

소상공인의 창업가특성과 시장특성이 디지털 리터러시를 매개로 사업성과에 미치는 영향

신지민 (중소기업유통센터 미래전략TF 대리)*

강희경 (부산대학교 경영학과 강사)**

국 문 요 약

본 연구는 국내 소상공인의 사업성과에 영향을 미치는 요인 중 개인 요인인 창업가 특성과 환경요인인 시장특성이 사업성과에 미치는 영향과 디지털 리터러시의 매개효과를 밝히는 것을 목적으로 한다. 현재 소상공인은 디지털 기술의 확산과 코로나 19의 장기화로 인해 기존의 방식으로 사업을 영위해 나가기 어려운 상황에 직면해 있다. 이들에게 필요한 역량의 하나로 본 연구에서는 디지털 리터러시에 주목하였으며, 디지털 리터러시가 소상공인 개인·시장의 특성, 사업성과와 어떠한 관계에 있는지 살펴보았다. 선행연구에서 소상공인의 사업성과를 설명하는 다양한 요인을 검토하였으며 소상공인의 창업가특성인 혁신성과 자기결정성, 시장특성인 시장의 경쟁정도와 성장성을 독립변수로 도출하고 재무적 성과와 비재무적 성과를 종속변수로 설정하였다. 디지털 리터러시는 독립변수와 종속변수 간의 관계를 매개하는 역할을 할 것으로 보고 가설을 설정하였다.

실증연구를 위해 전국의 소상공인을 대상으로 설문조사를 실시하였고 분석결과를 정리하면 다음과 같다. 소상공인의 혁신성과 자기결정성은 재무적 성과와 비재무적 성과에 정(+)의 유의한 영향을 미치는 것으로 나타났다. 또한 시장의 경쟁정도는 재무적·비재무적 성과에 유의한 영향이 없으며 시장의 성장성은 재무적 성과와 비재무적 성과에 유의한 정(+)의 영향이 있음을 확인하였다. 디지털 리터러시의 매개효과 경우, 혁신성이 비재무적 성과에 미치는 영향에 대해 부분매개효과가 있으며 시장의 경쟁정도가 재무적 성과와 비재무적 성과에 미치는 영향에 대하여 디지털 리터러시는 완전매개효과가 있음을 확인하였다. 마지막으로 성장성이 비재무적 성과에 미치는 영향에 대하여 디지털 리터러시는 부분매개효과가 있음을 확인하였다. 결과를 살펴보면, 혁신성과 자기결정성에 해당하는 소상공인의 창업가 특성은 직접적으로 사업성과를 높이는 요인으로 작용하며, 시장특성은 간접적으로 디지털 리터러시를 높여서 성과를 올리는 효과가 있음을 알 수 있다. 이상의 연구결과를 토대로 연구의 시사점과 한계점, 그리고 향후 연구방향을 함께 제시하였다.

핵심주제어: 소상공인, 혁신성, 자기결정성, 경쟁정도, 성장성, 디지털 리터러시, 사업성과, 매개효과

I. 서론

1.1. 연구배경

코로나 팬데믹으로 전 세계는 전례없는 규모의 피해와 충격에 직면해 있다. 국내 경제에서 전체 사업체 수의 약 85%, 종사자 수의 약 37%를 차지하는 소상공인은 코로나 19의 확산으로 인한 직접적인 타격을 받고 있다. 특히 코로나 19로 사회적 거리두기(social distance)의 단계별 적용을 도입하게 됨에 따라 소상공인은 비대면 거래라는 새로운 비즈니스 환경에 직면하게 되었다. 물론 4차산업혁명시대가 도래하면서 디지털 및 스마트기술의 적용은 이전부터 진행되고 있었으나 더욱 빠르게 적용·확산되면서 비대면 경제 역시 빠른 속도로 확산되고 있다. 이후 각 산업별로 디지털 전환(digital transform

ation)에 대한 연구와 적용이 활발히 추진되는 가운데 소상공인을 대상으로 하는 디지털 기술의 적용과 비즈니스 기회 창출 역시 중요한 화두가 되었다. 그러나 소상공인의 실태조사를 살펴보면 기술적 환경변화에 대한 인식과 준비는 많이 부족한 상황임을 알 수 있다. 2021년 7월 중소기업연구원 발표한 ‘소상공인 디지털 전환 현황 및 단계별 추진전략’에 따르면 소상공인 중 디지털 기술을 활용하고 있는 소상공인은 조사대상의 15.4%로 매우 적으며 필요성을 느끼고 있는 소상공인도 29.4%에 불과한 것으로 나타났다. 이러한 인식과는 대조적으로 모바일을 중심으로 한 온라인 쇼핑, O2O 등 소상공인의 영업과 직접적인 영향관계에 있는 서비스는 급속도로 확대되고 있다. 2020년 기준 O2O 서비스 기업은 678개로 전년 대비 123개(22.2%) 증가하였으며, 거래액 또한 126조 원으로 전년 대비 29.6% 증가하였다. 구체적인 업종을 보면

* 주저자, 중소기업유통센터 미래전략TF 대리, topmida1212@naver.com

** 교신저자, 부산대학교 경영학과 강사, rachelkang@pusan.ac.kr

· 투고일: 2021-09-10 · 수정일: 2021-10-08 · 게재확정일: 2021-10-18

음식점 및 숙박서비스, 운송서비스 등 소상공인 영역이 대부분을 차지하고 있다. 따라서 디지털 전환의 필요성을 외면하고 전통적인 영업방식을 고수할 경우 매출을 확보하기 어려운 상황이 될 것이다.

본 연구에서는 이와 같은 소상공인의 디지털 전환의 필요성이라는 연구배경에 기초하여 소상공인의 사업성과를 설명하는 데 디지털화 수준이 어떠한 영향을 줄 것인지 살펴보는 것을 연구목적으로 하고자 한다. 특히 디지털 기기를 활용하여 다양한 정보를 이해하고 사용하는 능력을 의미하는 디지털 리터러시(digital literacy)를 연구변수로 설정하여 사업성과에 미치는 영향을 살펴볼 것이다. 지금까지 국내 소상공인의 창업성과 또는 사업성과를 설명하는 연구들에서는 소상공인의 경영자 개인의 심리적 특성이나 역량(오상영, 2012; 이남주 외, 2013; 황보운, 2011; 윤명순·한필규, 2010; 박송춘·이유리, 2020) 정부의 지원제도나 서비스(조준희·김찬중, 2010; 임현철, 2015; 안장훈·김선근, 2017), 시장 등 환경특성(이충섭 외, 2009; 정주인, 2012; 이남주 외, 2013; 정종희·조지운, 2014) 등이 주요 독립변수로 다루어져 왔다. 이 중 본 연구에서는 디지털 리터러시에 영향을 미칠 수 있는 독립변수로 소상공인의 개인적 특성 중 창업가특성과 환경요소 중 시장특성에 주목하였다. 소상공인은 창업경험을 통해 사업을 시작하게 되는데 대규모의 자원이나 노하우 보다는 혁신적인 아이디어와 도전정신을 통해 사업을 시작하게 된다. 이러한 혁신성은 자기결정성이라는 특성과 더불어 지속적으로 사업을 영위해나가고자 하는 의지를 실현하는 데 도움이 된다. 자기결정성이란 의도를 가지고 스스로 선택하여 결정하는 능력(박세인, 2016)을 의미한다. 혁신성과 자기결정성이 높을수록 디지털 기술변화에 직면했을 때 기꺼이 새로운 영역으로 도전하고 확장하고자 할 것으로 기대할 수 있다. 또한 시장 환경은 소상공인이 직면한 직접적인 과업환경 중 하나이다. 매출 규모가 작은 소상공인에게 시장경쟁, 복잡성, 성장성은 성공적인 사업운영에 직·간접적으로 영향을 주는 것으로 알려져 있다(이운원 외, 2009). 본 연구에서는 소상공인의 시장 경쟁정도 와 성장성에 대한 인식이 창업가특성과 함께 디지털 리터러시를 통해 성과에 영향을 줄 것인지 살펴보고자 한다. 시장에서 경쟁이 치열하고 성장성이 클 경우, 현재의 상황에서 돌파구를 찾기 위해 디지털 기술의 활용에 적극적인 것으로 가정하고 성과에 미치는 영향까지 함께 고려할 것이다.

이상의 연구배경을 바탕으로 본 연구는 국내 소상공인을 대상으로 창업가특성과 시장특성, 디지털 리터러시, 사업성과의 관계를 밝히는 것을 연구목적으로 설정하였다. 각 변수에 대한 국내외 문헌연구를 진행한 후 연구가설을 도출한 후 변수에 대한 조작적 정의를 내리고 실증연구를 수행할 것이다. 실증연구 결과 변수 간 관계에 대해 통계적 유의성을 판단하여 가설의 기각여부를 살펴보고 결과에 따른 연구의 시사점과 한계점, 향후 연구방향을 제시할 것이다.

II. 이론적 배경

2.1. 소상공인의 창업가특성과 사업성과

소상공인은 소유자인 동시에 경영자로서 사업체 창업단계부터 모든 의사결정에 지대한 영향을 미친다. 따라서 소상공인이 개인이 사업을 영위하는 과정에서 나타내는 개인적 특성들이 어떠한가에 따라 사업성과가 좌우된다고 할 수 있다.

윤석옥·서근하(2003)은 소상공인을 대상으로 창업자의 성별, 학력, 나이, 성격, 경험 등 개인적 특성이 창업의 성공과 실패에 미치는 영향을 분석하였다. 이후 이남주 외(2013)은 소상공인의 성장단계에 따라 경영자의 심리적 특성과 역량특성이 경영성과에 미치는 영향이 다름을 확인하였다. 심리적 특성은 성취욕구, 위험감수성향, 행동통제위치, 모호성 수용능력으로 측정하였고 역량특성은 사업경험과 전문성으로 구분하였다. 또한 소상공인의 전략적 지향성이 성과에 유의한 영향을 미치는 것으로 알려져 있는데 윤민진·전인오(2017)는 시장지향성과 학습지향성이 소상공인의 성과에 유의한 영향이 있음을 밝히고 있다.

본 연구에서는 소상공인의 사업성과에 영향을 미치는 개인적 요인 중 창업가특성에 주목하고자 한다. 창업가특성은 소상공인이 가지는 역량 중 하나로 볼 수 있는데 타고난 성격 보다는 후천적으로 교육과 경험에 의해 길러지는 역량이 사업성과에 미치는 영향을 검증하고자 한다. 또한 대다수의 소상공인이 창업의 경험을 토대로 하기 때문에 창업가특성 중 혁신성과 자기결정성 두 가지를 하위변수로 설정하였다. 관련된 선행연구는 다음과 같다.

기업가정신과 혁신은 규모가 작은 기업에서 잘 발견된다(Sahut & Peris-Ortiz, 2014). 특히 소상공인을 대상으로 한 연구에 따르면, 소상공인의 기업가정신 중 혁신성이 유일하게 재무적 성과에 유의한 영향이 있으며(소은영·박성환, 2015), 창업성과에 긍정적 영향이 있음을 보여준다(김남표, 2018). 서명길(2018)은 소상공인의 혁신성은 신뢰성과 함께 재무성과와 비재무성과에 유의한 영향이 있다고 하였다. 본 연구에서는 혁신성과 함께 자기결정성을 창업가적 특성으로 보고자 한다. 자기결정성은 특정한 행동을 하려고 할 때 외부의 압력이나 보상에 따른 것이 아니라, '의도를 가지고 스스로 선택하여 결정하는 능력'이다(박세인, 2016). 소상공인의 창업동기에는 자신만의 사업을 경영하고 싶어서와 같은 내재적 동기가 높은 비율을 차지하고 있다(중소벤처기업부·통계청, 2019). 이러한 내재적 동기는 초기 창업단계 뿐 아니라 사업기간 중 어려움이 발생하더라도 지속적으로 사업을 영위하고자 하는 동기로 작용할 것으로 볼 수 있다. 선행연구에서는 자기결정성이 창업의지와 재창업의지에는 긍정적 영향이 있으며(박세인, 2016; 김성환 외, 2015) 창업성과에는 유의한 영향이 발견되지 않았다(김남표·권영주, 2018). 이처럼 혼재된 결과를 보여주고 있으므로 본 연구에서는 소상공인의 자기결정성이 사업성과

에 미치는 영향을 혁신성과 함께 실증적으로 검증해보고자 한다.

소상공인의 성과는 다양한 측정도구에 의해 측정되고 있는데 본 연구에서는 재무적 성과와 비재무적 성과로 분류하여 인지적 차원으로 측정하여 살펴보고자 한다. 소상공인의 사업 성과는 대기업, 중소기업에 비해 정량적으로 측정된 2차 자료상의 값이 부재한 상황이다. 정부차원에서 소상공인으로 대상으로 전국적 실태조사를 시작한 것도 2018년으로, 체계적 데이터를 수집하여 적용하기에는 한계가 있다. 소상공인을 대상으로 한 선행연구에서도 지각된 성과를 측정하여 사용하고 있다. 소상공인의 역량과 경영성과의 관계를 살펴본 송홍규(2016)의 연구에서는 매출액 증가, 시장점유율 증가, 고객수의 증가 등으로 성과를 측정하였다. 원종하·정대현(2017)은 소상공인의 기업가특성이 영향을 미치는 경영성과를 측정하기 위해 매출액, 시장점유율, 고객의 선호도, 회사의 인지도를 측정 도구로 사용하였다. 황선재·허철무(2019)는 소상공인의 개인성향과 시장특성이 경영성과에 미치는 영향을 검증하기 위해 매출, 수익성의 재무적 성과와 고객유지율, 신규고객창출 등의 비재무적 성과로 측정하였다. 남영휘 외(2021)의 연구에서는 리더십 역량, 직무역량, 자원역량이 성과에 미칠 것으로 보고 성과변수를 재무적 성과(매출증가, 영업이익, 자산수익률, 자금흐름)와 비재무적 성과(고객충성도, 업무프로세스 표준화, 협력업체와의 관계)로 측정하였다. 본 연구에서도 이상의 선행연구에 근거하여 사업성과를 재무적 성과와 비재무적 성과로 측정하였다.

이상의 내용을 바탕으로 가설1 소상공인의 창업가특성인 혁신성과 자기결정성이 사업성과에 미치는 영향은 다음과 같이 설정하였다.

가설 1: 소상공인의 창업가특성은 사업성과에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

- 1.1: 소상공인의 혁신성은 재무적성과에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.
- 1.2: 소상공인의 자기결정성은 재무적성과에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.
- 1.3: 소상공인의 혁신성은 비재무적성과에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.
- 1.4: 소상공인의 자기결정성은 비재무적성과에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

2.2. 소상공인의 시장특성과 사업성과

사업체의 규모가 작을수록 둘러싸고 있는 환경요소로부터 유의미한 영향을 받게 된다. 소상공인의 환경 역시 사업활동과 성과에 영향을 미치는 주요 요인이 될 수 있다. 이는 중소벤처기업부·통계청(2019)에서 소상공인의 주된 애로사항으로

1위 상권쇠퇴, 2위 동일업종 경쟁심화로 지적한 것을 통해서도 확인할 수 있다. 소상공인의 환경 중 가장 직접적으로 영향을 미치는 것은 시장환경일 것이다. 이운원 외(2009)은 소상공인의 시장 환경특성을 시장경쟁, 시장복잡성, 시장성장성으로 구분하였다. 이러한 환경특성에 따라 소상공인의 경영전략이 성과에 미치는 영향이 달라질 것으로 보았다. 이 중 본 연구에서는 시장의 경쟁정도와 성장성을 독립변수로 설정하고자 한다.

양희순 외(2015)은 소상공인과 유사한 소비재를 다루는 중소기업을 대상으로 한 연구에서 경쟁강도가 높아질수록 기업의 마케팅역량이 성과에 미치는 영향이 커짐을 보여준다. 마케팅역량과 시장 경쟁강도 간의 상호작용 효과가 있다는 것이다. 소상공인 역시 일반 소비자를 대상으로 하고 있으며 지역상권의 경쟁정도는 성과를 달성하는 데 중요한 역할을 할 것으로 볼 수 있다. 또한 시장의 성장성 역시 소상공인의 경영성과에 영향을 미칠 수 있다. 이충섭 외(2009)는 시장의 지속적 성장가능성과 매출증가 가능성을 성장성으로 보았는데 시장성장성이 높은 소상공인이 더 높은 경영성과를 달성함을 제시하였다. 황선재·허철무(2019)는 소상공인의 시장의 성장률과 사업기회, 시장규모의 적정성을 시장의 매력도로 보고 경영성과와의 관계를 분석하였다. 결과, 시장매력도는 경영성과에 유의한 정(+)의 영향이 있음을 보여주었다.

이상의 선행연구를 근거로 가설 2는 소상공인의 시장특성인 경쟁정도와 성장성이 사업성과에 긍정적 영향을 미칠 것으로 보고 다음과 같이 세부가설을 도출하였다.

가설 2: 소상공인의 시장특성은 사업성과에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

- 2.1: 시장의 경쟁정도는 재무적성과에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.
- 2.2: 시장의 성장성은 재무적성과에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.
- 2.3: 시장의 경쟁정도는 비재무적성과에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.
- 2.4: 시장의 성장성은 비재무적성과에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

2.3. 디지털 리터러시의 매개효과

리터러시는 ‘글을 읽고 쓰는 능력’을 의미하는데 문서를 통한 글을 읽는 것 외에 다양한 기기에서 읽고 이해하는 능력이 요구됨에 따라 미디어 리터러시, 정보 리터러시, ICT 리터러시 등 다양한 리터러시 개념들이 제시되어 왔다(김도현, 2020). 따라서 리터러시의 개념이 매체를 활용하는 능력과 지식, 새로운 매체환경과 관계를 맺고 상호작용하는 과정으로 확장되었다(이동후, 2017). 규모가 영세한 기업은 지속가능한

성과를 달성하기 위해 기술의 도입과 적용이 중요한 역할을 하는 것으로 알려져 있다(Merkofer & Murphy, 2009; Steyn & Leonard, 2012; Adeniran & Johnston, 2016).

이 중 본 연구에서는 소상공인의 특성과 성과 간의 관계를 매개하는 변수로 디지털 리터러시의 효과에 주목하고자 한다. 디지털 리터러시는 디지털 자료를 확인, 접근, 관리, 통합, 평가, 분석과 종합하여 새로운 지식을 구성하고 미디어 표현을 창조하는 것, 다른 사람과 소통하기 위한 디지털 도구를 적절히 활용하고 그 과정을 성찰하는 개인의 인식, 태도와 능력으로 볼 수 있다(Munzenmaier & Rubin, 2013). 소상공인의 디지털 역량은 다양한 온라인 채널이 등장하면서 주목을 받게 되었는데 정보 리터러시, 컴퓨터 리터러시 등의 개념으로 실증연구가 진행되어왔다. 이재관·김선희(2007)는 소상공인의 정보 리터러시가 온라인 활동수준에 미치는 영향을 분석하였고, 서정현(2010)은 소상공인의 정보 리터러시가 성장장애요인을 통해 사업성과에 미치는 영향을 검증하였다. 강성한·이철성(2018)의 연구는 온라인 광고 또는 O2O플랫폼을 이용한 경험이 있는 소상공인은 온라인 채널 확장으로 인한 광고비용 증가는 매출향상에 기여함을 보여주고 있다. 디지털 리터러시는 직접적으로 성과에 영향을 미칠 뿐 아니라 구성원의 특성과 성과 간의 관계를 매개하는 역할이 있다. 최지원·이희수(2019)는 직무특성이 혁신행동에 미치는 영향을 디지털 리터러시가 매개하며, 최지원·이희수(2019)는 조직구성원의 인지적 유연성이 혁신행동에 미치는 영향에서 디지털 리터러시의 매개효과를 검증하였다. 또한 김경선 외(2020)은 은행원의 Big5 성격요인 중 개방성이 디지털 미디어 활용역량을 매개로 창업의도에 긍정적 영향이 있음을 제시하였고 강경란(2020)은 중장년층 직장인을 대상으로 한 실증연구에서, 기업가정신 중 혁신성이 디지털 리터러시에 긍정적 영향을 미치며 디지털 리터러시는 기업가정신과 창업기회인식 사이의 관계를 부분 매개한다고 하였다. 본 연구에서도 소상공인이 가지는 개인적 특성 중 혁신성과 자기결정성이 사업성과에 미치는 영향에 대해 디지털 리터러시가 매개효과를 가질 것으로 보고 검증하고자 한다. 매개효과 가설은 다음과 같이 가설 3과 4로 정리하였다.

가설 3: 소상공인의 창업자특성은 디지털 리터러시를 매개로 사업성과에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

- 3.1: 소상공인의 혁신성은 디지털 리터러시를 매개로 재무적성과에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.
- 3.2: 소상공인의 자기결정성은 디지털 리터러시를 매개로 재무적성과에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.
- 3.3: 소상공인의 혁신성은 디지털 리터러시를 매개로 비재무적성과에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.
- 3.4: 소상공인의 자기결정성은 디지털 리터러시를 매개로 비재무적성과에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

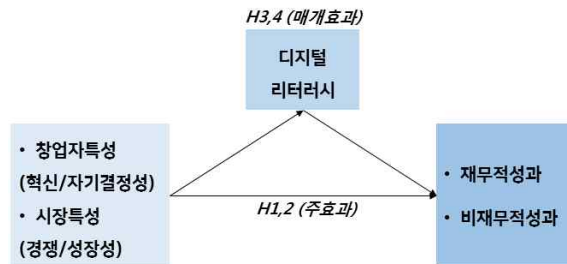
가설 4: 소상공인의 시장특성은 디지털 리터러시를 매개로 사업성과에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

- 4.1: 시장의 경쟁정도는 디지털 리터러시를 매개로 재무적성과에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.
- 4.2: 시장의 성장성은 디지털 리터러시를 매개로 재무적성과에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.
- 4.3: 시장의 경쟁정도는 디지털 리터러시를 매개로 비재무적성과에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.
- 4.4: 시장의 성장성은 디지털 리터러시를 매개로 비재무적성과에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

III. 연구 방법

3.1. 연구모형

본 연구는 소상공인의 창업자특성과 시장특성을 독립변수로, 디지털 리터러시를 매개변수로 하여 재무적·비재무적 성과에 미치는 영향을 검증하고자 한다. 선행연구를 검토한 결과를 토대로 <그림 1>과 같이 연구모형을 설정하였다.



<그림 1> 연구모형

3.2. 변수의 조작적 정의

실증연구에서 사용한 연구변수는 선행연구를 토대로 조작적 정의를 도출하여 측정도구를 설정하였다. 각 문항은 조직과 개인의 인구통계적 특성을 제외하고는 모두 리커트 5점 척도로 측정하였다.

독립변수인 창업자특성은 혁신성과 자기결정성의 두 가지로 구분하였다. 혁신성과 자기결정성은 김남표·권영주(2018)의 연구에서 제시한 정의를 토대로 하였다. 혁신성은 “새롭고 도전적인 일을 선호하는 성향이자 새로운 것을 배우려는 적극적인 자세”로 정의하였으며 자기결정성은 “본인 책임 하에 문제를 해결하고 일을 통제·조절하는 능력”으로 정의하였다. 혁신성과 자기결정성 각각 4문항으로 측정하였다.

시장특성은 소상공인이 인식하는 시장의 경쟁정도와 성장성으로 보았는데, 이남주(2010), 이남주 외(2013)의 연구를 토대로 조작적 정의를 도출하였다. 경쟁정도는 경쟁자의 수와 유

사업체의 존재, 경쟁의 치열한 정도의 3항목으로 측정하였고 성장성은 지속적인 시장가능성, 매출증가 가능성, 수익률 증가 가능성, 시장점유율 증가 가능성의 4항목으로 측정하였다. 디지털 리터러시는 디지털 기술에 대한 기초적인 이용능력과 활용능력의 두 가지로 측정하였다. 이용능력은 컴퓨터의 이용능력, 스마트기기의 이용능력, 소프트웨어와 앱의 이용능력 등의 4문항으로 측정하였다. 활용능력은 인터넷을 통해 기본생활, 공공생활, 경제생활, 문화생활이 가능한지의 4문항으로 측정하였다(강정목 외, 2014; 허경아·정정희, 2011; 김우중, 2016).

중속변수인 사업성과는 재무적 성과와 비재무적 성과로 측정하였다. 소기업을 대상으로 한 해외연구와 소상공인을 대상으로 한 국내연구에서 측정도구를 참고하였다. 시장점유율, 수익성, 고객증가율은 재무적 성과로, 생산성, 인지도, 만족도는 비재무적 성과의 측정항목으로 사용하였다(Knight & Cavusgil, 2004; Lee & Sukoco, 2007; 원중하·정대현, 2017; 황선재·허철무, 2019). 재무적 성과와 비재무적 성과는 각각 3문항으로 측정하였다.

연구변수의 조작적 정의와 출처는 <표 1>에서 정리하였다.

<표 1> 변수의 조작적 정의 및 출처

변수	조작적 정의	출처
독립변수	혁신성	김남표·권영주(2018)
	자기결정성	
	경쟁	이남주(2010), 이남주 외 (2013)
	성장성	
매개변수	컴퓨터, 스마트기기 등 디지털 기술에 대한 기초적인 이용능력 및 일상, 공공생활, 경제 및 문화적 행위를 위하여 인터넷과 스마트폰 등 디지털 기기를 활용할 수 있는 능력	강정목 외(2014), 허경아·정정희(2011), 김우중(2016)
중속변수	재무적성과	Knight & Cavusgil(2004), Lee & Sukoco(2007), 원중하·정대현(2017) 황선재·허철무(2019)
	비재무적성과	

3.3. 자료수집 및 분석방법

자료수집은 전국의 소상공인을 대상으로 2020년 실시하였다. 온라인 조사업체를 통하여 조사를 진행하였고 총 512부의 유효한 설문지를 분석대상으로 하였다. 분석방법은 다음과 같다.

빈도분석으로 표본의 일반적 특성을 정리하였고 변수의 개

념타당성을 확인하기 위해 집중타당성과 판별타당성 분석을 하였다. 집중타당성을 검증하기 위해 확인적 요인분석, 평균 분산추출(AVE)을 실시하였고 판별타당성 검증을 위해 상관관계 수 분석과 평균분산추출 값을 도출하였다. 신뢰도 검증은 Cronbach's α 값으로 확인하였다. 변수 간의 상관관계 분석을 실시하여 가설검증을 위한 상관관계를 확인하였다. 가설검증은 회귀분석을 통해 직접, 간접효과의 회귀계수와 유의성을 확인하였다. 매개효과는 간접효과의 계량화가 가능하고 부스트래핑(bootstrapping) 기법이 적용된 SPSS PROCESS macro의 model 4를 활용하여 검증하였다(Hayes, 2018).

IV. 실증 분석 결과

4.1. 표본의 특성

전국의 소상공인을 대상으로 수집한 표본의 특성은 <표 2>와 같다. 소상공인 사업체의 특징으로 창업의 형태, 사업기간, 매출액, 종사자 수, 전자상거래 여부를 정리하였다. 창업의 형태는 전체의 65%에 해당하는 333명이 새 사업을 창업하였으며 나머지는 기존업체 인수와 프랜차이즈, 가업상속으로 나타났다. 사업기간은 5년 이상이라고 응답한 수가 271명(52.9%)으로 가장 많았으며 1-5년미만은 176명으로 34.4%를 차지하고 1년미만은 65명으로 12.7%를 차지하였다. 매출액은 1억미만이 가장 많았는데 217명으로 42.4%를 차지하고 있어 영세한 규모의 소상공인이 많은 것으로 나타났다. 1-5억 사이는 138명(27%), 5-10억 사이는 42명(8.2%), 10억 이상은 115명(22.5%)으로 집계되었다. 종사자 수 역시 1명이 가장 많았는데 표본의 37.7%인 193명이 종업원 없이 1인 체제로 운영하고 있다고 응답하였다. 전자상거래의 경우 전체의 70.5%가 없으며 약 30%는 전자상거래가 진행 중임으로 보여주고 있다. 소상공인 개인특성을 살펴보면 연령은 50대 이상이 199명(38.9%)으로 가장 많으며, 연령 순으로 비율이 낮아짐을 볼 수 있다. 학력은 대졸이 전체의 절반 이상을 차지하는데 295명(57.6%)으로 집계되었다. 직장경력 있는 경우가 대부분으로 나타났는데 441명, 86.1%를 차지하고 있다.

<표 2> 표본의 특성

구분		빈도수(명)	비율(%)
창업의 형태	새 사업 창업	333	65.0
	기존업체 인수	96	18.8
	프랜차이즈	47	9.2
	가업 상속	36	7.0
사업기간	1년 미만	65	12.7
	1-5년	176	34.4
	5년 이상	271	52.9
매출액	1억 미만	217	42.4
	1억 이상 5억 미만	138	27.0
	5억 이상 10억 미만	42	8.2

	10억 이상	115	22.5
증사자 수	1명	193	37.7
	2명	149	29.1
	3명	69	13.5
	4명	29	5.7
	5명 이상	72	14.1
전자상거래	있다	151	29.5
	없다	361	70.5
연령	20대	33	6.4
	30대	121	23.6
	40대	159	31.1
	50대 이상	199	38.9
학력	고졸	112	21.9
	전문대졸	80	15.6
	대졸	295	57.6
	대학원졸 이상	25	4.9
직장경력	있다	441	86.1
	없다	71	13.9
합계		512	100.0

4.2. 타당성 및 신뢰성

본 조사에서 사용한 연구변수의 개념타당성과 신뢰성을 검증한 결과를 요약하면 <표 3>과 <표 4> 같다. <표 3>은 개념타당성 중 집중타당성을 확인하기 위해 실시한 확인적 요인 분석의 결과를 보여준다. 적합도를 보여주는 지수를 살펴보면 $\chi^2 = 1047.388(p=.000)$, $df=328$, $GFI=0.859$, $CFI=0.92$, $IFI=0.92$, $RMR=0.04$ 로 수용가능한 수준임을 확인하였다. 또한 각 변수들의 요인적재치는 모두 0.6이상이며 t값은 모두 유의한 것을 볼 수 있다. 이상의 항목을 바탕으로 개념신뢰도(CR: construct reliability)를 검증한 결과 모두 0.88이상, 평균분산추출은 0.7 이상으로 나타났다. 일반적으로 개념신뢰도는 0.7, 평균분산추출은 0.5이상이면 타당성을 확보한 것으로 보고 있는데, 본 연구의 변수들의 값은 모두 기준치를 충족시키고 있으며 집중타당성이 있는 것으로 판단하였다.

판별타당성은 상관계수와 평균분산추출의 제공된 값을 비교하여 확인하였다. 평균분산추출의 제공된 값이 다른 연구변수와의 상관계수보다 높게 나타나면 변수들은 판별가능한 것으로 볼 수 있다. <표 4>를 보면 모든 연구변수의 평균분산추출의 제공된 값이 상관계수보다 크음을 알 수 있으며 따라서 판별타당성이 문제가 없다고 판단하였다. 신뢰도 검증을 위해 내적일관성을 보여주는 Cronbach's α 계수 값을 확인하였다.

분석 결과, 혁신성 $\alpha=.831$, 자기결정성 $\alpha=.791$, 시장의 경쟁정도 $\alpha=.871$, 시장의 성장성 $\alpha=.901$, 디지털 리터러시 $\alpha=.928$, 재무적 성과 $\alpha=.848$, 비재무적 성과 $\alpha=.785$ 로 나타났다. 일반적으로 사회과학에서는 Cronbach's α 계수 값이 0.6이상이면 신뢰도에 문제가 없는 것으로 보고 있으며 따라서 본 연구에서 사용한 측정도구는 신뢰도를 확보했다고 볼 수 있다.

<표 3> 확인적 요인분석 결과

측정변수 및 항목	표준부하량	t값	개념신뢰도	AVE	Cronbach's α	
혁신성	A4	0.756	-	0.93	0.77	0.831
	A3	0.722	15.47			
	A2	0.765	16.37			
	A1	0.733	15.71			
자기결정성	B4	0.726	-	0.88	0.70	0.791
	B3	0.645	12.41			
	B1	0.661	12.664			
경쟁정도	H3	0.818	-	0.92	0.80	0.871
	H2	0.832	22.025			
	H1	0.788	20.377			
	J3	0.823	21.69			
성장성	J2	0.797	-	0.94	0.78	0.901
	J1	0.82	20.308			
	J4	0.804	19.792			
	M3	0.664	15.301			
디지털 리터러시	M2	0.748	17.635	0.96	0.73	0.928
	M1	0.799	-			
	M4	0.745	18.857			
	N1	0.787	20.368			
	N2	0.736	18.564			
	N3	0.718	17.928			
	N4	0.853	-			
	P3	0.833	20.668			
재무적 성과	P2	0.811	20.198	0.91	0.78	0.848
	P1	0.882	-			
	Q3	0.857	25.843			
비재무적 성과	Q2	0.726	19.555	0.91	0.77	0.785
	Q1	0.866	26.339			

$\chi^2=1047.388$ $p=.000$, $df=328$
 $GFI=0.859$, $CFI=0.92$, $IFI=0.92$, $RMSEA=.066$, $RMR=0.04$

4.3. 상관관계 분석

타당성과 신뢰성 검증을 거친 후 가설검증에 앞서 연구변수들 간의 상호관련성을 확인하였다. 피어슨 상관계수 값을 통해 확인하였는데 <표 4>에서 제시하였다.

대부분의 연구변수들 간의 상관계수는 99%의 신뢰수준에서 유의하며 정(+)의 상관관계를 보여주고 있다. 시장특성인 경쟁정도가 시장의 성장성과 재무적 성과와는 유의한 상관관계가 없는 것으로 나타났다. 그 외 연구변수 간의 상관계수는 0.087에서 0.753사이에 분포하고 있다.

<표 4> 상관관계 분석결과

	평균	표준편차	1	2	3	4	5	6	7
1	3.41	.696	.877						
2	3.64	.639	.572**	.837					
3	4.05	.770	.177**	.297**	.894				
4	3.06	.780	.329**	.372**	.068	.883			
5	3.95	.693	.425**	.452**	.340**	.209**	.854		
6	2.99	.742	.329**	.364**	.008	.689**	.165**	.883	
7	3.17	.725	.372*	.424**	.087*	.607*	.259**	.753**	.877

1.혁신성, 2.자기결정성, 3.경쟁정도, 4.성장성, 5.디지털리터러시, 6.재무적성과, 7.비재무적성과
 * $p<.05$, ** $p<.01$, 대각선 값은 AVE의 제공된 값임

4.4. 가설검증

타당성과 신뢰성 검증을 거친 후 가설검증을 위한 회귀분석을 진행하였다. 독립변수와 종속변수 간의 관계인 가설 1과 가설 2은 다중회귀분석으로 검증하였고, 가설 3과 가설 4의 매개효과는 붓스트래핑 기법을 통해 주효과·간접효과를 구분하여 살펴보았다.

4.4.1. 소상공인의 창업가특성·시장특성과 사업성과

가설1은 소상공인의 창업가특성과 사업성과의 관계, 가설 2는 소상공인의 시장특성과 사업성과에 관한 내용이다. 이를 검증하기 위해 회귀분석을 실시한 결과를 <표 5>에서 정리하였다. 우선 가설 1의 창업가특성인 혁신성과 자기결정성이 재무적 성과 및 비재무적 성과에 미치는 영향은 모두 정(+)의 유의한 것으로 나타났다. 혁신성이 재무적 성과에 미치는 영향은 $\beta=.188(p=.000)$, 자기결정성이 재무적 성과에 미치는 영향은 $\beta=.273(p=.000)$ 으로 확인할 수 있다. 비재무적 성과에 미치는 영향을 살펴보면, 혁신성의 회귀계수 값은 $\beta=.199(p=.000)$, 자기결정성의 회귀계수 값은 $\beta=.320(p=.000)$ 으로 나타났다. 따라서 소상공인은 혁신적이고 자기결정성의 정도가 높을수록 재무적 및 비재무적 성과가 높아질 것이라는 가설 1은 지지되었다. 재무적 및 비재무적 성과에 대하여 혁신성보다 자기결정성이 다소 강한 영향력이 있음을 볼 수 있다.

시장특성의 경우, 경쟁정도는 재무적 성과와 비재무적 성과에 모두 유의한 영향이 없으며 성장성은 유의한 정(+)의 영향을 미치는 것으로 확인되었다. 구체적으로 회귀계수를 살펴보면, 경쟁정도가 재무적 성과에 미치는 영향은 $\beta=-.031(p=.344)$, 성장성이 재무적 성과에 미치는 영향은 $\beta=.700(p=.000)$ 으로 나타났다. 비재무적 성과에 미치는 영향에서는, 경쟁정도의 회귀계수는 $\beta=.052(p=.142)$, 성장성의 회귀계수는 $\beta=.614(p=.000)$ 로 나타났다. 따라서 소상공인이 시장의 경쟁정도는 성과에 미치는 영향이 없으며 성장성이 높을수록 사업성과는 높아짐을 알 수 있다. 가설 2는 부분적으로 지지되었다.

<표 5> 가설 1과 2 (창업가특성, 시장특성과 사업성과의 회귀분석 결과)

구분	종속변수							
	재무적 성과			비재무적 성과				
	β	t값	p	β	t값	p		
통제 변수	연령	-.019	-.454	.650	.011	.280	.780	
	학력	-.054	-1.305	.193	-.036	-.886	.376	
	직장경력	.064	1.543	.123	.049	1.209	.227	
혁신성	.188	3.761	.000	.199	4.088	.000		
자기결정성	.273	5.473	.000	.320	6.608	.000		
			F=19.590($p=.000$), adj. $R^2=.154$			F=26.680($p=.000$), adj. $R^2=.201$		

통제 변수	연령	.066	2.030	.043	.097	2.704	.007
	학력	-.040	-1.229	.220	-.014	-.398	.691
	직장경력	.015	.452	.652	.004	.120	.904
경쟁정도	-.031	-.948	.344	.052	1.470	.142	
성장성	.700	21.648	.000	.614	17.371	.000	
			F=93.942($p=.000$), adj. $R^2=.476$			F=62.084($p=.000$), adj. $R^2=.374$	

4.4.2. 디지털 리터러시의 매개효과

가설 3은 창업가특성이 사업성과에 미치는 영향에 대한 디지털 리터러시의 매개효과, 가설 4는 시장특성이 사업성과에 미치는 영향에 대한 디지털 리터러시의 매개효과로 설정하였다. 창업가특성 중 혁신성이 디지털 리터러시를 매개로 재무적 성과에 미치는 영향을 보면, 혁신성이 디지털 리터러시에 유의한 영향이 있으나($B=.423, p=.000$), 디지털 리터러시는 재무적 성과에 유의한 영향이 없으므로($B=.0325, p=.5115$) 매개효과는 없다고 할 수 있다. 혁신성이 디지털 리터러시를 매개로 비재무적 성과에 미치는 영향은 부분매개효과를 보여준다. 혁신성이 디지털 리터러시에 유의한 영향이 있으며($B=.4230, p=.000$), 디지털 리터러시가 비재무적 성과에 미치는 영향도 유의한 것으로 나타났다($B=.1288, p=.0066$). 따라서 혁신성은 디지털 리터러시를 매개로 비재무적 성과에 유의한 영향을 미치는 것으로 나타났다. 자기결정성의 경우, 재무적 성과와 비재무적 성과 모두에 대하여 매개효과가 없는 것으로 나타났다. 자기결정성이 디지털 리터러시에 대하여는 유의한 정(+)의 영향이 있으나($B=.4896, p=.000$), 자기결정성과 디지털 리터러시를 함께 투입했을 때 디지털 리터러시가 재무적 성과에 미치는 영향은 유의하지 않으며($B=.0000, p=.999$) 비재무적 성과에 미치는 영향도 유의하지 않은 것으로 나타났다($B=.0886, p=.0595$).

이상의 결과에 따라 가설 3은 일부 지지되었다.

<표 6> 가설 3 (창업가특성과 디지털 리터러시, 사업성과의 회귀분석 결과)

변수	coeff	se	t	p	LLCI	ULCI
종속변수: 디지털 리터러시						
상수	2.5085	.1387	18.0857	.0000	2.2360	2.7810
혁신성	.4230	.0399	10.6020	.0000	.3446	.5013
F=112.4023, $p=.000, R^2=.1806$						
종속변수: 재무적성과						
상수	1.7132	.1986	8.6264	.0000	1.3230	2.1034
혁신성	.3366	.0493	6.8343	.0000	.2399	.4334
디지털 리터러시	.0325	.0495	.6570	.5115	-.0647	.1297
F=31.0932, $p=.000, R^2=.1089$						
종속변수: 비재무적성과						
상수	1.5251	.1894	8.0536	.0000	1.1531	1.8972
혁신성	.3332	.0470	7.0942	.0000	.2409	.4255
디지털 리터러시	.1288	.0472	2.7283	.0066	.0360	.2215
F=45.2904, $p=.000, R^2=.1511$						
종속변수: 디지털 리터러시						

상수	2.1655	.1584	13.6742	.0000	1.8544	2.4767
자기결정성	.4896	.0428	11.4348	.0000	.4055	.5737
F=130.7542, p=.000, R ² =.2041						
종속변수: 재무적성과						
상수	1.4475	.2071	6.9895	.0000	1.0407	1.8544
자기결정성	.4230	.0537	7.8785	.0000	.3175	.5284
디지털 리터러시	.0000	.0495	-.0008	.9993	-.0974	.0973
F=38.9881, p=.000, R ² =.1328						
종속변수: 비재무적성과						
상수	1.2240	.1961	6.2433	.0000	.8388	1.6092
자기결정성	.4378	.0508	8.6139	.0000	.3379	.5376
디지털 리터러시	.0886	.0469	1.8886	.0595	-.0036	.1807
F=58.0846, p=.000, R ² =.1858						

다음으로 시장특성이 디지털 리터러시를 매개로 재무적 성과와 비재무적 성과에 미치는 영향을 살펴본 결과는 <표 7>과 같다. 시장특성 중 경쟁정도는 디지털 리터러시를 매개로 재무적 성과와 비재무적 성과에 유의한 정(+)의 영향을 미치는 것으로 나타났다. 경쟁정도는 디지털 리터러시에 유의한 영향이 있으며(B=.3059, p=.000), 디지털 리터러시는 재무적 성과에 유의한 영향이 있음을 알 수 있다(B=.196, p=.000). 이때 경쟁정도가 재무적 성과에 미치는 직접적 영향이 유의하지 않게 나타났기 때문에(B=-.0523, p=.2432) 경쟁정도가 재무적 성과에 미치는 영향을 디지털 리터러시가 완전매개하는 것으로 볼 수 있다. 또한 비재무적 성과에 대한 결과를 살펴보면, 경쟁정도는 디지털 리터러시에 유의한 영향이 있으며(B=.3059, p=.000), 디지털 리터러시가 비재무적 성과에 미치는 영향 역시 유의한 값으로 나타났다(B=.2713, p=.000). 이때 경쟁정도가 비재무적 성과에 미치는 영향 역시 유의하지 않게 나타났기 때문에(B=-.0009, p=.9839) 완전매개로 볼 수 있다. 정리하면, 경쟁정도는 디지털 리터러시를 매개로 재무적 성과와 비재무적 성과에 긍정적인 유의한 영향을 미치고 있음을 알 수 있다.

성장성이 디지털 리터러시를 매개로 사업성과에 미치는 영향을 검증한 결과는 다음과 같다. 성장성은 디지털 리터러시에 유의한 영향이 있으며(B=.1860, p=.000), 디지털 리터러시는 재무적 성과에 유의한 영향이 없는 것으로 나타났다(B=.0228, p=.517). 따라서 성장성이 재무적 성과에 미치는 영향은 디지털 리터러시가 매개하지 않는 것으로 나타났다. 비재무적 성과의 경우, 성장성은 디지털 리터러시에 유의한 영향이 있으며(B=.1860, p=.000), 디지털 리터러시가 비재무적 성과에 유의한 영향을 미치는 것으로 나타났다(B=.1443, p=.0001). 이때 성장성이 비재무적 성과에 미치는 직접적 영향은 유의하기 때문에(B=.5375, p=.000), 부분매개효과로 볼 수 있다.

이상의 결과에 따라 가설 4는 일부 지지되었다. 가설 4의 검증 결과에 따르면 시장특성은 창업가특성과는 달리, 대부분 디지털 리터러시를 매개로 사업성과에 정(+)의 영향을 미치고 있음을 알 수 있다. 특히 경쟁정도는 완전매개효과로 나타났다

고 성장성은 비재무적 성과에 대하여 부분매개효과가 있음을 확인하였다.

<표 7> 가설 4
(시장특성과 디지털 리터러시, 사업성과의 회귀분석 결과)

변수	coeff	se	t	p	LLCI	ULCI
종속변수: 디지털 리터러시						
상수	2.7092	.1547	17.5142	.0000	2.4053	3.0131
경쟁정도	.3059	.0375	8.1593	.0000	.2322	.3795
F66.5741=, p=.000, R ² =.1155						
종속변수: 재무적성과						
상수	2.4262	.2197	11.0419	.0000	1.9945	2.8579
경쟁정도	-.0523	.0447	-1.1684	.2432	-.1402	.0356
디지털 리터러시	.1960	.0497	3.9460	.0001	.0983	.2936
F=7.7902, p=.0005, R ² =.0297						
종속변수: 비재무적성과						
상수	2.1005	.2105	9.9794	.0000	1.6870	2.5140
경쟁정도	-.0009	.0429	-.0202	.9839	-.0851	.0833
디지털 리터러시	.2713	.0476	5.6991	.0000	.1778	.3649
F=18.3156, p=.000, R ² =.0671						
종속변수: 디지털 리터러시						
상수	3.3796	.1215	87.8101	.0000	3.1409	3.6184
성장성	.1860	.0385	4.8367	.0000	.1105	.2616
F=29.3935, p=.000, R ² =.0439						
종속변수: 재무적성과						
상수	.9054	.1531	5.9131	.0000	.6046	1.2062
성장성	.6508	.0312	20.8339	.0000	.5895	.7122
디지털 리터러시	.0228	.0352	.6484	.5170	-.0463	.0919
F=230.1584, p=.000, R ² =.4749						
종속변수: 비재무적성과						
상수	.9528	.1616	5.8965	.0000	.6354	1.2703
성장성	.5375	.0330	16.3039	.0000	.4728	.6023
디지털 리터러시	.1443	.0371	3.8873	.0001	.0714	.2172
F=160.7884, p=.000, R ² =.3872						

매개효과에 대하여 총 효과 및 직접, 간접효과를 분해하여 유의성을 검증하기 위해 붓스트래핑 분석을 진행하였다. 매개 효과 검증을 위해 붓스트래핑 샘플을 5,000개로 지정하여 분석하였다. 총 효과와 직접효과, 간접효과의 유의성은 LLCI와 ULCI의 값 사이에 0이 포함되어 있지 않을 경우 유의한 것으로 판단하였다. 분석 결과는 <표 8>, <표 9>에서 정리하였다.

가설3-1의 혁신성이 디지털 리터러시를 매개로 재무적 성과에 미치는 영향에서 대해 총 효과와 직접효과는 유의하나 간접효과는 .0138(-.0252 ~ .0536)로 0이 포함되어 있으므로 유의하지 않은 것으로 나타났다. 가설 3-3의 혁신성이 디지털 리터러시를 매개로 비재무적 성과에 미치는 영향은, 총 효과와 직접효과, 간접효과 모두 LLCI와 ULCI 값 사이에 0을 포함하지 않는 것으로 나타나 매개효과가 유의미한 것으로 볼 수 있다. 이때 직접효과는 총 효과에서 감소한 값으로 나타나 부분매개효과가 있음을 확인하였다. 가설 3-2, 3-4의 자기결정성이 디지털 리터러시를 매개로 재무적 성과와 비재무적 성과에 미치는 영향은 모두 간접효과가 유의하지 않은 것으로 나

타났다. 총효과와 직접효과는 유의하나, 간접효과 값은 LLCI와 ULCI값 사이에 0을 포함하고 있으므로 매개효과를 없는 것으로 판단하였다.

<표 8> 가설 3 간접효과 검증

구분	effect	se	LLCI	ULCI
혁신성 → 디지털 리더러시 → 재무적성과				
총효과	.3507	.0446	.2628	.4379
직접효과	.3366	.0493	.2399	.4334
간접효과	.0138	.0202	-.0252	.0536
혁신성 → 디지털 리더러시 → 비재무적성과				
총효과	.3877	.0428	.3036	.4717
직접효과	.3332	.0470	.2409	.4255
간접효과	.0545	.0208	.0157	.0970
자기결정성 → 디지털 리더러시 → 재무적성과				
총효과	.4229	.0478	.3289	.5169
직접효과	.4230	.0537	.3175	.5284
간접효과	.0000	.0244	-.0480	.0486
자기결정성 → 디지털 리더러시 → 비재무적성과				
총효과	.4811	.0455	.3918	.5704
직접효과	.4378	.0508	.3379	.5376
간접효과	.0434	.0237	-.0029	.0907

가설 4-1의 시장의 경쟁정도가 디지털 리더러시를 매개로 재무적 성과에 미치는 영향은 간접효과의 LLCI와 ULCI 값 사이에 0을 포함하지 않고 있으므로(.0281~.0962) 유의한 것으로 나타났다. 또한 직접효과의 경우 LLCI와 ULCI의 값 사이에 0을 포함하고 있으므로(-.1402~.0356) 유의하지 않게 나타났으므로 완전매개효과를 보이는 것으로 나타났다.

가설 4-3의 시장의 경쟁정도가 디지털 리더러시를 매개로 비재무적 성과에 미치는 영향 역시 간접효과는 유의하며(.0501~.1241), 직접효과는 유의하지 않으므로(-.0851~.0833) 완전매개효과인 것으로 판단하였다.

가설 4-2 시장특성인 성장성이 디지털 리더러시를 매개로 재무적 성과에 미치는 영향은 총효과와 직접효과는 유의하나 간접효과가 유의하지 않은 것(-.0101~.0179)으로 나타나 매개효과는 없는 것으로 볼 수 있다. 가설 4-4의 성장성이 디지털 리더러시를 매개로 비재무적 성과에 미치는 영향은, 총 효과와 직접효과, 간접효과(.0109~.0475) 모두 유의한 것으로 나타났으며 따라서 부분매개효과로 볼 수 있다.

<표 9> 가설 4 간접효과 검증

구분	effect	se	LLCI	ULCI
경쟁정도 → 디지털 리더러시 → 재무적성과				
총효과	.0077	.0427	-.0762	.0915
직접효과	-.0523	.0447	-.1402	.0356
간접효과	.0599	.0173	.0281	.0962
경쟁정도 → 디지털 리더러시 → 비재무적성과				
총효과	.0821	.0415	.0005	.1637
직접효과	-.0009	.0429	-.0851	.0833

간접효과	.0830	.0190	.0501	.1241
성장성 → 디지털 리더러시 → 재무적성과				
총효과	.6551	.0305	.5951	.7151
직접효과	.6508	.0312	.5895	.7122
간접효과	.0042	.0070	-.0101	.0179
성장성 → 디지털 리더러시 → 비재무적성과				
총효과	.5644	.0327	.5002	.6286
직접효과	.5375	.0330	.4728	.6023
간접효과	.0268	.0094	.0109	.0475

이상의 가설검증 결과를 정리하면 다음과 같다.

<표 10> 가설검증 결과

가설		검증결과
1-1	혁신성 → 재무적 성과	채택
1-2	자기결정성 → 재무적 성과	채택
1-3	혁신성 → 비재무적 성과	채택
1-4	자기결정성 → 비재무적 성과	채택
2-1	경쟁정도 → 재무적 성과	기각
2-2	성장성 → 재무적 성과	채택
2-3	경쟁정도 → 비재무적 성과	기각
2-4	성장성 → 비재무적 성과	채택
3-1	혁신성 → 디지털 리더러시 → 재무적 성과	기각
3-2	자기결정성 → 디지털 리더러시 → 재무적 성과	기각
3-3	혁신성 → 디지털 리더러시 → 비재무적 성과	채택(부분매개)
3-4	자기결정성 → 디지털 리더러시 → 비재무적 성과	기각
4-1	경쟁정도 → 디지털 리더러시 → 재무적 성과	채택(완전매개)
4-2	성장성 → 디지털 리더러시 → 재무적 성과	기각
4-3	경쟁정도 → 디지털 리더러시 → 비재무적 성과	채택(완전매개)
4-4	성장성 → 디지털 리더러시 → 비재무적 성과	채택(부분매개)

V. 결론

5.1. 요약 및 시사점

본 연구는 국내 소상공인의 사업성과에 미치는 요인 중 창업가특성과 시장특성, 디지털 리더러시에 주목하여 이론 및 실증연구를 진행하였다. 선행연구를 토대로 독립변수는 창업가특성 중 혁신성과 자기결정성, 시장특성 중 경쟁정도와 성장성으로 설정하고 종속변수는 재무적 성과와 비재무적 성과로 설정하였다. 독립변수와 종속변수의 관계를 매개하는 변수로 소상공인의 디지털 리더러시의 역할에 주목하였다. 코로나 19 확산에 따른 비대면 거래 비중의 증가와 디지털 기술 및 기기의 빠른 보급 등으로 인해 소상공인의 사업 영역에서 디지털 기술의 활용은 선택이 아닌 필수요소가 되었다. 따라서 소상공인들의 디지털 기술의 이해와 활용도를 측정하는 디지털 리더러시 정도가 사업성과에 미치는 영향을 살펴보고자 하였으며 개인특성과 환경특성 요소와 어떠한 관계를 가지는지 가설을 설정하고 실증적으로 검증하였다. 연구결과를 요약

정리하면 다음과 같다.

첫째, 소상공인의 창업가특성은 사업성공에 유의한 정(+)의 영향을 미치는 것으로 확인되었다. 창업가특성인 혁신성과 자기결정성은 재무적 성과와 비재무적 성과에 유의한 긍정적 영향을 미치는 것으로 나타났다. 이러한 결과는 가설설정 과정에서 검토한 가설을 지지하는 것으로 볼 수 있다(소은영·박성환, 2015; 김남표, 2018; 서명길, 2018; 박세연, 2016; 김성환 외, 2015; 이충섭 외, 2009; 황선재·허철무, 2019). 독립변수 별로 성과에 미치는 영향을 세부적으로 살펴보면 혁신성과 자기결정성 중 자기결정성이 혁신성보다 재무적 및 비재무적 성과에 더 큰 영향을 미치고 있다. 즉, 소상공인이 창의적이고 새로운 것에 도전하려는 특성이 강한 것도 성과에 유의미한 영향이 있지만 스스로 문제를 해결하고 통제, 조절하려는 능력이 있을수록 성과에 강한 영향을 줄 수 있음을 의미한다.

둘째, 시장특성은 하위변수에 따라 사업성공에 미치는 영향이 상이한 것으로 나타났다. 시장의 경쟁정도는 성과에 유의미한 영향이 없으며, 성장성은 성과에 유의미한 정(+)의 영향이 있음을 확인하였다. 시장의 경쟁에 대한 양희순 외(2015), 황선재·허철무(2019)의 연구결과와는 상이하나, 성장성에 대한 이충섭 외(2009), 황선재·허철무(2019)의 연구결과와는 일치한 결과이다. 즉 경쟁자가 많고 경쟁이 치열하다는 것은 성과에 영향을 주지 않으나, 유사업종과 비교했을 때 매출이나 수익률, 시장점유율 증가 가능성이 높을수록 성과에 긍정적 영향을 미치는 것을 의미한다.

셋째, 디지털 리더러시의 매개효과는 창업가특성 중 혁신성이 비재무적 성과에 미치는 영향에 대해 부분매개효과가 있는 것으로 나타났다. 즉, 소상공인이 혁신적일수록 디지털 기기를 이용하고 활용하게 되고 이를 통해 생산성이나 인지도가 높아짐을 의미한다. 이는 인지적 유연성이나 개방성, 기업가정신이 디지털 리더러시를 매개로 긍정적 성과에 영향을 주고 있다는 선행연구의 결과와 일치하는 것으로 볼 수 있다(강경란, 2020; 김경선 외, 2020; 최지원·이희수, 2019). 나머지 매개효과로 가장한 혁신성과 재무적 성과의 관계나, 자기결정성이 재무적·비재무적 성과에 미치는 영향은 디지털 리더러시의 매개 없이 직접적인 영향이 있음을 확인하였다. 따라서 소상공인의 개인적 특성은 디지털 리더러시의 매개효과와는 비교적 관계가 적음을 확인하였다. 이는 비교적 소규모로 운영되고 소상공인의 개인적 역량과 의사결정이 직접적 사업성공에 영향을 미치는 현상을 설명해주는 것이라 볼 수 있다. 오히려 디지털 리더러시 역량을 위한 정책지원을 고려할 경우 소상공인의 개인적 특성보다는 지역이나 업종 등 시장의 특성을 주요 요인으로 고려해야 함을 보여주는 결과이다.

넷째, 시장 특성인 경쟁정도와 성장성은 디지털 리더러시를 매개로 재무적 및 비재무적 성과에 영향을 미치고 있음을 확인하였다. 이는 규모가 영세한 기업에서 기술의 도입과 적용

이 성과에 유의미한 영향을 준다고 제시한 연구결과와 일치하는 내용이다(Merkofor & Murphy, 2009; Steyn & Leonard, 2012; Adeniran & Johnston, 2016). 특히 경쟁정도는 가설 2의 검증과정에서 성장성과 함께 회귀분석을 진행한 결과 재무적 및 비재무적 성과에 미치는 회귀계수 값이 유의하지 않게 나타났다. 그러나, 개별변수로 매개효과를 검증한 결과 디지털 리더러시를 매개로 재무적 및 비재무적 성과에 긍정적 영향을 미치고 있음을 보여준다. 즉, 시장의 경쟁이 치열할수록 소상공인은 디지털 역량을 높이고자 하며 이를 통해 성과를 높이고자 노력함을 보여준다. 또한 성장성 역시 시장이 미래의 가능성이 높다고 인식할수록 디지털 역량을 발휘해서 생산성이나 인지도, 만족도를 높일 수 있음을 보여준다.

이상의 연구결과를 토대로 실무적 및 정책적 시사점을 도출하면 다음과 같다. 실무적 시사점으로는 다음의 두 가지를 들 수 있다.

첫째, 예상치 못한 불확실한 환경변화에 직면하는 소상공인에게 있어 혁신적이고 적극적인 특성은 사업성공을 유지해 나가는 데 필수적 요소임을 알 수 있다. 연구결과에 따르면 소상공인의 혁신성과 자기결정성은 직접적으로 재무적 및 비재무적 성과에 영향을 주고 있다. 작은 규모로 사업을 영위해 나가는 소상공인은 코로나19와 같은 예상치 못한 환경의 변화를 포함하여 크고 작은 위기에 직면하게 될 때 스스로 상황변화를 인식하고 적극적으로 해결해나가는 의지가 있을 때 성과를 창출해나갈 수 있음을 의미한다. 특히 본 연구의 샘플의 특성을 보면 프랜차이즈나 기존 기업의 인수가 아닌 새로운 사업 창업이 65%이며 사업기간이 5년 이상이 50% 이상을 차지하고 있다. 따라서 창업 후 다년간 사업을 지속해가는 소상공인에게는 위기를 기회로 인식하고 적극적으로 대처하고자 하는 자기결정성의 특성이 성과를 좌우하는 중요하는 요인임을 알 수 있다.

둘째, 소상공인은 경쟁이 치열한 업종보다 성장가능성이 높은 시장에서 성과를 긍정적으로 인식하고 있음을 보여준다. 연구결과에 따르면 경쟁정도는 사업성공에 영향이 없으며 오히려 성장성이 재무적 및 비재무적 성과에 유의미한 영향을 주고 있다. 이는 소상공인의 산업별 분포를 반영하는 현상이라고 할 수 있다. 중소벤처기업연구원(2019)에서는 전국 지역의 90% 이상이 도·소매업과 숙박·음식업에서 과밀화 상태를 보여주고 있는데, 다수의 동종업체가 한 곳에 지나치게 많은 초과공급현상이 있다고 하였다. 특히, 수요보다 공급이 많은 상태에서 이들의 평균소득은 동일 업종의 근로자 평균임금보다 밀돌지만, 공급이 지속화되는 상태를 지적하였다. 소상공인이 사업을 영위하는 업종에는 상대적으로 진입장벽이 낮은 생활밀접업종¹⁾이 많으며 지속적으로 소상공인이 진입함에 따라 경쟁과열이 발생하고 영업이익률이 감소하는 현상을 보여주고 있다. 오히려 현재의 상황보다 미래의 성장가능성이

1) 생활밀접업종은 소비자들의 소비활동과 밀접하며 사업체 수가 많고, 종사가 수가 5인 미만인 소규모 사업체 비중이 높은 창업 등의 진출입이 용이한 업종으로 정의함

있을 때 재무적, 비재무적 성과에 대해 긍정적 응답을 보이고 있다. 즉, 소상공인들의 성과 창출을 위한 시장요건으로는 자신이 속한 업종이나 상권에서 새로운 비즈니스의 기회가 존재함을 인식하는 것이 중요하다는 점이다. 따라서 디지털 기술의 활용, 비대면 거래의 증가 등 새로운 기술 및 경제적 환경에 적극적으로 대처함으로써 성과를 창출해나갈 수 있음을 알 수 있다.

다음은 정책적 시사점이다. 첫째, 소상공인이 성장성 있는 업종으로 도전할 수 있는 지원정책을 설계할 필요가 있다. 연구결과에 따르면 시장의 성장성은 재무적 및 비재무적 성과에 유의한 긍정적 영향을 줄 수 있다. 따라서 소상공인을 지원함에 있어 업종의 성장성을 고려하여 지원할 수 있다. 성장성 있는 업종은 현재 과밀화된 업종으로의 진출에 비해 추가적인 교육·훈련을 필요로 할 수 있다. 물론 IT업종과 같이 다년간의 훈련과 높은 수준의 기술적 이해를 필요로 하는 사업으로의 도전은 어려울 수 있다. 그러나 본 연구에서 제시한 디지털 리터러시 역량과 같이 디지털 기술을 활용에 대한 인식제고 및 실질적인 활용방법이나 비즈니스로의 응용에 관한 교육·훈련은 다양한 배경을 가진 소상공인에게 이해가능하고 실질적인 성과로 연계될 수 있는 지원이 될 수 있다.

두번째, 정책적 시사점은 디지털 리터러시를 지원함에 있어 시장의 경쟁정도가 높은 업종을 우선적으로 고려함으로써 정책의 효과성을 높일 수 있다. 본 연구에서는 시장의 경쟁정도가 높다고 인식하는 소상공인의 경우에 디지털 리터러시를 매개로 성과가 높아지는 결과를 보여주고 있다. 따라서 모든 업종을 대상으로 디지털 리터러시 역량을 높이는 교육을 설계하되 업종별 단계적 추진을 시도하는 것이 효과적일 수 있다. 중소벤처기업연구원(2021)에서 발표한 ‘소상공인 디지털 전환 현황 및 단계별 추진전략’에서는 아날로그의 디지털화→디지털데이터 정보의 효과적 활용→디지털 기반 새로운 비즈니스 창출의 3단계로 소상공인의 디지털 전환을 지원해야 함을 제안하였다. 이와 같은 단계적 추진의 대상을 선정함에 있어 경쟁정도를 반영한다면, 업종이나 상권의 치열한 경쟁을 이겨나가기 위해 디지털 기술의 적용이나 새로운 성장성 있는 사업기회의 발견을 할 수 있을 것이다.

5.2. 연구의 한계와 향후 연구의 방향

이러한 연구의 결과와 시사점에 더해 연구의 한계점도 존재한다. 연구의 한계점과 향후 연구방향을 제시하면 다음과 같다.

첫째, 연구변수의 문제로, 본 연구는 소상공인의 사업성과를 설명하기 위해 개인특성과 시장특성만을 다루었다. 디지털 리터러시 역량의 매개효과를 살펴보기 위해 개인과 사업체의 특성에 초점을 맞추어 살펴보았다. 그러나 실제 소상공인의 성과를 결정하는 요인이 다수 포함되어 있으며 선행연구들에서도 다양한 요인이 검토되고 있다. 특히 정부지원의 효과를

측정하기 위한 다양한 연구가 진행되고 있는데, 본 연구에서 검증한 디지털 리터러시 변수 역시 정부지원의 영향으로 개발될 수 있는 역량이다. 따라서 향후 연구에서는 정부지원의 구체적 내용을 변수로 하여 디지털 리터러시와의 영향관계 및 성과에 미치는 영향을 통합적으로 고려하는 연구가 진행되어야 할 것이다.

둘째, 업종별로 세분화된 분석이 부족하다는 점이다. 연구표본을 수집하는 단계에서 다양한 업종을 포함하기 위해 노력하였으나 이를 실증분석에서 유용한 변수로 활용하는 데는 한계가 있었다. 소상공인의 경우, 요식업, 유통업, 도·소매업 등 업종별로 중요한 개인적 특성과 시장특성에 차이가 있을 것이며 이에 따른 디지털 리터러시와 사업성과 간의 관계가 상이할 것이다. 향후 연구에서 업종별 표본조사를 실시한다면 디지털 리터러시 역량이 성과에 미치는 영향에 대해 업종별 차이를 도출하고 정책적 시사점으로 연계할 수 있을 것이다. 전국의 소상공인들은 영세한 규모로 경쟁이 치열한 업종에서 자신만의 사업을 일으키고 유지하기 위해 다양한 노력을 기울이면서 크고 작은 위기를 극복해나가고 있다. 이러한 과정에서 자신만이 가진 혁신성과 자기결정성은 실제 성과로 연계될 수 있는 중요한 특성임을 확인하였다. 뿐만 아니라 시장의 경쟁이 높거나 성장성이 높을 경우 디지털 역량을 높임으로 성과를 창출할 수 있음도 알 수 있다. 따라서 정부는 다양한 특성과 배경을 가진 소상공인을 대상으로 디지털 리터러시에 대한 인식과 역량을 제고하는 지원을 추진함으로써 지역과 업종에 적절한 성과를 창출하도록 해야 할 것이다. 소상공인들은 자신만의 사업체를 시작하여 비즈니스 기회를 만들어 나가고 성취감을 달성하기를 원한다. 코로나19 이후 더욱 확산되는 비대면 거래 시대에도 이들이 지속가능한 사업을 영위할 수 있도록 디지털 리터러시를 중심으로 지원방향을 설계하고 구체적 교육·훈련과 경제적 지원을 단계적으로 추진해야 할 것이다.

REFERENCE

- 강경관(2020). 기업가정신과 사회적이슈(코로나 19)가 창업기회인식에 미치는 영향 연구: 디지털 리터러시의 매개효과. *경영교육연구*, 35(5), 349-372.
- 강성현·이철성(2018). 소상공인의 채널 확장이 매출에 미치는 영향: 온라인 채널 가입 기간을 중심으로. *유통경영학회지*, 21(4), 43-50.
- 강정목·송효진·김현성(2014). 스마트시대의 디지털 리터러시 측정을 위한 진단도구의 개발과 적용. *한국지역정보학회지*, 17(3), 143-173.
- 김경선·박우진·배병운(2020). 은행원의 Big5 성격요인이 창업의도에 미치는 영향: 디지털미디어 활용역량의 매개효과. *벤처창업연구*, 15(2), 209-220.
- 김남표(2018). *소상공인의 창업성과에 미치는 영향 요인: 서울특별시 창업지원제도의 조절효과 중심*. 박사학위논문, 서울시립대학교 대학원.
- 김남표·권영주(2018). 소상공인의 창업성과에 미치는 영향요인 분

- 석. *정책개발연구*, 18(1), 131-157.
- 김도현(2020). 국내 미디어·디지털·정보·ICT 리터러시의 연구동향 분석. *교육문화연구*, 26(3), 93-119.
- 김성환·복경수·박재춘(2015). 예비창업자의 자기결정성이 기업가정신과 창업의지에 미치는 영향: 창업교육의 조절효과를 중심으로. *벤처창업연구*, 10(5), 15-26.
- 김우중(2016). *창업가정신과 전략지향성이 기업성과에 미치는 영향: 디지털 리터러시와 학습지향성의 조절된 매개효과*. 박사학위논문, 중앙대학교 대학원.
- 남영희·안시연·김상덕(2021). 소상공인 경영성과의 결정요인에 관한 연구: 사회적 자본의 조절효과. *유통연구*, 26(2), 25-51.
- 박세연(2016). *소상공인의 자기결정성이 재창업의지에 미치는 영향: 서울시 소상공인을 중심으로*. 박사학위논문, 서울벤처대학교 대학원.
- 박송준·이유리(2020). 소상공인의 창업가적 특성이 경영성과에 미치는 영향 분석: 사회적 자본의 매개 효과. *인문사회* 21, 11(2), 655-668.
- 서명길(2018) *소상공인의 창업가특성, 창업준비도가 창업성공에 미치는 영향에 관한 실증적 분석: 경영관리의 매개효과를 중심으로*. 박사학위논문, 서울벤처대학교 대학원.
- 서정현(2010). *국내 소상공인의 정보리터러시에 따른 성장 장애요인이 사업성과에 미치는 영향 연구*. 박사학위논문, 숭실대학교 대학원.
- 소은영·박성환(2015). 소상공인의 기업가정신이 재무적 성과에 미치는 영향. *경영교육연구*, 30(1), 245-264.
- 송홍규(2016). 소상공인의 역량이 서비스몰입과 경영성과에 미치는 영향: 외식업을 중심으로. *관광레저연구*, 28(10), 443-461.
- 안장훈·김선근(2017). 기업가정신이 혁신성과에 미치는 영향에 관한 연구-사회적 자본과 지적자본의 매개효과를 중심으로. *경영과 정보연구*, 36(2), 261-276.
- 양희순·진병호·원종현(2015). 소비자 수출 중소기업의 내부역량과 수출성과의 관계에서 시장 경쟁강도의 조절효과 분석. *Korea Business Review*, 19(3), 173-195.
- 오상영(2012). 소상공인의 경영성과 결정요인. *한국산학기술학회 논문지*, 13(12), 5759-5763.
- 윤명순·한필수(2010). 미용서비스 소상공인의 개인적 특성이 경영성과에 미치는 영향 연구. *한국미용학회지*, 16(2), 384-395.
- 윤민진·전인오(2017). 소상공인 및 소기업의 시장지향성과 학습지향성이 기업성과에 미치는 영향: 조직 몰입의 매개효과 중심으로. *한국산업정보학회논문지*, 22(2), 91-106.
- 윤석옥·서근하(2003). 한국의 소상공인 창업문화에 관한 연구: 창업자 개인적 특성과 마케팅 인식을 중심으로. *소비문화연구*, 6(1), 99-118.
- 원종하·정대현(2017). 소상공인의 기업가특성이 경영성과에 미치는 영향. *벤처창업연구*, 12(1), 111-121.
- 이남주(2010). *소상공인의 기업성과 결정요인에 관한 연구*. 박사학위논문, 동아대학교 대학원.
- 이남주·허태규·이충섭(2013). 소상공인 주요 성과요인의 성장단계별 차이분석. *회계정보연구*, 31(4), 329-350.
- 이동후(2017). '리터러시'에 관한 매체 생태학적 고찰. *한글*, 317, 41-81.
- 이윤원·이남주·이혜옥·이충섭(2009). 소상공인의 시장 환경특성과 경영전략이 기업성과에 미치는 영향. *재무와 회계정보저널*, 9(1), 91-111.
- 이재관·김선희(2007). 정보 리터러시가 소상공인의 온라인 활동수준에 미치는 영향. *중소기업연구*, 29(1), 49-64.
- 이충섭·이남주·김준호(2009). 소상공인의 시장 환경특성과 지원서비스가 균형성과에 미치는 영향. *회계정보연구*, 27(1), 261-284.
- 임현철(2015). 소상공인에 대한 지원서비스와 경영성과의 관계에서 지원서비스 만족의 매개효과. *관광연구*, 30(7), 319-338.
- 정중희·조지운(2014). 소상공인 성공창업 요인 분석에 관한 연구. *한국창업학회지*, 9(2), 137-159.
- 정주임(2012). 소상공인 미용실의 점포특성이 경영성과에 미치는 영향 연구. *한국디자인문화학회지*, 18(3), 513-524.
- 조준희·김찬중(2010). 소상공인 창업의 재무성과 영향요인 연구. *산업경제연구*, 23(1), 127-144.
- 중소벤처기업부·통계청(2019). *2018년 기준 소상공인 실태조사*. 서울:중소벤처기업부·통계청
- 중소벤처기업연구원(2019). 전국 소상공인 과밀화 현황과 시사점: 도·소매업과 숙박·음식업 중심으로. Retrieved(2021.09.02.) from <https://www.kosi.re.kr/kosbiWar/front/functionDisplay?menuFrontNo=3&menuFrontURL=front/focusDetail?dataSequence=J190610K01>.
- 중소벤처기업연구원(2021). *소상공인 디지털 전환 현황 및 단계별 추진전략*. Retrieved(2021.09.02.) from <https://www.kosi.re.kr/kosbiWar/front/functionDisplay?menuFrontNo=3&menuFrontURL=front/focusDetail?dataSequence=J210614K01>.
- 최지원·이희수(2019). HR 담당자의 직무특성이 혁신행동에 미치는 영향과 디지털 리터러시의 매개효과 검증. *대한경영학회지*, 32(7), 1219-1246.
- 허경아·정정희(2011). 유아교사의 디지털 리터러시 진단 도구 개발 및 타당화. *유아교육연구*, 31(5), 225-252.
- 황보윤(2011). 소상공인 외식서비스업체의 경영성과 요인에 관한 연구. *벤처창업연구*, 6(2), 51-73.
- 황선재·허철무(2019). 소상공인의 개인성향 및 시장 환경특성과 경영성과 간에 경영교육 만족도가 미치는 조절효과 검증. *벤처창업연구*, 14(6), 45-57.
- 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.
- Ahn, C. H., & Kim, S. G.(2017). The Effects of Entrepreneurship on Innovation Performance: Focusing on the Mediating Effect of Social Capital and Intellectual Capital. *Management & Information Systems Review*, 36(2), 261-276.
- Cho, J. H., & Kim, C. J.(2010). A Study on Performance Factors on the Small Business. *Journal of Industrial Economics and Business*, 23(1), 127-144.
- Choi, J. W., & Lee, H. S.(2019). The Effect of Job Characteristics on Innovative Behavior of HR Employees: The Mediating Effect of Digital Literacy. *Korean Journal of Business Administration*, 32(7), 1219-1246.
- Chung, J. I.(2012). A Study on the Effect of Store Characteristics on Management Performance in Small Beauty Salon. *Journal of the Korean Society of Design Culture*, 18(3), 513-524.
- Hayes, A. F.(2018). Partial, conditional, and moderated moderated mediation: Quantification, inference, and interpretation. *Communication monographs*, 85(1), 4-40.
- Heo, K. A., & Chung, C. H.(2011). The development and validation of a digital literacy scale for kindergarten teachers. *Korean Journal of Early Childhood Education*, 31(5), 225-252.

- Hwang, B. Y.(2011). Determining Factors on Small Food Service Business Performance. *Asia-Pacific Journal of Business Venturing and Entrepreneurship*, 6(2), 51-73.
- Hwang, S. J., & Heo, C. M.(2019). Testing for Moderating Effects of Management Education between Small Business Owner's Individual Personality, Market Environment Characteristics and Management Performance. *Asia-Pacific Journal of Business Venturing and Entrepreneurship*, 14(6), 45-57.
- Jung, J. H., & Cho, C. W.(2014). A Study on the Analysis of Factors Affecting Business Success of Small Enterprises. *Journal of the Korean Entrepreneurship Society*, 9(2), 137-159.
- Kang, G. L.(2020). A Study on the Effects of Entrepreneurship and Social Issue(Corona19) on Entrepreneurial Opportunity Recognition: Focusing on Mediating Effects of Digital Literacy. *Korean Business Education Review*, 35(5), 349-372.
- Kang J. M., Song, H. J., & Kim, H. S.(2014). Development and Application of the Diagnostic Instruments for Measuring Digital Literacy in the Smart Society. *Journal of Korean Association for Regional Information Society*, 17(3), 143-173.
- Kang, S. H., & Lee, C. S.(2018). The Effect of Channel Expansion on Sales in Small Business: Focusing on Online Channel Subscription Period. *Journal of Distribution and Management Research*, 21(4), 43-50.
- Kim, D. H.(2020). A Literature Review for Exploring Research Trends of Media, Digital, Information, & ICT Literacy in Korea. *Journal of Education & Culture*, 26(3), 93-119.
- Kim, K. S., Park, W. J., Bae, B. Y.(2020). A Study of Influence of B anker's Big5 Personality Traits on Entrepreneurial Intention: Mediated Effect of Digital Media Utilization Capability. *Asia-Pacific Journal of Business Venturing and Entrepreneurship*, 15(2), 209-220.
- Kim, N. P.(2018). *Factors influencing the start-up performance of small business focusing on the moderating effect of the Seoul metropolitan government start-up support system*. Doctoral Dissertation, The Graduate School of Chung-Ang University.
- Kim, N. P., & Kwon, Y. J.(2018). An Analysis of Factors Influencing the Start-up Performance of Small Business. *Journal of Policy Development*, 18(1), 131-157.
- Kim, S. H., Bok, K. S., & Park, J. C.(2015). Relationship among Self-determination, Entrepreneurship and Entrepreneurial Intention of University Students in Korea. *Asia-Pacific Journal of Business Venturing and Entrepreneurship*, 10(5), 15-26.
- Kim, W. J.(2016). *The effects of entrepreneurship and strategic orientation on the firm performance: moderated mediation effect of digital literacy and learning orientation*. Doctoral Dissertation, The Graduate School of Chung-Ang University.
- Knight, G. A., & Cavusgil, S. T.(2004). Innovation, organizational capabilities, and the born-global firm. *Journal of International Business Studies*, 35(2), 124-141.
- Korea SMEs & Startups Institute(2019). *Current status and implications of overcrowding of small business owners nationwide-focusing on Wholesale and retail businesses, lodging and food businesses*. Retrieved(2021.09.02.) from <https://www.kosi.re.kr/kosbiWar/front/functionDisplay?menuFrontNo=3&menuFrontURL=front/focusDetail?dataSequence=J190610K01>.
- Korea SMEs & Startups Institute(2021). *Current status of small business digital transformation and step-by-step implementation strategies*. Retrieved(2021.09.02.) from <https://www.kosi.re.kr/kosbiWar/front/functionDisplay?menuFrontNo=3&menuFrontURL=front/focusDetail?dataSequence=J210614K01>.
- Lee, C. S., Lee, N. J., & Kim, J. H.(2009). Effects of Market Environmental Characteristics and Governmental Support on the Balanced Score of Small & Micro Business. *Journal of Accounting and Finance*, 27(1), 261-284.
- Lee, D. H.(2017). A Media Ecology Approach to Literacy. *HAN-GEUL*, 317, 41-81.
- Lee, J. K., & Kim, S. H.(2007). The Influence of Information Literacy on the Online Activity Level of the Very-Small Business Managers. *Asia Pacific Journal of Small Business*, 29(1), 49-64
- Lee, L. T., & Sukoco, B. M.(2007). The effects of entrepreneurial orientation and knowledge management capability on organizational effectiveness in Taiwan: the moderating role of social capital. *International Journal of Management*, 24(3), 549.
- Lee, N. J.(2010). *A Study on Determinants of Small and Micro Business Performance*. Doctoral Dissertation, Graduate School of Dong-A University.
- Lee, N. J., Heo, T. G., & Lee, C. S.(2013). Analysis on Main Performance Factors Difference in Small Businesses by the Stage of Growth. *Korea Accounting Information Association*, 31(4), 329-350.
- 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 Finance and Accounting Information*, 9(1), 91-111.
- Lim, H. C.(2015). The Mediator Effect of Supporting Service Satisfaction between the Relation of Management Performance and Supporting Service for Small Business People. *International Journal of Tourism Management and Sciences*, 30(7), 319-338.
- Merkofer, P., & Murphy, A.(2009). The e-skills landscape in South Africa. *Zeitschrift für Politikberatung*, 2(4), 685-695.
- Ministry of SMEs & Startups(2019). *Small Business Survey*. Retrieved 2021.09.02. from <https://www.mss.go.kr/site/smba/office/ex/statDB/surveyList.do>
- Munzenmaier, C., & Rubin, N.(2013). Bloom's taxonomy: What's old is new again. *The eLearning Guild*, 1-47.
- Nam, Y. H., An, S. Y., & Kim, S. D.(2021). The Effects of CEO's Capacity on Business Performance in Small Business-Moderating Effects of Social Capital. *Journal*

- of Channel and Retailing, 26(2), 25-51.
- Oh, S. Y.(2012). A Study on Determinants of Micro-enterprise Performance. *Journal of Korea Academia-Industrial cooperation Society*, 13(12), 5759-5763.
- Park, S. C., & Lee, Y. R.(2020). Impact Analysis of the Influence of Small Business Owners' Entrepreneurial Characteristics on the Management Performances: Focusing on the Mediation of Social Capital. *The Journal of Humanities and Social Science*, 11(2), 655-668.
- Park, S. E.(2016). *Determination of Small Business Entrepreneurs on Re-Start up intention: Focused on Small Business Entrepreneurs in Seoul*. Doctoral Disertation, Seoul Venture University.
- Sahut, J. M., & Peris-Ortiz, M.(2014). Small business, innovation, and entrepreneurship. *Small Business Economics*, 42(4), 663-668.
- Seo, M. G.(2018). *An empirical study on the effect of small business start-up owners' characteristics and start-up preparation on start-up success: focused on the mediating effect of business management*. Doctoral Disertation, Seoul Venture University.
- So, E. Y., & Park S. W.(2015). The Effect of the Entrepreneurship of Small Business Owners on their Financial Performance. *Korean Business Education Review*, 30(1), 245-264.
- Song, H. G.(2016). The Effect of Competencies of Small Business Owners on the Commitments to Customer Service and Business Performance: focused on the Food-service Industry. *Journal of Tourism and Leisure Research*, 28(10), 443-461.
- Steyn, R., & Leonard, A.(2012). Guidance for SMEs with the adoption of technology: A conceptual framework. *The Southern African Journal of Entrepreneurship and Small Business Management*, 5(1), 24-33.
- Suh, J. H.(2010). *The Study for Effect on the Performance of Factors of a Barrier to Growth by Information Literacy of Domestic Micro Business*. Doctoral Disertation, Graduate School of Soongsil University.
- Weon, J. H., & Jung, D. H.(2017). The Effect on Entrepreneurial Characteristics of Small Business Management Performance. *Asia-Pacific Journal of Business Venturing and Entrepreneurship*, 12(1), 111-121.
- Yang, H. S., Jin, B. H., & Won, J. H.(2015). The Study on Moderating Effects of Market Competitive Intensity between Internal Capabilities of Consumer: Goods SMEs and Export Performance. *Korea Business Review*, 19(3), 173-195.
- Yoon, M. J., & Jeon, I. O.(2017). An Influence of Small Business Market Orientation and Learning Orientation impact on Corporate Performance: Focusing on mediating effect of Organization Commitment. *Journal of the Korea Society Industrial Information System*, 22(2), 91-106.
- Yoon, M. S., & Han, P. K.(2010). A study on the Effect of Cosmetic Service Small Traders and Enterprisers' Personal Characteristics on Management Performance. *Journal of The Korean Society of cosmetology*, 16(2), 384-395.
- Yoon, S. W., & Suh, G. H.(2003). A Study on the Inauguration Culture of Small Businessmen in Korean. *Journal of Consumption Culture*, 6(1), 99-118.

Effect of Entrepreneurial Characteristics and Market Characteristics of Small Business Owners on Business Performance With the Mediation of Digital Literacy

Shin, Ji Min*
Kang, Hee Kyung**

Abstract

Currently, small business owners are facing a situation where it is difficult to run their business in the existing way due to the spread of digital technology and the prolonged COVID-19. As a necessary competency for them, this study focused on digital literacy and examined the relationship between digital literacy and individual and market characteristics, business performance of small business owners.

The specific research purpose is to examine the effect of entrepreneurial characteristics, which are individual factors, and market characteristics, which are environmental factors, on business performance and the mediating effect of digital literacy.

In previous studies, various factors explaining the business performance of small business owners were reviewed, and innovation and self-determination, which are entrepreneurial characteristics of small business owners, and market competition and growth were derived as independent variables, and financial and non-financial performance were set as dependent variables. The hypothesis was established as digital literacy was expected to play a role in mediating the relationship between independent and dependent variables.

For empirical research, a survey was conducted on small business owners across the country, and the analysis results are summarized as follows. It was found that the innovation and self-determination of small business owners had a positive (+) significant effect on financial and non-financial performance. In addition, it was confirmed that the degree of competition in the market had no significant effect on financial and non-financial performance, and that the growth of the market had a significant positive (+) effect on financial and non-financial performance. In the case of the mediating effect of digital literacy, it was confirmed that innovation had a partial mediating effect on non-financial performance, and digital literacy had a complete mediating effect on the effect of market competition on financial and non-financial performance. Finally, it was confirmed that digital literacy has a partial mediating effect on the effect of market growth on non-financial performance. Looking at the results, it can be seen that the entrepreneurial characteristics of small business owners, which correspond to innovation and self-determination, directly act as a factor to increase business performance, and market characteristics indirectly increase digital literacy to achieve results. Based on the above research results, the implications and limitations of the study and future research directions were presented together.

KeyWords: Small business owners, innovation, self-determination, degree of competition, market growth, digital literacy, business performance, mediating effects.

* First Author, Assistant Manager, Small & medium Business Distribution Center, topmidas1212@naver.com

** Corresponding Author, Lecturer, Department of Business Administration, Pusan National University, rachelkang@pusan.ac.kr