

노동정책연구
2023. 제23권 제4호 pp.63-94
한국노동연구원
<http://doi.org/10.22914/jlp.2023.23.4.003>

연구논문

혁신담론의 노동품기?: 스타트업 기업의 집단적 이해대변체로서 코리아스타트업포럼의 정체성 진화과정

조현민*
노성철**
김상준***

본 연구는 디지털 전환 등으로 인해 빠르게 변해가는 노사관계 환경 속에서 스타트업 기업들의 집단적 이해대변체로 등장한 코리아스타트업포럼의 정체성 진화과정을 분석하였다. 이를 위해 코스포의 설립부터 현재까지 이어지는 시간의 흐름 속에서 내부 정체성과 외부 이미지 사이의 관계가 진화해 온 과정을 분석했다. 먼저, 정체성 형성기에 코스포 설립주체들은 기존 대기업들과의 차이를 강조하며 혁신과 사회적 책임을 중심에 둔 스타트업 기업의 정체성을 형성했다. 정체성 확장기에 들어서 코스포는 공적인 담론장에서 정부와 노동조합과 같은 외부행위자들을 상대로 제도적 협상의 주체로 나서면서 조직의 정체성을 외화하고 위상을 높여나가기 시작했다. 이 과정에서 코스포의 핵심 정체성 요소인 사회적 책임이 노동과 고용의 영역으로 확장되면서 '사용자 단체'로서의 외부 이미지가 만들어졌다. 하지만 사회적 공론장에서 위상이 높아지면서 역설적으로 코스포는 정체성 갈등기에 접어들었다. 외부행위자들이 부여한 사회적 책임을 다하는 '사용자 단체'로서의 이미지와 내부회원사들의 이해를 대변하는 '이익집단'으로서의 조직 정체성 사이에 부정합이 나타났기 때문이다. 이러한 부정합을 해소

논문접수일: 2023년 4월 10일, 심사의뢰일: 2023년 4월 12일, 심사완료일: 2023년 7월 27일

* (제1저자) 한양대학교 겸임교수(hmcho85@naver.com)

** (교신저자) 사이타마대학교 경제학과 교수(scnoh@mail.saitama-u.ac.jp)

*** (공동저자) 이화여자대학교 경영학과 부교수(s.kim@ewha.ac.kr)

하기 위해 코스포는 이익집단으로서의 정체성을 강화하는 방향을 택했고 자연스럽게 노동과 고용 이슈를 포함하는 사회적 책임은 부차적인 정체성 요소로 주변화되었다. 결론에서는 이러한 분석결과가 갖는 이론적·정책적 함의를 논의한다.

핵심용어 : 플랫폼 노사관계, 사용자 단체, 코리아스타트업포럼, 조직 정체성

I. 서론

플랫폼 경제로의 이행은 빠른 속도로 노사관계의 전통적 특성들을 변화시키고 있다(Kilhoffer et al., 2017). 대부분 플랫폼 노동자들은 근로기준법 및 노동조합 법상 근로자로 인정을 받지 못하기 때문에 플랫폼에 편입되는 노동자들의 규모가 커질수록 기존 노동조합의 대표성은 약해지게 된다. 거기에 더해 플랫폼들은 스스로 사용자가 아닌 서비스 공급자(노동자)와 수요자(이용자) 사이에 일어나는 거래의 ‘중개자’로서 자신의 정체성을 규정하기 때문에 노사관계의 양대 주체를 특정하는 것부터 어렵게 된다. 전통적 노사관계가 형해화하는 플랫폼 경제로의 이행 속에서 새로운 시스템을 구축하려는 움직임도 나타나기 시작했다. 노사관계 행위자 중 플랫폼화의 맥락에서 많은 주목을 받은 것은 정부와 노동조합이다. 다수의 국내외 연구들은 빠른 속도로 확장하는 플랫폼의 독점을 막고, 노동권 사각지대에 놓이게 된 플랫폼 노동자들을 보호하기 위해 각국 정부들이 내놓은 법-제도적 규제 장치를 비교 분석했다(Belk et al., 2019; Finck, 2018; 장희은·김유휘, 2020; 박제성, 2019). 한편, 노사관계분야의 선행연구들은 플랫폼 노동자들을 조직화하려는 노동조합의 전략이나(Vandaele, 2018; Johnston, 2020), 비노조 형태의 집단적 이해대변체 조직화 노력을 조명했다(Borghini et al., 2021). 정부와 노동조합이 플랫폼화에 발 빠르게 대응하면서, 유럽 국가들을 중심으로 플랫폼 노동자 권리보호를 위한 사회적 대화가 나타나기 시작했고, 연구들은 이를 사회적 대화의 “재활성화”로 명명하기도 했다(Guardiancich and Molina, 2021; Unterschütz, 2019).

반면, 노사관계의 또 다른 주요 행위자인 플랫폼 업체들의 집단적 이해대변체 조직과 그 역할은 상대적으로 조명을 받지 못했다. 가장 큰 이유는 사용자가 아닌 중개자로서의 정체성을 고수하는 플랫폼 업체들의 특징에 기인한다. 사회적 대화에 참여할 때도 플랫폼 업체들은 사용자로서의 의무 때문이 아니라 시장의 지배적 행위자로서 “사회적 책임”을 다하는 것이라는 동기를 강조한다. 이런 맥락에서 Kilhoffer와 그 동료들은 유럽 지역에서 플랫폼 업체들이 자신들만의 사용자 단체를 결성한 사례 또는 전통적인 사용자 단체에 편입된 사례는 거의 없다고 밝혔다(Kilhoffer et al., 2017).

하지만, 제도적 공백에 착목해 사업모델을 설계하는 플랫폼 업체는 사회적 영향력이 커질수록 높아지는 제도적 압력에 직면하게 된다. 이에 플랫폼 업체들이 제도적 압력에 체계적으로 대응하고, 지속적인 성장을 위한 제도적 기반을 만들기 위해 집단적 이해대변체를 구성하는 것은 자연스러운 과정이라고 할 수 있다. 본 연구가 사례조사의 대상으로 삼은 코리아스타트업포럼(이하 코스포)은 불과 4년 만에 몇몇 플랫폼 업체 대표들의 비공식적 모임에서 중앙·지역정부의 정책논의 과정에 적극적으로 목소리를 내는 우리나라 스타트업 기업들의 집단적 이해대변체 조직으로 성장했다.¹⁾ 저자들은 코스포가 어떻게 단기간 내에 성장할 수 있었는지 이해하고자 연구를 시작했다. 하지만 조사를 진행하면서 스타트업 기업들의 집단적 이해대변체 조직으로서 코스포가 직면한 제도적 복잡성과 그로 인한 조직 정체성 요소들 사이의 긴장관계에 주목하게 되었다.

우리는 높은 제도적 불확실성 또는 복잡성 속에서 혁신을 표방하는 스타트업의 이해대변체로서 코스포의 정체성이 변화해 온 과정을 분석했다. 구체적으로 스타트업 생태계 외부행위자들(정부, 노동조합, 기존 산업 관계자)이 코스포를 바라보는 시각을 나타내는 ‘외부 이미지’와 생태계 내부구성원들(스타트업 창업가)이 인식하는 코스포의 특징을 나타내는 ‘내부 정체성’ 사이의 관계에 천착해 코스포의 집단적 이해대변체로서 정체성 진화과정을 분석했다.

1) 코리아스타트업포럼은 플랫폼 업계보다 넓은 범위의 스타트업 기업들의 이해대변체이다. 그러나 코리아스타트업포럼은 정체성 형성과정에서 스타트업 기업들 중에서도 플랫폼을 활용한 기업들의 성장과 영향력이 강하게 작용했다고 할 수 있다. 국내 스타트업 기업들은 대부분 O2O 플랫폼, 디지털 모빌리티, 핀테크, 데이터테크놀러지 등의 디지털 경제를 바탕으로 하고 있어(코리아스타트업포럼 2주년 선언, 2018), 플랫폼 경제의 특성을 강하게 가지고 있다.

이어지는 제II장에서는 먼저 노동시장 행위자로서 기업들의 이해대변체에 대한 선행연구를 검토한 후, 본 연구의 이론적 틀로 사용하는 제도적 공백에 대한 조직의 대응을 다룬 연구흐름을 소개한다. 제III장에서는 저자들이 수집한 자료의 특징을 설명하고 자료분석 방법을 서술한다. 제IV장에서는 코스포의 집단적 이해대변체로서 정체성을 형성기-확장기-갈등기로 나눠서 설명한다. 끝으로 제V장에서는 분석결과와 이론적·정책적 함의를 논의한다.

II. 이론적 검토

1. 노동시장 행위자로서 기업들의 이해대변체

플랫폼 경제의 등장은 사용자와 노동자의 관계를 모호하게 만들면서 노사관계의 변화를 추동하고 있다. 한편, 사회제도가 이러한 변화를 따라가지 못하면서 제도지체 현상도 나타나고 있다. 연구자들은 기존 노사관계 제도로는 지속 가능한 질서 구축이 어려운 노동시장 상황을 지적하며, 이에 대한 해법을 찾기 위해 새로운 노동시장 구조에 걸맞은 노사관계의 구조적 재편과 행위자의 변화를 요구하기도 했다(박명준 외, 2016). 실제로, 노동계에서는 비노동조합 기제를 통해 주변화된 노동자들의 이해대변 활성화를 도모하는 실천들이 활발히 나타나고 있다(Turner, 2004; 2005, 박명준·김이선, 2016).

같은 맥락에서 노사관계의 사용자측 집단적 이해도 다시 조명을 받고 있다. 고용관계의 중층화와 플랫폼 경제로의 이행으로 인해 개별기업 중심의 숙련-보상체제가 악화되는 상황에서 기업 횡단적이고 업종 포괄적인 노동시장 질서구축이 강조되고 있다(임상훈 외, 2020). 또한 개별 노동자의 비전속성을 내포하는 고용형태가 확산되면서, 경영자들이 그것이 수반하는 제도적 공백으로 인한 불확실성을 해소하기 위해 스스로 노동시장 행위자로 주체화하여 구조화 과정에 참여하려는 경향도 발견된다(박명준 외, 2016).

이정희 외(2021)는 전통적인 사용자 단체에 관한 규정을 넘어서 노동관계 당사자로서 사용자 단체 개념 재규정의 필요성을 강조하고 있다. 해당 연구의 저자들

은 코스포 사례를 사용자 단체와 사업주 단체의 법적 구분 한계 속에서도 사업주 단체가 자발적으로 사용자 단체로서의 역할을 수행한 사례로 평가한다. 즉, 사업주 단체가 스스로를 사용자 단체이나 아니냐로 정의하는 것과 관계없이 노동관계 당사자로 관련 산업의 노동정책에 대한 이해관계자들과의 협의 뿐 아니라 임금과 근로조건에 관한 단체교섭의 역할도 수행할 수 있다고 보고 있다(이정희 외, 2021 : 64~89). 그러나 반대로 현재 노조법 체계에서 사용자 단체에 교섭의무를 강제하기는 어려운 상황에서 사용자 단체로서의 역할수행은 조직의 선택 여부에 따라 달라질 수 있다고 해석할 수 있다(이창근 외, 2019 : 62~ 63). 이러한 지점은 본 연구에서 코스포의 정체성 변화에 중요한 요소로 작용한 것으로 나타났다. 살펴본 바와 같이 플랫폼 경제의 등장은 기존 노사관계 질서의 급격한 변화를 가져왔고, 이는 노사관계의 제도 지체현상을 동반하며 제도적 공백에 대한 기업들의 대응 필요성을 증가시켰다. 나아가 플랫폼 경제를 활용한 스타트업 기업들은 노사관계 측면뿐 아니라 각종 규제 등 다양한 차원의 제도적 공백을 경험할 수밖에 없다. 따라서 코스포의 정체성 형성과정을 살펴보기 위해 이러한 제도적 공백에 대한 조직의 대응에 관한 연구를 살펴볼 필요가 있다.

2. 제도적 공백 및 불확실성에 대한 조직의 대응

플랫폼 경제로의 이행은 기존의 제도적 틀에서 벗어나 새로운 형태의 제도적 질서를 찾아가는 과정을 수반한다(Vallas and Schor, 2020). 이러한 변화과정 속에서 기존의 제도가 유효성과 정당성을 잃게 되면서 뚜렷한 제도적 기준이 없는 상태가 되고(Oliver, 1992), 다양한 유형의 불확실성이 나타난다(Edelman, 1992). 특히, 행위자들이 제도의 가치나 의미를 저마다의 관점에서 재해석함에 따라 제도적 장(institutional field)의 복잡성과 불확실성은 더욱 커지게 된다(Kraatz and Block, 2008). 이렇듯 제도적 규칙을 구성하는 다양한 요소가 완벽히 정비되지 않거나, 제도적 장의 구성원들이 ‘당연시하는’ 규범적 표준이 공식화되지 않은 상태를 ‘제도적 공백’이라고 부른다(Khanna and Rivkin, 2001). 제도적 공백에 대한 연구는 주로 국가 간 제도의 확산이 이루어질 때 새로운 제도를 도입하는 국가의 상황을 중심으로 논의가 이루어져 왔다(Stark, 1996; Edelman, 1990; Szelenyi and Szelenyi, 1994). 비슷한 맥락에서 제도적 공백 개념은 개발도상국 연구에

많이 적용된다(Belenson et al., 2013; Chang and Hong, 2000).

제도적 공백이 낳는 불확실성을 줄이기 위해서 행위자들은 다양한 전략을 취한다(Goodrick and Salancik, 1996; North, 1990). 시간이 지남에 따라 그러한 전략과 대응이 집단화하고 수렴하면서 불확실성은 점차 줄어들게 된다(Snow and Soule, 2010; Barley and Tolbert, 1997). 여기에 착목해 제도주의에 기반한 선행연구는 행위자들 사이의 상호작용을 통해 어떻게 제도적 표준이 등장하게 되고, 그들이 나름의 방식으로 제도 안에서 질서를 갖추게 되는 과정을 설명하고자 하였다(Tushman and Anderson, 1986; Anderson and Tushman, 1990; Hoffman, 1999; Garud et al., 2002). 특히, 많은 연구들은 제도 내에서의 불확실성이 제거 되는 과정에서 전문가 조직(professional organization)의 역할에 주목했다(Lee et al., 2018; Van de Ven, 1993).

본 연구의 사례대상인 코스포는 스타트업 기업들의 이해대변체임과 동시에 새롭게 부상하고 있는 플랫폼 경제의 최전선에 위치한 기업들의 모임으로서 전문가 조직의 성격을 가진다고 할 수 있다. 하지만 전문가 조직의 등장만으로 불확실성이 사라지는 않는다. 전문가 조직 역시 여전히 자신의 관점에서 제도의 가치와 의미를 해석하며 이에 따라서 특정한 이해관계를 제도 형성과정에 반영하고자 하기 때문이다(Edelman, 1990). 플랫폼 경제로의 이행에서 코스포의 역할이 흥미로운 지점은 코스포의 주요한 회원사들인 플랫폼 기업들은 제도적 공백을 사업모델의 기반으로 삼는 경우가 많다는 점이다. 플랫폼 기업들의 사업모델은 제도적 공백과의 관계에 따라서 두 가지 형태로 나타나는 것을 보여준다. 첫 번째로 제도적 공백을 사업모델을 실현시키기 위한 ‘도구’로 사용하는 사례다. 예를 들어서 타다는 여객운수법 34조 2항에서 승차정원 11인승 이상 승합차를 사용할 경우 자동차대여사업자 운전자 알선이 가능하다는 공백을 활용했다. 두 번째로 제도적 공백 자체가 사업모델의 ‘목표’가 되는 경우로, 특수고용노동자나 프리랜서에게 특화된 세무회계 서비스인 ‘삼쩜삼’을 대표적인 사례로 볼 수 있다.

이상의 논의를 바탕으로 우리는 제도적 불확실성을 줄이고 새로운 제도에 의미와 해석을 부여하는 전문가 조직이자, 제도적 공백 자체를 사업모델의 기반으로 삼는 스타트업 기업들의 집단적 이해대변체로서 코스포를 조명하고자 한다. 특히, 내부 행위자들의 기대와 외부행위자들의 요구 속에서 코스포의 조직 정체성이 어떻게 진화해왔는지 분석함으로써 플랫폼 경제로의 이행과정에서 스타트업 기업들

의 집단적 이해관계 및 제도의 형성과정을 이해하는 것을 목표로 한다.

Ⅲ. 연구방법

코스포는 스타트업 기업들의 이해대변체로 신산업분야에서 직면하는 공통의 문제를 해소하기 위해 국내 유명 창업자들이 의기투합하여 결성하였다. 코스포는 2016년 9월 26일 발족식을 개최하며 활동을 시작하였고, 2018년 중소벤처기업부 제2018-9호로 사단법인 허가를 받음으로써 공식적인 조직의 틀을 형성하였다. 우리가 코스포를 사례연구 대상으로 선택한 이유는 세 가지로 정리할 수 있다. 첫째 이유는 코스포가 신생 집단적 이해대변체로는 이례적으로 빠르게 제도적 장에서 정당성을 확보한 사례라는 사실이다. 코스포는 불과 설립 3년 만에 플랫폼 업계를 넘어서 우리나라 노사관계 전체로 봤을 때도 역사적 상징성을 가지는 배달플랫폼 사회적 협약을 만들어낸 주체 중 하나가 되었다. 일반적으로 산업 내 기업들의 이해대변체는 해당 산업이 안정적인 물적-제도적 기반을 갖춘 후에야 설립되고 활동을 시작하나 코스포는 플랫폼 업계라는 범주조차 아직 명확하게 정의되지 않은 상황에서 업계를 대변하는 조직으로 외부행위자로부터 정당성을 인정받았다. 제도적 공백에 대한 신생 업계 구성원들의 대응과 정당화 작업의 맥락에서 조직 정체성이 형성되는 과정을 이론화하기에 이상적인 사례라고 할 수 있다. 두 번째는 세계에서 보기도 드문 플랫폼 업체들이 다수를 차지하는 스타트업 기업들의 집단적 이해를 대변하는 조직이라는 점이다. 플랫폼 업계가 네트워크 효과를 선점하기 위해 업체 간 경쟁이 치열하다는 것을 고려할 때, 코스포는 경쟁 관계에 있는 업체들이 어떻게 공통의 이해관계를 형성하며 조직 정체성을 강화해 가는지 또는 반대로 이해관계의 불일치로 인해 조직 정체성의 변화가 나타나는 양상을 분석할 수 있는 사례를 제공한다. 세 번째는 플랫폼 경제에서 새로운 노사관계의 제도적 질서가 만들어지는 과정을 분석할 수 있는 이상적인 사례이기 때문이다.

앞서 제시한 바와 같이 우리는 새로운 산업에서 기업들의 집단적 이해대변에 대한 연구는 국내외를 통틀어 많이 축적되지 않았기 때문에 탐색적 분석에 알맞은

질적연구방법론을 택했다. 심층면접조사 자료를 주자료로 삼았고, 저자들이 코스포의 성장과정에 대해 가지고 있었던 직-간접적 경험을 바탕으로 세 집단으로 나눠서 면접 대상자를 섭외하는 의도적 표집방법을 선택했다(표 1). 면접은 2019년과 2020년에 걸쳐 이루어졌으며, 각 1차례씩 이루어졌다. 또한 사전 동의 된 녹취를 통해 자료를 확보하였으며 녹취록을 작성하여 활용하였다.

〈표 1〉 면접 참가자 구성

범주	구분	주요 활동
코스포 내부 관계자	코스포 관계자 #1	사무국 근무(정책 담당)
	코스포 관계자 #2	사무국 근무(사업 담당)
기존 경영자 단체 관계자	경영자 단체 관계자 #1	경영자총연합회 관계자
	경영자 단체 관계자 #2	대한상공회의소 관계자
정부 관계자	정부 관계자 #1	경사노위 관계자
	정부 관계자 #2	플랫폼 사회적 대화 참관
	정부 관계자 #3	일자리위원회 관계자
스타트업 기업가	스타트업 기업가 #1~5	창업 초기 또는 성장기 기업
노동조합 관계자	노동조합 관계자 #1	민주노총 서비스연맹 관계자
	노동조합 관계자 #2	라이더유니온 관계자
전문가	전문가 #1	플랫폼 사회적 대화 공익위원
	전문가 #2	정부위원회 위원

첫 번째 집단으로 플랫폼 노동관련 법-제도 개선을 위한 공론장에서 코스포와 함께 협상 테이블에 앉았던 경험이 있는 이들을 섭외했다. 이들과의 인터뷰를 통해서 플랫폼 업계를 둘러싼 다양한 외부행위자들이 코스포를 보는 시각, 즉 코스포의 외적 이미지가 어떻게 변화했는지 이해하고자 했다. 두 번째 집단으로는 코스포의 이해대변 대상인 스타트업 창업자들을 섭외했다. 코스포가 조직의 미션에서 이해대변의 대상으로 명시하는 창업초기 단계나 성장기에 들어선 스타트업 창업자들의 의견을 듣는 데 초점을 맞췄다. 이들과의 면접조사를 통해서도 스타트업 생태계의 내부구성원들이 인식하는 집단적 이해대변체로서 코스포의 성격, 즉 코스포의 조직 정체성을 이해하고자 했다. 끝으로 세 번째 집단으로 코스포 조직 구

성원들과의 면접조사를 진행했다.

먼저 진행했던 첫 번째 집단(외부행위자)과의 인터뷰는 두 번째와 세 번째 집단과의 면접조사 방향을 정하는 기준을 제공했다. 외부행위자들이 코스포와 공식적-비공식적 관계를 형성하고 제도적 교섭을 하는 과정에서 주요 계기나 사건으로 언급된 내용(예를 들어, 경사노위 참가, 배달 노동자 사회적 대화 사전 교섭) 등에 대해서 업계 내부행위자들의 의견을 물었고 거기서 나타난 견해의 차이와 유사점에 주목했다.

나아가 면접조사 내용을 보완하거나 검증하기 위해 다양한 문서자료를 활용했다. 사회적 대화와 같은 제도적 공론장에서 외부행위자들과 코스포 구성원들이 발언한 내용을 담은 회의록을 분석대상에 포함하였다. 또한 코스포가 회원사들을 대상으로 주최했던 내부행사 동영상 기록을 분석했다. 끝으로 언론 기사를 검색해 사회적 쟁점으로 떠올랐던 사안에 대해 코스포 구성원들이 논평한 인터뷰 내용을 보조자료로 활용했다. 이어지는 제IV장에서 이러한 자료를 분석한 결과를 바탕으로 외부 이미지와 내부 정체성과의 관계를 중심으로 서술한다.

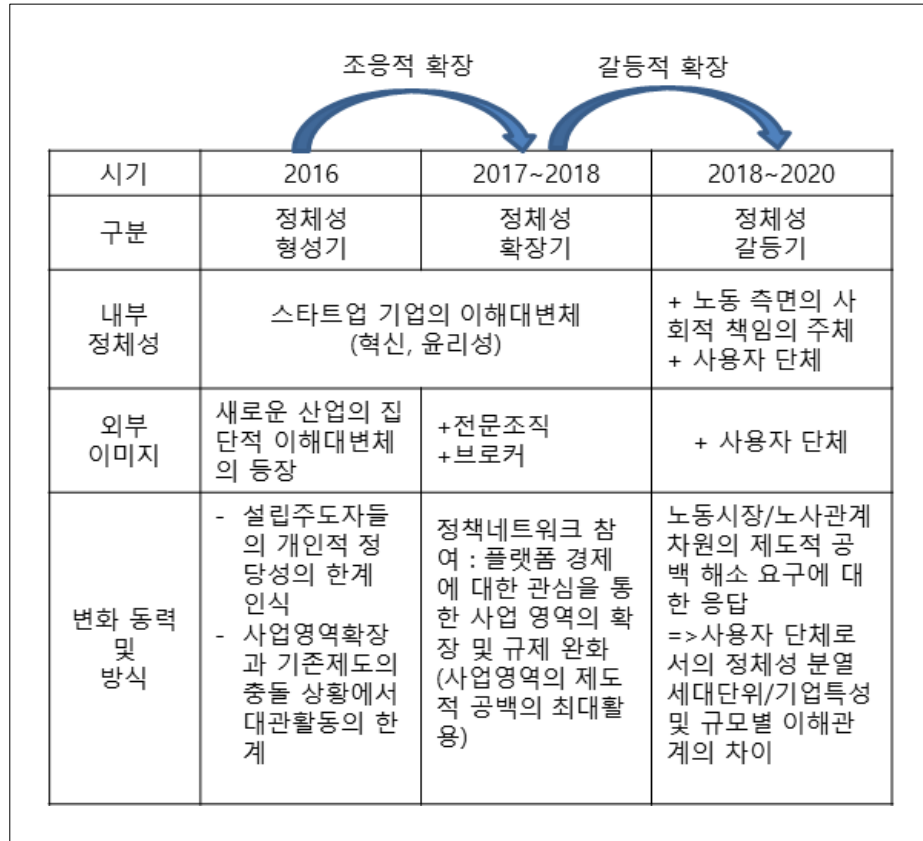
IV. 스타트업 기업들의 집단적 이해대변체로서 코스포의 정체성 진화과정

자료 분석결과, 우리는 코스포가 설립 이후 조직 정체성이 진화하였으며, ‘형성기-확장기-갈등기’를 거쳐 왔음을 확인할 수 있었다. 각 단계의 특징을 중심으로 다음 [그림 1]과 같이 연구결과를 정리하였다. 이어지는 내용에서는 각 단계에서 나타난 내부 정체성과 외부 이미지의 핵심내용을 밝히고 둘 사이의 관계 변화양상과 그것을 추동한 동력을 설명한다.

1. 정체성 형성기 : 코스포의 회원사를 향한 내부 정체성 형성 작업

코스포는 국내의 대형 IT 플랫폼과 차별화된 스타트업 기업들의 단체라는 조직 정체성을 바탕으로 회원사를 모집하고 공감대를 형성해 나갔다. 정체성 주장의 중

[그림 1] 연구모형



자료: 저자 작성.

심에는 혁신과 윤리성이 자리잡고 있었다. 코스포의 시작에는 2010년대 중반 이후 매출 1조 원을 돌파하여 유니콘으로 성장한 스타트업 창업가들의 리더십이 있었다. 그들은 후배 창업가들이 '스타트업 하기 좋은 사회'를 만들기 위해서는 본인들이 일정 역할을 수행해야 한다는 사명감을 가졌다. 이들은 다양한 사업영역에 걸쳐 위로는 한국의 1~2세대 창업가, 아래로는 20~30대 창업가들을 종단하는 인적 네트워크를 갖추고 있었다. 2016년 5월 김봉진 대표(우아한 형제들_배달의 민족)를 중심으로 20여 명의 스타트업 대표들이 조직결성을 위한 모임을 진행하였다. 김봉진 대표가 준비위원장으로 추대되었고, 야놀자 등 주로 플랫폼 비즈니스를 수행하는 50개 사 대표들이 참여하여 2016년 9월 26일 코스포가 발족되었다.

코스포는 출범선언문을 통해 활동목적과 방향을 밝히고 있는데 구체적으로 ‘스타트업 하기 좋은 사회’를 만들기 위해 필요한 사회적, 정책적 환경을 고민하고 공론화함으로써 성장의 새로운 희망을 찾는 것을 제1 목표로 밝혔다. 이외에도 스타트업 생태계의 선순환 구조 구축, 기존 기업과는 다른 스타트업 특유의 창의성과 혁신성을 기반으로 한 대안적 기업문화 실천 등을 통해 한국사회와 청년세대의 희망을 위해 신뢰와 협력의 정신을 바탕으로 전진한다는 내용을 담고 있다(코스포 홈페이지, 2023). 이와 같이, 코스포의 초기 정체성은 노사관계 이슈와는 큰 관련이 없었고, 주로 구시대적 기업경영 기조에서 벗어나 윤리성을 강조하는 혁신적인 창업가들의 이해대변체 역할을 표방하였다. 즉, 이미 관료화된 대형 IT 기업과의 차별화를 통해 정체성을 주조하고자 했다.

살펴본 바와 같이 신생조직이었던 코스포가 출범선언문에 명시한 혁신과 윤리성은 대외적으로 코스포의 사회적 필요성을 알리고 조직의 정당성을 확보하는 중요한 부분이었다. 하지만 실제적 수준에서 초기 코스포의 조직 정체성을 명료화하는 데 더욱 큰 영향력을 발휘한 것은 코스포를 조직한 주체들이 업계 내부에서 가지는 개인적 정당성이었다. 이는 다음의 코스포 관계자 인터뷰에서 잘 나타난다.

“K대표는 모두가 존경하는 창업자예요. 제가 여기 와서 스타트업 대표들을 만나보니 K대표와 L대표는 존경한다는 말이 자연스럽게 나오더라고요. 스타트업계의 질서는 K대표, L대표의 명망으로 돌아가는 것은 업계의 상식이었고, 심지어 두 분과 친하다는 것은 우리나라에서 엄청난 자산이에요. 그러한 상식이 공식화된 것이 코스포라고 보시면 돼요. L대표님이 초기에 코스포를 키우다시피 했죠. 워낙 후배분들을 돕고 싶어하는 분이죠.” (코스포 관계자 #1 인터뷰)

살펴본 바와 같이 코스포는 플랫폼 업계의 이해를 대변하는 단체로서 혁신과 사회적 책임에 기여하고자 하였음에도 코스포 의장단을 맡은 성공한 창업가 몇몇의 개인적 정당성에 크게 의지하고 있었다. 이러한 개인적 정당성에 대한 의존은 이들 기업과 대립하는 쟁점에 대한 코스포의 집단적 이해대변 활동에 제약이 될 수밖에 없었다.

또한, 이 시기 플랫폼 스타트업이 급속도로 성장하는 과정에서 이들과 기존 제도 또는 업계 행위자들의 충돌이 가시화되는 상황이 나타났다. 대표적으로 타다와 같은 차량공유 플랫폼과 택시업계와의 갈등과 유사한 사안들이다(뉴시스, 2019.

10. 24). 이 과정에서 플랫폼 스타트업들은 기존 제도와의 충돌이 나타나는 산업 분야에 진출하기 위해 정부정책과 법제도 개선이 시급함을 인식하게 되었다(코스포 관계자 #1 인터뷰).

“우리가 해야하는 일이 무엇이나에 대한 고민이 있었죠. 스타트업 기업이 잘해서 제 2의 배민마켓컬리가 나올 수 있는 환경을 만들어야 한다고 생각했어요. 그러려면 법제도 개선이 제일 중요하죠.” (코스포 관계자 #1 인터뷰)

법제도 개선을 위해 대정부, 대의회 활동 등과 같은 대관업무의 필요성이 증가하였으나, 스타트업 기업들은 정부정책 네트워크에의 접근에 한계가 있음을 인식하였다. 대관 담당자를 뽑는 것은 유니콘으로 성장해 충분한 재정적 자원을 확보한 일부 기업에게만 주어진 특권이였다. 아래 인터뷰가 보여주는 것처럼 코스포는 이러한 제도적 이해대변의 공백에 주목했다.

“그럼 우리가 무엇을 해줘야 회원사들에게 도움이 되겠는가에 대한 고민이 있었어요. 그러던 중 규제개혁이 필요한데, 스타트업들이 작고 꽤 커진 회사들도 그런 걸 (정부와의 관계를 통한 규제개선) 할 줄 몰라요. 그래서 그걸 우리가 할 일이라고 생각한 거죠.” (코스포 관계자 #1 인터뷰)

2. 정체성 확장기 : 정책 네트워크 형성을 통한 외부 이미지 강화

코스포의 운영주체들은 설립자들의 개인적 정당성에 대한 의존에서 벗어나 제도적 장에서 스타트업의 이해대변 역할을 자임함으로써 회원사 규모의 확장을 꾀했다. 그 결과 정체성 확장기에 두드러진 코스포의 활동은 4차 산업혁명과 플랫폼 경제를 둘러싼 정책 네트워크의 형성을 시도하는 것이었다. 코스포는 먼저 정부관계자들과 접점을 만들기 위한 활동을 적극적으로 추진해 나갔다. 첫 번째 공식적인 활동으로 코스포는 2017년 대선 후보자 간담회, 정부부처 간담회 등을 통해 신산업 성장 도모에 관한 정책제언에 참여하였다. 이를 통해 신산업에 대한 정부 정책상 아이디어를 제공하고 회원사 기반 협조 및 지지의사를 전달하였다. 나아가 코스포는 ‘신경제 선언문’ 등을 통해 규제가 아닌 신산업 성장에 몰입할 환경조성이 필요하다는 스타트업 기업들의 목소리를 국회, 정부에 전달하였다(코스포 내부 자료, 2017. 9. 26). 나아가, 정부 관계자들과의 접촉면이 커지면서 코스포는 불

확실성이 높은 플랫폼 경제로의 이행기에 전문가 조직으로서 역할을 수행했다. 또한 정부와의 네트워킹을 강화하기 위해 정부부처가 코스포를 필요로 하는 상황에 적극 대응해야 할 필요성을 느꼈다.

“플랫폼에 대해 정부도 아는 게 없었어요. 모르니까 우리가 필요한 거죠. 어디 기업 하나를 만나고 싶어도 아는 게 없으니, 그래서 부르길래 간 거예요. 우리한테도 나쁜 건 없으니까. 많이 알려줬죠.” (코스포 관계자 #2).

실제로 코스포는 산자부, 고용부, 중기부 등 산업 및 고용정책 관련 부서가 주최하는 정책 간담회 등에 관련 기업을 소개해 주는 ‘게이트’ 및 ‘브로커’ 역할을 수행하며 정부부처의 니즈와 정부와의 접점을 갈구하던 회원사의 니즈를 동시에 충족시켜주는 역할을 수행하였다. 이 과정에서 코스포 회원사들은 정부규제로 인한 어려움을 전달하거나 정부지원의 필요성에 대해 구체적으로 의견을 개진하였다. 정부 또한 코스포를 매개로 한 플랫폼 업체들과의 교류를 통해 산업정책 수립의 불확실성을 완화할 수 있는 정보획득이 가능하였으며, 새로운 산업성장에 있어서도 정부의 역할을 정립할 수 있었다(정부관계자 #1 인터뷰).

“정부는 무엇을 해야 하나 고민이 많아요. 새로운 산업이 커가고 고용도 많이 하고 하는데 문제는 많다고 하고 솔직히 공무원이 아는 게 한계가 있잖아요. 그러니 전문가를 찾은 거죠. 코스포도 전문가라고 봤고.” (정부 관계자 #1).

코스포가 공식적으로 전문가 조직으로서 정책협의의 주체로 등장한 것은 2018년 11월 4차산업혁명위원회에 2기 위원으로 당시 코스포 대표가 위촉되면서 부터이다. 당시 정부부처들은 스타트업 및 플랫폼 업계 현장의 목소리를 통해 정책 방향을 잡을 필요가 있었다. 관료들의 특성상 이해관계자들과 접촉하는 데 보수적으로 접근할 수밖에 없었고 개별 스타트업 기업에 대한 정보 부족과 불확실성이 큰 상황에서 적극적으로 그들과 네트워킹하는 일은 부담스러운 상황이었다. 이에 코스포를 스타트업의 이해를 대표하는 참가자로 위촉하였고, 정부위원회 위원이라는 공식성은 더 많은 관료들이 현장상황을 청취하고 정책방향 및 제도설계를 위한 근거를 확보하고자 코스포를 찾게 만드는 양의 되먹임(positive feedback)이 나타났다. 이를 통해 코스포는 광범위한 정부부처를 포함하는 네트워크의 확장을 꾀할 수 있었다(정부 관계자 인터뷰#1).

“코스포가 빵 뜬 게 4차위 참여하면서 부터예요. 그때부터가 시작이에요... (중략)... (정부와 코스포가) 서로 필요했던 거겠죠... 정부는 정보를 얻고 싶고 코스포는 자기들을 알리고 싶고... (중략)... 기재부나 중기부나 뭐 고용부도 기업을 컨택할 끈이 없던 때니까 코스포 통해서 소개받아서 간담회도 하고 그랬던 거지.” (정부 관계자 #1)

전문가 조직으로서 코스포의 정책 네트워크는 경제사회노동위원회 의제별 위원회 중 하나인 디지털 전환과 노동의 미래 위원회(이하, 디전노미위)에 참여하면서 정부부서를 넘어 노동계로 확장됐다. 디전노미위는 여러 산업으로 뻗어나가던 플랫폼 노동의 구체적인 사례와 개선방안을 찾고자 하였으며, 이를 위해 플랫폼 업계를 잘 아는 주체의 참여를 필요로 했다(디전노미 활동보고서, 2020). 이에 경사노위는 노사위원을 추가하고자 하였으며, 경영계 위원으로 코스포를 추천하였으나 기존 경영계 위원의 반대²⁾로 코스포 대표를 공익위원으로 위촉하였으며, 코스포 또한 이에 응하였다. 코스포가 공익위원으로 위촉되어 중립적인 지위를 가지게 된 것은 전문가 조직으로서 코스포의 정체성을 강화시켜 줄 수 있었다. 코스포는 기존 사업협회나 사용자 단체와 차별화된 공익위원이라는 지위에서 혁신의 필요성을 강조하며 플랫폼 기업을 옹호하는 활동을 통해 내부 이해관계자의 이해를 충족시킬 수 있는 기회를 얻었다. 그러한 기회를 충분히 활용해 코스포는 산업 내 제도적 공백을 최대한 활용하여 사업을 확장하고자 하는 회원사들의 집단적 이해를 충실히 반영했다.

“국내 스타트업은 금지 위주의 나열식 규제, 국내 기업 위주의 규제, 플랫폼 기업에 과도한 책임부과, 유사 법률의 중복규제, 형사처벌 위주의 규제로 인해 신규진입과 경쟁력 강화에 어려움을 겪고 있음. 그러므로 글로벌 기준으로 포괄적 네거티브 방식과 책무의 기본원칙 중심의 유연한 규제가 필요함.”

“플랫폼 노동은 대규모 공급 풀, 수수료 기반 수익모델, 근로자의 플랫폼/일감 선택권을 기반으로 한 개별 근로형태에 따라 판단될 수 있음.” (디전노미 활동보고서 최

2) 경사노위는 의제의 확장에 따라 참여주체의 확장을 피하고자 하였으며, 이에 코스포를 사용자위원으로 선임하고자 하였다. 그러나 기존 사용자위원으로 참여하고 있던 경총에서 선임된 위원은 비공식적으로 경총이나 대한상의와 같은 기존 경사노위에 참여하고 있던 사용자 단체 이외의 새로운 주체가 사용자 위원으로 선임되는 것에 대해 반대의를 분명히 하였다고 한다(경사노위 관계자 인터뷰, 2021). 이에 결국 기존 사용자위원의 반대 속에서 차선의 방식으로 노동계의 동의를 얻어 코스포를 공익위원으로 위촉하게 되었다.

성진 대표 발제자료).

“노동자의 권리보호 측면에서 필요한 부분은 당연히 있음. 현재 플랫폼 노동의 이슈, 현황을 보면 기존 제도가 새롭게 등장하는 변화에 맞지 않아 발생하고 있음.” (디전 노미 활동보고서 최성진 대표 발언)

다시 말해, 이 시기까지만 해도 ‘스타트업 기업들의 혁신을 지원하는 기업들의 단체’라는 내부 정체성과 ‘플랫폼 경제의 전문가 조직’-‘정부와 업계를 잇는 중개자’로서의 외부 이미지는 높은 정합성을 보였다. 하지만 플랫폼 경제에서 노동과 고용을 둘러싼 의제가 부상하면서 그러한 내부 정체성-외부 이미지 사이의 정합성에 균열이 나타나기 시작했다.

3. 정체성 갈등기 : 플랫폼 경제에서 노동이슈의 등장과 내부 정체성 - 외부 이미지의 부정합

가. 플랫폼 경제에서 노동이슈의 등장과 대응

플랫폼 경제의 급속한 성장 이면에는 플랫폼 종사자의 열악한 노동환경이 있었다. 예를 들어 배달플랫폼 기업들은 플랫폼 알고리즘을 활용하여 배달원들과의 사용종속관계를 단절시킴으로써 근로기준법상 근로자가 아닌 독립자영업자로 고용하였으며 이 과정에서 노동자들은 불안정 노동환경에 놓일 수밖에 없었다. 한편, 2019년 11월 고용노동부가 ‘요기요’ 배달원을 근로기준법상 근로자로 인정한 이후 배달플랫폼 업계에서는 배달플랫폼 노동 종사자의 노동법상 지위에 대한 대책을 마련해야 하는 상황에 처하게 되었다. 2020년에는 타다 드라이버로 근무하고 있는 노동자들이 브이씨앤씨 및 용역업체를 대상으로 부당해고 구제신청을 하였고 이에 대해 지노위와 중노위의 판결이 잇달리며 플랫폼 종사자의 근로자성 이슈가 강하게 등장하였다.³⁾ 한국의 노동법 체계하에서 플랫폼 종사자가 근로자로 인정되는 경우 임금과 근로조건 등이 근로기준법에 적용을 받게 되고 사회보장제도의 테두리 안으로 들어오게 된다. 플랫폼 업체들에게 이는 고스란히 비용의 상승

3) 2023년 현재 타다 기사의 근로자성에 관한 사안은 1심에서 쏘카가 사용자라고 보기 어렵다는 패소 판결이 난 상태이다(뉴시스, “타다 기사, 근로자성 소송 1심 패소…법원 ‘규제 필요시 입법해야’”.(2022. 7. 8)).

을 의미했다. 이에 플랫폼 종사자의 근로자성 인정 여부는 업계의 큰 이슈로 작용하였다. 또한 비슷한 시기 마켓컬리와 쿠팡 등에서 노동자들의 사망과 부상 등의 산업재해 문제도 급부상 되었다.⁴⁾

개별 플랫폼 기업들의 성장속도에 비례해 나타나기 시작한 노동에 대한 이슈는 사회적 책임을 다한다는 코스포와 회원사의 집단적 정체성을 시험대 위에 올려놓았다. 코스포는 그러한 제도적 압력 속에서 기존 사용자 단체와는 다른 선택을 통해 노동시장의 주요한 행위자로서 역할을 시도하였다. 우리나라의 기존 사용자 단체는 전통적으로 노동조합의 대척점에 서서 반노동적 정체성을 확립해 왔다(전인·서인덕, 2008). 반면, 코스포는 노동조합 측과 활발히 네트워킹을 시도하고 협력하며 노동계와 우호적 관계를 맺는 경계관리를 시도하였다. 코스포가 노동이슈에 관심을 가지게 된 것은 사회적 책임을 다한다는 조직 이미지 관리의 이유뿐만 아니라, ‘노동공급’ 이슈가 플랫폼 기업들에게도 중요한 문제라는 플랫폼 운영상의 이유도 작지 않았다(코스포 관계자 인터뷰 #2).

“플랫폼 기업에서 노동은 시장에서 플랫폼 기업의 서비스를 소비자에게 공급하는 ‘공급자’로서의 역할이 있어요. 플랫폼 기업은 ‘공급자’의 원활한 확보가 수익창출에 중요한 요소가 되기 때문에, 수익창출을 위해 ‘공급자’의 확보를 고민해야 하기 때문에 노동이슈는 중요할 수밖에 없어요.” (코스포 관계자 인터뷰 #2).

이러한 코스포의 노동이슈에 대한 역할은 코스포가 일자리위원회 플랫폼 노동 분과위원회 위원(2019. 9. 23~2020. 6. 24)으로 활동하면서 가시화되었다. ‘플랫폼 노동과 일자리 TF’(이하 플랫폼 노동 TF)는 주로 노동이슈의 중요성 및 시급성을 바탕으로 변화하는 고용상황에 맞는 새로운 제도 및 통계 마련, 종사자 보호방안 마련, 양질의 일자리 창출을 위한 공식화, 활성화 방안 등을 포함한 종합적 논의를 하기 위해 출범하였다. 플랫폼 노동 TF 구성은 학계 및 전문가, 현장관계자, 정부관계자로 구성되었는데, 코스포는 현장관계자의 일원으로 참여하였다. 이에 코스포의 외부이미지는 디지털 전환시기의 전문가 조직에서 플랫폼 노사관계에서 사용자를 대표하는 단체로 확장되었다. 코스포는 플랫폼 노동 TF에 참여하면서 노측과 교류를 활발히 하였으며, 스타트업 기업들이 경험하고 있는 구인의 어려움을 해소하기 위한 제도 마련은 노사 모두에게 이득이라는 공감대를 만들기 위해

4) MBC. “자정에 주문해도 눈뜨면 문앞에... ‘살인적 노동’”.(2019. 6. 28)

노력했다.

“그래도 그나마 말이 통한 게 (코스포의) ○○○실장. 그래도 자기편은 따로 있어요. 알지... 알지만 얘기를 할 수 있는 사람이 있었던 게 다행이라고 생각해요. 뭐라도 하자고 얘기가 되는 게 중요한 판이니까. 그래도 그래서 합의도 하고 결국 코스포랑 둘이 한 거지 뭐.” (노동계 관계자 인터뷰 #2).

나. 사회적 대화의 주체로서 활동과 사용자 단체 이미지의 강화

코스포는 노동이슈에 대해 회원사의 상당수를 차지하는 플랫폼 기업들이 사회적 책임을 요구받음에 따라 대응책을 마련할 필요가 있었다. 이에 코스포는 플랫폼 노사관계 차원의 사용자 단체로서, 역할을 스스로 자청하며 사회적 책임을 다하는 혁신적인 기업들의 단체로서, 내부 정체성을 명확히 하고자 하였다. 이는 2020년 10월 배달플랫폼 분야에서 노사가 주도한 사회적 합의 형성과정에서 구체적으로 나타났다.

코스포는 2018년부터 플랫폼 경제에 관한 세미나를 하며 신뢰를 쌓은 민주노총 서비스연맹과 함께 ‘사회적 대화’를 주도하였다. 플랫폼 노사는 사회적 논의구조를 노사가 중심이 되어 모색하고자 하는 데 뜻을 같이하여 별도의 노사정 사회적 대화를 제안하기로 결의하고, 2019년 11월 11일 민주노총 서비스연맹이 코스포와 정부(고용노동부, 공정거래위원회, 국토교통부, 금융위원회)에 노사정 사회적 대화를 제안하는 성명서를 발표하였다. 이러한 민주노총의 성명서 발표는 사전에 코스포와 조율된 것이었다. 이에 코스포는 2019년 11월 19일 서비스연맹의 성명서에 대해 동의하는 입장문을 발표하면서 ‘디지털 플랫폼 기업-지역의 수많은 배달대행 개인사업자-음식점주-배달종사자’로 구성된 복잡한 배달시장의 구조에서 공정한 질서가 확립되는 데 스타트업의 선도적인 노력이 요구되며 그 역할을 코스포가 수행할 것임을 자진하였다. 약 6개월간의 논의를 통해 민주노총 서비스연맹과 코스포가 주도한 배달플랫폼 사회적 대화는 합의문을 도출하였다.⁵⁾ 배달플랫폼 사회적 합의는 배달플랫폼 노동계약의 균형과 투명성, 그리고 배달 노동자의 안전에 관한 내용을 담았다. 이 협약을 통해 코스포는 사회적 책임의 주체라는 내

5) <플랫폼 노동 대안 마련을 위한 사회적 대화 포럼>은 2020년 4월 1일 발족하여 10월 6일 제6차 전체회의를 통해 합의문을 도출하였다.

부 정체성이 플랫폼 노동이슈에 대한 ‘사용자 단체⁶⁾’로 외화되는 모습을 보였다. 구체적으로 코스포는 개별기업 그리고 그들을 회원사로 둔 사측 단체로서 합의를 통해 ‘배달플랫폼 노동 종사자’의 권익보장 역할을 인정했다. 이에 협약에서 코스포는 배달플랫폼 노동자들의 노조할 권리를 인정함으로써 노조법상 상대방으로서 개별기업을 인정하는 방식의 협약을 이끌었고, 이는 코스포가 ‘사용자 단체’로서 사회적으로 인식될 수 있는 가능성을 높였다. 그러나 다른 한편, 포럼 운영과정에서 단체교섭이나 단체협약이라는 말은 금기시되었으며, 당사자들에게는 사회적 대화의 틀 자체가 중요한 의미로 인식되었다(전문가 #1 인터뷰). 이는 코스포가 외부 이미지와 내부 정체성에 대한 괴리를 경험하고 있음을 암시했다.

“사회적 합의라고 표현은 하는데 저는 이게 사회적 대화와 사회적 어떤 협약의 범주에 들어갈 수 있는 건가 하는 의문은 사실 기본적으로 갖고 있어요. 저는 처음 참여할 때 이걸 단체협약이다. 업종단위 단체협약이다 생각을 했고... (중략)... 포럼운영도 노사가 직접 마련한 재원으로 운영이 됐구요. 플랫폼 산업의 초기업 수준에서 단체교섭이라고 해석하고 접근해야 하지 않을까 고민을 했어요. 일종의 공동교섭이었던 거죠. 그러니까 그 말을 하지 못했는데... 단체교섭이고 단체협약이라는 말을 하는 순간 사실은 하나도 진행이 안될 거 같았거든요. 그 당사자들에게는 껍데기가 좀 더 중요한 거였죠.” (전문가 #1 인터뷰).

코스포는 사회적 합의 이후 정부와 노동계에서 주최하는 토론회와 간담회 등에서 ‘사용자 단체’로서의 발언과 역할을 기대받기 시작했다. 이에 부담을 느낀 코스포는 한발 물러나 플랫폼 노동의 교섭 당사자로서 사용자 단체의 역할은 회피하는 모습을 보였다. 플랫폼 노동자의 비전속성을 고려할 때 산별교섭의 필요성은 인정하면서도 업종별 다양성으로 인해 플랫폼 노동 전반을 포괄하는 교섭은 어렵다는 입장을 밝혔다(코스포 정책실장 발언 : 민주노총 토론회, 2021. 7. 28).

“코리아스타트업포럼이 사회적 대화를 할 때 저희가 사용자 단체라고 주장하지는 않아요. 그런데 사회적 대화를 할 때는 이런 대표성 있는 역할을 하기는 한 것 같아요.

6) 여기서 사용한 ‘사용자 단체’의 의미는 노동조합법상 ‘사용자 단체’를 의미하는 것은 아니다. 사용자 단체란 노동시장 문제에 대해 회원 및 그들의 잠재적 회원들의 집단적인 이해를 대변하고 관찰시키고자 하며 사용자들의 입지를 강화시키기 위해 설립된 자발적인 조직을 의미한다(Traxler, 2004; Behrens and Traxler, 2004; Rynhart, 2004; 전인 · 서인덕, 2008).

기업들이 그걸 원했고 그런데 산별교섭과 같이 제도적인 부분에 진입할 수 있을까에 대해서는 망설여지는 부분이 있어요. 첫 번째, 플랫폼 기업의 특성이 다양성 있고, 한편으로 코스포에 배달, 대리, 가사... 지역에서 취미생활로 하는 분들도 계시고 이랬을 때, 우리가 뭘 대표하고 어떻게 해야 하지? 다시 업종으로 들어가야되지 않을까? 여러 가지 고민거리가 있어요. 산업의 질서가 잡혀가고 산업이 성장하면서 대표성 있는 단체가 나와야되지 않을까 생각은 하는데 지켜봐야 할 것 같습니다(코스포 정책실장 발언: 민주노총 토론회, 2021. 7. 28)

살펴본 바와 같이 코스포는 일자리위원회 참여와 사회적 합의를 적극적으로 주도하며 노동이슈의 주도권을 가지고 사용자 단체로서의 책임과 역할을 다하는 노동시장 행위자로서 외부행위자들 사이에 위상을 높였다. 그러나 이러한 코스포의 외부 이미지는 내부회원사들이 기대하는 혁신과 탈규제의 창구라는 내부 정체성 요소와 필연적인 갈등을 낳게 되었다.

다. 노동이슈를 둘러싼 외부 이미지와 내부 정체성 간의 갈등

코스포가 사회적 대화의 장에 적극적으로 참여하면서, 사용자 단체로서의 외부 이미지가 강화되었다. 하지만 그러한 조직의 이미지가 회원사들이 공유하는 내부 정체성으로 이어지는 과정은 몇 가지 장애물로 인해서 순탄하게 진행되지 않았고, 그 결과 외부 이미지와 내부 정체성 사이의 긴장관계가 나타나게 되었다. 가장 큰 장애물은 바로 ‘노동’ 이슈에 대한 내부에서의 집단적 이해형성 문제였다.

코스포 운영진에게 딜레마를 안겨준 첫 번째 노동이슈는 주 52시간 근로제였다. 논쟁이 난감했던 이슈였던 이유는 그것이 스타트업계 내부에서도 의견이 뚜렷하게 엇갈리는 주제였기 때문이다.⁷⁾ 주 52시간 근로제를 찬성하는 이들에게 그것이 상징하는 합리적-효율적 노동시간은 “지하실에서 2층 침대 놓고 시작했던 노동 집약적이었던” (스타트업 기업가 #2 인터뷰) 1990년대 후반 벤처기업 문화와의 결별을 의미했다. 아울러 초장시간 노동으로 악명이 높았던 IT 외주개발(SI)산업과의 명확한 경계선을 긋는 것이기도 했다.⁸⁾ 면접에 참여했던 여성 창업자는 주

7) 이를 둘러싼 사회적 논쟁이 첨예했던 2019년 당시 스타트업계를 대표하는 조직 중 하나인 스타트업 얼라이언스가 스타트업 창업자 149명을 대상으로 조사한 자료에 따르면 창업자 중 주 52시간제 도입에 긍정적으로 반응을 보인 이들의 비율이 34.2%, 부정적 반응을 보인 이들은 33.6%로 거의 같게 나왔다.

52시간제를 반대하는 1세대 창업가들을 “꼰대들”(스타트업 기업가 #3 인터뷰)⁹⁾이라고 묘사하는 것을 주저하지 않았다. 반면, 주 52시간 근로제를 반대하는 4차산업혁명위원장을 포함해 상당수의 1~2세대 벤처 창업가들은 코스포의 적극적 후원자였다. 이러한 딜레마가 있었기 때문에 당시 코스포 구성원은 주 52시간을 신랄하게 비판한 4차위 위원장의 발언 내용을 듣는 순간 “눈앞이 깜깜해질 만큼 당황했었다”라고 면접조사에서 회상했다(코스포 관계자 #1 인터뷰). 그는 주 52시간 근로제가 사회적 정당성을 이미 확보했고, 코스포가 스타트업의 사회적 책임을 강조하는 상황에서 주 52시간 반대의견을 선불리 옹호하는 것이 자칫 전통적인 사업자 단체의 이미지를 덧씌울 수 있는 가능성을 우려했다.

노동관련 문제를 둘러싼 스타트업계 내부의 이해관계를 조율하는 데 있어서 코스포가 한계에 부딪히는 상황은 구체적인 이슈와 무대를 바꿔서 반복되었다. 2019년 승합차 호출 서비스업체인 '타다'의 불법파견 의혹이 불거졌을 때,¹⁰⁾ 코스포 내부에서도 '불법'을 저지르는 것만큼은 코스포가 스타트업을 대표해 외부에 내세우는 사회적 책임의 가치에 어긋나는 것이라는 의견이 있었다. 하지만 그 의견을 공식적 성명으로 낼 수는 없었다. 2021년 3월에 사회적 이슈가 되었던 온라인 신선식품 배송업체인 마켓컬리의 '블랙리스트' 문제도 같은 맥락에서 볼 수 있다.¹¹⁾ 마켓컬리가 코스포의 공동 의장사 중 하나라는 점에서 노동조합 등의 외부 행위자들은 코스포가 블랙리스트 사태에 어떤 반응을 보일지 예의주시했지만 역시 공식적인 성명은 없었다. 마켓컬리의 대표는 기자회견을 통해 블랙리스트 작성을 “물류센터 내 안전과 위생관리를 위해 취한 조치”라고 주장하며 방어했지만, 그 과정에서 코스포와의 협의는 없었던 것으로 보인다. 배달 노동자 처우개선을

8) SI 업계의 사용자 단체인 IT 서비스산업협회는 주 52시간제 특례업종 지정을 요청할 계획이었지만 회원사와 업계 종사자 반응을 이유로 그 계획을 철회하기도 했다.

9) 젊은 창업자들이 세대적 이질감을 표현한 것은 주 52시간제만은 아니었다. 한 면접참가자는 다음과 같은 벤처 1세대의 인터뷰가 실린 신문기사를 세대적 이질감의 이유 중 하나로 공유하기도 했다. “1세대 벤처 붐 때와 비교할 때 액셀러레이터와 엔젤 투자자를 비롯한 초기 투자자들도 많아졌고 관련 정부지원 사업들도 많이 늘어 생태계가 탄탄해졌다(...). 반면 초반에는 대부분의 창업자들이 강한 창업의지를 가지고 스타트업을 시작했던 것 같은데 현재 창업자 수가 급격히 많아지면서 창업의지나 정신력이 강하지 않은 창업자들이 상대적으로 많아진 점이 아쉽다.”(한국경제신문. “스타트업 육성하는 벤처 1세대... 언론 노출 꺼리지만 ‘멘토’ 자처”. 2019. 3. 26).

10) 매일노동뉴스. “[질어지는 '타다' 불법파견 정황] 콜 안 받아도, 복장규정 위반해도, 드라이버 패널티 주고 계약해지”. (2019. 10. 11).

11) 경향신문. “마켓컬리 '블랙리스트' 진짜였다”. (2021. 3. 6).

위한 사회적 대화에서 코스포와 협업을 했던 노동조합 관계자는 면접조사에서 다음과 같이 실망감을 드러냈다.

“코스포가 한마디 해주길 바랐죠. 평소에 그런 이미지가 강했잖아요, 합리적이고 상식적이고 우리나라 대기업과는 다른 깔끔하고 책임져야 할 때는 책임지는 스타트업들을 대표하는 곳이니깐. 하지만 전혀 언급이 없었어요. 검색 한 번 해보세요. 그렇다고 내놓고 엄호도 하지 못하고. 곤란했겠죠. 이해할 수 있어요. 내부적으로 그런(노동) 문제를 조율하거나 규율하는 것은 아직 멀었구나.” (노동조합 관계자 #1 인터뷰)

코스포는 설립 초기부터 노동관계법령에 대한 내부 포럼을 개최하는 등 회원사들의 ‘노동 감수성’을 높이기 위한 활동을 하였으나, 시간이 지날수록 창업관련 세미나나 멘토링 활동에 비해서 비중이 낮아졌다. 회원사를 모으고 결속하는 데 큰 도움이 되지 않았기 때문이다. 아직 코스포에 가입하지 않은 스타트업의 대표는 노동관련 이슈를 “터져야 신경쓰지, 연습을 할 여유는 없는” 영역으로 묘사했다(스타트업 기업가 #4 인터뷰, 2021).

노동문제를 둘러싼 모호한 입장을 넘어서 코스포가 조직의 성장에 따라 직면하게 된 더욱 근본적인 한계는 집단적 이해대변 행위와 이해대변의 대상이 되는 스타트업 이해 사이의 괴리다. 선행연구에서 검토한 대로 스타트업이 표명하는 혁신은 제도적 공백과 밀접한 관계를 맺는다. 이러한 맥락에서 면접조사에 참여한 몇몇 창업가들은 코스포의 활발한 대외활동이 제도적 공백과 혁신 사이에 불필요한 긴장관계를 일으킬 수 있다는 점을 우려했다. 구체적으로 한 창업가는 그것을 “코스포가 관여하면 일이 커진다”고 서술했다(스타트업 기업가 #4 인터뷰, 2020). 코스포는 이해대변 대상으로 스타트업 기업가 #4의 회사와 같은 성장기의 스타트업을 지목했다. 그러나 사회적 공론장에서의 활동은 코스포에게 “제도화”의 대리인이라는 이미지를 부여했다. 그 결과 제도적 공백을 활용해 성장하고자 하는 소규모 스타트업은 코스포가 이끄는 제도화가 자신들의 이익에 반할 수도 있다는 가능성에 우려를 표명했다. 같은 맥락에서 다른 스타트업 창업자들은 코스포를 자신들의 이해를 대변하는 조직이기보다는 배달의 민족과 같이 성장기를 넘어서 완숙기에 접어든 유니콘 기업들을 위한 조직으로 보는 경우가 많았다. 직원 규모 5~70명에 사이의 면접에 참가한 6개 스타트업의 대표들은 “이름만 들어본 정도”, “훌륭하신 분들의 네트워크 모임”, “지금은 굳이 가입하지 않아도 될 것 같다” 등의

완곡한 표현으로 거리감을 표현했다(스타트업 기업가 FGI, 2020). 요컨대 설립 초기의 스타트업은 제도적 공백을 활용하는 사업모델을 갖는 경우가 많았기 때문에, 스타트업 기업가 #4가 설명한 대로 혹시나 그러한 공백을 메우기 위한 제도적 논의가 성장을 완전히 이루기 전에 진행되는 것에 부담을 느꼈다.

한편, 2019~20년에 걸쳐 면접조사에 참여했던 스타트업 기업가 #4는 2020~21년에 플랫폼 규모(이용자 수)의 급성장을 발판으로, 수십억 규모의 외부투자를 받는 데 성공했다. 우리는 조직의 성장에 따른 코스포에 대한 인식 제고 및 관계 재설정 여부를 알아보려고 2021년 하반기에 후속 인터뷰를 진행했다. 이 업체는 여전히 코스포의 회원사는 아니었다. 스타트업 기업가 #4의 회사는 서비스 이용자가 수백 만 명 규모로 증가하면서 기존 업계 사업자 단체의 견제를 받기 시작했고, 외부에서 사업모델에 대한 제도적 규제 논의가 시작됐다. 이에 대한 그의 대응은 코스포와 연계해 제도적 압력에 대응하는 것이 아닌 업계에서 유명한 대관업무 담당자를 채용하는 방식이었다. 그 이유는 개별기업의 니즈에 딱 맞는 대관업무를 코스포가 수행하기에 전문성이 떨어지며, 애매한 플랫폼 노동의 문제가 가시화되는 것을 꺼렸기 때문이었다(스타트업 기업가 #4 인터뷰, 2021). 일부 기업들은 코스포가 적극적으로 개입할 경우 “조용하고 원만한 해결”이 오히려 어려워질 수 있기 때문에 대관업무 담당자의 개인적 네트워크와 정치적 숙련에 의지한다는 의견이었다. 이러한 인식에는 코스포 구성원에 대한 선입견도 작용하고 있었다(스타트업 기업가 #4 인터뷰, 2021).

요약하자면, 코스포는 스타트업의 혁신과 사회적 책임에 중점을 두고 외부행위자들과의 적극적 관계맺기를 통해 조직의 성장과 정체성 확보라는 두 가지 목표를 달성할 수 있었다. 하지만 외부행위자와의 공식적 소통과 사회적 대화라는 외연적 활동을 통한 성과가 커지면 커질수록, 코스포의 집단적 이해대변이 대상인 스타트업 생태계의 내부 행위자와의 거리가 멀어지는 한계가 나타나기 시작했다. 그로 인한 조직 내 갈등은, 특히 노동관련 이슈 그리고 제도화-공식화를 둘러싼 상이한 견해를 둘러싸고 두드러지고 있음이 드러났다. 이어지는 제V장에서는 제IV장에서 제시한 분석결과가 갖는 이론적-정책적 함의를 논의한다.

V. 결 론

지금까지 코스포 사례를 통해 스타트업 기업들을 회원사로 둔 코스포가 그들의 집단적 이해대변체로서 내적·외적 정당성을 확보하기 위해 어떻게 조직 정체성을 형성해 왔는지, 그 과정에서 어떻게 내·외부 행위자들과 전략적으로 관계를 맺었는지 살펴보았다.

‘혁신’이 ‘규제’의 장벽에 막혀 좌절되는 일이 없도록 스타트업을 지원한다는 코스포의 조직 정체성은 설립 초기 몇몇 유명 창업가들의 개인적 정당성에 근거했다. 하지만 그러한 집단적 이해대변체로서 정체성이 공허한 구호에 머무는 것이 아니라 구체성과 실체성을 갖기 위해서는 제도적 장을 선점하고 있던 외부행위자로부터의 인정이 필요했다. 이에 코스포는 정책 네트워크에 적극적으로 결합함으로써 플랫폼 경제 혁신의 담지자이자 전문가 집단으로서 외적 이미지를 구축해나갔다. 특히, 사회적 이슈로 떠오른 불안정 플랫폼 노동을 둘러싼 사회적 공론장에서 사회적 책임을 다하는 ‘사용자 단체’로서의 역할을 자임함으로써 단기간에 제도적 장에서 영향력을 갖는 행위자로 떠올랐다. 그러나 역설적으로 ‘사용자 단체’로서의 외적 이미지가 강화되면 강화될수록, 사용자로서의 책임에 부담을 갖는 회원사의 이해를 대변해야 하는 ‘이익집단’으로서의 정체성 사이에 부정합 관계가 나타났다. 결국 이러한 부정합을 해소하기 위해서 최근 코스포는 제도적 장에서 한 발 물러나 회원사 간 이해관계가 일치하는 ‘교육’사업이나 회원사 간 네트워크 강화 및 스타트업 생태계 조성에 역량을 집중하는 것으로 보인다.

본 연구의 이론적 시사점은 크게 두 가지로 정리할 수 있다. 첫째, 본 연구는 새로운 산업에서 기업들의 집단적 이해대변체가 형성되고 진화하는 동학을 살펴본 데 의의가 있다. 선행연구들은 한국에서 코스포가 사업자 단체이면서 사용자 단체로서의 역할을 스스로 수행한 사례임을 밝히고 있으나, 왜 어떠한 조건에서 사업자가 사용자 단체로서의 역할을 수행하는지에 대한 답은 제시하지 못하였다. 또한 우리나라에서는 사업자가 단체가 노사관계 당사자로서 자발적인 사용자 단체로 역할을 수행하는 것은 사용자들의 역할 회피적 성격으로 기대하기 어렵다

는 결론의 연구들이 제시되었다(전인 · 서인덕, 2008; 이창근 외, 2019). 반면 본 연구는 코스포 사례를 통해 새로이 성장하는 산업에서 기업들의 이해대변체로 등장한 코스포가 조직 정체성을 형성하는 과정에서 기존 사용자 단체가 회피하였던 노사관계 당사자로서의 역할을 자발적으로 수행하게 되는 과정을 밝혔다. 연구결과 코스포의 사용자 단체로서 자발적인 역할수행은 기존 연구에서 강조해 왔던 사용자 단체에의 교섭의무 부여와 같은 강제적인 방식이 아니었다. 이보다 코스포는 조직의 성장과 정체성 확립을 위한 자원획득의 수단으로서 외부 네트워크의 활용 및 정부와의 관계설정 과정에서 사회적 합의를 통해 자발적으로 노사관계 당사자로서 역할을 스스로 수행하고자 하는 선택을 하였음을 보여주었다.

나아가, 연구결과 코스포의 사용자 단체로서 역할수행은 내부구성원과 환경의 요구 사이에서 사회적 협약을 통해 가시화되었으나 이후 정체성 갈등과정을 겪으며 강화되지 못한 것으로 나타났다. 또한 현재 코스포는 사용자 단체로서의 역할을 의도적으로 회피하고 기존의 이해대변 역할에 충실한 상태로 회귀하고 있다(민주노총 외, 2021; 이데일리, 2023. 2. 5). 결국 조직론적 관점에서 코스포의 정체성 형성과 역할 변화는 환경과 행위자와의 갈등 상황 속에서 나타났으며 외부 지원 자원과 제도의 한계 속에서 내부행위자에 집중하는 방식으로 변화하고 있었다. 이러한 분석결과는 이론적으로 조직 정체성 변화과정에서 조직 스스로가 자임한 사용자 단체 역할수행의 가능성에서 나아가 왜 어떠한 조건에서 그 역할을 수행하거나 방기하는지에 대한 메커니즘을 보여주었다는 데 중요한 의의가 있다.

둘째, 우리의 분석결과는 제도적 공백을 기반으로 한 새로운 산업의 성장에서 나타나는 조직의 대응 측면에 이론적 기여를 한다. 코스포는 제도적 공백을 활용하여 사업을 추진하는 기업들의 이해를 대변하는 조직임과 동시에 제도적 불확실성을 줄이고 새로운 제도에 의미와 해석을 부여하는 전문가 조직을 표방하였다. 선행연구에 따르면 전문가 조직은 제도적 공백을 줄이는 역할을 수행한다. 반면, 코스포는 전문가 조직으로서의 역할을 자임하면서도 제도적 공백을 기반으로 한 기업들의 이해를 대변한다는 점에서 기존 이론에서 주목하지 못한 양가적 역할을 수행하는 조직의 특성을 가지고 있다. 한편, 코스포는 회원사들의 사업확장 측면에서 제도적 공백의 적극적인 활용을 지원하는 역할이 요구되었으며, 이에 외부 정체성 확대의 필요가 있었다. 이러한 관계 속에서 본 연구는 코스포에 전문가 조직으로서의 정체성과 이해대변체로서의 정체성의 긴장관계가 나타날 수 있음을

발견하였다. 이러한 긴장관계는 플랫폼 업체들이 혁신을 바탕으로 한 제도적 공백을 활용한 사업모델을 통해 사업을 영위하는 과정에서 ‘노동이슈’에서 더욱 분명히 나타났음을 밝혔다.

본 연구의 정책적 시사점을 살펴보면, 우선 본 연구는 조직의 이해관계를 내부와 외부로 구분하여 탐색하고 그 속의 갈등관계를 분석하여 산업성장과 노사관계의 발전과정에서 요구되는 집단적 이해대변체의 역할과 사회적 요구 그리고 조직 스스로의 동력을 밝힘으로써 정부의 노사관계 지원방식과 방향에 대한 함의를 제공한다. 특히, 앞서 언급한 바와 같이 한국의 사용자들이 노동법상 사용자 단체로서 집단적 노사관계의 주체로 나서는 것은 실질적으로 사용자들의 선택에 달려 있는 상황이다. 이러한 현재 한국의 노동법 체계하에서 본 연구는 사용자 단체가 단순히 내부구성원들의 이해대변체 역할에 머무르는 것에서 나아가 사회적 요구에 대응하고 노사관계 당사자로서 사회적 역할을 수행하도록 하기 위한 정책적 노력이 필요함을 제기한다. 현재 코스포는 ‘노동이슈’에 대한 내부구성원들의 이해관계가 결집되지 못한 상태에서 조직은 갈등을 겪으며 결국 사회가 요구하는 ‘사용자 단체’의 역할을 포기한 채 내부구성원의 ‘이해대변’에 집중하는 모습을 보이는 한계를 보이고 있다. 이러한 한계를 극복하기 위해서는 정책적으로 사용자들의 집단적 이해대변체가 조직이 표방하는 조직 이미지 강화를 바탕으로 한 내부구성원들의 지지를 이끌어 내면서도 사회적 요구에 부응할 수 있는 전략적 선택을 할 수 있는 정책적 지원이 필요함을 암시한다. 구체적인 정책적 지원은 특히 새로운 산업의 제도적 장에서 핵심 자원과 정당성을 확보하지 못한 주체가 조직의 정체성을 형성해 나가면서 내부회원사들의 지지를 얻을 수 있는 역량을 강화해 나갈 수 있도록 하는 자원을 공급하는 것과 관계가 있을 것이다.

코스포의 사례에서 사용자들은 자발적으로 노사관계의 당사자로서 참여하여 사회적 합의를 만들어 내었다. 노사관계의 자율성이라는 대원칙하에 코스포와 같은 자발적인 노사관계 행위자의 등장과 역할 확대는 주목해 봐야 할 사례이다. 사용자 주체가 노사관계 행위자로서 자발적 역할을 수행할 수 있도록 이끌어내기 위해서는 사회적으로 사용자 주체가 자발적으로 노사관계 행위자로서 적극적 역할을 할 수 있도록 지원하고 정치적 맥락을 형성해 나가는 과정에 대한 조력이 중요할 것이다. 이는 일각에서 강력하게 주장하고 있는 우리나라 사업자 단체 및 사용자 단체들의 노사관계 행위자로서의 소극성과 역할 방기에 대해 노동법 개정을 통한

교섭의무 부여가 필요하다는 주장(이정희 외, 2021; 이창근 외, 2019)과 함께 다양한 방식의 정책대안 필요성을 역설한다. 구체적으로 비제도적 차원의 자발적인 업종수준 사회적 대화의 장 구축을 활성화 하는 방안이 가능할 것이다(박명준, 2022).

다음으로, 본 연구는 디지털 전환 시대 우리나라 스타트업 사용자들의 이해를 대변하기 위한 조직이 어떻게 자신의 정체성을 형성해 나가며 조직의 급속한 성장과 산업 내 대표성을 확보해 갔는지를 보여주고 있다. 그 과정을 살펴보면, 결국 내부구성원의 요구에 부응하고 사회적 정당성을 바탕으로 조직성장을 도모해야 하는 사용자 단체는 외부 네트워크의 형성과 확장이 필수적인 것으로 나타났다. 그중에서도 외부 네트워크의 핵심은 결국 정부와의 관계였다. 이에 정부는 노사관계의 직접적인 수단뿐 아니라 간접적이고 산업적인 정책을 통해 노사관계의 질서를 구축할 수 있는 자원배분자의 역할을 할 수 있음을 부정하기는 어렵다. 이에 향후 업종단위 산업발전을 위한 이해대변체의 성장과 사회적 역할수행에 있어 정부의 자원배분 방식과 형태는 주요한 수단으로 활용될 수 있을 것임을 알 수 있다.

본 연구는 탐색적 성격을 가진 사례연구로서 사회현상을 파악하는 데 유용한 접근을 시도하였으나 사례의 일반화를 위해서는 추후 다양한 연구가 요구된다. 본 연구는 기업들의 이해대변체가 업종수준의 집단적 이해관계 조율을 위한 사용자 단체로서의 정체성 획득과 지속의 관계에서 조직의 내적 관계와 외적 관계의 역동적인 정체성 변화 과정에 대한 다양한 업종수준의 탐색이 필요함을 나타낸다. 특히 업종단위 경영자(사용자)들의 이해대변체에 관한 연구는 부족하며, 디지털 전환 등 급격한 환경변화 속에서 노사관계의 제도적 공백이 더욱 부각되는 가운데 새로운 질서를 구축하는 과정에서 노사 이해대변체의 성장 및 역할에 대한 연구는 그 중요성이 더해질 것이다.

참고문헌

경제사회노동위원회(2020). 『디지털 전환과 노동의 미래 위원회 활동보고서』. 경

제사회노동위원회.

민주노총 금속노조·보건의료노조·서비스연맹(2021). 「포스트 코로나 산업전환 시대! 금속, 보건의료, 택배와 플랫폼 산업을 중심으로」. 초기업교섭의 새로운 가능성 모색을 위한 국회 토론회 자료집.

박명준(2022). 「노동시장 이중구조화와 노사관계의 균열 및 갈등: 해법으로서 ‘비제도적 사회적 합의 모델」. 『월간노동리뷰』 pp.9~26.

박명준·김훈·채준호·황준욱·조현민(2016). 『노동시장 행위자로서 사업협회와 직업단체의 역할』. 한국노동연구원.

박명준·김이선(2016). 「주변부 노동자 이해대변을 위한 비노동조합적 시도: ‘준노조’의 한국적 개념화를 위한 일분석」. 『산업노동연구』 22 (2): 35~77.

박제성(2019). 「디지털의 세 가지 표상과 노동법의 과제」. 『노동법연구』 (47): 249~286.

이정희·박제성·손영우·전인(2021). 『사용자 단체 의의와 역할』. 한국노동연구원.

이창근·박제성·박주영(2019). 『사업자 단체의 사용자 단체성 연구』. 전국민주노동조합총연맹.

임상훈·최영기·박용철·이성희(2020). 『노동시장 이중구조 해소를 위한 개혁과제』. 한양대학교 산학협력단.

장희은·김유휘(2020). 「플랫폼 경제에서의 노동자 보호를 위한 해외 정책동향」. 『산업노동연구』 26 (1): 1~48.

전인·서인덕(2008). 『한국의 사용자 단체』. 한국노동연구원.

Anderson, P. and M. L. Tushman(1990). “Technological Discontinuities and Dominant Designs: A Cyclical Model of Technological Change”. *Administrative Science Quarterly* 35 (4): 604~633.

Barley, S. R. and P. S. Tolbert(1997). Institutionalization and Structuration: Studying the Links between Action and Institution. *Organization Studies* 18 (1): 93~117.

Behrens, M. and F. Traxler(2004). “Employers’ Organisations in Europe”. EIROOnline, TN, 31, 1101.

Belenzon, S., T. Berkovitz, and L. A. Rios(2013). “Capital Markets and

- Firm Organization : How Financial Development Shapes European Corporate Groups”. *Management Science* 59 (6) : 1326~1343.
- Belk, R. W., G. M. Eckhardt, and F. Bardhi(Eds.)(2019). *Handbook of the Sharing Economy*. Edward Elgar Publishing.
- Borghia, P., A. Murgia, M. Mondon-Navazo, and P. Mezihorak(2021). “Mind the Gap between Discourses and Practices : Platform Workers’ Representation in France and Italy”. *European Journal of Industrial Relations* 27 (4) : 425~443.
- Chang, S. J. and J. Hong(2000). “Economic Performance of Group-Affiliated Companies in Korea : Intragroup Resource Sharing and Internal Business Transactions”. *Academy of Management Journal* 43 (3) : 429~448.
- Edelman, L. B.(1990). “Legal Environments and Organizational Governance : The Expansion of Due Process in the American Workplace”. *American Journal of Sociology* 95 : 1401~1440.
- _____(1992). “Legal Ambiguity and Symbolic Structures : Organizational Mediation of Civil Rights Laws”. *American Journal of Sociology* 97 (6) : 1531~1576.
- Finck, M.(2018). “Digital Co-regulation : Designing a Supranational Legal Framework for the Platform Economy”. *European Law Review*.
- Garud, R., S. Jain, and A. Kumaraswamy(2002). “Institutional Entrepreneurship in the Sponsorship of Common Technological Standards : The Case of Sun Microsystems and Java”. *Academy of Management Journal* 45 (1) : 196~214.
- Goodrick, E. and G. R. Salancik(1996). “Organizational Discretion in Responding to Institutional Practices : Hospitals and Cesarean Births”. *Administrative Science Quarterly* 41 (1) : 1~28.
- Guardiancich, I. and O. Molina(2021). “From Gradual Erosion to Revitalization : National Social Dialogue Institutions and Policy Effectiveness”. *European Journal of Industrial Relations* 28 (1) :

85~103.

- Hoffman, A. J.(1999). "Institutional Evolution and Change : Environmentalism and the U.S. Chemical industry". *Academy of Management Journal* 42 (4) : 351~371.
- Johnston, H.(2020). "Labour Geographies of the Platform Economy : Understanding Collective Organizing Strategies in the Context of Digitally Mediated Work". *International Labour Review* 159 (1) : 25~45. <https://doi.org/10.1111/ilr.12154>.
- Khanna, T. and J. W. Rivkin(2001). "Estimating the Performance Effects of Business Groups in Emerging Markets". *Strategic Management Journal* 22 (1) : 45~74.
- Kilhoffer, Z. K. Lenaerts, and M. Beblavý(2017). "The Platform Economy and Industrial Relations : Applying the Old Framework to the New Reality". *CEPS Research Report* No. 2017/12.
- Kraatz, M. S. and E. S. Block(2008). "Organizational Implications of Institutional Pluralism". In Greenwood, R., C. Oliver, K. Sahlin-Andersson, and R. Suddaby (eds.), *The Handbook of Organizational Institutionalism*. pp.243~275. London : Sage.
- Lee, B. H., J. Struben, and C. B. Bingham(2018). "Collective Action and Market Formation : An Integrative Framework". *Strategic Management Journal* 39 (1) : 242~266.
- North, D. C.(1990). *Institutions, Institutional Change and Economic Performance*. Cambridge, UK : Cambridge University Press.
- Oliver, C.(1992). "The Antecedents of Deinstitutionalization". *Organization Studies* 13 (4) : 563~588.
- Rynhart, G.(2004). "International Employers' Organisations". *Comparative Labour Law and Industrial Relations in Industrialized Market Economies*, 8th ed. The Hague : Kluwer Law International. pp.55~76.
- Snow, D. A. and S. A. Soule(2010). *A Primer on Social Movements*. New York : Norton.

- Stark, D.(1996). "Recombinant Property in East European Capitalism". *American Journal of Sociology* 101 (4) : 993~1027.
- Szelenyi, I. and B. Szelenyi(1994). "Why Socialism Failed : Toward a Theory of System Breakdown-Causes of Disintegration of East European State Socialism". *Theory and Society* 23 (2) : 211~231.
- Traxler, F.(2004). "Employer Associations, Institutions and Economic Change : A Crossnational Comparison". *Industrielle Beziehungen/The German Journal of Industrial Relations* 11(1/2) : 42~60.
- Turner, L.(2004). "Why Revitalize? Labour's Urgent Mission in a Contested Global Economy". Frege and Kelly (eds.) *Varieties of Unionism : Strategies for Union Revitalization in a Globalizing Economy*. New York, Oxford University Press. pp.1~10.
- _____(2005). "From Transformation to Revitalization : A New Research Agenda for a Contested Global Economy". *Journal of Industrial Relations* 32 (4) : 383~399.
- Tushman, M. L. and P. Anderson(1986). "Technological Discontinuities and Organizational Environments". *Administrative Science Quarterly* 31 (3) : 439~465.
- Unterschütz, J.(2019). "Digital Work-Real Bargaining. How to Ensure Sustainability of Social Dialogue in Digital Era?". *Precarious Work*. Edward Elgar Publishing.
- Vallas, S. and J. B. Schor(2020). "What Do Platforms Do? Understanding the Gig Economy". *Annual Review of Sociology* 46 : 273~294.
- Vandaele, K.(2018). "Will Trade Unions Survive in the Platform Economy? Emerging Patterns of Platform Workers' Collective Voice and Representation in Europe". *ETUI Research Paper-Working Paper* 2018. 5.
- Van de Ven, H.(1993). "The Development of an Infrastructure for Entrepreneurship". *Journal of Business Venturing* 8 (3) : 211~230.

코리아스타트업포럼 홈페이지(www.kstartupforum.org). (검색일: 2023. 3. 31).
뉴시스(2019. 10. 24). “택시업계와 타다 갈등 심화... 점점 찾을 수 있을까”.
MBC(2019. 6. 28). “자정에 주문해도 눈뜨면 문앞에... ‘살인적 노동’”.
이데일리(2023. 2. 5). “스타트업 창업자 ‘멘탈 케어’ 도울 것”.

Embracing Labor in the Innovation Discourse? : The Identity Evolution Process of the Korea Startup Forum as a Representative of Collective Interests in the Platform Industry

Cho, Hyun Min · Noh, Sung Chul · Kim, Sang Jun

This study attempted to examine the process by which platform companies formed collective interests in institutional complexity by examining the Korea Startup Forum(KSF), which emerged as a representative body for collective interests of platform companies in the rapidly changing labor-management relationship of the platform industry. To this end, we analyzed the evolution of the relationship between internal identity and external image over the course of time from the establishment of KSF to the present. First, during the identity formation period, the founders of KSF emphasized the difference between existing conglomerates and start-ups and molded the identity of a start-up company centered on innovation and social responsibility. Entering the identity expansion period, KSF began to externalize its identity and raise its status as a subject of institutional negotiations with external actors such as the government and labor unions in the public discourse. In this process, as social responsibility, a key element of KSF's identity, expanded to the realm of labor and employment, an external image as a 'employer association' was created. However, as its status in the public sphere increased in such a way, KSF paradoxically entered a period of identity conflict. This is because there was a mismatch between the image as a 'user organization' fulfilling social responsibilities imposed by external actors and the organizational identity as an 'interest group' representing the interests of internal member companies. In the conclusion, the theoretical and policy implications of these analysis results are discussed.

Keywords : platform labor-management relations, labor market actors, Korea Startup Forum