벤처창업연구 제16권 제2호 (통권74호)
*Asia-Pacific Journal of Business Venturing and Entrepreneurship Vol.16 No2 pp.35-49*

*ISSN 1975-7557*
*e-ISSN 2671-9509*

# 청년자영업자의 온라인쇼핑몰 창업에 관한 탐색적 연구*

김종성 (국민대학교 글로벌창업벤처대학원 조교수)**
김도현 (국민대학교 경영학부 교수)***
신지만 (네이버 정책연구실 연구위원)****

**국 문 요 약**

본 연구의 목적은 창업 인프라 기관인 N사의 파트너스퀘어(광주)를 이용한 경험이 있는 청년자영업자를 대상으로 온라인쇼핑몰에서 창업하는 과정을 근거이론(Grounded Theory) 방법을 활용해 규명해 보는 데 있다. 본 연구는 심층 면접 조사 자료를 활용했는데, 연구 참여자의 선정에 있어 이론적 표본 추출 (Theoretical Sampling)방식을 사용했으며, 스트라우스와 코빈(Strauss & Corbin)이 제시한 개방코딩, 축 코딩, 선택코딩 순으로 진행한 후 패러다임모형으로 분석했다.

주요 연구 결과는 다음과 같다. 첫째, 부모는 온라인쇼핑몰에 대해 잘 알지 못하거나 부정적이라도 자녀의 창업에 대해서 긍정적이면 자녀가 온라인쇼핑몰에서 창업하는 것으로 나타났다. 그러나 부모가 온라인쇼핑몰에 대해서 부정적이고, 자녀의 창업에도 부정적이면 자녀는 온라인쇼핑몰에서 창업하지 못하는 것으로 나타났다. 둘째, 청년층의 온라인쇼핑몰에서 창업과 성과 창출 조건으로 온라인쇼핑몰 활용능력이 중요한 것으로 나타났는데, 특히 파트너스퀘어 (광주)는 온라인쇼핑몰 활용능력을 증대시켜, 청년층의 온라인쇼핑몰에서 창업에 긍정적 영향을 주는 것으로 나타났다. 셋째, 청년층은 온라인쇼핑몰에서 창업 이후 단순한 매출액 증가 이외에 자존감 상승, 기회발견, 창의성 역량이 강화되는 것으로 나타났다.

핵심어: 창업생태계, 온라인쇼핑몰, 창업, 청년자영업, 근거이론, 패러다임모형

## Ⅰ. 서론

### 1.1. 연구 목적

국내 온라인쇼핑몰에서의 거래가 지속해서 상승하고 있다. 2019년 6월 10조 6,042억이었던 온라인쇼핑몰 거래액은 2020년 6월 12조 6,711억으로 증가하였다. 2020년 2/4분기 온라인쇼핑 거래액은 37조 4,617억 원으로 2001년 온라인쇼핑 동향조사가 시행된 이후 분기별 거래액 기준 역대 최고치다(통계청, 2020).

온라인쇼핑은 1996년 인터파크(데이콤)를 시작으로, 규모가 작은 쇼핑몰, 온라인을 기반으로 하는 전문몰, 종합쇼핑몰 등의 형태로 성장해 왔고, 2000년대 이후 G마켓, 11번가, 쿠팡, 옥션 등 양면성 플랫폼 시장인 오픈마켓이 등장하기 시작했다. 2010년대부터는 소비자들에게 스마트폰 등의 모바일 기기가 일상적으로 보편화 되면서, 온라인쇼핑몰의 접근성은 상승하고 있고 이는 지금도 계속 진행 중이다. 온라인쇼핑 시장은 중개사이트를 중심으로 판매자와 소비자가 거래를 하는 양면시장으로, 소비자의 유입이 많을수록 판매자들이 상품을 노출시킬 수 있는 기회가 증가하고, 판매자의 유입이 많을수록 다양한 제품군이 확보되어 소비자의 유입이 증가하게 된다(임동우, 2013).

판매자는 사진의 상품을 최대한 많은 이용자에게 노출하기 위해 다양한 온라인쇼핑 플랫폼을 선택하는 멀티호밍(Multi-homing)전략을 취할 가능성이 높다. 이러한 특성으로 인해 온라인 쇼핑플랫폼은 소비자 확보에 주로 몰입해온 전통적인 오프라인 쇼핑 시장과는 달리, 판매자 확보를 위한 노력도 필요하다(이혜린 외, 2019). 실제로 온라인쇼핑 사업자들은 판매자 확보를 위해 다양한 전략을 취하고 있으며, 쿠팡, 이베이코리아, 11번가의 경우는 입점 교육, 판매 팁 등에 대한 판매자 교육서비스를 제공하고 있다.

특히 N 쇼핑 운영자인 N사는 서울, 부산, 대구에 창업 인프라 기관인 파트너스퀘어를 설립하여 오프라인에서 체계적으로 판매자 교육서비스를 하고 있다(김종성 외, 2020). 이렇듯 양면성 플랫폼인 온라인쇼핑몰에서는 소비자뿐 아니라 판매자도 매우 중요한 주체임에도 불구하고, 국내 온라인쇼핑몰

* 이 논문은 'e-커머스 창업생태계에서의 청년층 스몰비즈니스(연구기관: 한국벤처창업학회)'의 일부를 대폭 수정·보완하여 작성한 것임.
** 주저자, 국민대학교 글로벌창업벤처대학원, 조교수, 01041603713@kookmin.ac.kr
*** 교신저자, 국민대학교 경영학부, 교수, drkim@kookmin.ac.kr
**** 공동저자, 네이버 정책연구실, 연구위원, jm.shin@navercorp.com
· 투고일: 2021-01-04 · 수정일: 2021-03-04 · 게재확정일: 2021-04-01

관련 선행연구는 소비자의 관점에서 온라인쇼핑몰을 이용하는 다양한 요인들과 만족도/신뢰도에 영향을 미치는 요인들을 제한적으로 설명하는 데 그치고 있다(김상현 외, 2011; 채승훈 외, 2015; 이혜린 외, 2019; 정연승·김현진, 2019).

본 연구의 목적은 이러한 연구 공백을 채우고자 N사의 파트너스퀘어(광주)를 이용한 경험이 있는 청년자영업자를 대상으로 e-커머스(commence)창업생태계에서 온라인쇼핑몰 창업과정을 근거이론(Grounded Theory) 방법을 활용하여 규명해 보는 데 있다.

# Ⅱ. 연구 배경

## 2.1. 청년자영업자의 정의

우선 통계청의 경제활동인구 조사에서는 '청년'을 15~29세로 정의하고 있으며, 자영업자를 '개인사업체를 운영하는 자영업자나 특정한 사업체에 소속되지 않고 활동하는 작가, 배우, 프리랜서 등을 말하는 것'으로 정의 내리고 있다. 이는 고용원이 있는 자영업자와 고용원이 없는 자영업자를 합한 개념으로 보고 있는데, 고용원이 있는 자영업자는 '한 사람 이상의 유급 고용원을 두고 사업을 경영하는 사람'으로 정의하고 있다. 그 외 고용원이 없는 자영업자는 '자기 혼자 또는 무급가족 종사자와 함께 자기 책임으로 독립적인 형태로 전문적인 업을 수행하거나 사업체를 운영하는 사람'을 지칭한다(신재열·김종성, 2020). 따라서 본 연구에서는 '청년자영업자'를 통계청의 정의에 따라 '15~29세의 청년 중 개인사업체를 운영하거나 특정 사업체에 소속되지 않고 활동하는 프리랜서'로 한정한다.

## 2.2. e-커머스의 성장과 온라인쇼핑몰

e-커머스(commerce)는 통상 인터넷을 통한 전자상거래를 의미하는 협의의 개념이었으나, 이제 e-커머스 산업은 단순히 인터넷을 통한 상품 판매의 수준을 넘어 유무선 분야의 다양한 플랫폼과 디바이스를 통해 서비스가 확장되어 가고 있다. 1995년 아마존(amazon.com)출범 이후 1996년 인터파크 사이트가 오픈되면서 국내 e-커머스 시장이 개시되었으며, 2016년 65조 매출에 달할 정도로 급격히 성장하였다.

국내시장에서 커머스 1.0을 인터파크를 중심으로 한 온라인쇼핑몰 시대의 출현이라고 한다면, 커머스 2.0은 오픈마켓을 통한 판매자-구매자 간 장터, 커머스 3.0은 SNS를 매개로 한 공동구매 방식의 소셜커머스를 의미한다. 커머스 4.0은 4차산업 기술이라고 일컬어지는 AR/VR(가상현실, 증강현실), AI(인공지능), 빅데이터를 이용한 유통 서비스로 진화하고 있으며 지식과 정보를 바탕으로 가치를 창출하는 시대로 나아가고 있다(김종성 외, 2019).

해외의 경우 구글, 국내는 네이버, 카카오, 삼성전자 등 정보기술(IT) 기업들이 각각 보유한 플랫폼을 기반으로 검색과 결제, 배송을 원스톱으로 해결하는 방식을 도입하고 있다. 네이버 쇼핑의 경우 구글이 아마존에 대항하는 차원에서 쇼핑을 강화한 것과 달리, 꾸준히 쇼핑 비교검색시장을 키워왔으며, 스마트스토어, 샵윈도, N페이를 통해 본격적인 오픈마켓 플랫폼으로 확장 중이다. 특히 네이버 쇼핑은 자영업자들이 판매를 잘 할 수 있도록 도구와 기술, AI 기술 등을 제공하는 방식으로 판매자를 위한 최적 플랫폼 제공을 목표로 하고 있다. 모바일 메신저 사용자기반을 바탕으로 한 카카오는 카카오커머스라는 독립 법인으로 분사하면서 국내 전자상거래뿐만 아니라 해외 역직구 시장도 공략하고 있다.

온라인쇼핑몰이란 전자상거래를 위한 상품의 광고 및 전시가 가상의 쇼핑몰을 통해 이루어지고 서버를 통해 다양한 상품의 쇼핑가격, 특성 등에 대한 자료를 저장하며, 웹페이지를 통해 상품에 대한 정보를 제공하는 다양한 상품군을 취급하는 온라인 상점들의 집합을 의미한다(전기홍·적나, 2007). 온라인쇼핑 플랫폼은 운영방식과 거래방식에 따라 다양한 형태를 취하고 있는데, 대표적으로 사업자가 직접 운영하는 개별쇼핑몰, 공동구매의 형태로 운영되는 소셜커머스, 판매자와 소비자의 중개업 형태로 운영되는 오픈마켓이 있다. 국내에서는 쿠팡, 위메프 등이 소셜커머스에 해당하며, 11번가, G마켓 등은 오픈마켓에 해당된다(임동우, 2013).

최근 들어 이 둘 간의 구분이 모호하게 되었는데, 이는 소셜커머스의 오픈마켓화와 포털쇼핑의 등장에서 기인한다. 오픈마켓이 시장에 성장하면서 11번가, 옥션, G마켓 등 이미 충분한 규모의 기존사업자들이 존재했던 오픈마켓시장에 2017년을 기점으로 소셜커머스 주요 3사인 쿠팡, 위메프, 티몬이 잇따라 오픈마켓 시장에 진입했다. 더불어 오픈마켓과 소셜커머스 시장 모두를 포괄하는 포털 쇼핑몰이 등장하였는데, 대표적으로 네이버 쇼핑과 쇼핑하우(다음 카카오)가 이에 해당된다. 포털 쇼핑몰은 포털 사이트의 강점인 DB 검색을 통해 주요 쇼핑몰이 제품 가격 비교 검색 결과를 제공하는 방식으로 운영되는데, 이러한 방식으로 오픈마켓, 소셜커머스 등이 포털 쇼핑몰이라는 더 큰 시장에 재입점하는 구조로 나타나고 있다(김종성 외, 2019).

## 2.3. 온라인쇼핑몰에 관한 연구와 한계점

온라인쇼핑몰 관한 국내선행연구는 인터넷쇼핑몰을 대상으로 주로 소비자의 관점에서 온라인쇼핑을 이용하는 다양한 요인들과 온라인쇼핑의 만족도 및 신뢰도에 영향을 미치는 요인들을 중심으로 이루어져 왔다(박경아 외, 2009; 김상현 외, 2011; 채승훈 외, 2015; 이혜린 외, 2019). 온라인쇼핑 시장에서 소비자들은 다양한 판매자와 편리하게 거래할 수 있다는 점에서 온라인쇼핑몰을 이용하고 있으며, 인터넷 쇼핑플랫폼을 지속해서 사용하는 요인으로 정보 편의성, 쇼핑 용이성, 시간 효율성, 제품 다양성 등이 있음을 밝히고 있다(전기

홍·적나, 2007). 또한, 정보의 품질, 경제적 비용 절감효과, 주문 및 AS 편의성, 거래 안정성 등은 소비자들의 온라인쇼핑 만족도에 영향을 미치는 것으로 나타났다(권해익, 2011). 소비자들은 유명검색사이트에 등록된 온라인쇼핑 사이트의 상품에 대해서 높은 신뢰도를 가지며, 이렇게 형성된 신뢰도는 소비자들이 지속해서 온라인쇼핑을 이용하는 데 정(+)의 영향을 미치는 것으로 나타났다(Ong, 2011). 위 같은 선행연구를 종합해서 보면 소비자들은 온라인 쇼핑과정에 있어 정보검색, 사용 편의성, 검색 편리성, 보안, 주문, 신뢰도, 배송 등을 온라인쇼핑 플랫폼을 이용하는 중요한 요인들로 구성하고 있다.

이렇듯 양면 시장을 형성하고 있는 온라인쇼핑 플랫폼 시장에서 소비자 측면의 연구는 활발히 이루어져 왔지만, 판매자 측면(자영업자)의 연구는 제한적으로 연구됐다. 주로 온라인 판매자의 이용 경험을 중심으로 연구가 진행됐는데, 정연승·김현진(2019)은 N사 스마트스토어 입점판매자들 중 멀티호밍을 하는 입점판매자들을 대상으로 분석한 결과 다양한 영역(ex. 대금지급방법, 수수료 체계 및 수준, 기한 내 판매대금 지급 등)에서 N사에 대한 만족도가 오픈마켓, 소셜커머스에 비해 높은 것으로 나타났다. 최근 연구로는 이혜린 외(2019)의 연구가 있는데, 판매자들은 온라인쇼핑몰 플랫폼 선택 시 명성, 결제 편리성, 검색 편리성을 중요한 선택요인으로 간주하였고, 간편결제 서비스 선택 시에는 사용 편리성, 결제 편리성, 수수료 등을 주요하게 고려하는 것으로 나타났다.

그러나 온라인쇼핑몰 판매자에 관한 국내 선행연구는 판매자의 이용 경험과 선택요인을 중심으로 연구가 이루어졌을 뿐, 판매자가 어떠한 경로로 온라인쇼핑몰에 진입하는지에 연구는 미비한 상황이다. 본 연구는 이러한 연구 공백을 채우고자 N사의 파트너스퀘어(광주)를 이용한 경험이 있는 청년자영업자를 대상으로 온라인쇼핑몰에서 창업하는 과정을 탐색적으로 규명해 보는 데 있다.

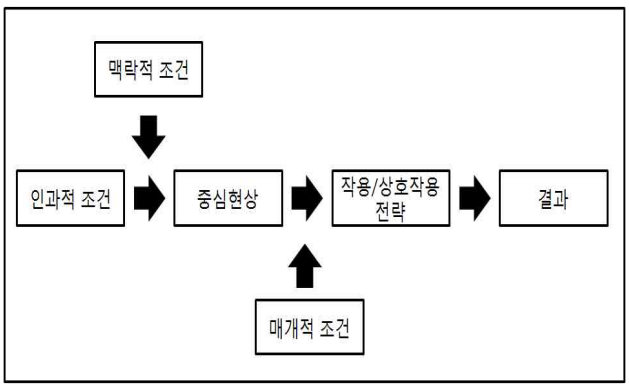
## Ⅲ. 연구 방법

### 3.1. 근거이론적 방법과 패러다임모형

본 연구는 근거이론 방법을 적용하여 청년층 자영업자의 e커머스 진입과 성과를 논의해 보고자 한다. 근거이론은 현상학(Phenomenology), 개인 일대기(Biography), 사례분석(Case Study), 그리고 민속학(Ethnography)과 더불어 대표적인 질적 연구 방법의 하나인데(Fassinger, 2005), 본 연구의 목적과 같이 하나의 과정을 설명하기 위해 활용할 수 있는 모형이나 이론이 없을 때 가장 적절한 설계 형태이다.

근거이론방법이란 연구 과정을 통해 체계적으로 수립되고 분석된 자료에서 나오는 이론을 의미하며, 연구자는 한 분야의 연구를 시작하면서 이론이 자료로부터 생성되도록 한다. 이렇듯, 자료로부터 생성되는 근거이론은 자료에서 도출된 경험에 근거하는 일련의 개념을 조합한 방법으로, 연구자에게 현상에 대한 이해와 직관력을 강화하는 데 의미 있는 지침을 제공해 주는 경향이 있다. 근거이론의 일반적인 절차는 다음과 같다(Goulding, 2002). 먼저 연구 문제를 설정하고 그와 관련된 현장의 피면접자들을 심층 인터뷰한 후에 '개방코딩(Open Coding)'을 통해 분석한다. 개방코딩은 근거 자료를 통해 개념을 밝히고, 명명하여 유사하거나 의미상으로 관련되어 있다고 여겨지는 사고나 사건, 물체, 작용/상호 작용을 하위범주로 묶는 범주화 과정이다. 즉 연구자는 정보를 구분함으로써 연구하는 현상에 대한 정보의 범주를 형성하는데, 각 범주 내에서 연구자는 여러 가지 속성이나 하위범주들을 발견한다. 범주화 과정에서는 단순히 이름을 명명하는 것만으로 어떤 일이 발생했는지 인식할 수 없으므로, 현상이 어떻게, 왜 일어날 수 있는가에 대한 정보를 제공하는 것을 고려하여 범주를 더욱 구체화한다. 이후 축 코딩을 하는데, 축 코딩은 개방코딩 동안 분해되었던 자료를 재조합하는 과정으로, 현상에 대해서 더욱 정확하고 완벽에 가까운 설명을 해내기 위하여 범주의 속성과 차원을 계속 발전시키고, 범주의 속성과 차원에 따라 하위범주로 연결하며, 축 코딩 이후 패러다임모형(Paradigm Model)을 이용하여 범주들이 어떻게 서로 교차하고 연결되는가를 보여준다(Strauss & Corbin, 1994).

근거이론을 적용한 선행연구에서는 축 코딩을 사용한 '패러다임모형'이 빈번하게 사용되고 있는데, 이는 스트라우스와 코빈(Strauss & Corbin, 1990)이 근거이론적 연구 방법을 수행하면서 개인의 행위와 행위 속에 내재 된 구조적 조건을 강조하며 체계적이고 통합적인 연구지침을 제시한 것으로 질적 연구를 수행하는 연구자 사이에서 높게 평가되고 있기 때문이다. 여기서 패러다임이란 범주 간에 드러나는 관계를 정렬하고 조직화하는데 사용되는 유용한 도식 중의 하나이며, 구성 요소는 인과적 조건(Causal Condition), 매개적 조건(Intervening Coding), 맥락적 조건(Contextual Condition), 중심현상(Core Phenomenon), 작용/상호 작용 전략Action/Interaction), 결과(Consequence)로 구성되어 있고, 이를 통해 현상과 관련된 문제, 사건, 쟁점 등이 어떻게 위치하고 생성되는지 상황을 파악할 수 있다.




<그림 1> 스트라우스와 코빈의 패러다임모형

패러다임모형에 따라 개념코딩을 통해 구분된 범주들을 축 코딩을 통해 연결하면서 어떠한 원인에 의해서 무슨 현상이 발생하고 그 결과는 어떠한지를 이야기 전개 형식으로 정교화할 수 있게 되며, 이 과정을 통해 가설과 명제가 도출될 수 있다. 구성 요소를 좀 더 구체적으로 살펴보면 인과적 조건은 중심 현상의 원인이 되는 요인, 작용/상호 작용전략은 중심 현상에 대한 반응으로 취하는 행동, 맥락적 조건은 작용/상호 작용을 통해 취할 수밖에 없도록 하는 일련의 조건이다. 매개적 조건은 작용/상호 작용의 전략에 내재된 구조적 조건 중의 하나로서 하나의 특정 상황에서 취한 작용/상호 작용전략을 촉진하거나 제한하는 것이고, 마지막으로 결과는 전략을 활용한 결과를 의미한다.

## 3.2. 연구대상과 자료수집

### 3.2.1 연구대상

본 연구는 N사의 창업 인프라 기관인 '파트너스퀘어 (광주)'를 이용한 경험 있는 청년자영업자를 대상으로 하였다. N사는 파트너스퀘어를 지역 내 창작자와 자영업자를 위한 비즈니스 복합 공간으로 제공하고 있으며, 파트너스퀘어를 이용하는 청년자영업자는 기업을 성장시키는데 필요한 다양한 교육 참여 및 자영업자와의 네트워크를 형성하고 있다. 먼저 파트너스퀘어(서울)은 전국 파트너스퀘어의 본부로서 자영업자와 창작자의 성장을 위한 창업 전문 교육 및 인프라를 제공하고 있으며, 2017년에 오픈한 파트너스퀘어(부산)은 패션/뷰티에 특화한 로컬 비즈니스 성장거점으로 자영업자와 창작자들이 다양한 방식으로 성장할 수 있도록 지원하고 있다(김종성 외, 2019).

파트너스퀘어(광주)는 2018년에 오픈했으며, 인터넷 플랫폼을 기반으로, 음식(food) 비즈니스의 새로운 가치를 만들어낸다는 목적으로 설립되었고, 지역 자영업자의 성장을 지원하고 있다. 기존 파트너스퀘어 역할이었던 창업 전문 교육(ex. 광고, 촬영, 쇼핑, 창작 채널 기획과 운영, 마케팅/비즈니스 등)과 창작공간뿐 아니라 인터넷 플랫폼 이용자들이 직접 자영업자와 창작자들의 상품을 구매할 수 있는 N스토어, 사용자 체험 행사 등 복합 비즈니스 문화공간으로 이루어졌다는 것이 특징이다. 특히 파트너스퀘어(광주)는 인터넷 플랫폼 이용자들과 자영업자, 창작자들의 오프라인 네트워크 강화를 위한 다양한 프로그램이 운영되고 있는데, 대표적으로 '크리에이터 위크'가 있다. '크리에이터 위크'는 N사가 운영하는 인터넷 플랫폼에서 적극적으로 활동을 하는 창작자들의 네트워킹을 확장시키기 위한 이벤트로 창작자들의 온라인 콘텐츠를 오프라인에서 경험할 수 있도록 소비자를 초청하는 행사로 강연, 토크쇼, 라이브방송 등 다채롭게 구성되어 있다. 또한, 먹거리가 풍부하고, 공예 등 예술적 전통이 깊은 호남권의 특색을 활용해, 푸드 및 예술 분야에 종사하는 소상공인과 창작자에 특화된 스튜디오 구성과 성장 프로그램을 지원한다(김종성 외, 2020).

### 3.2.2 자료수집

청년자영업자의 e-커머스 창업생태계 진입과 성과에 관한 연구를 수행하고자 심층 면접 조사 자료를 활용했는데, 연구 참여자의 선정에 있어 이론적 표본 추출(Theoretical Sampling) 방식을 활용했다. 이론적 표본 추출 방식은 연구자가 표본 전략상 핵심적인 비교나 이론적 명제의 검증이나 도출을 위해 비 대표적인 표본(Non-Representative Sample)을 추출하는 방식으로 1960년대 글레이저와 스트라우스(Glaser & Strausss, 1967)에 의해 처음 소개되었다. 그 후 스트라우스(Strauss, 1987)와 스트라우스와 코빈(Strauss & Corbin, 1990)에 의해서 체계성을 갖추게 되었는데, 이는 양적 연구에서 표본의 대표성을 추구하며, 일반화를 목적으로 하는 것과는 구별되는 특징이다. 이론적 표본 추출에는 충분성과 적절성의 원리가 중요하다(Mason, 2002). 먼저 충분성이라고 하는 것은 어떤 현상에 대해 충분하고 풍부한 자료를 수집해야 한다는 것인데, 즉 이론적 표본 추출은 연구자가 대략적인 연구 목적을 설정하고 자료를 수집하고 분석한 후 더 목적적으로 초점을 맞추어, 최종적으로 적절성과 충분성의 원리에 해당하는 표본을 설정하는 것이다. 다음으로 적절성이라고 하는 것은 이론적 필수 조건에 따라 연구에 가장 좋은 정보를 제공해 줄 수 있는 참여자를 알아내어 선택하는 것인데, 참여자를 선정할 때 연구하고자 하는 개념을 잘 보여주는 적합한 대상자를 인위적으로 표집으로 조사하여 사용하는 것을 의미한다.

본 연구는 이러한 이론적 표본 추출의 원리와 절차를 따랐는데, N사 파트너스퀘어(광주) 담당자를 통해 2019. 4월~2019. 8월 파트너스퀘어(광주) 이용자 중 본 연구에 적합하다고 판단되는 20명을 추천 (1차-9명, 2차-7명, 3차-4명)받아, 18명을 인터뷰하였고, 이 중에서 연구자가 연구 분석에 적절하다고 생각되는 대상을 최종적으로 검토한 결과 15명이 선정되었다. 1차 면접 조사는 2019년 4월 26일 6명(남성 2명, 여성 4명)에 대해 이루어졌으며, 2차 면접 조사는 2019년 5월 28일~6월 27일 5명(남성 3명, 여성 2명)에 대해서 실시했다. 마지막으로 3차 면접 조사는 2019년 8월 5일 4명(남성 2명, 여성 2명)에 대해서 이루어졌다. 1차 면접 조사를 진행하기 위한 연구 질문은 다소 추상적이었는데, 연구 질문이 아직 구체화된 단계는 아니었기 때문에 '자영업을 어떻게 시작하게 되었는가?'를 중심으로 현재 직업, 이전 직업, 자영업을 하게 된 계기, 현재 자영업을 위해 준비하고 있는 것 등이 면접의 주요 내용이었다.

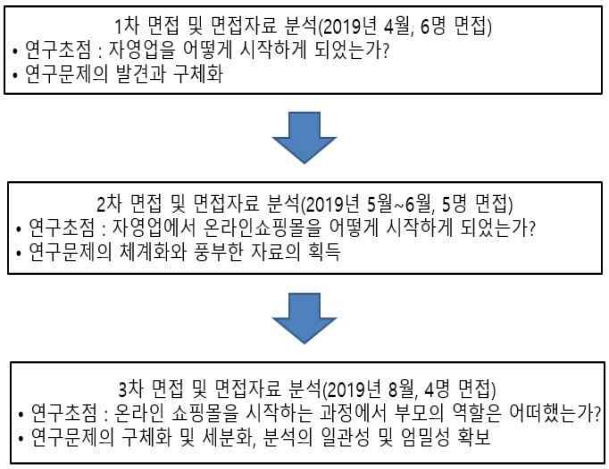
<표 1> 면접대상자의 인적 속성

| 아이디 | 성명 | 성별 | 학력 | 인터뷰 시기 |
|---|---|---|---|---|
| #1 | 김OO | 여 | 대졸 | 19. 4. 23 |
| #2 | 진OO | 여 | " | " |
| #3 | 정OO | 여 | " | " |
| #4 | 봉OO | 여 | " | " |
| #5 | 이OO | 남 | 전문대졸 | " |
| #6 | 임OO | 남 | 대졸 | " |
| #7 | 모OO | 남 | " | 19. 5. 28 |

| | | | | |
|---|---|---|---|---|
| #8 | 윤OO | 남 | “ | “ |
| #9 | 김OO | 여 | “ | 19. 6. 27 |
| #10 | 최 O | 여 | “ | “ |
| #11 | 구OO | 남 | “ | “ |
| #12 | 임OO | 남 | “ | 19. 8. 5 |
| #13 | 엄OO | 여 | “ | “ |
| #14 | 이OO | 여 | “ | “ |
| #15 | 이OO | 남 | “ | “ |

1차 면접 조사를 하는 과정에서 가장 큰 성과는 1명을 제외하고 현재 자영업을 오프라인보다는 온라인쇼핑몰을 통해 판매하고 있다는 공통점을 발견하였다는 것이었다. 2차 면접 조사는 ‘자영업에서 인터넷쇼핑몰을 어떻게 시작하게 되었는가?’로 본 연구의 목적에 부합하는 질문으로 좀 더 명확해졌는데, 2차 면접 조사의 가장 큰 성과는 인터넷쇼핑몰을 통한 자영업을 시작하는 과정에서 부모의 인터넷쇼핑몰에 대한 인식과 진로개입이 중요하다는 것을 확인하게 되었다. 3차 면접 조사는 ‘자영업에서 인터넷쇼핑몰 판매를 시작하는 과정에서 부모의 역할은 어떠했는가?’로 질문을 좀 더 명확히 하였다.

이러한 연구 물음이 생성되게 된 것은 선행연구 즉 부모가 자영업을 경험한 경우, 자녀도 상대적으로 자영업자가 되기 쉽다는 결과에 기초하고 있다. 여기에는 크게 두 가지 이유가 있다. 첫째, 부모가 가지고 있던 자영업과 관련된 기술, 지식, 숙련, 태도 등이 자녀에게 인적 자본의 형태로서 이전되기 때문이다. 둘째, 부모가 축적해온 네트워크, 상권 등을 그대로 물려받을 수가 있기 때문이다. 간단히 정리하면, 부모로부터 유무형의 인적 자본 혹은 기업가적 자본을 물려받을 수 있으므로 부모가 자영업을 경험한 경우, 자녀도 자영업자가 되기 쉽다(신재열·김종성, 2020).




<그림 2> 연구 수행 시 구체화 과정 및 연구초점

각 인터뷰는 차수당 2회에 걸쳐 진행되었으며, 1회 면접은 N사 파트너스퀘어(광주) 2층 회의실에서 진행되었으며, 짧게는 25분, 길게는 50분까지 소요되었고, 평균 면접 시간은 35분이었다. 2회 면접은 개념코딩을 하는 과정에서 전화 인터뷰(2019. 7. 24~8.7)를 통해 진행했다.

### 3.3. 분석과정

본 연구에서는 자료를 수집하는 단계에서부터 분석도 동시에 시행하였는데, 면접이 끝남과 동시에 그 사례에 대한 축어록을 근거로 1차 분석을 시행하였으며, 스트라우스와 코빈(Strauss & Corbin, 1990)이 제시한 개방코딩-축 코딩-선택코딩 순으로 진행하였다. 자료코딩과 분석의 객관성을 확보하기 위해 연구자의 상호 작용을 통해 검증, 재검증을 반복하면서 엄밀성과 완결성을 확보하고자 했는데(Mason, 2002), 코딩과정에서의 ‘연구의 주관적 개입’을 최소화하기 위해 속기된 면접자료를 창업학 관련 교수, 과거 근거이론 방법을 활용한 경험이 있는 박사급 연구자와 함께 축어록 작성 및 코딩을 진행하였다. 통상 개방코딩은 속기된 면접자료를 세밀히 검토한 후에 연구와 관련 있는 개념이 발견되면 이름을 붙이면서 진행되는데, 본 연구에서도 먼저 면접 조사 내용을 정밀하게 읽고 세밀하게 검토하면서 연구에 의미 있다고 판단되는 단어와 문장에 하나의 개념으로 이름을 붙이는 방식으로 코딩을 진행하였다. 피면접자가 면접 과정에서 사용한 표현을 최대한 그대로 활용하면서 개념에 이름을 부여하려고 하였으나, 피면접자가 면접 과정에서 특정한 표현을 개인적인 의미로 사용한 경우에는 연구자가 이것을 해석해서 적절한 개념으로 명명하였다. 예를 들면 ‘부모님께서는 예전부터 창업하면 집안을 전부 말아먹는다’라고 표현을 했다면 이것은 ‘부모가 자녀의 창업에 대해 부정적임’으로 명명화했다.

축 코딩은 개방코딩에서 개념화된 범주들을 상호 간 체계적으로 구조화시키고 연결하며, 범주 간의 관계를 밝혀내는 작업인데, 본 연구는 패러다임모형이 제시하고 있는 인과적 조건, 중심 현상, 맥락적 조건, 매개적 조건, 작용/상호 작용전략, 결과로 코딩을 진행했다. 선택코딩은 범주를 통합 이후 이를 논리적으로 연결하는 단계로 분석의 차원을 향후 잠정적인 이론으로까지 발전시킬 수 있는 것으로, 본 연구에서는 청년자영업자의 온라인쇼핑몰 창업과 관련된 것으로 결정된 핵심 범주와 모든 개념 간의 관계를 통합적으로 설명할 수 있는 전형적인 이야기를 서술하고, 그에 대한 개념을 찾는 방식으로 진행하였다.

## Ⅳ. 연구 결과

### 4.1. 청년자영업자의 온라인쇼핑몰 창업

#### 4.1.1 부모의 온라인쇼핑몰 인식

전라권 청년층 부모의 경우 온라인쇼핑몰에 대해 긍정적인 인식과 부정적인 인식을 하는 것으로 나타났다. <표 2>는 부모의 온라인쇼핑몰에 대한 인식을 제시하고 있는데, 먼저 부모의 온라인쇼핑몰에 대한 긍정적 인식을 살펴보면 단순 긍정인식과 적극적 긍정인식으로 나뉜다. 김OO(#1, 여성)의 부모님은 온라인쇼핑몰에 대해 나빠하지 않을 정도로 단순 긍정하고 있으나, 이OO(#5, 남성)와 김OO(#9, 여성)의 부모님은 온라인쇼핑몰에 대해 젊은 사람들이 많이 쓰고 있으므로 단

순 긍정하게 판단하고 있다.

*부모님께 물어본 적은 없지만 내가 인터넷에서 판매하고 있는 것에 대해서 긍정적이니까 인터넷쇼핑몰에서 판매하고 거래하는 걸 나빠하지는 않으실 것 같아요(김OO, #1)*

*인터넷을 잘 모르시긴 하지만 연세가 있으셔도 젊은 사람들이 많이 쓴다는 건 알고 계셔서 나쁘게 생각하지는 않으세요(이OO, #5)*

김OO(#9, 여성)의 부모는 e-커머스를 통해 물건을 구입할 정도로 인터넷쇼핑몰에 익숙하다. 봉OO(#4, 여성), 모OO(#7, 남성), 이OO(#14, 여성), 이OO(#15, 남성)의 부모는 본인들은 인터넷 사용에 익숙하지 않지만, 오랫동안 자영업을 수행해 오면서 항상 인터넷쇼핑몰의 판매를 동경할 정도로 매우 긍정적이다.

*이런 걸 부모님께 물어보지는 않았지만요. 부모님께서도 인터넷에서 자주 물건을 사기 때문에 여기서 판매하고 거래하는 걸 좋게 생각하실 것 같아요(김OO, #9)*

*어머니께서 00시장에서 오랫동안 건어물 장사를 하셨어요. 어머니는 연세도 있으시고 바쁘시고 하셔서 온라인에서 판매하면 지금보다 돈을 많이 벌 수 있다고 생각은 하셨지만, 엄두를 못 내셨어요. 바쁘기도 하고 어렵고(봉OO , #4)*

*기정떡을 매장에서만 10년 넘게 팔아오고 계시는데, 인터넷에서 판매하지는 않으셨어요. 할 방법도 모르셨고……: (중략)……: 남들이 인터넷에서 판매하는 걸 부러워는 하셨지만 할 사람이 없었어요. 그리고 그거 안 해도 가게 매출이 어느 정도 나오고 있었기 때문에 생각도 안 했고요(모OO, #7)*

*처음에는 인터넷에서 판매하는 걸 좋아하지 않으셨어요. 돈이 바로 들어오는 게 아니라서 싫어하셨어요……: (중략)……: 근데 워낙 사람들이 많이 활용하니까. 제가 인터넷에서 판매한다고 했을 때도 좋아하셨어요(이OO, #14)*

*부모님께서는 농사일하고 계세요. 지금도 하고 계시고요. 부모님께서는 인터넷에서 농산물을 판매하는 것에 관심이 정말 많으셨어요. 한 10년 전인가. 제가 고등학교 때 인터넷에서 판매하는 걸 하려고 하다고 포기하셨어요. 어렵기도 하고. 근데 항상 생각은 하고 계셨어요(이OO, #15)*

이에 반해 진OO(#2, 여성), 정OO(#3, 여성), 엄OO(#13, 여성)의 부모는 인터넷 자체를 잘 알지 못하고 있으며, 임OO(#6, 남성)의 부모는 인터넷쇼핑몰에 대해 부정적 인식을 가진 것으로 나타났다.

*부모님께서는 인터넷을 하지 않으시기 때문에 전혀 모르세요. 제가 창업할 때 상의를 해본 적은 없고요……: (중략)……: 저는 오히려 남편하고 상의를 많이 했어요. 아무래도 결혼을 했으니까요. 남편은 인터넷에서 물건 사고 판매하는 게 익숙해요. 그러니까 제가 N스토어에서 판매하는 것도 함께 이야기할 수 있어요(진OO, #2)*

*부모님께서는 인터넷에서 판매하고 하는 걸 잘 모르세요(정OO, #3)*

*부모님께서는 나이가 많으시니까, 인터넷 자체를 잘 모르세요. 인터넷쇼핑몰이 뭔지도 모르세요. 그러니 긍정이든, 부정이든 생각 자체가 없으세요……: (중략)……: 그래도 지금은 제가 한다고 하니까 좋은가 보다 하시는 겁니다(엄OO, #13)*

*부모님은 인터넷을 잘 알지 못하세요. 그러다 보니 아무래도 물건을 사는 건 가게에서 사야 정확하다고 생각하세요. 아직까지는 믿음이 없다고 해야 하나요?(임OO, #6)*

<표 2> 부모의 온라인쇼핑몰에 대한 인식

| 개념 | 하위범주 | 범주 |
|---|---|---|
| 잘은 모르시나, 앞으로는 인터넷에서도 판매해야 한다고 하심 | 온라인쇼핑몰에 대해 긍정적임 | 부모의 온라인 쇼핑몰에 대한 인식이 서로 상이함 |
| 부모님께서도 인터넷을 통해 물건을 판매하고 싶으셨으나 방법을 몰라서 못 하셨음 | | |
| 인터넷쇼핑몰 거래에 대해 나빠하지는 않으심 | | |
| 우리 부모님께서는 온라인에서 판매하는 것에 대해 항상 부러워하심 | | |
| 평소 온라인쇼핑몰에 대해서는 자주 이용하기 때문에 매우 친숙함 | | |
| 앞으로 온라인쇼핑몰이 대세가 될 거라고 말씀하심 | | |
| 과거에는 부정적이었으나 사람들이 많이 활용하는 걸 보면서 긍정적으로 바뀌심 | | |
| 농산물을 인터넷에서 판매하고 싶으셨으나 방법을 몰라 못하심 | | |
| 온라인 쇼핑몰에 관해서는 관심이 없음 | 온라인쇼핑몰에 대해 부정적임 | |
| 인터넷쇼핑몰을 잘 모르시고, 이용도 하지 않으심 | | |
| 부모님께서는 인터넷에서 판매하는 걸 잘 모르심 | | |
| 인터넷 자체를 모르기 때문에 긍정도 부정도 아님 | | |

### 4.1.2 부모의 자녀창업에 대한 인식

전라권 청년층 부모는 자녀의 창업에 대해 긍정적 인식과 부정적 인식을 가진 것으로 나타났다. <표 3>은 부모의 자녀

창업에 대한 인식을 제시하고 있는데, 먼저 긍정적 인식에 대해서 살펴보면 봉OO(#4, 여성), 모OO(#7, 남성)의 부모는 어릴 적부터 창업에 대해서 긍정적인 모습을 보였다. 이OO(#5, 남성), 김OO(#1, 여성), 엄OO(#13, 여성)의 부모는 본인들이 창업하고 있어서 자녀의 창업에 대해 적극적으로 창업을 권하지는 않지만, 부정적인 모습은 보이지 않고 있다.

*부모님께서 제가 어릴 적부터 건어물 가게를 하셨어요……. (중략)……. 제가 부모님 가게에서 함께 일한다고 하니까 매우 좋아하셨어요(봉OO, #4)*

*부모님께서 기정떡집을 하고 있어서 어릴 적부터 언젠가는 (내가) 함께 일할 거로 생각하셨습니다. 말씀도 많이 하셨구요(모OO, #7)*

*아버지께서도 사업을 하고 계시기 때문에 내가 회사를 그만두고 창업한다고 할 때 별말씀 없으셨어요(이OO, #5)*

*부모님께서도 사업을 하고 계시기 때문에 제가 창업을 한다고 했을 때 별로 반대는 없으셨어요(김OO, #1)*

*부모님께서도 농사일을 지으시면서 식당을 운영하시거든요. 여름에 피크철에만 운영하는 식당을 하고 계세요. 그러니 제가 의류 판매점을 연다고 했을 때도 별말씀은 않으셨어요(엄OO, #13)*

이에 반해 임OO(#6, 남성)의 부모는 청소년 시기부터 지금까지 자녀의 창업에 대해 부정적이었다. 진OO(#2, 여성), 김OO(#9, 여성), 최 O(#10, 여성), 이OO(#15, 남성)의 부모는 자녀가 청소년 시기에는 창업에 대해 부정적인 모습을 보였으나, 성인이 된 이후에는 크게 관여하지 않는 모습을 보인다.

*부모님께서는 어릴 적부터 사업하는 걸 별로 좋아하지 않으셨어요. 지금도 그렇지만(임OO, #6)*

*원래는 제가 어렸을 때는 창업이나 이런 거 하는 거 좋아하시지는 않았어요. 다들 그렇지만 좀 더 안정적인 직장을 가지는 걸 좋아하죠. 두 분 다 직장생활을 하셨어요……. (중략)……. 지금은 무척 많이 좋아하세요. 언제부터인가는 모르겠는데 제가 일하는 걸 좋아하세요(진OO, #2)*

*대학 때는 제가 창업하는 걸 좋아하시지는 않았어요. 전공을 살려고 취업하기를 원하셨거든요. 저도 취업 준비를 오래 했어요(김OO, #9)*

지금은 아니지만, 아버지는 제가 선생님을 하시길 원하셨어요. 지금은 퇴임하셨지만, 아버지가 선생님이셨거든요. 제가 어렸을 때는 공무원이 되는 걸 원하셨는데, 크면서는 제가 취업을 하든 창업을 하든 전부 응원해 주셨습니다(이OO, #15)

<표 3> 자녀의 창업에 대한 인식

| 개념 | 하위범주 | 범주 |
|---|---|---|
| 아버지가 사업을 하고 계셔서 내가 창업을 한다고 했을 때 반대는 하지 않으셨음 | 자녀의 창업에 대해 긍정적임 | 자녀의 창업에 대한 인식 |
| 부모님이 건어물을 판매하고 계셔서 어릴 적부터 내가 사업하는 것에 대해 관심이 많으셨음 | | |
| 부모님께서도 사업을 하고 계시기 때문에 내가 사업을 한다고 했을 때 크게 반대는 하지 않으셨음 | | |
| 내가 창업하는 걸 좋아하심 | | |
| 부모님께서 기정떡집을 운영하고 계시기 때문에 내가 언젠가는 창업을 할 것으로 생각하심 | | |
| 창업한다고 했을 때 잘해 보라고 하심 | | |
| 부모님도 가든을 하고 계셔서 크게 반대는 하지 않으심 | | |
| 내가 창업하는 것에 대해 좋아하셨음 | | |
| 부모님은 내가 어릴 적부터 사업(자영업)하는 것에 대해 부정적이었음 | 자녀의 창업에 대해 부정적임 | |
| 어렸을 때는 부모님께서는 사업은 어렵다고 하심 | | |
| 부모님께서는 내가 선생님이 되시길 원하셨음 | | |
| 공무원이 되길 원하셨음 | | |

### 4.1.3 부모와 자녀의 진로 논의

전라권 청년층 부모의 경우 자녀와 진로를 논의하는 과정에서 취업 혹은 창업(온라인)을 상의하는 것으로 나타났다. 먼저 부모는 자녀가 공무원 등 안정적인 직장을 가지기를 바라고 있는 것이 공통적인 의견이었다.

*아무래도 안정적인 직장을 원하셨던 건 사실이에요(김OO, #1)*

*부모님들이 다 그렇지만 저희 부모님도 취업하기를 원하셨어요(임OO, #6)*

*제가 취업 준비를 오래 하기도 하였는데, 졸업한 후에도 한동안은 계속 취업을 하라고 하셨어요(김OO, #9)*

부모가 자녀의 진로를 함께 고민하는 과정에서 온라인 창업을 권유하고 있는데, 특히 부모가 현재 자영업을 하는 상황에서 온라인쇼핑몰에서 창업을 권유하고 있는 것으로 나타났다. 모OO(#7, 남성)는 부모가 오프라인 매장에서 기정떡을 판매하고 있으며, 최 O(#10, 여성)의 아버지는 오프라인에서 녹차 농원을 하고 있다. 이OO(#14, 여성)는 부모가 꼬막양식업을 하고 있으며, 이OO(#15, 남성)의 부모는 소규모로 농사를 지어 판매하고 있다. 이들 부모는 모두 오프라인에서 자영업을 운영 중이며, 자녀와 진로를 상의하는 과정에서 자녀의 온라인쇼핑몰 창업을 권유하고 있는 것으로 나타났다. 그 외 김OO(#9, 여성)의 부모는 자녀가 취업에 계속 실패하자 이를 극

복하는 방안으로 온라인 창업을 권유했고, 이후 김OO(#9, 여성)는 N스토어를 창업해 성공적으로 운영하고 있다.

*저는 원래 전공이 실용음악이에요……: (중략)……: 방학때 집에 가면 기정떡 만드는 것을 도와달라고 하셨는데 그때는 정말 싫었어요. 귀찮기도 하고 힘들고 제가 부모님과 함께 일할 거라는 그때는 전혀 몰랐어요……: (중략)……: 취업을 고민하는 과정에서 현실적인 고민을 하게 되었고 부모님께서 순천에 내려와서 함께 일을 하면서 인터넷에서 판매해 보라고 했어요(모OO, #7)*

*(아버지는)학교를 퇴직하기 10년 전부터 퇴직 후에 무엇을 할까 고민하셨어요. 그러다 녹차 농사를 준비하셨고, 퇴직 후에는 고향에 내려와서 녹차를 재배하고 매장에서 판매하셨어요……: (중략)……: 아버지랑 이런저런 얘기를 아버지도 인터넷에서 판매하는 것에 대해 관심도 많고 저도 많고 그래서 시작하게 되었어요(최 O, #10)*

<표 4> 부모와 자녀의 진로 논의

| 개념 | 하위범주 | 범주 |
|---|---|---|
| 매장에서 판매하는 것 이외에 인터넷에서도 판매하는 것을 이야기하심 | 창업 논의 (온라인쇼핑몰) | 부모와 자녀의 진로 논의 |
| 취업을 고민하는 과정에서 졸업 이후 부모께서 기정떡을 인터넷에서 판매해 볼 것을 권유함 | | |
| 취업하는 데 자꾸 실패하니 온라인에서 창업할 것을 권유함 | | |
| 돈 들어가지 않는 (인터넷)창업도 권유하심 | | |
| 온라인에서 판매하는 것에 대해 함께 상의함 | | |
| 사업을 확장 시키기 위해 온라인 창업을 논의함 | | |
| 진로를 고민하는 과정에서 N스토어 창업을 논의함 | | |
| 항상 취업하기를 원하심 | 취업 권유 | |
| 처음에는 재취업하기를 원하심 | | |
| 대학 졸업 후에는 한동안은 취업하기를 원하셨음 | | |
| 안정적인 직장을 원하심 | | |
| 대졸 졸업 후에는 공무원을 원하셨음 | | |

*꼬막을 지금 말고 어디서 더 팔 수 있을까 부모님과 상의하면서 인터넷쇼핑몰을 생각했어요(이OO, #14)*

*제가 창업을 할까, 취업할까 고민을 하는 과정에서 부모님과 상의를 해서 농산물을 N스토어에서 판매를 해보기로 했어요(이OO, #15)*
*근데 제가 자꾸 취업이 되지 않으니까. 많이 힘들었거든요. 승무원 시험을 봤는데 계속 떨어졌어요. 그러다가 엄마가 먼저 온라인에서 창업하면 어떠냐고 먼저 말씀하셔서(김OO, #9)*

#### 4.1.4 온라인쇼핑몰 활용능력

전라권 청년들이 온라인쇼핑몰 진입과정을 살펴보기 전에 온라인쇼핑몰 활용능력을 살펴보면 심층 면접에 참여한 대부분 청년은 N스토어에 가입, 자신의 상품 사진을 올리기, 판매대금 수령 등 온라인쇼핑몰 활용능력은 우수한 것으로 나타났다.

*그렇게 잘하는 건 아니었지만 액세서리를 블로그를 통해 판매하는 걸 해봤기 때문에 지금 하는게(N스토어 운영) 그렇게 어렵지는 않았어요(김OO, #1)*

*예전 직장에서도 인터넷쇼핑몰에 물건을 올리고 했기 때문에 N스토어에서 창업하는 건 어렵지 않았습니다(정OO, #3)*

*예전 직장다닐 때 포토샵 등 다양한 일을 해봤기 때문에 N스토어를 이용하는 건 어렵지 않았어요……: (중략)……: N스토어에 관한 교육은 광고 이용, 설정관련 해서 동영상으로 받았어요(봉OO, #4)*

*스마트스토어를 이용하기 전에 이미 이전 회사에서 온라인으로 생활용품을 판매해 본 경험이 있습니다. 창업하기는 어렵지 않았어요(윤OO, #8)*

*학교 다닐 때부터 인터넷에서 작게지만 판매도 해보고 해서 N스토어를 통해 판매하는 것은 그렇게 어렵지 않았어요(김OO, #9)*

*이전 직장을 다닐 때 다양한 일을 해봤어요. 쿠*이나 N스토어에서 판매하는 것을 별로 어렵지 않았습니다……: (중략)……: 저한테 사진찍고 올리고 하는 건 너무 쉬웠어요(이OO, #14)*

그러나 e-커머스 활용능력이 떨어진다고 해서 온라인 창업을 포기하는 것은 아니었다. N 파트너스퀘어가 광주에서 청년을 대상으로 온라인 창업 활용능력을 향상시키고 있으며, 이를 기반으로 N스토어 창업을 하는 것으로 나타났다.

*대학 다닐 때 전공이 실용음악이기 때문에 인터넷쇼핑몰 관련된 건 전혀 몰랐어요. 그래서 처음에 내가 과연 인터넷쇼핑몰을 잘 운영할 수 있을까 걱정을 많이 했어요. 매우 많이……: (중략)……: 기정떡을 온라인에서 판매는 해야겠고 그래서 파트너스퀘어를 오게 되었습니다. 순천에서 여기오는데 버스로 1시간이 걸려요. 왕복으로 2시간이 걸리는데 그래도 와서 배우는게 너무 신기하고 재미있었어요. 나한테 꼭 필요한 교육해주니까 너무 좋더라고요……: (중략)……: 기정떡에*

*서 김이 모락모락 나게 사진 촬영하는 거랑 GIF 파일 만드는 방법 등 실제 나한테 필요한 교육들이 좋았어요(모OO, #7)*

<표 5> 온라인쇼핑몰 활용능력

| 개념 | 하위범주 | 범주 |
|---|---|---|
| 과거 디자인회사에 다녔기 때문에 인터넷에서 판매하는 것에 대한 두려움은 없었음 | 온라인쇼핑몰 활용능력 우수 | 온라인 쇼핑몰 활용능력 |
| 예전 직장에서 포토샵도 하고 다양하게 인터넷을 활용했기 때문에 쇼핑몰이용은 쉬웠음 | | |
| 예전 직장에서도 비슷한 일을 해봤기 때문에 N스토어를 이용하는 건 쉬웠음 | | |
| 학교에 다닐 때부터 인터넷쇼핑몰 판매에 관심이 많아 어느 정도는 알고 있었음 | | |
| 회사에서 이미 생활용품을 인터넷에서 판매해 본 경험이 있음 | | |
| 블로그마켓을 먼저 시작했기 때문에 인터넷쇼핑몰에 대해서는 너무 친숙함 | | |
| 예전 회사에서도 인터넷쇼핑몰 관련 일을 했기 때문에 어렵지 않았음 | | |
| 과거 회사에서 비슷한 일을 했기 때문에 N스토어를 이용하는 건 어렵지 않았음 | | |
| 온라인쇼핑몰에서 판매하는 법을 전혀 몰라 파트너스퀘어를 이용하게 됨 | 온라인쇼핑몰 활용능력 저하 | |
| 파트너스퀘어를 이용하기 전까지 잘 모름 | | |
| 오프라인 매장은 오랫동안 운영했지만, 온라인은 처음이라 파트너스퀘어에서 처음 이용하는 방법을 알게 됨 | | |
| 파트너스퀘어에서 N스토어 이용하는 법을 알게 됨 | | |

*솔직히 인터넷에서 물건을 파는 것에 관심은 많았지만 어떻게 하는지 몰랐어요. 겁도 나고……: (중략)……: 여기에 와서 N스토어 이용하는 방법도 알고 하면서 N스토어에서 녹차를 판매하게 되었어요(최 O, #10)*

*먼저 00에서 의류매장을 시작했어요. 그걸 확장해서 00로 왔구요. 12년을 운영했는데, 이제는 온라인에서도 판매해야겠다고 생각했어요. 생각만 했지 실제로 하지는 못하다가 광주에 파트너스퀘어가 생기면서 용기를 냈어요……: (중략)……: N스토어를 어떻게 이용하는지도 전혀 몰랐는데 여기 와서 알았습니다(엄OO, #13)*

*부모님과 농산물을 인터넷에서 판매해 보자고 얘기는 했는데요. 문제는 저도 어떻게 판매하는지 몰랐어요……: (중략)……: 파트너스퀘어에서 배우면서 시작했습니다(이OO, #15)*

### 4.1.5 청년층의 온라인쇼핑몰 창업과정

전라권 청년들이 온라인쇼핑몰 진입과정을 살펴보면 크게 4가지로 나누어 볼 수 있는데, 첫째, 가업을 승계하는 과정에서 온라인쇼핑몰 창업을 하는 것으로 나타났다. 봉OO(#4, 여성)은 부모님의 건어물 매장을 온라인으로 확장하는 과정에서, 모OO(#7, 남성)은 부모님의 기정떡집 판매장을 온라인으로 확장하는 과정에서, 가업이 승계되었다. 최OO(#10, 여성)과 이OO(#14, 여성)도 각각 녹차 매장과 꼬막도매업을 온라인으로 확장하는 과정에서 가업이 자연스럽게 승계되는 것으로 나타났다.

*어머니는 매장에서 주로 판매를 하시고, 저는 N스토어에서 (건어물을) 판매하고 있어요. 어머니의 사업을 잘 알고 있었고, 사업 기회가 보여서 어머니와 함께 일을 하게 되었어요……: (중략)……: 서울의 00스튜디오에서 2년 정도 일했는데, 내 일을 해보고 싶고 어머니가 사업을 확장하시면서 함께 일을 하게 되었어요(봉OO, #4)*

*이 사업을 물려주고 싶어 하셨거든요……: (중략)……: 기정떡이 생각보다 만들기 어려워요. 다른 떡하고는 만드는 방법도 다르고. 생각보다 어려워요. 떡 만드는 방법을 알려주고 싶어 하셨어요. 제가 지금은 떡을 못 만드니까 부모님이 떡을 만들고 저는 N스토어에서 판매를 하고 있어요(모OO, #7)*

*아버지는 00 농원이라는 매장에서 녹차를 판매하고 계시고, 저는 N스토어에서 판매하고 있어요……: (중략)……: 특별한 일이 없는 한 이 일을 계속할꺼 같아요(최 O, #10)*

*부모님께서 꼬막양식을 오랫동안 해오셨어요. 꼬막은 소매업을 하지는 않고 전부 도매로 넘기는 형태입니다……: (중략)……: 남동생도 부모님 도와서 일을 하고 있고요. 저도 꼬막을 온라인에서 판매하는 일을 하고 있어요. 남동생하고 부모님 일을 넘겨받아서 하는 거예요(이OO, #14)*

*부모님과 제가 농사를 지은 후에 N스토어에서 판매하고 있어요. 부모님도 농사, 저도 농사. 어떻게 보면 부모님 일을 이어서 하고 있는 거예요(이OO, #15)*

둘째, 취업의 대안으로 온라인 창업을 하는 것으로 나타났다. 김OO(#9, 여성)는 3년간 취업 준비를 했으나 실패하자 어머니의 권유로 N스토어를 통해 온라인 창업을 시작했으며, 구OO(#11, 남성)도 취업에 실패하자 N스토어를 통해 창업했다.

*창업하게 되었어요. 취업 대신에 창업하게 된 건데요. N스토어를 통해 원피스만 전문적으로 판매를 하고 있습니다. 제가 원피스를 직접 입고 사진을 찍어 올려요(김OO, #9)*

*취업이 잘 안 돼서요. 그래서 친구와 함께 N스토어에서 농수산물을 판매하고 있어요(구OO, #11)*

셋째, 자신의 경력을 전환하는 과정에서 온라인쇼핑몰 창업을 하는 것으로 나타났다. 정OO(#3, 여성)는 디자인회사에서 경력을 쌓은 후 회사 동료와 함께 N스토어에서 창업을 했으며, 윤OO(#8, 남성)는 생활용품 판매업체에서 재직 후에 N스토어에서 온라인 창업을 하며, 자신의 경력을 전환했다.

*대학에서 의상 전공을 했고, 디자인회사에서 4~5년 정도 일했어요. 이후에 동기와 함께 N스토어에서 창업을 했습니다(정OO, #3)*

*생활용품을 판매하는 회사에서 4~5년을 다녔고요. 직장 동료와 함께 N스토어에서 창업을 시작했습니다……: (중략)……: 생활용품을 어디에서 사야 하는지 루트를 알기 때문에 창업하는 건 어렵지 않았습니다(윤OO, #8)*

넷째, 자아성취의 과정에서 온라인쇼핑몰 창업을 하는 것으로 나타났다. 김OO(#1, 여성)는 미술학원에 재직하던 중에 자신이 하고 싶은 일을 하고자 블로그 마켓을 시작했으며, 현재 파트너스퀘어 광주에 입주하여 작가와 온라인 판매자의 일을 동시에 하고 있다. 진OO(#2, 여성)도 직장을 다니다 그만두고, 비누를 제작하여 N스토어에서 판매하고 있으며, 이OO(#5, 남성)도 자신의 취미를 직업으로 전환하는 과정에서 오프라인과 온라인에서 자전거를 판매하는 창업을 했다.

*대학 졸업 이후 미술학원에서 1년 정도 일했어요. 그러다가 내가 하고 싶은 일을 하고 싶어서 액세서리를 만들어서 블로그 마켓을 먼저 시작했어요. 지금은 파트너스퀘어(광주)에 입주하고 있고, 마르라메, 태피스트리와 같은 서양식 매듭공예를 하고 있어요. 작가와 판매자의 길을 모두 유지할 수 있어서 좋습니다(김OO, #1)*

*00회사를 다니다 제가 하고 싶은 일을 하고 싶어서 그만두었어요. 비누 제작을 한 지는 2년 정도 되었고, 현재 파트너스퀘어(광주)에 입주해 있습니다. 비누 제작만으로는 관심을 끌기 어려워 비누 공예 디자인을 시작하며 교육을 통해 함께 수익을 올리고 있습니다(진OO, #2)*

*규모가 큰 광고회사에 OOOLCD 패키지 디자인과 카탈로그 디자인을 했어요. 서울에서 일을 하다가 광고회사는 생명이 짧다는 것을 알고 있었어요……: (중략)……: 제가 평소에 취미로 자전거 타는 걸 좋아했거든요. 그래서 와이프의 고향인 광주에 와서 자전거 매장도 하고 N스토어에서 판매도 하고 있습니다(이OO, #5)*

<표 6> 온라인쇼핑몰 창업과정

| | | |
|---|---|---|
| 부모님의 건어물 매장에서 일하면서 동시에 인터넷을 통해 판매하고 있음 | 가업을 승계하는 과정에서 온라인으로 확장 | 온라인 쇼핑몰 창업과정 |
| 졸업 이후 부모님과 함께 기정떡을 매장과 온라인에서 판매하게 됨 | | |
| 아버지가 매장에서 판매하시는 녹차를 온라인에서 판매함 | | |
| 부모님이 꼬막양식업을 하시는데, 이를 온라인에서 판매함 | | |
| 부모님의 농사를 이어서 하고 있으며, 농산물을 N스토어에서 판매함 | | |
| 취업을 준비하다가 포기하고 온라인 창업을 함 | 취업에 대한 대안으로 온라인 창업 | |
| 취업이 잘 안 돼서 친구와 함께 N스토어에서 농수산물을 판매하고 있음 | | |
| 주방용품을 판매하는 회사에 5년간 다닌 후에 이 경력을 살려서 온라인 창업을 함 | 경력 전환으로서의 온라인 창업 | |
| 의상 디자인을 전공했으며, 디자인회사에서 4~5년 다닌 후 동기와 함께 창업함 | | |
| 미술학원에서 일하다가 내가 하고 싶은 일을 하고 있어서 블로그 마켓으로 액세서리를 판매하게 됨 | 자아 성취하는 과정에서 온라인 창업 | |
| 직장을 다니다 취미로 관심 많던 자전거를 온라인으로 판매를 하게 됨 | | |
| 대학 졸업 후 00회사를 다니다 그만두고 내가 관심 있는 비누 제작, 비누 공예를 하고 스마트스토어에서 판매하고 외부에서 교육함 | | |

## 4.2. 청년자영업자의 온라인쇼핑몰 성과

### 4.2.1 재무적 성과

전라권 청년들은 온라인쇼핑몰 창업에 진입한 결과 매출액은 높아지는 것으로 나타났다. 심층 면접대상 모두 온라인쇼핑몰 창업 진입 초기이기 때문에 많은 매출이 발생하지 않고 있으나, 꾸준히 매출이 상승하는 것으로 나타났다.

*전체 매출액 중에서 N스토가 차지하는 비중은 10%밖에 되지 않지만, 아직 시작 한지 2달밖에 안 돼서 좀 더 지켜봐야 할 거 같은데, 늘어날꺼 같긴 해요(봉OO, #4)*

*아무래도 매장(오프라인)에서만 판매하는 것보다는 N스토어에서 판매하니까 전체매출이 올라가죠. N스토어만 사용하고 있고 온라인 매출의 40%를 차지하고 있습니다. 온라인 플랫폼으로 N스토어, *마켓, *베이, *팡, *션을 이용하고 있으나, N스토어의 강점인 신상품을 판매할 수 있고, 판매제품에 대한 제안이 적어 N스토어를 선호합니다(이OO, #5)*

*기정떡을 N스토어에서 판매한지는 두 달 밖에 안돼서 솔직히 매출이 많이 나오는 건 아니에요. 그러나 N스토어 덕분에 올해는 매출이 20%이상 높아질꺼 같기는 합니다(모OO, #7)*
*다른 곳은 이용하지 않고 있고 N스토어에서만 판매하고 있는데, 월매출이 1000만 원 정도 됩니다……: (중략)……: 매출은 약간씩 상승하고 있습니다(윤OO, #8)*

*시작한지 얼마 되지 않았는데, 매출이 조금씩 상승하고 있습니다(이OO, #14)*

### 4.2.2 비재무적 성과

#### 4.2.2.1 기회발견

전라권 청년들은 온라인쇼핑몰 창업에 진입한 후 새로운 기회를 발견한 것으로 나타났다. 부모의 가업을 승계하는 과정에 있는 모OO(#7, 남성)와 이OO(#14, 여성)는 N스토어 판매를 통해 새로운 기회를 발견했으며, 진OO(#2, 여성)와 김OO(#1, 여성)는 자신의 꿈을 이루는 과정에서 N스토어에서 새로운 기회를 발견한 것으로 나타났다.

*부모님께서는 이제까지 기정떡을 3~9월까지만 만드셔서 파셨어요. 기정떡이 만들어 놓으면 금방 굳기 때문에 나머지 기간(10월~다음 해 2월)은 팔 수가 없어요……: (중략)……: N스토어에서 판매가 단순히 순천지역뿐만 아니라 전국으로 판매가 좋은 것도 좋지만, 기정떡을 3~9월 이외의 기간, 1년 내내 판매를 할 수 있어서 우리한테는 좋은 기회가 되었어요(모OO, #7)*

*꼬막을 보통은 겨울에만 먹는다고 생각했어요. 그래서 여름에는 장사할 생각을 하지 않았거든요. 꼬막이 겨울에 비해 작거든요. 근데 N스토어에서 판매를 해보니까 여름에도 판매가 되겠다는 생각이 들어요……: (중략)……: 얼마전에 보니까 백종원이 꼬막 비빔밥 만드는 영상을 유튜브인가에 올렸더라고요. 그래서 생각했어요. 다른 지역 사람들은 꼬막은 여름에도 먹는구나(이OO, #14)*

*저는 어렸을 적부터 꿈이 창업을 하는 것이었어요. 대학도 그래서 의상디자인과를 가게 되었고, 취업도 창업을 위한 자금을 마련하려고 했거든요……: (중략)……: 저는 N스토어를 통해 제 꿈을 이룬 거거든요. 제 인생에 새로운 기회도 계속 생기고 있고(진OO, #2)*

*작가의 길만 가는 건 쉽지 않아요. N스토어에서 판매도 하니까 저한테는 새로운 기회가 되었어요. 아직 매출이 크게 나오지는 않지만(김OO, #1)*

#### 4.2.2.2 자존감 상승

전라권 청년들은 온라인쇼핑몰 창업에 진입한 후 자존감이 상승하는 것으로 나타났다. 봉OO(#4, 여성)는 자신의 사업을 하면서 훨씬 적극적으로 되었으며, 김OO(#9, 남성)는 취업 실패에 떨어졌던 자존감이 N스토어에서 창업 이후에 상승했다. 경력 단절 여성이었던 최 O(#10, 여성)는 5년 만에 N스토어 창업을 통해 새로운 일을 시작하면서 자존감이 상승한 것으로 나타났다.

<표 7> 온라인쇼핑몰 창업에 따른 성과

| | | |
|---|---|---|
| 인터넷과 매장(오프라인)에서 동시에 판매하기 때문에 매출이 높아질 수밖에 없음 | 매출액 증가 | 재무적 성과 |
| 인터넷쇼핑몰을 시작한 지 두 달밖에 되지 않았지만 약간 올랐음 | | |
| N스토어에서 판매 이후 올해 매출액이 20% 이상 오를 것으로 기대됨 | | |
| 온라인에서만 판매하고 있는데 매월 매출이 늘어나고 있음 | | |
| 매출이 꾸준히 늘어나고 있음 | | |
| N스토어에서만 판매를 하고 있고, 월 매출 1,000만 원 정도임. 매출은 지속 상승 중임 | | |
| N스토어를 이용하면서 기정떡을 전국으로 판매할 새로운 기회를 찾음 | 기회발견 | 비재무적 성과 |
| N스토어를 통해 나의 꿈을 이뤘고, 새로운 기회를 계속 발견하고 있음 | | |
| N스토어에서 작가와 판매자의 길을 동시에 할 수 있어 인생의 새로운 기회를 발견 | | |
| 오프라인 매장에서 온라인 매장으로 확장하는 새로운 전환점과 기회가 됨 | | |
| 내 사업을 하니까 훨씬 적극적으로 됨 | 자존감 상승 | |
| 취업이 안 돼서 자신감이 떨어져 있었는데 N스토어 창업 이후 자신감이 많이 생겼음 | | |
| 기간제 교사였다가 아기를 키우다가 일을 그만둔 후 5년 만에 일을 하니 매우 좋음 | | |
| 어떻게 하면 판매를 잘 할 수 있을까 고민하면서 자꾸 새로운 것을 생각하게 됨 | 창의성 역량 강화 | |
| 스마트스토어에서 어떻게 하면 잘 팔릴까에 대해 고민을 많이 하고, 새로운 방법을 접합 | | |
| 하나라도 더 팔릴 수 있게 독특한 생각을 해내야 함 | | |
| 독창적인 아이디어를 생각함 | | |

*아무래도 내 사업을 하고 있으니까(예전 직장에 비해) 훨씬 적극적이게 됩니다. 시키는 일만 하는게 아니니까요(봉OO, #4)*

*계속 취업을 못 하고 많이 힘들었거든요. 그러나 엄마가 얘기해서 N스토어에서 창업을 하게 되면서 많이 벌지는 못하지만 그래도 지금은 너무 좋아요……: (중략)……: 자신감도 생기고, 매출도 조금씩 늘어나고 있어서 크게 걱정은 하지 않습니다(김OO, #9)*

*기간제교사를 하다가 결혼 후에 육아 때문에 그만뒀어요. 아이가 좀 커서 일을 시작해 보려고 했는데 생각보다 쉽지는 않았고……: (중략)……: 남편이 선생님이라 경제적인 거 보다는 제 일을 하고 싶었거든요. 연세가 있으신 아버지의 일을 도와드리는 것도 좋고, N스토어를 통해 판매하는 게 아직은 어렵지만 재미있어요(최O, #10)*

#### 4.2.2.3 창의성 역량 강화

전라권 청년들은 온라인 창업 후 창의성 역량이 강화되는 것으로 나타났다. 모OO(#7, 남성)와 윤OO(#8, 남성), 이OO(#14, 여성)는 N스토어를 이용하는 과정에서 창의성 역량이 향상된 것으로 나타났다.

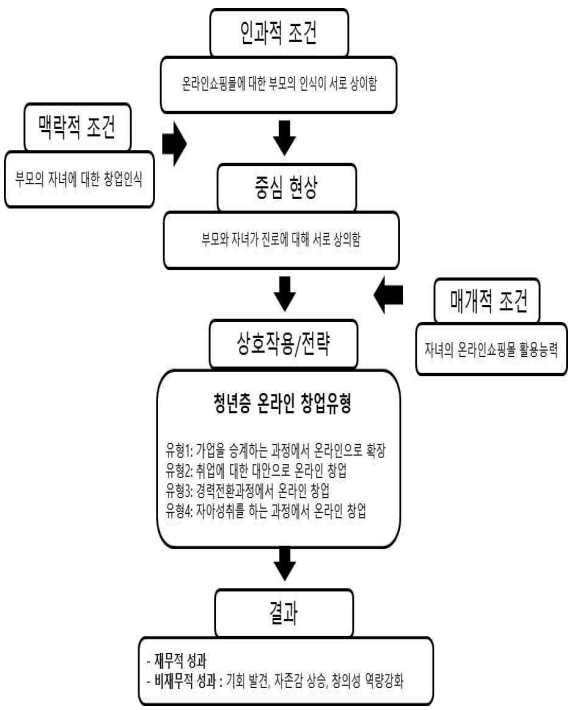
*한번 구매를 했던 사람들이 어떻게 하면 다시 찾아오게 할까에 대한 고민을 많이 해요. 단순한 판매라고 생각하지만, 사실은 생각도 많이 해야 하고 독특한 생각도 많이 필요해요. 그래야 잘 팔리니까요(모OO, #7)*

*제가 매일 하는 고민은 어떻게 하면 스마트스토어에서 물건이 잘 팔릴까에 대한 고민을 합니다. 그러다 보니 공부도 많이 하고요. 특히 어떻게 하면 창의적으로 사진도 찍어서 올릴까에 대한 연구도 많이 합니다(윤OO, #8)*

*사진은 잘 찍는데, 동영상을 어떻게 하면 잘 찍을까, 이렇게 올리면 잘 팔릴까 이런 고민을 항상 하면서 독창적인 어떤 것을 생각합니다(이OO, #14)*

### 4.3. 패러다임모형분석

부모가 온라인쇼핑몰에 대해 잘 알지 못하거나 부정적이라도 자녀의 창업에 대해서 긍정적이면 자녀가 인터넷쇼핑몰을 창업하는 것으로 나타났다. 그러나 부모가 인터넷쇼핑몰에 부정적이고, 자녀의 창업에도 부정적이면 자녀는 인터넷쇼핑몰을 창업하지 못하는 것으로 나타났다.




<그림 2> 패러다임모형 분석결과

청년층의 온라인 창업과 성과 창출 조건으로 온라인쇼핑몰 활용능력이 중요한 것으로 나타났는데, 특히 N사의 파트너스퀘어(광주)는 온라인쇼핑몰 활용능력을 증대시켜, 청년층의 인터넷쇼핑몰 창업에 긍정적 영향을 주는 것으로 나타났다. 청년층은 인터넷쇼핑몰을 통한 창업 이후 단순한 매출액 증가 이외에 자존감 상승, 기회발견, 창의성 역량이 강화되는 것으로 나타났다.

## Ⅴ. 결론: 연구의 시사점과 한계점

### 5.1 연구요약 및 시사점

본 연구는 N사의 파트너스퀘어(광주)를 이용한 경험이 있는 청년자영업자를 대상으로 온라인쇼핑몰에서 창업하는 과정과 성과를 근거이론방법을 활용해 규명해 보았다.

주요 연구 결과는 첫째, 부모는 온라인쇼핑몰에 대해 잘 알지 못하거나 부정적이라도 자녀의 창업에 대해서 긍정적이면 자녀가 온라인쇼핑몰에서 창업하는 것으로 나타났으나, 부모가 온라인쇼핑몰에 부정적이고, 자녀의 창업에도 부정적이면 자녀는 온라인쇼핑몰에서 창업하지 못했다. 둘째, 청년층의 온라인쇼핑몰에서의 창업과 성과 창출 조건으로 온라인쇼핑몰 활용능력이 중요한 것으로 나타났는데, 창업 인프라 기관인 N사의 파트너스퀘어(광주)는 청년층의 온라인쇼핑몰 활용능력을 증대시켜 온라인쇼핑몰에서의 창업에 긍정적 영향을 주고 있다. 셋째, 청년층의 온라인쇼핑몰에서의 창업은 재무적 성과인 매출액 증가 이외에 비재무적 성과 측면에서 자존감 상승, 기회발견, 창의성 역량 등 심리적 부분에도 영향을 주는 것으로 나타났다.

본 연구의 시사점은 첫째, 정부는 청년창업을 활성화하기 위해서 창업자금지원, 창업멘토링지원, 창업생태계구축 등 다양한 창업 정책 이외에 부모에 대한 창업 관련 인식개선사업을 별도로 진행할 필요가 있다. 본 연구 결과에 의하면 자녀가 온라인쇼핑몰에서 창업하는 데 있어 부모의 영향력은 상당히 큰 것으로 나타났다. 이는 정부에서 청년창업 활성화를 위한 다양한 정책을 추진한다 하더라도, 부모의 자녀에 대한 창업에 대한 인식이 부정적이면 정책의 실효성을 담보하기가 어려울 것으로 판단된다.

둘째, 부모 세대가 오프라인에서 수행하고 있는 다양한 자영업을 자녀 세대를 통해 온라인으로 확장 시킬 필요가 있다. 본 연구 결과에 의하면 부모가 오프라인에서만 자영업을 수행하다가 온라인으로 확장되면서 매출액이 상승하고 있다. 특히 온라인쇼핑몰을 통한 판매는 오프라인이라는 지역적 한계를 극복하여 전국으로 판매할 수 있어서 매출은 자연스럽게 오르고 있다. 따라서 정부는 지역 오프라인 자영업을 확장하는 의미에서 지역 자영업자의 온라인쇼핑몰 확대 정책 지원을 추진할 필요가 있다.

셋째, 정부는 청년 실업 극복의 일환으로 온라인 창업생태

계 구축을 적극적으로 추진할 필요가 있다. 청년층은 온라인에서의 창업을 통해 매출 증대 이외에 자신감 상승, 기회발견 등 다양한 긍정적 영향을 주고 있다. 따라서 정부에서 청년들이 대학 졸업 이후 노동시장 이행을 위한 체계적인 온라인쇼핑몰 창업생태계가 구축한다면 청년창업을 활성화하는 데 어느 정도 역할을 할 수 있을 것이다.

### 5.2 한계점

본 연구는 여러 가지 시사점에도 불구하고 다음과 같은 한계점을 갖는다. 첫째, 본 연구는 N사의 파트너스퀘어(광주) 이용자를 중심으로 이론적 표집 방법을 사용해 자료를 수집했다. 따라서 전국 청년자영업자를 대표한다고 하기에는 한계가 있으며, 추후 연구에서는 전국의 다양한 청년층을 대상으로 심층적인 연구가 이루어져야 할 것이다. 둘째, 질적 연구의 특성상 본 연구 결과에 대한 보편성과 타당성에서는 한계점을 가지고 있으므로 이를 확보하기 위해서는 한국노동패널조사 등 전국단위조사자료를 활용해 후속 연구가 이루어져야 할 것이다. 셋째, 본 연구는 청년자영업자의 온라인쇼핑몰 창업과정이 부모와 자녀의 진로 논의 과정에서 비롯되었다는 것에 초점이 맞추어져 있다. 후속연구에서는 부모와 자녀의 진로 논의 과정 이외에 다양한 요소(ex. 자녀의 창업교육경험, 창업 의지, 창업생태계 등)가 고려되어 연구가 진행되어야 할 것이다.

## REFERENCE


권해익(2011). 온라인 쇼핑사이트 채널 만족 및 지속사용 의도 영향요인에 관한 연구, *세무회계연구*, 30, 167-189.

김상현·박현선·김근아(2011). 소셜커머스 특징과 개인 특징이 신뢰와 신뢰성과에 미치는 영향에 대한 실증연구, *경영연구*, 26, 95-121.

김종성·심재훈·김도현(2019). e-커머스 창업생태계에서의 청년층 스몰비즈니스, *네이버 정책실 미발간보고서*, 1-83, https://www.navercorp.com/navercorp_/research/2020/20201021192334_2.pdf

김종성·심재훈·김도현(2020). 창업 인프라 기관의 지역 고용효과에 관한 탐색적 연구: N사 파트너스퀘어를 중심으로, *벤처창업연구*, 15(3), 221-229.

박경아·윤영수·이대용(2009). 다속성 의사결정도구를 이용한 최적 온라인 쇼핑몰 선정, *산업경제연구*, 22(1), 309-336.

신재열·김종성(2020). 청년층의 자영업 진입에 관한 연구, *벤처창업연구*, 15(1), 247-257.

이혜린·배현진·이상우(2019). 온라인쇼핑 플랫폼 및 간편결제 서비스 선택 시 판매자가 고려하는 요인에 관한 실증적 연구, *한국콘텐츠학회논문지*, 19(5), 443-454.

임동우(2013). 플랫폼전략의 양면성 시장 연구 동향에 관한 연구, *경영연구*, 28(1), 109-139.

전기홍·적나(2007). 인터넷 쇼핑 시 고려 요인이 구매 의도에 미치는 영향에 관한 탐색적 연구–한중소비의 비교연구, *상품학연구*, 25(4), 139-151.

정연승·김현진(2019). 국내 온라인 쇼핑 유형 및 경쟁분석: 네이버 쇼핑을 중심으로, *유통경영학회지*, 22(1), 35-46.

채승훈·임재익·강주영(2015). 사용자 리뷰를 통한 소셜커머스와 오픈마켓의 이용경험 비교분석, *지능정보연구*, 21(4), 53-77.

통계청(2020). *2020년 8월 온라인쇼핑몰 동향조사*, https://kostat.go.kr/portal/korea/kor_nw/1/12/3/index.board?bmode=read&aSeq=385424.

Chae, S. H., Lim, J. I., & Kang, J. Y.(2015). A Comparative Analysis of Social Commerce and Open Market Using User Reviews in Korean Mobile Commerce, *Journal of Intelligence and Information Systems*, 21(4), 53-77.

Fassinger, R. E.(2005). Paradigms, Praxis, Problems, and Promise: Grounded theory in counseling Psychology research, *Journal of counseling Psychology Research*. 52(2), 156-166.

Goulding, C.(2002). *Grounded Theory: A practical guide for management, business and market researcher,* the UK, SAGE Publications Ltd.

Glaser, B. G., & Strauss, A. L.(1967). *The Discovery of Grounded Theory*, Chicago: Aldine.

Hwang, K. H.(2017). The growth of young self-employed people, *Employment Issue*, 10(5), 5-25

Im, D. W.(2013). A Research Trend of the Platform Strategy in a Two-sided Market, *Journal of Business Research*, 28(1), 109-139.

Jeon, K. H., & Zhai, N.(2007). A Comparative Study of Consumer's Attitude and Intention to Use Internet Shopping; Between Korean and Chines, *Journal of Commodity Science and Technology*, 25(4), 139-151.

Jung, Y. S., & Kim, H. J.(2019). Analysis of Typology and Competition of Domestic Online Shopping – Focused on Naver shopping, *Journal of Distribution and Management Research,* 22(1), 35-46.

Ong, B. S.(2011). Online Shoppers' Perceptions and Use of Comparison-Shopping Sites: An Exploratory Study, *Journal of Promotion Managemen*t, 17(2), 207-227.

Park, K. A., Yun, Y. S., & Lee, D. Y.(2009). Optimal Selection of On-line Shopping Mall Using Multi-Attribute Decision Making Tools, *Journal of Industrial Economics and Business,* 22(1), 309-336.

Kim, J. S., Shim, J. H., & Kim, D. H.(2019). Small Business of Young People in e-Commerce Startup Ecosystem, *NAVER unissued repor*t, 1-83, https://www.navercorp.com/navercorp_/research/2020/20201021192334_2.pdf

Kim, J. S., Shim, J. H., & Kim, D. H.(2020). Exploratory Study on the Effect of the Entrepreneurial Infrastructure Institution on the Regional Employment: Focusing on the Partner Square of N Company, *Asia-Pacific journal of business venturing and entrepreneurship,* 15(3), 221-229.

Kim, S. H., Park., H. S., & Kim, K. A.(2011). A Empirical Study on the Factors Influencing the Trust of Social Commerce(s-Commerce), *Journal of Business Research*, 26, 95-121.

Kwon, H. I.(2011). A Research about Factors Influencing on Channel Satisfaction and Intention of re-use in On-Line Shopping Site, *Tax accounting research*, 30, 167-189.

Lee, H. R., Bae, H. J., & Lee, S. W.(2019). Which Online

Shopping Platforms and Payment Options are Favored by Korean Online Seller?: Focusing on Online Shopping Platforms' and Payment Options' Characteristics. *The Journal of the Korea Contents Association*, 19(5), 443-454.

Mason, J.(2002). Qualitative Researching(번역: 질적연구방법론, 옮김: 김두섭, 나남).

Shin, J. Y., & Kim, J. S.(2020). Study on Entering Self-Employment of Young Workers. *Asia-Pacific journal of business venturing and entrepreneurship*, 15(1), 247-257.

Statistics korea.(2020). *August Online Shopping Trend Survey,* https://kostat.go.kr/portal/korea/kor_nw/1/12/3/index.board?bmode=read&aSeq=385424

Strauss, A.(1987). *Qualitative Analysis for Social Scientists. Cambridge,* the UK, Cambridge University Press.

Strauss, A., & Corbin, J.(1990). *Basic of Qualitative Research: Basics of Qualitative Research: Grounded Theory Procedures and Techniques*, Londons: Sage.

Strauss, A., & Corbin, J.(1994). *Grounded theory methodology: An Overview:* Sage Public.

# Explanatory Study on Online Shopping Mall Startup by Young Entrepreneurs

Kim, Jong Sung*
Kim, Do Hyeon**
Shin, Jee Mahn***

**Abstract**

The purpose of this study is by using the Grounded Theory method to examine the process of starting a business in an online shopping mall for young self-employed people with experience in using Company N's Partner Square (Gwangju), a startup infrastructure institution. In this study, in-depth interview survey data were used, and theoretical sampling method was used in the selection of study participants. After proceeding in the order of open coding, axis coding, and selective coding suggested by Strauss & Corbin, it was analyzed with a paradigm model. The main research results are as follows. First, even when parents were unaware about online shopping malls or had a negative mindset about it, but they had a positive mindset about their children's start-ups, it was found that their children tended to start online shopping mall businesses. However, if parents had a negative mindset about online shopping malls and about their children's start-up, then the child could not start an online shopping mall business. Second, it was found that the ability to use online shopping malls is important as a condition for entrepreneurship and achievement in online shopping malls for young people. In particular, Partner Square (Gwangju) was found to increase the ability to use online shopping malls and positively influence startups in online shopping malls. Third, it was found that young people have increased their self-esteem, discovering opportunities, and reinforcing their creativity, in addition to simply increasing their sales after starting the online shopping mall.

*KeyWords: start-up ecosystem, Online shopping mall, Start-up, Self-Employment of Young Workers, Grounded Theory, paradigm model*

* First Author, Assistant Professor, Graduate School of Global Entrepreneurship, Kookmin University, Seoul, Korea, 01041603713@kookmin.ac.kr
** Corresponding, Professor, College of Business Administration, Kookmin University, Seoul, Korea, drkim@kookmin.ac.kr
*** Co Author, Research Fellow, NAVER Agenda Research, jm.shin@navercorp.com