

소상공인의 개인성향 및 시장 환경특성과 경영성과 간에 경영교육 만족도가 미치는 조절효과 검증

황선재 (호서대학교 벤처대학원 정보경영학과 박사과정)*

허철무 (호서대학교 벤처대학원 정보경영학과 교수)**

국 문 요 약

본 연구는 소상공인의 경영성과에 미치는 요인에 대한 연구는 진행되어 왔으나 소상공인을 대상으로 한 경영교육이 개인성향 및 시장 환경특성과 경영성과 간의 영향관계에 미치는 조절 역할에 대한 분석 연구는 미비한 현실로 본 연구를 통한 검증제시가 필요하다고 판단하였다. 이를 위해 서울, 경기도 등의 소상공인을 대상으로 설문조사를 실시하여 최종 368부를 수집하였으며, 위계적 회귀분석방법을 사용하여 분석을 수행하였다. 실증분석 결과, 경영교육만족은 경영성과에 각각 통계적으로 유의한 정(+)의 영향을 미쳤다. 2단계에서 평균중심화한 성취욕구와 경영교육만족도간의 상호작용을 추가로 투입한 결과 성취욕구와 경영교육만족은 경영성과에 유의한 정(+)의 영향을 미쳤으며, 상호작용항 역시 유의한 영향을 미치는 것으로 나타났다. 시장환경특성 중 시장매력도와 경영교육만족도는 모두 경영성과에 유의한 정(+)의 영향을 미쳤다. 2단계에서 평균중심화한 시장매력도와 경영교육만족도간의 상호작용을 추가로 투입한 결과 경영성과에 유의한 정(+)의 영향을 미쳤으며, 상호작용항 역시 유의한 영향을 미치는 것으로 나타났다. 이러한 연구를 통해 소상공인의 경영성과는 경영교육만족도의 조절효과를 통하여 유의한 영향을 미치는 요인으로 확인되었고 치열한 경쟁환경 속에서 그 경쟁력을 확보하는데 그 중요성이 매우 크다고 할 수 있다.

핵심주제어 : 소상공인, 개인성향, 자율지향성, 성취욕구, 시장환경특성, 시장매력도, 경쟁강도, 경영교육만족도, 경영성과

1. 서론

2019년 e-나라지표에 따르면 우리나라의 소상공인 사업체수는 약 318만 개로 총사업체 중 85.3% 비중을 차지하고 있다 (2017년 기준). IMF 이후 조기퇴직 및 기업도산 등으로 인한 실업자 양산으로 생계형 창업이 급증하였으며, 2010년 이후 매년 연 평균 20% 이상 증가한 것으로 나타나고 있다. 소상공인 종사자수는 2017년말 636만 5천명으로 총 종사자수 중 36.8%의 비중을 차지하고 있다. 한 명의 소상공인 종사자가 한 명의 부양가족이 있다고 가정하더라도 소상공인에 생계를 의존하는 국민이 1,274만 명으로 전체 국민의 4분의 1에 육박하는 것으로 추정할 수 있다. 따라서 사업체 및 종사자의 수치상으로도 보아도 소상공인은 국가 경제에 있어 중요한 축을 차지하고 있음을 알 수 있다. 우리나라 소상공인의 특성은 산업의 발전과 함께 다양한 형태로 나타나고 있지만, 본질적으로는 단순히 근로자의 수보다도 소규모 기업 특성으로 인하여 근로자나 경영자 모두 단일 기능에 집중하기 보다는 생산, 기술개발, 마케팅 등 동시에 다양한 기능을 수행한다는 데 있다. 소상공인은 창업 초기에는 소자본을 투입하고 사업을

영위하기 때문에 소규모로 출발하여 사업체의 규모를 확장하기 전까지는 계속 소상공인으로 남아 있을 수 있으나, 향후 중견기업 및 대기업이 될 수 있는 기업이기도 하다. 초기 단계에는 대기업 및 중견기업으로부터 하청을 받아 부품을 생산 및 조립하거나 생산품의 도소매를 담당하는 등 우리나라 전체 경제시스템에서 하부구조를 형성하고 있다.

Chinn & Fairlie(2010)은 창업가의 개인적 특성이 창업의 성격 및 환경, 그리고 창업 후 기업의 사업수행과정에 큰 영향을 준다고 한 바 있다. 본 연구에서는 선행연구를 기초로 개인성향 가운데 자율지향성, 성취욕구의 2가지 요인을 선택하여 소상공인의 개인성향에 대해 평가하고 경영성과와의 관계를 분석하였고 소상공인의 경영성과에 미치는 영향 요인으로서 최근 외부환경의 급변에 따라 소상공인의 시장 환경특성이 중요하게 대두되고 있으므로 조직을 둘러싼 환경 중 특히 인지된 주관적 환경 측면에서 살펴보고자 한다. 기존의 소상공인 창업은 생계지속을 위한 단기간의 창업, 자신의 역량이나 능력을 고려하지 않은 창업, 정보 부족으로 인해 철저한 준비 없이 창업한 경우가 많아 폐업률이 높은 문제점을 안고 있었다. 교육지원서비스와 경영성과간의 관계에 대해 소상공

* 주저자, 호서대학교 벤처대학원 정보경영학과 박사과정, crownhsj@nate.com

** 교신저자, 호서대학교 벤처대학원 정보경영학과 교수, cmheo@hoseo.edu

· 투고일: 2019-07-19 · 수정일: 2019-10-10 · 게재확정일: 2019-10-23

인진흥원의 보고 결과에 따르면 정부 차원의 창업 준비자 및 소상공인 대상 교육은 매출을 증가시키는 원천으로 작용하고 있으며 경영성과에 긍정적인 영향을 미치고 나아가 폐업자를 최소화하는 등의 효과가 있는 것으로 나타났다. 본 연구의 목적은 소상공인의 경영성과에 미치는 요인에 대한 연구는 그간 진행되어 왔으나 소상공인을 대상으로 한 경영교육이 개인성향 및 시장 환경특성과 경영성과 간 영향관계에 대한 조절역할에 대한 분석 연구는 미비한 현실로 본 연구를 통한 검증제시가 필요하다고 판단하였다.

II. 관련 선행연구

2.1 소상공인

소상공인은 중소기업의 범주에 속해 있으면서도 중소기업과 소기업과는 구분되는 특징을 지닌 집단으로, 2000년 개정된 「소기업 및 소상공인 지원을 위한 특별조치법」에 따르면, 소상공인이란 소기업 중 제조업, 건설업, 운수업 등은 상시 근로자 기준으로 10인 미만인 사업자를 말하며 도소매, 서비스업 등은 상시 근로자 5인 미만인 사업자를 말한다(상시 근로자는 근로소득이 신고 되는 사업자들을 의미).

2019년 e-나라지표에 따르면 우리나라의 소상공인 사업체수는 약 318만 개로 총사업체 중 85.3% 비중을 차지하고 있다(2017년 기준). IMF 이후 조기퇴직 및 기업도산 등으로 인한 실업자 양산으로 생계형 창업이 급증하였으며, 2010년 이후 매년 연 평균 20% 이상 증가한 것으로 나타나고 있다. 소상공인 종사자수는 2017년말 636만 5천명으로 총 종사자수 중 36.8%의 비중을 차지하고 있다. 사업체 및 종사자의 수치상으로만 보아도 소상공인은 국가 경제에 있어 중요한 축을 차지하고 있음을 알 수 있다.

박준석(2013)은 우리나라 소상공인의 특성에 대해 다음과 같이 분석하였다. 소상공인은 소규모의 자본을 투자한 소규모 사업장의 소유자인 동시에 경영자이기도 하다. 따라서 소유와 경영이 동일한 개인기업 형태를 취하는 경우가 대부분이다. 또한 주로 1인 내지 소규모로 운영되는 개인사업체 및 자영업을 대상으로 하기 때문에 매우 영세하다. 그러나 사업체 수나 종사자 수의 비중을 고려할 때 국가 경제적으로나 사회적으로 그 파급효과가 커서 국민 상당수의 경제적, 사회적 안정과 밀접한 연관이 있다 할 수 있다. 소상공인은 일반적으로 소규모의 자금으로 창업을 한다는 특징을 가진다. 이때 창업자금의 조달은 외부자금 이용 의존도가 높은 것으로 나타난다. 그 외에도 참여업종의 폭이 넓고 다양하다는 특징이 있다.

한편 소상공인의 경제적 기능과 중요성에 대해 박준석(2013)은 다음과 같이 정리하였다. 첫째, 소상공인은 새로운 고용기회를 많이 창출하고 안정된 노동시장 형성에 기여한다. 둘째, 소상공인은 경제기반을 조성하고 국가 경제 발전에 기여한다.

대기업, 중소기업과 함께 국가경제시스템을 구성하고 있는 가운데 생산과 분배 기능상에 필수적인 역할을 담당하고 있다. 셋째, 소상공인의 자유로운 창업과 경영활동은 시장경제체제의 기반이 되는 경쟁을 촉진시키는 역할을 한다. 넷째, 중소기업과 대기업의 모태로서 기업 생명주기의 연장과 기업규모 확대현상에 있어 근원으로서의 역할을 하고 있다. 다섯째, 소속된 지역사회의 주요 구성원으로서 지역발전에 중요한 역할을 담당한다. 여섯째, 실직자들의 창업, 재취업 등의 기회를 제공하여 사회 문제의 개선에도 기여하는 측면이 있다. 일곱째, 소상공인은 경제시스템 내 창의성을 촉진하여 산업 변화를 이끄는 기능도 담당하고 있다. 여덟째, 소규모로 생산과 분배를 실현할 수 있다는 장점을 기반으로 현대사회의 다양한 소비자 욕구를 충족시키는데 효과적이다.

2.2 개인성향

기업의 경영성과에 영향을 미치는 다양하고 복잡한 요인 중에는 대표적으로 경영자의 개인성향을 들 수 있으며 이에 대한 연구는 많은 학자들에 의해 수행되어 왔다. Chinn & Fairlie(2010)은 창업가의 개인적 특성이 창업의 성격 및 환경, 그리고 창업 후 기업의 사업수행과정에 큰 영향을 준다고 한 바 있다. 본 연구에서는 선행연구를 기초로 개인성향 가운데 자율지향성, 성취욕구의 2가지 요인을 선택하여 소상공인의 개인성향에 대해 평가하고 경영성과와의 관계를 분석하였다.

자율지향성이란 Schein(1990)이 제시한 경력지향성의 5가지 유형 중 하나로서, 자율지향성이 높은 사람은 조직의 규정이나 상사의 통제·간섭으로부터 벗어나 자기가 원하는 방식으로 하고자 하는 욕구가 크고, 자신이 사업장을 구성해 자유와 자율을 통해 수행하려는 의지를 가지고 있다고 하였다. 이는 소상공인의 특성상 자율지향성이 강한 사업주일수록 조직에서 정한 규칙보다는 스스로 선택하고 결정하는 방식을 선호하며 자신이 조직을 구축하여 사업체를 경영하는 성향이 강하므로 경영성과에 긍정적 영향을 미칠 것으로 볼 수 있다.

윤방섭(2004)은 자율지향성이 강한 사람은 창업의지 또한 높다고 주장하였으며, 남인현(2011)은 자율지향성 수준이 높을수록 조직을 벗어나 창업이라는 선택을 하려는 경향이 강하다고 하였다. 이러한 논의를 종합해 보았을 때, 소상공인의 경영성과 역시 한 개인이 스스로 계획하고 결정하여 경영활동을 한 결과라는 점에서 자율지향성과 소상공인의 경영성과 간에 영향 관계가 있을 것이라고 유추할 수 있다.

성취욕구는 자신에게 주어진 어려운 일을 잘 해내고자 하는 심리상태나 남보다 더 잘 하고자 하는 욕구로 심리학자인 Murray(1938)에 의해 처음 제시된 개념이다.

이후 McClelland(1962)와 Cassidy & Lynn(1989) 등에 의해 성취욕구에 대한 연구가 체계화 되었다.

Amyx & Alford(2005)는 영업사원의 성취욕구가 핵심 성과에 갖는 영향에 관해 연구한 결과, 영업사원의 성취욕구는 높은

성과를 이끌어내는 것으로 나타났다. 정연우·반성식(2008)은 성취욕구가 높은 사람은 스스로 도전적인 목표를 설정하고 거기에 합당한 수준으로 매진하여 향상된 성과를 달성하기 위해 계속 노력한다고 하였다. 박종우(2011)는 벤처기업의 CEO 특성, 환경특성, 기업역량이 기업성과에 미치는 영향에 대해 연구하였는데, CEO 특성 중 성취욕구는 경영성과에 정(+)의 영향을 미치는 것으로 나타났다. 고환상·서재현(2012)은 성취욕구가 높을수록 문제해결에 적극적이며 목표달성을 위해 열정적으로 노력하는 성향이 있어서 일에 대한 몰입을 보여준다고 하였다. 또한 성취욕구는 목표달성에 있어 유의미한 관계를 갖으며, 높은 성취욕구는 직무확대에 대해 긍정적인 측면을 갖는다(남정민 외, 2012).

이상의 내용을 종합할 때 자율지향성, 성취욕구가 높은 개인성향을 가진 소상공인은 자신의 경영체를 운영함에 있어 스스로 목표를 수립하고 의욕을 가지고 빠르고 효과적인 의사결정으로 환경변화에 대응하고자 노력할 것이며 이는 경영성과에 긍정적인 요인으로 작용할 것으로 추론할 수 있다. 따라서 소상공인의 개인성향을 경영성과에 영향을 미치는 독립변수로 채택하였다.

2.3 시장 환경특성

조직은 조직을 둘러싼 환경과의 상호작용 속에서 생존하고 성장한다. Duncan(1972)은 환경이란 조직 외부의 모든 물리적·사회적 존재들을 포함한다고 하였고, Darf(1987)는 환경을 조직의 외부 경계에 존재하면서 조직과 직간접적으로 관련을 가지고 있는 모든 요소들의 집합이라고 정의하였다.

진재성(2013)은 환경은 조직의 목적을 달성하기 위해 필요한 투입물을 제공해주고 조직으로부터 생산되는 산출물을 소비해주는 핵심적인 요인이라고 하였다. 김명희(2012)는 기업을 하나의 시스템으로 이해한다면 경영환경이란 기업경영 시스템의 외부에 존재하는 여건이나 상황을 의미한다고 하였다. 이상을 종합해 볼 때, 시장 환경이란 기업 활동과 직·간접적으로 관련을 맺고 있는 기업외부의 상황을 의미하며, 그 중 기업 활동에 미치는 영향력을 가진 상황요인으로 개념을 정리할 수 있다.

본 연구에서는 소상공인의 경영성과에 미치는 영향 요인으로서 최근 외부환경의 급변에 따라 소상공인의 시장 환경특성이 중요하게 대두되고 있으므로 조직을 둘러싼 환경에 대한 인지된 주관적 환경 측면에서 살펴보고자 한다.

인식적 차원에서 시장 환경의 특성은 환경의 불확실성과 밀접한 관계를 갖는다. Miller & Friesen(1978)은 환경특성의 주관적 접근법으로 복잡성, 동태성, 풍부성을 제시하였다. King & Sabherwal(1992)은 시장 환경의 불확실성에 대해 역동성(Dynamism), 적의성(Hostility), 이질성(Heterogeneity)으로 나누어 그 특성을 연구하였는데, 환경의 역동성은 산업 시장의 변화, 혁신을 뜻하며, 환경의 적의성은 경쟁사의 다면성과 경쟁

의 밀도 등을 말하며, 환경의 이질성은 생산의 다양성과 시장 지향성을 요구하는 기업에 대한 시장에 있어서의 변동 등을 의미한다고 하였다.

선행연구를 살펴보면 김용규(2001)가 북미시장에 진출한 한국기업의 현지화 전략에서 시장지향성이 기업성과에 미치는 효과에 대한 연구에서 시장 환경요소로 시장변동성, 기술변동성, 경쟁강도, 시장성장성의 네 가지 하위요인을 설정하여 분석하였다. 진재성(2013)은 기업의 환경특성과 시장지향성이 경영성과에 미치는 영향에 관한 실증 연구에서 시장 환경특성의 구성 요인을 시장변동성, 시장매력도, 경쟁강도의 세 가지 요인으로 구분하여 제시하였다.

본 연구에서는 선행연구들에서 다루어진 시장 환경특성의 요인들 중 ‘시장매력도’, ‘경쟁강도’를 시장 환경특성의 구성요인으로 채택하여 소상공인의 경영성과에 미치는 영향 관계를 밝히고자 하며 각각의 정의는 다음과 같다.

시장매력도란 해당 시장의 성장률, 사업기회와 시장규모의 적정성으로 정의할 수 있다(진재성, 2013).

경쟁강도는 외부 환경의 불확실성을 구성하는 요소 중 하나로 시장 내에서 경쟁이 얼마나 치열한지의 정도를 의미하며(Robbins & Coulter, 2002), 해당 시장의 가격경쟁 정도, 경쟁의 치열성, 새로운 경쟁기업의 발생 정도, 해당 시장의 성장률, 사업기회와 시장규모의 적정성으로 정의되기도 하였다(진재성, 2013).

2.4 경영교육

기존의 소상공인 창업은 생계지속을 위한 단기간의 창업, 자신의 역량이나 능력을 고려하지 않은 창업, 정보 부족으로 인해 철저한 준비 없이 창업한 경우가 많아 폐업률이 높은 문제점을 안고 있었다. 이에 이와 같은 시행착오를 최소화하기 위해 중소벤처기업부에서는 다양한 교육지원정책을 마련하여 추진해왔다. 중소벤처기업부 산하 소상공인시장진흥공단은 소상공인들의 경쟁력 강화와 경영성과 제고를 위한 경영교육을 실시하고 있는데, 사업자등록증을 가진 소상공인 사업자라면 누구나 경영에 필요한 전문기술교육을 받을 수 있는 국비지원 교육프로그램이다(소상공인시장진흥공단, 2019). 일반적인 예비 및 기존 소상공인은 물론, 민간교육기관에서 교육수강이 어려운 재소자, 북한이탈주민, 다문화가정 등 소외계층을 포함하여 창업을 준비하는 소상공인을 위한 창업교육, 경영개선교육, e-러닝교육 등을 운영하고 있다.

소상공인을 위한 주요 경영교육 지원사업 현황을 살펴보면 다음과 같다(소상공인시장진흥공단, 2019). ‘신사업창업사관학교’는 국내외의 다양한 신사업 아이디어를 발굴 및 보급하고 성장가능성이 높은 유망 아이템 중심의 예비창업자를 선발하여 이론교육, 점포체험, 멘토링, 창업자금 등을 패키지로 지원한다.

‘소상공인 재창업 패키지’는 특화형 또는 비생계 업종으로

재창업 또는 업종전환하려는 소상공인에게 전문교육 및 멘토링을 지원하여 성공적인 재창업을 지원하고 있다.

‘경영학교’는 경영환경 변화에 대처하고 경영능력을 갖춘 경쟁력을 높일 수 있도록 전문기술교육, 경영개선교육, 전용교육장 교육 등을 제공하고 있다. 또한 생업에 바쁜 소상공인이거나 예비창업자들이 점포경영 및 창업에 필요한 다양한 지식을 습득할 수 있도록 지원하는 인터넷 무료 서비스인 ‘e-러닝’을 실시하고 있으며, ‘소상공인 전용교육장’에서는 정기적 교육참여가 어려운 직장인, 소상공인 및 소외계층을 위한 직접교육을 운영하며 소상공인의 교육, 회의 및 각종 행사를 위해 기자재를 갖춘 전용교육장을 무료지원하고 있다. 그 외에도 ‘상인대학’에서는 경영기법, 마케팅, 고객대응능력을 배양하고, 의식혁신을 통해 경쟁력 있는 선진상인 육성을 지원하고, ‘맞춤형교육’에서는 시장특성, 업종, 상인수준에 맞는 맞춤형 교육을 제공하여 유통환경 변화의 이해와 친절 등 기초지식 함양뿐만 아니라 기술습득, 전문성 강화 등을 제공하고 있으며 해외 우수시장 및 점포를 찾아가 현장체험을 통해 시장 및 상권활성화에 필요한 지식과 기법을 체득하는 ‘선진시장탐방 사업’을 제공하고 있다.

소상공인 경영교육의 필요성 및 경영성과와의 관계에 대한 선행연구를 살펴보면 다음과 같다. 반성식 외(2009)는 창업보육센터의 지원과 창업기업의 성과에 대한 연구를 실시하였는데, 연구 결과 창업보육센터의 인프라 및 교육 지원은 창업기업의 경영성과에 정(+)의 영향을 미치는 것으로 나타났다. 금재호 외(2009)는 자영업주에 대한 심층적인 직업안정 서비스 제공과 직업교육 및 훈련, 컨설팅 등의 대상을 자영업주, 특히 영세한 자영업주까지 확대할 필요성을 제기하였다.

김순태(2013)는 정부의 지원정책과 기업 경영성과간의 관계에서 자금지원, 교육지원, 컨설팅지원 등이 경영성과에 영향을 미치는 것으로 나타난다고 하였다. 교육지원서비스와 경영성과간의 관계에 대해 소상공인진흥원의 보고 결과에 따르면 정부 차원의 창업 준비자 및 소상공인 대상 교육은 매출을 증가시키는 원천으로 작용하고 있으며 경영성과에 긍정적인 영향을 미치고 나아가 폐업자를 최소화하는 등의 효과가 있는 것으로 나타났다. 한편 교육지원이 창업의지에 미치는 조절효과에 대한 선행연구는 다양하게 진행되었으나 경영성과에 미치는 조절효과에 대한 연구는 많지 않은 것으로 확인되고 있다. 조준희·김철중(2012)의 소규모 부동산중개업 경영인 대상 연구에서는 창업가특성과 경영성과 간에 창업교육이 조절효과를 미치는 것으로 나타났다. 윤성임(2018)은 SNS특성이 SNS활용과 경영성과에 미치는 영향에 관한 연구에서 소상공인 SNS교육의 조절 역할에 대해 실증한 바 있다. 이처럼 소상공인에 대한 교육지원은 경영성과에 긍정적 영향을 미치는 것으로 확인되고 있다.

그러나 이러한 연구결과에도 불구하고 실제 소상공인의 경영교육 만족도는 높지 않은 수준으로 확인되고 있다. 정갑수 외(2016)는 소상공인 272명을 대상으로 자금지원, 교육지원, 컨설팅지원으로 나누어 지원제도의 만족도를 조사 후 분석하

였다. 분석 결과 자금지원 만족도가 5점 만점에 평균 4.43, 컨설팅지원 만족도가 4.40으로 나타난 반면 교육지원 만족도는 3.94로 큰 차이를 보였다. 특히 ‘경영개선에 대한 교육효과’, ‘심화된 교육내용’ 항목이 3.73, 3.83으로 낮게 평가되었다. 이는 곧 소상공인 대상 경영교육이 경영성과에 미치는 중요성에도 불구하고 실제 현장에서는 실효성 및 만족도가 낮게 인식되어 어떤 내용을 중점적으로 개선이 필요한지 실증연구가 필요함을 의미하여 본 연구의 필요성을 확인할 수 있었다.

이상의 선행연구에서 볼 수 있듯이 경영교육은 기업성과에 유의한 영향을 미치는 요인으로 확인되고 있으며, 특히 소상공인과 같이 치열한 경쟁환경 속에 있는 영세한 규모의 기업에게는 경쟁력 확보를 위해 그 중요성이 매우 크다고 할 수 있다.

2.5 경영성과

기업의 경영성과는 어느 한 가지 요인에 의해 결정되기 보다는 시장환경, 내부환경, 전략, 조직 등 다양한 요인들이 복합적으로 작용하여 나타나는 결과이다(이동석·정락채, 2010). 따라서 경영성과에 대한 정의 또한 다양한 관점과 방법에 의해 접근되고 있다. 경영성과는 조직의 목표달성도, 필요로 하는 자원획득을 위한 환경 개척능력, 변화하는 환경에 대한 적응능력, 인적자원개발과 구성원의 욕구를 충족시킬 수 있는 조직관리능력, 기업의 생산성 또는 수익성 등으로 다양하게 정의되고 있다(김의근 외, 2007).

경영성과의 측정 또한 정의의 다양성만큼이나 다양한 지표와 측정방법에 의해 이루어지고 있는데, 이는 크게 주관적 지표와 객관적 지표 또는 재무적 지표와 비재무적 지표로 나눌 수 있다. 일반적으로 객관적 지표 또는 재무적 지표는 매출증가율, 수익, ROI나 ROA와 같이 수치화되는 지표를 말하는 반면, 주관적 지표 또는 비재무적 지표는 고객만족도, 직원만족도 등과 같이 응답자에 따라 달라질 수 있다(류은상, 2015).

재무적 성과지표와 비재무적 성과지표 모두 의미가 있고 각기 다른 중요성을 지닌다. 과거에는 기업성과 측정지표에 대해 수익성이나 성장성과 같은 재무적 성과를 중심으로 하여 주관적 성과나 비재무적 성과는 반영하지 않은 경우가 대다수였으나, 최근의 연구에서는 원가 대비 품질, 유연성, 신뢰성 등의 비재무적 성과지표를 경영성과의 변수로서 중요하게 다루고 있다. 주관적 성과는 연구목적에 따라 경영성과를 보다 다양하게 측정할 수 있을 뿐만 아니라 객관적 성과 또는 재무적 성과를 보완할 수 있어 최근 들어 많이 활용되고 있다(류은상, 2015).

소상공인 경영성과에 관한 과거 연구를 살펴보면 경영성과의 측정지표로서 매출액과 수익성을 주로 사용하였음을 볼 수 있다. 이상석(2006)은 여성기업의 성공요인과 성과간의 관계에 대한 연구에서 매출액 증가율과 순이익 증가율을 재무성과 평가지표로 사용하였다.

류만희(2006)는 소액 창업지원 사업실패에 관한 연구에서 경영성과 지표로 월 매출과 월 순이익을 사용하였다. 이윤원(2009)은 소상공인의 전략적 지향이 기업성파에 미치는 영향에 관한 연구에서 매출 증가율, 영업이익 증가율, 투자수익률을 사용하여 소상공인의 기업성파를 측정하였다.

그러나 소상공인 경영성과의 측정은 소상공인 사업자의 특성을 반영하고 단순히 매출 및 수익 등의 지표 측정으로 인한 획일적 평가를 지양하기 위해 다양한 성과지표를 활용한 측정이 필요하다. 정영순(2008)은 소상공인 경영성과와 관련하여 소상공인 특성을 성과측정에 반영하고 단일지표에 의한 오류를 줄이기 위해 다양한 성과지표에 의한 종합적인 경영성과를 측정할 것을 제안하였다. 김순태(2013)는 소상공인의 특성과 경영성과와의 관계분석 및 정부지원정책의 사업전략과 경영성과간의 관계에 대한 연구를 실시하였는데, 소상공인의 특성과 사업전략은 경영성과에 영향을 미치는 것으로 나타났다. 조정문(2017)은 소상공인 경영교육에 따른 상생협력 및 역량이 경영성과에 미치는 영향에 대한 연구에서, 소상공인의 경영성과를 월 매출액 증가율, 순이익증가율, 투자수익률의 증가와 판로개척 증가, 부가가치 증가, 혁신제품개발, 기술사업화, 원천기술 확보를 변수로 하여 종합적인 소상공인 경영성과 측정에 사용하였다.

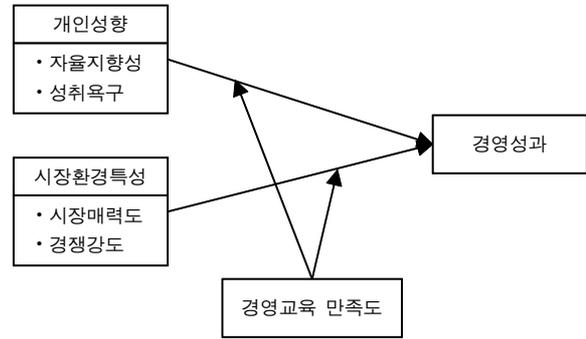
본 연구에서는 소상공인의 경영성과를 종속변수로 하여 매출, 수익성 등의 재무적 성과와 고객만족도, 기존 고객 유지율, 신규고객창출 등의 비재무적 성과로 구성된 평가지표에 대해 지각된 성과를 측정하고자 한다.

III. 연구방법

3.1 연구모형 및 가설

본 연구에서는 선행연구 결과를 바탕으로 연구모형과 가설을 도출하였다. 소상공인의 경영성과에 영향을 미치는 요인에 대한 연구는 진행되어 왔으나 소상공인을 대상으로 한 경영교육이 개인성향 및 시장 환경특성과 경영성과 간 영향관계에 대한 조절역할에 대한 분석 연구는 미미한 현실로 본 연구를 통한 검증제시가 필요하다고 판단하였다. 이러한 검증을 위하여 선행연구 고찰을 통해 독립변수로 소상공인의 개인성향과 시장 환경특성을 각각 설정하였다.

변수의 측정을 위하여 개인성향은 자율지향성, 성취욕구의 2가지 요인으로 구성하였고, 시장 환경특성은 시장매력도, 경쟁강도의 2가지 요인으로 구성하였다. 조절변수로는 경영교육 만족도를, 종속변수로는 경영성과를 설정하였다.



<그림 1> 연구모형

<그림 1>의 연구모형을 기반으로 연구 가설을 도출하고, 소상공인의 개인성향과 시장 환경특성이 경영교육의 조절효과를 통해 경영성과에 미치는 영향에 대한 검증을 수행하였다.

가설 1: 개인성향은 경영성과에 영향을 미칠 것이다.

- 1-1: 개인성향의 자율지향성은 경영성과에 정(+)의 영향을 미칠 것이다
- 1-2: 개인성향의 성취욕구는 경영성과에 정(+)의 영향을 미칠 것이다

가설 2: 시장환경특성은 경영성과에 영향을 미칠 것이다.

- 2-1: 시장환경특성의 시장매력도는 경영성과에 정(+)의 영향을 미칠 것이다
- 2-2: 시장환경특성의 경쟁강도는 경영성과에 부(-)의 영향을 미칠 것이다

가설 3: 경영교육은 소상공인의 개인성향과 경영성과간의 영향관계를 조절할 것이다.

- 3-1: 경영교육은 소상공인의 자율지향성과 경영성과간의 영향관계를 조절할 것이다.
- 3-2: 경영교육은 소상공인의 성취욕구와 경영성과간의 영향관계를 조절할 것이다.

가설 4: 경영교육은 소상공인의 시장 환경특성과 경영성과간의 영향관계를 조절할 것이다.

- 4-1: 경영교육은 소상공인의 시장매력도와 경영성과간의 영향관계를 조절할 것이다.
- 4-2: 경영교육은 소상공인의 경쟁강도와 경영성과간의 영향관계를 조절할 것이다.

3.2 변수의 조작적 정의

3.2.1 개인성향

본 연구에서는 개인성향을 사업의 운영과정에 영향을 미치는 사업가의 개인적 특성으로 정의하였으며, 구성요인은 각각, 자율지향성은 조직의 규정이나 상사의 통제로부터 벗어나 원하는 방식으로 수행하려는 욕구의 정도로, 성취욕구는 자신

에게 주어진 어려운 일을 남보다 더 잘 하고자 하며 목표한 성과를 달성하고자 하는 의지의 정도로 정의하였다. 개인성향의 측정을 위하여 설문항목은 박성진(2012)의 설문문항을 참조하여 본 연구의 목적에 맞게 재구성하였으며, 자율지향성 5 문항, 성취욕구 5문항의 총 10문항으로 구성하여 모두 Likert 5점 척도를 사용하여 측정하였다.

3.2.2 시장 환경특성

본 연구에서는 시장 환경특성을 기업 활동과 직·간접적으로 관련을 맺고 있는 기업외부의 상황으로 그 중 기업 활동에 미치는 영향력을 가진 상황요인으로 정의하였으며, 구성요인은 각각, 시장매력도는 해당 시장의 성장률, 사업기회와 시장규모의 적정성으로, 경쟁강도는 해당 시장의 가격경쟁 정도, 경쟁의 치열성, 새로운 경쟁기업의 발생 정도로 정의하였다. 시장 환경특성의 측정을 위하여 설문항목은 진재성(2013)의 설문문항을 참조하여 본 연구의 목적에 맞게 재구성하였으며, 시장매력도 5문항, 경쟁강도 5문항의 총 10문항으로 구성하여 모두 Likert 5점 척도를 사용하여 측정하였다.

3.2.3 경영교육

본 연구에서는 소상공인들의 경쟁력 강화와 경영성과 제고를 위해 정부가 실시하는 교육프로그램을 경영교육으로 정의하고, 이를 경험하고 느끼는 만족도 수준으로 평가하였다. 측정항목은 박성진(2012)이 사용한 측정항목을 참고하여 본 연구의 목적에 맞게 재구성하였으며, 총 5문항을 Likert 5점 척도를 사용하여 측정하였다.

3.2.4 경영성과

본 연구에서는 경영성과에 대해 재무적 성과와 비재무적 성과로 나누어 측정하였으며, 재무적 성과로 매출과 수익성을, 비재무적 성과로 고객만족도, 고객유지율, 신규고객 창출 정도를 경영성과의 조작적 정의로 하여 평가하였다. 측정항목은 노유진(2017)이 사용한 측정항목을 참고하여 본 연구의 목적에 맞게 재구성하였으며, 총 5문항을 Likert 5점 척도를 사용하여 측정하였다.

3.3 자료수집 및 분석방법

설문조사는 2018년 12월 1일 ~ 2019년 2월 28일까지 90일 동안 설문지를 통해 서울, 경기도 등에 거주하고 있는 소상공인을 대상으로 실시하였다. 불성실 응답 및 무응답치를 제외한 최종 368부를 spss 21.0 통계 프로그램을 이용하여, 본 연구가설 검증하였다. 먼저 연구변인을 구성하는 타당한 측정항목을 추출하기 위하여 요인분석을 실시한 후, 신뢰도를 확인하였다. 구성된 연구변인간의 기술통계 및 상관관계 분석을 실시하였다. 연구가설을 검증하기 위하여 위계적 회귀분석을 실시하였다. 이 때, 조절변인(경영교육만족도)과 개인성향과

시장환경특성을 각각 곱한 상호작용항을 생성하여 조절효과를 확인하였다. 이 때, 변인 간의 다중공선성 발생을 다루기 위하여 평균중심화(mean-centering)를 실시한 후 최종 분석에 투입하였다. 마지막으로, 조절변인인 경영교육만족도의 정도에 따라 유도된 각 회귀선의 통계적 유의성을 확인하기 위하여 단순기울기검증(simple slope test)을 실시하여, 경영교육만족도의 정도에 따른 개인성향과 시장환경특성이 경영성과에 어떠한 영향을 미치는 구체적으로 살펴보았다.

IV. 분석 결과

4.1 표본의 인구통계학적 특성

모든 설문 문항에 응답한 368명의 기본 특성은 다음과 같다. 설문조사 대상자의 응답자 특성을 분석한 결과 남자가 48.6%(179명), 여자가 51.4%(189명)이며, 연령대는 20대 12.5%, 30대 37.0%, 40대 27.4%, 50대 21.7%, 60대 이상은 1.4%로 나타났다. 결혼 상태는 기혼 64.4%, 미혼 33.7%, 기타 형태 1.9%로 나타났으며, 학력은 고등학교 졸업 이하 27.7%, 전문대 졸업 6.0%, 대학교 졸업 54.1%, 대학원 졸업 12.2%로 나타났다. 본 연구에 참여한 소상공인의 사업 관련 정보를 살펴보면 총 사업기간은 5년 미만 25.8%, 5년-10년은 17.7%, 10년-15년 21.2%, 15년-20년 16.6%, 20년-25년 14.1%, 25년-30년 4.6%로 나타났으며, 업종분포는 음식업 5.4%, 제조업 19.3%, 서비스업 20.4%, 도/소매업 48.9%, 전자상거래 2.7%, 기타 3.3%이었으며 월평균매출은 2천만원 미만 21.7%, 2천-4천만원 35.3%, 4천-6천만원 26.6%, 6천-8천만원 5.7%, 8천-1억원 5.2%, 1억원 이상 5.4%인 것으로 나타났다.

4.2 타당성 및 신뢰도 분석

본 연구모형을 구성하고 있는 다양한 연구변수들의 타당성과 신뢰성 검증을 위해 요인분석과 신뢰도분석을 실시하였다. 요인추출방법은 주성분분석, 요인 회전방식은 요인행렬의 열의 분산의 합계를 최대화함으로써 단순화 시키는 방식인 직교회전방식(varimax)을 이용하였다. 고유값(eigen value)이 1.0 이상인 요인의 수를 추출하였다. 고유값은 1.0이상, 요인적재량 및 공통성은 0.4이상, 누적분산은 60%이상, 신뢰도값은 0.6 이상을 만족하였다(Hair et al., 2010). 신뢰도 계수인 Cronbach's α 값은 일반적으로 최소 0.6 이어야 하며, 연구변수들의 Cronbach's Alpha 계수는 모두 .70 이상으로 신뢰도가 높다고 할 수 있다.

<표 1>의 결과를 보면 6개의 연구변수에 대해 총 28개의 측정항목이 사용되었는데 타당성을 저해하는 요인인 자율지향성4번을 제외하고 모든 측정 항목이 타당성을 가지는 것으로 나타났다. KMO(표준형성 적절성의 Kaiser-Meyer-Olkin)값은 .856로 나타났고, Bartlett 구형성 검정에서 근사카이제곱

4915.998, 자유도 351, 유의확률 .000로 나타나 요인분석에서 변수가 적합하다고 할 수 있다. 요인적재량은 0.582-0.874, 공통성은 0.534-0.849, 누적분산은 68.480%으로 나타났다.

<표 1> 연구변인의 타당성 및 신뢰도 분석

연구변수	측정문항	요인 적재량	공통성	고유값	신뢰도 (Cronbach's α)		
개인성향	자율지향성	자율지향성1	.793	.728	7.560	.750	
		자율지향성2	.821	.753			
		자율지향성3	.716	.569			
	성취욕구	성취욕구1	.715	.637	8.536		.748
		성취욕구2	.742	.662			
		성취욕구3	.701	.561			
시장환경특성	시장매력도	시장매력도1	.804	.780	15.137	.901	
		시장매력도2	.812	.759			
		시장매력도3	.809	.721			
		시장매력도4	.763	.651			
		시장매력도5	.819	.724			
	경쟁강도	경쟁강도1	.728	.557	10.356	.793	
		경쟁강도2	.785	.655			
		경쟁강도3	.582	.542			
		경쟁강도4	.722	.603			
		경쟁강도5	.712	.534			
경영교육만족	경영교육1	.682	.684	12.000	.867		
	경영교육2	.741	.717				
	경영교육3	.708	.608				
	경영교육4	.855	.778				
	경영교육5	.837	.777				
경영성과	경영성과1	.874	.849	14.891	.815		
	경영성과2	.861	.844				
	경영성과3	.750	.694				
	경영성과4	.836	.761				
	경영성과5	.756	.738				
Kaiser-Meyer-Olkin (KMO)		.856					
Bartlett 구형성 검증		4915.998(.000)					

4.3 기술통계 및 상관관계 분석 결과

연구변수들의 평균과 표준편차의 기술통계와 변인간의 관계는 <표 2>와 같다. 개인성향의 두 가지 연구변인 중 성취욕구와 시장환경특성 중 시장매력도는 경영성과와 각각 유의한 정(+)의 상관관계를 보였다. 개인성향의 자율지향성은 경영성과와 부(-)의 상관관계를 보였지만 통계적으로 유의하지 않았다. 시장환경특성의 경쟁강도는 경영성과와 정(+)의 상관관계를 보였으나, 통계적으로 유의하지 않았다.

개인성향의 자율지향성은 경영교육만족과 정(+)의 상관관계를 보였으나, 통계적으로 유의하지 않았다. 시장환경특성의

두 가지 변인 시장매력도와 경쟁강도는 모두 경영교육만족도와 정(+)의 관계를 보였으나, 시장매력도만이 유의한 정도로 나타났다. 경영교육만족도와 경영성과는 유의한 정(+)의 상관관계를 보였다.

<표 2> 연구변수의 기술통계 및 상관관계 분석 (N=368)

	평균	표준편차	1	2	3	4	5	6
1. 개인성향_자율지향성	3.862	.627	1					
2. 개인성향_성취욕구	3.986	.555	.355**	1				
3. 시장환경특성_시장매력도	3.491	.801	.268**	.233**	1			
4. 시장환경특성_경쟁강도	3.927	.604	.366**	.375**	.300**	1		
5. 경영교육만족	3.208	.621	.073	.184**	.393**	.065	1	
6. 경영성과	2.974	.635	-.034	.167**	.391**	.078	.430**	1

** 상관계수는 .001 수준에서 유의함

4.4 실증분석 결과

본 연구에서 상정한 네 가지의 독립변인(개인성향: 자율지향성, 성취욕구; 시장환경특성: 시장매력도, 경쟁강도)들이 경영성과에 미치는 경영교육만족도의 조절효과를 검증하기 위하여 위계적 회귀분석을 실시하였다.

위계적 회귀분석의 1단계에서는 소상공인 개인특성의 하위변수인 자율지향성, 성취욕구, 시장환경특성인 시장매력도, 경쟁강도를 독립변수로, 경영교육만족도를 조절변수로, 경영성과를 종속변수로 하는 회귀분석을 실시하였다.

먼저 종속변수에 독립변수들이 미치는 영향을 검증하였다. <표 3>에 결과가 제시되어있다.

자율지향성($B=-.219, p=.002<.01$)이 경영성과에 유의미한 영향을 미치는 것으로 나타났다. 반면에 성취욕구($B=-.003, p=.964>.05$)는 경영성과에 부(-)의 영향을 미치는 것으로 나타났다. 시장매력도($B=.075, p=.152>.05$), 경쟁강도($B=.001, p=.983>.05$)는 경영성과에 미치는 영향력은 비유의적으로 나타났다. 이는 자율지향성이 높을수록 경영성과는 감소하는 것을 의미한다.

표준화계수의 절대 값의 크기 비교를 통해 경영성과에 미치는 독립변수들의 상대적인 영향력크기를 살펴보았다. 표준화계수의 절대값의 크기는 자율지향성($\beta=-.174$), 시장매력도($\beta=.085$), 성취욕구($\beta=-.003$)의 순으로 나타났다. 경영성과에 미치는 변수들의 상대적인 영향력의 크기는 자율지향성이 가장 크고 그 다음이 시장매력도이고, 성취욕구 가장 작은 것으로 나타났다. 따라서 가설 1,2는 기각되었다.

<표 3> 종속변수에 독립변수들이 미치는 영향

	단계		
	B	β	t
상수	2.868		86.591***
개인성향(독립변수)			
MC자율지향성	-.219	-.174	-3.164**
MC성취욕구	-.003	-.003	-.045
시장환경특성(독립변수)			
MC시장매력도	.075	.085	1.435
MC경쟁강도	.001	.001	.021
R ²	.215, F(7,360)=14.097***		

*P<.05, **P<.01, ***P<.001

다음으로 개인성향과 시장환경특성 각 4개의 변인과 경영교육만족 그리고 두 변인의 상호작용항을 투입하고 종속변인에 경영성과를 투입하였다. 상호작용항 생성 시 다중공선성이 발생할 것을 고려하여 두 변인을 평균중심화(mean-centering)한 후, 이들의 곱으로 상호작용항을 생성하였다. 1단계에 평균중심화한 두 변인을 투입하고 2단계에서 평균중심화한 개인성향 및 시장환경특성과 경영교육만족을 곱한 상호작용항을 추가로 투입하여 위계적회귀분석을 실시하였으며, 그 결과는 <표 4> ~ <표 7> 과 같다.

첫째, 자율지향성은 경영성과에 통계적으로 유의한 영향을 미치지 않고, 경영교육만족도만이 경영성과에 유의한 정(+)의 영향($\beta=0.444, p<.001$)을 미쳤다. 2단계에서 평균중심화한 자율지향성과 경영교육만족도간의 상호작용항을 추가로 투입한 결과 경영교육만족이 경영성과에 대한 주효과는 여전히 유의하였으나, 상호작용항은 유의하지 않은 것으로 나타나($t=-.659, p>.05$), 가설 3-1은 기각되었다.

<표 4> 소상공인 개인성향: 자율지향성과 경영성과간 경영교육만족도의 조절효과

단계	모형	B	SE	β	t	R ²	ΔR^2	ΔF
1	(상수)	2.974	.030		99.545***	.189		42.636***
	자율지향성C	-.067	.048	-.066	-1.391			
	경영교육만족C	.444	.048	.435	9.206***			
2	(상수)	2.975	.030		99.278***	.190	.001	.434
	자율지향성C	-.065	.048	-.064	-1.348			
	경영교육만족C	.442	.048	.432	9.112***			
	자율지향성C X 경영교육만족C	-.048	.073	-.031	-.659			

*** p<.001

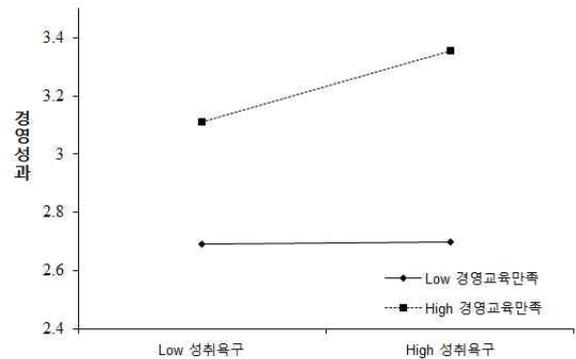
둘째, 성취욕구는 경영성과에 각각 통계적으로 유의한 정(+)의 영향을 미쳤다. 2단계에서 평균중심화한 성취욕구와 경영교육만족도간의 상호작용항을 추가로 투입한 결과 성취욕구와 경영교육만족은 경영성과에 유의한 정(+)의 영향을 미쳤으며, 상호작용항 역시 유의한 영향을 미치는 것으로 나타났다($\beta=.102, p<.05$). 경영교육만족도의 정도에 따른 성취욕구의 경영성과에 대한 구체적인 영향을 확인하기 위하여 <그림 2>

와 같이 나타내고 두 회귀선의 유의성을 확인하기 위하여, 단순기울기검증(simple slope test)을 실시하였다. 그 결과 높은 경영교육만족도를 보이는 집단(평균+1SD)만 성취욕구가 경영성과에 미치는 영향을 나타내는 회귀선이 유의한 것으로 나타났다($B=.2194, t=2.8761, p<.01$). 즉, 가설 3-2는 채택되었다.

<표 5> 소상공인 개인성향: 성취욕구와 경영성과간 경영교육만족도의 조절효과

단계	모형	B	SE	β	t	R ²	ΔR^2	ΔF
1	(상수)	2.974	.030		99.773**	.193		43.680**
	성취욕구C	.104	.055	.091	1.907			
	경영교육만족C	.422	.049	.413	8.645***			
2	(상수)	2.963	.030		98.493**	.203	.010	4.6365*
	성취욕구C	.113	.055	.099	2.066*			
	경영교육만족C	.434	.049	.425	8.869***			
	성취욕구C X 경영교육만족C	.172	.080	.102	2.153*			

*** p<.001, ** p<.01, * p<.05



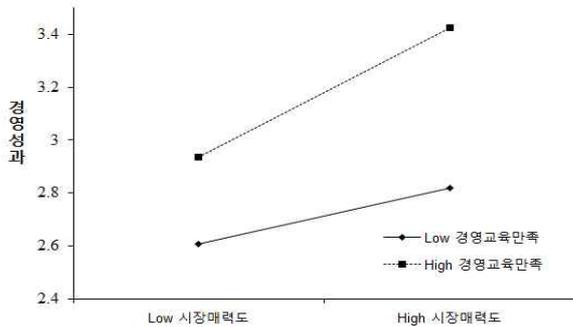
<그림 2> 성취욕구와 경영성과간의 경영교육만족도의 조절효과

셋째, 시장환경특성 중 시장매력도와 경영교육만족도는 모두 경영성과에 유의한 정(+)의 영향을 미쳤다. 2단계에서 평균중심화한 시장매력도와 경영교육만족도간의 상호작용항을 추가로 투입한 결과 경영성과에 여전히 유의한 정(+)의 영향을 미쳤으며, 상호작용항 역시 유의한 영향을 미치는 것으로 나타났다($\beta=.133, p<.01$). 경영교육만족도의 정도에 따른 시장매력도의 경영성과에 대한 구체적인 영향을 확인하기 위하여 <그림 3>과 같이 나타내고 두 회귀선의 유의성을 확인하기 위하여, 단순기울기검증(simple slope test)을 실시하였다. 그 결과 경영교육만족도가 높은 집단(평균+1SD)과 낮은 집단(평균-1SD) 모두 시장매력도가 경영성과에 미치는 영향을 나타내는 회귀선이 유의한 것으로 나타났다(높은 경영교육만족도 집단 $B=.3060, t=5.7724, p<.001$; 낮은 경영교육만족도 집단 $B=.1336, t=2.8202, p<.01$). 즉, 가설 4-1은 채택되었다.

<표 6> 시장환경특성: 시장매력도와 경영성과간 경영교육만족도의 조절효과

단계	모형	B	SE	β	t	R ²	ΔR^2	ΔF
1	(상수)	2.974	.029		103.012***	.243		58.613**
	시장매력도C	.208	.039	.262	5.289***			
	경영교육만족C	.334	.051	.327	6.604***			
2	(상수)	2.947	.030		97.302**	.258	.015	7.475**
	시장매력도C	.220	.039	.278	5.616***			
	경영교육만족C	.377	.053	.369	7.172***			
	시장매력도C X 경영교육만족C	.139	.051	.133	2.734**			

*** p<.001, ** p<.01, * p<.05



<그림 3> 시장매력도와 경영성과간의 경영교육만족도의 조절효과

넷째, 경쟁강도는 경영성과에 통계적으로 유의한 영향을 미치지 않고, 경영교육만족도만이 경영성과에 유의한 정(+)의 영향($\beta=.427, p<.001$)을 미쳤다. 2단계에서 평균중심화한 경쟁강도와 경영교육만족도간의 상호작용항을 추가로 투입한 결과 경영교육만족이 경영성과에 대한 주효과는 여전히 유의하였으나, 상호작용항은 유의한 영향을 미치지 않는 것으로 나타나($t=-.687, p>.05$), 가설 4-2는 기각되었다.

<표 7> 시장환경특성: 경쟁강도와 경영성과간 경영교육만족도의 조절효과

단계	모형	B	SE	β	t	R ²	ΔR^2	ΔF
1	(상수)	2.974	.030		99.435***	.188		42.139***
	경쟁강도C	.053	.050	.050	1.061			
	경영교육만족C	.436	.048	.427	9.030***			
2	(상수)	2.975	.030		99.254***	.189	.001	.472
	경쟁강도C	.050	.050	.048	1.006			
	경영교육만족C	.439	.048	.430	9.050***			
	경쟁강도C X 경영교육만족C	-.046	.067	-.033	-.687			

*** p<.001, ** p<.01, * p<.05

V. 결론

5.1 요약 및 시사점

본 연구에서 가설을 검증한 결과를 요약하면 다음과 같다. 첫째, 소상공인의 개인성향으로 자율지향성과 성취욕구는 경영성과에 유의적인 영향을 미치지 않는 것으로 나타났다. 이는 오늘날 소상공인의 시장환경은 급격하게 변화되고 있으므로 단순히 열심히 노력하고, 불확실한 상황을 견뎌내는 것만으로는 경영성과의 개선에 도움이 되지 않는다고 분석되어진다.

둘째, 소상공인의 시장 환경특성으로 시장매력도, 경쟁강도는 경영성과에 유의적인 영향을 미치지 않는 것으로 나타났다. 이는 주로 도소매, 제조업 등을 운영하는 소상공인이 국내 소비가 위축되고 판매실적이 줄어 들면서 나타나는 현상으로 판단되어 지고 여러사업 분야에서 경쟁이 치열하고 변동성이 빠르다 하여도 경영성과에 영향을 미치지 않고 외부적 환경변화를 인식하여 사업에 반영하는 것도 현실적으로 잘 이루어지지 않고 있다고 볼 수 있을 것이다.

셋째, 개인성향 중 자율지향성은 경영성과에 통계적으로 유의한 영향을 미치지 않고, 경영교육만족도만이 경영성과에 유의한 정(+)의 영향을 미쳤다. 2단계에서 평균중심화한 자율지향성과 경영교육만족도간의 상호작용항을 추가로 투입한 결과 경영교육만족이 경영성과에 대한 주효과는 여전히 유의하였으나, 상호작용항은 유의하지 않은 것으로 나타났다.

넷째, 개인성향 중 성취욕구는 경영성과에 각각 통계적으로 유의한 정(+)의 영향을 미쳤다. 2단계에서 평균중심화한 성취욕구와 경영교육만족도간의 상호작용항을 추가로 투입한 결과 성취욕구와 경영교육만족은 경영성과에 유의한 정(+)의 영향을 미쳤으며, 상호작용항 역시 유의한 영향을 미치는 것으로 나타났다.

다섯째, 시장환경특성 중 시장매력도와 경영교육만족도는 모두 경영성과에 유의한 정(+)의 영향을 미쳤다. 2단계에서 평균중심화한 시장매력도와 경영교육만족도간의 상호작용항을 추가로 투입한 결과 경영성과에 여전히 유의한 정(+)의 영향을 미쳤으며, 상호작용항 역시 유의한 영향을 미치는 것으로 나타났다.

여섯째, 경쟁강도는 경영성과에 통계적으로 유의한 영향을 미치지 않고, 경영교육만족도만이 경영성과에 유의한 정(+)의 영향을 미쳤다. 2단계에서 평균중심화한 경쟁강도와 경영교육만족도간의 상호작용항을 추가로 투입한 결과 경영교육만족이 경영성과에 대한 주효과는 여전히 유의하였으나, 상호작용항은 유의한 영향을 미치지 않는 것으로 나타났다.

이상의 연구결과를 살펴보면 소상공인의 경영성과와 개인성향의 성취욕구 간의 관계에서 경영교육만족도의 조절효과가 유의한 영향을 미치는 것으로 확인되었다. 이러한 결과는 소상공인 개인의 성취욕구를 고려한 경영교육이 요구된다고 할

수 있다. 다음으로 경영성과와 시장환경특성의 시장매력도 간의 관계에서 경영교육만족도의 조절효과가 유의한 영향을 미치는 것으로 확인되었다. 이는 소상공인 경영교육을 통해 시장매력도를 발굴하면 경영성과에 긍정적인 영향을 줄 수 있다고 판단할 수 있다. 따라서 소상공인이 경영성과를 내기 위해서는 자율지향성과 경쟁강도보다는 성취욕구와 시장매력도를 우선한 경영교육이 중요하다고 볼 수 있다.

5.2 연구의 한계 및 향후 연구의 방향

이상의 정리된 결론과 시사점에서 본 연구의 차별적 가치에도 불구하고 본 논문은 연구의 완성도 측면에서 몇가지 한계를 지니고 있어 후속연구를 통하여 이를 보완하여 해당 연구의 일반화를 위한 추가검증을 진행할 필요가 있다.

첫째, 본 논문은 횡단적 연구로 진행되었으나 time lag이 존재할 수 있기 때문에 경영교육으로 인한 경영성과와의 인과관계에 있어 횡단면분석의 한계가 존재할 수 있다. 따라서 추후 장기간에 걸쳐 시간적 변화를 반영한 인과관계를 검증할 필요가 있다.

둘째, 설문조사 및 자료수집상의 제약으로 본 실증분석은 소상공인이 집중된 지역중 서울과 수도권에 한하여 진행되었다. 따라서 영남,호남, 충청권등 다른지역으로 표본의 범위를 확장하여 본 연구결과의 일반화 가능성을 검토할 필요가 있다.

셋째, 경영성과에 영향을 미치는 결정요인으로 개인성향과 시장환경특성, 경영교육외에 보다 다양한 변수를 추가하여 후속연구를 진행할 필요가 있다.

넷째, 본 연구에서는 경영성과에 영향을 미치는 경영교육에 대한 선행연구가 부족하여 더 많은 후속연구가 필요할 것으로 보인다. 이와같이 다양한 분석과 확장적인 연구들이 이루어진다면 보다 의미 있는 연구결과가 도출될 것이다.

REFERENCE

고환상·서재현(2012). 변혁적 리더십, 조직후원인식, 성취욕구가 조직몰입에 미치는 영향, *대한경영학회지*, 25(1), 435-459.
 금계호·김기승·조동훈·조준모(2009). *자영업 노동시장 연구: 자영업의 변화추이와 특성*. 세종: 한국노동연구원.
 김명희(2012). *외식프랜차이즈 사업체의 CRM품질특성이 CRM 도입성과에 미치는 영향: 경영환경특성을 매개변수로*, 경기대학교 관광전문대학원, 석사학위 논문.
 김순태(2013). *소상공인 특성과 정부지원정책 요인이 사업전략 및 경영성과에 미치는 영향*, 충북대학교 대학원, 박사학위 논문.
 김용규(2001). 북미시장에 진출한 한국기업의 현지화 전략, *국제경영연구*, 12(1), 271-300.
 김의근·정소진·장준호(2007). 외식프랜차이즈 관계결속이 경영성과, 가맹점 만족 및 재계약의도에 미치는 영향, *관광학연구*, 31(1), 287-308.
 남인현(2011). 직장인의 귀농의지에 영향을 미치는 요인 분석, *한국농업경제학회*, 32, 93-124.

남정민·이공희·정병준(2012). 전략적 인적자원관리와 조직몰입의 관계에 대한 연구: 조직수준의 조직신뢰와 개인수준의 성취욕구의 매개효과 검증, *인적자원관리연구*, 19(5), 1-26.
 노유진(2017). *외식산업의 창업가정신 및 지원서비스가 창업역량과 경영성과에 미치는 영향: 창업역량의 매개효과*, 대구가톨릭대학교 대학원, 박사학위 논문.
 류만희(2006). 한국에서 소액 창업지원사업 실태에 관한 탐색적 연구, *한국사회복지정책학회지*, 24(0), 97-104.
 류은상(2015). *시장지향성과 기업가정신이 기업성과에 미치는 영향: 측정척도의 비교와 환경특성의 조절효과 검토*, 순천대학교 대학원, 박사학위 논문.
 박성진(2012). *소상공인의 개인성향, 환경, 경영교육이 경영개선 의지에 미치는 영향*, 전북대학교 경영대학원, 석사학위 논문.
 박종우(2011). *벤처기업의 CEO 특성, 환경특성, 기업역량이 기업전략 및 기업성과에 미치는 영향*, 한밭대학교 창업경영대학원, 석사학위 논문.
 박준석(2013). *성공적인 소상공 창업을 위한 자금지원제도 개선방안*, 경남과학기술대학교 창업대학원, 석사학위 논문.
 반성식·박재현·서상구(2009). 기업가정신과 창업보육센터 지원이 기업성과에 미치는 영향, *생산성논집*, 23(2), 215-234.
 소상공인시장진흥공단(2019). *소상공인 경영교육*, Retrieved (2019.02.11.) from <https://www.semash.or.kr/web/SUP0101/SUP010102.kmdc>
 윤방섭(2004). 창업의지의 결정요인: 개인특성 및 환경요인, *산학경영연구*, 17(2), 89-110.
 윤성업(2018). *SNS특성이 SNS활용과 경영성과에 미치는 영향에 관한 연구: 소상공인 SMS교육 조절효과 중심으로*, 한성대학교 대학원, 석사학위 논문.
 이동석·정락재(2010). 우리나라 중소기업의 기술혁신능력과 기술사업화능력이 경영성과에 미치는 영향연구, *중소기업연구*, 32(1), 65-87.
 이상석(2006). 여성기업의 창업동기, 성공요인, 성과간의 관계에 관한 연구, *중소기업연구*, 28(4), 45-64.
 이윤원·이남주·이혜옥·이충섭(2009). 소상공인의 시장 환경 특성과 경영전략이 기업성과에 미치는 영향, *재무와 회계정보 저널*, 9(3), 91-111.
 정갑수·설병문(2016). 소상공인지원제도에 대한 소상공인 만족도 분석, *벤처창업연구*, 11(6), 153-161.
 정연우·반성식(2008). 청소년 창업교육과 창업의지에 관한 연구, *한국창업학회지*, 3(1), 45-67.
 정영순(2008). 소액창업업체의 경제적성과에 영향을 미치는 요인 연구, *사회복지정책*, 33, 531-557.
 조정문(2017). *소상공인 경영교육에 따른 상생협력 및 역량이 경영성과에 미치는 영향*, 호서대학교 벤처대학원, 석사학위 논문.
 조준희·김철중(2012). 소규모 부동산중개업 경영인의 창업가 특성이 경영성과에 미치는 영향: 창업교육의 조절효과를 중심으로, *한국콘텐츠학회논문지*, 12(10), 408-417.
 진재성(2013). *기업의 환경특성과 시장지향성이 경영성과에 미치는 영향에 관한 실증 연구*, 창원대학교 대학원, 석사학위 논문.
 Agency for Traditional Market Administration(2019). *Small Business Management Education*, Retrieved(Feb.11,2019) from <https://www.semash.or.kr/web/SUP0101/SUP010102.kmdc>
 Amyx, D., & Alford, B. L.(2005). The effects of salesperson need for achievement and sales manager leader reward behavior, *The Journal of Personal Selling and Sales Management*, 25(4), 345-359.
 Ban, S. S., Park, J. H., & Seo, S. K.(2009). The Effect of

- Entrepreneurship and Support of Business Incubator Center on Corporate Performance, *Productivity Review*, 23(2), 215-234.
- Cassidy & Lynn(1989). A multifactorial approach to achievement motivation: The development of a comprehensive measure, *Journal of Occupational Psychology*, 62, 301-312
- Chinn, M. D., & Fairlie, R. W.(2010). ICT use in the developing world: an analysis of differences in computer and internet penetration, *Review of International Economics*, 18(1), 153-167.
- Cho, J. H., & Kim, C. J.(2012). The Effects of Entrepreneurship of Real Estate Broker's on Performance: Moderating Effect of Entrepreneurship Education, *International Journal of Contents*, 12(10), 408-417.
- Cho, J. M.(2017). *The effect of win-win cooperation on business performance, According to management education of small business*, Master's dissertation, Hoseo University.
- Chung, G. S., & Seol, B. M.(2016). A Satisfaction Analysis on the Small Business Support Systems in Gyeongnam, *Asia-Pacific Journal of Business Venturing and Entrepreneurship*, 11(6), 153-161.
- Chung, Y. S.(2008). Determinants of the Financial Outcomes of Micro-enterprises, *Social Welfare Policy*, 33, 531-557.
- Chung, Y. W., & Ban, S. S.(2008). A Study on the Teenager Entrepreneurship Education and Entrepreneurial Intentions, *Journal of the Korean Entrepreneurship Society*, 3(1), 45-67.
- Daft, R. I.(1987). A Dual-core Model of Organizational Innovation, *Academy of Management Journal*, 21(2), 193-210
- Duncan, R. G.(1972). Characteristics of organizational environments and perceived environmental uncertainty, *Administrative Science Quarterly*, 17(3), 313-327
- Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., & Anderson, R. E.(2010). *Multivariate Data Analysis*(7th ed.), NJ: Prentice Hall.
- Jin, J. S.(2013). *Study on effects of the business environmental characteristics and market orientation on business performance*, Master's dissertation, Changwon National University.
- Keum, J. H., Kim, K. S., Cho, D. H., & Cho, J. M.(2009). *Self Employed Labor Market Research: Trends and Characteristics of Self Employment*, Sejong: KLI.
- Kim, E. G., Jung, S. J., & Jang, J. H.(2007). Research Articles : Influence of Relational Commitment of Food service Franchising on Management Performance, Franchisee Satisfactions and Re-contract, *International Journal of Tourism Sciences*, 31(1), 287-308.
- Kim, M. H.(2012). *How dining franchise industry's CRM quality characteristic affect CRM adopted result : the characteristic of management environment*, Master's dissertation, Kyonggi University.
- Kim, S. S.(2011). *Creative Problem Solving and Decision Making*, Seoul: CheongRam.
- Kim, S. T.(2013). *The Effects of Government Policy and Characteristics of Micro-enterprise on Business Strategy and Performance*, Doctoral dissertation, Chungbuk University.
- Kim, Y. G.(2001). Localization Strategy of Korean Corporations Entering into North America Markets, *International Business Journal*, 12(1), 271-300.
- King, W. R., & Sabherwal, R.(1992). The factors affecting strategic information systems, application, *Information and Management*, 23(4), 217-235.
- Ko, H. S., & Seo, J. H.(2012). The Effect of the Transformational Leadership, Perceived Organizational Support and the Individual's Needs for Achievement on the Organizational Commitment : Focused on the Role of Self-Leadership, *Korea Journal of Business Administration*, 25(1), 435-459.
- Lee, D. S., & Cheong, R. C.(2010). A Study on the Effect of Technological Innovation Capability and Technology Commercialization Capability on Business Performance in SMEs of Korea, *The Korean Small Business Review*, 32(1), 65-87.
- Lee, S. S.(2006). A Study on the Relationship of the Motivation, Critical Success Factors and Performance in Women Owned Business, *The Korean Small Business Review*, 28(4), 45-64.
- Lee, Y. W., Lee, N. J., Lee, H. O., & Lee, C. S.(2009). Effects of Environmental Characteristics and Management Strategies on the Performance of Small & Micro Business, *Journal of accounting and finance*, 9(3), 91-111.
- McClelland, D. C.(1962). Business drive and national achievement, *Harvard Business Review*, 40(4), 99-112.
- Miller, D., & Friesen, P. H.(1978). Archetype of Strategy Formulation, *Management Science*, 24(9), 921-933.
- Murray, w.(1938). *The change in the European of power*, Princeton University Press.
- Nam, I. H.(2011). An Empirical Study on Factors affecting "Intention of Migration to Rural Area" of Urban Workers, *Korean Journal of Agricultural Economics*, 32, 93-124.
- Nam, J. M., Lee, G. H., & Jung, B. J.(2012). The Impact of Strategic Human Resource Management on Organization Commitment- Mediating Effects of Needs for Achievement and Organization Trust, *Journal of Human Resource Management Research*, 19(5), 1-26.
- Noh, Y. J.(2017). *Department of Food Science and Technology*, The Graduate School, Daegu Catholic University.
- Park, J. S.(2013). *Improvement plan of funding system for successful small business start-up*, Master's dissertation, Gyeongnam National University of Science and Technology.
- Park, J. W.(2011). *The Effects of Characteristics of CEO, Environment and Competence on Corporate Strategy and Performance in Venture Companies*, Master's dissertation, Hanbat National University.
- Park, S. J.(2012). *The Effects of Independent Business Manager's Personalities, Environments, and*

Educational Experiences on Willingness to Improvement of Business Operations, Graduate School of Chonbuk National University.

- Robbins, S. P., & Coulter, M.(2002). *Management*. 7th Edition, New Jersey: Prentice Hall.
- Ryu, E. S.(2015). *The Effects of Market Orientation and Entrepreneurship on Corporate Performance*, Doctoral dissertation, Sunchon National University.
- Ryu, M. H.(2006). A study of the Micro-enterprise in Korea, *Social Welfare Policy* , 24(0), 97-104.
- Schein, E. H.(1990). *Career anchors: Discovering Your Real Values*, San Diago: Pfeiffer and Company.
- Yoon, B. S.(2004). Determinants of Entrepreneurial Intentions: Individual Characteristics and Environmental Factors, *Korean Business Review*, 17(2), 89-110.
- Yoon, S. I.(2018). *A study on the influence of SNS characteristics on SNS utilization and business performance: focusing on SNS education adjustment effect*, Master's dissertation, Hansung University.

Testing for Moderating Effects of Management Education between Small Business Owner's Individual Personality, Market Environment Characteristics and Management Performance

Seon Jae, Hwang*

Chul Moo, Heo**

Abstract

In this research, research on factors affecting business results of small business people has been advanced, but the management relationship for small business people is the influence relationship between characteristics of individual's propensity and market environment and business results. Analysis and research of the role of regulation on the judgment that it is necessary to verify and present the lack of reality through the study. Therefore, a questionnaire survey was conducted for small businessmen in Seoul, Gyeonggi-do, etc., and the final 368 copies were collected and analyzed using the method of hierarchical regression analysis. As a result of empirical analysis, business education satisfaction had a statistically significant positive (+) influence on business performance. In two stages, as a result of additionally introducing the interaction between the achievement center of the center of gravity and the satisfaction level of management education, the achievement desire and the satisfaction level of management education have a positive (+) effect in which management results are noted. And the interaction term also has a significant effect.

The satisfaction of management education to help the market attractiveness of the market environment characteristics all had a positive (+) effect that kept in mind the management results. In two stages, as a result of additionally introducing the interaction between management education satisfaction that helps the attractiveness of the center of gravity market, it has a positive (+) effect that takes business results into consideration, and the interaction term is also significant. It has been found that through these studies, the business results of small businessmen are identified as significant influencing factors through the adjustment effect of management education satisfaction, in order to secure its competitiveness within a fierce competitive environment, its importance can be very great.

Keywords: small businessmen, individualism, autonomy, desire to achieve, market environment characteristics, market attractiveness, competitiveness, management education satisfaction, business performance

* First Author, Ph.D. Candidate, Dept. of Management Information, Graduate School of Venture, Hoseo University, crownhsj@nate.com

** Corresponding Author, Professor, Dept. of Management Information, Graduate School of Venture, Hoseo University, cmheo@hoseo.edu