

[Original Article]

## A case study of the education and training for job creation based on the local fashion industry - In Seogu Gwangju central city -

Jie-Yurn Kim and Lynn Yim<sup>\*†</sup>

Associate Professor, Dept. of Fashion Design, Honam University, Korea  
Adjunct Professor, Dept. of Liberal Art & Pre-Service Teacher Education,  
Kwangju Women's University, Korea<sup>\*</sup>

## 지역산업맞춤형 일자리창출사업을 위한 패션 취·창업 교육훈련 사례연구 - 광주광역시 서구를 중심으로 -

김 지 연 · 임 린<sup>\*\*</sup>

호남대학교 패션디자인학과 부교수, 광주여자대학교 교양교직과정부 겸임교수<sup>\*</sup>

### Abstract

The aim of this study is develop a state-funded education and training curriculum to contribute to the development of the fashion industry infrastructure. This will be achieved based on the service sector by the competitive clothing sales personnel and fashion startups. The study was conducted using a qualitative research method. The participants were 20 representatives of fashion-related companies and employees from one traditional market and two fashion outlets in Seogu, Gwangju. Data was collected from September 2015 to January 2017 by demand surveys and in-depth interviews. These were conducted on the same day at each clothing store office. In addition, existing literature was also reviewed. The collected data were first summarized into 64 meaning units from which three themes were derived by arranging, classifying, and analyzing the data. The findings of the study are as follows. First, the education and training curriculum for fashion job creation is aimed at job-oriented field-types with the objective of cultivating professional skills for online to offline fashion professionals. Second, the curriculum for fashion advisors was developed to consisted of 8 courses of 150 hours, including job knowledge, a foreign language, fashion-specific knowledge, fashion marketing & VMD, store management know-how, clothing repair, field trip, and internship. Third, the curriculum for fashion entrepreneurs consisted of 8 courses of 106 hours, including entrepreneurship, fashion practice, startup, field trip, finance & taxation accounting, marketing, social enterprise course, and internship.

Received July 09, 2020  
Revised July 31, 2020  
Accepted August 04, 2020

<sup>†</sup>Corresponding author  
(lynn5651@hanmail.net)

#### ORCID

Jie-Yurn Kim  
<https://orcid.org/0000-0002-8868-0922>  
Lynn Yim  
<https://orcid.org/0000-0003-2079-3151>

**Keywords:** *fashion job creation(패션일자리창출), education and training curriculum(교육훈련과정), fashion advisor(패션 어드바이저), fashion entrepreneur(패션 창업인)*

## I. Introduction

패션산업은 제조업을 위주로 수도권에 절반 이상 밀집되어 발달하였다. 그러나 2010년대 이후 패션산업은 원단 및 의류 제조, 생산 분야의 실적이 크게 감소하였고 수출이 하락하는 반면, 의류 완제품 수입은 지속적으로 증가하고 있다(Yoon, 2017). 수출 하락으로 고전하던 패션관련 기업에서는 매출실적 악화를 만회하기 위해 그동안 등한시 되었던 판매단계에서 인적자원 개발의 중요성을 강조하게 되었다(Kim & Kim, 2018). 특화된 패션 샵마스터 교육이 새로운 패션일자리창출과 관련된다는 인식과 함께 기업들도 움직이기 시작한 것이다(“Fashion & Company, Inc.”, 2019). 또한 패션 제조업 관련 일자리 감소의 여파는 소호(soho) 창업, 1인 창업 등 온라인 소매창업을 활성화시켰고(Oh, 2017), 점차 수도권에 편중되었던 제조업 중심의 패션산업이 의류판매, 서비스, 유통 등 3차 패션산업 중심으로 산업 환경이 옮겨가기 시작했다. 이러한 이유로 패션제조업 기반이 열악한 지방자치단체에서도 3차 패션산업을 지역 전략산업으로 가능성을 타진하고, 지역산업맞춤형 패션일자리창출을 위한 노력을 강구하고 있다. 그 일환으로 정부와 고용노동부는 지역산업 인력 현황조사, 분석 보고서 발간 및 지역의 산업수요에 부응하는 훈련과정을 개발, 보급하고자 지역산업맞춤형 일자리창출지원사업(Ministry of Employment and Labor, 2019)을 공모하고 있으며, 광주광역시 서구는 패션 취·창업 교육훈련을 우선 주제로 하여 ‘고용노동부 지역산업맞춤형 일자리창출지원사업’에 지원, 최종 선정되어 본 사업을 진행하였다.

3차 패션산업 기반 지역의 패션일자리창출은 의류 판매원 고용과 패션창업으로 이원화될 수 있다. 의류 판매원은 차별화된 서비스를 통해 판매촉진 역량을 필요로 하며, 패션창업은 창업 성공을 이끌기 위한 창업가 정신, 창업환경 활용능력 등을 갖추어야 한다. 따라서 패션산업 현장에서는 의류판매원 서비스 역량 강화와 패션창업 성공을 위한 교육훈련과정 수요가 꾸준히 증가해 왔다. 이를 반영하여 공공기관 및 직업훈련학교 등에서 의류판매원 서비스(M. S. Kim, 2017; Kwon, 2019; “YeoJu University”, 2015) 및 패션창업 관련(“Korea Fashion Industry Institute”, 2019) 교육 훈련과정을 운영하는 사례가 늘어나고 있다.

그러나 의류판매원 역량 강화와 패션창업 교육훈련에 대한 수요조사를 기반으로 특화된 교육훈련과정에 대한 연구는 여전히 미진한 실정이다. 패션샵마스터 훈련교육프로그램 수요도 조사(Oh & Kim, 2019), 청년 창업가의 패션소매 창업 성공에 대한 질적 사례 연구(Oh, 2018), 고도의 패션직무 능력이 필요한 패션 스타트업(startup) 브랜드 창업 특성에 관한 연구(Yun, 2017) 등 교육훈련과정 개발에 바탕이 될 소수의 연구가 있을 뿐이다.

따라서 본 연구는 지역맞춤형 패션산업 인프라를 활성화시키는데 기여하고자 광주광역시 서구의 패션 취·창업을 위한 국비교육훈련과정 개발사례를 통해 발전적 방안을 논의하는데 목적이 있다. 특히 광주광역시 서구는 인구 약 30만 명 규모로 지리적으로 도시의 중심에 위치하고 있고, 백화점, 대형 쇼핑센터, 재래시장, 기타 패션점포 거리가 있는 광주의 대표적인 패션유통 지역이다. 패션서비스산업 인프라가 풍부하여 고부가가치 산업으로써 지역 경제 활성화에 긍정적인 영향을 미칠 것으로 판단되어 광주광역시 서구는 이를 연계한 육성지원사업을 통해 패션일자리창출을 적극적으로 지원, 추진하고 있다(Gwangju City Seogu, 2017)는 점에서 대상지역으로 선정하였다.

연구방법은 패션관련업체 종사자를 대상으로 심층면접을 진행하였으며, 면접과정을 통해 서술되는 내용을 분석하여 예비 취·창업인의 의류판매 업무역량, 소양덕목, 창업준비를 숙련시킬 수 있는 교육훈련과정을 개발하고자 한다. 심층면접은 광주광역시 서구의 대형 아울렛, 재래시장 등 다양한 자료원을 기반으로 하였을 뿐만 아니라 문헌자료, 선행연구 등의 자료수집을 통해 신뢰성을 높이도록 하였다.

## II. Background

### 1. Fashion salesperson's job competency and training

의류 판매원은 패션 소비자들이 제품을 구매하는데 있어서 유용한 정보를 전달하고, 영향력을 행사하여 구매를 촉진하는 역할을 한다(Hwang & Rhee, 2013). 또한 패션에 대한 전문지식과 제품에 대한 정보를 갖추고, 고객에게 조언하여 궁극적으로 판매에 이르게 하는 패션 컨설턴트로서의 역할도 요구된다. 즉 의류 판매원은 고객에게 상품에 대한 전문적인 지

식을 조인해줌으로써 구매에 대한 불안감을 해소시키고, 실질적인 구매의사결정을 유도하는 역할을 하는 것이다(Hwang & Rhee, 2013; Yoo, 1999). 최근에는 패션상품과 유행에 대한 전문적 지식을 갖추고, 고객의 체형과 착용상황 및 욕구에 맞는 패션상품의 코디네이션을 제안함으로써 판매를 증가시키고 점포 충성도를 높이는데 기여하는 패션제안자, 즉 패션 어드바이저로서의 역할이 중요시되고 있다(An, Hwang, & Jung, 2010; Oh & Kim, 2019).

패션 어드바이저로서 판매원은 목표고객의 욕구를 파악하여 그 욕구를 경쟁자보다 더 잘 충족시킴으로써 경쟁우위를 창출하고자 하는 고객지향성(Park, 2004)이 무엇보다 필요하다. Bae and Lee(2001)의 연구에서는 의류서비스 판매원의 고객지향성은 서비스 구매자와의 관계의 질에 영향을 주었고 재구매 의도에 중요한 요인으로 작용하였다. Kim and Lee(2002)는 의류점포 판매원의 내적 속성인 전문성, 윤리성, 유사성, 호감도와 함께 고객지향성이 고객과의 관계의 질에 영향을 주는 것을 분석하였다. Hwang and Rhee(2013)는 한복판매원의 고객지향성과 전문성이 고객과의 관계유지에 영향을 미치는 것을 확인하였다.

특히 의류판매원의 전문성에 관해서 Park(2010)은 판매원 속성이 브랜드 자산과 고객만족에 미치는 영향에 관한 연구에서 전문성, 호감성, 고객지향성, 신뢰성이 관련성이 높은 것으로 확인하였고, 이를 강화시킬 수 있는 교육이 실시되어야 한다고 하였다. 전문성은 고객에게 판매행위에 영향을 주는 판매원의 속성으로 해당 제품 및 서비스의 가치 있는 전문지식, 정보, 기술 등을 의미하여(Hwang & Rhee, 2013) 의류 판매원의 속성으로써 우선적으로 요구된다고 할 수 있다.

의류판매 인력은 신뢰를 바탕으로 고객을 장기적으로 관리하여 고객과 관계지향적인 마케팅이 더욱 중요해지고 있다. Coutler and Coulter(2002)는 서비스를 이용하는 고객의 신뢰에 영향을 주는 요인으로 보람 판매원의 전문성, 고객지향성, 유사성이 관련이 있는 것으로 분석하였다. 신뢰는 고객이 제품이나 서비스를 구매하는데 있어 구매의사결정에 중요한 요인이 되는 것으로 본다(Seo & Lee, 2013). Kim(2019)의 연구에서는 자동차 판매원의 전문성, 호감성, 윤리성 속성이 신뢰에 유의한 영향을 미치고, 고객지향성, 판매

지향성이 신뢰에 영향을 미치지 않는다고 보았다.

의류 판매인력은 패션서비스로 고객이 의류점포 내에서 제품을 구매하는 경우 지각된 품질에 영향을 주는 외재적 단서가 된다(Kim, Lee, & Kim, 2014). Kim, Bae, and Lee(2006)는 내구소비재 판매원 속성을 전문성, 진실성, 유사성, 호감성으로 구분하였고, Park(2015)은 주얼리 판매원의 지나친 전문성과 고객지향성은 오히려 고객의 반감을 일으키는 소지가 있어 호감성, 진실성을 호소할 수 있는 교육이 필요하다고 제안하였다.

3차 패션산업의 전문인력으로서 의류 판매원은 고객지향성, 전문성, 신뢰성, 호감성 등과 관련한 역량이 요구되며, 고객만족, 행동의도, 브랜드자산 등에 영향을 미치는 중요한 요인으로 작용되었다. 특히 Park(2004)은 고객서비스, 제품지식, 고객 응대 및 관리 등 직무관련 교육은 백화점 의류 판매원의 고객지향성을 높이는데 긍정적인 영향을 미친 것으로 분석하였다. 따라서 판매원 교육훈련은 상품 트렌드의 빠른 변화를 인지해야 하고, 급속히 변하는 소비자 취향 파악 및 구매행동 변화에 대해 잘 적응해야 고객지향적인 서비스를 제공, 경쟁력을 갖추 수 있으므로 정례적인 교육훈련이 필요하다(Oh & Kim, 2019)고 할 것이다. 나아가 Han, Jung, and Lee(2011)는 국내 비즈니스 종사자 중 판매원의 교육은 고객응대와 매장관리 위주로 편중되어 판매관리와 상품지식에 대한 전문적인 교육이 필요함을 지적하고 있다. 그럼에도 불구하고 서비스관련 업종의 수요에 발맞추면서 패션일자리창출에 기여할 수 있는 의류 판매원 역량강화를 위한 교육훈련과정의 실질적인 연구는 미비한 실정이다. 따라서 의류 판매원의 고객지향성, 전문성, 신뢰성, 호감성 역량을 강화시켜 패션일자리창출과 연계될 수 있는 교육훈련과정을 개발하고자 한다.

## 2. Fashion entrepreneurship education

패션창업은 일반창업과 다르게 새로운 아이디어를 기반으로 시작한다는 점에서 벤처창업의 특성을 갖는다. 패션분야 창업은 혁신적이고 독특한 아이템을 개발하고, 소수의 인력과 소규모 생산으로 시작하는 경향이 있다(Yun, 2017). 또한 기존의 사무실 개념을 벗어나는 공간에서 인터넷 등을 통해 소규모로 시작하는 소호창업의 특성도 있다(Kim, 2016). 특히 Yun(2017)

은 패션창업을 기술창업과 기회창업으로 구분하였는데, 자신만의 독창적인 디자인 기획력을 사업화한 것은 기술창업 유형이고, 신규 유통채널에서 시장 기회를 발견하여 스트리트 브랜드로 창업하는 것을 기회창업이라고 하였다. 본 연구는 온·오프라인 상거래를 기반으로 소비자의 요구에 대응하는 유통, 판매서비스를 중심으로 한 패션창업을 대상으로 하기에 기회창업 유형에 해당된다.

패션산업의 변화에 따라 패션일자리는 패션창업을 통해 창출되고 있는 추세이다. 최근 패션전공 졸업자들의 관심이 창업으로 바뀌고 있고(Oh, 2018), 대학에서도 패션창업 활성화를 위해 중소기업청지원 ‘대학생 창업아카데미사업’, ‘LINC사업’ 등 여러 방안을 모색하고 있다(Lee & Hwang, 2016). 그리고 패션전공자가 아니더라도 온라인 쇼핑몰 창업이 여러 매체를 통해 매력적으로 어필되면서 패션창업에 대한 관심이 높아지고 있다.

이러한 가운데 변화하는 패션시장 환경에 대한 적절한 대처와 실무적 역량강화를 위한 다각적인 관심이 요구되고 있다. 그동안 패션창업 관련 연구는 패션 관련 학과, 청소년의 창업교육과 창업의식을 조사하거나(Jeong, 2018; Yi & Oh, 2010), 패션관련 전공 대학생의 창업의지를 설명한 바 있다(Lee & Hwang, 2016). 특히 패션 창업인은 창업을 하는데 있어서 외부환경뿐만 아니라 개인환경 요인에 의해 영향을 받는 것으로 알려진다. 개인환경은 심리 특성에 기인하는 경우가 많은데, 성취 욕구, 위험감수성, 불확실성에 대한 인내심, 상황 통제감, 자기 효능감과 같은 개인의 심리적 특성을 갖고 있다. 이를 창업가 정신이라고 할 수 있는데, 혁신성, 진취성, 위험감수성과 같은 특성으로 구성된다(Lee, 2012). 창업가의 심리적 특성이나 성격과 같은 개인 특성을 포함하는 창업가 정신은 창업성공에 가장 큰 영향을 미치는 것으로 알려져 있다(Lee, 2017; Lee, Hong, & Park, 2015; Oh, 2018). 외부환경으로는 산업구조, 기술변혁, 진입장벽, 시장 규모, 인구 구성과 같은 거시적 시장환경으로 개인의 창업의도에 직접적인 영향을 미친다고 하였다(Shane, Locke, & Collins, 2003; Yun, 2017). 또한 외부환경으로 교육환경, 즉 창업교육은 잠재 창업가에게 창업의 가치를 인지시키고, 창업 과정에 필요한 구체적인 지식을 제공하며, 창업에 대한 부정적 인식과 막연한

불안감을 해소시켜 개인환경적 요소인 창업의지를 확고히 하는 역할을 할 수 있다고 하였다(Lee, 2016).

창업성공은 창업자의 타고난 자질에 의해 좌우되는 부분도 있으나, 창업가가 갖추어야 할 바람직한 속성과 능력의 많은 부분은 교육과 학습을 통해 습득될 수 있다(Kim & Lee, 2014). 즉 창업성공을 위해서는 창업교육 이수가 핵심요소 중 하나라고 하였다(Lee, 2012). 창업교육은 창업의 외부환경 요인이지만, 이를 이수한 후에는 개인환경 요인으로 작용된다. 따라서 Lee(2012)는 창업성공의 핵심요소로 개인 및 환경특성을 선행변수를 설정하였는데, 사업아이템 선정, 자금조달 능력, 창업지원제도 활용, 창업가 정신과 함께 창업교육 이수를 꼽았다. 또한 창업교육은 사업기회를 탐색하고, 구체적으로 사업을 계획하며, 계획한 사업을 성공적으로 운영하는데 필요한 창업관련 지식, 기능, 태도 등을 가르치는 교육으로 정의하였다. 따라서 창업교육은 교육대상, 참가자의 준비단계, 계획사업에 따라 교육내용, 교수방법 등이 달라져야 한다는 것이다. 창업자는 태어나는 것이 아니라 육성되는 것이라는 관점에서 더욱 그러하다.

Y. T. Kim(2017)은 창업교육이 기업가적 역량, 태도, 창업의지에 미치는 관계를 분석한 결과, 모두 유의한 정(+)의 관계를 나타냈다. 따라서 창업교육이 실무 중심적인 창업 프로세스 교육을 통한 창업자 육성뿐만 아니라 전인적인 교육차원에서의 기업가적 역량과 태도를 함양할 수 있는 방향으로 추진되어야 함을 실증하였다. Oh(2018)는 청년 창업가의 패션소매 창업성공에 관한 질적 사례연구에서 가장 중요한 패션창업 성공요인은 창업가 정신이라고 하였다. 또한 패션산업에 대한 전문지식을 바탕으로 한 기회창업, 패션전공역량을 창업성공의 요인으로 분석하였다. 패션전공자들의 창업교육 관심이 창업의지에 미치는 영향에 대한 연구에서 창업교육에 관심이 높을수록 창업의지가 높은 것으로 나타났고, 위험감수성, 혁신성, 성취지향, 자기 효능감과 같은 심리적 특성이나 패션열정과 같은 패션관여요인이 창업의지에 긍정적인 영향을 미치는 것으로 나타났다(Kim & Oh, 2020).

따라서 패션창업 성공을 위한 교육은 외부환경, 개인환경 및 심리적 특성 요인을 고려한 창업교육이 설계되어야 함을 알 수 있다. 특히 최근 온라인환경에서 늘고 있는 패션창업의 성공을 위한 인터넷 기반 패션

산업 환경에서 청년 패션 창업인에게 창업 네트워크 환경을 활용할 수 있는 교육기회를 제공할 필요성이 제기되고 있다(Lee & Hwang, 2016). 패션창업 관련 개인환경의 창업가 정신, 패션전문성 강화뿐만 아니라 외부환경의 자금조달, 창업지원제도, 온라인마켓 활용과 이해에 관한 교육훈련과정을 개발, 패션일자리창출과 연계하고자 한다.

### III. Research Method

#### 1. Measurement and research process

연구방법은 응답자로부터 깊이 있는 성찰을 유도하고 이를 통해 심도 있는 정보를 도출하고자 질적 연구방법인 심층면접법을 이용하였다. 심층면접은 응답자의 폭넓은 의견이 반영되기 때문에 주제와 관련한 심층 정보를 얻을 수 있고, 문제점을 파악하기 용이하다는 장점이 있다(Oh, 2011). 따라서 본 연구의 심층면접은 연구대상자가 교육훈련과정 개발에 대한 자신의 의견을 경험과 노하우에 기반하여 자세히 설명하거나 자유롭게 이야기하면서 문제를 풀어가는 방식으로, 반구조화 개인 면접방식을 통해 본 연구주체에 필요한 정보를 얻는데 유용하다고 판단하였다. 또한 이 과정에서 이론적 표집(theoretical sampling) 방법이 활용되었는데, 연구자가 주제에 적합한 연구대상자를 의도적으로 선택하여 심층면접을 통해 자료를 수집하는 방법이다. 보통 자료의 수집과 동시에 잠정적 분석을 함께 실시하고, 분석결과를 통해 다음 자료를 누구에게 얻을지 선택하여 이러한 절차를 반복, 연구자가 충분한 자료가 수집되었다고 판단되면 표집을 종료하는 방식이다(Strauss & Corbin, 1997).

면접 참여자는 광주광역시 서구의 대표적인 대형 쇼핑센터와 재래시장 총 3곳의 대표와 종사자이다. 3곳의 대표적인 의류점포 클러스터를 선정한 이유는 최소한 세 가지 이상의 자료원을 통해 확인하고, 연구타당도를 강화하는 삼각검증을 하기 위한 것이다. 삼각검증은 자료수집 단계에서 연구를 통해 보고되는 특정 사건, 묘사 또는 사실을 입증하거나 확인하기 위해 최소한 세 가지 독립된 자료원을 추구하고, 교차확인 과정을 통해 연구의 타당도를 강화하는 방법이다(Yin, 2011/2013).

심층면접자를 선정하기에 앞서 광주광역시 서구

일자리창출 담당자와 함께 3곳의 대형 의류점포 클러스터 대표 및 종사자와의 간담회(Fig. 1, 2, and 3)를 통해 수요조사를 실시하고, 간담회 이후 연구자가 이론적 표집에 의해 1:1 심층면담을 실시하였다(Fig. 4). 심층면접은 면접 시작 전 면접 참여자에게 연구의 목적과 면접 진행방식, 내용의 활용계획과 용도 등을 설명하는 등 충분한 라포르 형성을 하고자 하였다. 심층면접을 통해 의류판매원의 필요역량, 소양 및 창업요건에 관한 내용을 대화형식으로 수집하였고, 수집된 자료는 대형 쇼핑센터, 재래시장 등 3곳의 세부적 의미차이를 비교, 대조하면서 의미단위별로 배열, 분류, 분석하여 재배합, 재통합, 재변경하는 구조화 과정을 반복해서 얻는 절차로 진행하였다(Yin, 2011/2013).

#### 2. Data collection

자료는 광주광역시 서구 대형 쇼핑센터와 재래시장 3곳의 의류점포 대표와 종사자 20인의 심층면접으로 수집되었고, 기간은 2015년 9월부터 2017년 1월까지 간담회 4회와 간담회 이후 같은 날 간담회 장소와 의류점포, 사무실에 방문하여 심층면접을 진행하였다. 면담참여자는 의류점포를 운영하는 대표 및 종사자로서, 의류점포 대표는 의류판매원 고용을 결정하는 지위에 있어 직접적으로 패션일자리창출에 영향을 줄 수 있으며 스스로가 패션창업을 하고 운영하고 있어 패션창업가로서 창업환경, 업무역량 등에 대한 의견을 개진할 수 있을 것으로 판단하였다. 또한 면접 참여자로 선정된 종사자는 직원채용 및 의류점포 대역업무 담당자이다. 심층면접 장소는 면접 참여자 사무실, 의류점포 등에서 실시하여 신뢰성을 높였다. 구체적으로 광주광역시 서구 소재 A재래시장 의류점포 대표와 종사자 15인(2015.09.04./2016.01.19.), B아울렛 의류점포 대표 4인(2016.01.19.), C아울렛 종사자(2017.01.06.) 총 20명을 간담회 이후 같은 날 심층면접하였다(Table 1). 간담회에서는 심층면접의 취지를 설명하고, 간담회 이후 개별면담을 하였다. 연구자는 미리 준비한 질문지에 심층면접 내용을 기록하였고, 보완이 필요한 경우 전화를 통해 확인하는 방법을 취하였다. 1인당 면담시간은 평균 40분 정도였고, 심층면담 자료는 참여자의 언어로 전사되었다.

심층면접에서 사용된 질문지는 <Table 2>와 같다. 면접 참여자들이 자신의 경험과 견해를 충분히 서술

&lt;Table 1&gt; Demand survey for the education and training curriculum

| Number | Date              | Subject   | Interviewer | Position       | Picture   |
|--------|-------------------|---|-------------|----------------|---|
| 1      | September 4, 2015 | Clothing store A<br>at a traditional market           | ①           | Representative | <p>&lt;Fig. 1&gt; Demand survey(1st)<br/>Photographed by the author.<br/>(September 4, 2015).</p> |
|        |                   |   | ②           | Representative |   |
|        |                   |   | ③           | Representative |   |
|        |                   |   | ④           | Representative |   |
|        |                   |   | ⑤           | Employee       |   |
|        |                   |   | ⑥           | Representative |   |
|        |                   |   | ⑦           | Representative |   |
| 2      | January 19, 2016  | Clothing store A<br>at a traditional market           | ⑧           | Representative | <p>&lt;Fig. 2&gt; Demand survey(2nd)<br/>Photographed by the author.<br/>(January 19, 2016).</p>  |
|        |                   |   | ⑨           | Representative |   |
|        |                   |   | ⑩           | Representative |   |
|        |                   |   | ⑪           | Representative |   |
|        |                   |   | ⑫           | Representative |   |
|        |                   |   | ⑬           | Representative |   |
|        |                   |   | ⑭           | Representative |   |
| 3      | January 19, 2016  | Clothing store B<br>at an outlet                      | ⑮           | Representative | <p>&lt;Fig. 3&gt; Demand survey(3rd)<br/>Photographed by the author.<br/>(January 19, 2016).</p>  |
|        |                   |   | ⑯           | Representative |   |
|        |                   |   | ⑰           | Representative |   |
|        |                   |   | ⑱           | Representative |   |
| 4      | January 6, 2017   | Administration and<br>planning team C<br>at an outlet | ⑳           | Employee       | <p>&lt;Fig. 4&gt; Demand survey(4th)<br/>Photographed by the author.<br/>(January 6, 2017).</p>   |

할 수 있도록 비체계적 질문이 필요에 따라 제시되었다. 질문지는 면접 시작 전 질문(인구통계학적 특성, 직위 및 경력), 주요 질문(판매인력 소양에 대한 인식, 현장인력 업무능력에 대한 인식, 창업요건에 대한 인식), 맺음 질문(추가내용 및 조언)으로 구성되었다(Table 2). 특히 주요 질문은 선행연구 결과를 참고하

여 3개의 카테고리 구성하였다.

구체적으로 고객지향성(Bae & Lee, 2001; Kim & Lee, 2002; Oh & Kim, 2019; Park, 2004), 신뢰(Hwang & Rhee, 2013; Oh & Kim, 2019; Park, 2010), 호감성(Coulter & Coulter, 2002; Kim, 2019; Seo & Lee, 2013)을 포함할 수 있는 의류판매원 소양, 전문성(Hwang

&lt;Table 2&gt; Question classification and content of the in-depth survey

| Classification    |   | Content   |
|-------------------|---|---|
| Opening questions | Demographic features, position and career | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Company, position, career</li> <li>- Other fashion industry careers</li> </ul>   |
| Main questions    | Knowledge of salespeople                  | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Knowledge required for salespeople</li> <li>- Knowledge about suitable personalities</li> <li>- Need for instructions on proper attitude in customer service</li> <li>- Need for education on job knowledge</li> </ul>                     |
|                   | Abilities of on-site employees            | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Foreign language proficiency for selling clothes</li> <li>- Fashion-related knowledge</li> <li>- Knowledge about clothes-selling process</li> <li>- Knowledge about store management</li> <li>- Knowledge about clothing repair</li> </ul> |
|                   | Requirements of fashion startups          | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Need for education on fashion practice</li> <li>- Need for education on fashion startup procedure</li> <li>- Ability to process accounting</li> <li>- Customer satisfaction management</li> </ul>  |
| Closing questions | Additional comments and suggestions       | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Additional comments on the questions</li> <li>- Suggestions for the development of an education and training curriculum for salespeople and fashion entrepreneurs</li> </ul>   |

& Rhee, 2013; Kim & Lee, 2002; Park, 2010)을 살필 수 있는 판매원 업무능력, 개인환경 요소인 창업가 정신(Lee, 2012; Lee, 2017; Lee et al., 2015; Oh, 2018) 및 외부환경 요소인 자금조달, 창업지원제도 활용(Lee, 2012; Lee, 2016; Shane et al., 2012; Yun, 2017) 등 패션창업을 위한 요건을 3개의 카테고리로 나누어 구성하였다.

#### IV. Results and Discussion

패션일자리창출을 위한 의류 판매원 및 패션 창업인 교육훈련과정에 대한 의미단위는 총 64개로 도출되었다. 이들은 세부적 의미차이를 비교, 대조하면서 의미단위별로 반복적인 구조화 과정을 통해 3개의 의미단위 묶음, 즉 유형분류를 할 수 있었다. 3개의 유형은 ‘교육훈련과정 목적과 방향’, ‘패션 어드바이저 교육훈련과정’, ‘패션 창업인 교육훈련과정’이다.

##### 1. Purpose and direction of training education

교육훈련과정의 목적과 방향설정에 관한 의미단위는 총 16개로 분석되었고, 세부적인 의미차이를 비교,

대조하면서 유사 속성에 따라 다시 3가지 하위유형이 도출되었다. 교육훈련과정 목적과 방향에 관한 하위 유형 3개는 ‘개인차원’, ‘기업차원’, ‘지역차원’이다.

개인차원의 의미단위는 직업능력 고도화, 서비스업 전문화, 패션전문성 향상, 의류판매원 전문인 양성, 패션창업 전문인 양성 등 5개이다. 개인차원에서는 서비스분야 직업능력 고도화, 전문성 향상을 통한 직업 커리어를 개발하는 것으로 방향을 설정하였다. 사실 의류 판매원은 질 나쁜 일자리로 인식되고 있으나, 상대적으로 여성과 청년층에게 유리한 일자리로 다년간의 경험이 쌓이면 동일 업종의 창업, 유통업 분야 진출이 가능한 직업이다. 고용과 창업에 따른 패션일자리창출의 연계성 측면에서 직업능력과 전문성 교육훈련은 절실한 목표가 된다고 보았다. 그 밖에도 고객 상담, 마케팅 분야, CS강사, 온라인쇼핑몰 판매원, 머천다이어, 디스플레이디자이너 등의 분야로 입직이 가능하여 패션 교육훈련을 통한 개인차원의 직무능력 향상, 전문화를 교육훈련과정 개발의 목적으로 하였다.

“소규모 의류상가의 구인난 해소를 위해 인력 교육이 필요하고, 취업과 창업으로 구분해서 교육

훈련을 운영하면 좋겠습니다.”(B아울렛 대표⑬)

“인력이 노후화되고 있는데 처음부터 제대로 교육 시키면 판매직도 전문적인 일이 되고 젊은이들이 희망하는 일이 될 수 있지 않을까 생각합니다.”(B아울렛 대표⑭)

“패션창업에 대한 교육과 창업지원정책에 대한 교육이 되면 전문적인 인력이 양성되고 의류점포 취업뿐만 아니라 창업성공도 기대할 수 있을 것 같습니다.”(C아울렛 직원⑮)

기업차원의 의미단위는 패션소상인 차별화, 차별적 영업전략, 고객중심전략, 온라인 마케팅, 온라인창업, 패션창업 역량 등 6개이다. 이에 따라 기업차원에서는 소상공인의 차별화된 영업전략, 철저한 고객중심의 서비스 전략으로 영업이익이 증가할 수 있는 패션 어드바이저의 교육훈련과 기업인으로 성장할 수 있는 패션 창업인 교육훈련과정 개발을 목적으로 설정하였다. 온라인 마케팅에 대한 교육훈련을 통해 다변화된 패션마케팅 시장에서 기업이 살아남을 수 있는 방안을 모색하는데 일조할 수 있도록 교육훈련을 할 필요성이 있다고 판단되었다. 또한 패션 온라인 창업을 통해 기업으로 성장해 나갈 수 있도록 실질적인 패션창업 역량을 강화하는 방향으로 교육훈련과정을 설정하고자 하였다.

“패션 소상공인이 살아남을 수 있는 것은 고객에게 차별적으로 인상적인 서비스를 제공하는 것이 중요합니다. 특히 재래시장은 그동안 온라인 홍보같은 것이 많이 부족했는데, 이런 것을 잘하는 직원이 있으면 좋겠습니다. 온라인으로도 판로를 넓혀가고 싶는데, 잘 훈련된 직원을 고용할 수 있다면 많은 도움이 될 것 같습니다.”(A재래시장 대표①)

“소규모 상가는 디스플레이, 온라인 마케팅 같은 일은 대표가 알아서 해야 합니다. 전문성이 떨어질 수밖에 없습니다. 의류대리점이 아니고 본사가 없는 경우는 더욱 그래요. 교육훈련을 받은 인력이 있다면 당연히 우선적으로 고용하고 싶습니다

다.”(B아울렛 대표⑯)

지역차원의 의미단위는 지역패션산업 활성화, 쇼핑 중심지역, 지역민 중심, 소득창출, 경력단절 여성교육 등 5개이다. 지역차원에서는 서비스 고도화에 따라 쇼핑 중심지역으로써 지역의 패션산업 활성화를 기본 방향으로 설정하였다. 교육훈련과정을 이수한 교육생이 취·창업을 함으로써 궁극적으로 지역이 쇼핑과 관광의 명소로 자리매김하고, 지역민의 소득창출이 증가될 수 있도록 하기 위한 것이다. 지역 패션관련 전문인력의 전문성을 통해 지역 패션산업을 활성화시키고 패션전문인력 수요공급이 증가됨으로써 지역 패션산업 발전에 이바지할 수 있는 교육훈련과정 개발을 목적으로 하였다.

“소규모 의류점포에서는 연령이 높은 분이나 경력단절 여성도 직원으로 고용하고 싶어하고 환영합니다. 그러나 이런 분들의 고용은 전문적인 교육을 받은 이후에 가능하다는 이야기를 드리고 싶어요. 체계적이고 전문적인 의류관련 교육훈련을 받을 수 있다면 저희 같은 점포도 좋지만, 지역민 취업을 많이 시킬 수 있어 좋을 것 같습니다.”(재래시장A 대표④)

“경력단절 여성뿐만 아니라 가정이 어려워 학교 못 간 사람들 같은 다양한 계층의 여성들을 충분히 교육을 받는다면 뽐을 생각이 있습니다.”(B아울렛 대표⑱)

“쇼핑 중심지역으로 소문이 나고 옷가게가 장사가 잘 될 수 있게 하는 것은 기관에서 전문적인 인력을 길러주고, 우리 같은 상가에서 직원으로 채용하고, 이렇게 서로 잘 되었을 때 지역의 경기도 좋아질 것으로 봅니다.”(재래시장A 대표⑩)

따라서 개인차원, 기업차원, 지역차원을 포괄하는 패션일자리창출을 위한 교육훈련과정은 현장중심 ‘패션 어드바이저’와 ‘패션 창업인’ 육성으로 이원화하였다. 패션 어드바이저와 패션 창업인 교육훈련과정은 직무중심 현장형 교육과정으로 운영하고, 온라인 마케팅 활용 역량 강화로 O2O(online to offline)형 패션



전문인 직업능력 배양을 최종 목적으로 하는 교육훈련과정의 목적과 방향을 설정하였다(Fig. 5).

## 2. Development of education and training curriculum

### 1) Education and training curriculum for fashion advisor

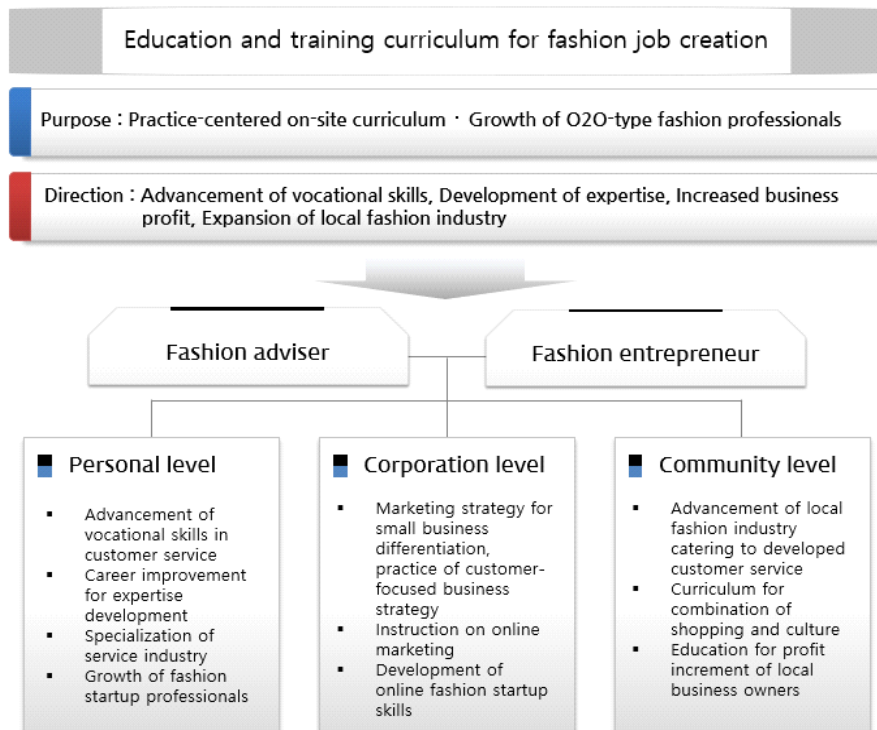
패션 어드바이저 교육훈련과정에 해당하는 의미단위는 31개로 판매인력 소양, 현장인력 업무능력, 조직 이해, 예절, 이미지 메이킹, 미래 설계, 고객관리, 고객 서비스, 영어, 중국어, 회화, 색채감각, 패션 트렌드, 패션전문용어, 패션이해, 의류소재, 코디네이션, 스타일링, 패션산업, 상품진열, 상품연출, 매장운영, 재고관리, 마케팅, 판매기법, 클레임 처리, 모바일 홍보, 의류수선, 피팅, 현장견학, 현장실습 등으로 도출되었다. 이를 위계적으로 유사 속성을 가진 하위유형 8개로 분류할 수 있었다. 즉 패션 어드바이저 교육훈련과정에 대한 8개 유형은 ‘직무소양’, ‘외국어’, ‘패션전문지식’, ‘패션마케팅 & VMD’, ‘의류매장 판매노하우’,

‘의류수선’, ‘현장학습’, ‘현장실습’이다.

직무소양 측면은 인성교육을 포함한 고객지향성, 고객과의 신뢰구축, 호감성 등 직무소양과정을 요구한 것으로, 면접 참여자들은 조직을 이해하며 직장인의 기본예절, 고객과의 관계 형성에 대해 교육해야 한다고 강조하였다. 또한 판매자 스스로 이미지 메이킹을 하며, 미래설계에 대한 플랜을 갖추으로써 긍정적인 마인드를 갖고 고객을 응대함으로써 시너지를 발휘할 것으로 보았다. 특히 고객과의 관계형성에 필요한 기술교육의 필요성을 제기하였다.

한편, 판매 인력의 외국어 구사능력에 대한 수요가 많은 것으로 분석되었다. 중국 관광객과 외국인 고객의 증가에 대비가 필요하다고 보고, 기본적인 판매 영어, 중국어 회화의 습득을 요구하는 의류점포 대표자들이 많았다.

“현장 실무형 강사진을 통해 교육훈련이 실질적으로 이루어지면 좋겠고, CS교육과 직업관을 가질 수 있는 소양교육이 꼭 필요합니다.”(C아울렛 직원②)



<Fig. 5> Purpose and direction of training education

“서비스 마인드가 잘 갖춰진 직원을 원합니다. 인성, 성실함, 책임감 등이 의류판매원에게 가장 중요한 덕목이라고 생각합니다.”(재래시장A 대표⑥)

“고객을 응대할 수 있는 서비스 마인드와 지식을 갖춘 직원을 채용하고 싶습니다. 서비스 마인드를 갖고 있지 않으면 아무리 똑똑하고 야무지게 일을 잘 해도 금방 그만두는 경우가 많고, 결국에는 문제를 일으키더라고요.”(재래시장A 대표⑦)

“중국 관광객들도 많아서 기본적인 판매관련 외국어 능력이 있으면 좋겠습니다.”(B아울렛 대표⑪)

의류 판매원의 전문성은 패션전문지식, 패션마케팅, 매장 디스플레이, 판매노하우, 의류수선 등에 관한 것을 요구하였다. 특히 패션전문 용어를 습득하고, 트렌드를 이해하는 기술습득 수요가 높았다. 그리고 의류소재에 대한 이해도를 높일 필요가 있다고 하였으며, 전반적인 의류산업 및 유통과정에 대한 교육도 중요하다고 보고 있었다. 나아가 실질적 판매수입과 연결될 수 있는 패션진열상품 연출법, 재고관리법, 판매기법, 모바일 마케팅에도 관심이 높았다. 간단한 피팅과 보정방법에 대한 교육훈련이 필요하다는 인식도 확인되었다.

“기본적인 의류지식은 있어야겠죠. 옷 이름도 모르고 아무것도 모르는 직원을 가르치는 것은 너무 힘든 일인 것 같아요. 그런데 또 좀 지식이 있는 사람을 구하기도 어렵더라고요.”(재래시장A 대표⑨)

“디스플레이의 기본 지식을 갖추면 좋겠습니다.”(B아울렛 대표⑬)

“무엇보다 디스플레이 같은 것을 잘 알면 좋겠습니다. 그것이 제일 필요해요. 그리고 소재도 매우 중요합니다. 직원들한테 소재를 가르치기가 너무 어려웠어요. 소재에 대한 지식이 있으면 좋겠습니다. 재고관리 교육도 꼭 필요합니다.”(B아울렛 대표⑭)

“모바일 홍보나 온라인 홍보가 요즘에는 많잖아요. 젊은 사람들은 금방 잘 한다고 하니깐 조금만 신경써서 전문적으로 가르쳐주면 우리 같은 작은 매장에는 도움이 될 것 같습니다.”(재래시장A 대표⑤)

“저희 아울렛에는 수선실이 있는데, 수선 직원분들 인건비도 비싸고 노후화되어서 수선일도 할 수 있는 젊은이들을 채용할 수 있으면 좋겠습니다. 그리고 꼭 수선실이 아니더라도 의류수선은 배웠으면 좋겠어요.”(B아울렛 대표⑯)

“인턴처럼 일정기간 사람을 써보고 괜찮으면 뽑고 싶고 그리고 싶은데요, 개인 매장에서는 그렇게 하기가 힘들거든요. 교육을 하신다니까 인턴같은 과정을 넣어주시면 저희도 보고, 교육생들도 연습도 되고, 그리고 나중에 취업시킬 수도 있고 좋을 것 같습니다.”(B아울렛 대표⑯)

따라서 패션 어드바이저 교육훈련과정은 직무소양(인성교육)과정, 외국어과정, 패션전문지식과정, 패션마케팅 & VMD과정, 의류매장 판매노하우과정, 의류수선과정, 현장학습, 현장실습으로 구성하였다. 특히 직무소양과정은 광주광역시 의류점포에서 근무하는 패션판매원, 샵마스터를 대상으로 한 패션샵마스터 훈련교육프로그램 수요도 조사에서 고객응대서비스 기술이 가장 중요한 것으로 분석되었던 Oh and Kim (2019) 결과와 일치하는 부분으로 교육훈련과정에 포함되었다. 또한 패션상품지식, 디스플레이 및 VMD에 대한 교육 등을 중요한 의류판매원 교육훈련과정으로 꼽았던 것(Oh & Kim, 2019)과도 일치함을 알 수 있었다. 그리고 교육훈련과정 시간배분은 Oh and Kim(2019)의 연구에서 의류판매직무 관련 교육훈련 시간은 30~50시간 정도, 현장실습은 3일 이상 1주일 이내가 적절한 것으로 조사되어 이를 참고하였으며, 패션디자인학과 교수진 3인의 타당도 검토를 통해 진행하였다.

이에 패션 어드바이저 교육과정은 직무소양, 패션전문지식, 현장실무과정을 포함하여 총 150시간, 8단계로 구체화하였다(Table 3). 직무소양과정 13시간, 외

&lt;Table 3&gt; Education and training curriculum for fashion advisors

| Step  |   | Course content   | Hour |
|-------|---|--|------|
| 1     | Job knowledge course<br>(Personality education) | Understanding organization, basic etiquettes of employees  | 3    |
|       |   | Impression management, future planning   | 3    |
|       |   | Customer relationship management (CRM)   | 7    |
| 2     | Foreign language course                         | English for sales conversation   | 3    |
|       |   | English conversation practice  | 3    |
|       |   | Chinese for sales conversation   | 3    |
|       |   | Chinese conversation practice  | 3    |
| 3     | Fashion-specific knowledge course               | Color and fashion  | 3    |
|       |   | Understanding fashion items and trends   | 4    |
|       |   | Understanding clothing materials   | 3    |
|       |   | Material management for fashion products   | 3    |
|       |   | Fashion and impression management  | 3    |
|       |   | Fashion coordination and styling   | 4    |
|       |   | Understanding fashion industry   | 3    |
|       |   | Understanding fashion distribution   | 3    |
|       |   | Fashion consumer characteristics and sales   | 3    |
| 4     | Fashion marketing & VMD course                  | Fashion product display and VMD  | 3    |
|       |   | Display strategies and practice  | 4    |
|       |   | Attractive store management, VMD   | 3    |
|       |   | Eye-catching setups of mannequins  | 4    |
|       |   | Store management strategies: Enjoyable stores  | 7    |
|       |   | Fashion product inventory management   | 4    |
|       |   | International high-end products and brands   | 3    |
|       |   | In-store merchandising   | 4    |
|       |   | Fashion marketing for better sales   | 3    |
| 5     | Store management know-how course                | Product planning and sales management for boutique   | 3    |
|       |   | Sales know-how for clothing stores: Role of FA and its importance, sales strategies, claim management strategies | 4    |
|       |   | Mobile marketing strategies  | 3    |
|       |   | Case-based application of mobile marketing   | 4    |
| 6     | Clothing repair course                          | Instructions on sewing machines and terminologies  | 3    |
|       |   | How to: Fitting and modifying  | 3    |
| 7     | Field trip                                      | Customer service benchmarking  | 8    |
| 8     | Internship                                      | Internship   | 30   |
| Total |   |  | 150  |

국어과정 9시간, 패션전문지식과정 32시간, 패션마케팅 & VMD과정 35시간, 의류매장 판매노하우과정 10

시간, 의류수선과정 6시간, 현장실습 30시간을 포함하여 구성하였다.

## 2) Education and training curriculum for fashion entrepreneur

패션 창업인 교육훈련과정에 해당하는 의미단위는 17개로 기업이 정신, 창업가 정신, 패션샵, 창업절차, 사업계획서, 상권분석, 자금조달, 자금운영, 재무재표, 세금관리, 조직구성, 제품홍보, 온라인 홍보, 사회적 기업, 협동조합, 창업지원제도, 창업실습 등이다. 그리고 유사 속성을 묶음으로 하여 8개의 하위유형으로 구분하였다. 즉 패션 창업인 교육훈련과정에 대한 8개 하위유형은 ‘창업가정신’, ‘패션실무’, ‘창업’, ‘재무·세무회계’, ‘마케팅’, ‘사회적 기업’, ‘현장학습’, ‘현장실습’이다.

창업가 정신은 소규모 패션창업에서 가장 중요한 성공 요인으로 성실, 책임감, 독립심, 문제해결 능력, 도전정신, 긍정적인 성향 등의 개인적인 특성을 갖고 있는 것으로 조사되었다(Oh, 2018). 본 연구의 면접 참여자들도 창업가 정신을 강조하였다.

“그게 맘대로 안되겠지만, 열정적이고 성실하게 꾸준히 일을 배우고 꼭 성공해야겠다고 마음먹는 인성교육이 필요한 것 같아요. 뭐든 맘 먹기 나름인데, 요즘 애들이 창업을 너무 쉽게 알아요. 다른 부분에서도 그런 것처럼요.”(A재래시장 대표⑫)

“한두 번 가르친다고 그런 성격이 만들어지겠어요, 그래도 창업을 하면 할 수 있다 생각하고, 어려움이 있으면 이겨낼 수 있다 생각하고, 자신감 갖고 꾸준히 하면 된다는 생각이 있어야 할 것 같아요.”(B아울렛 대표⑬)

“적어도 긍정적이고, 행동력 있고, 꾸준히 하는 것이 이쪽으로 창업하는데 있어 제일 중요하다는 것을 가르쳐야 할 것 같아요. 돈 많이 투자하고 홍보하고, 지식이 많은 것보다 마인드가 제일 중요하다는 것은 가르칠 수 있다고 봅니다.”(B아울렛 대표⑭)

패션창업 교육훈련과정에 있어 외부환경 요인으로 패션전문지식은 주로 리테일 머천다이징, VMD 전문성이 필요하다고 보았고, 패션창업이 1인 창업인 경우가 많아 직접 고객에게 패션제품을 설명하고 피팅

하는 창업상황에 대비한 관련 지식을 갖춰야 한다고 하였다.

“무슨 옷을 팔 것인가를 선정하고, 가격대, 판매량 등을 모두 정하고 책임을 져야 하니까 옷에 대한 전문지식이 꼭 필요합니다. 전문적으로 의류공부를 하면 많은 도움이 되죠.”(B아울렛 대표⑮)

“매장을 운영할 때는 아무래도 디피(Display)가 제일 중요한 것 같아요. 대기업 의류브랜드 대리점을 하면 모를까, 혼자 창업을 하면 전시를 잘 해야죠.”(A재래시장 대표⑯)

“처음에는 직원을 못 두는 경우도 많으니까요. 손님한테 옷도 입힐 줄 알고, 코디도 해줘야 해요. 이것을 얼마나 잘하느냐가 매출하고 연결되니까 잘 배워둘 필요가 있죠.”(B아울렛 대표⑰)

패션창업은 일반창업과 달리 패션에 대한 전문지식, 절차의 특수성을 이해시킬 필요가 있다고 하였다. 면접 참여자들은 창업에 필요한 정보를 취득함에 있어 맞춤형 패션창업 절차, 지원제도, 자금조달과 운영 등에 관한 정보가 많이 부족하다고 인식하였다. 그래서 패션창업에 특화된 교육훈련과정이 무엇보다 필요하다는 의견이 많았다. 또한 점포경영과 영업전략, 매입, 판매, 재고관리에 대한 교육훈련이 뒷받침되어야 하며, 패션관련 사회적 기업과 같은 창업지원사업에 대한 정보제공도 중요하다고 하였다. 즉 패션창업에 특화된 패션실무 및 창업과정 전반에 대한 프로세스가 교육훈련과정으로 구성되어야 한다고 보았다. 체험점포와 같은 창업과정을 직접 경험할 수 있는 지원도 강조하였다.

“작년에 저희 아울렛에 취업한 교육생 중에는 제가 면접해 보면 창업에 대한 관심도 많던데요, 패션창업에 대한 교육도 잘 운영되면 좋겠습니다. 만약 잘 훈련된 교육생이 있다면 저희 아울렛에서는 청년 창업을 위한 매장임대 방안도 생각하고 있습니다.”(C아울렛 대표⑱)

“체계적인 창업과정과 자금조달 운용에 관한 교육

이 필요합니다.”(A재래시장 대표①)

있으면 좋을 것 같습니다.”(C아울렛 대표②)

“서류절차는 늘 어려운 것 같습니다. 제가 처음에 옷가게를 열었을 때 알려주는 곳이 없었습니다. 구체적으로 창업하는 방법, 하나부터 열까지 차분하게 배울 수 있는 곳이 있으면 좋겠습니다.”(B아울렛 대표③)

“국가에서 청년창업을 도와주는 사업이 많다고 들었습니다. 그런데 실제로는 그런 정보를 얻는 것이 쉽지 않아요. 창업할 때 자금조달이 어려운데 지원사업을 잘 활용할 수 있다면 도움이 클 겁니다.”(B아울렛 대표④)

“기업에 인턴십과정이 있듯이 창업도 이런 과정이

따라서 패션 창업인 교육훈련과정은 창업가정신과정, 패션실무과정, 창업과정, 재무·세무회계과정, 마케팅과정, 사회적 기업과정, 현장학습, 현장실습으로 구성하였다. 특히 현장실습은 의류점포에서 창업관련 실무를 익힐 수 있도록 매장대표와 1:1 멘토링 매칭프로그램으로 구성하였으며, 이후 창업경연대회를 통한 체험점포를 과정에 포함시켰다. 그리고 교육훈련과정 시간배분은 경영학과 교수 1인과 패션디자인학과 교수 2인의 검토를 통해 확정하였다.

이에 패션 창업인 교육과정은 창업가정신, 패션실무, 창업과정, 현장실습을 포함하여 총 106시간, 8단계로 설계하였다(Table 4). 창업가정신과정 3시간, 패션실무과정 18시간, 창업과정 24시간, 재무·세무회

<Table 4> Education and training curriculum for fashion entrepreneurs

| Step  |  | Course content   | Hour |
|-------|--|--|------|
| 1     | Orientation                            | Entrepreneurship   | 3    |
| 2     | Fashion practice course                | Fashion retail merchandising   | 6    |
|       |  | Boutique VMD   | 6    |
|       |  | Fitting techniques for every fashion product   | 6    |
|       |  |  | 6    |
| 3     | Startup course                         | Procedures of company establishment, supporting system for small and medium-sized businesses, etc. | 3    |
|       |  | Writing a business plan  | 3    |
|       |  | Selecting startup items  | 3    |
|       |  | Market analysis and store selection  | 3    |
|       |  | Store opening and management strategy  | 3    |
|       |  | Special lectures of successful entrepreneurs   | 3    |
| 4     | Field trip                             | Tour of successful startup companies   | 8    |
| 5     | Finance, taxation, & accounting course | Fundraising and fund operation   | 3    |
|       |  | Financial statements and tax management  | 3    |
| 6     | Marketing (HR, management) course      | Organization arrangement and human resource management   | 3    |
|       |  | Product promotion and marketing  | 3    |
|       |  | Marketing on social media  | 3    |
|       |  | Store management and sales strategies  | 3    |
|       |  | Purchase management, sales management, inventory management  | 3    |
|       |  | Customer satisfaction management   | 3    |
| 7     | Social enterprise course               | Introduction to social enterprise, community enterprise and cooperative association                | 3    |
|       |  | Introduction to establishment methods and supporting projects Q&A                                  | 3    |
| 8     | Internship                             | Internship   | 20   |
| 9     | Startup                                | Startup contest (store experience)   | 6    |
| 10    | Completion ceremony                    | Presentation on supporting programs for startups and completion ceremony                           | 3    |
| Total |  |  | 106  |

계과정 6시간, 마케팅과정 18시간, 현장실습 20시간 등을 포함하여 구성하였다.

## V. Conclusion

본 연구는 변화하는 3차 패션산업 환경과 지역산업에 적합한 패션일자리창출을 위해 의류판매 서비스직 취업인의 전문성과 패션창업 성공을 위한 수요를 반영한 교육훈련과정을 개발하였다. 자료수집은 광주광역시 서구의 패션관련 업체대표, 종사자를 중심으로 심층면접조사로 이루어졌고, 질적 연구방법을 통해 분석하였다.

연구결과는 첫째, 지역의 패션일자리창출을 위한 교육훈련과정은 개인차원, 기업차원, 지역차원에서 방향성과 목적을 설정할 수 있었다. 패션일자리창출을 위한 교육훈련과정은 직무중심 현장형 교육과정에 방향성을 두고, O2O형 패션전문인 직업능력 배양을 목적으로 하여 패션 어드바이저와 패션 창업인 양성과정으로 이원화하여 개발하였다. 지역의 패션일자리는 소규모 의류점포의 의류 판매원, 패션창업을 통해 가능하며 이러한 수요를 반영한 실무적이고 현실적인 교육훈련과정이 필요하다는 것을 알 수 있었다.

둘째, 패션 어드바이저 교육훈련과정은 심층면접조사에 대한 분석결과를 토대로 고객에 대한 응대, 신뢰 구축, 호감성을 높이는 직무소양 및 직장인의 기본예절 등 인성교육이 중요하게 반영되었다. 패션전공 대학교육, 직업교육 등에서 전문성을 강조하였던 기존의 교육환경과 달리 현장에서는 무엇보다 직무소양 및 인성교육을 강조하고 있어 시사하는 바가 컸다. 또한 판매에 도움이 되는 영어회화, 중국어회화 등 외국어과정은 체계적인 교재개발과 함께 지속적인 연구가 필요할 것으로 판단되었다. 그밖에 패션전문지식 중 VMD와 소재 교육에 대한 수요가 높았다. 면접 참가자들은 소상공이나 1인 의류점포가 많은 지역 패션산업 현장에서 고객에게 어필할 수 있는 마네킨 연출법, 시선을 끌 수 있는 매장 꾸미기 등 VMD 관련 교육이 필요함을 강조하였다. 또한 의류소재와 관련해서 고객의 세탁 문의, 관련 클레임이 많아 이에 대응할 수 있는 실질적인 의류소재 지식을 쌓을 수 있는 교육훈련 요구도 많았다. 아울러 직원을 고용할 때 온라인 활용능력을 높게 평가한다고 밝혔다. 따라서 온라인

및 모바일 마케팅을 패션 어드바이저 교육훈련과정에 포함하였고 나아가 관련하여 의류 판매원 교육훈련에서 중점을 두어야 할 과정임을 알 수 있었다.

셋째, 패션 창업인 교육과정에서 개인환경 요소인 창업가 정신이 중요하다고 인식하는 것으로 나타났다. 이는 창업성공과 관련한 많은 선행연구 결과와도 일치하는 부분이다. 면접 참여자들은 열정, 꾸준함, 성실함, 독립성, 문제해결력, 자신감, 긍정적 생각, 행동력 등의 단어로 이를 표현하였고, 창업가 정신은 인성교육의 한 측면이라고 여겼다. 따라서 본 연구에서는 패션 창업인 교육훈련과정 중 창업가 정신을 경영학과 교수진 등의 검증을 통해 교과과정에 포함하였으나, 교육훈련 여건이 허락한다면 보다 많은 시수로 편성되어도 좋다는 견해를 갖고 있다. 또한 패션창업에 있어서 의류소매업에 필요한 기획력, 관련 지식에 대한 수요가 높았고, VMD 전문성을 필요로 하였다. 이것은 1인 창업이 많은 지역 패션창업의 현실을 반영한 요구로 VMD 관련 교육훈련과정 편성이 필수적인 것으로 볼 수 있다. 그밖에 외부환경 요소로 자금 조달, 재무·세무회계과정, 창업과정이 패션창업에 특화된 교육훈련과정으로 설계될 필요가 있다고 보았다. 마지막으로 창업경연대회 및 체험점포를 통해 실질적인 창업과정을 실습할 수 있는 기회확대가 요구되고 있었다. 국비지원 교육훈련과정의 특성상 재정적, 환경적 여건이 가능할 것으로 보며, 현장형 패션창업 교육훈련과정 개발에 있어서 참고할 부분이라고 본다.

이와 같은 연구결과에 따라 개발된 교육훈련과정 사례는 지역 패션일자리창출을 기대하며 의류 판매원, 패션 창업인 교육훈련을 진행하는 기관에 유용할 것으로 본다. 그럼에도 불구하고 본 연구는 조사대상의 지역적 제한점이 있음을 밝힌다. 또한 효과적인 패션일자리창출 교육훈련과정 운영을 위해서는 현장실무형 강사진이 필수적으로 동반되어야 할 것이다. 현장실무와 전문성을 갖춘 강사진이 갖추어졌을 때 교육훈련과정의 효과도 극대화될 것으로 본다. 아울러 패션일자리창출 교육훈련과정의 최종목적을 달성하기 위해서는 교육훈련생의 사후관리를 포함한 현장실무과정이 교육훈련과정에 편입될 필요가 있다. 즉 교육생 사후관리 영역 또한 교육훈련과정에 포함하여 1:1 멘토링, 동행면접, 취업컨설팅, 현장실습지도, 창

업 후 컨설팅, 재무·세무회계관리 등이 연계되었을 때 시너지를 발휘할 것으로 판단하였다. 교육과 현장, 취·창업 전후가 연계된 포괄적인 교육훈련과정 개발이 지속될 필요가 있다고 본다.

## References

- An, G. H., Hwang, S. J., & Jung, C. J. (2010). *Fashion marketing* (3rd ed.). Seoul: Suhaksa publisher.
- Bae, B. R., & Lee, M. W. (2001). The influences of customer orientation of service providers on relationship quality and repurchase intentions: Applied on health-care service. *Journal of the Korean Marketing Association*, 3(2), 21-40.
- Coulter, K. S., & Coulter, R. A. (2002). Determinants of trust in a service provider: The moderation role of length of relationship. *Journal of Service Marketing*, 16(1), 35-50. doi:10.1108/08876040210419406
- Fashion & Company, Inc. Create fashion jobs through specialized fashion shopmasters training. (2019, August 22). *Seoul Shinmun*, Retrieved October 15, 2019, from [https://www.seoul.co.kr/news/newsView.php?id=20190822500046&wlog\\_tag3=naver](https://www.seoul.co.kr/news/newsView.php?id=20190822500046&wlog_tag3=naver)
- Gwangju City Seogu. (2017). *Disclosing system of local job creation targets: Annual detailed plan of job program 2017*. Gwangju: Author.
- Han, Y. H., Jung, J. E., & Lee, C. W. (2011). Curriculum development for fashion business education in Korean universities. *Fashion Business*, 15(1), 1-19. doi:10.12940/jfb.2011.15.1.001
- Hwang, B. H., & Rhee, Y. S. (2013). Influence of Hanbok salesperson's attributes on relationship quality with customers and the behavioral intention. *Journal of the Korean Society of Clothing and Textiles*, 37(7), 907-921. doi:10.5850/JKSC.2013.37.7.907
- Jeong, H. Y. (2018). Basic research for designing start up business education in fashion design related departments. *Journal of the Korea Fashion & Costume Design Association*, 20(2), 89-100. doi:10.30751/kfcda.2018.20.2.89
- Kim, E. H. (2019). *A study on the effects of salesperson's attributes on trust, brand image and behavioral intention*. Unpublished doctoral dissertation, Kyonggi University, Seoul, Korea.
- Kim, E. J., & Lee, S. J. (2002). The influences of attributes of salespersons working at apparel store on relationship with consumers. *Journal of the Korean Society of Clothing and Textiles*, 26(11), 1570-1581.
- Kim, J. C. (2016). *A study on the success factors for start-ups*. Unpublished doctoral dissertation, Pai Chai University, Daejeon, Korea.
- Kim, J. I., & Lee, I. H. (2014). The impact of service quality in entrepreneurial education on the self-efficacy, the achievement need and the satisfaction of entrepreneurial education: Focusing on the entrepreneurial education of internet shopping mall. *Asia-Pacific Journal of Business and Venturing*, 9(5), 21-31.
- Kim, J. Y., & Oh, H. J. (2020). The effects of fashion student's psychological traits, background factors related to enterperneurship and enterpreneurship education interest on entrepreneurial intention. *Journal of the Korean Society of Costume*, 70(3), 92-108. doi:10.7233/jksc.2020.70.3.092
- Kim, M. S. (2017, September 5). 패션샵마스터 교육과정 교육생 모집 [Recruitment of trainees for fashion shopmaster training course]. *Jungbu news agency*, Retrieved October 16, 2019, from <http://www.jungbunews.com/news/articleView.html?idxno=142836#0AEA>
- Kim, W. M., Bae, S. W., & Lee, S. H. (2006). Effects of after-sales service quality of consumer-durable goods on service value, satisfaction, and brand loyalty. *Journal of Marketing Management Research*, 11(4), 67-95.
- Kim, Y. J., Lee, Y. R., & Kim, B. R. (2014). Impact of salespersons and other customers in a fashion store: Focused on physical attractiveness and self-image congruence. *Journal of the Korean Society of Clothing and Textiles*, 38(6), 783-795. doi:10.

- 5850/JKSCT.2014.38.6.783
- Kim, Y. S., & Kim, J. B. (2018). The influence of apparel shopping orientation on shopping value: The moderating effect of a salesperson's ability. *Journal of Distribution and Management Research*, 21(3), 93-104. doi:10.17961/jdmr.21.3.201806.93
- Kim, Y. T. (2017). The effects of entrepreneurship education, entrepreneurial competence and attitude on undergraduate entrepreneurial intention. *Asia-Pacific Journal of Business and Venturing*, 12(2), 13-20. doi:10.16972/apjbve.12.2.201704.13
- Korea Fashion Industry Institute, startup incubator program, etc. (2019, December 4). *Newsis*, Retrieved December 10, 2019, from [http://www.newsis.com/view/?id=NISX20191204\\_0000850579&cID=10899&pID=10800](http://www.newsis.com/view/?id=NISX20191204_0000850579&cID=10899&pID=10800)
- Kwon, O. G. (2019, March 22). 김포 패션샵마스터 양성사업 참여할 교육생 모집 [Gimpo city, recruiting trainees for fashion shopmaster training project]. *Gyeonggi e-TV news*, Retrieved May 9, 2019, from <http://www.ggetv.co.kr/news/articleView.html?idxno=105472>
- Lee, G. Y. (2012). *A study on the effect of personal and environmental characteristics of entrepreneur to entrepreneurship and business performance*. Unpublished master's thesis, Chung Ang University, Seoul, Korea.
- Lee, K. M., & Hwang, S. J. (2016). Effects of personal and environmental characteristics of college students in fashion schools in Korea on their entrepreneurial intention: Focusing on the regulation effect of business foundation efficacy. *Design Forum*, (50), 129-144. doi:10.21326/ksdt.2016..50.011
- Lee, S. B. (2016). The effect of individual characteristics and environmental factors on college students' entrepreneurial intentions: Mediating role of entrepreneurship education. *Journal of Business Education*, 31(2), 117-138.
- Lee, S. B. (2017). An analysis on the critical startup success factors in small-sized venture businesses. *Asia-Pacific Journal of Business and Venturing*, 12(3), 53-63. doi:10.16972/apjbve.12.3.201706.53
- Lee, Y. H., Hong, K. P., & Park, S. H. (2015). Analysis of research trends in the successful establishment of venture companies: With priority given to domestic articles between 1998 and 2014. *Asia-Pacific Journal of Business and Venturing*, 10(6), 15-26. doi:10.16972/apjbve.10.6.201512.15
- Ministry of Employment and Labor. (2019, May 9). 산업계가 주도하는 인력 양성 체계를 만든다: 산업별 인적자원개발위원회(ISC) 성과확산대회 개최 [Create an industry-led manpower training system: Held a performance diffusion symposium for Industrial Skills Council(ISC)]. Retrieved July 10, 2019, from [http://www.moel.go.kr/news/enews/report/enewsView.do?news\\_seq=9880](http://www.moel.go.kr/news/enews/report/enewsView.do?news_seq=9880)
- Oh, H. J. (2018). A qualitative case study on the success of fashion retail start-up by young entrepreneurs. *Journal of the Korean Society of Clothing and Textiles*, 42(1), 133-147. doi:10.5850/JKSCT.2018.42.1.133
- Oh, H. J., & Kim, J. Y. (2019). A study of training programs for store managers in fashion retailing. *Journal of the Korean Society of Costume*, 69(6), 95-112. doi:10.7233/jksc.2019.69.6.095
- Oh, J. H. (2011). *A study on comprehensive theoretical model of brand equity formation process for a tourism destination: Triangulation implied by content analysis, grounded theory, structural equation modeling*. Unpublished doctoral dissertation, Kyung Hee University, Seoul, Korea.
- Oh, K. C. (2017, March 29). 스몰 브랜드 온오프라인 유통 늘어난다 [Small brand on-line distribution increases]. *Apparelnews*, Retrieved July 26, 2019, from [http://www.apparelnews.co.kr/main/inews.php?table=internet\\_news&query=view&uid=65471](http://www.apparelnews.co.kr/main/inews.php?table=internet_news&query=view&uid=65471)
- Park, C. H. (2015). *Studies on the effect of properties of a salesperson on relationship quality and behavior intention*. Unpublished master's thesis, Kyonggi University, Seoul, Korea.
- Park, K. H. (2004). The effects of customer orientation and sales training on salespeople performance:



- Focused on apparel salespeople at department stores in Daegu. *Fashion & Textile Research Journal*, 6(3), 314-320.
- Park, K. O. (2010). *A study on the effects of the attributes of a salesperson on brand equity and customer satisfaction*. Unpublished doctoral dissertation, Cheongju University, Cheongju, Korea.
- Seo, K. H., & Lee, S. B. (2013). The effect of christmas marketing communication on trust and purchase intention in the bakery industry. *Culinary Science & Hospitality Research*, 19(3), 57-72. doi:10.20878/cshr.2013.19.3.005005005
- Shane, S., Locke, E. A., & Collins, C. J. (2003). Entrepreneurial motivation. *Human Resource Management Review*, 13(2), 257-279. doi:10.1016/S1053-4822(03)00017-2
- Strauss, A. L., & Corbin, J. M. (1997). *Grounded theory in practice*. London: Sage publications.
- Yeoju University industry-academic cooperation foundation, 'Fashion shopmaster training course' recruitment of trainees in the second half. (2015, August 31). *Segae daily news*, Retrieved October 17, 2019, from <http://www.segye.com/newsView/20150831000827?OutUrl=daumAugust>
- Yi, B. Y., & Oh, K. W. (2010). A study on the operation realities of the teenager internet shopping males and the entrepreneurship education. *Journal of Korean Home Economics Education Association*, 22(2), 115-131.
- Yin, R. K. (2013). *Qualitative research from start to finish* (J. Y. Park, S. H. Lee, & N. H. Kim, Trans.). Seoul: Hakjisa publisher. (Original work published 2011)
- Yoo, C. J. (1999). Successful salesperson sales tactics and customer. *Marketing*, 33(7), 26-29.
- Yoon, C. J. (2017). *Study on core political factors for developing textile and fashion industry: Focused on Gyeonggi-do province*. Unpublished doctoral dissertation, Seoul Venture University, Seoul, Korea.
- Yun, S. J. (2017). *Research on entrepreneurial characteristics of fashion startup brands*. Unpublished doctoral dissertation, Seoul National University, Seoul, Korea.