

소상공인의 사업 역량과 디지털 역량이 경제활동 지속 의도에 미치는 영향: 1인 미디어 교육참여도의 조절효과

박정옥*

호서대학교 벤처대학원 벤처경영학과 박사수로

하규수**

호서대학교 벤처대학원 벤처경영학과 교수

국문 요약

2022년 7월에 열린 'ON미래, 산업디지털전환 국회 포럼'에서는 기업과 기업의 데이터들이 연결되고 산업에 활용 가능한 환경 조성이 필요하며 이러한 데이터 생태계를 위한 거래 활성화로 비즈니스 모델 창출이 중요한 이슈로 떠올랐다. 소상공인시장진흥공단은 소상공인 디지털 특성화대학을 열고 소상공인 디지털 역량 강화를 위해 전국의 10개 대학과 연계하였다. 4차 산업혁명의 진전과 코로나19 팬데믹의 영향으로 인한 비대면 문화의 확산 등과 이에 따른 소상공인의 디지털역량이 사업을 영위하는데 중요한 이슈로 등장한 것이다.

본 연구는 소상공인의 사업 역량과 디지털 역량이 경제활동 지속 의도에 미치는 영향관계를 실증 분석하기 위하여 이루어졌다. 이를 위해 사업 역량을 세분화해서 소상공인의 업종 전문성, 고객관리 전문성으로 나누었다. 디지털 역량은 SNS 활동성, ICT 사용 용이성, ICT 사업 활용성으로 세분화하였다. 이들 요인들이 경제활동 지속 의도에 영향을 미침에 있어서 1인 미디어 교육참여도에 따라 어떻게 달라지는지를 동시에 살펴보았다. 이를 실증 분석하기 위해 1인 미디어 교육을 받은 사람을 대상으로 온라인 설문을 조사하고자 하며 디지털 역량의 중요성이 증대되는 시점에서 소상공인에 있어서도 이러한 역량이 경제활동 지속 의도에 영향을 미치는지 실증적으로 분석하는 측면에서 의의가 있다.

핵심어 : 소상공인, 사업 역량, 디지털 역량, 경제활동 지속 의도, 1인 미디어 교육

I. 서론

4차산업 혁명의 진전과 코로나19 팬데믹의 영향으로 시장은 급변하고 있다. 기존 산업과 연결한 사물인터넷, 빅데이터, 인공지능, 등 첨단 지식정보화 기술이 새로운 산업 구조를 형성하는 디지털 시대가 다가온 것이다. 국내 근로자 중 85%는 직무능력을 향상시키기 위하여 디지털 역량 강화가 필요하다고 하였다.

본 연구는 이러한 현실적 필요에도 불구하고 존재하는 학술적 간극을 메꾸기 위해 이루어졌다. 첫째, 소상공인의 사업 역량과 디지털 역량이 경제활동 지속 의도에 영향을 미치는지 확인하고자 하였다. 둘째, 소상공인의 사업역량(업종 전문성, 고객관리 전문성)과 디지털 역량(SNS 활동성, ICT 사업 활용성, ICT 사용 용이성) 중 어떤 요인이

가장 영향력이 큰지 알아보려고 하였다. 셋째, 소상공인에 1인 미디어 교육의 니즈가 있음에도 불구하고 정부의 지원이나 관련 교육이 부족하므로 소상공인의 1인 미디어 교육참여도가 사업 역량, 디지털 역량과 경제활동 지속 의도 사이에 미치는 효과에 대하여 연구하고, 이를 통하여 본 연구가 가지는 학술적 및 실무적 시사점을 제시하고자 하였다.

II. 연구 배경

2.1. 소상공인

소상공업의 성장은 국가 경제에 높은 비중을 차지하며,

* orange5241@naver.com

** ksh@hoseo.edu

미시적 규모에서 보면 성장성이 높다 하였다(Agustina et al., 2017). 소상공인을 위한 정부의 정책은 자금지원과 영업교육 그리고 컨설팅지원 중심이며, 이러한 정책들은 소상공인이 직면한 경영상의 문제 해결에 도움이 될 수 있다(송정현·하규수, 2022). 소상공인의 본질적 특성은 종업원 수가 아니라 특성에 기인하며 경영자나 종업원 모두 경영관리, 마케팅, 생산, 기술개발 등 다양한 기능을 동시에 수행한다는 점이다(박정옥·하규수, 2022). 소상공인이 경영하는 사업체는 가족기업 형태가 많으며, 자영 경영주 및 무급의 가족 구성원이 대부분을 차지하고 있는 것으로 나타났다(김영문·강태균, 2018). 누리집 자료에 따르면 2020년 기준 전국의 소상공인은 684만으로 추산되고 있다.

2.2. 사업 역량

역량은 한 기업이나 개인이 오랜기간 동안 유지해 온 독특하며 고유한 지식이나 기술 또는 노하우들을 서로 연결시켜주는 연결고리와 같은 역할을 한다고 하였다(전계식, 2018). 사업 역량은 경쟁기업 대비 그 기업이 상대적으로 잘할 수 있는 능력이라 할 수 있다. 따라서 사업 역량은 소상공인의 사업성과에 미치는 영향력이 매우 크므로 사업의 지속 성장에 중요한 요소임을 예측할 수 있다.

본 연구에서는 소상공인 사업자가 운영하는 업종에 대한 전문성과 고객 관리를 할 수 있는 전문성에 초점을 맞추어 분석하고자 한다.

2.2.1. 업종 전문성

비즈니스 분야에서 전문성이란 서비스 제공자가 보유하고 있는 특별한 지식을 의미한다(French & Raven, 1959). 이 지식은 서비스 제공자가 고객에게 필요한 솔루션을 제공할 수 있는 능력으로써 고객에게 특화된 서비스와 높은 가치를 제공할 수 있게 한다(박준기 외, 2012).

전문성은 해당 영역에서 보통 사람들 이상의 능력을 발휘하는 것으로, 장기적이면서도 체계적인 훈련을 통해 획득할 수 있다(남영재·이결재, 2015). 업종 전문성이라 함은 소상공인이 사업을 영위하고 있는 업종에 대한 전문가로서 역량을 발휘하는 것을 의미한다(박정옥 외, 2022).

2.2.2. 고객관리 전문성

고객관리 전문성이란 고객서비스 만족도 향상 및 장기적인 신뢰관계 구축을 통한 고객과의 상호작용 과정에서 지속적으로 구매를 유도할 수 있는 개인적 능력이라 할 수 있다(임용재·이민정, 2021).

고객관계관리(customer relationship management)란 고객에 대한 정보를 수집하고 이를 효과적으로 활용하여 신규고객 획득, 우수고객 유지, 고객가치 증진, 잠재고객 활성화, 평생 고객화의 순환을 통하여 고객을 적극적으로 관리하고 유지하며 고객의 가치를 극대화하기 위한 기업마케팅 전략의 일환이다(김상용 외, 2005).

2.3. 디지털 역량

소상공인의 디지털 역량은 온라인 채널의 등장으로 주목받게 되었으며, 기술의 도입과 적용은 소상공인이 지속가능한 사업을 성장시키는데 가장 중요한 도구임이 입증되어 왔다(Adeniran & Johnston, 2016). 디지털 역량과 기업성과의 영향관계를 실증 분석한 연구에서 디지털 역량이 기업의 성과에 유의한 영향을 미치는 것을 확인하였다(Mohammadyari & Singh, 2015). 송정현·하규수(2022)도 소상공인의 디지털 역량이 사업성과에 유의한 정(+)의 영향을 미치는 것으로 실증 분석하였다. 본 연구에서는 이러한 디지털 역량을 SNS 활동성, ICT 기술의 사용 용이성, ICT 기술의 사업 활용성 3가지로 나눠 살펴보았다.

2.3.1. SNS 활동성

최근 기업들은 디지털 환경에서 고객관리의 차원으로 자연적, 매력적인 콘텐츠를 풍부하게 보유함으로써 고객들에게 최적의 시점에 적합한 메시지와 다양한 형식으로 전달되는 SNS를 통한 의사소통에 집중하고 있다(박정옥 외, 2022). 소상공인 역시 기존 고객과의 정형화된 의사소통이 낡은 방식임을 깨달아 SNS를 활용한 마케팅에 주목하고 있다(송주완, 2020). 특히 소상공인의 경우 자본이나 인력의 한계로 인하여 SNS를 통한 고객과의 상호작용과 그에 따른 가치를 더 중요하게 여기고 있다(김형철, 2021). 코로나19 팬데믹을 지나면서 비대면 온라인 활동이 늘어남에 따라 SNS 활동성은 사업성과 및 경제활동 지속 의도에 영향을 미칠 것으로 예측 된다.

2.3.2. ICT 사용 용이성

새로운 스마트 기술이 계속 나오고 있다. 현업에도 바쁜 소상공인이 새로운 기능을 배우고 사업에 활용하기에는 어려움이 많다. 사용 용이성이라 함은 해당 기술이나 기능을 사용하기 위하여 들이는 노력의 정도를 의미한다. 아무리 유용한 기술이라도 사용이 쉽지 않으면 망설이거나 포기할 가능성이 높다. 이러한 ICT의 사용 용이성은 대체로 그 기술을 수용하는데 유의한 정(+)의 영향을 미치는

것으로 나타나고 있다. ICT에 대해 사용 용이성을 느낄수록 자기효능감이 증대되어 만족에 유의한 정(+)의 영향을 미친다고 하였다(강경란 외, 2021). 김형철(2021)의 연구에서도 ICT 사용에 자신감을 가질수록 만족도가 올라가는 것으로 나타났다.

2.3.3. ICT 사업 활용성

소상공인이 기존 오프라인 환경에서 모바일, 태블릿, PC 등을 통한 스마트 오피스를 구축하여 업무를 수행하려는 수요가 있으며, 실제 성과 향상에 도움이 된다면 적극적으로 ICT 기술을 사업에 활용할 의사가 있음을 확인하였다(이동길 외, 2017). 김춘호(2022)의 연구에서는 ICT 활용성이 사업 기회 인식에 유의한 영향을 미치는 것으로 나타났다. 디지털 역량이 사업만족 및 성과에 유의한 영향을 미쳤으며, 특히 ICT 기술의 활용성이 가장 큰 영향을 미치는 것으로 나타났다(Heredia et al., 2022). 따라서 본인 업종에 맞는 ICT의 활용성은 소상공인의 사업에 유의한 영향관계를 미치는 것으로 예측할 수 있다.

2.4. 1인 미디어 교육참여도

1인 미디어란 전문 방송인이 아닌 일반인들이 자신만의 콘텐츠를 생산하고 공유하는 커뮤니케이션 플랫폼을 말한다. 1인 미디어 플랫폼의 시작은 ‘블로그’이고 인터넷기술의 발달로 인해 사용자 제작 콘텐츠, 즉 UCC(User Created Contents)로 발전하게 됐다. 이후 스마트 플랫폼의 진화와 함께 최근의 1인 방송 형태로 등장한 것이다. 1인 미디어는 대중매체와 다르게 콘텐츠를 제작, 기획, 공유하는 인플루언서와 소비자간의 양방향 소통이 가능하며, 소비자가 원하는 콘텐츠를 실시간으로 자유롭게 시청할 수 있는 서비스를 제공하는 것이 특징이다(손성보, 손상희, 2020).

최근 들어 소상공인들도 1인 미디어 교육에 참여하는 경우가 많아졌다. 이에 본 연구에서는 이러한 1인 미디어 교육에 대해 소상공인들의 교육참여도에 따라 사업 역량과 디지털 역량이 경제활동 지속 의도에 미치는 영향에 차이가 있는지를 알아보려 하였다. 1인 미디어 교육을 통해 쉽게 콘텐츠를 제작하고 유통하는 기술을 습득해서 이를 소상공인들이 본인의 사업에 활용한다면, 사업성과에 유의할 것으로 분석하였다(이해광, 2020).

2.5. 경제활동 지속 의도

사업 의욕에 영향을 미치는 요인으로 성취감, 위험 감수에 대한 의지, 불확실성의 감수 등 개인적인 특성과 창업 전의 직업과 교육, 종교 등 배경적인 요인 등이 복합적으로 적용한다고 하였다(Mazzarol & Thiery, 1999). 사업 의욕의 이론적 틀은 의도적 행동 모델을 바탕으로 하고 있다고 분석하였다(하규수·한정화, 2010).

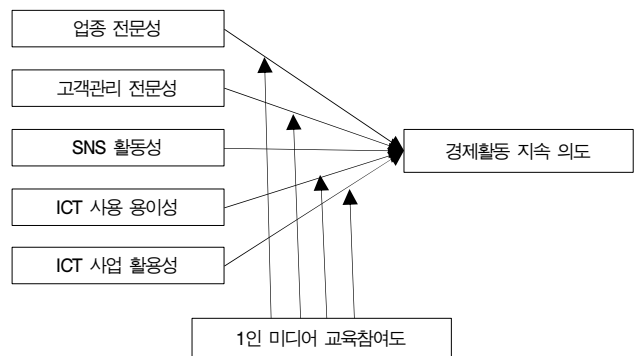
디지털 미디어 활용 역량인 콘텐츠 활용 역량과 커뮤니케이션 활용 역량이 창업 의도에 미치는 영향 연구에서 커뮤니케이션 활용 역량이 창업 의도에 정(+)의 영향을 미친다고 하였다(김경선 외, 2020).

사업 지속 의도는 일에 대한 만족으로 창업자가 현재 업종을 지속하는 것이다. 일에 대한 만족도가 높을 때 현재 일을 지속한다는 것이며, 개인이 창업한 업종에 스스로 느끼는 만족도에 따라 사업 지속 의도가 있을 수 있다고 하였다(김경애, 2013).

III. 연구방법

3.1. 가설설정 및 연구모형

본 연구는 소상공인의 사업 역량과 디지털 역량이 경제활동 지속 의도에 미치는 영향요인을 실증적으로 분석하기 위해 이루어졌다. 이를 위해 소상공인의 사업 역량을 본인이 사업하는 업종에 대한 전문성과 고객관리의 전문성으로 설정하였다. 디지털 역량은 SNS 활동성, ICT의 사용 용이성 및 ICT의 사업 활용성으로 하위요인을 설정하였다. 또한, 이러한 요인들이 경제활동 지속 의도에 영향을 미침에 있어서 1인 미디어 교육참여도에 따라 차이가 있는지를 살펴보기 위해 연구모형을 <그림 1>과 같이 구성하였다.



<그림 1> 연구모형

본 연구의 가설은 다음과 같다.

가설 1: 소상공인의 업종 전문성은 경제활동 지속 의도에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

가설 2: 소상공인의 고객관리 전문성은 경제활동 지속 의도에 정(+)의 영향을 미칠 것이다

가설 3: 소상공인의 SNS 활동성은 경제활동 지속 의도에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

가설 4: 소상공인의 ICT 사용 용이성은 경제활동 지속 의도에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

가설 5: 소상공인의 ICT 사업 활용성은 경제활동 지속 의도에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

가설 6: 1인 미디어 교육 참여도는 소상공인의 업종 전문성과 경제활동 지속 의도간 조절역할을 할 것이다.

가설 7: 1인 미디어 교육 참여도는 소상공인의 고객관리 전문성과 경제활동 지속 의도간 조절역할을 할 것이다.

가설 8: 1인 미디어 교육 참여도는 소상공인의 SNS 활동성과 경제활동 지속 의도간 조절역할을 할 것이다.

가설 9: 1인 미디어 교육 참여도는 소상공인의 ICT 사용 용이성과 경제활동 지속 의도간 조절역할을 할 것이다.

가설 10: 1인 미디어 교육 참여도는 소상공인의 ICT 사업 활용성과 경제활동 지속 의도간 조절역할을 할 것이다.

3.2. 연구대상 및 다수준 분석

온라인에서의 사회적 행위가 예전보다 훨씬 활발해진 시점에서, 1인 미디어 콘텐츠는 사회적 관계를 이어주는 다리 역할을 하고 있다.

연구 표본은 1인 미디어 교육에 참여한 소상공인 사업자를 대상으로 온라인 설문조사를 하고자 하며 이를 분석하기 위해 SPSS 24.0와 Macro Process 4.0 프로그램을 사용하여 분석하고자 한다.

참고문헌

- 강경란·박철우(2021). 대학생들의 기업가정신 디지털역량과 금융이해력이 창업인식에 미치는 영향 연구. *한국창업학회지*, 16(4), 164-184.
- 김경선·박우진·배병윤(2020). 은행원의 Big5 성격요인이 창업의도에 미치는 영향: 디지털미디어 활용역량의 매개효과. *벤처창업연구*, 15(2), 209-220.
- 김경애(2013). *소상공인의 심리적특성, 창업가정신, 창업만족, 창업추진의도의 관계에 관한 연구: 디저트 카페 창업자를 중심으로* 박사학위논문, 경성대학교 대학원.
- 김상용·송지연·이기순(2005). CRM 고객데이터 분석을 통한 이탈고객 연구. *ASIA MARKETING JOURNAL*, 7(1), 21-42.
- 김영문·강태균(2018). 소상공인에 대한 정부지원제도가 소상공인 경영성과에 미치는 영향에 관한 연구: 전북지역 소상공인에 대한 분석 결과. *한국창업학회지*, 13(3), 1-27.
- 김준호(2022). 대학생의 디지털역량이 창업기회 역량에 미치는 영향에 관한 연구- 사회적 네트워크의 조절효과. *한국창업학회지*, 17(4), 97-121.
- 김형철(2021). 창업가의 디지털 역량이 인지된 창업성과에 미치는 영향. *한국경영학회 융합학술대회논문집*, 604-620.
- 남영재·이결재(2015). 의료관광 서비스 종사자의 전문성 인식이 직무만족과 고객지향성에 미치는 영향. *경영교육연구*, 30(6), 595-613.
- 박준기·박용기·장준범(2012). 서비스 제공자의 전문성과 고객의 사회성이 지속적 사용의도에 미치는 영향: IT 서비스를 중심으로. *서비스경영학회지*, 13(5), 203-220.
- 박정옥·하규수(2022). 소상공인의 사업역량과 디지털역량이 사업만족도에 미치는 영향: 1인 미디어 교육성과의 조절효과. *벤처혁신연구*, 5(4), 75-90.
- 손성보·손상희(2020). 청소년소비자의 1인 미디어 이용동기와 상호작용이 구매압박감에 미치는 영향: 몰입의 매개효과와 미디어리터러시의 조절효과를 중심으로. *소비자정책교육연구*, 16(1), 135-161.
- 송정현·하규수(2022). 소상공인의 역량과 정부지원 서비스가 성과에 미치는 영향: 자기효능감의 매개효과를 중심으로. *벤처창업연구*, 17(2), 129-140.
- 송주원(2020). 소규모 외식업체의 경영자 특성과 경영환경이 인지적 경영성과에 미치는 영향. *한국외식산업학회지*, 16(1), 157-174.
- 이동길·유연우(2017). 국내 전통산업 소상공인의 디지털 전환의도에 미치는 영향. *산업경영시스템학회지*, 40(4), 67-77.
- 이해광(2020). 1인 미디어 시대 웹툰 교육. *만화애니메이션연구*, 61, 196-216.
- 임용재·이민정(2021). The Effect of Management Capability of Small and Medium Distribution Logistics Centers on Competitiveness Reinforcement: AHP Analysis. *한국컴퓨터정보학회논문지*, 26(9), 167-180.
- 전계식(2018). *창업자의 특성이 마케팅 역량과 창업성과에 미치는 영향에 관한 연구: 소상공인을 중심으로* 대전대학교 박사학위논문.
- 하규수·한정화(2010). *기업가의 사업실패스트레스와 사업의욕*에

관한 연구. 한국중소기업학회, 32(1), 21-41.

Adeniran, T. V., & Johnston, K. A.(2016). The Impacts of ICT Utilisation and Dynamic Capabilities on the Competitive Advantage of South African SMEs. *International Journal of Information Technology and Management*, 15(1), 59-89.

Agustina, T., Candrarin, G., & Manan, A.(2017). MSMEs Challenges in Phenomena of Disruption Era. *Journal of Economics and Sustainable Development*, 8(21), 116-121.

Mazzarol, T., & Thiery, V. D.(1999). Noelle and Their Vicki, Factors Influencing Small Business Start-Up. *International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research*, 5, 48-64.

French, J. R., Raven, B., & Cartwright, D.(1959). The bases of social power. *Classics of organization theory*, 7(311-320), 1.