

5장 업종별 창업절차

5-1 독립 창업

5-2 프랜차이즈 창업

5-3 온라인 쇼핑몰 창업

5-4 유튜브 콘텐츠 창업

5-5 반려동물 관련 창업

5-1 독립 창업

1. 독립창업의 의미

독립 창업은 기존 조직이나 회사에 소속되지 않고, 개인이 스스로 사업을 시작하고 운영하는 형태를 말한다.

- 다른 회사의 브랜드나 시스템을 빌리지 않고
- 자신의 아이디어, 자본, 전략으로
- 제품이나 서비스를 만들어 직접 시장에 내놓는 것이 핵심입니다.

* 독립창업의 예

- 프랜차이즈 카페(예: 스타벅스 같은 브랜드에 속한 매장)를 운영하는 건 독립 창업이 아님
- 내가 직접 브랜드를 만들고 카페를 여는 건 독립 창업이다

2. 독립 창업의 특징: 자유와 책임을 동시에 100% 가져가는 구조이다

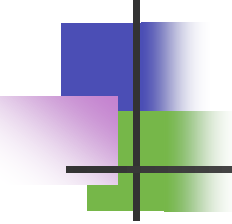
(1) 장점

1) 높은 자율성: 남 눈치 안 보고 사업 가능

- 아이템, 가격, 운영 방식 전부 스스로 결정
- 빠르게 방향 수정 가능

2) 수익 100% 확보: 구조만 잘 짜면 수익률이 높음

- 로열티나 본사 수수료 없음
- 잘되면 이익이 그대로 내 것



3) 브랜드 자산 구축: 단순 장사가 아니라 사업으로 발전 가능

- 내 이름, 내 브랜드를 키울 수 있음
- 성공 시 장기적으로 큰 자산이 됨

4) 성장 확장성: 상한선이 없음 (크게 갈 수 있음)

- 매장 확장, 온라인 전환, 프랜차이즈화 가능

(2) 단점

1) 실패 리스크 큼: 현실적으로 여기서 많이 무너짐

- 검증된 시스템이 없음
- 초보일수록 시행착오 많음

2) 모든 걸 혼자 해야 함: 초반에는 “사장 + 직원 + 마케터” 다 해야 함

- 마케팅, 운영, 회계, 고객관리 전부 직접

3) 초기 수익 불안정: 버틸 자금 없으면 위험

- 시작하자마자 돈 벌기 어려움
- 일정 기간 적자 가능성 높음

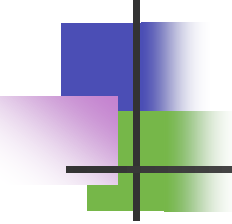
4) 브랜드 인지도 없음: 마케팅이 필수

- 처음엔 아무도 모름
- 고객을 직접 끌어와야 함

5) 의사결정 부담: 스트레스 상당히 큼

- 선택 하나하나가 결과로 직결됨

독립창업은 “자유와 수익은 크지만, 리스크와 부담도 그대로 따라온다”



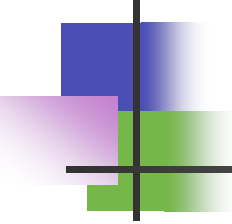
3. 독립 창업의 절차

독립 창업은 “아이디어만 있으면 바로 시작” 하는 게 아니라, 단계를 제대로 밟느냐가 성공 확률을 크게 좌우한다.

- 1) 아이템 선정: “내가 하고 싶은 것” 보다 “팔리는 것” 이 우선
 - 무엇을 팔지 결정 (제품/서비스)
 - 내가 잘할 수 있는 것 + 시장 수요 있는 것
- 2) 시장 조사: 이미 잘 팔리는 곳이 있는가? 고객이 왜 그걸 사는가?
 - 경쟁자 분석
 - 가격대 확인
 - 고객층 파악
- 3) 수익 구조 설계: 이 단계 없이 시작하면 거의 망한다
 - 원가 / 판매가 / 마진 계산
 - 고정비(월세, 재료비 등) 예상
- 4) 소규모 테스트 (매우 중요): 목적은 “진짜 돈 내고 사는지 확인”
 - 정식 창업 전에 미리 판매해보기

예 :온라인으로 먼저 팔기, SNS로 예약 받아보기, 지인/소규모 고객 대상으로 테스트

- 5) 사업자 등록: 이때부터 “정식 사업” 시작
 - 개인사업자 등록
 - 업종/업태 설정



6) 준비 (운영 기반 만들기)

- 공급처 확보
- 장비/재료 준비
- 가격/상품 구성 확정
- 간단한 마케팅 채널 구축 (SNS 등)

7) 오픈 및 운영: 초반에는 완벽보다 ‘빠른 개선이 중요

- 판매 시작
- 고객 반응 수집
- 문제점 계속 수정

8) 개선 & 확장

- 잘 팔리는 것만 집중
- 안 되는 건 과감히 제거
- 이후 확장 (매장, 인력, 브랜드화 등)

* 가장 중요한 핵심 3가지

- 작게 시작하기→ 처음부터 크게 하면 리스크 폭발
- 테스트 먼저 하기→ 감이 아니라 “실제 판매 데이터” 로 판단
- 고정비 낮추기→ 버틸 수 있어야 살아남음

[독립창업 성공 사례 / 배달의 민족]

배달의 민족은 독립 창업이 어떻게 성공할 수 있는지 보여주는 대표적인 사례이다.
단순히 “아이디어가 좋아서”가 아니라, 몇 가지 핵심 전략이 맞아떨어졌기 때문이다.

1. 시장 타이밍을 정확히 잡음 (환경 활용)

- 창업 시기: 2010년
- 상황: 스마트폰 막 보급 시작
이때 “전단지 → 앱으로 전환”이라는 흐름을 읽음
- ★ 핵심: 이미 존재하던 시장(배달)을 더 편하게 만든 것

2. 문제 해결 중심 아이디어

1) 기존 배달 구조

- 전단지 찾아야 함
- 전화 주문 불편
- 메뉴 비교 어려움

2) 배달의 민족

- 한 앱에서 음식점 비교
- 클릭 몇 번으로 주문

★ 사용자 입장에서 불편함 해결 → 이게 창업 성공의 핵심 포인트(기술보다 문제 해결이 중요)



3. 사용자 경험(UX)에 집중

- 디자인 감각 (창업자가 디자이너 출신)
- 직관적인 앱 구조
- 재미있는 카피/브랜딩
- 단순 기능이 아니라 쓰기 편하고 재밌는 서비스로 차별화

* 실제로 “사용자가 편해야 성공한다” 는 철학이 핵심이었음

4. 강력한 브랜딩 전략(배달의 민족이 특이했던 점)

- 유머 있는 광고 (B급 감성)
- 기억에 남는 이름
- 독특한 디자인

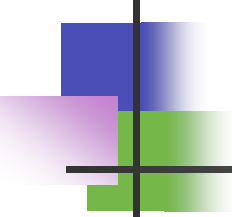
* 배달 앱 = 배민 이라는 인식 형성



5. 플랫폼 구조 (확장성)

- 음식점(공급자)과 소비자(수요자)를 연결해 거래가 일어나게 만드는 중개 시스템
- 배민은 양쪽 사용자가 동시에 존재하는 구조이다.

[음식점 사장님] ↔ [배달의민족 앱] ↔ [고객]
(공급) (플랫폼) (수요)



6. 투자 유치로 빠른 성장

- 여러 투자사에서 수천억 투자 유치 (힐 하우스 2016년 570억 투자, GIC, Goldman Sachs 등)
- 기업가치 급성장 (유니콘 기업 :기업 가치가 10억 달러(약 1조 원) 이상인 비상장 스타트업)
- * 독립 창업이지만 외부 자본을 활용해 스케일 확장

7. 시장 성장과 맞물림

- 1인 가구 증가
- 비대면 소비 증가
- 특히 코로나 시기 배달 폭발 성장
- * 주문 수가 3배 이상 증가하면서 매출도 크게 성장

[핵심 정리 : 배달의 민족 성공 공식]

- ① 이미 있는 시장 선택 (배달)
- ② 불편함 해결 (전화 → 앱)
- ③ 사용성 + 디자인 차별화
- ④ 브랜드 강하게 구축
- ⑤ 플랫폼 구조로 확장
- ⑥ 투자로 빠르게 성장

“새로운 걸 만든 게 아니라, 기존 시장을 더 편하게 만든 것이 성공의 핵심”