

석사학위논문

소상공인 기업가정신이
사업지속의도에 미치는 영향

- 사업역량의 매개효과를 중심으로 -

2025년

한성대학교 지식서비스&컨설팅대학원

스마트융합컨설팅학과

스마트융합컨설팅전공

오 은 지

석 사 학 위 논 문
지도교수 최승욱

소상공인 기업가정신이 사업지속의도에 미치는 영향

- 사업역량의 매개효과를 중심으로 -

The Impact of Entrepreneurship of Small Business Owners on
Business Continuity Intention

- Focusing on the Mediating Effect of Business Capabilities -

2024년 12월 일

한성대학교 지식서비스&컨설팅대학원

스마트융합컨설팅학과

스마트융합컨설팅전공

오 은 지

석 사 학 위 논 문
지도교수 최승욱

소상공인 기업가정신이 사업지속의도에 미치는 영향

- 사업역량의 매개효과를 중심으로 -

The Impact of Entrepreneurship of Small Business Owners on
Business Continuity Intention

- Focusing on the Mediating Effect of Business Capabilities -

위 논문을 컨설팅학 석사학위 논문으로 제출함

2024년 12월 일

한성대학교 지식서비스&컨설팅대학원

스마트융합컨설팅학과

스마트융합컨설팅전공

오 은 지

오은지의 컨설팅학 석사학위 논문을 인준함

2024년 12월 일

심사위원장 주 형 근 (인)

심 사 위 원 정 진 택 (인)

심 사 위 원 최 승 욱 (인)

국 문 초 록

소상공인 기업가정신 사업지속의도에 미치는 영향 - 사업역량의 매개효과를 중심으로 -

한성대학교 지식서비스 & 컨설팅대학원
스 마 트 융 합 컨 설 텅 학 과
스 마 트 융 합 컨 설 텅 전 공
오 은 지

2023년 폐업 신고한 소상공인이 100만명을 육박하였고, 통계청 관측 이래 최초로 전체 취업자 중 소상공인이 차지하는 비중이 20% 아래로 하락하는 등 국내 소상공인들은 전례 없는 어려운 상황을 겪고 있다.

이러한 소상공인의 경영악화 및 폐업문제가 우리 경제와 사회에 미치는 영향은 매우 크다. 첫째, 국민 5명 중 1명이 소상공인인 만큼 소상공인은 국민 경제의 중요한 부분을 차지하기 때문에, 소상공인의 침체는 사회 전반의 고용 불안정 및 국민 생활 수준 저하로 이어질 수 있다. 둘째, 소상공인은 지역사회경제와 밀접하게 연관되어 각 지역에서 각종 재화와 서비스를 제공하는 역할을 하기 때문에, 소상공인 침체는 지역 경제 및 지역 공동체를 크게 약화시킬 수 있다(장창권, 2016).

이에 따라 소상공인의 폐업률을 낮추기 위한 각종 정부 차원의 정책이 시행되고 있지만 아직 소상공인의 사업지속의도를 향상시킬 수 있는 요인에 대한 연구는 부족한 실정이다. 따라서 본 연구에서는 기존 선행연구에 기반하여 소상공인 기업가정신과 사업역량이 사업지속의도에 미치는 영향과 기업가정

신이 사업지속의도에 영향을 미치는 데 사업역량이 매개역할을 하는지를 규명하고자 하였다.

본 연구는 선행연구를 기반으로 이론적 배경 및 연구모형을 구축하고, 소상공인을 대상으로 한 설문조사를 통해 연구모형을 실증분석하는 방식으로 수행되었다. 선행연구에 기반하여 독립변수로는 기업가정신을, 그 하위요인으로는 진취성, 위험감수성, 혁신성을 설정하였고, 종속변수로는 사업지속의도를 설정하였다. 또한 매개변수로는 사업역량을, 그 하위요인으로는 상품·서비스 역량, 마케팅 역량, 자금 역량, 디지털 역량을 설정하였다. 선행연구 기반 변수의 조작적 정의를 통해 설문지를 구성하였고, 전 연령대 및 다양한 업종에 종사하는 소상공인을 대상으로 설문조사를 실시하였다. 설문조사를 통한 자료 수집은 2024년 10월 1일부터 2024년 10월 9일까지 9일간 실시하여 총 180부의 설문결과를 확보하였으며, 그 중 결측치와 이상치를 제외한 178부의 설문을 본 연구에 사용하였다. 통계프로그램 SPSS 30을 사용하여 빈도분석, 요인분석, 신뢰도 분석, 회귀분석 등의 통계분석을 실시하였으며, 그 결과는 다음과 같다.

첫째, 기업가정신 중 진취성, 혁신성만이 사업지속의도에 긍정적인 영향을 미치고 위험감수성은 사업지속의도에 영향을 미치지 않는 것으로 나타났다. 침체된 경기로 투자에 대한 보상이 더욱 불확실해진 상황에서, 위험을 감수하려는 경향은 사업지속과 연관성이 떨어지는 것으로 분석된다. 한편 진취성과 혁신성을 지닌 소상공인은 사업지속의도가 훨씬 높다는 것을 알 수 있었다.

둘째, 기업가정신 중 진취성과 혁신성이 사업지속의도에 영향을 미치는 데 상품·서비스 역량, 마케팅 역량, 디지털 역량은 각각 부분매개 역할을 하는 것으로 나타났다. 이는 진취성과 혁신성만으로도 사업지속의도에 긍정적인 영향을 미치지만, 상품·서비스 역량, 마케팅 역량, 디지털 역량이 높아질수록 그 영향력이 더욱 커질 수 있음을 의미한다.

셋째, 자금역량은 사업지속의도에는 긍정적인 영향을 미치지만, 기업가정신이 사업지속의도에 영향을 미치는 데 매개역할은 하지 않는 것으로 나타났다. 이는 자금 역량이 사업지속의도에 영향을 미치는 것은 하지만, 자금 역량과 별개로 기업가정신이 사업지속의도에 미치는 영향력이 더욱 크다는 것을 의

미한다. 즉 자금이 부족하더라도 강한 진취성과 혁신성을 갖춘 소상공인은 높은 사업지속의도를 보일 수 있고, 반대로 자금 역량이 충분하더라도 기업가정신이 부족하면 사업지속의도가 떨어질 수 있다고 해석할 수 있다.

넷째, 디지털역량은 기업가정신 중 위험감수성이 사업지속의도에 영향을 미치는 데 완전매개역할을 하는 것으로 나타났다. 이는 위험감수성만으로는 사업지속의도에 직접적인 영향을 미치지 않지만, 디지털 역량을 통해서는 사업지속의도에 긍정적인 영향을 미친다는 것을 의미한다. 즉 디지털 역량이 뒷받침되어야만 위험감수성은 사업을 지속하려는 의지로 이어짐을 알 수 있다.

소상공인 지원사업의 효과성 제고를 위한 주요 안건은 선발 단계에서 어떠한 특성을 지닌 소상공인을 선발해야 하는지와 운영 단계에서 소상공인의 어떠한 역량을 강화하여야 하는지이다. 본 연구들의 결과를 소상공인 지원사업의 선발 및 운영 단계에 활용한다면 지원사업을 통해 소상공인의 사업지속의도를 보다 효과적으로 향상시킬 수 있을 것으로 기대된다.

【주요어】 소상공인, 기업가정신, 진취성, 위험감수성, 혁신성, 사업지속의도, 사업역량, 상품·서비스 역량, 마케팅 역량, 자금 역량, 디지털 역량

목 차

제 1 장 서 론	1
제 1 절 연구의 필요성 및 목적	1
1) 연구의 필요성	1
2) 연구의 목적	3
제 2 절 연구 방법	3
제 3 절 연구 범위	4
제 4 절 논문의 구성	5
제 2 장 이론적 배경	7
제 1 절 소상공인	7
1) 소상공인 정의	7
2) 소상공인 현황	7
3) 국내 소상공인 특징	9
4) 소상공인 관련 선행연구	10
제 2 절 기업가정신	12
1) 기업가정신 개념	12
2) 기업가정신의 선행연구 고찰	16
제 3 절 사업역량	19
1) 사업역량 개념	19
2) 사업역량의 선행연구 고찰	20
제 4 절 사업지속의도	22
1) 사업지속의도 개념	22
2) 사업지속의도의 선행연구 고찰	24
제 3 장 연구설계	28
제 1 절 연구모형	28

제 2 절	연구가설	29
제 3 절	변수의 조작적 정의 및 설문구성	31
1)	변수의 조작적 정의	31
제 4 장	연구결과	37
제 1 절	자료조사 방법	37
제 2 절	표본의 특성	38
제 3 절	기술통계 분석	40
제 4 절	타당도 및 신뢰도 분석	43
1)	측정변수의 타당도 분석	43
2)	측정변수의 신뢰도 분석	46
제 5 절	상관관계 분석	48
제 6 절	가설검증	50
1)	기업과정신과 사업지속의도의 관계에 대한 가설검증	50
2)	기업과정신과 상품·서비스 역량의 관계에 대한 가설검증	53
3)	기업과정신과 마케팅 역량의 관계에 대한 가설검증	55
4)	기업과정신과 자금 역량의 관계에 대한 가설검증	58
5)	기업과정신과 디지털 역량의 관계에 대한 가설검증	61
6)	상품·서비스 역량과 사업지속의도의 관계에 대한 가설검증	63
7)	마케팅 역량과 사업지속의도의 관계에 대한 가설검증	65
8)	자금 역량과 사업지속의도의 관계에 대한 가설검증	67
9)	디지털 역량과 사업지속의도의 관계에 대한 가설검증	69
10)	기업과정신과 사업지속의도의 관계에서 사업역량의 매개역할에 대한 가설검증	71
11)	가설검증 요약	93
제 5 장	결론	96
제 1 절	연구결과 요약	96
제 2 절	이론적 및 실무적 시사점	98

제 3 절 연구의 한계 및 향후 연구과제	100
참 고 문 헌	101
부 록	110
ABSTRACT	117

표 목 차

[표 2-1] 소상공인 업종 별 사업체 및 종사자 수	8
[표 2-2] 업종 별 매출액 및 영업이익	8
[표 2-3] 소상공인 관련 선행연구	11
[표 2-4] 기업가정신 정의	14
[표 2-5] 기업가정신의 하위요인	15
[표 2-6] 기업가정신의 하위요인에 대한 선행연구	16
[표 2-7] 기업가정신 관련 선행연구	17
[표 2-8] 사업역량 관련 선행연구	21
[표 2-9] 사업지속의도 정의	24
[표 2-10] 사업지속의도 관련 선행연구	26
[표 3-1] 연구가설	29
[표 3-2] 설문지 구성	35
[표 4-1] 표본의 인구통계학적 특성	39
[표 4-2] 각 변수의 기술통계량 분석 결과	40
[표 4-3] 탐색적 요인분석 결과	44
[표 4-4] 신뢰도 분석 결과	46
[표 4-5] 상관관계 분석	49
[표 4-6] 가설 H1 모형요약	51
[표 4-7] 가설 H1 분산분석	51
[표 4-8] 가설 H1 계수	52
[표 4-9] 가설 H2 모형요약	53
[표 4-10] 가설 H2 분산분석	54
[표 4-11] 가설 H2 계수	54
[표 4-12] 가설 H3 모형요약	56
[표 4-13] 가설 H3 분산분석	56
[표 4-14] 가설 H3 계수	57
[표 4-15] 가설 H4 모형요약	59

[표 4-16] 가설 H4 분산분석	59
[표 4-17] 가설 H4 계수	60
[표 4-18] 가설 H5 모형요약	61
[표 4-19] 가설 H5 분산분석	62
[표 4-20] 가설 H5 계수	62
[표 4-21] 가설 H6 모형요약	64
[표 4-22] 가설 H6 분산분석	64
[표 4-23] 가설 H6 계수	65
[표 4-24] 가설 H7 모형요약	66
[표 4-25] 가설 H7 분산분석	66
[표 4-26] 가설 H7 계수	67
[표 4-27] 가설 H8 모형요약	68
[표 4-28] 가설 H8 분산분석	68
[표 4-29] 가설 H8 계수	68
[표 4-30] 가설 H9 모형요약	69
[표 4-31] 가설 H9 분산분석	70
[표 4-32] 가설 H9 계수	70
[표 4-33] 상품·서비스 역량의 매개역할 관련 검증 모형	72
[표 4-34] 가설 H10-1 모형요약	73
[표 4-35] 가설 H10-1 분산분석	73
[표 4-36] 가설 H10-1 계수	74
[표 4-37] 가설 H10-3 모형요약	74
[표 4-38] 가설 H10-3 분산분석	75
[표 4-39] 가설 H10-3 계수	75
[표 4-40] 마케팅 역량의 매개역할 관련 검증 모형	77
[표 4-41] 가설 H11-1 모형요약	78
[표 4-42] 가설 H11-1 분산분석	78
[표 4-43] 가설 H11-1 계수	79
[표 4-44] 가설 H11-3 모형요약	79

[표 4-45] 가설 H11-3 분산분석	80
[표 4-46] 가설 H11-3 계수	81
[표 4-47] 자금 역량의 매개역할 관련 검증 모형	82
[표 4-48] 가설 H12-3 모형요약	83
[표 4-49] 가설 H12-3 분산분석	83
[표 4-50] 가설 H12-3 계수	84
[표 4-51] 디지털 역량의 매개역할 관련 검증 모형	85
[표 4-52] 가설 H13-1 모형요약	86
[표 4-53] 가설 H13-1 분산분석	86
[표 4-54] 가설 H13-1 계수	87
[표 4-55] 가설 H13-2 모형요약	88
[표 4-56] 가설 H13-2 분산분석	88
[표 4-57] 가설 H13-2 계수	89
[표 4-58] 가설 H13-3 모형요약	89
[표 4-59] 가설 H13-3 분산분석	90
[표 4-60] 가설 H13-3 계수	91
[표 4-61] 가설검증 결과	93

그 립 목 차

[그림 1-1] 논문의 구성	6
[그림 3-1] 연구모형	28
[그림 3-2] 변수 간 가설 관계모형	29
[그림 4-1] 기업가정신과 사업지속의도 관계에 대한 가설 검증 결과	52
[그림 4-2] 기업가정신과 상품·서비스 역량 관계에 대한 가설 검증 결과	55
[그림 4-3] 기업가정신과 마케팅 역량 관계에 대한 가설 검증 결과	58
[그림 4-4] 기업가정신과 자금 역량 관계에 대한 가설 검증 결과	60
[그림 4-5] 기업가정신과 디지털 역량 관계에 대한 가설 검증 결과	63
[그림 4-6] 상품·서비스 역량과 사업지속의도 관계에 대한 가설검증 결과	65
[그림 4-7] 마케팅 역량과 사업지속의도 관계에 대한 가설 검증 결과	67
[그림 4-8] 자금 역량과 사업지속의도 관계에 대한 가설 검증 결과	69
[그림 4-9] 디지털 역량과 사업지속의도 관계에 대한 가설 검증 결과	71
[그림 4-10] 상품·서비스 역량의 매개효과 관련 가설 검증 결과	76
[그림 4-11] 마케팅 역량의 매개효과 관련 가설 검증 결과	81
[그림 4-12] 자금 역량의 매개효과 관련 가설 검증 결과	84
[그림 4-13] 디지털 역량의 매개효과 관련 가설 검증 결과	91

제 1 장 서론

제 1 절 연구의 필요성 및 목적

1) 연구의 필요성

2024년 통계청 발표에 따르면 2023년 폐업 신고한 소상공인이 100만명을 육박하였고, 2024년 상반기에는 전체 취업자 중 소상공인이 차지하는 비중이 20% 아래로 하락하며 19.7%를 기록하였다. 이는 통계청에서 관련 집계를 시작한 1963년 이후 최초인 것으로 분석된다.

소상공인 비율이 감소하는 것 자체가 문제가 되는 것은 아니다. OECD에 따르면 2022년 기준 한국의 소상공인 비중은 23.5% 34개 OECD회원국 중 일곱 번째로 이는 미국(6.6%), 독일(8.7%), 일본(9.6%) 등 주요 선진국 대비 매우 높은 비율이기 때문이다. 그러나 이러한 감소의 배경이 기업 성장 및 일자리 창출에 기반한 산업 구조의 변화에 따른 것이 아닌, 경기침체에 따른 경영 부진으로 인한 어쩔 수 없는 폐업 선택인 것이 문제이다.

코로나19 이후 소상공인들의 재무현황은 지속적으로 악화되고 있는 상황이다. 나이스평가정보에 따르면 2024년 3월 기준 개인사업자의 대출 잔액은 총 1112조 7397억원에 이르는 것으로 나타났다. 이는 코로나19 직전이었던 2019년 말(738조 641억원)과 비교하여 50.8% 증가한 수치이다. 전체 소상공인 가운데 대출이 있는 사람의 비중도 2019년 약 37%였던 것에 반해, 2024년 3월 기준 수치는 60%로 증가하였다.

이러한 소상공인의 경영악화 및 폐업문제가 우리 경제와 사회에 미치는 영향은 매우 크다. 첫째, 국민 5명 중 1명이 소상공인인 만큼 소상공인은 국민 경제의 중요한 부분을 차지하기 때문에, 소상공인의 침체는 사회 전반의 고용 불안정 및 국민 생활 수준 저하로 이어질 수 있다. 둘째, 소상공인은 지역사회경제와 밀접하게 연관되어 각 지역에서 각종 재화와 서비스를 제공하는 역할을 하기 때문에, 소상공인 침체는 지역 경제 및 지역 공동체를 크게

약화시킬 수 있다(장창권, 2016).

이와 같이 폐업한 소상공인을 수용할 수 있는 경제적, 사회적 대비책이 미비한 상태에서의 소상공인 폐업은 우리 경제의 근간을 흔들고 다양한 사회문제를 발생시킬 수 있다. 이에 따라 소상공인의 폐업률을 낮추고 사업을 지속시킬 수 있는 방안이 필수적으로 마련되어야 한다. 이를 위해서는 우선 소상공인 폐업의 요인분석이 선행되어야 하는데 그 요인은 대외적, 대내적 2가지 측면에서 분석할 수 있다.

첫 번째, 대외적인 요인 중 가장 핵심적인 요인은 경기침체로 인한 소비위축이다. 지속적인 부동산 집값 상승 및 오랜 저금리 시대 속에서 2023년 4분기 GDP 대비 가계부채 비율은 100.1%를 기록하였다. 이미 가계부채가 높은 상황에서 2023년부터 기준금리 3.5%의 고금리 시대가 시작되면서, 가계의 소비는 더욱 위축되었고 이는 소상공인 불황에 직접적인 영향을 미쳤다. 이와 더불어 온라인 유통 쪽으로 변화한 소비행태에 발 빠르게 대처하지 못한 것이 또 다른 요인으로 분석된다. 코로나19를 기점으로 2023년 최초로 온라인 유통 시장규모가 오프라인 유통 시장규모를 역전하며 소비행태가 온라인 유통 쪽으로 재편성되었지만, 소상공인 업종은 이러한 시장변화에 빠르게 대응하지 못한 것이다(최재섭, 2022).

두 번째, 대내적인 요인은 소상공인의 자체 역량 부족이다. 국내 자영업의 특징은 시장의 기회를 포착하여 자신의 능력을 펼치기 위해 자발적으로 창업하는 ‘기회형 창업’의 형태보다 고용 기회 부족으로 경제적인 필요로 인해 생계를 유지하기 위해 창업하는 ‘생계형 창업’이 대다수라는 것이다. 국내 소상공인 수는 1997년 IMF 외환위기 당시 기업 구조조정 단행으로 양질의 일자리가 찾기 어려워져, 그 대안으로 자영업을 선택하며 증가하기 시작하였다. 한국은 경직된 고용시장 속에서 퇴직 이후 중장년층의 재취업 기회가 더욱 부족하기 때문에, 현재도 여전히 ‘생계형 창업’의 비중이 높은 편이다. 문제는 당장의 경제적 필요에 의해 창업을 선택하는 만큼, 관련 업종에 대한 충분한 준비 없이 창업을 하고, 이것이 ‘저숙련-중고령화-저소득’의 악순환을 거쳐 폐업으로 이어진다는 것이다(신동주, 2019)

본 연구는 소상공인 폐업 요인 중 대내적인 요인인 소상공인 역량 문제에

집중하여 소상공인의 자질적인 역량인 기업가정신과 실질적인 운영 역량인 사업역량이 사업지속의도에 미치는 영향에 관한 연구를 진행하고자 한다.

2) 연구의 목적

본 연구는 소상공인의 사업지속의도에 영향을 미치는 요인들을 알아보기 위해 기업가정신과 사업역량이 사업지속의도에 영향을 미치는지와 기업가정신이 사업지속의도에 영향을 미치는 데 사업역량의 매개역할을 하는지를 규명하고자 한다. 기업가정신의 하위요인으로는 진취성, 위험감수성, 혁신성을 구성하고, 사업역량의 하위요인으로는 상품·서비스 역량, 마케팅 역량, 자금 역량, 디지털 역량을 구성하여, 기업가정신, 사업역량, 사업지속의도 간의 관계를 살펴보았다.

본 연구의 목적을 상세히 기술하면 다음과 같다.

첫째, 소상공인 사업지속의도에 영향을 미치는 요인들을 발굴하기 위해 관련한 선행 문헌 조사를 시행하고, 이를 검증하기 위한 연구모형을 구축하고자 한다.

둘째, 소상공인들을 대상으로 하는 설문조사를 통해 각각의 요인들이 사업지속의도에 영향을 미치는지, 그 영향의 크기는 어느 정도인지를 실증 분석하고자 한다.

셋째, 소상공인 사업지속의도에 영향을 미치는 요인들을 분석한 데이터를 기반으로 연구결과를 종합하여 소상공인 폐업률을 낮출 수 있는 지원정책을 수립하는 것에 도움이 될 수 있는 시사점을 제시하고자 한다.

제 2 절 연구 방법

본 연구는 소상공인 기업가정신과 사업지속의도간의 영향관계와 그 과정에서 사업역량의 매개효과를 연구하기 위해 선행연구를 기반으로 이론적 배경 및 연구모형을 구축하고, 소상공인을 대상으로 한 설문조사를 통해 연구모형을 검증하는 실증분석을 수행하는 방식으로 진행되었다.

본 연구 방법 절차는 다음과 같다.

첫째, 연구의 목적 및 과제를 설정하고, 소상공인 사업지속의도에 영향을 미칠 수 있는 요인을 파악하기 위한 국내외 선행연구 문헌조사를 실시하였다. 선행연구 조사에 기반하여 소상공인 사업지속의도에 영향을 미칠 것으로 예상되는 요인을 도출하였다.

둘째, 도출된 요인의 의미를 규명하고 측정방법을 설정하는 조작적 정의를 실시하였다. 선행연구에서 사용된 요인 정의와 통계적 검증 결과를 기반으로 요인 간의 연관성을 고려하여 설문조사에 활용할 설문항목을 설정하였다.

셋째, 설문조사는 현재 사업체를 운영하고 있는 소상공인 대표자를 대상으로 실시하였다. 지원사업 위탁기관 및 수도권 소상공인 연합회 단체 등의 협조를 얻어 조사하였다.

넷째, 설문조사 결과의 통계분석은 SPSS 30을 이용하였으며, 빈도분석과 기술통계분석, 타당도 및 신뢰도분석, 상관관계분석 및 회귀분석을 이용하여 가설검증을 수행하였다.

다섯째, 실증분석을 통해 도출된 연구결과를 토대로 연구의 주요 결론을 요약하고, 연구의 의의 및 소상공인 사업지속의도에 대한 시사점을 도출하였다. 또한 연구의 한계 및 향후의 과제까지 함께 제시하였다.

제 3 절 연구 범위

본 연구의 범위는 다음과 같다.

첫째, 내용적 범위는 선행연구를 통해 소상공인 사업지속의도에 영향을 미칠 수 있는 요인인 기업가정신 및 사업역량을 도출하여, 각 요인의 이론적 개념을 정리하고 기업가정신 및 사업역량이 사업지속의도에 미치는 영향에 관련된 실증분석 결과를 대상으로 하였다.

둘째, 시간적 범위는 2024년 6월 1일부터 2024년 10월 31일까지로 하였다. 설문조사 기간은 2024년 10월 1일부터 10월 9일까지로 실시하였으며, 설문 조사의 실증분석은 10월 9일부터 10월 31일까지 약 3주간 진행되었다.

셋째, 공간적 범위는 서울, 경기, 인천의 수도권을 대상으로 하였다.

넷째, 대상적 범위는 전 연령대의 제조업, 도소매업, 서비스업, 음식업, 숙박업, 건설업, 전자상거래업 등 다양한 업종을 영위하는 소상공인 대표자를 대상으로 하였다.

제 4 절 논문의 구성

본 연구는 총 5장으로 구성되어 있으며, 각 장별 상세 내용은 다음과 같다.

제 1장 서론에서는 연구의 필요성 및 목적과 연구 방법 및 범위 등을 제시하였다. 소상공인의 높은 폐업률이 문제가 되고 있는 상황에서 본 연구는 소상공인 역량 문제에 집중하여 사업지속의도를 향상시킬 수 있는 요인에 관한 연구를 진행하고자 하였다. 이를 선행연구 조사에 기반한 요인 도출 및 연구모형 구축, 그리고 설문조사를 통한 실증분석을 통해 수행할 것을 제시하였다.

제 2장 이론적 배경에서는 본 연구의 대상인 소상공인에 대한 기본적인 개념과 현황을 고찰하고, 소상공인 관련 선행연구를 고찰하였다. 이를 기반으로 소상공인 사업지속의도에 영향을 미칠 수 있는 요인인 기업가정신과 사업역량을 도출하고 각각의 요인에 대한 이론적 고찰을 통해 개념을 확립하였다.

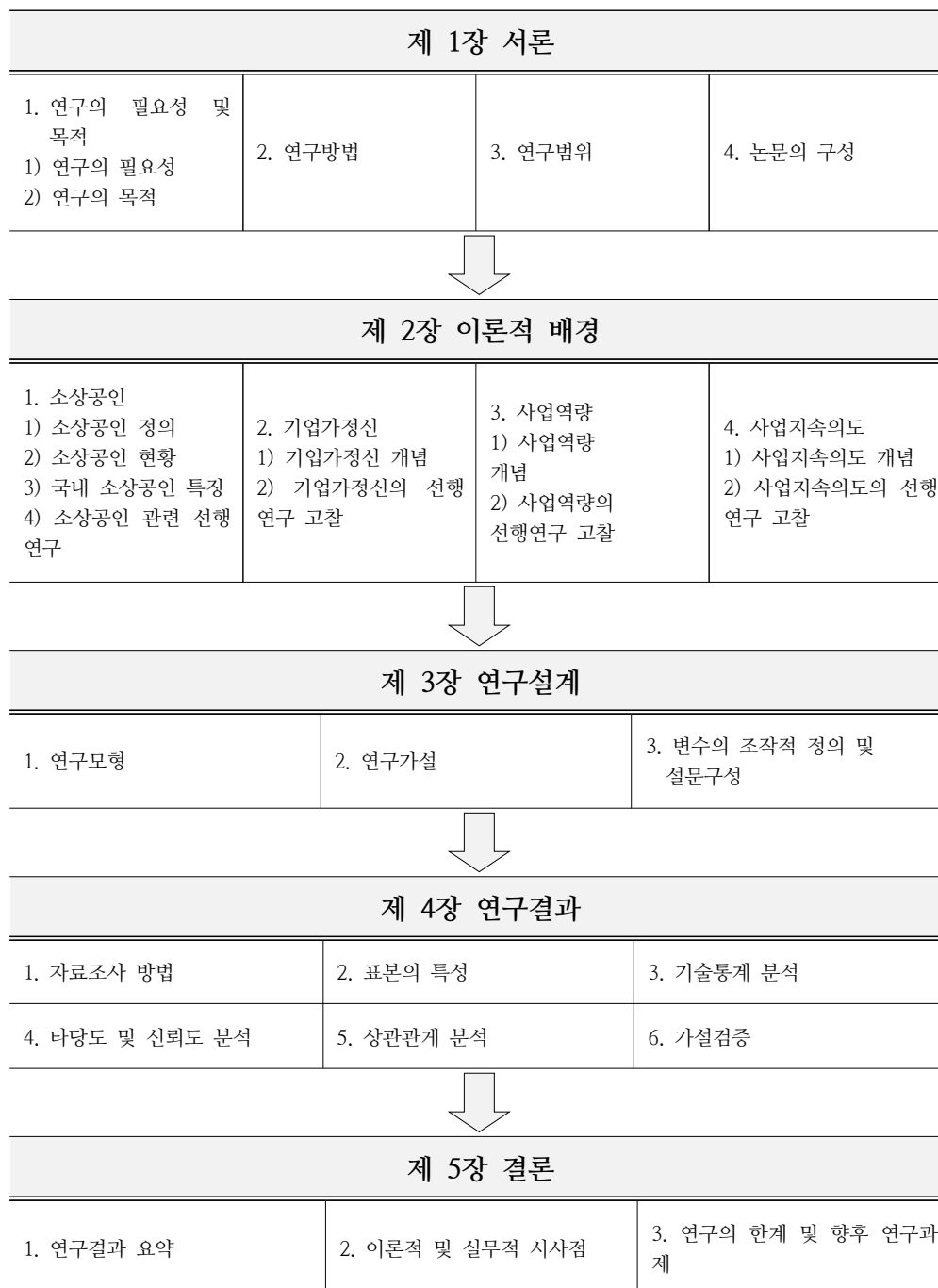
제 3장 연구 모형 및 연구방법에서는 앞선 이론적 배경에 기반하여 연구과제를 수행하기 위한 연구모형을 설계하고, 연구가설을 설정하였다. 또한 이를 검증하기 위한 설문조사 수행방식을 수립하고, 각 변수의 조작적 정의를 통해 설문항목을 확정하였다.

제 4장 실증분석에서는 설문조사를 통해 수집된 데이터를 바탕으로 통계적 분석을 수행하고, 도출된 분석 결과를 제시하였다. 통계분석의 경우 SPSS 30을 활용한 회귀분석을 통해 기업가정신이 사업지속의도에 영향을 미치는지와 그 과정에서 사업역량이 매개역할을 하는지를 검증하였다.

제 5장 결론에서는 연구를 통해 도출된 결과를 종합적으로 제시한다. 본 연구가 소상공인 사업지속의도를 향상시키는 방안을 모색하는 데 학문적, 실무적 측면에서 어떻게 활용될 수 있는지 그 의의를 제시하였다. 더 나아가 연

구의 한계와 향후의 연구과제까지 함께 제시하였다.

[그림 1-1] 논문의 구성



제 2 장 이론적 배경

제 1 절 소상공인

1) 소상공인 정의

국내에서는 「중소기업기본법」 제2조에 따라 업종별 매출액 또는 자산총액 등의 기준으로 중소기업을 정의하고 있다. 소상공인이란 「중소기업기본법」 제2조 제2항에 따른 소기업 중 상시 근로자 수가 10명 미만인 사업자를 말한다. 업종별로는 광업·제조업·건설업·운수업은 10명 미만, 이외의 업종은 5명 미만의 사업자로 정하고 있다. 즉 매출액 기준이 소기업을 충족하는 사업체 중 상시근로자 수 기준도 충족하는 사업체를 소상공인이라 정의한다. 매출액 기준은 업종 별로 상이한데 다음 [표1]과 같다. 해당 표에서 평균매출액이란 직전 3개년도의 매출액 평균을 의미하며, 매출액은 손익계산서 상의 매출액 기준으로 판단하고, 주업종의 매출액이 아닌 전체 매출액이 주업종의 규모 기준을 충족하는지를 판단한다.

2) 소상공인 현황

통계청에 따르면 2022년 기준 국내 소상공인 사업체 수는 4,125천개이며, 종사자 수는 7,143천명인 것으로 나타났다. 사업체의 업종은 도·소매업(32.8%), 숙박·음식점업(17.6%), 제조업(11.8%), 수리·기타서비스업(8.4%), 교육서비스업(4.5%), 예술·스포츠·여가업(2.5%) 및 기타산업(22.4%)으로 구성되어 있었다. 지역 별 사업체 수는 경기(25.1%), 서울(18.7%), 경남(6.7%), 부산(6.6%)순으로 분포되어 있는 것으로 나타났다.

[표 2-1] 소상공인 업종 별 사업체 및 종사자 수

(단위 : 천개, %)

구분		사업체 수	비중	종사자 수	비중
전체		4,125	100.0%	7,143	100.0%
산업별	제조업	488	11.8%	1,230	17.2%
	도·소매업	1,351	32.8%	2,058	28.8%
	숙박·음식점업	728	17.6%	1,402	19.6%
	교육서비스업	185	4.5%	317	4.4%
	예술·스포츠·여가업	102	2.5%	160	2.2%
	수리·기타서비스업	346	8.4%	448	6.3%
	기타산업	925	22.4%	1,530	21.4%

*출처 : 통계청 2022년 소상공인실태조사 결과

사업체 당 평균 매출액은 234백만원으로, 제조업(440백만원), 도·소매업(302백만원), 기타산업(214백만원), 숙박·음식점업(145백만원), 예술·스포츠·여가업(78백만원), 교육서비스업(70백만원), 수리·기타서비스업(53%) 순으로 높았다. 한편 사업체 당 평균 영업이익률은 13.2%였으며, 교육서비스업(35.7%), 수리·기타서비스업(30.2%), 예술·스포츠·여가업(23.1%), 숙박·음식점업(22.1%), 기타산업(13.1%), 제조업(11.4%), 도·소매업(10.6%) 순으로 높았다.

[표 2-2] 업종 별 매출액 및 영업이익

(단위 : 백만원, %)

구분		매출액	영업이익	영업이익률
전체		234	31	13.2%
산업별	제조업	440	50	11.4%
	도·소매업	302	32	10.6%
	숙박·음식점업	145	32	22.1%
	교육서비스업	70	25	35.7%
	예술·스포츠·여가업	78	18	23.1%
	수리·기타서비스업	53	16	30.2%
	기타산업	214	28	13.1%

*출처 : 통계청 2022년 소상공인실태조사 결과

3) 국내 소상공인 특징

국내 소상공인은 한국에서 소상공인이 증가하기 시작한 역사적 배경과 함께 해외 소상공인과는 구별되는 특징을 지닌다. 한국에서 소상공인이 급증하기 시작한 시기는 1997년 IMF 외환위기 이후로, 대규모 기업 구조조정과 실업이 발생하면서 많은 사람들이 실직 이후 경제적 필요에 의해 자영업을 선택하게 되었다. 이러한 역사적 배경과 함께 국내 소상공인이 지니는 특징은 다음과 같다.

첫째, 소상공인 비율이 높으며 그만큼 경쟁이 치열하다. IMF 외환위기의 구조조정 이후로 대량 발생한 국내 소상공인의 비율은 2022년 기준 23.5%로 이는 OECD 34개 회원국 중 7위인 수치며, 미국(6.6%), 독일(8.7%), 일본(9.6%) 등 주요국 대비 매우 높은 비율이다. 국민 5명 중 1명이 소상공인인 것이며, 그만큼 경쟁이 매우 치열하다.

둘째, 국내 자영업 창업은 ‘생계형 창업’의 비율이 높다. ‘생계형 창업’이란 시장의 기회를 포착하여 자신의 능력을 펼치기 위해 자발적으로 창업하는 ‘기획형 창업’과 상반되는 개념으로 생계를 위해 창업하는 경우를 의미한다.¹⁾ 그만큼 당장의 경제적 필요에 의해 창업을 하기 때문에, 평균 창업기간도 ‘6개월 이하’인 경우가 62%를 차지할 정도로 비교적 짧은 것으로 나타났다. 이러한 충분한 준비 없는 창업은 ‘저숙련-중고령화-저소득’의 악순환으로 이어질 위험성이 있다.

셋째, 연령이 점차 고령화되고 있고 이에 따라 디지털 역량이 부족하다. 국내의 경우 퇴직 후 생계형 창업으로 자영업을 선택하는 경향에 인구 전체의 고령화 추세까지 더해져 소상공인의 고령화는 점차 가속되고 있다. 통계청에 따른 2023년 기준 60세 이상의 소상공인 수가 최초로 200만명을 넘어섰으며, 이는 소상공인 3명 중 1명이 60세 이상인 수치이다. 또한 소상공인진흥공단의 연구 결과에 따르면, 소상공인 스스로 평가한 디지털 역량 기술은 100점 만점의 37.7점으로 매우 낮은 것으로 나타났다. 이는 소상공인 경영난

1) 중소벤처기업부의 ‘2018 소상공인실태조사 시험조사’ 결과를 보면 소상공인의 창업동기 중 68%가 ‘창업 외에는 다른 선택의 여지가 없어서’인 것으로 나타났다. 또한 창업 준비기간의 경우 62%가 ‘6개월 이하’인 것으로 나타났다.

해소에 큰 걸림돌로 작용할 것으로 예측된다.

이러한 역사 및 경제적 배경에서 기인하는 국내 소상공인의 특징에 경기 침체 및 소비위축이라는 외부 환경변화까지 더해져 2023년 폐업 소상공인이 100만명을 육박하는 등 큰 위기를 겪고 있는 상황이고, 정부는 이를 해결하기 위해 다양한 지원정책을 시행하고 있다.

4) 소상공인 관련 선행연구

국내 소상공인 비율이 5명 중 1명인 꼴로 높고 소상공인 관련 다양한 정부 정책이 시행되는 만큼 소상공인에 대한 여러 연구가 수행되었다.

소상공인 경영성과에 영향을 미치는 요인에 관한 연구가 가장 많이 수행되었는데 마창준(2019)은 소상공인의 기업가정신, 경영자역량, 학습지향성이 경영성과에 미치는 영향과 학습지향성의 매개효과를 규명하였다. 김도이(2020)는 소상공인 정부지원서비스가 경영성과에 미치는 영향을 규명하였고, 허유진(2022)은 소상공인의 온라인마케팅 활용이 경영성과에 미치는 영향과 자금지원의 조절효과를 규명하였다. 윤철(2023)은 기업가정신, 소상공인배경, 소상공인역량이 경영성과에 미치는 영향과 정부지원제도의 조절효과를 규명하였다. 김용금(2024)는 소상공인 경영자특성과 환경특성이 경영성과에 미치는 영향과 SNS수용의도의 매개효과를 규명하였다. 김재수(2024)는 소상공인의 개인적요인이 경영성과에 미치는 영향과 사회적자본 및 경영전략의 매개효과를 규명하였다.

한편 경영성과 이외의 지속가능성, 사업지속의도, 사업만족도에 영향을 미치는 요인에 대한 연구도 다수 수행되었다. 박소연(2022)은 소상공인 경영자역량이 재무성과와 지속가능성에 미치는 영향과 경영교육의 매개효과를 규명하였다. 원옥화(2023)는 소상공인의 기업가정신이 지속가능 경영성과에 미치는 영향과 혁신역량의 매개효과를 규명하였다. 이홍상(2021)은 정부의 소상공인 지원프로그램이 사업지속의도에 미치는 영향과 업무적, 경제적 창업만족도의 매개효과를 규명하였다. 박정옥(2022)은 소상공인 기업가정신, 사업역량, 디지털역량이 사업만족도에 미치는 영향과 1인미디어 교육참여도의 조절효과

를 규명하였다. 성민주(2024)는 베트남 창업 소상공인의 디지털역량과 창업역량이 해외창업만족도와 사업지속의도에 미치는 영향을 규명하였다.

그 외 소상공인의 디지털역량 및 디지털전환 행동 관련 연구가 활발히 진행되고 있다. 정원석(2023)은 소상공인의 디지털전환인식과 환경요인이 디지털전환행동에 미치는 영향과 디지털전환 수용의도의 매개효과를 규명하였다. 김혜진(2024)은 소상공인 기업가정신이 창업성과에 미치는 영향과 디지털역량의 매개효과를 규명하였다. 홍정훈(2024)은 소상공인 기업가정신과 디지털전환역량이 디지털전환 혁신행동에 미치는 영향을 규명하였다.

[표 2-3] 소상공인 관련 선행연구

저자	년도	연구제목	독립변수	종속변수
마창준	2019	소상공인의 기업가정신과 경영자역량, 학습지향성이 경영성과에 미치는 영향에 관한 연구 : 학습지향성의 매개효과를 중심으로	기업가정신 경영자역량	경영성과
김도이	2020	소상공인에 대한 정부지원서비스가 경영성과에 미치는 영향	정부지원 서비스	경영성과
허유진	2022	소상공인의 온라인마케팅 활용이 경영성과에 미치는 영향 : 자금지원의 조절 효과를 중심으로	온라인마케팅 활용	경영성과
윤철	2023	소상공인의 경영성과에 영향을 미치는 핵심성공요인에 관한 실증연구	기업가정신 소상공인배경 소상공인역량	경영성과
김용금	2024	소상공인의 경영자특성과 환경특성이 경영성과에 미치는 영향 : SNS수용의도의 매개효과를 중심으로	경영자특성 환경특성	경영성과
김재수	2024	소상공인의 개인적요인이 경영성과에 미치는 영향 : 사회적자본 및 경영전략의 매개효과를 중심으로	개인적요인	경영성과
박소연	2022	소상공인의 경영자역량이 재무성과와	경영자역량	재무성과

		지속가능성에 미치는 영향 : 경영교육의 매개효과 중심		지속가능성
원옥화	2023	소상공인의 기업가정신과 혁신 역량이 지속가능경영성과에 미치는 영향 : 혁신 역량의 매개효과	기업가정신	지속가능경영 성과
이홍상	2021	소상공인 사업지속의도에 미치는 영향에 관한 연구 : 정부의 소상공인 지원프로그램을 중심으로	자금지원 교육지원 컨설팅지원	사업지속의도
박정옥	2022	소상공인의 기업가정신, 사업 역량 및 디지털 역량이 사업만족도에 미치는 영향에 관한 실증 연구 : 1인미디어 교육참여도의 조절효과를 중심으로	기업가정신 사업역량 디지털역량	사업만족도
성민주	2024	베트남 창업 소상공인의 디지털역량과 창업역량이 해외창업만족도와 사업지속의도에 미치는 영향	디지털역량 창업역량	해외창업 만족도 사업지속의도
정원석	2023	소상공인의 디지털 전환인식과 환경요인이 디지털 전환행동에 미치는 영향 : 디지털 전환 수용의도의 매개효과 중심으로	디지털 전환인 식 환경요인	디지털 전환행 동
김혜진	2024	소상공인의 기업가정신이 창업성과에 미치는 영향 : 디지털 역량의 매개효과를 중심으로	기업가정신	창업성과
홍정훈	2024	소상공인 기업가 정신과 디지털 전환 역량이 디지털 전환 혁신 행동에 미치는 영향 연구	기업가정신 디지털 전환 역량	디지털 전환 혁신 행동

*출처 : 소상공인 관련 선행연구 연구자 재정리

제 2 절 기업가정신

1) 기업가정신 개념

기업가정신(Entrepreneurship)의 어원은 ‘착수하다, 시도하다, 모험하다.’의

의미를 가진 프랑스어인 ‘Entreprendre’라는 말에서 유래되었다. (조정국, 2022) 17세기 프랑스 경제학자 Richard Cantilon에 의해 처음 소개되었지만, 20세기 경제학자 조셉 쉘페터(Joseph Schumpeter)에 의해 오늘날의 의미를 갖게 되었다. Schumpeter(1934)는 자신의 저서 「The Theory of Economic Development」에서 혁신을 통해 기존의 경제 구조가 파괴되고, 그 자리에 새로운 질서가 들어서는 과정인 창조적 파괴 개념을 설명하면서, 기업가는 창조적 파괴를 통하여 새로운 결합을 창출하는 사람으로, 그리고 기업가정신은 이러한 혁신적인 활동을 가능하게 하는 기업가의 재능 또는 역량으로 정의하였다. Miller(1983)는 기업가정신은 일상생활에서 혁신을 추구하고 위험을 감수하며 진취적으로 경쟁자의 기선을 제압하려는 성향이라고 정의하였다. Miller는 기업가정신을 혁신성, 위험감수성, 진취성의 3가지 개념으로 구성하였다. Drucker(1986)는 기업가정신을 위험을 무릅쓰고 포착한 기회를 사업화하려는 모험정신이라 정의하였다. 기업가정신을 단순히 창업에 국한하지 않고 조직의 모든 수준에서 새로운 기회를 포착하고 활용하는 것으로 확대하였다. Lumpkin & Dess(1996)는 기업가정신을 조직이 새로운 기회를 탐색하고 혁신을 추구하며 시장에서 경쟁우위를 확보하기 위한 의사결정 과정 및 전략적 성향으로 정의하였다. Lumpkin & Dess는 기업가정신을 진취성, 혁신성, 위험감수성, 경쟁적 공격성, 자율성의 5가지 개념으로 구성하였다.

2000년대까지 기업가정신에 대한 연구는 미국 중심으로 이루어졌고, 이후 국내에서도 기업가정신에 관한 연구가 활발히 진행되기 시작하였다(기홍석, 2020). 이장우(1997)는 기업가정신을 현실적 제약에도 불구하고 포착한 기회를 사업화하려는 과정이라 정의하였다. 김주미와 박재필(2011)은 기업가정신을 미래의 리스크가 높은 위험에도 불구하고 모험정신을 발휘하여 새로운 기회를 도출하고 가치를 창출하려는 기업가의 도전정신이라 정의하였다. 장창권(2016)은 기업가정신을 보상과 위험을 가정하고 새로운 어떤 것을 창조하는 과정이라 정의하였고, 정수철(2022)은 기업가정신을 금전적 보상 혹은 개인의 만족을 위하여, 금전적, 심리적, 사회적 위험들이 수반될 것이라고 가정한 상태에서 시간과 노력을 기울여 가치 있는 무언가를 만드는 과정이라 정의하였다.

[표 2-4] 기업가정신 정의

연구자		년도	기업가정신 정의
해외	Schumpeter	1934	기업가는 창조적 파괴를 통하여 새로운 결합을 창출하는 사람으로, 기업가정신은 이러한 혁신적인 활동을 가능하게 하는 기업가의 재능 또는 역량
	Miller	1983	일상생활에서 혁신을 추구하고 위험을 감수하며 진취적으로 경쟁자의 기선을 제압하려는 성향
	Drucker	1986	위험을 무릅쓰고 포착한 기회를 사업화하려는 모험정신
	Hisrich & Brush	1990	위험부담과 보상을 전제로 가치있는 새로운 것을 만들어내는 과정
	Timmons	1994	가치 있는 어떤 것을 만들어내는 창조적인 행동
	Lumpkin & Dess	1996	조직이 새로운 기회를 탐색하고 혁신을 추구하며 시장에서 경쟁우위를 확보하기 위한 의사결정 과정과 전략적 성향
	Covin & Kuratko	2009	기업 내에서 혁신, 위험감수, 그리고 기회 추구를 통해 새로운 가치를 창출하는 지속적인 과정
국내	이장우	1997	현실적 제약에도 불구하고 포착한 기회를 사업화하려는 과정
	이정호	2005	진취적, 위험추구적, 그리고 혁신적으로 조직이 행동하는 것
	김주미 & 박재필	2011	미래의 리스크가 높은 위험에도 불구하고 모험정신을 발휘하여 새로운 기회를 도출하고 가치를 창출하려는 기업가의 도전정신
	장창권	2016	보상과 위험을 가정하고 새로운 어떤 것을 창조하는 과정
	기홍석	2020	현재 상황에 관한 판단으로 불확실한 미래 위험을 감수하면서 새로운 기회를 창출하는 마인드
	정수철	2022	금전적 보상 혹은 개인의 만족을 위하여, 금전적, 심리적, 사회적 위험들이 수반될 것이라고 가정한 상태에서 시간과 노력을 기울여 가치 있는 무언가를 만드는 과정

*출처 : 기업가정신에 대한 선행연구 연구자 재정리

기업가정신의 하위요인으로는 Miller(1983)와 Lumpkin & Dess(1996)의 연구결과를 가장 많이 활용하고 있다(마창준, 2018). Miller(1983)는 기업가정신의 하위요인을 혁신성, 진취성, 위험감수성의 3가지 요인으로 구성하였고, Lumpkin & Dess(1996)는 혁신성, 진취성, 위험감수성, 자율성, 경쟁적 공격성의 5가지 요인으로 구성하였다.

[표 2-5] 기업가정신의 하위요인

하위요인	연구자	년도	정의
혁신성	Miller	1983	새로운 제품과 서비스, 프로세스 개발을 목표로 창조적 프로세스 혁신을 통한 새로운 것에 기꺼이 하고자 하는 태도
진취성	Miller	1983	미래의 수요를 예측하여 기회를 포착하려는 통찰력을 가진 선도적으로 나아가려는 특성
위험감수성	Miller	1983	결과의 예측에 대한 사전 지식 없이 자원 투입에 대한 의사결정의 위험을 감수하려는 경향
자율성	Lumpkin & Dess	1996	새로운 사업개념, 아이디어 또는 비전을 수립하기 위한 의도로 개인이나 팀에 의해 수행되는 행동
경쟁적 공격성	Lumpkin & Dess	1996	경쟁자의 위협에 대해 강한 방어적 자세나 공격적 반응을 보이는 기업의 의도적인 노력

*출처 : 마창준, 2018

이후 Lee & Peterson(2000)는 기업가정신의 하위요인을 위험감수성, 진취성, 자율성, 경쟁적 공격성의 4가지 요인으로 보기도 하였으나, 국내의 연구들을 살펴보면 대체로 기업가정신의 하위요인을 혁신성, 진취성, 위험감수성의 3가지 요인으로 보고 연구를 진행하였다. 이에 따라 본 연구에서도 기업가정신의 하위요인을 혁신성, 진취성, 위험감수성으로 정의하고 연구를 진행하고자 한다.

[표 2-6] 기업가정신의 하위요인에 대한 선행연구

연구자	년도	내용				
		혁신성	위험 감수성	진취성	자율성	경쟁정 공격성
해 외	Miller	1983	○	○	○	
	Zahra & Covin	1995	○	○	○	
	Lumpkin & Dess	1996	○	○	○	○
	Dickson & Weaver	1997	○	○	○	
	Lee & Peterson	2000		○	○	○
국 내	위홍복	2002	○	○	○	
	장창권	2016	○	○	○	
	마창준	2019	○	○	○	
	기홍석	2020	○	○	○	
	박정옥	2022	○	○	○	
	홍정훈	2024	○	○	○	

*출처 : 정이숙, 2022를 참고하여 연구자 재정리

2) 기업가정신의 선행연구 고찰

기업가정신은 다양한 변수에 영향을 미칠 수 있는 요인으로 연구되어 왔다. 하준철(2020)은 기업가정신과 변혁적 리더십이 조직성과에 미치는 영향을 살펴본 연구에서, 기업가정신이 시장지향문화와 직무성과, 직무열의, 조직몰입에 정(+)의 유의한 영향을 미치는 것을 규명하였다. 정수철(2020)은 기업가정신과 기업의 사회적책임(CSR)이 조직성과에 미치는 영향을 살펴본 연구에서, 기업가정신이 조직성과의 구성요소인 직무만족과 조직몰입에 모두 유의한 정(+)의 영향을 미치는 것을 규명하였다. 또한 기업가정신과 혁신행동에 관련한 연구도 진행되었는데, 김현철(2023)은 기업가정신이 조직 내 혁신행동에 유의미한 영향을 미침을 규명하였고, 홍정훈(2024)은 소상공인의 기업가정신과 디지털역량이 디지털 전환 혁신 행동에 미치는 영향을 규명하였다.

기업가정신은 창업의도 및 창업의지에 영향을 미치는 요인으로 연구되

었는데, 원상필(2018)은 4차산업 혁명인식과 기업가정신이 창업의지와 창업행동에 미치는 영향을 살펴본 연구에서, 기업가정신이 기술창업 대학생들의 창업의지에 정(+)의 영향을 미치고, 그 과정에서 정부창업지원프로그램과 대학창업지원프로그램이 부분 매개적 역할을 함을 규명하였다. 기홍석(2020)은 기업가정신 및 창업지원정책이 창업의도에 미치는 요인에 관한 연구에서, 기업가정신이 창업자기효능감에 유의한 정(+)의 영향을 미치고, 창업실패부담감에 유의한 부(-)의 영향을 미침을 규명하였다.

기업가정신은 경영성과에 영향을 미치는 요인으로도 연구되었는데, 김영범(2022)은 엑셀러레이팅과 기업가정신이 참여기업의 경영성과에 미치는 영향에 관한 연구에서, 기업가정신 중 진취성을 제외한 혁신성과 위험감수성이 경영성과에 유의한 정(+)의 영향을 미침을 규명하였다. 길창민(2023)은 중소기업의 네트워크역량과 기업가정신이 경영성과에 미치는 영향에 관한 연구에서, 기업가정신 중 위험감수성이 경영성과에 유의한 정(+)의 영향을 미치고, 그 과정에 있어 주력 제품이나 서비스의 변경은 완전매개효과를, 주요 타겟 시장의 변경은 부분매개효과를 가짐을 규명하였다.

기업가정신은 조직성과, 혁신행동, 창업의지, 경영성과 등 다양한 변수에 영향을 미칠 수 있는 요인으로 연구되었지만 아직 기업가정신이 사업지속의도에 미치는 영향을 규명한 연구는 많지 않은 바로, 본 연구에서는 소상공인의 기업가정신과 사업역량이 사업지속의도에 미치는 영향을 알아보고자 한다.

[표 2-7] 기업가정신 관련 선행연구

저자	년도	연구제목	독립변수	종속변수
하준철	2020	기업가정신과 변혁적 리더십이 조직성과에 미치는 영향 : 시장지향문화의 매개효과와 신뢰 및 공정성 지각의 조절효과 분석	기업가정신 변혁적리더십	조직성과
정수철	2022	기업가정신과 기업의 사회적 책임(CSR)이 조직성과에 미치는 영향에 관한 연구 : 조직문화의 매개효과를 중심으로	기업가정신 사회적책임	조직성과

김현철	2023	기업가정신이 조직 내 혁신행동에 미치는 영향에 관한 연구 : Timmons 이론을 중심으로	기업가정신	혁신행동
홍정훈	2024	소상공인 기업가정신과 디지털 전환 역량이 디지털 전환 혁신 행동에 미치는 영향 연구	기업가정신 디지털전환역량	디지털 전환 혁신 행동
원상필	2018	4차산업혁명인식과 기업가정신이 창업의지와 창업행동에 미치는 영향	4차산업혁명 인식 기업가정신	창업의지 창업행동
기홍석	2020	기업가정신 및 창업지원정책이 창업의도에 미치는 요인에 관한 연구 : 창업자기효능감과 창업실패부담감의 매개효과를 중심으로	기업가정신 창업지원정책	창업의도
이세정	2022	창업가의 역량과 기업가정신이 창업 의지에 미치는 영향 : 창업 자기효능감과 주관적 규범의 매개효과를 중심으로	창업가역량 기업가정신	창업의지
마창준	2019	소상공인의 기업가정신과 경영자역량, 학습지향성이 경영성과에 미치는 영향에 관한 연구 : 학습지향성의 매개효과를 중심으로	기업가정신 경영자역량	경영성과
김영범	2022	엑셀러레이팅과 기업가정신이 참여기업의 경영성과에 미치는 영향에 관한 연구 : 혁신역량의 매개효과를 중심으로	엑셀러레이팅 기업가정신	경영성과
길창민	2023	중소기업의 네트워크역량과 기업가정신이 경영성과에 미치는 영향에 관한 연구 : 피보팅의 매개효과를 중심으로	네트워크역량 기업가정신	경영성과
김정기	2019	창업가정신이 창업가역량, 경영성과 및 사업 지속의도에 미치는 영향 : 소규모 외식업 창업자를 중심으로	창업가정신	사업지속의도

*출처 : 기업가정신 관련 선행연구 연구자 재정리

제 3 절 사업역량

1) 사업역량 개념

사업역량은 기업의 핵심역량에 그 기반을 두고 있는데, 기업의 핵심역량은 자원기반이론(Resource-Based View)과 함께 주목을 받기 시작하였다. 자원기반이론이란 기업의 성과가 외부 환경보다 내부 자원의 활용에 있다고 보며, 기업이 경쟁우위를 확보하고 유지하는 데 필요한 핵심요소로 자원을 강조하는 이론이다(이종덕, 2015). Wernerfelt(1984)는 핵심역량을 기업의 강점으로, 약점으로도 정의될 수 있는 모든 것이라 정의하였고, Dierickx & Cool(1989)은 시장에서 경쟁사보다 우위를 점하기 위해 기업이 가진 자원을 조달, 개발, 배분 가능토록 해주는 동태적이고 비정형적인 매커니즘이라 정의하였다(김성철 외, 2022). Hamel & Prahalad(1990)는 핵심역량을 기업이 고객에게 높은 가치를 전달하거나, 그 전달 과정이 보다 더 효율적이고 가치 있을 수 있도록 차별화된 방법을 시행할 수 있는 능력으로 정의하였다(권영은, 2022). Barney(1991)는 핵심역량은 가치를 창출할 수 있어야 하고, 그 가치는 희소성을 가지며, 다른 경쟁자에 의해 모방되지 않고, 대체자원은 없어야 한다고 주장하였다(한상용, 2019). 이러한 기업의 핵심역량 이론은 구체적으로 기업의 구성 자원이 무엇이며, 기업이 가지고 있는 자원 및 역량이 경쟁전략에서 우위를 차지하는 근본적인 원천이 된다는 것을 규명하는데 큰 역할을 하였다 볼 수 있다(이종덕, 2015).

기업의 핵심역량을 구성하는 요소를 Hofer & Schendel(1978)은 재무자원, 물적자원, 인적자원, 기술자원, 무형자원, 조직자원의 6가지로 보았다. Hitt & Ireland(1984)는 핵심역량을 생산관리, 운영관리, 엔지니어링, 연구개발, 마케팅, 재무관리, 인적자원관리, 공중/정부관계관리로 분류하였다. Chandler & Hanks(1994)는 창업기업을 대상으로 핵심역량을 기업가역량, 기술역량, 생산역량, 마케팅역량, 재무역량으로 분류하였다(윤창원 외, 2024). Hill & Jones(2004)는 핵심역량을 재무자원, 물리적자원, 인적자원, 조직자원으로 분류하였고, Ortega(2010)는 핵심역량을 운영적역량, 마케팅역량, 기술

역량으로 분류하였다(김진한, 2020; 이종덕, 2015). 국내 연구를 살펴보면, 문태수 & 최상민(2009)은 기업의 핵심역량을 기술역량, 자원역량, 마케팅역량으로 분류하였고, 이종덕(2015)은 마케팅역량과 기술역량으로 분류하였다.

한편 소상공인의 핵심역량을 연구한 선행연구들을 살펴보면, 문승렬(2018)은 자영업자의 역량을 기업가역량, 관리역량, 기술역량, 창의역량으로 분류하였다. 송정현(2021)은 소상공인 역량을 직무역량, 자금역량, 디지털역량의 3가지로 분류하였다. 박정옥(2022)은 소상공인 핵심역량을 사업역량으로 정의하였으며, 업종 전문성, 상품·서비스 전문성, 고객관리 전문성으로 분류하였다. 김대구(2023)는 소상공인 핵심역량을 마케팅역량, 디지털역량, 제품차별화역량으로 분류하였다.

본 연구에서는 소상공인의 핵심역량을 연구하는 데 있어, 보다 실무적인 운영 측면에 초점을 맞춘 사업역량을 중점적으로 연구하고자 한다. 앞선 선행연구에서 핵심역량의 하위요인으로 가장 많이 채택되는 기술역량과 마케팅역량 중 마케팅역량은 그대로 채택하고, 기술역량은 상품·서비스 역량으로 대체하고자 한다. 소상공인 특성 상 기술 경쟁력보다 상품 및 서비스 자체의 경쟁력이 더 중요하다고 판단했기 때문이다. 또한 앞선 선행연구들과 소상공인시장진흥공단 등의 기관에서 소상공인의 역량을 평가할 때 활용하는 경영진단 항목들을 참고하여, 자금 역량과 디지털 역량을 추가하여 소상공인 사업역량을 구성하고자 한다.

2) 사업역량의 선행연구 고찰

중소기업 및 소상공인의 핵심역량을 구성하는 요인은 연구마다 다소 차이를 보이나, 중소기업 및 소상공인의 핵심역량은 조직성과, 사업성과, 사업만족도, 사업지속의도 등 다양한 요인에 영향을 미칠 수 있는 변수로 연구되어져 왔다. 문태수 & 최상민(2009)은 국내 중소기업의 핵심역량, 조직성과, 그리고 기술이전의 조절효과를 살펴본 연구에서, 핵심역량을 기술역량, 자원역량, 마케팅역량으로 구성하였고, 기술역량, 자원역량, 마케팅역량 모두 조직성과에 유의미한 정(+)의 영향을 미침을 규명하였다.

이종덕(2015)은 중소기업의 핵심역량과 경쟁전략이 경영성과에 미치는 영향을 살펴본 연구에서, 핵심역량을 마케팅역량과 기술역량으로 구성하였고, 마케팅역량과 기술역량 모두 경영성과에 유의미한 정(+)의 영향을 미침을 규명하였다. 권영은(2022)은 스타트업 핵심역량이 기업성과에 미치는 영향을 살펴본 연구에서, 스타트업 핵심역량을 마케팅역량, 기술역량, 조직역량으로 구성하였고, 이 중 마케팅역량과 기술역량이 기업성과에 유의미한 정(+)의 영향을 미침을 규명하였다. 김대구(2023)는 소상공인의 핵심역량, 기업가 지향성, 실패부담감이 사업성과에 미치는 영향에 관한 연구에서, 소상공인의 핵심역량을 마케팅 역량, 디지털 역량, 제품차별화 역량으로 구성하였고, 마케팅 역량, 디지털 역량, 제품차별화 역량 모두 사업성과에 직접적인 영향을 미침을 규명하였다.

송정현(2021)은 소상공인의 사업지속의도에 영향을 미치는 요인에 관한 연구에서 소상공인 역량을 직무역량, 자금역량, 디지털역량으로 구성하였고, 이 중 직무역량과 디지털역량이 사업지속의도에 영향을 미치는 요인임을 규명하였다. 박정옥(2022)은 소상공인 기업가정신, 사업 역량 및 디지털 역량이 사업만족도에 미치는 영향에 관한 연구에서, 사업 역량을 업종 전문성, 상품·서비스 전문성, 고객관리 전문성으로 구성하였고, 이 중 업종 전문성과 고객관리 전문성이 사업만족도에 유의한 영향을 미침을 규명하였다.

[표 2-8] 사업역량 관련 선행연구

저자	년도	연구제목	독립변수	종속변수
문태수 & 최상민	2009	국내 중소기업의 핵심역량과 조직성과, 그리고 기술이전의 조절효과	기술역량 자원역량 마케팅역량	조직성과
이종덕	2015	중소기업의 핵심역량과 경쟁전략이 경영 성과에 미치는 영향	핵심역량 경쟁전략	경영성과
이인선 & 하규수	2019	전통시장 상인의 역량과 시장특성이 사 업성과에 미치는 영향	상인 내적특성 상인역량 시장의특성	사업성과

김다희	2021	전통시장 상인의 심리적 특성 및 역량요인이 사업성가에 미치는 영향 : 정부지원정책의 조절효과를 중심으로	심리적 특성요인 역량요인	사업성과
송정현	2021	소상공인의 사업지속의도에 영향을 미치는 요인에 관한 연구 : 사업효능감의 매개효과를 중심으로	소상공인 역량 시장환경 사업스트레스	사업지속의도
권영은	2022	스타트업 핵심역량이 기업성가에 미치는 영향 : 액셀러레이팅 프로그램의 조절효과를 중심으로	핵심역량	기업성과
박정옥	2022	소상공인의 기업가정신, 사업 역량 및 디지털 역량이 사업만족도에 미치는 영향에 관한 실증 연구 : 1인미디어 교육 참여도의 조절효과를 중심으로	기업가정신 사업역량 디지털역량 직무소진	사업만족도
김대구	2023	소상공인의 핵심역량, 기업가 지향성, 실패 부담감이 사업성가에 미치는 영향에 관한 연구:네트워크밀도의조절효과를중심으로	소상공인 핵심역량 기업가지향성 실패부담감	사업성과

*출처 : 사업역량 관련 선행연구 연구자 재정리

제 4 절 사업지속의도

1) 사업지속의도 개념

지속의도란 소비자 만족의 성과 측정 변수로, 고객의 태도, 구전, 호의적 태도 등 만족에 대한 결과를 설명하는 개념으로 사용되어져 왔다(Zeithaml, Berry & Parasuraman, 1996; 황문환, 2022). 사업지속의도는 학자마다 사업지속의사, 사업지속욕구, 사업지속의욕, 사업계속의도 등 다양한 용어를 사용하며 그 개념이 확실히 정립되지 않았었지만(한향원 & 하규수, 2010), 2010년대부터 사업지속의도라는 용어가 자리 잡으며 관련한 연구가 활발히 진행되었다.

사업지속의도는 현재 창업자가 하는 일에 대한 만족으로 현재 업종을 지

속하는 것으로 정의할 수 있다. 즉 일에 만족할 때 현재 하고 있는 일과 직업을 지속하는 의미로 볼 수 있으며, 개인이 현재 창업한 업종에 대해서 주관적으로 느끼는 만족도에 따라 사업지속의도가 달라질 수 있다(김경애, 2013; 이종성, 2016). 또한 사업지속의도는 현재 창업자가 하는 직무나 업무에 대한 태도, 구전 행동, 만족 등의 결과로 현재 하는 업무나 업종을 지속하고자 하는 행동 의도로 정의할 수 있다(손무호, 2007; 김철성, 2018; 김정기, 2019).

소상공인의 사업지속의도와 관련한 연구에서 김태희(2015)는 사업지속의도를 현재 소상공인이 운영하고 있는 사업들에 대한 만족 정도으로써 향후에 현재 이 업종을 지속적으로 운영해야겠다는 의지를 의미하는 것이라 정의하였다(송정현, 2021). 박대섭(2018)은 외식 사업에서의 사업지속의도를 외식 사업의 자원을 효율적, 경제적으로 사용하여 성과를 도출하고, 이에 따른 경쟁력 제고로 지속적 생존을 이루고자 하는 의도로 설명하였다(황문환, 2022). 또한 송정현(2021)는 사업지속의도를 소상공인이 사업에 대한 열정으로 어려움이 많아도 사업을 지속적으로 하고자 하는 의욕으로 정의하였다. 이홍상(2021)은 사업지속의도는 사업중단과 함께 이해되어야 한다고 보았고, 창업자의 개인적인 성향, 사업에 대한 스트레스나 태도, 사업위험에 대한 인지, 사업을 실패할 것에 대한 두려움, 사업실패 이후 처리에 대한 인지 등이 사업중단에 영향을 미치는 중요한 변수가 될 수 있다고 보았다.

사업지속의도가 중요한 요인인 이유는 창업자들이 미래에 어떻게 행동하는지를 나타내는 믿을 수 있는 지표이고(김철성, 2018), 재무적 성과와 체계적 관계이며, 선순환 구조를 가지기 때문이다(김경애, 2013; 김영식 & 위정범, 2011). 또한 국가나 지역경제가 침체로부터 벗어날 수 있는 회복력과 자기쇄신적 특성을 갖추기 위한 요건이므로 중요한 요인이라 볼 수 있다(Shapero, 1992; 이희혁, 2020).

[표 2-9] 사업지속의도 정의

연구자		년도	사업지속의도 정의
해 외	Schein	1978	사업을 중단하지 않고, 파산 또는 사업을 처분하지 않은 상태
	Shapero	1992	창업자가 현재 영위 중인 사업 조직을 설립한 이후에 토대를 형성하여 새로운 무언가를 창조하려는 욕구
	Deanna et al.	2000	현재 점포의 필요에 의해 향후에 사용할 자원을 낭비하거나 소진하지 않고 균형을 이루도록 하며, 기업이 추구해야 하는 성장과 이익창출을 통하여 지속적으로 생존하고자 하는 의도
국 내	김경애	2013	창업자가 현재 경영하고 있는 사업에 대한 만족도로 인하여 현재의 사업을 지속하려는 의도
	김태희	2015	현재 소상공인이 운영하고 있는 사업들에 대한 만족 정도로써 향후에 현재 이 업종을 지속적으로 운영해야겠다는 의지
	여경은	2016	창업자가 현재 업종이나 사업을 계속하여 지속하고자 하는 의지
	박대섭	2018	외식 사업에서의 사업지속의도를 외식 사업의 자원을 효율적, 경제적으로 사용하여 성과를 도출하고, 이에 따른 경쟁력 제고로 지속적 생존을 이루고자 하는 의도
	송정현	2021	사업지속의도를 소상공인이 사업에 대한 열정으로 어려움이 많아도 사업을 지속적으로 하고자 하는 의욕

*출처 : 이희혁. 2020을 참고하여 연구자 재정리

2) 사업지속의도의 선행연구 고찰

소상공인 사업지속의도에 관한 연구는 아직 부족한 현황이지만, 2020년 이후부터 소상공인 사업지속의도에 영향을 미치는 요인들에 대한 연구가 활발히 진행되기 시작하였다.

김정기(2019)는 창업가정신이 창업가역량, 경영성과 및 사업 지속의도에 미치는 영향을 소규모 외식업 창업자를 중심으로 살펴본 연구에서, 창업가역

량이 경영성과에 유의한 정(+)의 영향을 미치고, 경영성과가 사업지속의도에 정(+)의 영향을 미치는 것을 규명하였다. 이금옥(2020)은 외식창업자의 기능적 역량과 심리적 역량이 경영성과 및 사업지속의도에 미치는 영향을 살펴본 연구에서, 외식 창업자의 기능적 역량 구성요소 중 기술적 역량과 기업가적 역량이 경영성과에 정(+)의 영향을 미치고, 경영성과가 사업지속의도에 정(+)의 영향을 미치는 것을 규명하였다.

이흥상(2021)은 소상공인 사업지속의도에 미치는 영향을 정부의 소상공인 지원프로그램을 중심으로 살펴본 연구에서, 소상공인 정부지원정책 중 자금지원은 업무적 창업만족을 매개로 사업지속의도에 정(+)의 영향을 미쳤고, 교육지원과 컨설팅지원은 경제적 창업만족을 매개로 사업지속의도에 정(+)의 영향을 미치는 것을 규명하였다. 한이섭(2024)은 베이커리 사업자의 잡크래프팅이 사업효능감, 사업만족도, 사업지속의도에 미치는 영향을 실버세대를 중심으로 살펴본 연구에서, 실버세대 베이커리 사업가들의 사업효능감과 사업만족도가 사업지속의도에 긍정적인 영향을 미치는 것을 규명하였다.

정이숙(2022)은 창업가정신과 창업가역량이 사업지속의도에 미치는 영향과 디지털 마인드의 매개효과를 살펴본 연구에서, 창업가역량 중 조직화역량, 마케팅역량, 기술적역량이 사업지속의도에 영향을 미침을 규명하였고, 창업가역량이 사업지속의도에 영향을 미치는 데 디지털 마인드가 부분 매개 역할을 함을 규명하였다. 성민주(2023)는 베트남 창업 소상공인의 디지털역량과 창업역량이 해외창업만족도와 사업지속의도에 미치는 영향에 관한 연구를 진행하였고, 베트남 창업 소상공인의 창업역량 중 창업준비도와 창업가정신은 해외창업만족도를 매개로 사업지속의도에 유의한 정(+)의 영향을 미침을 규명하였다.

[표 2-10] 사업지속의도 관련 선행연구

저자	년도	연구제목	독립변수	종속변수
이종성	2016	외식창업자 특성이 경영성과와 창업만족도, 사업지속의도에 미치는 영향	심리적특성 배경적특성 창업준비성	경영성과 창업만족도 사업지속의도
주영욱	2018	창업자의 창업성공요인이 기업지속가능성과 사업지속의도에 미치는 영향 : 경영성과를 매개로 하여	창업성공요인	기업지속가능성 사업지속의도
김정기	2019	창업가정신이 창업가역량, 경영성과 및 사업 지속의도에 미치는 영향 : 소규모 외식업 창업자를 중심으로	창업가정신	창업가역량 경영성과 사업지속의도
이희혁	2020	소규모 외식창업자의 특성, 성공요인, 만족도 및 사업지속의도 간의 구조적 관계 : 경영성과의 매개효과를 중심으로	창업자특성 외식창업성공요인	창업만족도 사업지속의도
이금옥	2020	외식창업자의 기능적 역량과 심리적 역량이 경영성과 및 사업 지속의도에 미치는 영향 : 정부지원정책의 조절효과를 중심으로	기능적 역량 심리적역량	경영성과 사업지속의도
송정현	2021	소상공인의 사업지속의도에 영향을 미치는 요인에 관한 연구 : 사업효능감의 매개효과를 중심으로	소상공인역량 시장환경 사업스트레스	사업지속의도
이홍상	2021	소상공인 사업지속의도에 미치는 영향에 관한 연구 : 정부의 소상공인 지원프로그램을 중심으로	자금지원 교육지원 컨설팅지원	사업지속의도
김근희	2021	코로나19 팬데믹 상황에서 외식프랜차이즈 가맹본부의 사회적 지원이 가맹점주의 회복탄력성과 사업지속의도에 미치는 영향	사회적지원	회복탄력성 사업지속의도
정이숙	2022	창업가정신과 창업가역량이 사업지속의도에 미치는 영향 : 디지털 마인드의 매개효과를 중심으로	창업가정신 창업가역량	사업지속의도
신현정	2022	소상공인의 통제착각이 사업지속의도에 미치는 영향 : 회복탄력성과 기회평가의 매개효과를 중심으로	통제착각	사업지속의도

황문환	2022	고객의 역기능적 행동이 소상공인 외식 경영자의 경영성과 및 사업지속의도에 미치는 영향 : 회복탄력성의 조절효과를 중심으로	역기능적 고객행동	경영성과 사업지속의도
윤승용	2022	외식업 소상공인이 인지한 환경 불확실성이 회복탄력성과 혁신 행동, 사업지속 의도에 미치는 영향	인지된 환경 불확실성	혁신행동 사업지속의도
성민주	2023	베트남 창업 소상공인의 디지털역량과 창업역량이 해외창업만족도와 사업지속 의도에 미치는 영향	디지털역량 창업역량	해외창업만족도 사업지속의도
한이섭	2024	베이커리 사업자의 잡크래프팅이 사업효능감, 사업만족도, 사업지속의도에 미치는 영향 : 실버세대를 중심으로	잡크래프팅	사업효능감 사업만족도 사업지속의도

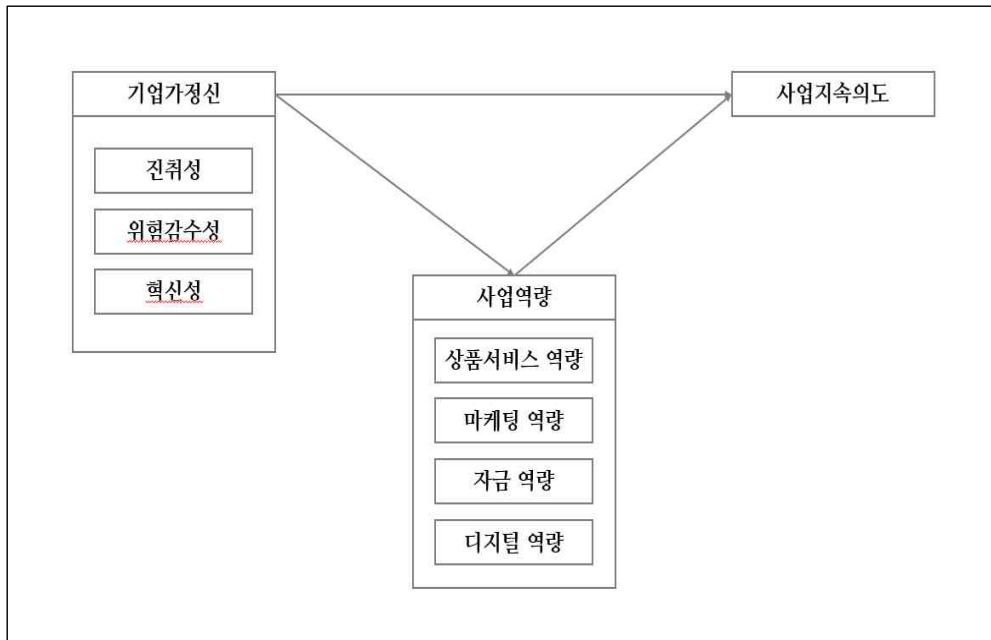
*출처 : 사업지속의도 관련 선행연구 연구자 재정리

제 3 장 연구설계

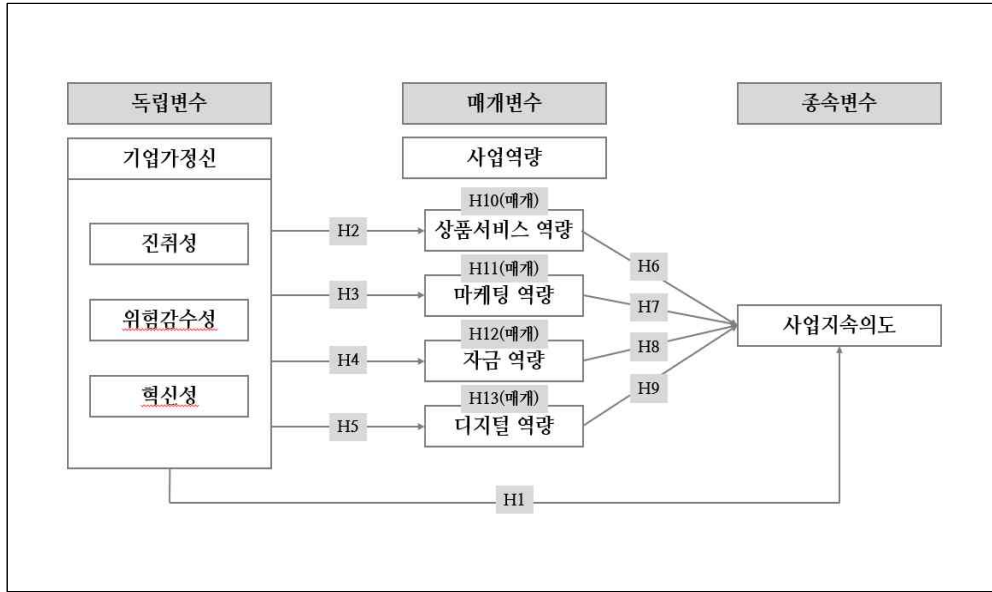
제 1 절 연구모형

본 연구에서는 소상공인의 기업가정신과 사업역량이 사업지속의도에 어떠한 영향을 미치는지를 확인하고자, 기업가정신을 독립변수로, 사업역량을 매개변수로, 사업지속의도를 종속변수로 설정하여 연구모형을 정립하였다. 독립변수인 기업가정신의 하위 요인은 진취성, 위험감수성, 혁신성으로 구성하였으며, 매개변수인 사업역량의 하위 요인은 상품·서비스 역량, 마케팅 역량, 자금 역량, 디지털역량으로 구성하였다.

[그림 3-1] 연구모형



[그림 3-2] 변수 간 가설 관계모형



제 2 절 연구가설

본 연구는 선행연구들을 기반으로 소상공인 기업가정신과 사업역량이 사업지속의도에 유의미한 영향을 미칠 것으로 판단하여 하기의 연구가설을 도출하였다.

[표 3-1] 연구가설

가설	연구가설의 내용
H1	기업가정신은 사업지속의도에 유의한 정(+)의 영향을 미칠 것이다.
H1-1	진취성은 사업지속의도에 유의한 정(+)의 영향을 미칠 것이다.
H1-2	위험감수성은 사업지속의도에 유의한 정(+)의 영향을 미칠 것이다.
H1-3	혁신성은 사업지속의도에 유의한 정(+)의 영향을 미칠 것이다.
H2	기업가정신은 상품·서비스 역량에 유의한 정(+)의 영향을 미칠 것이다.
H2-1	진취성은 상품·서비스 역량에 유의한 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

H2-2	위험감수성은 상품·서비스 역량에 유의한 정(+)의 영향을 미칠 것이다.
H2-3	혁신성은 상품·서비스 역량에 유의한 정(+)의 영향을 미칠 것이다.
H3	기업가정신은 마케팅 역량에 유의한 정(+)의 영향을 미칠 것이다.
H3-1	진취성은 마케팅 역량에 유의한 정(+)의 영향을 미칠 것이다.
H3-2	위험감수성은 마케팅 역량에 유의한 정(+)의 영향을 미칠 것이다.
H3-3	혁신성은 마케팅 역량에 유의한 정(+)의 영향을 미칠 것이다.
H4	기업가정신은 자금 역량에 유의한 정(+)의 영향을 미칠 것이다.
H4-1	진취성은 자금 역량에 유의한 정(+)의 영향을 미칠 것이다.
H4-2	위험감수성은 자금 역량에 유의한 정(+)의 영향을 미칠 것이다.
H4-3	혁신성은 자금 역량에 유의한 정(+)의 영향을 미칠 것이다.
H5	기업가정신은 디지털 역량에 유의한 정(+)의 영향을 미칠 것이다.
H5-1	진취성은 디지털 역량에 유의한 정(+)의 영향을 미칠 것이다.
H5-2	위험감수성은 디지털 역량에 유의한 정(+)의 영향을 미칠 것이다.
H5-3	혁신성은 디지털 역량에 유의한 정(+)의 영향을 미칠 것이다.
H6	상품·서비스 역량은 사업지속의도에 유의한 정(+)의 영향을 미칠 것이다.
H7	마케팅 역량은 사업지속의도에 유의한 정(+)의 영향을 미칠 것이다.
H8	자금 역량은 사업지속의도에 유의한 정(+)의 영향을 미칠 것이다.
H9	디지털 역량은 사업지속의도에 유의한 정(+)의 영향을 미칠 것이다.
H10	기업가정신과 사업지속의도와의 관계에서 상품·서비스 역량은 매개역할을 할 것이다.
H10-1	진취성과 사업지속의도와의 관계에서 상품·서비스 역량은 매개역할을 할 것이다.
H10-2	위험감수성과 사업지속의도와의 관계에서 상품·서비스 역량은 매개역할을 할 것이다.
H10-3	혁신성과 사업지속의도와의 관계에서 상품·서비스 역량은 매개역할을 할 것이다.
H11	기업가정신과 사업지속의도와의 관계에서 마케팅 역량은 매개역할을 할 것이다.
H11-1	진취성과 사업지속의도와의 관계에서 마케팅 역량은 매개역할을 할 것이다.
H11-2	위험감수성과 사업지속의도와의 관계에서 마케팅 역량은 매개역할을 할 것이다.
H11-3	혁신성과 사업지속의도와의 관계에서 마케팅 역량은 매개역할을 할 것이다.

H12	기업가정신과 사업지속의도와의 관계에서 자금 역량은 매개역할을 할 것이다.
H12-1	진취성과 사업지속의도와의 관계에서 자금 역량은 매개역할을 할 것이다.
H12-2	위험감수성과 사업지속의도와의 관계에서 자금 역량은 매개역할을 할 것이다.
H12-3	혁신성과 사업지속의도와의 관계에서 자금 역량은 매개역할을 할 것이다.
H13	기업가정신과 사업지속의도와의 관계에서 디지털 역량은 매개역할을 할 것이다.
H13-1	진취성과 사업지속의도와의 관계에서 디지털 역량은 매개역할을 할 것이다.
H13-2	위험감수성과 사업지속의도와의 관계에서 디지털 역량은 매개역할을 할 것이다.
H13-3	혁신성과 사업지속의도와의 관계에서 디지털 역량은 매개역할을 할 것이다.

제 3 절 변수의 조작적 정의 및 설문구성

1) 변수의 조작적 정의

본 연구의 변수의 측정항목들은 타당성과 신뢰도가 입증된 기존 선행연구 논문 중 일부를 활용하거나 수정하여 사용하였다. 연구에서 사용된 변수는 독립변수, 종속변수, 매개변수인데, 독립변수는 기업가정신, 종속변수는 사업지속의도, 매개변수는 사업역량을 사용하였다. 인구통계학적 항목 제외한 모든 변수는 리커트식 5점 척도를 사용하여 평가되었으며, 각 변수들의 조작적 정의는 다음과 같다.

가) 진취성

진취성은 미래의 수요를 예측하여 기회를 포착하려는 통찰력을 가진 선도적으로 나아가려는 특성이라 하였고(Miller, 1983), 변화에 적극 대처하여 문제를 능동적으로 해결하며 기회 포착을 위해 새로운 것을 추구하는 성향이라고 하였다(기홍석, 2020). 또한 박정옥(2022)은 진취성을 소상공인이 경쟁자들과 적극적으로 경쟁하기 위해 주도권을 잡는 기업의 성향으로 정의하였다.

본 연구에서는 앞선 선행연구에 기반하여 진취성을 ‘미래 수요와 변화를 예측하여 시장에서의 기회를 선도적으로 포착하고 지속적인 경쟁우위를 선점하려는 성향’이라고 정의하였다.

나) 위험감수성

위험감수성은 결과의 예측에 대한 사전 지식 없이 자원 투입에 대한 의사결정의 위험을 감수하려는 경향이라 하였고(Miller, 1983), 소상공인이 이익 추구를 위해 위험 부담이 있더라도 새로운 방식을 선택하는 태도와 수익 창출을 위해 위험을 감수하고 도전하는 성향이라고 하였다(박정옥, 2022). 또한 정이숙(2022)은 위험감수성을 위험이 크고 불확실한 상황임에도 불구하고 그 위험을 감수함으로써 새롭고 도전적인 일을 추구하는 정신과 태도라 정의하였다.

본 연구에서는 앞선 선행연구에 기반하여 위험감수성을 ‘불확실한 상황에서 확실한 결과에 대한 보장 없이 성장을 위한 자원을 투입하는 위험을 감수하고자 하는 성향’이라고 정의하였다.

다) 혁신성

혁신성은 새로운 제품과 서비스, 프로세스 개발을 목표로 창조적 프로세스 혁신을 통한 새로운 것에 기꺼이 하고자 하는 태도라 하였고(Miller, 1983), 지속적인 신제품 및 서비스의 개발, 프로세스 혁신 및 창의성을 추구하는 정신과 태도라 하였다(정이숙, 2022). 또한 박정옥(2022)은 혁신성을 시장지향적인 성향으로 동종 업계에서 경쟁적 우위를 확보하기 위해 기업 환경 및 기술의 발전에 대한 혁신과 변화를 선호하고 추진하는 것이라 하였다.

본 연구에서는 앞선 선행연구에 기반하여 혁신성을 ‘시장에서 경쟁우위를 확보하기 위해 새로운 제품, 서비스, 프로세스를 개발하는 등 새로운 것을 지속적으로 시도하려는 성향’이라고 정의하였다.

라) 상품·서비스 역량

상품·서비스 역량은 얼마나 상품 및 서비스에 대한 전문성을 갖추고 있는지를 의미하며, 상품·서비스 역량은 고객만족과 고객신뢰의 요소와 더불어 재

구매의도에 핵심적인 역할을 한다고 하였다(정옥경 외, 2011; 박정옥, 2022). 소상공인의 상품·서비스 역량은 상품 및 서비스 수명주기가 더욱 빨라진 상황에서 경쟁우위를 높이는 데 중요한 역할을 하기 때문에, 시장의 불확실한 환경변화에 더욱 취약한 소상공인 기업에게 더욱 중요하다고 하였다(한정휴 & 박현용, 2021; 박정옥, 2022).

본 연구에서는 앞선 선행연구에 기반하여 상품·서비스 역량을 ‘상품과 서비스에 대한 전문성을 바탕으로 고객의 요구를 충족시키고 시장의 변동성에 대응할 수 있는 능력’이라고 정의하였다.

마) 마케팅 역량

마케팅 역량은 고객의 욕구를 인식하여 이를 충족할 수 있는 비즈니스 기회를 포착하고, 고객이 원하는 제품 및 서비스를 제공할 수 있는 능력을 의미한다(김채윤, 2022). 마케팅 역량은 고객의 욕구를 충족시키는 역량이므로 지속가능한 경쟁우위를 확보하는 것을 가능하게 한다고 하였다. (Marios, 2012; 김예정 & 오영호, 2020) 김순한과 유재원(2018)은 경쟁기업과 비교 시 상대적으로 뛰어난 경쟁 능력을 마케팅 역량이라 정의하였으며, Marin et al.(2020)은 마케팅 역량이 회사의 지식, 기술 및 자원을 시장 관련 요구에 적용하는 통합 프로세스라 정의하였다(김대구, 2023).

본 연구에서는 앞선 선행연구에 기반하여 마케팅 역량을 ‘적절한 마케팅믹스를 통해 고객의 욕구를 충족시키고 제품의 가치를 증대시켜 지속적인 경쟁우위를 창출하는 역량’이라고 정의하였다.

바) 자금 역량

자금 역량은 사업에 필요한 자본과 시설 및 설비를 확보하는 역량을 의미한다(송정현, 2021). 이상백(2014)은 적절한 시기의 적절한 규모의 자금조달은 기업이 성공하기 위해서 기술이나 아이디어 못지않게 사업성과에 영향을 미치는 중요한 요소이므로, 기업운영에 있어서 매우 중요한 역량이라 하였다(장영미 외, 2018). 황창기(2017)는 중소기업을 운영하는 데 있어 겪는 큰 어

려움 중 하나로 자금조달의 어려움을 꼽았으며, 회사의 지속적인 운영을 위해 가장 중요한 부분으로 안정적인 자금조달을 들었다(장영미 & 하규수, 2018).

본 연구에서는 앞선 선행연구에 기반하여 자금 역량을 ‘기업의 자금 유출입을 명확히 관리하고, 자금의 흐름을 미리 예측하여 필요한 자금을 적절한 시기에 조달할 수 있는 역량’이라고 정의하였다.

사) 디지털 역량

디지털 역량은 개인들이 주어진 문제 상황에서 정보통신기술 및 디지털 도구를 사용하여 문제를 효과적으로 해결할 수 있는 능력을 의미하며, 디지털 역량은 주어진 문제가 갖고 있는 시·공간적 한계를 최소화하여 문제를 해결할 수 있게끔 한다고 하였다(정현선, 2016; 박정옥, 2022). 코로나로 인한 팬데믹 현상은 디지털 기반의 비대면 경제시장을 크게 확산시켰으며, 이러한 디지털화는 소상공인의 업무 환경을 급속도로 변화시키고 있다고 하였다(최정문 외, 2023). 결제 방식이 현금이나 카드에서 키오스크를 사용하는 간편결제 방식으로 변화하는 등의 디지털 전환은 소상공인들에게 새로운 비즈니스 기회를 제공함과 동시에 생존을 위한 필수 선택으로 인식되고 있다(성민주, 2023).

본 연구에서는 앞선 선행연구에 기반하여 디지털 역량을 ‘정보통신기술과 디지털도구에 대한 높은 이해도와 활용력을 바탕으로 문제를 효과적으로 해결할 수 있는 역량’이라고 정의하였다.

아) 사업지속의도

사업지속의도는 현재 창업자가 하는 일에 대한 만족으로 현재 업종을 지속하는 것이라 한다(김경애, 2013; 이종성, 2016). 소상공인의 사업지속의도 관련 연구에서 송정현(2021)는 사업지속의도를 소상공인이 사업에 대한 열정으로 어려움이 많아도 사업을 지속적으로 하고자 하는 의욕으로 정의하였고, 이홍상(2021)은 사업지속의도는 사업중단과 함께 이해되어야 한다고 보았고,

창업자의 개인적인 성향, 사업에 대한 스트레스나 태도, 사업위험에 대한 인지, 사업을 실패할 것에 대한 두려움, 사업실패 이후 처리에 대한 인지 등이 사업중단에 영향을 미치는 중요한 변수가 될 수 있다고 보았다.

본 연구에서는 앞선 선행연구에 기반하여 사업지속의도를 ‘현재 업종에 대한 만족과 열정을 바탕으로 어려움이 있어도 사업을 지속하고자 하는 의욕’이라고 정의하였다.

2) 설문지 구성

설문지 구성은 총 8개의 변수와 인구통계 항목을 포함하여 총 47개 설문 문항으로 구성하였으며, 본 설문지의 항목구성은 아래 [표 3-2]와 같다.

[표 3-2] 설문지 구성

구분	설문항목		문항	설명	근거
독립 변수	창업가 정신	진취성	5	미래 수요와 변화를 예측하여 시장에서의 기회를 선도적으로 포착하고 지속적인 경쟁우위를 선점하려는 성향	장창권(2016) 마창준(2019) 박정옥(2022) 정이숙(2022)
		위험 감수성	5	불확실한 상황에서 확실한 결과에 대한 보장 없이 성장을 위한 자원을 투입하는 위험을 감수하고자 하는 성향	
		혁신성	5	시장에서 경쟁우위를 확보하기 위해 새로운 제품, 서비스, 프로세스를 개발하는 등 새로운 것을 지속적으로 시도하려는 성향	
매개 변수	사업 역량	상품· 서비스 역량	5	상품과 서비스에 대한 전문성을 바탕으로 고객의 요구를 충족시키고 시장의 변동성에 대응할 수 있는 능력	김다희(2021) 박정옥(2022) 김대구(2023)
		마케팅 역량	5	적절한 마케팅믹스를 통해 고객의 욕구를 충족시키고 제품의 가치를 증대시켜 지속적인 경쟁우위를 창출하는 역량	김진한(2020) 김예정 외(2020) 김대구(2023)
		자금 역량	5	기업의 자금 유출입을 명확히 관리하고, 자금의 흐름을 미리 예측하여 필요한 자금을 적절한 시기에 조달할 수 있는 역량	김예정 외(2020) 송정현(2021)

		디지털 역량	5	정보통신기술과 디지털도구에 대한 높은 이해도와 활용력을 바탕으로 문제를 효과적으로 해결할 수 있는 역량	박정옥(2022) 성민주(2023) 홍정훈(2024)
종속 변수	사업지속의도		5	현재 업종에 대한 만족과 열정을 바탕으로 어려움이 있어도 사업을 지속하고자 하는 의욕	김정기(2019) 이홍상(2021) 송정현(2021)
인구통계			7	성별	연구자 구성
합계			47		

제 4 장 연구결과

제 1 절 자료조사 방법

본 연구는 소상공인의 기업가정신이 사업지속의도에 미치는 영향에 관한 연구로, 소상공인 기업가정신과 사업역량이 사업지속의도에 미치는 영향관계를 확인 및 분석하고자 하였다. 이에 따라 선행연구의 문항을 참고하여 본 연구에 맞게 수정한 항목들로 설문지를 구성하여, 전 연령대 및 다양한 업종에 종사하는 소상공인을 대상으로 설문조사를 실시하였다. 설문조사를 통한 자료 수집은 2024년 10월 1일부터 2024년 10월 9일까지 9일간 실시하여 총 180부의 설문결과를 확보하였으며, 그 중 결측치와 이상치를 제외한 178부의 설문을 본 연구에 사용하였다. 모든 변수는 리커드식 5점 척도에 의해 평가되었으며, 수집자료의 실증분석을 위해 통계프로그램 SPSS 30을 사용하여 아래와 같이 통계분석을 진행하였다.

첫째, 표본의 성별, 연령, 업종, 창업기간, 매출액 규모 등의 인구통계학적 인 특성을 파악하기 위하여 빈도분석을 실시하였다.

둘째, 독립변수, 매개변수, 종속변수간의 타당성 검증을 위해 Varimax 직각회전방식을 사용하여 요인분석을 실시하였다.

셋째, 연구모형의 모든 변수들이 정확하고 일관되게 측정되었는지에 대한 신뢰성을 검증하기 위해 Cronbach's Alpha 계수를 활용하여 신뢰성 분석을 실시하였다.

넷째, 독립변수인 기업가정신과 종속변수인 사업지속의도 매개변수인 사업역량간의 관계와 가설검정을 위해 상관관계 분석 및 다중회귀분석을 실시하였다.

다섯째, 기업가정신과 사업지속의도와와의 관계에서 사업역량의 매개역할에 대한 가설검증을 위해 단순회귀분석과 위계적 회귀분석을 실시하였다.

제 2 절 표본의 특성

조사 표본의 인구통계학적인 특성을 살펴보기 위해 성별, 연령, 학력, 업종, 창업기간, 매출, 직원수에 대한 빈도분석을 실행하였으며, 그 결과는 다음 [표 4-1]와 같다.

총 178명의 응답자 중 남성은 114명(64%), 여성은 64명(36%)을 차지하고 있었다. 연령 별로는 20대가 2명(1.1%), 30대가 30명(16.9%), 40대가 73명(41.0%), 50대가 55명(30.9%), 60대가 17명(9.6%), 70대 이상이 1명(0.6%)으로 40대 및 50대가 전체의 70% 이상을 차지하는 것으로 조사되었다. 학력은 고졸 이하가 15명(8.4%), 전문대 졸업이 23명(12.9%), 대학 졸업이 80명(44.9%), 대학원 졸업이 60명(33.7%)인 것으로 나타났다. 각 소상공인이 종사하고 있는 업종은 제조업 30명(16.9%), 도소매업 30명(16.9%), 서비스업 91명(51.1%), 음식업 10명(5.6%), 숙박업 3명(1.7%), 건설업 2명(1.1%), 전자상거래업 2명(1.1%), 기타업종 10명(5.6%)으로 서비스업의 비중이 가장 높은 것으로 나타났다. 창업기간의 경우 1년 미만인 18명(10.1%), 1년~5년 미만인 71명(39.9%), 5년~10년 미만인 46명(25.8%), 10년~15년 미만인 24명(13.5%), 15년~20년 미만인 12명(6.7%), 20년 이상이 7명(3.9%)으로 창업기간이 5년 미만인 소상공인이 전체의 50%를 차지하는 것으로 나타났다. 월 평균 매출의 경우, 1천만원 미만인 55명(30.9%), 1천만원~2천만원 미만인 42명(23.6%), 2천만원~3천만원 미만인 32명(18.0%), 3천만원~4천만원 미만인 7명(3.9%), 4천만원 이상이 42명(23.6%)인 것으로 조사되었다. 직원수를 살펴보면 직원이 없는 경우가 50명(28.1%), 1명인 경우가 53명(29.8%), 2명인 경우가 20명(11.2%), 3명인 경우가 17명(9.6%), 4명인 경우가 9명(5.1%), 5명 이상인 경우가 29명(16.3%)으로 직원이 1명 이하인 경우가 전체의 약 58%를 차지하는 것으로 나타났다.

[표 4-1] 표본의 인구통계학적 특성

[N=178]

항목		빈도(응답자수)	백분율(%)
전체		178	100%
성별	남성	114	64.0
	여성	64	36.0
연령	20대	2	1.1
	30대	30	16.9
	40대	73	41.0
	50대	55	30.9
	60대	17	9.6
	70세 이상	1	0.6
학력	고졸 이하	15	8.4
	전문대 졸업	23	12.9
	대학 졸업	80	44.9
	대학원 졸업	60	33.7
업종	제조업	30	16.9
	도소매업	30	16.9
	서비스업	91	51.1
	음식업	10	5.6
	숙박업	3	1.7
	건설업	2	1.1
	전사상거래업	2	1.1
	기타	10	5.6
창업기간	1년 미만	18	10.1
	1년~5년 미만	71	39.9
	5년~10년 미만	46	25.8
	10년~15년 미만	24	13.5

	15년~20년 미만	12	6.7
	20년 이상	7	3.9
매출	1천만원 미만	55	30.9
	1천만원~2천만원 미만	42	23.6
	2천만원~3천만원 미만	32	18.0
	3천만원~4천만원 미만	7	3.9
	4천만원 이상	42	23.6
직원수	없음	50	28.1
	1명	53	29.8
	2명	20	11.2
	3명	17	9.6
	4명	9	5.1
	5명 이상	29	16.3

제 3 절 기술통계 분석

본 연구에서는 각 변수의 정규성 검정을 위하여 기술통계량 분석을 실시하였다. 기술통계량 분석 시, 왜도의 기준이 절대값 3을 초과하지 않고, 첨도는 절대값 8 또는 10을 초과하지 않으면 정규분포를 이루고 있다고 볼 수 있다(Kline, 2005). 기술통계량 분석 결과는 하기 [표 4-2]와 같으며, 왜도의 절대값이 2이하, 첨도의 절대값이 3이하인 것을 확인할 수 있기 때문에 정규분포를 이루고 있다고 볼 수 있다.

[표 4-2] 각 변수의 기술통계량 분석 결과

측정변수	N	평균	표준편차	왜도	첨도
진취성_1	178	4.20	0.853	-1.231	1.813

진취성_2	178	4.05	0.818	-1.095	2.192
진취성_3	178	4.16	0.824	-0.924	0.856
진취성_4	178	3.73	0.886	-0.131	-0.541
진취성_5	178	4.06	0.750	-0.418	-0.218
위험감수성_1	178	3.65	1.081	-0.397	-0.708
위험감수성_2	178	3.08	1.129	-0.001	-0.761
위험감수성_3	178	2.81	1.117	0.102	-0.726
위험감수성_4	178	3.36	1.044	-0.223	-0.420
위험감수성_5	178	3.18	1.217	-0.331	-0.836
혁신성_1	178	4.08	0.911	-1.064	1.181
혁신성_2	178	3.96	0.895	-0.582	-0.138
혁신성_3	178	3.86	0.937	-0.507	-0.208
혁신성_4	178	4.11	0.766	-0.881	1.392
혁신성_5	178	3.72	0.984	-0.501	-0.276
상품서비스역량_1	178	4.06	0.722	-0.548	0.382
상품서비스역량_2	178	4.04	0.696	-0.264	-0.261
상품서비스역량_3	178	4.01	0.748	-0.583	0.385
상품서비스역량_4	178	4.24	0.746	-0.838	0.578
상품서비스역량_5	178	4.06	0.753	-0.343	-0.486
마케팅역량_1	178	3.85	0.838	-0.360	-0.127

마케팅역량_2	178	3.54	0.951	-0.353	0.001
마케팅역량_3	178	3.26	1.100	-0.039	-0.780
마케팅역량_4	178	3.32	1.081	-0.287	-0.545
마케팅역량_5	178	3.76	0.947	-0.428	-0.144
자금역량_1	178	3.71	0.958	-0.489	-0.319
자금역량_2	178	3.94	0.881	-0.842	0.949
자금역량_3	178	3.99	0.917	-0.877	0.729
자금역량_4	178	3.58	0.966	-0.527	0.175
자금역량_5	178	3.37	1.153	-0.147	-0.851
디지털역량_1	178	4.30	0.821	-1.160	0.965
디지털역량_2	178	3.58	0.984	-0.330	-0.471
디지털역량_3	178	3.22	1.117	-0.160	-0.601
디지털역량_4	178	3.58	1.072	-0.556	-0.237
디지털역량_5	178	3.75	0.961	-0.707	0.397
사업지속의도_1	178	4.17	0.806	-0.578	-0.502
사업지속의도_2	178	4.09	0.859	-0.607	-0.153
사업지속의도_3	178	4.10	0.855	-0.459	-0.830
사업지속의도_4	178	4.19	0.801	-0.559	-0.645
사업지속의도_5	178	4.07	0.902	-0.892	0.600

제 4 절 타당도 및 신뢰도 분석

본 연구에서는 설문조사를 통해 수집된 데이터의 신뢰성을 검증하기 위해 타당도 및 신뢰도 분석을 진행하였다. 타당도 분석이란 측정도구가 측정대상을 얼마나 잘 측정하는지를, 신뢰도 분석이란 측정도구가 동일한 조건에서 반복 측정 시 얼마나 일관된 결과를 나타내는지를 검증하는 것이다.

1) 측정변수의 타당도 분석

본 연구에서는 측정도구가 측정대상을 얼마나 정확히 측정하는지를 검증하는 타당도 분석을 하기 위해 동일한 구성개념을 측정하는 변수들이 동일한 요인으로 묶이는가를 확인하는 요인분석을 활용하였다. 탐색적 요인분석을 실시하였으며, 정보 유실을 최소화하면서 변수들을 체계적으로 추출하기 위해 주성분 분석(principle component analysis)을 사용하였고, 요인 적재치의 단순화를 위하여 직교회전방식(Varimax)를 사용하였다. 요인 적재치(factor loading value)는 각 변수와 요인 간 상관관계의 정도를 나타내는 것으로, 일반적으로 사회과학 분야에서 요인과 문항 선택 기준 고유값이 1.0 이상, 요인 적재값이 0.4 이상이면 유의한 변수로 간주한다(최은서, 2021). 따라서 본 연구에서는 상기 기준에 따라 고유값이 1.0 이상, 요인적재값이 0.4 이상인 요인만을 추출하여 사용하였다.

또한 데이터가 요인분석에 적합한지를 KMO(Kaiser-Meyer-Olkin)값 확인과 Bartlett의 구형성 검정을 통해 검증하였다. KMO값은 변수들간의 상관관계가 얼마나 강한지를 측정하여 데이터가 요인분석에 적합한지를 측정하는 분석값으로, KMO값이 0.9 이상이면 요인분석을 하기 상당히 좋은 것, 0.8 이상이면 꽤 좋은 것, 0.7 이상이면 적당한 것, 0.6 이상이면 평범한 것, 0.5 미만이면 요인분석을 하기 적합하지 않은 것으로 판정된다. Bartlett의 구형성 검정은 상관행렬이 단위행렬이 아니라는 것을 검정하는 것으로, 유의확률이 0.05 이상이면 요인분석을 하기 적합하지 않은 것으로 판정된다.

측정변수에 대한 요인분석 결과는 아래 [표 4-3]와 같다. 요인의 적재값

은 최소 0.477에서 최대 0.834로 나타났다. 표본적합도를 나타내는 KMO값은 0.892로, Bartlett의 구형성 검정 결과값은 3396.332이고, 유의확률은 0.000로 나타나 본 연구의 설문 데이터는 요인분석을 하기에 적합한 것으로 나타났다.

[표 4-3] 탐색적 요인분석 결과

항목	요인분석								
	성분1	성분2	성분3	성분4	성분5	성분6	성분7	성분8	공통성
사업지속의도_2	0.834	0.137	0.086	0.013	0.231	0.027	-0.042	0.188	0.813
사업지속의도_4	0.802	0.030	0.171	0.046	-0.012	0.174	0.106	0.013	0.718
사업지속의도_1	0.788	0.145	0.067	0.077	0.064	0.126	0.008	0.169	0.702
사업지속의도_3	0.770	0.152	0.129	0.057	0.290	0.060	0.006	0.087	0.731
사업지속의도_5	0.655	0.126	-0.050	0.146	0.030	0.081	0.257	-0.118	0.556
진취성_1	0.153	0.811	0.016	0.149	0.105	0.202	0.078	0.030	0.762
진취성_2	0.168	0.800	0.098	0.040	0.193	0.191	0.115	0.119	0.781
진취성_3	0.187	0.735	0.099	0.148	0.138	0.233	0.118	0.104	0.704
진취성_4	0.073	0.541	0.355	0.142	0.273	0.036	-0.018	0.193	0.558
마케팅역량_3	0.066	0.030	0.831	0.094	0.108	0.121	0.165	0.001	0.758
마케팅역량_4	0.048	0.053	0.818	0.104	0.113	0.130	0.171	-0.022	0.745
마케팅역량_2	0.174	0.266	0.735	0.036	0.212	0.075	0.122	0.203	0.749
마케팅역량_1	0.287	0.109	0.477	0.117	0.073	0.140	0.221	0.299	0.500
위험감수성_3	-0.009	-0.085	0.264	0.759	0.114	0.046	0.079	0.103	0.685

위험감수성_4	0.116	0.160	0.040	0.750	0.025	0.203	0.064	0.029	0.650
위험감수성_5	0.095	0.024	-0.076	0.743	0.136	-0.091	0.081	0.154	0.625
위험감수성_2	0.063	0.250	0.054	0.722	0.090	0.148	0.044	-0.031	0.623
위험감수성_1	0.077	0.398	0.259	0.511	0.211	0.225	0.057	0.090	0.598
혁신성_2	0.146	0.191	0.160	0.193	0.751	0.200	0.163	0.181	0.784
혁신성_3	0.162	0.211	0.235	0.144	0.726	0.237	0.084	0.193	0.774
혁신성_1	0.161	0.133	0.124	0.153	0.677	0.242	-0.017	0.090	0.607
혁신성_4	0.203	0.294	0.040	0.030	0.559	0.257	0.340	-0.054	0.628
상품서비스역량_4	0.214	0.098	0.082	0.040	0.284	0.733	0.023	0.135	0.700
상품서비스역량_2	0.083	0.268	0.102	0.134	0.141	0.644	0.136	0.306	0.653
상품서비스역량_5	0.145	0.316	0.293	0.122	0.249	0.599	0.184	-0.079	0.683
상품서비스역량_1	0.235	0.394	0.089	0.174	0.210	0.598	0.145	0.242	0.731
상품서비스역량_3	0.046	0.214	0.219	0.246	0.349	0.533	0.213	0.016	0.608
자금역량_3	0.110	0.172	0.110	-0.013	0.020	0.185	0.798	0.039	0.726
자금역량_4	0.109	0.095	0.118	0.212	0.071	-0.009	0.766	-0.013	0.672
자금역량_5	0.021	-0.077	0.144	0.107	0.253	-0.003	0.696	0.184	0.620
자금역량_1	0.011	0.105	0.347	-0.036	-0.024	0.336	0.628	0.112	0.653
디지털역량_1	0.160	0.195	0.013	0.078	0.107	0.307	0.071	0.771	0.774
디지털역량_2	0.167	0.089	0.262	0.300	0.318	0.091	0.150	0.526	0.603
디지털역량_5	0.073	0.217	0.361	0.192	0.361	0.043	0.335	0.495	0.708

Eigen Value	3.555	3.267	3.103	3.005	2.946	2.796	2.765	1.746	
분산설명(%)	10.456	9.610	9.128	8.837	8.666	8.222	8.131	5.136	
누적분산설명(%)	10.456	20.066	29.194	38.031	46.697	54.919	63.050	68.186	

Kaiser-Meyer-Olkin 표본 적합도. = 0.892

Bartlett의 단위행렬검정 근사 카이제곱 = 3396.332 , df = 561 , P = .000

2) 측정변수의 신뢰도 분석

본 연구에서는 측정도구 측정대상을 얼마나 일관성 있게 측정하는지를 검증하는 신뢰도 분석을 하기 위해 크론바 알파(Cronbach's α) 측정값을 확인하였다. 크론바 알파는 여러 측정도구가 같은 개념을 얼마나 일관되게 측정하는지 확인하는 통계적 방법으로, 일반적으로 그 측정값이 0.6 이하일 경우 내적 일관성에 문제가 있다고 의심할 수 있으며, 0.6 이상일 경우 신뢰성을 인정받을 수 있다.

측정변수에 대한 신뢰도 분석 결과는 아래 [표 4-4]와 같다. Cronbach's α 값이 최소 0.744에서 최대 0.866으로 모두 적정 수준인 0.6을 상회하였고, 항목 제거 시 Cronbach's α 값도 대체로 변수별 전체 신뢰도보다 낮아 신뢰성이 있다고 판단할 수 있다.

[표 4-4] 신뢰도 분석 결과

구분		측정변수	항목삭제 시 Cronbach α	Cronbach α
기업가정신	진취성	진취성_1	0.777	0.840
		진취성_2	0.755	
		진취성_3	0.792	
		진취성_4	0.858	

	위험감수성	위험감수성_1	0.783	0.807
		위험감수성_2	0.761	
		위험감수성_3	0.762	
		위험감수성_4	0.757	
		위험감수성_5	0.784	
	혁신성	혁신성_1	0.835	0.843
		혁신성_2	0.754	
		혁신성_3	0.763	
		혁신성_4	0.839	
	상품서비스역량	상품서비스역량_1	0.810	0.853
		상품서비스역량_2	0.826	
		상품서비스역량_3	0.832	
		상품서비스역량_4	0.828	
		상품서비스역량_5	0.819	
사업역량	마케팅역량	마케팅역량_1	0.841	0.826
		마케팅역량_2	0.741	
		마케팅역량_3	0.753	
		마케팅역량_4	0.773	
	자금역량	자금역량_1	0.739	0.790
		자금역량_3	0.722	

		자금역량_4	0.731	
		자금역량_5	0.762	
	디지털역량	디지털역량_1	0.709	0.744
		디지털역량_2	0.683	
		디지털역량_5	0.573	
사업지속의도		사업지속의도_1	0.835	0.866
		사업지속의도_2	0.813	
		사업지속의도_3	0.824	
		사업지속의도_4	0.835	
		사업지속의도_5	0.881	

제 5 절 상관관계 분석

본 연구에서는 가설검증 이전 변수 간의 기초적인 관계를 파악하고 다중공선성이 발생 여부를 사전 확인하기 위해 Pearson 상관관계 분석(Correlation Analysis)를 진행하였다. Pearson 상관계수의 값은 각 변수 간의 연관성을 0에서 ± 1 사이에서 보여주는데, 그 값이 0에 가까울수록 상관관계가 낮음을 나타낸다. 변수들간의 상관계수 값이 0.8일 경우, 두 변수 간에 높은 상관관계가 있다 볼 수 있으며, 이는 다중공선성의 문제를 발생시킬 수 있다. 다중공선성은 독립변수 간에 높은 상관관계로 인해 회귀분석의 신뢰성이 떨어지는 문제를 발생시키기 때문에, 일반적으로 가설검증 이전에 변수 간 상관관계 값이 0.8을 넘지 않는지를 확인한다.

측정변수에 대한 상관관계 분석 결과는 아래 [표 4-5]와 같다. Pearson 상관계수 값은 최소 0.237에서 최대 0.686으로 0.8이 넘는 경우는 없어 다중

공선성 문제 발생 없이 회귀분석이 가능할 것으로 예측할 수 있다.

[표 4-5] 상관관계 분석

항목		진취성	위험 감수성	혁신성	상품 서비스 역량	마케팅 역량	자금 역량	디지털 역량	사업 지속 의도
진취성	Person 상관	1							
	유의확률								
	N	178							
위험 감수성	Person 상관	.419**	1						
	유의확률	0.000							
	N	178	178						
혁신성	Person 상관	.562**	.437**	1					
	유의확률	0.000	0.000						
	N	178	178	178					
상품서비 스역량	Person 상관	.642**	.448**	.686**	1				
	유의확률	0.000	0.000	0.000					
	N	178	178	178	178				
마케팅 역량	Person 상관	.404**	.339**	.476**	.483**	1			
	유의확률	0.000	0.000	0.000	0.000				
	N	178	178	178	178	178			
자금역량	Person 상관	.309**	.269**	.380**	.435**	.461**	1		
	유의확률	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000			
	N	178	178	178	178	178	178		

디지털 역량	Person 상관	.494**	.469**	.610**	.581**	.531**	.438**	1	
	유의확률	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000		
	N	178	178	178	178	178	178	178	
사업지속 의도	Person 상관	.400**	.260**	.434**	.422**	.329**	.237**	.386**	1
	유의확률	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.001	0.000	
	N	178	178	178	178	178	178	178	178

** . 상관관계가 0.01 수준에서 유의합니다(양측).

제 6 절 가설검증

본 연구에서는 가설검증을 위해 종속변수가 독립변수에 의해 어떻게 설명되거나 예측될 수 있는지 그 인과관계를 분석하는 회귀분석을 활용하였다. 회귀분석에는 1개의 독립변수가 1개의 종속변수에 어떠한 영향을 미치는지 분석하는 단순회귀분석과 2개 이상의 독립변수가 1개의 종속변수에 어떠한 영향을 미치는지 분석하는 다중회귀분석이 있다. 다중회귀분석에서는 하나의 독립변수가 다른 독립변수에 큰 영향을 미치는 다중공선성(Multi-collinearity) 문제가 발생하지 않는지 확인하는 것이 중요하다. 일반적으로 VIF(Variance Inflation Factor) 값이 10 이상이면 다중공선성이 존재하는 것으로 간주한다. 또한 회귀분석에서 잔차들의 자기상관이 존재하는지를 확인하여야 하는데, 일반적으로 Durbin-Watson지수가 0이나 4에 가깝지 않고, 2에 가까울수록 잔차들간의 자기상관이 없어 회귀분석에 문제가 없는 것으로 간주한다.

1) 기업가정신과 사업지속의도의 관계에 대한 가설검증

가설 H1 : 기업가정신은 사업지속의도에 유의한 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

가설 H1-1 : 기업가정신의 진취성은 사업지속의도에 유의한 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

가설 H1-2 : 기업가정신의 위험감수성은 사업지속의도에 유의한 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

가설 H1-3 : 기업가정신의 혁신성은 사업지속의도에 유의한 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

기업가정신이 사업지속의도에 미치는 영향을 확인하기 위해 기업가정신의 하위 요인인 진취성, 위험감수성, 혁신성을 독립변수로, 사업지속의도를 종속변수로 정하여 다중회귀분석을 실시하였다. 그 결과는 아래와 같다.

[표 4-6] 가설 H1 모형요약

모형	R	R 제곱	수정된 R 제곱	추정값의 표준오차	Durbin-Watson
1	.474 ^a	0.225	0.212	0.60578	2.147

a. 예측자: (상수), 혁신성, 위험감수성, 진취성

b. 종속변수: 사업지속의도

[표 4-6]에서 독립변수는 종속변수를 22.5%(R제곱=0.225) 설명하고 있다. Durbin-Watson은 2.147로 기준값 2에 근접하여 잔차들 간의 상관관계가 없으며, 회귀모형에 적합하다고 볼 수 있다.

[표 4-7] 가설 H1 분산분석

모형		제곱합	자유도	평균제곱	F	유의확률
1	회귀	18.549	3	6.183	16.849	<.001 ^b
	잔차	63.852	174	0.367		
	전체	82.401	177			

a. 종속변수: 사업지속의도

b. 예측자: (상수), 혁신성, 위험감수성, 진취성

[표 4-7]에서 분산분석을 살펴보면 F값은 16.849, 유의확률(p)은 0.001보다 작아 회귀모형에 적합하다고 볼 수 있다.

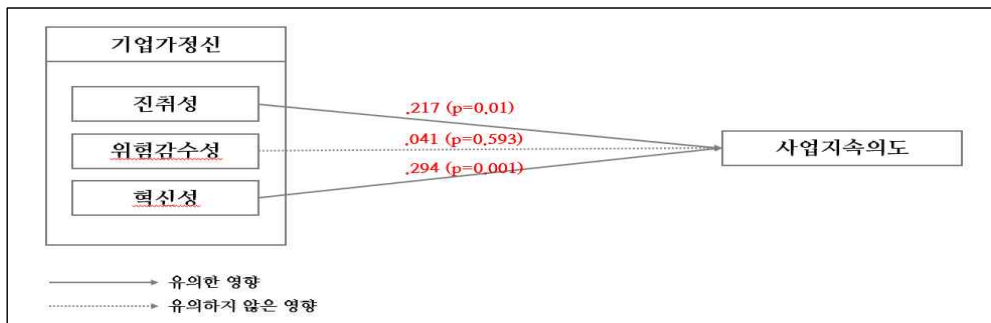
[표 4-8] 가설 H1 계수

모형		비표준화 계수		표준화 계수	t	유의확률	공선성 통계량	
		B	표준오차	베타			공차	VIF
1	(상수)	2.049	0.298		6.876	0.000		
	진취성	0.213	0.081	0.217	2.615	0.010	0.646	1.547
	위험감수성	0.033	0.062	0.041	0.535	0.593	0.765	1.307
	혁신성	0.277	0.079	0.294	3.512	0.001	0.634	1.576

a. 종속변수: 사업지속의도

[표 4-8]에서 기업가정신 속성과 사업지속의도의 영향관계를 파악한 결과 기업가정신 중 t 통계량에 따른 유의확률(p)이 0.05 이하인 진취성과 혁신성은 사업지속의도에 정(+)의 영향을 미치는 것으로 나타났다. 표준화 계수 베타값을 살펴보면 혁신성이 29.4%로 진취성(21.7%)보다 높은 설명력을 보이며, 사업지속의도에 상대적으로 많은 영향을 미친다는 것을 알 수 있다. 한편 공선성 통계량을 살펴보면 공차값이 0.1 이상이며, VIF값이 10 이하이므로 다중공선성 문제는 없는 것으로 판단된다.

[그림 4-1] 기업가정신과 사업지속의도 관계에 대한 가설 검증 결과



[그림 4-1]과 같이 기업가정신과 사업지속의도의 관계를 검증한 결과, 기업가정신의 하위요인 중 위험감수성을 제외한 진취성과 혁신성이 사업지속의도에 영향을 주는 변수로 확인되었다. 생계형으로 위험에 투자할 자금이 부족하고 당장의 수입이 중요한 소상공인 특성상 위험을 감수하는 마인드보다는 진취적이고 혁신적인 마인드가 상대적으로 사업을 운영하는 데 주요 동인이 되는 것으로 판단된다.

2) 기업가정신과 상품·서비스 역량의 관계에 대한 가설검증

가설 H2 : 기업가정신은 상품·서비스 역량에 유의한 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

가설 H2-1 : 기업가정신의 진취성은 상품·서비스 역량에 유의한 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

가설 H2-2 : 기업가정신의 위험감수성은 상품·서비스 역량에 유의한 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

가설 H2-3 : 기업가정신의 혁신성은 사업지속의도에 유의한 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

기업가정신이 상품·서비스 역량에 미치는 영향을 확인하기 위해 기업가정신의 하위 요인인 진취성, 위험감수성, 혁신성을 독립변수로, 상품·서비스 역량을 종속변수로 정하여 다중회귀분석을 실시하였다. 그 결과는 아래와 같다.

[표 4-9] 가설 H2 모형요약

모형	R	R 제곱	수정된 R 제곱	추정값의 표준오차	Durbin-Watson
1	.759 ^a	0.576	0.568	0.38239	1.616

a. 예측자: (상수), 혁신성, 위험감수성, 진취성

b. 종속변수: 상품서비스 역량

[표 4-9]에서 독립변수는 종속변수를 57.6%(R제곱=0.576) 설명하고 있다. Durbin-Watson은 1.616로 기준값 2에 근접하여 잔차들 간의 상관관계가 없으며, 회귀모형에 적합하다고 볼 수 있다.

[표 4-10] 가설 H2 분산분석

모형		제곱합	자유도	평균제곱	F	유의확률
1	회귀	34.527	3	11.509	78.707	<.001 ^b
	잔차	25.443	174	0.146		
	전체	59.969	177			

b. 종속변수: 상품서비스 역량

b. 예측자: (상수), 혁신성, 위험감수성, 진취성

[표 4-10]에서 분산분석을 살펴보면 F값은 78.707, 유의확률(p)은 0.001 보다 작아 회귀모형에 적합하다고 볼 수 있다.

[표 4-11] 가설 H2 계수

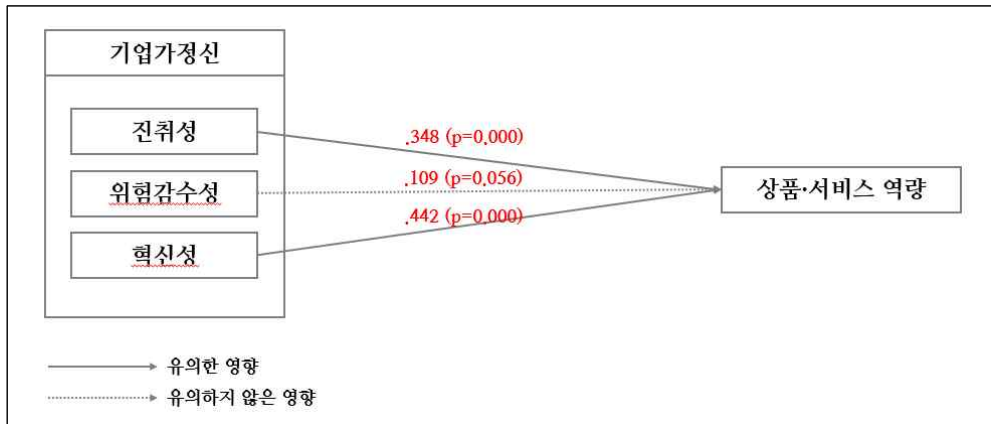
모형		비표준화 계수		표준화 계수	t	유의확률	공선성 통계량	
		B	표준오차	베타			공차	VIF
1	(상수)	1.243	0.188		6.609	0.000		
	진취성	0.291	0.051	0.348	5.667	0.000	0.646	1.547
	위험감수성	0.075	0.039	0.109	1.925	0.056	0.765	1.307
	혁신성	0.355	0.050	0.442	7.137	0.000	0.634	1.576

b. 종속변수: 상품서비스 역량

[표 4-11]에서 기업가정신 속성과 상품·서비스 역량의 영향관계를 파악한 결과 기업가정신 중 t 통계량에 따른 유의확률(p)이 0.05 이하인 진취성과 혁신성

신성은 상품·서비스 역량에 정(+)의 영향을 미치는 것으로 나타났다. 표준화 계수 베타값을 살펴보면 혁신성이 44.2%로 진취성(34.8%)보다 높은 설명력을 보이며, 상품·서비스 역량에 상대적으로 많은 영향을 미친다는 것을 알 수 있다. 한편 공선성 통계량을 살펴보면 공차값이 0.1 이상이며, VIF값이 10 이하이므로 다중공선성 문제는 없는 것으로 판단된다.

[그림 4-2] 기업가정신과 상품·서비스 역량 관계에 대한 가설 검증 결과



[그림 4-2]과 같이 기업가정신과 상품·서비스 역량의 관계를 검증한 결과, 기업가정신의 하위요인 중 위험감수성을 제외한 진취성과 혁신성이 상품·서비스 역량에 영향을 주는 변수로 확인되었다. 생활밀착형 소규모 상품 및 서비스를 주로 판매하는 소상공인 특성상 위험을 감수하면서 완전히 새로운 시도를 하는 것보다는 혁신성과 진취성을 기반으로 작고 신속한 개선활동에 주력하며 고객의 요구에 빠르게 대응하는 것이 상품·서비스 역량에 있어 더욱 중요한 것으로 판단된다.

3) 기업가정신과 마케팅 역량의 관계에 대한 가설검증

가설 H3 : 기업가정신은 마케팅 역량에 유의한 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

가설 H3-1 : 기업가정신의 진취성은 마케팅 역량에 유의한 정(+)의 영향

을 미칠 것이다.

가설 H3-2 : 기업가정신의 위험감수성은 마케팅 역량에 유의한 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

가설 H3-3 : 기업가정신의 혁신성은 마케팅 역량에 유의한 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

기업가정신이 마케팅 역량에 미치는 영향을 확인하기 위해 기업가정신의 하위 요인인 진취성, 위험감수성, 혁신성을 독립변수로, 마케팅 역량을 종속변수로 정하여 다중회귀분석을 실시하였다. 그 결과는 아래와 같다.

[표 4-12] 가설 H3 모형요약

모형	R	R 제곱	수정된 R 제곱	추정값의 표준오차	Durbin-Watson
1	.516 ^a	0.266	0.253	0.69940	1.873

a. 예측자: (상수), 혁신성, 위험감수성, 진취성

b. 종속변수: 마케팅 역량

[표 4-12]에서 독립변수는 종속변수를 26.6%(R제곱=0.266) 설명하고 있다. Durbin-Watson은 1.873로 기준값 2에 근접하여 잔차들 간의 상관관계가 없으며, 회귀모형에 적합하다고 볼 수 있다.

[표 4-13] 가설 H3 분산분석

모형		제곱합	자유도	평균제곱	F	유의확률
1	회귀	30.815	3	10.272	20.999	<.001 ^b
	잔차	85.113	174	0.489		
	전체	115.929	177			

b. 종속변수: 마케팅 역량

b. 예측자: (상수), 혁신성, 위험감수성, 진취성

[표 4-13]에서 분산분석을 살펴보면 F값은 20.999, 유의확률(p)은 0.001 보다 작아 회귀모형에 적합하다고 볼 수 있다.

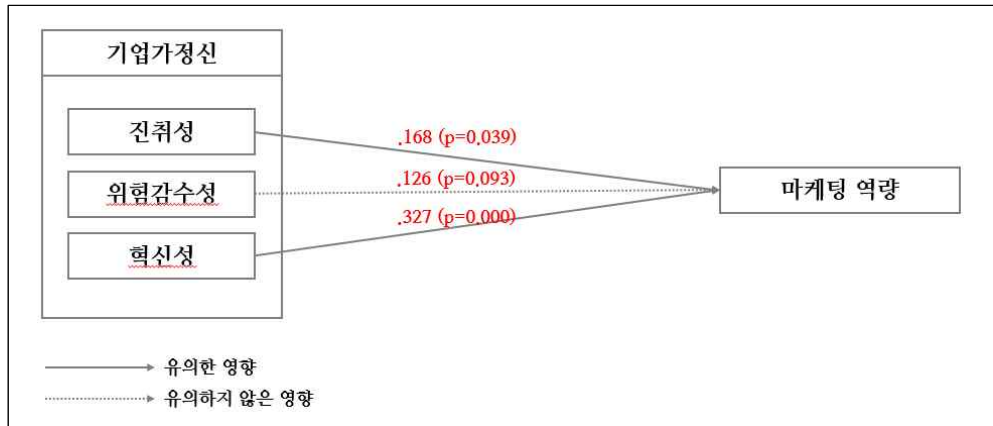
[표 4-14] 가설 H3 계수

모형	비표준화 계수		표준화 계수	t	유의확률	공선성 통계량	
	B	표준오차	베타			공차	VIF
1	(상수)	0.857	0.344		2.490	0.014	
	진취성	0.195	0.094	0.168	2.075	0.039	0.646
	위험감수성	0.121	0.072	0.126	1.690	0.093	0.765
	혁신성	0.365	0.091	0.327	4.008	0.000	0.634

b. 종속변수: 마케팅 역량

[표 4-14]에서 기업가정신 속성과 마케팅 역량의 영향관계를 파악한 결과 기업가정신 중 t 통계량에 따른 유의확률(p)이 0.05 이하인 진취성과 혁신성은 마케팅 역량에 정(+)의 영향을 미치는 것으로 나타났다. 표준화 계수 베타 값을 살펴보면 혁신성이 32.7%로 진취성(16.8%)보다 높은 설명력을 보이며, 마케팅 역량에 상대적으로 많은 영향을 미친다는 것을 알 수 있다. 한편 공선성 통계량을 살펴보면 공차값이 0.1 이상이며, VIF값이 10 이하이므로 다중 공선성 문제는 없는 것으로 판단된다.

[그림 4-3] 기업가정신과 마케팅 역량 관계에 대한 가설 검증 결과



[그림 4-3]과 같이 기업가정신과 마케팅 역량의 관계를 검증한 결과, 기업가정신의 하위요인 중 위험감수성을 제외한 진취성과 혁신성이 마케팅 역량에 영향을 주는 변수로 확인되었다. 지역사회 중심으로 사업을 영위하는 소상공인 특성상 위험을 감수하며 대규모의 실험적인 마케팅에 도전하는 것보다는 관계 기반의 마케팅을 통해 단골손님을 확보하는 것이 더욱 효과적이기 때문에 위험감수성보다는 진취성과 혁신성이 마케팅 역량에 있어 더욱 중요한 것으로 판단된다.

4) 기업가정신과 자금 역량의 관계에 대한 가설검증

가설 H4 : 기업가정신은 자금 역량에 유의한 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

가설 H4-1 : 기업가정신의 진취성은 자금 역량에 유의한 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

가설 H4-2 : 기업가정신의 위험감수성은 자금 역량에 유의한 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

가설 H4-3 : 기업가정신의 혁신성은 자금 역량에 유의한 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

기업가정신이 자금 역량에 미치는 영향을 확인하기 위해 기업가정신의 하위 요인인 진취성, 위험감수성, 혁신성을 독립변수로, 자금 역량을 종속변수로 정하여 다중회귀분석을 실시하였다. 그 결과는 아래와 같다.

[표 4-15] 가설 H4 모형요약

모형	R	R 제곱	수정된 R 제곱	추정값의 표준오차	Durbin-Watson
1	.407 ^a	0.166	0.151	0.72341	1.797

a. 예측자: (상수), 혁신성, 위험감수성, 진취성

b. 종속변수: 자금 역량

[표 4-15]에서 독립변수는 종속변수를 16.6%(R제곱=0.166) 설명하고 있다. Durbin-Watson은 1.797로 기준값 2에 근접하여 잔차들 간의 상관관계가 없으며, 회귀모형에 적합하다고 볼 수 있다.

[표 4-16] 가설 H4 분산분석

모형		제곱합	자유도	평균제곱	F	유의확률
1	회귀	18.074	3	6.025	11.512	<.001 ^b
	잔차	91.057	174	0.523		
	전체	109.131	177			

b. 종속변수: 자금 역량

b. 예측자: (상수), 혁신성, 위험감수성, 진취성

[표 4-16]에서 분산분석을 살펴보면 F값은 11.512, 유의확률(p)은 0.001보다 작아 회귀모형에 적합하다고 볼 수 있다.

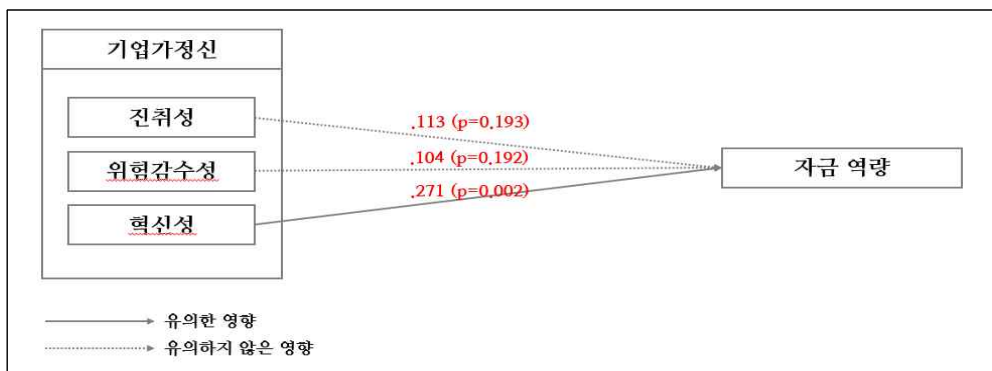
[표 4-17] 가설 H4 계수

모형		비표준화 계수		표준화 계수	t	유의확률	공선성 통계량	
		B	표준오차	베타			공차	VIF
1	(상수)	1.665	0.356		4.677	0.000		
	진취성	0.127	0.097	0.113	1.308	0.193	0.646	1.547
	위험감수성	0.097	0.074	0.104	1.308	0.192	0.765	1.307
	혁신성	0.294	0.094	0.271	3.119	0.002	0.634	1.576

b. 종속변수: 자금 역량

[표 4-17]에서 기업가정신 속성과 자금 역량의 영향관계를 파악한 결과 기업가정신 중 t 통계량에 따른 유의확률(p)이 0.05 이하인 혁신성은 자금 역량에 정(+)의 영향을 미치는 것으로 나타났다. 표준화 계수 베타값을 살펴보면 혁신성이 자금 역량을 27.1% 설명함을 알 수 있다. 한편 공선성 통계량을 살펴보면 공차값이 0.1 이상이며, VIF값이 10 이하이므로 다중공선성 문제는 없는 것으로 판단된다.

[그림 4-4] 기업가정신과 자금 역량 관계에 대한 가설 검증 결과



[그림 4-4]과 같이 기업가정신과 자금 역량의 관계를 검증한 결과, 기업가정신의 하위요인 중 진취성과 위험감수성을 제외한 혁신성만이 자금 역량

에 영향을 주는 변수로 확인되었다. 위험감수성은 보상이 불확실한 투자나 사업 결정을 유발할 수 있어 자금 역량에 유의미한 영향을 미치지 않는 것으로 판단된다. 한편 외부의 기회 탐색에 초점을 두고 새로운 것을 추구하는 진취성보다는 내부 프로세스 효율화에 초점을 두고 새로운 방식을 추구하는 혁신성이 안정적으로 자금을 관리하는 자금 역량에 중요한 요인인 것으로 판단된다.

5) 기업가정신과 디지털 역량의 관계에 대한 가설검증

가설 H5 : 기업가정신은 디지털 역량에 유의한 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

가설 H5-1 : 기업가정신의 진취성은 디지털 역량에 유의한 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

가설 H5-2 : 기업가정신의 위험감수성은 디지털 역량에 유의한 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

가설 H5-3 : 기업가정신의 혁신성은 디지털 역량에 유의한 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

기업가정신이 디지털 역량에 미치는 영향을 확인하기 위해 기업가정신의 하위 요인인 진취성, 위험감수성, 혁신성을 독립변수로, 디지털 역량을 종속변수로 정하여 다중회귀분석을 실시하였다. 그 결과는 아래와 같다.

[표 4-18] 가설 H5 모형요약

모형	R	R 제곱	수정된 R 제곱	추정값의 표준오차	Durbin-Watson
1	.663 ^a	0.440	0.430	0.56782	1.842

a. 예측자: (상수), 혁신성, 위험감수성, 진취성

b. 종속변수: 디지털 역량

[표 4-18]에서 독립변수는 종속변수를 44.0%(R제곱=0.440) 설명하고 있다. Durbin-Watson은 1.842로 기준값 2에 근접하여 잔차들 간의 상관관계가

없으며, 회귀모형에 적합하다고 볼 수 있다.

[표 4-19] 가설 H5 분산분석

모형		제곱합	자유도	평균제곱	F	유의확률
1	회귀	44.097	3	14.699	45.589	<.001 ^b
	잔차	56.101	174	0.322		
	전체	100.198	177			

b. 종속변수: 디지털 역량

b. 예측자: (상수), 혁신성, 위험감수성, 진취성

[표 4-19]에서 분산분석을 살펴보면 F값은 45.589, 유의확률(p)은 0.001 보다 작아 회귀모형에 적합하다고 볼 수 있다.

[표 4-20] 가설 H5 계수

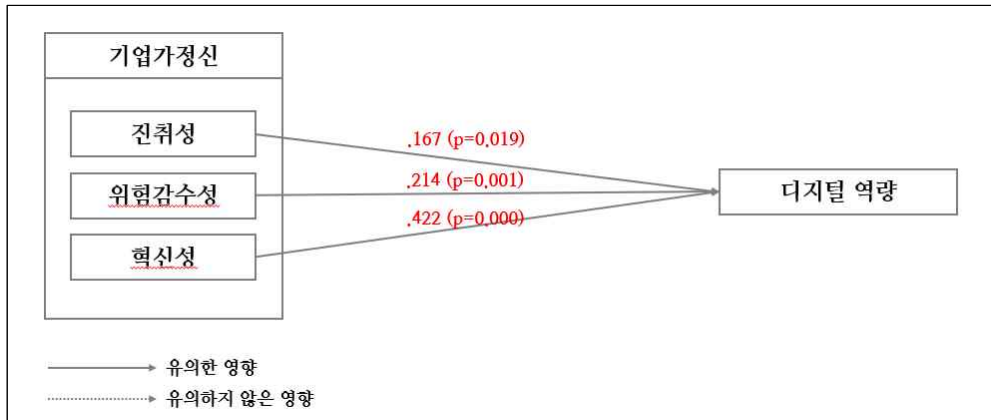
모형		비표준화 계수		표준화 계수	t	유의확률	공선성 통계량	
		B	표준오차	베타			공차	VIF
1	(상수)	0.776	0.279		2.778	0.006		
	진취성	0.181	0.076	0.167	2.365	0.019	0.646	1.547
	위험감수성	0.192	0.058	0.214	3.301	0.001	0.765	1.307
	혁신성	0.438	0.074	0.422	5.928	0.000	0.634	1.576

b. 종속변수: 디지털 역량

[표 4-20]에서 기업가정신 속성과 디지털 역량의 영향관계를 파악한 결과 기업가정신 중 진취성, 위험감수성, 혁신성 모두 t 통계량에 따른 유의확률(p)이 0.05 이하로 디지털 역량에 정(+)의 영향을 미치는 것으로 나타났다. 표준화 계수 베타값을 살펴보면 혁신성이 42.2%로 진취성(16.7%)과 위험감수성

(21.4%)보다 높은 설명력을 보이며, 디지털 역량에 상대적으로 많은 영향을 미친다는 것을 알 수 있다. 한편 공선성 통계량을 살펴보면 공차값이 0.1 이상이며, VIF값이 10 이하이므로 다중공선성 문제는 없는 것으로 판단된다.

[그림 4-5] 기업가정신과 디지털 역량 관계에 대한 가설 검증 결과



[그림 4-5]과 같이 기업가정신과 디지털 역량의 관계를 검증한 결과, 기업가정신의 하위요인 중 진취성, 위험감수성, 혁신성 모두가 디지털 역량에 영향을 주는 변수로 확인되었다. 기회를 선도적으로 포착하고 새로운 것을 지속적으로 시도하려는 진취성과 혁신성은 새로운 디지털 기술을 시도하게 하는 주요 요인인 것으로 판단된다. 또한 디지털 역량을 갖추기 위해서는 새로운 장비 및 기술 도입과 같은 초기 비용 부담이 따르는데 이러한 초기 리스크를 감수하고자 하는 위험감수성은 디지털 역량에 중요한 요인으로 작용하는 것으로 판단된다.

6) 상품·서비스 역량과 사업지속의도의 관계에 대한 가설검증

가설 H6 : 상품·서비스 역량은 사업지속의도에 유의한 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

상품·서비스 역량이 사업지속의도에 미치는 영향을 확인하기 위해 단순회

귀분석을 실시하였다. 그 결과는 아래와 같다.

[표 4-21] 가설 H6 모형요약

모형	R	R 제곱	수정된 R 제곱	추정값의 표준오차	Durbin- Watson
1	.422 ^a	0.178	0.173	0.62039	2.047

a. 예측자: (상수), 상품서비스 역량

b. 종속변수: 사업지속의도

[표 4-21]에서 독립변수는 종속변수를 17.8%(R제곱=0.178) 설명하고 있다. Durbin-Watson은 2.047로 기준값 2에 근접하여 잔차들 간의 상관관계가 없으며, 회귀모형에 적합하다고 볼 수 있다.

[표 4-22] 가설 H6 분산분석

모형		제곱합	자유도	평균제곱	F	유의확률
1	회귀	14.660	1	14.660	38.090	<.001 ^b
	잔차	67.741	176	0.385		
	전체	82.401	177			

b. 종속변수: 사업지속의도

b. 예측자: (상수), 상품서비스 역량

[표 4-22]에서 분산분석을 살펴보면 F값은 38.090, 유의확률(p)은 0.001보다 작아 회귀모형에 적합하다고 볼 수 있다.

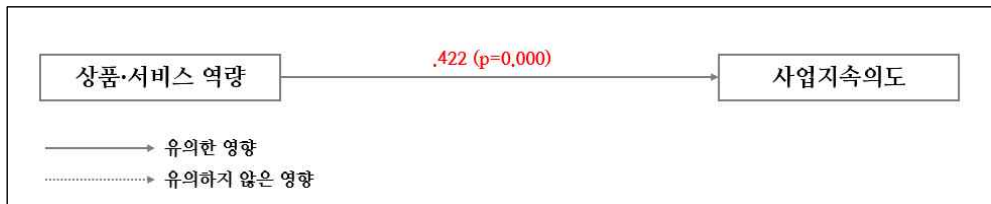
[표 4-23] 가설 H6 계수

모형		비표준화 계수		표준화 계수	t	유의확률
		B	표준오차	베타		
1	(상수)	2.105	0.330		6.370	0.000
	상품서비스	0.494	0.080	0.422	6.172	0.000

b. 종속변수: 사업지속의도

[표 4-22]에서 상품·서비스 역량과 사업지속의도의 영향관계를 파악한 결과 상품·서비스 역량은 t 통계량에 따른 유의확률(p)이 0.000으로 사업지속의도에 정(+)의 영향을 미치는 것으로 나타났다.

[그림 4-6] 상품·서비스 역량과 사업지속의도 관계에 대한 가설 검증 결과



[그림 4-6]과 같이 상품·서비스 역량과 사업지속의도의 관계를 검증한 결과, 상품·서비스 역량은 사업지속의도에 영향을 주는 변수로 확인되었다. 이는 상품 및 서비스의 품질이 사업의 성패와 장기적인 생존 가능성에 직접적인 영향을 미치기 때문인 것으로 판단된다.

7) 마케팅 역량과 사업지속의도의 관계에 대한 가설검증

가설 H7 : 마케팅 역량은 사업지속의도에 유의한 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

마케팅 역량이 사업지속의도에 미치는 영향을 확인하기 위해 단순회귀분

석을 실시하였다. 그 결과는 아래와 같다.

[표 4-24] 가설 H7 모형요약

모형	R	R 제곱	수정된 R 제곱	추정값의 표준오차	Durbin- Watson
1	.329 ^a	0.109	0.104	0.64603	1.978

a. 예측자: (상수), 마케팅 역량

b. 종속변수: 사업지속의도

[표 4-24]에서 독립변수는 종속변수를 10.9%(R제곱=0.109) 설명하고 있다. Durbin-Watson은 1.978로 기준값 2에 근접하여 잔차들 간의 상관관계가 없으며, 회귀모형에 적합하다고 볼 수 있다.

[표 4-25] 가설 H7 분산분석

모형		제곱합	자유도	평균제곱	F	유의확률
1	회귀	8.946	1	8.946	21.436	<.001 ^b
	잔차	73.455	176	0.417		
	전체	82.401	177			

b. 종속변수: 사업지속의도

b. 예측자: (상수), 마케팅 역량

[표 4-25]에서 분산분석을 살펴보면 F값은 21.436, 유의확률(p)은 0.001보다 작아 회귀모형에 적합하다고 볼 수 있다.

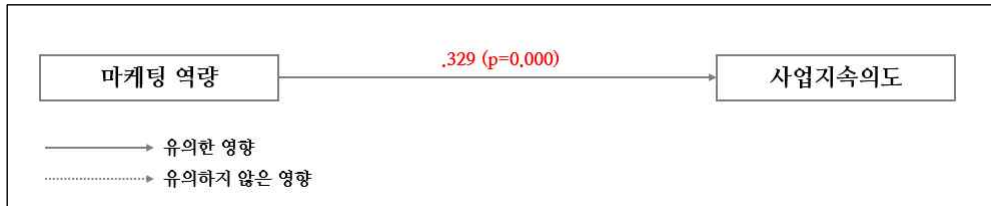
[표 4-26] 가설 H7 계수

모형		비표준화 계수		표준화 계수	t	유의확률
		B	표준오차	베타		
1	(상수)	3.153	0.215		14.659	0.000
	마케팅	0.278	0.060	0.329	4.630	0.000

b. 종속변수: 사업지속의도

[표 4-26]에서 마케팅 역량과 사업지속의도의 영향관계를 파악한 결과 마케팅 역량은 t 통계량에 따른 유의확률(p)이 0.000으로 사업지속의도에 정(+)의 영향을 미치는 것으로 나타났다.

[그림 4-7] 마케팅 역량과 사업지속의도 관계에 대한 가설 검증 결과



[그림 4-7]과 같이 마케팅 역량과 사업지속의도의 관계를 검증한 결과, 마케팅 역량은 사업지속의도에 영향을 주는 변수로 확인되었다. 이는 마케팅 역량이 고객확보와 매출증대를 통해 장기적인 생존 가능성에 직접적인 영향을 미치기 때문인 것으로 판단된다.

8) 자금 역량과 사업지속의도의 관계에 대한 가설검증

가설 H8 : 자금 역량은 사업지속의도에 유의한 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

자금 역량이 사업지속의도에 미치는 영향을 확인하기 위해 단순회귀분석을 실시하였다. 그 결과는 아래와 같다.

[표 4-27] 가설 H8 모형요약

모형	R	R 제곱	수정된 R 제곱	추정값의 표준오차	Durbin- Watson
1	.237 ^a	0.056	0.051	0.66473	1.990

a. 예측자: (상수), 자금 역량

b. 종속변수: 사업지속의도

[표 4-27]에서 독립변수는 종속변수를 5.6%(R제곱=0.056) 설명하고 있다. Durbin-Watson은 1.990로 기준값 2에 근접하여 잔차들 간의 상관관계가 없으며, 회귀모형에 적합하다고 볼 수 있다.

[표 4-28] 가설 H8 분산분석

모형		제곱합	자유도	평균제곱	F	유의확률
1	회귀	4.633	1	4.633	10.484	.001 ^b
	잔차	77.768	176	0.442		
	전체	82.401	177			

b. 종속변수: 사업지속의도

b. 예측자: (상수), 자금 역량

[표 4-28]에서 분산분석을 살펴보면 F값은 10.484, 유의확률(p)은 0.001보다 작아 회귀모형에 적합하다고 볼 수 있다.

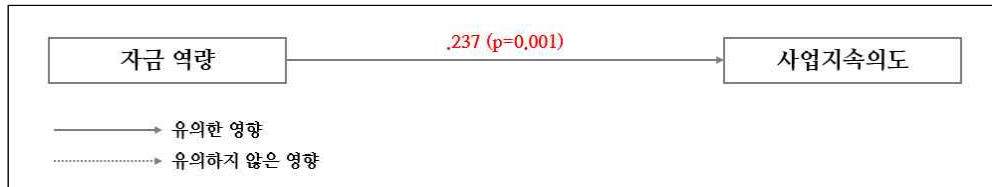
[표 4-29] 가설 H8 계수

모형		비표준화 계수		표준화 계수	t	유의확률
		B	표준오차	베타		
1	(상수)	3.369	0.238		14.128	0.000
	자금	0.206	0.064	0.237	3.238	0.001

b. 종속변수: 사업지속의도

[표 4-29]에서 자금 역량과 사업지속의도의 영향관계를 파악한 결과 자금 역량은 t 통계량에 따른 유의확률(p)이 0.001으로 사업지속의도에 정(+)의 영향을 미치는 것으로 나타났다.

[그림 4-8] 자금 역량과 사업지속의도 관계에 대한 가설 검증 결과



[그림 4-8]과 같이 자금 역량과 사업지속의도의 관계를 검증한 결과, 자금 역량은 사업지속의도에 영향을 주는 변수로 확인되었다. 이는 자금 역량이 소상공인 사업운영과 확장에 필수적인 자원을 제공하여 장기적인 생존 가능성에 직접적인 영향을 미치기 때문인 것으로 판단된다.

9) 디지털 역량과 사업지속의도의 관계에 대한 가설검증

가설 H9 : 디지털 역량은 사업지속의도에 유의한 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

디지털 역량이 사업지속의도에 미치는 영향을 확인하기 위해 단순회귀분석을 실시하였다. 그 결과는 아래와 같다.

[표 4-30] 가설 H9 모형요약

모형	R	R 제곱	수정된 R 제곱	추정값의 표준오차	Durbin-Watson
1	.386 ^a	0.149	0.144	0.63115	1.970

a. 예측자: (상수), 디지털 역량

b. 종속변수: 사업지속의도

[표 4-30]에서 독립변수는 종속변수를 14.9%(R제곱=0.149) 설명하고 있다. Durbin-Watson은 1.970로 기준값 2에 근접하여 잔차들 간의 상관관계가 없으며, 회귀모형에 적합하다고 볼 수 있다.

[표 4-31] 가설 H9 분산분석

모형		제곱합	자유도	평균제곱	F	유의확률
1	회귀	12.291	1	12.291	30.856	<.001 ^b
	잔차	70.110	176	0.398		
	전체	82.401	177			

b. 종속변수: 사업지속의도

b. 예측자: (상수), 디지털 역량

[표 4-31]에서 분산분석을 살펴보면 F값은 30.856, 유의확률(p)은 0.001보다 작아 회귀모형에 적합하다고 볼 수 있다.

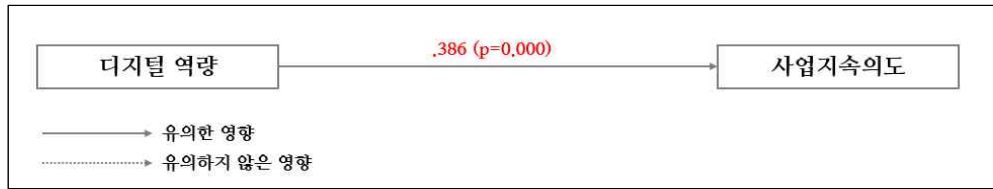
[표 4-32] 가설 H9 계수

모형		비표준화 계수		표준화 계수	t	유의확률
		B	표준오차	베타		
1	(상수)	2.767	0.249		11.118	0.000
	디지털	0.350	0.063	0.386	5.555	0.000

b. 종속변수: 사업지속의도

[표 4-32]에서 디지털 역량과 사업지속의도의 영향관계를 파악한 결과 디지털 역량은 t 통계량에 따른 유의확률(p)이 0.000으로 사업지속의도에 정(+)의 영향을 미치는 것으로 나타났다.

[그림 4-9] 디지털 역량과 사업지속의도 관계에 대한 가설 검증 결과



[그림 4-9]과 같이 디지털 역량과 사업지속의도의 관계를 검증한 결과, 디지털 역량은 사업지속의도에 영향을 주는 변수로 확인되었다. 이는 디지털 역량이 소상공인으로 하여금 제한된 자원으로 더 많은 것들을 실행할 수 있게끔 지원하여 장기적인 생존 가능성에 직접적인 영향을 미치기 때문인 것으로 판단된다.

10) 기업가정신과 사업지속의도의 관계에서 사업역량의 매개역할에 대한 가설검증

매개효과란 독립변수가 종속변수에 매개변수를 통해 간접적으로 영향을 미치는 것을 의미한다. 부분매개란 독립변수가 매개변수를 통해 종속변수에 영향을 미치면서, 동시에 독립변수가 종속변수에 직접적인 영향을 미치는 경우를 의미한다. 완전매개란 독립변수가 종속변수에 직접적인 영향을 미치지 않고, 매개변수를 통해서만 영향을 미치는 경우를 의미한다.

본 연구에서는 소상공인 기업가정신이 사업지속의도에 영향을 미치는 데 사업역량이 매개역할을 하는지를 검증하기 위해 Baron & Kenny의 3단계 방법론을 활용하였다. 이는 1단계에서 우선 독립변수가 종속변수에 유의미한 영향을 미치는지 검증하고, 2단계에서 독립변수가 매개변수에 유의미한 영향을 미치는지 검증한 후, 마지막 3단계에서 매개변수가 종속변수에 유의미한 영향을 미치는지와 매개변수로 인해 독립변수와 종속변수 간의 직접적인 영향이 감소하는지 확인하는 방법이다. 3단계에서 독립변수의 β 값이 감소하는 경우 부분매개효과가 있다고 보며, 독립변수의 영향력이 유의하지 않는 경우 완전 매개효과가 있다고 본다.

가) 기업가정신과 사업지속의도의 관계에서 상품·서비스 역량의 매개역할에 대한 가설검증

가설 H10 : 기업가정신과 사업지속의도와의 관계에서 상품·서비스 역량은 매개역할을 할 것이다.

가설 H10-1 : 기업가정신의 진취성과 사업지속의도와의 관계에서 상품·서비스 역량은 매개역할을 할 것이다.

가설 H10-3 : 기업가정신의 혁신성과 사업지속의도와의 관계에서 상품·서비스 역량은 매개역할을 할 것이다.

기업가정신과 상품·서비스 역량간의 회귀분석 결과(가설 H2)에 따라 2개 변수(진취성, 혁신성)에 대해 각각 아래와 같이 매개효과 분석을 진행하였다.

[표 4-33] 상품·서비스 역량의 매개역할 관련 검증 모형

단계	1단계	2단계	3단계
검증 방법 독립 변수	가설 H2에서 검증	가설 H10-1, H10-3	
	단순회귀분석	위계적회귀분석	
	독립변수→매개변수	독립변수→종속변수	(독립변수+매개변수) →종속변수
진취성	진취성→ 상품·서비스 역량	진취성→ 사업지속의도	(진취성+상품·서비스 역량)→사업지속의도
혁신성	혁신성→ 상품·서비스 역량	혁신성→ 사업지속의도	(혁신성+상품·서비스 역량)→사업지속의도
종속변수	상품·서비스 역량	사업지속의도	

(1) 기업가정신 중 진취성과 사업지속의도와의 관계에서 상품·서비스 역량의 매개역할에 대한 가설검증

[표 4-34] 가설 H10-1 모형요약

모형	R	R 제곱	수정된 R 제곱	추정값의 표준오차	Durbin- Watson
1 (2단계)	.400 ^a	0.160	0.155	0.62723	
2 (3단계)	.454 ^b	0.206	0.197	0.61141	2.192

a. 예측자: (상수), 진취성

b. 예측자: (상수), 진취성, 상품서비스 역량

c. 종속변수: 사업지속의도

[표 4-34]에 나타난 3단계의 수정된 R제곱과 같이 19.7%의 설명력을 가지고 있다.

[표 4-35] 가설 H10-1 분산분석

모형		제곱합	자유도	평균제곱	F	유의확률
1 (2단계)	회귀	13.160	1	13.160	33.452	<.001 ^b
	잔차	69.241	176	0.393		
	전체	82.401	177			
2 (3단계)	회귀	16.982	2	8.491	22.715	<.001 ^c
	잔차	65.419	175	0.374		
	전체	82.401	177			

a. 종속변수: 사업지속의도

b. 예측자: (상수), 진취성

c. 예측자: (상수), 진취성, 상품서비스 역량

[표 4-35]와 같이 3단계의 F값은 22.715이고, 유의확률(p)은 0.001 미만으로 회귀 모형에 적합하다.

[표 4-36] 가설 H10-1 계수

모형		비표준화 계수		표준화 계수	t	유의 확률	공선성 통계량	
		B	표준오차	베타			공차	VIF
1 (2단계)	(상수)	2.540	0.278		9.144	0.000		
	진취성	0.392	0.068	0.400	5.784	0.000	1.000	1.000
2 (3단계)	(상수)	1.910	0.335		5.706	0.000		
	진취성	0.215	0.086	0.219	2.492	0.014	0.587	1.703
	상품서비스	0.329	0.103	0.281	3.198	0.002	0.587	1.703

a. 종속변수: 사업지속의도

[표 4-36]의 3단계 분석에서 진취성과 상품·서비스 역량의 t 통계량에 따른 유의확률(p)은 0.05 미만으로 나타났다. 진취성의 표준화계수를 확인하였을 때, 표준화계수 베타 값이 2단계 0.400에서 3단계 0.219로 낮아져 진취성과 사업지속의도의 관계에서 상품·서비스 역량은 부분매개효과가 있는 것으로 분석되었다.

(2) 기업가정신 중 혁신성과 사업지속의도와의 관계에서 상품·서비스 역량의 매개역할에 대한 가설검증

[표 4-37] 가설 H10-3 모형요약

모형	R	R 제곱	수정된 R 제곱	추정값의 표준오차	Durbin-Watson
1 (2단계)	.434 ^a	0.188	0.184	0.61639	
2 (3단계)	.466 ^b	0.218	0.209	0.60698	2.018

a. 예측자: (상수), 혁신성

b. 예측자: (상수), 혁신성, 상품서비스 역량

c. 종속변수: 사업지속의도

[표 4-37]에 나타난 3단계의 수정된 R제곱과 같이 20.9%의 설명력을 가지고 있다.

[표 4-38] 가설 H10-3 분산분석

모형		제곱합	자유도	평균제곱	F	유의확률
1 (2단계)	회귀	15.532	1	15.532	40.881	<.001 ^b
	잔차	66.869	176	0.380		
	전체	82.401	177			
2 (3단계)	회귀	17.927	2	8.963	24.329	<.001 ^c
	잔차	64.474	175	0.368		
	전체	82.401	177			

a. 종속변수: 사업지속의도

b. 예측자: (상수), 혁신성

c. 예측자: (상수), 혁신성, 상품서비스 역량

[표 4-38]와 같이 3단계의 F값은 24.329이고, 유의확률(p)은 0.001 미만으로 회귀 모형에 적합하다.

[표 4-39] 가설 H10-3 계수

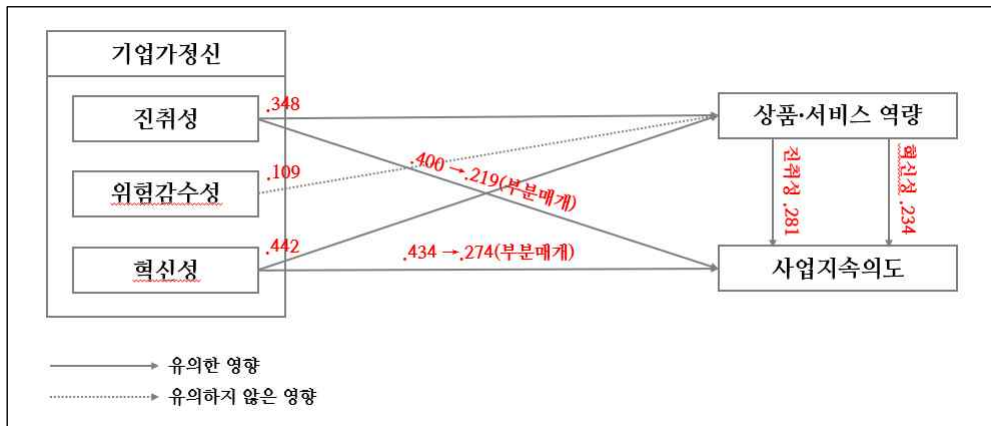
모형		비표준화 계수		표준화 계수	t	유의확률	공선성 통계량	
		B	표준오차	베타			공차	VIF
1 (2단계)	(상수)	2.489	0.260		9.580	0.000		
	혁신성	0.409	0.064	0.434	6.394	0.000	1.000	1.000
2 (3단계)	(상수)	1.973	0.326		6.046	0.000		

	혁신성	0.257	0.086	0.274	2.978	0.003	0.530	1.888
	상품서비스	0.275	0.108	0.234	2.549	0.012	0.530	1.888

a. 종속변수: 사업지속의도

[표 4-39]의 3단계 분석에서 혁신성과 상품·서비스 역량의 t 통계량에 따른 유의확률(p)은 0.05 미만으로 나타났다. 혁신성의 표준화계수를 확인하였을 때, 표준화계수 베타 값이 2단계 0.434에서 3단계 0.274로 낮아져 혁신성과 사업지속의도의 관계에서 상품·서비스 역량은 부분매개효과가 있는 것으로 분석되었다.

[그림 4-10] 상품·서비스 역량의 매개효과 관련 가설 검증 결과



[그림 4-10]과 같이 기업가정신이 사업지속의도에 영향을 미치는 데 상품·서비스 역량이 매개역할을 하는지를 검증한 결과, 진취성과 혁신성이 사업지속의도에 영향을 미치는데 상품·서비스 역량이 부분매개역할을 하는 것으로 확인되었다. 이는 진취성과 혁신성이 직접적으로 사업지속의도를 강화하면서, 동시에 상품·서비스 역량을 통해서 간접적으로도 영향을 미친다는 것을 의미한다. 즉 소상공인 진취성과 혁신성은 지속적인 상품 및 서비스 개선으로 이어지고, 이는 안정적인 수익을 발생시킴으로써 소상공인의 사업지속의도를 향상시킨다는 것을 알 수 있다.

나) 기업가정신과 사업지속의도의 관계에서 마케팅 역량의 매개역할에 대한 가설검증

가설 H11 : 기업가정신과 사업지속의도와의 관계에서 마케팅 역량은 매개역할을 할 것이다.

가설 H11-1 : 기업가정신의 진취성과 사업지속의도와의 관계에서 상품·서비스 역량은 매개역할을 할 것이다.

가설 H11-3 : 기업가정신의 혁신성과 사업지속의도와의 관계에서 상품·서비스 역량은 매개역할을 할 것이다.

기업가정신과 마케팅 역량간의 회귀분석 결과(가설 H3)에 따라 2개 변수(진취성, 혁신성)에 대해 각각 아래와 같이 매개효과 분석을 진행하였다.

[표 4-40] 마케팅 역량의 매개역할 관련 검증 모형

단계	1단계	2단계	3단계
검증 방법 독립 변수	가설 H3에서 검증	가설 H11-1, H11-3	
	단순회귀분석	위계적회귀분석	
	독립변수→매개변수	독립변수→종속변수	(독립변수+매개변수)→종속변수
진취성	진취성→마케팅 역량	진취성→사업지속의도	(진취성+마케팅 역량)→사업지속의도
혁신성	혁신성→마케팅 역량	혁신성→사업지속의도	(혁신성+마케팅 역량)→사업지속의도
종속변수	마케팅 역량	사업지속의도	

(1) 기업가정신 중 진취성과 사업지속의도와의 관계에서 마케팅 역량의 매개역할에 대한 가설검증

[표 4-41] 가설 H11-1 모형요약

모형	R	R 제곱	수정된 R 제곱	추정값의 표준오차	Durbin-Watson
1 (2단계)	.400 ^a	0.160	0.155	0.62723	
2 (3단계)	.440 ^b	0.193	0.184	0.61626	2.184

- a. 예측자: (상수), 진취성
b. 예측자: (상수), 진취성, 마케팅 역량
c. 종속변수: 사업지속의도

[표 4-41]에 나타난 3단계의 수정된 R제곱과 같이 18.4%의 설명력을 가지고 있다.

[표 4-42] 가설 H11-1 분산분석

모형		제곱합	자유도	평균제곱	F	유의확률
1 (2단계)	회귀	13.160	1	13.160	33.452	<.001 ^b
	잔차	69.241	176	0.393		
	전체	82.401	177			
2 (3단계)	회귀	15.940	2	7.970	20.986	<.001 ^c
	잔차	66.461	175	0.380		
	전체	82.401	177			

- a. 종속변수: 사업지속의도
b. 예측자: (상수), 진취성
c. 예측자: (상수), 진취성, 마케팅 역량

[표 4-42]와 같이 3단계의 F값은 20.986이고, 유의확률(p)은 0.001 미만으로 회귀 모형에 적합하다.

[표 4-43] 가설 H11-1 계수

모형		비표준화 계수		표준화 계수	t	유의 확률	공선성 통계량	
		B	표준오차	베타			공차	VIF
1 (2단계)	(상수)	2.540	0.278		9.144	0.000		
	진취성	0.392	0.068	0.400	5.784	0.000	1.000	1.000
2 (3단계)	(상수)	2.270	0.291		7.813	0.000		
	진취성	0.313	0.073	0.318	4.291	0.000	0.837	1.195
	마케팅	0.169	0.063	0.201	2.706	0.007	0.837	1.195

a. 종속변수: 사업지속의도

[표 4-43]의 3단계 분석에서 진취성과 마케팅 역량의 t 통계량에 따른 유의확률(p)은 0.05 미만으로 나타났다. 진취성의 표준화계수를 확인하였을 때, 표준화계수 베타 값이 2단계 0.400에서 3단계 0.318로 낮아져 진취성과 사업지속의도의 관계에서 마케팅 역량은 부분매개효과가 있는 것으로 분석되었다.

(2) 기업가정신 중 혁신성과 사업지속의도와의 관계에서 마케팅 역량의 매개역할에 대한 가설검증

[표 4-44] 가설 H11-3 모형요약

모형	R	R 제곱	수정된 R 제곱	추정값의 표준오차	Durbin-Watson
1 (2단계)	.434 ^a	0.188	0.184	0.61639	

2 (3단계)	.456 ^b	0.208	0.199	0.61067	1.950
------------	-------------------	-------	-------	---------	-------

- a. 예측자: (상수), 혁신성
b. 예측자: (상수), 혁신성, 마케팅 역량
c. 종속변수: 사업지속의도

[표 4-44]에 나타난 3단계의 수정된 R제곱과 같이 19.9%의 설명력을 가지고 있다.

[표 4-45] 가설 H11-3 분산분석

모형		제곱합	자유도	평균제곱	F	유의확률
1 (2단계)	회귀	15.532	1	15.532	40.881	<.001 ^b
	잔차	66.869	176	0.380		
	전체	82.401	177			
2 (3단계)	회귀	17.140	2	8.570	22.981	<.001 ^c
	잔차	65.261	175	0.373		
	전체	82.401	177			

- a. 종속변수: 사업지속의도
b. 예측자: (상수), 혁신성
c. 예측자: (상수), 혁신성, 마케팅 역량

[표 4-45]와 같이 3단계의 F값은 22.981이고, 유의확률(p)은 0.001 미만으로 회귀 모형에 적합하다.

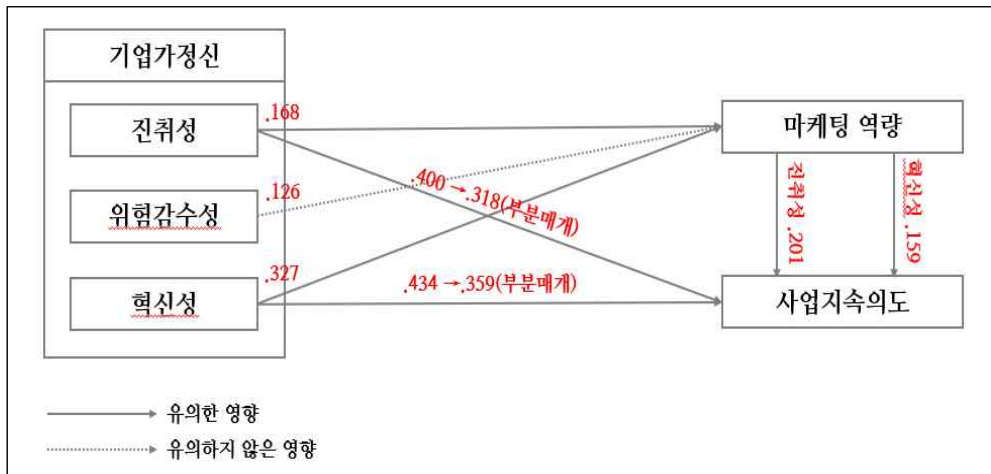
[표 4-46] 가설 H11-3 계수

모형		비표준화 계수		표준화 계수	t	유의 확률	공선성 통계량	
		B	표준오차	베타			공차	VIF
1 (2단계)	(상수)	2.489	0.260		9.580	0.000		
	혁신성	0.409	0.064	0.434	6.394	0.000	1.000	1.000
2 (3단계)	(상수)	2.306	0.272		8.475	0.000		
	혁신성	0.337	0.072	0.359	4.687	0.000	0.773	1.293
	마케팅	0.134	0.064	0.159	2.076	0.039	0.773	1.293

a. 종속변수: 사업지속의도

[표 4-46]의 3단계 분석에서 혁신성과 마케팅 역량의 t 통계량에 따른 유의확률(p)은 0.05 미만으로 나타났다. 혁신성의 표준화계수를 확인하였을 때, 표준화계수 베타 값이 2단계 0.434에서 3단계 0.359로 낮아져 혁신성과 사업지속의도의 관계에서 마케팅 역량은 부분매개효과가 있는 것으로 분석되었다.

[그림 4-11] 마케팅 역량의 매개효과 관련 가설 검증 결과



[그림 4-11]과 같이 기업가정신이 사업지속의도에 영향을 미치는 데 마케팅 역량이 매개역할을 하는지를 검증한 결과, 진취성과 혁신성이 사업지속의도에 영향을 미치는데 마케팅 역량이 부분매개역할을 하는 것으로 확인되었다. 이는 진취성과 혁신성이 직접적으로 사업지속의도를 강화하면서, 동시에 마케팅 역량을 통해서 간접적으로도 영향을 미친다는 것을 의미한다. 즉 소상공인 진취성과 혁신성은 효과적인 마케팅으로 이어지고, 이는 고객 유치 및 매출성장을 통해 소상공인의 사업지속의도를 향상시킨다는 것을 알 수 있다.

다) 기업가정신과 사업지속의도의 관계에서 자금 역량의 매개역할에 대한 가설검증

가설 H12 : 기업가정신과 사업지속의도와의 관계에서 자금 역량은 매개역할을 할 것이다.

가설 H12-3 : 기업가정신의 혁신성과 사업지속의도와의 관계에서 상품·서비스 역량은 매개역할을 할 것이다.

기업가정신과 자금 역량간의 회귀분석 결과(가설 H4)에 따라 1개 변수(혁신성)에 대해 각각 아래와 같이 매개효과 분석을 진행하였다.

[표 4-47] 자금 역량의 매개역할 관련 검증 모형

단계	1단계	2단계	3단계
검증 방법 독립 변수	가설 H3에서 검증	가설 H12-3	
	단순회귀분석	위계적회귀분석	
	독립변수→매개변수	독립변수→종속변수	(독립변수+매개변수) →종속변수
혁신성	혁신성→ 자금 역량	혁신성→ 사업지속의도	(혁신성+자금 역량)→사업지속의도
종속변수	자금 역량	사업지속의도	

(2) 기업가정신 중 혁신성과 사업지속의도와의 관계에서 자금 역량의 매개역할에 대한 가설검증

[표 4-48] 가설 H12-3 모형요약

모형	R	R 제곱	수정된 R 제곱	추정값의 표준오차	Durbin-Watson
1 (2단계)	.434 ^a	0.188	0.184	0.61639	
2 (3단계)	.441 ^b	0.195	0.185	0.61582	1.956

a. 예측자: (상수), 혁신성

b. 예측자: (상수), 혁신성, 자금 역량

c. 종속변수: 사업지속의도

[표 4-48]에 나타난 3단계의 수정된 R제곱과 같이 18.5%의 설명력을 가지고 있다.

[표 4-49] 가설 H12-3 분산분석

모형		제곱합	자유도	평균제곱	F	유의확률
1 (2단계)	회귀	15.532	1	15.532	40.881	<.001 ^b
	잔차	66.869	176	0.380		
	전체	82.401	177			
2 (3단계)	회귀	16.034	2	8.017	21.140	<.001 ^c
	잔차	66.366	175	0.379		
	전체	82.401	177			

a. 종속변수: 사업지속의도

b. 예측자: (상수), 혁신성

c. 예측자: (상수), 혁신성, 자금 역량

[표 4-49]와 같이 3단계의 F값은 21.140이고, 유의확률(p)은 0.001 미만으로 회귀 모형에 적합하다.

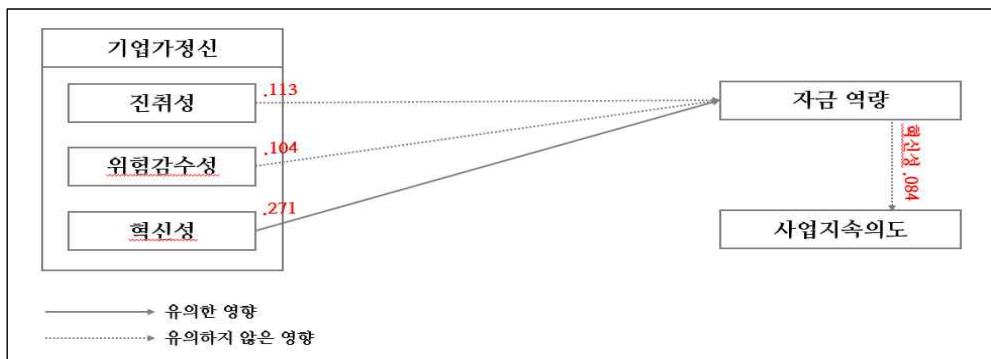
[표 4-50] 가설 H12-3 계수

모형		비표준화 계수		표준화 계수	t	유의 확률	공선성 통계량	
		B	표준오차	베타			공차	VIF
1 (2단계)	(상수)	2.489	0.260		9.580	0.000		
	혁신성	0.409	0.064	0.434	6.394	0.000	1.000	1.000
2 (3단계)	(상수)	2.341	0.290		8.080	0.000		
	혁신성	0.378	0.069	0.402	5.483	0.000	0.856	1.169
	자금	0.073	0.064	0.084	1.151	0.251	0.856	1.169

a. 종속변수: 사업지속의도

[표 4-50]의 3단계 분석에서 혁신성의 t 통계량에 따른 유의확률(p)은 0.05 미만으로 나타났으나, 자금 역량의 유의확률(p)은 0.05 이상으로 나타났다. 이에 따라 혁신성과 사업지속의도의 관계에서 자금 역량은 매개역할을 하지 않는 것을 확인할 수 있었다.

[그림 4-12] 자금 역량의 매개효과 관련 가설 검증 결과



[그림 4-12]과 같이 기업가정신이 사업지속의도에 영향을 미치는 데 자금 역량이 매개역할을 하는지를 검증한 결과, 자금 역량이 매개역할을 하지 않는 것으로 확인되었다. 이는 기업가정신이 자금 역량을 매개하지 않고 사업지속 의도에 직접적인 영향을 충분히 미칠 수 있다는 것을 의미한다. 즉 혁신적인 소상공인은 자금이 충분하지 않더라도 기업가정신에 따라 높은 사업지속의도를 보일 수 있다는 것을 알 수 있다.

라) 기업가정신과 사업지속의도의 관계에서 디지털 역량의 매개역할에 대한 가설검증

가설 H13 : 기업가정신과 사업지속의도와의 관계에서 상품·서비스 역량은 매개역할을 할 것이다.

가설 H13-1 : 기업가정신의 진취성과 사업지속의도와의 관계에서 디지털 역량은 매개역할을 할 것이다.

가설 H13-2 : 기업가정신의 위험감수성과 사업지속의도와의 관계에서 디지털 역량은 매개역할을 할 것이다.

가설 H13-3 : 기업가정신의 혁신성과 사업지속의도와의 관계에서 디지털 역량은 매개역할을 할 것이다.

기업가정신과 디지털 역량간의 회귀분석 결과(가설 H5)에 따라 3개 변수(진취성, 위험감수성, 혁신성)에 대해 각각 아래와 같이 매개효과 분석을 진행하였다.

[표 4-51] 디지털 역량의 매개역할 관련 검증 모형

단계	1단계	2단계	3단계
독립 변수 검증 방법	가설 H5에서 검증	가설 H13-1, H13-2, H13-3	
	단순회귀분석	위계적회귀분석	
	독립변수→매개변수	독립변수→종속변수	(독립변수+매개변수) →종속변수

진취성	진취성→ 디지털 역량	진취성→ 사업지속의도	(진취성+디지털 역량)→사업지속의도
위험감수성	위험감수성→ 디지털 역량	위험감수성→ 사업지속의도	(위험감수성+디지털 역량)→사업지속의도
혁신성	혁신성→ 디지털 역량	혁신성→ 사업지속의도	(혁신성+디지털 역량)→사업지속의도
종속변수	디지털 역량	사업지속의도	

(1) 기업가정신 중 진취성과 사업지속의도와의 관계에서 디지털 역량의 매개역할에 대한 가설검증

[표 4-52] 가설 H13-1 모형요약

모형	R	R 제곱	수정된 R 제곱	추정값의 표준오차	Durbin- Watson
1 (2단계)	.400 ^a	0.160	0.155	0.62723	
2 (3단계)	.455 ^b	0.207	0.198	0.61112	2.179

a. 예측자: (상수), 진취성

b. 예측자: (상수), 진취성, 디지털 역량

c. 종속변수: 사업지속의도

[표 4-52]에 나타난 3단계의 수정된 R제곱과 같이 19.8%의 설명력을 가지고 있다.

[표 4-53] 가설 H13-1 분산분석

모형		제곱합	자유도	평균제곱	F	유의확률
1 (2단계)	회귀	13.160	1	13.160	33.452	<.001 ^b
	잔차	69.241	176	0.393		

	전체	82.401	177			
2 (3단계)	회귀	17.045	2	8.522	22.820	<.001 ^c
	잔차	65.356	175	0.373		
	전체	82.401	177			

a. 종속변수: 사업지속의도

b. 예측자: (상수), 진취성

c. 예측자: (상수), 진취성, 디지털 역량

[표 4-53]와 같이 3단계의 F값은 22.820이고, 유의확률(p)은 0.001 미만으로 회귀 모형에 적합하다.

[표 4-54] 가설 H13-1 계수

모형		비표준화 계수		표준화 계수	t	유의 확률	공선성 통계량	
		B	표준오차	베타			공차	VIF
1 (2단계)	(상수)	2.540	0.278		9.144	0.000		
	진취성	0.392	0.068	0.400	5.784	0.000	1.000	1.000
2 (3단계)	(상수)	2.151	0.296		7.262	0.000		
	진취성	0.271	0.076	0.276	3.568	0.000	0.756	1.323
	디지털	0.226	0.070	0.250	3.225	0.002	0.756	1.323

a. 종속변수: 사업지속의도

[표 4-54]의 3단계 분석에서 진취성과 디지털 역량의 t 통계량에 따른 유의확률(p)은 0.05 미만으로 나타났다. 진취성의 표준화계수를 확인하였을 때, 표준화계수 베타 값이 2단계 0.400에서 3단계 0.276로 낮아져 진취성과 사업지속의도의 관계에서 디지털 역량은 부분매개효과가 있는 것으로 분석되었다.

(2) 기업가정신 중 위험감수성과 사업지속의도와의 관계에서 디지털 역량의 매개역할에 대한 가설검증

[표 4-55] 가설 H13-2 모형요약

모형	R	R 제곱	수정된 R 제곱	추정값의 표준오차	Durbin-Watson
1 (2단계)	1	.260 ^a	0.068	0.063	0.66064
2 (3단계)	2	.397 ^b	0.157	0.148	0.62994

a. 예측자: (상수), 혁신성

b. 예측자: (상수), 혁신성, 디지털 역량

c. 종속변수: 사업지속의도

[표 4-55]에 나타난 3단계의 수정된 R제곱과 같이 15.7%의 설명력을 가지고 있다.

[표 4-56] 가설 H13-2 분산분석

모형		제곱합	자유도	평균제곱	F	유의확률
1 (2단계)	회귀	5.587	1	5.587	12.801	<.001 ^b
	잔차	76.814	176	0.436		
	전체	82.401	177			
2 (3단계)	회귀	12.957	2	6.479	16.326	<.001 ^c
	잔차	69.444	175	0.397		
	전체	82.401	177			

a. 종속변수: 사업지속의도

b. 예측자: (상수), 혁신성

c. 예측자: (상수), 혁신성, 디지털 역량

[표 4-56]와 같이 3단계의 F값은 16.326이고, 유의확률(p)은 0.001 미만으로 회귀 모형에 적합하다.

[표 4-57] 가설 H13-2 계수

모형		비표준화 계수		표준화 계수	t	유의 확률	공선성 통계량	
		B	표준오차	베타			공차	VIF
1 (2단계)	(상수)	3.444	0.196		17.533	0.000		
	위험감수성	0.211	0.059	0.260	3.578	0.000	1.000	1.000
2 (3단계)	(상수)	2.668	0.260		10.276	0.000		
	위험감수성	0.083	0.064	0.102	1.295	0.197	0.780	1.281
	디지털	0.307	0.071	0.339	4.310	0.000	0.780	1.281

a. 종속변수: 사업지속의도

[표 4-57]의 3단계 분석에서 위험감수성이 t 통계량에 따른 유의확률(p)은 0.05 이상으로, 디지털 역량의 유의확률(p)은 0.05 미만으로 나타났다. 이에 따라 위험감수성과 사업지속의도의 관계에서 디지털 역량은 완전매개효과가 있는 것으로 분석되었다.

(3) 기업가정신 중 혁신성과 사업지속의도와의 관계에서 디지털 역량의 매개역할에 대한 가설검증

[표 4-58] 가설 H13-3 모형요약

모형	R	R 제곱	수정된 R 제곱	추정값의 표준오차	Durbin-Watson
1 (2단계)	.434 ^a	0.188	0.184	0.61639	

2 (3단계)	.460 ^b	0.212	0.203	0.60913	1.960
------------	-------------------	-------	-------	---------	-------

- a. 예측자: (상수), 혁신성
b. 예측자: (상수), 혁신성, 상품서비스 역량
c. 종속변수: 사업지속의도

[표 4-58]에 나타난 3단계의 수정된 R제곱과 같이 20.3%의 설명력을 가지고 있다.

[표 4-59] 가설 H13-3 분산분석

모형		제곱합	자유도	평균제곱	F	유의확률
1 (2단계)	회귀	15.532	1	15.532	40.881	<.001 ^b
	잔차	66.869	176	0.380		
	전체	82.401	177			
2 (3단계)	회귀	17.470	2	8.735	23.542	<.001 ^c
	잔차	64.931	175	0.371		
	전체	82.401	177			

- a. 종속변수: 사업지속의도
b. 예측자: (상수), 혁신성
c. 예측자: (상수), 혁신성, 상품서비스 역량

[표 4-59]와 같이 3단계의 F값은 23.542이고, 유의확률(p)은 0.001 미만으로 회귀 모형에 적합하다.

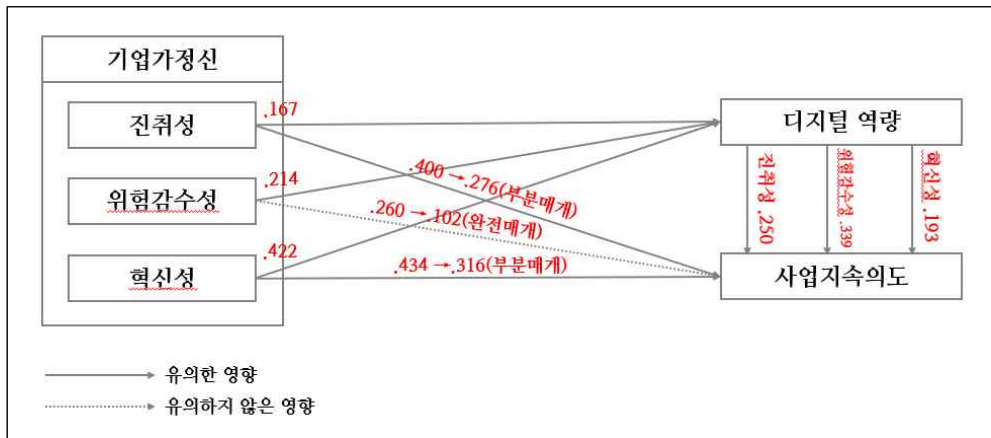
[표 4-60] 가설 H13-3 계수

모형		비표준화 계수		표준화 계수	t	유의 확률	공선성 통계량	
		B	표준오차	베타			공차	VIF
1 (2단계)	(상수)	2.489	0.260		9.580	0.000		
	혁신성	0.409	0.064	0.434	6.394	0.000	1.000	1.000
2 (3단계)	(상수)	2.253	0.277		8.143	0.000		
	혁신성	0.298	0.080	0.316	3.736	0.000	0.628	1.591
	디지털	0.175	0.077	0.193	2.285	0.024	0.628	1.591

a. 종속변수: 사업지속의도

[표 4-60]의 3단계 분석에서 혁신성과 디지털 역량의 t 통계량에 따른 유의확률(p)은 0.05 미만으로 나타났다. 혁신성의 표준화계수를 확인하였을 때, 표준화계수 베타 값이 2단계 0.434에서 3단계 0.316로 낮아져 혁신성과 사업지속의도의 관계에서 디지털 역량은 부분매개효과가 있는 것으로 분석되었다.

[그림 4-13] 디지털 역량의 매개효과 관련 가설 검증 결과



[그림 4-13]과 같이 기업가정신이 사업지속의도에 영향을 미치는 데 디지털 역량이 매개역할을 하는지를 검증한 결과, 진취성과 혁신성이 사업지속의도에 영향을 미치는데 디지털 역량이 부분매개역할을 하는 것으로 확인되었다. 이는 진취성과 혁신성이 직접적으로 사업지속의도를 강화하면서, 동시에 디지털 역량을 통해서 간접적으로도 영향을 미친다는 것을 의미한다. 즉 소상공인 진취성과 혁신성은 디지털 기술의 도입 및 적절한 활용으로 이어지고, 이는 효율성 향상을 통해 소상공인의 사업지속의도를 향상시킨다는 것을 알 수 있다. 한편 위험감수성이 사업지속의도에 영향을 미치는데 디지털 역량이 완전매개역할을 하는 것을 확인할 수 있었는데, 이는 위험감수성은 사업지속의도에 영향을 직접적인 미칠 수 없고, 디지털 역량을 통해서만 영향을 미칠 수 있다는 것을 의미한다. 즉 위험감수성을 지닌 소상공인의 경우 디지털 역량이 뒷받침되는 경우에만 사업지속의도가 향상된다는 것을 알 수 있다.

11) 가설검증 요약

본 연구에 대한 전체 가설검증결과를 요약 및 정리하면 아래와 같다.

[표 4-61] 가설검증 결과

가설	연구가설의 내용	p값	검증결과
H1	기업가정신은 사업지속의도에 유의한 정(+)의 영향을 미칠 것이다.	-	부분채택
H1-1	진취성은 사업지속의도에 유의한 정(+)의 영향을 미칠 것이다.	.010	채택
H1-2	위험감수성은 사업지속의도에 유의한 정(+)의 영향을 미칠 것이다.	.593	기각
H1-3	혁신성은 사업지속의도에 유의한 정(+)의 영향을 미칠 것이다.	.001	채택
H2	기업가정신은 상품·서비스 역량에 유의한 정(+)의 영향을 미칠 것이다.	-	부분채택
H2-1	진취성은 상품·서비스 역량에 유의한 정(+)의 영향을 미칠 것이다.	.000	채택
H2-2	위험감수성은 상품·서비스 역량에 유의한 정(+)의 영향을 미칠 것이다.	.056	기각
H2-3	혁신성은 상품·서비스 역량에 유의한 정(+)의 영향을 미칠 것이다.	.000	채택
H3	기업가정신은 마케팅 역량에 유의한 정(+)의 영향을 미칠 것이다.	-	부분채택
H3-1	진취성은 마케팅 역량에 유의한 정(+)의 영향을 미칠 것이다.	.039	채택
H3-2	위험감수성은 마케팅 역량에 유의한 정(+)의 영향을 미칠 것이다.	.093	기각
H3-3	혁신성은 마케팅 역량에 유의한 정(+)의 영향을 미칠 것이다.	.000	채택
H4	기업가정신은 자금 역량에 유의한 정(+)의 영향을 미칠 것이다.	-	부분채택
H4-1	진취성은 자금 역량에 유의한 정(+)의 영향을 미칠 것이다.	.193	기각
H4-2	위험감수성은 자금 역량에 유의한 정(+)의 영향을 미칠 것이다.	.192	기각
H4-3	혁신성은 자금 역량에 유의한 정(+)의 영향을 미칠 것이다.	.002	채택

H5	기업가정신은 디지털 역량에 유의한 정(+)의 영향을 미칠 것이다.	-	채택
H5-1	진취성은 디지털 역량에 유의한 정(+)의 영향을 미칠 것이다.	.019	채택
H5-2	위험감수성은 디지털 역량에 유의한 정(+)의 영향을 미칠 것이다.	.001	채택
H5-3	혁신성은 디지털 역량에 유의한 정(+)의 영향을 미칠 것이다.	.000	채택
H6	상품·서비스 역량은 사업지속의도에 유의한 정(+)의 영향을 미칠 것이다.	.000	채택
H7	마케팅 역량은 사업지속의도에 유의한 정(+)의 영향을 미칠 것이다.	.000	채택
H8	자금 역량은 사업지속의도에 유의한 정(+)의 영향을 미칠 것이다.	.001	채택
H9	디지털 역량은 사업지속의도에 유의한 정(+)의 영향을 미칠 것이다.	.000	채택
H10	기업가정신과 사업지속의도와의 관계에서 상품·서비스 역량은 매개역할을 할 것이다.	-	부분채택
H10-1	진취성과 사업지속의도와의 관계에서 상품·서비스 역량은 매개역할을 할 것이다.	.002	채택 (부분매개)
H10-2	위험감수성과 사업지속의도와의 관계에서 상품·서비스 역량은 매개역할을 할 것이다.	.056	기각
H10-3	혁신성과 사업지속의도와의 관계에서 상품·서비스 역량은 매개역할을 할 것이다.	.012	채택 (부분매개)
H11	기업가정신과 사업지속의도와의 관계에서 마케팅 역량은 매개역할을 할 것이다.	-	부분채택
H11-1	진취성과 사업지속의도와의 관계에서 마케팅 역량은 매개역할을 할 것이다.	.007	채택 (부분매개)
H11-2	위험감수성과 사업지속의도와의 관계에서 마케팅 역량은 매개역할을 할 것이다.	.093	기각
H11-3	혁신성과 사업지속의도와의 관계에서 마케팅 역량은 매개역할을 할 것이다.	.039	채택 (부분매개)
H12	기업가정신과 사업지속의도와의 관계에서 자금 역량은 매개역할을 할 것이다.	-	기각

H12-1	진취성과 사업지속의도와의 관계에서 자금 역량은 매개역할을 할 것이다.	.193	기각
H12-2	위험감수성과 사업지속의도와의 관계에서 자금 역량은 매개역할을 할 것이다.	.192	기각
H12-3	혁신성과 사업지속의도와의 관계에서 자금 역량은 매개역할을 할 것이다.	.251	기각
H13	기업가정신과 사업지속의도와의 관계에서 디지털 역량은 매개역할을 할 것이다.	-	채택
H13-1	진취성과 사업지속의도와의 관계에서 디지털 역량은 매개역할을 할 것이다.	.002	채택 (부분매개)
H13-2	위험감수성과 사업지속의도와의 관계에서 디지털 역량은 매개역할을 할 것이다.	.000	채택 (완전매개)
H13-3	혁신성과 사업지속의도와의 관계에서 디지털 역량은 매개역할을 할 것이다.	.024	채택 (부분매개)

제 5 장 결론

제 1 절 연구결과 요약

본 연구는 소상공인의 기업가정신이 사업지속의도에 미치는 영향에 관한 연구로, 소상공인 기업가정신과 사업역량이 사업지속의도에 미치는 영향관계를 확인하고자 하였다. 설문조사를 통한 자료수집은 2024년 10월 1일부터 2024년 10월 9일까지 9일간 실시하여 총 180부의 설문결과를 확보하였으며, 그 중 결측치와 이상치를 제외한 178부의 설문을 본 연구에 사용하였다. 설문지의 척도는 5점 리커트 척도를 활용하였고, 실증분석을 위해 SPSS 30 통계통계를 사용하여 통계분석을 진행하였다. 본 연구의 연구모형에 대한 가설 총 40중 23개는 채택, 6개는 부분채택, 11개는 기각되었으며 그 결과를 요약하면 다음과 같다.

첫째, 기업가정신과 사업지속의도의 관계에서 기업가정신 중 위험감수성을 제외한 진취성과 혁신성이 사업지속의도에 정(+)의 영향을 미치는 것으로 확인되었다. 이를 통해 진취성과 혁신성을 갖춘 소상공인의 사업지속의도가 높은 경향이 있다는 사실을 알 수 있었다.

둘째, 기업가정신과 각각의 사업역량간의 관계를 살펴보면, 먼저 기업가정신과 상품·서비스 역량의 관계에서는 기업가정신 중 진취성과 혁신성이 상품·서비스 역량에 정(+)의 영향을 미치는 것으로 확인되었으며, 위험감수성은 상품·서비스 역량에 유의미한 영향을 미치지 않는 것으로 확인되었다. 기업가정신과 마케팅 역량의 관계에서는 기업가정신 중 진취성과 혁신성이 마케팅 역량에 정(+)의 영향을 미치는 것으로 확인되었으며, 위험감수성은 마케팅 역량에 유의미한 영향을 미치지 않는 것으로 확인되었다. 기업가정신과 자금 역량의 관계에서는 기업가정신 중 오직 혁신성만이 자금 역량에 정(+)의 영향을 미치는 것으로 확인되었으며, 진취성과 위험감수성은 자금 역량에 유의미한 영향을 미치지 않는 것으로 확인되었다. 기업가정신과 디지털 역량의 관계에서는 기업가정신 중 진취성, 위험감수성, 혁신성 모두가 디지털 역량에 정(+)

의 영향을 미치는 것으로 확인되었다.

셋째, 상품·서비스 역량, 마케팅 역량, 자금 역량, 디지털 역량은 사업지속의도에 모두 정(+)의 영향을 미치는 것으로 나타났는데, 각 사업역량의 표준화계수 베타값을 살펴본 결과, 상품·서비스 역량(0.422), 디지털역량(0.386), 마케팅 역량(0.329), 자금 역량(0.237) 순으로 사업지속의도에 많은 영향을 미치는 것을 확인할 수 있었다.

넷째, 기업가정신과 사업지속의도의 관계에서 상품·서비스 역량의 매개역할을 살펴보면, 기업가정신 중 진취성과 혁신성이 사업지속의도에 영향을 미치는 데 상품·서비스 역량이 부분매개 역할을 하는 것을 확인할 수 있었다. 즉 진취성과 혁신성이 높을수록 상품·서비스 역량이 높아지고 그 결과 사업지속의도도 높아짐을 알 수 있다.

다섯째, 기업가정신과 사업지속의도의 관계에서 마케팅 역량의 매개역할을 살펴보면, 기업가정신 중 진취성과 혁신성이 사업지속의도에 영향을 미치는 데 마케팅 역량이 부분매개 역할을 하는 것을 확인할 수 있었다. 즉 진취성과 혁신성이 높을수록 마케팅 역량이 높아지고 그 결과 사업지속의도도 높아짐을 알 수 있다.

여섯째, 기업가정신과 사업지속의도의 관계에서 자금 역량의 매개역할을 살펴보면, 기업가정신이 사업지속의도에 영향을 미치는 데 자금 역량이 매개 역할을 하지 않는 것을 확인할 수 있었다. 즉 기업가정신이 높은 소상공인이 높은 사업지속의도를 가지는 데 있어 자금 역량은 주요한 역할을 하지 않음을 알 수 있다.

일곱째, 기업가정신과 사업지속의도의 관계에서 디지털 역량의 매개역할을 살펴보면, 기업가정신 중 진취성과 혁신성이 사업지속의도에 영향을 미치는 데 디지털 역량이 부분매개 역할을 하는 것을 확인할 수 있었다. 즉 진취성과 혁신성이 높을수록 디지털 역량이 높아지고 그 결과 사업지속의도도 높아짐을 알 수 있다. 한편 기업가정신 중 위험감수성이 사업지속의도에 영향을 미치는 데 디지털 역량이 완전매개 역할을 하였는데, 이를 통해 위험감수성이 높은 소상공인의 경우 디지털 역량이 뒷받침되어야만 사업지속의도가 높아진다는 것을 알 수 있다.

제 2 절 이론적 및 실무적 시사점

갈수록 높아지고 있는 소상공인 폐업률과 함께 정부 차원에서 소상공인의 사업을 지속시킬 수 있는 각종 소상공인 지원사업들이 시행되고 있다. 소상공인 지원사업의 효과성 제고를 위한 주요 안건은 선발 단계에서 어떠한 특성을 지닌 소상공인을 선발해야 하는지와 운영 단계에서 소상공인의 어떠한 역량을 강화하여야 하는지이다. 따라서 본 연구에서는 기업가정신이 사업역량을 매개로 하여 사업지속의도에 어떠한 영향을 미치는지를 연구함으로써, 성공적인 소상공인 지원사업을 위한 시사점을 제시하고자 하였다.

본 연구의 이론적 시사점은 다음과 같다.

첫째, 기업가정신 중 진취성, 혁신성만이 사업지속의도에 긍정적인 영향을 미치고 위험감수성은 사업지속의도에 영향을 미치지 않는 것으로 나타났다. 이는 침체된 경기로 투자에 대한 보상이 더욱 불확실해진 상황 속에서 위험에 투자할 자금이 부족하고 당장의 수입이 중요한 소상공인 특성 상, 위험을 감수하려는 경향은 사업지속과 연관성이 떨어지고 진취적이고 혁신적인 마인드가 사업 운영의 주요 동인으로 작용한다는 것을 시사한다.

둘째, 기업가정신 중 진취성과 혁신성이 사업지속의도에 영향을 미치는 데 상품·서비스 역량, 마케팅 역량, 디지털 역량은 각각 부분매개 역할을 하는 것으로 나타났다. 이는 진취성과 혁신성만으로도 사업지속의도에 긍정적인 영향을 미치지만, 상품·서비스 역량, 마케팅 역량, 디지털 역량이 높아질수록 그 영향력이 더욱 커질 수 있다는 것을 시사한다.

셋째, 자금역량은 사업지속의도에는 긍정적인 영향을 미치지만, 기업가정신이 사업지속의도에 영향을 미치는 데 매개역할은 하지 않는 것으로 나타났다. 이는 자금 역량이 사업지속의도에 영향을 미치는 것은 하지만, 자금 역량과 별개로 기업가정신이 사업지속의도에 미치는 영향력이 더욱 크다는 것을 시사한다. 즉 자금이 부족하더라도 강한 진취성과 혁신성을 갖춘 소상공인은 높은 사업지속의도를 보일 수 있고, 반대로 자금 역량이 충분하더라도 기업가정신이 부족하면 사업지속의도가 떨어질 수 있다고 해석할 수 있다.

넷째, 디지털역량은 기업가정신 중 위험감수성이 사업지속의도에 영향을

미치는 데 완전매개역할을 하는 것으로 나타났다. 이는 위험감수성만으로는 사업지속의도에 직접적인 영향을 미치지 않지만, 디지털 역량을 통해서는 사업지속의도에 긍정적인 영향을 미친다는 것을 시사한다. 즉 디지털 역량이 뒷받침되어야만 위험감수성은 사업을 지속하려는 의지로 이어진다는 것이다. 그 이유는 위험을 보다 효과적으로 관리하고 기회로 전환하여 사업지속의도를 높이는 데 디지털 역량이 필수적이기 때문인 것을 분석된다. 소상공인이 디지털 역량을 갖춘 경우, 시장 트렌드 및 고객 관련 데이터를 효과적으로 수집하고 분석하여 위험을 새로운 기회로 전환할 확률이 높아진다고 볼 수 있다.

본 연구의 실무적 시사점은 다음과 같다.

첫째, 기업가정신 중 진취성, 혁신성만이 사업지속의도에 긍정적인 영향을 미치고 위험감수성은 사업지속의도에 영향을 미치지 않는 것은 소상공인의 사업지속을 위한 지원사업 대상자 선발 시, 진취성과 혁신성을 갖추고 있는 소상공인을 선발할 경우 그 효과성을 제고할 수 있다는 것을 시사한다.

둘째, 기업가정신 중 진취성과 혁신성이 사업지속의도에 영향을 미치는 데 상품·서비스 역량, 마케팅 역량, 디지털 역량은 각각 부분매개 역할을 하는 것은 소상공인 사업지속을 위한 지원사업 대상자 선발 시, 진취성과 혁신성을 갖추고 있는 소상공인을 선발하고, 상품·서비스 역량, 마케팅 역량, 디지털 역량을 강화할 수 있는 교육 및 컨설팅 프로그램을 제공한다면 사업지속의도를 더욱 향상시킬 수 있다는 것을 시사한다.

셋째, 자금역량은 사업지속의도에는 긍정적인 영향을 미치지만, 기업가정신이 사업지속의도에 영향을 미치는 데 매개역할은 하지 않는 것은 자금 지원사업 대상자 선발 시, 진취성과 혁신성을 기본적으로 갖춘 소상공인을 선발하여야만 사업지속의도를 효과적으로 높일 수 있다는 것을 시사한다.

넷째, 디지털 역량은 진취성과 혁신성이 사업지속의도를 높이는 데 부분매개역할을 하였고, 위험감수성이 사업지속의도를 높이는 데 완전매개역할을 하였다는 것은 소상공인 사업지속의도를 높이기 위해서는 소상공인의 디지털 역량을 강화할 수 있는 각종 지원사업이 중점적으로 준비되어야 한다는 것을 시사한다.

제 3 절 연구의 한계 및 향후 연구과제

본 연구는 이론적이고 실무적인 시사점을 제공하려 하고 있으나, 한계점 역시 가지고 있다. 첫째, 본 연구는 서울, 경기, 인천 수도권에 사업장을 두고 있는 소상공인을 대상으로 하였으며, 그 표본수도 178부로 지역적, 수량적 한계로 인해 본 연구의 결과를 모든 소상공인에게 일반화하여 보기 어렵다. 둘째, 업종에 따라 중요시되는 사업역량이 달라질 수 있어 기업가정신이 사업지속의도에 영향을 미치는 데 사업역량의 매개역할에 업종 별 차이가 있을 수 있으나, 본 연구는 다양한 업종을 영위하는 소상공인 대표자를 대상으로 진행하여 이러한 차이를 반영하지 못하였다.

본 연구의 한계점을 극복하기 위한 향후 연구과제로는 첫째, 향후 연구에서는 보다 다양한 지역에서 더 많은 표본수를 확보하여 진행한다면 일반화의 오류를 극복할 수 있을 것으로 생각된다. 둘째, 음식업 등 특정 업종에 종사하는 소상공인을 대상으로 연구를 진행할 경우, 해당 업종에 더욱 실질적으로 도움이 될 수 있는 정확한 연구결과를 도출할 수 있을 것으로 기대된다.

참 고 문 헌

1. 국내문헌

- 강대열. (2017). "소상공인 지원제도가 사업성과에 미치는 영향에 관한 연구 : 강릉을 중심으로". 가톨릭관동대학교 대학원 석사학위논문.
- 권영은. (2022). "스타트업 핵심역량이 기업성과에 미치는 영향 : 액셀러레이팅 프로그램의 조절효과를 중심으로". 고려대학교 기술경영전문대학원 석사학위논문.
- 기홍석. (2020). "기업가정신 및 창업지원정책이 창업의도에 미치는 요인에 관한 연구 : 창업자기효능감과 창업실패부담감의 매개효과를 중심으로". 숭실대학교 대학원 박사학위논문.
- 길창민. (2023). "중소기업의 네트워크역량과 기업가정신이 경영성과에 미치는 영향에 관한 연구 : 피보팅의 매개효과를 중심으로". 호서대학교 벤처대학원 박사학위논문.
- 김광현. (2019). "중소기업의 기업가정신이 기업성과에 미치는 영향에 관한 연구 : 사람중심 기업가정신을 중심으로". 호서대학교 벤처대학원 박사학위논문.
- 김규호. (2020). "소상공인의 창업·폐업률의 결정요인에 관한 연구". 경남대학교 대학원 박사학위논문.
- 김근희. (2021). "코로나19 팬데믹 상황에서 외식프랜차이즈 가맹본부의 사회적 지원이 가맹점주의 회복탄력성과 사업지속의도에 미치는 영향". 영산대학교 관광대학원 석사학위논문.
- 김다희. (2021). "전통시장 상인의 심리적 특성 및 역량요인이 사업성과에 미치는 영향 : 정부지원정책의 조절효과를 중심으로". 호서대학교 벤처대학원 석사학위논문.
- 김대구. (2023). "소상공인의 핵심역량, 기업가 지향성, 실패부담감이 사업성과에 미치는 영향에 관한 연구 : 네트워크 밀도의 조절효과를 중심으로". 호서대학교 벤처대학원 박사학위논문.

- 김도이. (2021). "소상공인에 대한 정부지원서비스가 경영성과에 미치는 영향". 동아대학교 대학원 박사학위논문.
- 김영범. (2022). "엑셀러레이팅과 기업가정신이 참여기업의 경영성과에 미치는 영향에 관한 연구 : 혁신역량의 매개효과를 중심으로". 호서대학교 벤처대학원 박사학위논문.
- 김예정, 오영호. (2020). "창업요인이 경쟁우위와 경영성과에 미치는 영향에 관한 연구". 「한국경영실무학회지」 제6권 제2호, 5-21.
- 김용금. (2024). "소상공인의 경영자특성과 환경특성이 경영성과에 미치는 영향 : SNS수용의도의 매개효과를 중심으로". 호서대학교 벤처대학원 박사학위논문.
- 김재수. (2024). "소상공인의 개인적요인이 경영성과에 미치는 영향 : 사회적 자본 및 경영전략의 매개효과를 중심으로". 위덕대학교 대학원 박사학위논문.
- 김정기. (2019). "창업가정신이 창업가역량, 경영성과 및 사업 지속의도에 미치는 영향 : 소규모 외식업 창업자를 중심으로". 극동대학교 대학원 박사학위논문.
- 김진한. (2020). "창업가역량과 창업보육프로그램 지원이 기술창업기업 경영성과에 미치는 영향 : 창업기업 핵심역량의 매개효과와 창업기업 성장단계의 조절효과 중심으로". 금오공과대학교 대학원 박사학위논문.
- 김채운. (2022). "소상공인의 경영자원 및 경영전략이 경영성과에 미치는 영향 : 사업효능감 및 CSR활동의 매개효과를 중심으로". 위덕대학교 일반대학원 박사학위논문.
- 김철성. (2018). "상권분석시스템이 소상공인 창업성과, 사업지속의도, 창업만족도에 미치는 영향". 중앙대학교 산업창업경영대학원 석사학위논문.
- 김현철. (2024). "기업가정신이 조직내 혁신행동에 미치는 영향에 관한 연구 : Timmons 이론을 중심으로". 호서대학교 기술경영전문대학원 박사학위논문.
- 김혜진. (2024). "소상공인의 기업가정신이 창업성과에 미치는 영향 : 디지털 역량의 매개효과를 중심으로". 계명대학교 글로벌창업대학원 석사학위

논문.

- 남영휘, 안시연, 김상덕. (2021). "소상공인 경영성과의 결정요인에 관한 연구 : 사회적 자본의 조절효과". 「한국유통학회」 제26권 제2호. 25-51.
- 남영휘. (2020). "소상공인의 경영자 역량이 경영성과에 미치는 영향 : 사회적 자본의 조절효과". 경남대학교 대학원 박사학위논문.
- 마창준. (2019). "소상공인의 기업가정신과 경영자역량, 학습지향성이 경영성과에 미치는 영향에 관한 연구 : 학습지향성의 매개효과를 중심으로". 서경대학교 대학원 박사학위논문.
- 문태수, 최상민. (2009). "국내 중소기업의 핵심역량과 조직성과, 그리고 기술이전의 조절효과". 「정보시스템연구」 제18권 제4호. 1-18.
- 박성호. (2016). "창업환경과 창업자기효능감 및 경제적실패부담감이 창업의지에 미치는 영향에 관한 실증연구 : 창업지원제도의 조절변수와 기업가정신의 매개변수를 중심으로". 호서대학교 벤처대학원 박사학위논문.
- 박소연, 정해숙, 김은희, 현병환. (2022). "소상공인의 경영자 역량이 지속가능성에 미치는 영향 : 경영교육의 매개효과 중심". 「한국경영교육학회」 제37권 제2호. 199-222.
- 박소연, 현병환. (2021). "소상공인의 경영교육이 기업가정신과 경영성과에 미치는 영향". 「한국경영교육학회」 제36권 제3호. 85-105.
- 박소연. (2022). "소상공인의 경영자역량이 재무성과와 지속가능성에 미치는 영향 : 경영교육의 매개효과 중심". 대전대학교 대학원 박사학위논문.
- 박정옥. (2022). "소상공인의 기업가정신, 사업 역량 및 디지털 역량이 사업만족도에 미치는 영향에 관한 실증 연구 : 1인미디어 교육참여도의 조절효과를 중심으로". 호서대학교 벤처대학원 박사학위논문.
- 박철. (2021). "소상공인의 창업가 역량이 경영성과에 미치는 영향에 관한 연구 : 소상공인 지원사업의 조절효과". 중앙대학교 창업경영대학원 석사학위논문.
- 박현. (2023). "벤처기업의 글로벌기업가정신이 해외진출성과에 미치는 영향 : 동적역량의 매개효과를 중심으로". 계명대학교 대학원 박사학위논문.

- 성규선. (2017). "소상공인의 역량이 경영성과에 미치는 영향 : 역량강화교육의 매개효과를 중심으로". 호서대학교 벤처대학원 석사학위논문.
- 성민주. (2023). "베트남 창업 소상공인의 디지털역량과 창업역량이 해외창업 만족도와 사업지속의도에 미치는 영향". 호서대학교 기술경영전문대학원 박사학위논문.
- 손제영, 강인원. (2019). "중소기업의 시장지향성이 시장변화 대응능력 및 조직성과에 미치는 영향: 제조기업과 서비스기업의 비교연구를 중심으로". 「한국무역학회」 제44권 제3호. 171-189.
- 송경호. (2022). "기업가정신과 창업성공 영향 연구". 배재대학교 대학원 박사학위논문.
- 송정현. (2021). "소상공인의 사업지속의도에 영향을 미치는 요인에 관한 연구 : 사업효능감의 매개효과를 중심으로". 호서대학교 벤처대학원 박사학위논문.
- 신현정. (2022). "소상공인의 통제착각이 사업지속의도에 미치는 영향 회복탄력성과 기회평가의 매개효과를 중심으로". 숭실대학교 대학원 박사학위논문.
- 안세화. (2014). "시장대응성이 수출성과에 미치는 영향 : 한국 수출중소기업의 사례". 「한독경상학회」 제32권 제3호. 125-149.
- 왕기명. (2020). "외식업체 경영주의 기업가정신, 전략적지향성, 학습지향성 및 경영성과 관계 연구". 상명대학교 대학원 박사학위논문.
- 원상필. (2019). "4차산업혁명인식과 기업가정신이 창업의지와 창업행동에 미치는 영향". 성균관대학교 대학원 박사학위논문.
- 원옥화. (2023). "소상공인의 기업가정신과 혁신 역량이 지속가능경영성과에 미치는 영향 : 혁신 역량의 매개효과". 중앙대학교 창업경영대학원 석사학위논문.
- 유경득. (2021). "기업가정신이 비영리조직의 조직문화와 조직성과에 미치는 영향에 관한 연구 : 평화와 통일을 기반으로 한 비영리조직을 중심으로". 경희대학교 대학원 박사학위논문.
- 윤갑술. (2024). "소상공인의 창업자역량이 창업성과에 미치는 영향". 국립목

포대학교 경영행정대학원 석사학위논문.

- 윤성차. (2018). "중소기업 최고경영자의 학습지향성이 경영성과에 미치는 영향 : 조직 학습지향성, 전략지향성 및 핵심역량의 매개효과". 부산대학교 대학원 박사학위논문.
- 윤승용. (2022). "외식업 소상공인이 인지한 환경 불확실성이 회복탄력성과 혁신 행동, 사업지속의도에 미치는 영향" 경희대학교 대학원 석사학위논문.
- 윤철. (2023). "소상공인의 경영성과에 영향을 미치는 핵심성공요인에 관한 실증연구". 광주대학교 대학원 박사학위논문.
- 이상문. (2015). "소상공인컨설팅 지원사업이 경영성과에 미치는 영향 연구 : 인천지역을 중심으로". 인천대학교 경영대학원 석사학위논문.
- 이세정. (2022). "창업가의 역량과 기업가정신이 창업 의지에 미치는 영향 : 창업 자기효능감과 주관적 규범의 매개효과를 중심으로". 목포대학교 대학원 박사학위논문.
- 이시우, 이현수. (2018). "정부의 소상공인 정책 분석 및 개선방향에 대한 연구 : 정책자금, 교육 및 컨설팅 서비스 중심으로". 「디지털융복합연구」 제16권 제9호. 39-49.
- 이인선, 하규수. (2019). "전통시장 상인의 역량과 시장특성이 사업성과에 미치는 영향". 「한국벤처창업학회」 제14권 제5호. 105-113.
- 이종덕. (2015). "중소기업의 핵심역량과 경쟁전략이 경영성과에 미치는 영향". 건국대학교 대학원 박사학위논문.
- 이종성. (2016). "외식창업자 특성이 경영성과와 창업만족도, 사업지속의도에 미치는 영향". 경희대학교 관광대학원 석사학위논문.
- 이홍상. (2021). "소상공인 사업지속의도에 미치는 영향에 관한 연구 : 정부의 소상공인 지원프로그램을 중심으로". 중앙대학교 산업창업경영대학원 석사학위논문.
- 이희혁. (2020). "소규모 외식창업자의 특성, 성공요인, 만족도 및 사업지속의도 간의 구조적 관계 : 경영성과의 매개효과를 중심으로". 대후가톨릭대학교 대학원 박사학위논문.

- 임명신. (2024). "사업실패 이후 재창업한 중소기업의 특성이 생존기간에 미치는 영향 : 정부의 자금지원 시기와 규모의 조절효과 중심으로". 숭실대학교 대학원 박사학위논문.
- 장영미, 하규수. (2018). "시니어의 창업역량이 창업의지에 미치는 영향에 관한 실증연구 : 사회적지지 조절효과를 중심으로". 「한국벤처창업학회」 제13권 제3호, 13-36.
- 장창권. (2016). "소상공인의 기업가 정신과 경영자 역량이 경영성과에 미치는 영향에 관한 연구". 숭실대학교 대학원 박사학위논문.
- 정갑수. (2016). "소상공인 지원제도가 경남지역 소상공인 경영성과에 미치는 영향". 경남과학기술대학교 창업대학원 석사학위논문.
- 정수철. (2022). "기업가정신과 기업의 사회적 책임(CSR)이 조직성과에 미치는 영향에 관한 연구 : 조직문화의 매개효과를 중심으로". 부산대학교 대학원 박사학위논문.
- 정연대. (2018). "기업가정신의 연구 분류 체계에 대한 탐색적 연구". 숭실대학교 대학원 박사학위논문.
- 정연주. (2011). "창업교육 활성화 방안에 관한 연구 : 소상공인 성공창업 패키지 교육을 중심으로". 조선대학교 경영대학원 석사학위논문.
- 정옥경, 김인규, 박철. (2011). "서비스 전문성이 고객만족, 신뢰, 그리고 재구매 의도에 미치는 영향". 「고객만족경영연구」 제13권 제1호, 57-79.
- 정원석. (2023). "소상공인의 디지털전환인식과 환경요인이 디지털전환행동에 미치는 영향 : 디지털전환 수용의도의 매개효과 중심으로". 호서대학교 벤처대학원 박사학위논문.
- 정이숙. (2022). "창업가정신과 창업가역량이 사업지속의도에 미치는 영향 : 디지털 마인드의 매개효과를 중심으로". 호서대학교 글로벌창업대학원 석사학위논문.
- 정종희. (2015). "소상공인의 경영성과에 영향을 미치는 요인에 대한 정부지원프로그램의 조절효과". 울산대학교 대학원 박사학위논문.
- 조규연. (2014). "소상공인의 창업자 특성과 경영지원서비스가 운영역량 및 운영성과에 미치는 영향에 대한 연구". 원광대학교 대학원 박사학위

논문.

- 조정국. (2022). "중소기업의 기업가정신에 따른 지속가능경영과 기업성과 간의 관계". 안동대학교 대학원 박사학위논문.
- 조정문. (2017). "소상공인경영교육에 따른 상생협력 및 역량이 경영성과에 미치는 영향". 호서대학교 벤처대학원 석사학위논문.
- 주영욱. (2018). "창업자의 창업성공요인이 기업 지속가능성과 사업지속의도에 미치는 영향 : 경영성과를 매개로 하여". 연세대학교 정경·창업대학원 석사학위논문.
- 천기호. (2019). "소상공인의 창업성과에 미치는 영향요인 연구 : 컨설팅 조절 효과 중심으로". 한성대학교 지식서비스&컨설팅대학원 석사학위논문.
- 최민정. (2016). "소상공인 창업교육이 기회인식 및 평가에 미치는 영향 : 창업효능감과 조절초점의 매개효과를 중심으로". 중앙대학교 대학원 박사학위논문.
- 하준철. (2020). "기업가정신과 변혁적 리더십이 조직성과에 미치는 영향 : 시장지향문화의 매개효과와 신뢰 및 공정성 지각의 조절효과 분석". 한밭대학교 대학원 박사학위논문.
- 한이섭. (2024). "베이커리 사업자의 잡크래프팅이 사업효능감, 사업만족도, 사업지속의도에 미치는 영향 : 실버세대를 중심으로". 동의대학교 대학원 박사학위논문.
- 한정휴, 박현용. (2021). "불확실성 시대 중소기업의 신흥시장 대응성에 관한 연구 : 관계적 자본의 매개효과를 중심으로". 「한국무역연구원」 제 17권 제5호. 397-415.
- 한향원, 하규수. (2020). "초기창업자의 창업동기와 창업준비가 사업계속의도에 미치는 영향에 관한 연구: 창업만족도의 매개효과를 중심으로". 「벤처창업연구」 제15권 제5호. 77-98.
- 허유진. (2022). "소상공인의 온라인마케팅 활용이 경영성과에 미치는 영향 : 자금지원의 조절 효과를 중심으로". 국립목포대학교 대학원 석사학위논문.
- 홍정훈. (2024). "소상공인 기업가 정신과 디지털 전환 역량이 디지털 전환

혁신 행동에 미치는 영향 연구". 한성대학교 지식서비스&컨설팅대학원 박사학위논문.

황문환. (2022). "고객의 역기능적 행동이 소상공인 외식경영자의 경영성과 및 사업지속의도에 미치는 영향 : 회복탄력성의 조절효과를 중심으로". 극동대학교 대학원 박사학위논문.

2. 국외문헌

Baron, R., & S. Shane. (2005). Entrepreneurship: A Process perspective. 1st Ed., Mason, Ohio, South-Western Publishing.

Chandler, G. N., & Jansen, E. (1992). The Founder's Self-Assessed Competence and Venture Performance. Journal of Business Venturing, 7, 223-236.

Covin, J., & Slevin, D. (1991). A conceptual model of entrepreneurship as firm behavior. Entrepreneurship Theory Practice, 16(7), 7-25.

Deanna, K., Cheney, R., & Weinstock, M. (2000). The development of epistemological understanding. Cognitive Development, 15(3), 309-328.

Drucker, P. F. (1986). Innovation and entrepreneurship: Practice and principles. The Journal of Continuing Higher Education, 34(1), 22-23.

Hisrich, R. D. (1990). Entrepreneurship/intrapreneurship. American Psychologist, 45(2), 209-222.

Kuratko, D. F., & Hodgetts, R. M. (2007). Entrepreneurship: Theory, Process, Practice. Mason: Thomson South-Western.

Lee, S. M., & Peterson, S. J. (2000). Culture, Entrepreneurial Orientation and Global Competitiveness. Journal of World Business, 35, 401-416.

Lumpkin, G. T., & G. G. Dess. (1996). Clarifying the entrepreneurial orientation construct and linking it to performance. Academy of

- Management Review, 21(1), 135–172.
- Miller, D. (1983). The correlates of entrepreneurship in three types of firms. *Management Science*, 29(7), 770–791.
- Schein, E. H. (1978). The role of the consultant: Content expert or process facilitator?. *The Personnel and Guidance Journal* Banner, 56(7), 22–26.
- Schumpeter, J. (1934). *The Theory of Economic Development*. Harvard University Press, Cambridge, MA.
- Shapero, M. H. (1992). Entrepreneurial intention: An empirical study of community college students in Malaysia. *Journal Personalia Pelajar*, 14(1), 45–58.
- Spencer, L. M., D. C. McClelland, & S. Spencer. (1994). *Competency assessment methods: History and state of art*. Hay-McBer Research Press.
- Zahra, S. A., & Garvis, D. M. (2000). International corporate entrepreneurship and firm performance: The moderating effect of international environmental hostility,” *Journal of business venturing*, 15(5–6), 469–492.

부 록

『소상공인 창업가정신과 사업역량이 사업지속의도에 미치는 영향』에 관한 설문

안녕하십니까. 귀중한 시간을 내어 설문에 참여해 주셔서 진심으로 감사드립니다.

본 설문은 "소상공인 창업가정신과 사업역량이 사업지속의도에 미치는 영향에 관한 연구"를 목적으로 하고 있습니다.

귀하께서 작성해주신 응답은 모두 무기명으로 수집되어 개인을 식별할 수 없으며, 통계법 33조에 따라 통계의 작성을 위해 수집된 개인이나 법인, 단체 등의 비밀에 속하는 자료는 통계작성 외의 다른 목적으로는 사용되지 않음을 약속드립니다.

다시 한 번 귀중한 시간을 내어 설문에 참여해주심에 진심으로 감사드리며, 귀사의 무궁한 발전과 성공을 기원드립니다. 감사합니다.

- 지도교수 : 최승욱 (한성대학교 지식서비스&컨설팅 대학원 교수)
- 연구자 : 오은지 (한성대학교 지식서비스&컨설팅 대학원 석사과정)
- E-mail : may920505@gmail.com

I. 창업가정신

1. 다음은 창업가정신 중 진취성에 관한 문항입니다. 각 문항마다 귀하가 동의하는 정도에 표시(V)하여 주시기 바랍니다.

번호	설문항목	전혀 그렇 지 않다	그렇 지 않다	보통 이다	그렇 다	매우 그렇 다
1	나는 변화하는 시장의 흐름과 고객의 수요를 예측하기 위해 지속적으로 노력한다.	①	②	③	④	⑤
2	나는 새로운 시장 및 고객을 확보하기 위한 전략을 수립하고 이를 실행하기 위해 노력한다.	①	②	③	④	⑤

3	나는 경쟁업체와의 경쟁에서 앞서기 위해 지속적으로 노력한다.	①	②	③	④	⑤
4	나는 새로운 제품이나 서비스, 기술 등을 가급적 빠르게 도입하는 편이다.	①	②	③	④	⑤
5	나는 고객의 수요가 파악되면 신속하게 수요를 충족시키는 편이다.	①	②	③	④	⑤

2. 다음은 창업가정신 중 위험감수성에 관한 문항입니다. 각 문항마다 귀하가 동의하는 정도에 표시(V)하여 주시기 바랍니다.

번호	설문항목	전혀 그렇지 않다	그렇지 않다	보통이다	그렇다	매우 그렇다
1	나는 위험을 무릅쓰더라도 사업환경 변화에 적극적으로 대응해야 한다고 생각한다.	①	②	③	④	⑤
2	나는 불확실성을 감수하면서 과감히 의사결정을 하는 편이다.	①	②	③	④	⑤
3	나는 저위험-저수익 사업보다 고위험-고수익 사업을 지향하는 편이다.	①	②	③	④	⑤
4	나는 사업 운영 중 예상치 못한 손실을 겪더라도 장기적인 성공을 위해 위험을 감수하는 편이다.	①	②	③	④	⑤
5	나는 사업을 운영하면서 수익이 불확실한 투자나 사업 기회를 시도해 본 적이 있다.	①	②	③	④	⑤

3. 다음은 창업가정신 중 혁신성에 관한 문항입니다. 각 문항마다 귀하가 동의하는 정도에 표시(V)하여 주시기 바랍니다.

번호	설문항목	전혀 그렇지 않다	그렇지 않다	보통이다	그렇다	매우 그렇다
1	사업 운영에 있어 기존의 방식을 고수하기 보다는 새로운 아이디어나 방법을 도입하는 것이 중요하다고 생각한다.	①	②	③	④	⑤

2	나는 새로운 사업 아이템이나 제품, 서비스를 개발하는데 적극적인 편이다.	①	②	③	④	⑤
3	나는 새로운 기술 및 서비스를 도입하는 데 적극적인 편이다.	①	②	③	④	⑤
4	나는 직원 또는 이해관계자의 독창적인 아이디어를 적극 수용하는 편이다.	①	②	③	④	⑤
5	나는 사업을 운영하면서 기존 방식과는 전혀 다른 창의적인 접근을 시도해 본 적이 있다.	①	②	③	④	⑤

II. 사업역량

1. 다음은 사업역량 중 상품/서비스 기획 역량에 관한 문항입니다. 각 문항마다 귀하가 동의하는 정도에 표시(V)하여 주시기 바랍니다.

번호	설문항목	전혀 그렇지 않다	그렇지 않다	보통이다	그렇다	매우 그렇다
1	나는 변화하는 업계 동향과 고객의 기호를 파악하기 위해 꾸준히 노력한다.	①	②	③	④	⑤
2	나는 시장 트렌드 및 고객의 니즈(필요)에 기반한 상품 및 서비스를 기획한다.	①	②	③	④	⑤
3	나는 경쟁사의 상품/서비스를 분석하고 보다 차별화된 상품/서비스를 제공하기 위해 노력한다.	①	②	③	④	⑤
4	나는 상품/서비스에 대한 고객의 불만을 파악하고 이를 개선하기 위해 노력한다.	①	②	③	④	⑤
5	나는 상품/서비스의 주기적인 개선 및 업데이트를 통해 고객 만족도를 높이기 위해 지속적으로 노력한다.	①	②	③	④	⑤

2. 다음은 사업역량 중 마케팅홍보 역량에 관한 문항입니다. 각 문항마다 귀하가 동의하는 정도에 표시(V)하여 주시기 바랍니다.

번호	설문항목	전혀 그렇지 않다	그렇지 않다	보통이다	그렇다	매우 그렇다
1	나는 마케팅홍보를 진행할 타겟고객을 명확히 파악하고 있다.	①	②	③	④	⑤
2	나는 타겟고객의 소비행태에 맞는 온라인 및 오프라인 채널을 적절히 활용하여 마케팅홍보를 진행하고 있다.	①	②	③	④	⑤
3	나는 정기적으로 이벤트 및 할인행사를 기획하고 실행하고 있다.	①	②	③	④	⑤
4	나는 진행하는 마케팅홍보 전략의 성과를 정기적으로 측정하고 있다.	①	②	③	④	⑤
5	내 사업체의 브랜드 이미지는 일관성 있게 구축되어 있다.	①	②	③	④	⑤

3. 다음은 사업역량 중 자금관리 역량에 관한 문항입니다. 각 문항마다 귀하가 동의하는 정도에 표시(V)하여 주시기 바랍니다.

번호	설문항목	전혀 그렇지 않다	그렇지 않다	보통이다	그렇다	매우 그렇다
1	나는 정기적으로 매출 목표를 세우고, 목표 대비 달성율을 관리하고 있다.	①	②	③	④	⑤
2	나는 매출의 변화추이를 꾸준히 관찰하고 매출변화의 원인을 파악하기 위해 노력한다.	①	②	③	④	⑤
3	나는 내 사업체의 매출, 비용, 순이익을 명확히 파악하고 있다.	①	②	③	④	⑤
4	나는 필요한 자금을 조달할 수 있는 구체적인 계획과 능력이 있다.	①	②	③	④	⑤
5	나는 최소 5개월 정도의 운영자금을 확보하	①	②	③	④	⑤

	고 있다.					
--	-------	--	--	--	--	--

4. 다음은 사업역량 중 디지털 역량에 관한 문항입니다. 각 문항마다 귀하가 동의하는 정도에 표시(V)하여 주시기 바랍니다.

번호	설문항목	전혀 그렇 지 않다	그렇 지 않다	보통 이다	그렇 다	매우 그렇 다
1	나는 사업운영에 있어 디지털역량을 갖추는 것이 매우 중요하다고 생각한다.	①	②	③	④	⑤
2	나는 사업에 필요한 디지털 기술을 이용할 수 있는 충분한 지식을 가지고 있다.	①	②	③	④	⑤
3	나는 사업 운영을 위해 POS시스템, CRM, 재고 관리 프로그램 등의 디지털 기술을 적극 활용하고 있다.	①	②	③	④	⑤
4	나는 사업 홍보를 위해 웹사이트, SNS, 검색 엔진 광고 등의 디지털 기술을 적극 활용하고 있다.	①	②	③	④	⑤
5	나는 최신 디지털 기술들을 도입하여 사업 운영의 효율성을 높이기 위해 항상 노력하고 있다.	①	②	③	④	⑤

Ⅲ. 사업지속의도

1. 다음은 사업지속의도에 관한 문항입니다. 각 문항마다 귀하가 동의하는 정도에 표시(V)하여 주시기 바랍니다.

번호	설문항목	전혀 그렇 지 않다	그렇 지 않다	보통 이다	그렇 다	매우 그렇 다
1	나는 앞으로도 현재의 사업을 계속할 것이다.	①	②	③	④	⑤

2	나는 현재 사업이 지속가능한 분야라고 생각한다.	①	②	③	④	⑤
3	나는 현재 사업이 비전이 있는 일이라 생각한다.	①	②	③	④	⑤
4	나는 현재 사업이 내가 좋아하고 잘하며 즐길 수 있는 일이라 생각한다.	①	②	③	④	⑤
5	만약 사업을 확장하게 된다면, 현재와 비슷한 분야의 사업을 확장할 것이다.	①	②	③	④	⑤

Ⅵ. 인구통계학적 특성 및 사업일반현황

1. 귀하의 성별은?

- ① 남성 ② 여성

2. 귀하의 연령은?

- ① 20세 미만 ② 20대 ③ 30대 ④ 40대 ⑤ 50대 ⑥ 60대 ⑦ 70세 이상

3. 귀하의 학력은?

- ① 고졸 이하 ② 전문대졸 ③ 대학졸(학사) ④ 대학원졸(석박사)

4. 귀하가 종사하고 있는 업종은?

- ① 제조업 ② 도소매업 ③ 서비스업 ④ 음식업 ⑤ 숙박업
⑥ 건설업 ⑦ 전자상거래업 ⑧ 기타 ()

5. 귀하의 창업 기간은?

- ① 1년 미만 ② 1년~5년 미만 ③ 5년~10년 미만 ④ 10년~15년 미만

⑤ 15년~20년 미만 ⑥ 20년 이상

6. 귀하의 사업체의 월평균 매출액은?

① 1천만원 미만 ② 1천만원~2천만원 미만 ③ 2천만원~3천만원 미만
④ 3천만원~4천만원 미만 ⑤ 4천만원 이상

7. 귀하의 사업체의 직원수(상시근로자기준)는?

① 없음 ② 1명 ③ 2명 ④ 3명 ⑤ 4명 ⑥ 5명 이상

ABSTRACT

The Impact of Entrepreneurship of Small Business Owners on Business Continuity Intention – Focusing on the Mediating Effect of Business Capabilities –

Oh, Eun-Jee

Major in Smart Convergence Consulting

Dept. of Smart Convergence Consulting

Graduate School of Knowledge Service
Consulting

Hansung University

Domestic small business owners are experiencing unprecedented difficult situations, with nearly 1 million small business owners reporting their closure in 2023 and the share of small business owners among all employed falling below 20% for the first time since the National Statistical Office's observation.

The deterioration of management and closure of small business owners have a great impact on our economy and society. First, as one in five Koreans is a small business owner, small business owners occupy an important part of the national economy, so the stagnation of small business owners can lead to job instability in society as a whole and a decrease in the standard of living for the people. Second, since small

business owners are closely related to the local community economy and play a role in providing various goods and services in each region, the stagnation of small business owners can greatly weaken the local economy and local community (Changwon Jang, 2016).

Accordingly, various government-level policies are being implemented to reduce the closure rate of small business owners, but research on factors that can improve the business continuity intention of small business owners is still insufficient. Therefore, based on previous studies, this study attempted to investigate the effect of small business entrepreneurship and business competency on business continuity intention and whether business competency plays a mediating role in affecting business continuity intention.

This study was conducted by establishing a theoretical background and research model based on prior research, and empirically analyzing the research model through a survey of small business owners. Based on previous studies, entrepreneurship was set as an independent variable, initiative, risk-taking, and innovation were set as sub-factors, and business continuity intention was set as the dependent variable. In addition, business competency was set as parameters, and product and service competency, marketing competency, funding competency, and digital competency were set as sub-factors. A questionnaire was constructed through the operational definition of variables based on prior research, and a questionnaire was conducted for small business owners of all ages and various industries. Data collection through the questionnaire was conducted for 9 days from October 1, 2024 to October 9, 2024, and a total of 180 questionnaire results were secured, of which 178 questionnaires excluding missing and outliers were used in this study. Statistical analysis was conducted on frequency analysis, factor analysis, reliability analysis, and regression analysis using the statistical program

SPSS 30, and the results are as follows.

First, it was found that only initiative and innovation among entrepreneurship had a positive effect on the intention to continue the business, and risk-taking did not affect the intention to continue the business. It is analyzed that the tendency to take risks is less related to the continuation of the business in a situation where the compensation for investment has become more uncertain due to the sluggish economy. On the other hand, it was found that small business owners with initiative and innovation had a much higher intention to continue the business.

Second, it was found that product and service capabilities, marketing capabilities, and digital capabilities each play a partial mediating role in the fact that initiative and innovation among entrepreneurship affect the intention to continue the business. This means that initiative and innovation alone have a positive effect on the intention to continue the business, but the higher the product and service capabilities, marketing capabilities, and digital capabilities, the greater their influence.

Third, it was found that funding capacity had a positive effect on business continuity intention, but entrepreneurship did not play a mediating role in affecting business continuity intention. This means that although funding capacity affects business continuity intention, apart from funding capacity, entrepreneurship has a greater impact on business continuity intention. In other words, it can be interpreted that even if there is a lack of funds, small business owners with strong initiative and innovation can show high intentions to continue the business, and on the contrary, even if there is sufficient funding capacity, a lack of entrepreneurship can reduce the intention to continue the business.

Fourth, it was found that digital competency plays a complete mediating role in the influence of risk-taking among entrepreneurship on

the intention to continue the business. This means that risk-taking alone does not directly affect the intention to continue the business, but through digital competency, it has a positive effect on the intention to continue the business. In other words, only when digital competencies are supported, it can be seen that risk-taking leads to a willingness to continue the business.

The main agenda for enhancing the effectiveness of small business support projects is what characteristics of small business owners should be selected at the selection stage and what capabilities of small business owners should be strengthened at the operation stage. If the results of these studies are used in the selection and operation stage of small business support projects, it is expected that small business owners' intention to continue the business can be improved more effectively.

【Key words】 Small business owners, entrepreneurship, initiative, risk-taking, innovation, business continuity intention, business capability, product and service capability, marketing capability, funding capability, digital capability