(100.0)
5를 뺀 나머지	126	(57.3)	5를 뺀 나머지	416	(100.0)

주 : 전자상거래를 포함시킨 상태에서 응답 결과임 선택지의 구체적 내용은 다음과 같음. (온라인) 1. 소프트웨어 개발 및 IT 기술지원 2. 법률, 회계, 교육, 광고, 출판, 성우, 번역 등 전문 서비스. 3. 유튜브나 방송, 디자인, 일러스트레이트 등 창작활동. 4. 데이터 입력, 컴퓨터로 하는 단순 문서 작업 등. 5. 전자상거래, 온라인 쇼핑물 (오프라인) 1. 운전, 배달, 화물운송, 이사, 심부름 등 운송 2. 청소, 수리, 돌봄노동, 기사노동, 건설노동, 반려동물 돌봄 등 지역기반서비스. 3. 교육, 과외, 취미생활 레슨, 지역여행 가이드, 인테리어 등 전문서비스. 4. 주문제작, 세탁, 세차, 장례, 웨딩플랜, 미용 등. 5. 임대업.

은 화물운송도 자주 등장하였고, 로지나 카카오톡대리도 많은 편이다. 평동이나 애니맨같이 배달과 다른 심부름을 겸하는 플랫폼도 간간이 눈에 띈다. 당신의 집사나 대리주부 같은 가사서비스 플랫폼도 눈에 띄었다. 널리 알려진 크몽을 언급한 응답자가 다수 있었으며, 이 밖에도 다양한 종류의 생활서비스를 제공하는 숨고, 재능넷 등이 언급되었다. IT 개발자 네트워크로 알려진 위시켓과 전문분야별 강사를 연결하는 강사닷컴이나 파인드강사 등도 언급되었다. 번역자를 연결하는 플랫폼으로는 플리토와 집단지성이 등장하였다. AI 기계학습을 위한 자료를 생산하는 크라우드웍스를 언급한 응답도 다수 눈에 띄었다.

플랫폼노동을 하고 있는 사람들에게 이 일이 주업

협의를 플랫폼노동자는
전체 취업자의 0.92%

〈표 3〉 현재일 여부별 주·부업

(단위: 명, %)

	현재 하고 있는 일		지난 3개월 중 한 일		전체	
	명	(%)	명	(%)	명	(%)
주업	235	(59.1)	34	(23.6)	269	(49.7)
부업	163	(40.9)	110	(76.4)	273	(50.3)
합계	397	(100)	144	(100)	542	(100)

〈표 4〉 온라인/오프라인별 주·부업

(단위: 명, %)

	온라인		오프라인		전체	
	명	(%)	명	(%)	명	(%)
주업	48	(37.8)	221	(53.2)	269	(49.7)
부업	78	(62.2)	194	(46.8)	273	(50.3)
합계	126	(100.0)	416	(100.0)	542	(100.0)

인지 부업인지 질문한 결과, 절반은 부업이라고 응답하였다(표 3 참조). 실제로 다른 일이 있는지를 확인할 수는 없었지만, 다만, 본인이 이 일을 주업으로 생각하지 않는다는 뜻을 피력한 일자리가 절반에 달한다는 뜻이다. 이를 온/오프라인별로 살펴보면 <표 4>와 같다. 온라인에서 수행하는 플랫폼노동의 경우 부업이라고 인식하는 비율이 더 높았고, 오프라인에서 수행하는 플랫폼노동의 경우에는 절반 이상이 주업이라고 응답하였다.

III. 플랫폼노동의 자율성과 종속성

플랫폼노동의 자율성과 종속성 정도를 판단하기 위한 질문으로 서비스 가격을 누가 결정하는지, 수행해야 할 일은 어떻게 정해지는지, 일하는 시간은 누가 정하는지, 평가시스템이 있는지 등 네 가지 문항을 활용하였다. 서비스의 가격을 본인이 결정한다는 것은 자기 사업의 징표로 해석할 수 있다. 본 조사에서 서비스의 가격을 결정하는 주체는 플랫폼이라는 응답 비율이 41.7%로 가장 높았으며, 본인이 가격을 정한다는 비율은 14.8%로 나타났다(표 5 참조). 수행해야 할 일을 본인이 선택하여 정하느냐 여부는 자율성을 측정할 수 있는 중요한 지표이다. 선택권이 없다면 근로자의 특성을 갖는 것으로 볼 수 있다. 이번 조사결과에 따르면 수행해야 할 일을 본인이 선

〈표 5〉 서비스 가격 결정 주체

		온라인		오프라인		전체	
		명	(%)	명	(%)	명	(%)
본인	단독 결정	35	(28.1)	45	(10.7)	80	(14.8)
	고객과 협의	23	(18.7)	52	(12.6)	76	(13.7)
고객		14	(11.5)	53	(12.7)	67	(12.4)
플랫폼		47	(37.5)	178	(42.8)	225	(41.7)
소속회사		5	(3.6)	85	(20.4)	89	(16.6)
그외		1	(0.7)	3	(0.8)	4	(0.8)
N		126		416		542	

주: 질문은 '서비스의 가격은 누가 결정했습니까?'

〈표 6〉 업무 배정

	온라인		오프라인		전체	
	명	(%)	명	(%)	명	(%)
본인이 선택	74	(59.5)	238	(57.6)	311	(58.0)
배정하는 일 수행/선택권 없음	12	(9.5)	114	(27.7)	126	(23.5)
본인이 제안하고 고객이 선택	38	(31.0)	61	(14.8)	99	(18.5)
N	124		413		537	

주: 질문은 '수행해야 할 일은 어떻게 정해졌습니까?'

택한다는 비율이 58%로 가장 높았으나, 23.5%는 본인에게 선택권이 없이 배정되는 일을 수행해야 한다고 응답하였다(표 6 참조). 근무시간 선택권 역시 자율성을 나타내는 중요한 지표이다. 본 조사에서는 일하는 시간을 본인이 결정할 수 있다는 경우가 69%로 높았으나, 플랫폼이나 소속사가 결정한다는 비율도 30.9%로 예상보다 높게 나타났다(표 7 참조). 플랫폼사들은 '별점'과 같은 평가시스템을 활용하는 경우가 있고, 이것이 알고리즘을 이용한 성과관리로 주목받고 있다. 노동자들이 자사의 근로자가 아님에도 불구하고 실제로 통제가 가능한 기제가 된다는 것이다. 성과평가 기제가 있는 경우가 약 46.5%로 나타났고, 이런 평가의 결과는 종사자들의 소득에 영향을 미치는 것으로 나타났다(표 8 참조).

자율성의 정도를 종합적으로 평가해 보기 위한 지표를 다음과 같이 만들어 보았다. 서비스 가격 결정과 업무 선택권은 가장 중요한 자율성 지표이므로 이를 기초적인 기준으로 삼고, 그 중간에 근무시간 선택과 성과평가 여부를 배치하면 다음과 같은 스펙트럼이 나온다.

서비스가격결정권, 업무선택권,
근무시간선택권, 성과평가 여부로
자율성 수준 가능

〈표 7〉 일하는 시간 정하는 주체

		온라인		오프라인		전체	
플랫폼/소속사		14	(11.1)	154	(36.9)	168	(30.9)
본인	바꾸기 쉽다	97	(77.2)	225	(54.2)	322	(59.5)
	일정기간 유지	15	(11.7)	37	(8.9)	52	(9.5)
N		123		416		542	

주: 질문은 '일하는 시간은 누가 정했습니까?' 본인이 정한다고 하는 경우 추가 질문 '일하는 시간을 원하는 대로 수시로 바꿀 수 있었습니까?'

〈표 8〉 성과평가 여부와 활용

	온라인		오프라인		전체	
없다	57	(45.2)	233	(56.0)	290	(53.5)
있다	69	(54.8)	183	(44.0)	252	(46.5)
자격박탈	4	(5.5)	25	(13.9)	29	(11.6)
자격 일시 정지	5	(7.0)	43	(23.6)	48	(19.1)
일감의 양이 줄어듦	48	(69.6)	83	(45.4)	131	(52.0)
건당 수당이 적어짐	12	(18.0)	14	(7.8)	27	(10.6)
영향을 미치지 않음	8	(12.2)	37	(20.0)	45	(17.9)
모름	5	(7.3)	21	(11.3)	26	(10.2)

주: 질문은 '하신 일의 성과나 서비스 만족도에 대한 별점 같은 평가가 있습니까?' 있다고 하는 경우, 추가 질문 '평가가 좋지 않으면 어떻게 됩니까?' 이 질문에 대해서는 복수응답 가능.

서비스 가격 결정 + 업무 선택권 있음	서비스 가격 관여할 수 없거나 업무 선택권 없음		서비스 가격 결정이나 업무 선택권 모두 없음
-	근무시간 변경 쉬움	근무시간 플랫폼 결정/또는 변경 어려움	-
	성과평가 없음	성과평가 있음	
강 ← 자율성 → 약			
4	3	2	1 0

〈표 9〉 온/오프라인별 플랫폼노동자의 자율성 정도

		온라인		오프라인		플랫폼노동자 전체	
자 율 성 점 수	0	10	(8.0)	108	(26.2)	118	(22.0)
	1	12	(10.1)	91	(21.6)	102	(19.0)
	2	19	(15.4)	57	(13.7)	76	(14.1)
	3	28	(22.3)	71	(17.1)	98	(18.3)
	4	55	(44.3)	88	(21.4)	143	(26.6)
평균점수 (0-4)		2.85		1.86		2.09	
N		124		413		537	

<표 9>에 따르면 오프라인 노동자가 온라인 노동자에 비해 자율성이 낮은 편이다. 전체 플랫폼노동자

를 놓고 보면, 자율성이 거의 없다고 볼 수 있는 경우와 높은 수준의 자율성을 보이는 경우가 대체로 비슷한 비율로 분포한다. 이는 플랫폼노동 내부의 이질성이 매우 높다는 사실을 보여주는 것이라고 해석할 수 있다.

IV. 소득 등 일반적 특성

한 달 중 며칠이나 이 일을 하였는지 묻는 질문에 대해서는 평균 15일 정도 일한 것으로 응답하였고, 주업의 경우는 19.4일, 부업의 경우는 10.3일로 나타났다. 일을 하는 날은 평균 6.5시간 일하는데, 주업인 경우는 8.7시간이었다(표 10 참조). 이 일자리에서 소득은 부업과 주업에서 크게 차이가 났는데, 주업이라고 응답한 사람은 월평균 239만 원 정도의 소득을 올리는 것으로 나타났으며, 부업의 경우는 55만 원 수준이었다(표 11 참조). 근무시간과 소득을 연결하여 전형적인 플랫폼노동자 모델을 그려보면, 플랫폼노동을 주업으로 하는 사람은 하루 8.7시간, 한 달에 19.4일을 일하고 238만 원을 버는 모습이 나타난다. 플랫폼노동을 부업으로 하는 사람은 하루 4.3시간, 한 달에 열흘 정도를 일하고 월평균 55만 원을 버는 모습이다. 온/오프라인으로 구분해서 살펴보면, 근무일수와 근무시간은 큰 차이가 없어 보이지만, 오프라인이 근무시간이 조금 더 길다. 소득액은 오프라인 플랫폼노동의 경우 월평균 155만 원으로 온라인 플랫폼노동보다 좀 더 많고, 전체 소득에서 차지하는 비중도 높는데, 이는 오프라인 노동의 경우 주업의 비중이 높다는 사실과 연관성이 있을 것으로 짐작된다.

한 달 중 근무일수와 근무시간을 주 단위로 환산하여 플랫폼 유형별 근무시간의 분포를 살펴보면 [그림 1]과 같다. 플랫폼노동자 전체로 보면 15시간 미만 일하는 경우가 46%를 차지한다. 하지만 주업만 가지고 보면, 52시간 이상 일하는 경우가 30%에 달하고 40~52시간 미만 일하는 비율도 21.4%이므로 이 두 범주의 합이 절반을 넘는다. 부업의 경우는 15시간 미만이 74.5%를 차지한다.

**플랫폼노동이 주업인 경우,
하루 8.7시간, 월 19.4일 일하고
238만 원 소득**

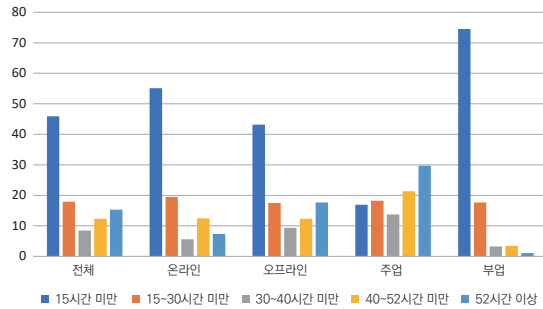
〈표 10〉 주·부업별, 온/오프라인별 근무일수와 시간

	주업	부업	온라인	오프라인	전체
한달 중 ()일	19.4	10.3	14.1	15.1	14.8
하루 ()시간	8.7	4.3	5.3	6.9	6.5

〈표 11〉 주·부업별, 온/오프라인별 소득

	주업	부업	온라인	오프라인	전체
월평균 소득액 (만 원)	238.4	54.8	116.1	154.9	145.9
전체 소득에서 차지하는 비중(%)	90.9	21.7	42.1	60.3	56.0

〈그림 1〉 근무시간 분포



플랫폼노동자의 월소득을 5개 분위로 나누어 살펴 보면 <표 12>와 같다. 주업과 부업을 모두 합쳐서 전체 플랫폼노동자를 살펴본 것이기 때문에 소득의 격차는 매우 크게 나타난다. 1분위에 속하는 소득의 평균액수는 9만 원에 불과한 반면, 5분위의 평균소득은 390만 원으로 나타났다. 온라인 플랫폼노동자의 경우 43.7%가 1분위에 속하고, 그 외 분위에는 12~16%의 노동자가 분포한다. 반대로 오프라인 플랫폼노동자의 경우는 1분위에 속하는 경우가 상대적으로 적 으며, 나머지 분위에 고르게 분포하는 것으로 나타났다. 주·부업을 나누어 살펴보면, 주업의 경우는 70% 이상이 4분위 이상에 분포한다.

남성이 2/3, 30-40대가 절반

〈표 12〉 주·부업별, 온/오프라인별, 소득의 분위별 분포

	평균금액 (만 원)	분위별 비중(%)			
		온라인	오프라인	주업	부업
1분위	9	43.7	12.7	1.9	37.7
2분위	37	12.0	22.3	9.3	30.4
3분위	99	16.1	21.2	17.4	22.5
4분위	192	13.9	21.9	32.7	7.6
5분위	390	14.3	21.9	38.7	1.8

이 일을 처음 시작한 시점을 조사하였는데, 올해 들어 새로 시작했다는 사람이 전체 응답자의 절반 정도가 되는 것으로 나타났다. 부업인 경우 이 비율은 더 높았고, 주업인 경우는 2018년 이전에 시작했다는 비율도 40% 이상으로 높게 나타났다(표 13 참조).

〈표 13〉 주·부업별, 온/오프라인별 일을 처음 시작한 시점

(단위: 명(%))

	주업	부업	온라인	오프라인	전체
2018년 이전	111(41.2)	21(7.7)	21(17.0)	111(26.7)	132(24.3)
2018년	34(12.5)	20(7.2)	10(8.3)	43(10.4)	53(9.8)
2019년	39(14.4)	53(19.6)	21(17.3)	71(17.0)	92(17.0)
2020년	86(31.9)	179(65.5)	73(57.4)	191(46.0)	262(48.8)
N	269	273	126	416	542

V. 인구학적 특성

본 조사는 지역을 17개 시도로 나누어 조사하였 다. 도표로 제시하지는 않았지만, 플랫폼노동자의 분포는 서울이 24.8%, 경기도가 30.3%로 나타나 이 두 지역의 합이 전체의 절반을 넘는다. 성별 구성은 남성이 전체의 2/3를 차지한다. 이는 배달업 종사자의 비중이 높은 현실을 반영하는 것으로 보인다. 연령 구성은 30대와 40대가 전체의 50% 이상을 차지하지만, 20대와 50대도 비교적 고르게 분포되어 있다. 여성의 경우 남성보다 낮은 연령대에 분포하는 경향이 있다 (표 14 참조). 학력은 대학을 졸업했다는 사람이 전체의 절반가량 되며, 여성의 경우는 학력수준이 남성보다 높게 나타났다(표 15 참조).

〈표 14〉 연령

	남성		여성		전체	
10대	6	(1.6)	8	(4.4)	14	(2.6)
20대	62	(17.0)	53	(29.6)	115	(21.2)
30대	99	(27.3)	42	(23.3)	141	(26.0)
40대	111	(30.8)	38	(21.1)	149	(27.6)
50대	62	(17.1)	32	(17.6)	93	(17.3)
60대	22	(6.2)	7	(3.9)	29	(5.4)
N	362		180		542	

〈표 15〉 학력

	남성		여성		전체	
	인원	(%)	인원	(%)	인원	(%)
고졸 이하	127	(35.5)	28	(15.8)	155	(28.9)
대학재학/휴학/중퇴	39	(10.9)	21	(11.9)	60	(11.2)
대졸	168	(46.9)	114	(63.7)	282	(52.5)
대학원졸	24	(6.7)	15	(8.6)	39	(7.3)
N	358		179		536	

VI. 요약과 결론

플랫폼노동은 디지털 기술의 발전과 함께 새롭게 등장한 노동력 동원 모델이다. 플랫폼에서 일거리를 구하고 노무를 제공하는 사람을 모두 플랫폼노동이라고 정의하면 179만 명에 달하지만, 본 연구에서는 플랫폼이 거래를 조율하고 누가 무슨 일을 하는지 파악하고 있는 경우만을 플랫폼노동으로 정의하였다. 전자와 같은 방식으로 플랫폼노동을 이해하면 이들 노동의 불안정성과 취약성에 주목하게 된다. 필자가 후자와 같

은 방식으로 플랫폼노동을 정의하는 것은 이것이 시장과 회사의 중간적인 특성을 갖는다는 데 주목하는 것이다. 플랫폼노동을 이렇게 이해하면 디지털 기술 발전이 가져오는 자본주의 노·자관계의 변화를 감지하게 된다. 또한 플랫폼사가 이 관계하에서 부담해야 할 역할과 책임에 관한 논의가 가능해진다.

이런 정의에 부합하는 플랫폼노동자 사례는 15~64세 취업자의 0.92%이므로 약 22만 명으로 추정된다. 일거리는 플랫폼으로 구하지만 서비스는 오프라인으로 하는 경우가 아직은 훨씬 더 많으며, 각종 배달업이 전체 플랫폼노동의 절반 이상을 차지하고 있는 것으로 나타났다. 그러나 온/오프라인을 막론하고 전문직의 비중도 무시할 수 없는 수준이다.

플랫폼노동 내부의 이질성이 상당히 높기 때문에 플랫폼노동자가 누리는 자율성의 정도도 편차가 크게 나타났다. 서비스 가격의 결정이나 수행해야 할 업무의 선택, 근무시간의 선택, 성과평가 여부 등 자율성의 정도를 판단할 수 있게 해 주는 다양한 지표들에 대한 지속적인 관심이 요구된다.

참고문헌

- 김준영(2019), 「플랫폼경제종사자 규모추정」, 한국고용정보원.
- 이승훈(2020), 『플랫폼의 생각법 2.0』, 한스미디어.
- 장지연·정민주(2020), 『플랫폼노동 실태파악을 위한 통계 설문방안 검토』, 일자리위원회 일자리기획단 연구용역사업 보고서.
- Eurofound(2018), *Automation, digitisation and platforms; Implications for work and employment*, Publications Office of the European Union, Luxembourg.

KLI EMPLOYMENT
& LABOR
BRIEF