

소공인의 핵심역량과 장애요인이 사업성과에 미치는 영향

김대구*, 하규수**

[국문요약]

현재 기술환경이 빠르게 변화함에 따라 제조업을 근간으로 하는 소공인의 생존도 위협 받고 있는 상황이다. 소공인이 지속적인 성장을 위해서는 핵심역량 파악과 사업에 장애가 되는 요인의 제거를 통해서 경쟁우위를 갖추는 것이 중요하다. 본 연구는 소공인의 핵심역량과 장애요인이 사업성과에 미치는 영향을 분석하고, 경쟁우위의 매개효과를 검증하고자 한다. 본 연구의 목적을 위해 293명의 소상공인으로부터 설문지를 이용하여 자료를 수집하였다. 통계분석방법은 SPSS 28.0와 Process macro를 사용하였으며, 본 연구의 가설검증을 위해서 요인분석, 신뢰도 분석 및 다중회귀분석과 Process macro를 사용하였다. 연구결과는 다음과 같다.

첫째, 핵심역량이 사업성과에 미치는 영향을 살펴본 결과 핵심역량 요인 중 마케팅역량과 기술역량이 사업성과에 유의미하게 긍정적인 영향을 미치는 것으로 나타났다. 둘째, 장애요인이 사업성과에 미치는 영향을 살펴본 결과, 자금조달은 사업성과에 유의미한 부의 영향을 미치는 것으로 나타났다. 셋째, 핵심역량, 장애요인과 사업성과의 관계에서 경쟁우위의 매개효과는 마케팅역량→경쟁우위→사업성과, 기술역량→경쟁우위→사업성과, 자금조달→경쟁우위→사업성과에서 유의미한 간접효과를 확인하였다.

본 연구의 결과에서 실무적 시사점은 다음과 같다. 첫째, 불확실한 시장환경에서 소공인의 지속적인 성장을 위해서는 제품혁신을 통해서 경쟁우위를 강화시킴으로써 사업성과에 기여하고 있음을 알 수 있다. 그러므로 소공인은 마케팅역량과 기술역량 강화가 전략적 지향점이 될 수 있다는 것을 제시하고 있다. 둘째, 정부는 소상공인의 지속적인 경쟁우위와 성과 향상을 위해 마케팅역량과 기술 역량 강화와 자금조달을 위한 지원이 필요함을 알 수 있다. 셋째, 본 연구는 소공인을 대상으로 핵심역량과 장애요인을 통해서 경쟁우위 요인을 밝혔다는데에서 학문적 시사점이 있다.

핵심주제어: 소공인, 마케팅역량, 기술역량, 경쟁우위, 사업성과

I. 서론

1.1 연구목적

소공인은 오랜 전통과 숙련된 기술력을 갖춘 규모가 작

음에도 불구하고 국내 제조업 경쟁력의 근간을 형성하고 있다. 소공인은 법률적으로 중소기업기본법에 「소상공인 보호 및 지원에 관한 법률」에서 ‘도시형 소상공인지원에 관한 특별법’을 통해서 정의되었는데, 제조업(중분류 19개)을 영위하는 상시 근로자 수가 10명 미만을 의미한다. 소공인은 노동집약도가 높고, 숙련된 기술을 기반으로 일정

* 제1저자, 호서대학교 벤처대학원 벤처경영학과 박사과정, spacekdgg@naver.com

** 교신저자, 호서대학교 벤처대학원 벤처경영학과 교수, kyusooha@naver.com

지역에 집적하는 특성이 있다.

현재 소공인은 인력부족, 생산비용 증가, 공장 및 현장의 낙후로 인한 생산성 저하, 새롭게 부상하는 저비용 생산국의 경쟁 심화 등의 어려움에 직면해 있다. 소공인들은 중소기업 및 대기업에 비해 외부 시장환경 영향에 취약한 경우가 많으며, 이에 따라 소공인의 유·무형 노하우, 기법, 기술들이 사라질 위기 속에 있다. 이와 같은 불확실한 비즈니스 환경 속에서 지속적인 성장을 위해서는 소공인의 핵심역량 강화가 중요해지고 있다.

기업의 핵심역량은 경영환경의 경쟁 심화와 기술 변화로 시장에 대한 예측이 어려워짐에 따라 외부환경에 집중하던 기존 경영전략을 수정하여 기업의 내부 관심을 통해서 기업 성공의 원천을 찾고자 하는 기업들에 의해 제기된 개념이라 할 수 있다(왕성종, 2020).

대기업 및 중소기업 핵심역량에 대한 많은 연구에도 불구하고 소공인을 대상으로 하는 역량에 대한 연구들은 상대적으로 매우 제한적으로 진행되어 왔다. 소규모 영세 사업자에 관한 성공요인 및 성과에 관한 연구들은 지금까지 소상공인을 대상 위주로 연구들이 진행되어 왔다(빈봉식·박정기, 2002; 정갑수·설병문, 2016; 정성한·김해룡, 2001; 원종하·정대현, 2017; 소은영·박성환, 2015; 윤성욱·서근하, 2003; 김수환·감형규, 2017; 이윤원 외, 2009).

반면 소공인 대상의 연구들은 주로 지원정책(최태환·윤병섭, 2015; 김철민·정중영, 2016) 중심으로 진행되어 왔으며, 반면 경영성과에 영향을 미치는 요인에 관한 연구(윤기선, 2017; 이루리·이소영, 2020; 정현수 외, 2021)는 매우 부족한 편이다. 기존의 소공인의 경영성과에 영향을 미치는 요인에 관한 연구들은 주로 사업가의 개인적 자질 중심으로 진행되어 왔으며, 소공인의 핵심역량과 장애요인에 대한 논의는 수행되지 않았다.

현재 소공인들에 비즈니스 환경의 부정적인 결과를 줄이고 시장환경에 능동적으로 대응하기 위해서는 핵심역량을 강화하기 위한 사업전략이 필요하다. 소공인들이 내부 핵심역량을 모으기 위해서는 무엇보다 제조업 바탕이 되는 기술역량과 이를 빠르게 시장에 공급할 수 있는 마케팅 역량이 필수적이라고 할 수 있다.

한편, 현실적으로 제조업 중심의 영세 사업자인 소공인은 사업의 장애요인을 경험하고 있다. 소공인들이 경험하는 장애요인으로 대표적으로 인력수급과 자금조달의 문제가 있다. 소공인이 경험하는 인력난은 열악한 근무 조건과 저임금, 낙후된 작업환경으로 인해 청년실업 문제의 심각성과 구직자가 넘치는 상황에서 발생하는 구조적인 문제를 경험하고 있다. 더불어 코로나19와 시장금리 상승, 인플레이

이션으로 원자재 확보 등으로 인해 소공인들의 대출 상환 부담과 다중채무자가 증가 등의 금융 대출의 구조적 질의 악화로 인해 자금유동성의 문제를 경험하고 있다. 물론 정부는 소공인의 자금조달 및 경쟁력 제고를 위한 지원을 하고 있으나 이와 같은 소공인의 인력수급과 자금조달이 사업성과에 미치는 영향력에 대한 연구는 거의 진행되지 않고 있다. 지금까지 인력수급과 자금조달에 관한 연구들은 주로 중소기업과 벤처기업을 대상으로 진행되어 소공인이 경험하는 장애요인에 관한 연구는 거의 없는 상황이다.

소공인의 지속적인 성장을 위해서는 경쟁력 강화가 필수적인데, 이를 위해서는 핵심역량과 장애요인을 파악하여 이러한 요인들이 사업성과에 미치는 영향력을 분석하는 것이 중요하다. 현재 핵심역량과 장애요인에 관한 연구들은 지금까지 중소벤처기업 등을 대상으로 한 연구는 많으나 소공인을 대상으로 한 연구들은 거의 없는 상황이다. 본 연구에서는 소공인의 핵심역량과 장애요인이 사업성과에 미치는 영향력을 분석하고 소공인의 경쟁우위의 매개효과를 분석하고자 한다.

II. 이론적 배경

2.1 핵심역량

핵심역량에 대한 연구는 자원기반이론(Resource Based View) 관점을 주축으로 현재까지 많은 연구가 진행되어 왔다. 자원기반관점에 따르면, 역량은 조직이 보유하고 있는 자원 중 가치가 있고, 모방하기 어려우며, 전략적 대체 자원이 없는 희소성의 조건을 가지고 있어야 한다. 그리고 이러한 역량 조건을 충족시킨 기업일수록 다른 경쟁기업에 비해 경쟁우위를 누리게 되고, 기업성과를 향상시킬 수 있는 요인으로 기능할 수 있다(양현주, 2012).

기업의 핵심역량은 경영전략을 외부 환경에서만 탐색하던 과거에 기업의 경쟁우위는 물리적 자원과 월등한 인적 및 조직적 자원을 효과적인 결합을 기반(Penrose, 2009) 한다는 자원기반 관점이 주목받기 시작하면서 기업의 성공 핵심요소로 자리매김하기 시작하였다(이종덕, 2015).

Hofer(1983), Grant(1991), Barney(1991), Chandler & Hanks(1994), Danneels(2008) 등은 기업의 핵심역량으로 연구목적에 따라 다양한 차원을 제시하였으나 공통 요인으로 마케팅 역량과 기술역량을 제시하고 있다. 본 연구에서도 소공인의 특성을 고려하여 핵심역량으로 마케팅 역량과 기술역량을 중심으로 살펴보고자 한다.

2.1.1 마케팅 역량

기업의 마케팅 자원은 제품이나 서비스를 국내외 시장에 좀 더 효율적으로 생산 및 판매할 수 있게 지원할 수 있으며, 기업이 경쟁기업보다 차별화된 제품과 서비스를 제공할 수 있도록 도와주고 성공적인 제품 브랜드 이미지를 심어줄 수 있도록 해준다(Erramilli et al., 1997; Kotabe et al., 2002). Johnson et al.(2003)은 제품 및 서비스의 효율적인 마케팅 관리는 기업의 경쟁우위 뿐만 아니라 성과에도 긍정적인 영향을 끼친다는 사실을 발견하였다. 김순한, 유재원(2018)은 마케팅역량을 경쟁기업과 비교하여 상대적으로 잘하는 마케팅 경쟁능력으로 정의하였으며, 기업의 중요한 역량인 마케팅역량은 기업의 특성과 함께 지속할 수 있게 경쟁우위를 갖는 매우 중요한 요인이라고 하였다.

Knight & Cavusgil(2004)은 마케팅 역량의 본질이 시장 변화에 민감하게 반응하여 기업이 신제품 창출을 위한 기술을 획득하게 하고, 기존의 제품이나 기술을 시장에 적절하게 진입하도록 도와준다고 하였다. 또한 중소기업들은 새로운 기술을 시장에 도입하여 기술적인 우위를 유지하기가 쉽지 않기 때문에 차별화된 마케팅 노력을 통해 고객에게 효과적으로 진입하여야 한다(Bobrow & Shafer, 1987).

관련 연구를 살펴보면 이기형(2019)은 마케팅 역량이 경영성과에 긍정적 영향을 미치는 것으로 나타났는데, 즉, 전반적인 마케팅 전략이 계획되어 있는 정도에 따라 평균 매출액 증가율에 긍정적인 영향을 미치는 것으로 나타났다. Peridawaty et al.(2021), El Refae & Nuseir(2022), 송민용(2022) 등은 마케팅 역량이 창업만족도에 정(+)의 영향을 미치는 것을 확인하였다. 유지승(2023)은 기업 사업역량의 마케팅역량은 기업성과에 긍정적인 정(+)의 영향을 미치는 것으로 나타났다.

2.1.2 기술역량

기술역량이란 제품개발 및 생산능력과 관계된 제반 기술 능력으로, 기술개발, 획득 및 전문화된 기술을 능숙하게 사용하고 활용할 수 있는 역량이라고 하였으며(장영미, 하규수, 2018), 기술개발 역량은 소비자와 시장요구를 반영하여 사업화를 위한 아이템을 발굴하여 제품화하는 창업자의 능력이라고 하였다(Barney, 1991). 창업 초기에는 아이템 사업화와 제품컨셉 개발, 제품화를 위해 모든 역량이 기술역량으로 집중된다고 하였다(이혜영, 2018). 또한 기술역량은 창업 성공에 긍정적 영향을 주는 핵심역량이다

(양지원, 이재혁, 2017; Al Mamun et al., 2018).

관련 선행연구들로서 이혜영(2018)은 기술창업 기업의 기술적, 기능적 역량이 비재무적 성과와 기술적 성과에 정(+)의 영향을 미치는 것을 확인하였다. Chang et al.(2020), 송민용(2022) 등은 기술개발 역량이 창업만족도에 긍정적인 정(+)의 영향을 미친다고 하였으며, 김진한 외(2020)은 기술개발역량은 재무 성과와 비재무 성과에 모두 긍정적인 영향을 미쳤으며, 윤종필(2021)은 제품화 역량과 생산화 역량은 경영성과에 정(+)의 영향을 미치는 것으로 나타났다. 김선영 외(2014)은 기술능력 수준과 편차가 R&D 매출성과에 정(+)의 영향을 끼쳤다. 유지승(2023)은 기업 사업역량의 기술개발역량, 마케팅역량, 자금조달역량은 모두 기업성과에 긍정적인 정(+)의 영향을 미치는 것으로 나타났다.

2.2 장애요인

2.2.1 인력수급

소공인들은 내부자원 및 역량개발을 위한 인력수급의 문제를 해결해야 한다. 이재식(2017)은 시장의 요구에 부응하고, 기능의 향상 및 제품디자인 개발에는 무엇보다도 수준 있는 개발인력 확보가 중요하다고 하였으며, 기업의 기술투자 핵심은 주로 기술개발 및 디자인 인력확보 등의 인적자원 확충에 집중되어야 한다고 하였다. 이승주(2022)은 기업의 인력이 자금과 물질적인 자원에 비해 성과에 기여하는 정도가 증가면서 전문인력의 확보와 유지 등에 보다 효율적인 인적자원관리의 중요성을 강조하였다. 김하나(2014)는 고숙련의 인력의 확보의 중요성을 강조하였다. 따라서 제한된 자원을 가지고 있는 중소기업이 대기업과 경쟁하여 살아남기 위해서는 핵심인력의 유지전략을 기반으로 한 인적자원 관리 시스템의 구축이 필요하다(Amin et al., 2016). 반가운(2014)은 기업의 숙련인력 구인난이 재직자 숙련수준에 미치는 영향을 분석하였으며, 더불어 대기업과 중소기업 간에 어떠한 차이가 있는지 비교한 결과 중소기업의 경우 숙련인력 구인난과 재직자 숙련부족이 동시에 발생할 가능성이 대기업에 비해 더 높다고 판단된다고 하였다.

중소기업 및 영세기업의 경우 인력수급의 중요성에 대한 많은 논의에도 불구하고 관련 연구는 매우 제한적이다(김학수 외, 2022). 기존 선행연구들은 주로 기업의 연구개발 인력의 중요성과 성과에 대한 연구들로 진행되어 왔다

(황영훈, 김진모, 2014; 전인 오선희, 2016; 이주연 박태경, 2017; Yun, Zhao and Hahm, 2018; Dziallas and Blind, 2019). 이들 연구들은 연구개발 인력이 혁신 및 기업성장에 미치는 영향력을 분석하였다. 황영훈, 김진모(2014)은 중소기업 R&D 인력의 무형식학습은 R&D 성과에 직접적으로 정적인 영향을 미치는 것으로 나타났다.

또한 이승주(2022)은 고용의 질에 관한 정부규제가 중소기업의 혁신활동에 영향을 미칠 때, 전문인력 확보 역량, 즉 핵심인력 확보 역량과 숙련인력 확보 역량이 매개 역할을 하는 것으로 나타났다.

김충현(2018)은 사회적 인식 변수와 지역요인 변수가 중소기업의 인력부족에 유의미한 영향을 미치는 것으로 나타났다. 이와 같이 중소기업 및 영세소규모 기업의 인력수급의 문제에 대한 논의는 진행되어 왔으나 경험적으로 인력수급의 장애요인이 실질적인 성과에 미치는 논의는 거의 진행되지 못하고 있다.

2.2.2 자금조달

기업 설립, 근로자 고용, 시장조사, 제품 또는 서비스를 개발, 출시·판매하고, 사업확장과, 자산을 축적하는 모든 과정에서 기업은 자금을 지속적으로 필요로 한다(Cornelle, 2017). 기업의 자본조달과 관련된 대표적인 이론으로 Myers & Majiluf(1984)가 제시한 자본조달 순위 이론으로 기업은 우선 내부에 보유하고 있는 자금을 먼저 사용하고, 내부자금이 고갈되면 외부자금을 조달하며, 외부자금 조달의 경우, 부채를 우선하며, 부채가 조달되기 어려운 경우 투자를 선호한다고 하였다. 기업 경영자는 외부에서 자금을 조달하게 되면 대외 관계자들이 부정적인 신호로 받아들이기 때문에, 내부 자금을 먼저 사용하고 나중에 외부자금을 조달하는 순서로 자금을 조달한다고 하였다.

소공인은 경기변동의 영향을 많이 받으며, 소규모인 경우가 많아 매출이 높지 않아 내부 유보금이 많지 않고, 이로 인해 부채를 확대하기가 쉽지 않으며, 업계의 인지도 또한 높지 않고 규모도 작기 때문에, 공급업체에게 매입채무를 빨리 갚아야 하는 문제가 있다. 이에 따라 자금의 유동성 문제가 발생할 수 있으며, 이자지급에도 문제가 발생할 수 있다. 이러한 문제를 해결하기 위한 중소기업 정책이 필요하며, 현재 운영되고 있는 보조금, 보증, 매칭 펀드 등 정부에서 직접적으로 지원하는 프로그램들은 창업초기의 중소기업에서 지원하는 정책적인 효율성이 낮아 창업시장에서 자금조달의 어려움은 쉽게 해결되지 않고 있다(강원, 2014)

관련 선행연구로서 Arend & Bromiley(2009),

Ringov(2017), Enkel & Sagmeister(2020)은 기업의 자금은 기업의 동태적 역량에 유의미하게 영향을 주는 것으로 나타났다. 기업의 자금조달과 관련된 많은 연구들은 Kotha & George(2012), Baum & Silverman(2004) 등은 신생기업을 대상으로 연구되어 왔다.

이재식(2017)은 기술금융이 기술혁신 역량과 경영성과에 관한 연구에서 수익성 지표인 매출액 순이익률과 총자본 순이익률, 성장성 지표인 매출액 증가율에 긍정적 영향을 미치는 것으로 나타났다. 유지승(2023)은 기업 사업역량의 자금조달역량은 기업성장에 긍정적인 정(+)의 영향을 미치는 것으로 나타났다. 김예정(2019)은 자금조달은 사업능력에 유의한 정(+)의 영향을 미치는 것으로 나타났다.

2.3 경쟁우위

급속한 경영환경의 변화 속에서 기업은 시장에서 고객에게 경쟁사보다 더 좋은 가치를 제공하여 자사의 제품 및 서비스를 선택하게 하고자 다양한 기업자원을 투입하고 기업 여건에 적합한 프로세스 전략을 수립하고 있다(왕성중, 2020). Porter(1985)는 경쟁우위는 가격 또는 차별화가 중요한 역할을 한다고 하였다. 제품, 서비스가 고유한(모방불가한) 가치를 갖도록 제품, 서비스를 생산하는 각 활동별로 가치를 창출하고, 그 활동들이 일렬로 연결된다면, 강력한 경쟁우위 효과를 갖는다고 하였다. 이와 같은 경쟁우위는 기업의 높은 경쟁적 시장위치를 확보하는데 영향을 미치는 요인으로 동종 업계에서 특정 기업이 업계 평균의 매출 증가나 영업 이익보다 더 높은 성과를 달성하는 개념이라고 하였다(Porter, 1985; Hamel & Prahalad, 1989; Barney, 1991; Collins & Montgomery, 1995).

그러므로 기업 내 자원은 기업의 핵심역량으로 경쟁우위의 원천이 되며, 기업의 경쟁전략에 영향을 주는 등 궁극적으로 기업의 경영성과에 영향을 미치기 때문에 기업의 핵심역량과 경쟁전략이 상호 부합할 때 높은 성과로 이어지게 된다(이상무, 2020).

Shenhar et al.(2007)은 경쟁우위에 미치는 주요한 요인으로 원가경쟁력, 품질우위, 고객관점의 요인이 경쟁우위의 기반이 될 수 있다고 주장하였고, Zhou et al.(2008)은 고객지향성이 높은 기업일수록 혁신과 시장 차별화로 구성된 경쟁우위를 통해 지각된 품질 및 고객만족도 등을 통해서 시장성과를 유도한다고 하였다. Franca et al.(2010)은 기업들의 품질개선이 기존의 고객 유지 및 장기적으로 비용 절감을 가져올 수 있는 주요 경쟁우위로 설명하면서 시장에서 경쟁력을 가지기 위해서는 품질

경쟁력의 중요성을 강조하였다. Hill et al.(2014)은 경쟁우위의 의미를 저가의 원가 구조와 제품의 차별화로 인식하면서 기업의 자원 활용을 통해 가치가 실현되는 것으로 보았고, 이러한 경쟁우위의 성과를 확보하는 기본적인 요소로 월등한 효율과 품질, 혁신과 고객 반응성을 제시하였다. 그러므로 기업의 핵심역량인 마케팅 역량과 품질 경쟁력을 기반으로 하는 기술역량은 경쟁우위의 기본 요소라고 할 수 있다.

관련 연구를 살펴보면 장세진, 손경배(2002)은 경쟁우위를 희소한 경영자원을 배분하여 기업에게 경쟁우위를 창출하고 유지하는 것이라 하였으며, 기업의 핵심역량은 시장의 경쟁우위를 통해서 경영성과에 유의미한 영향을 미친다고 하였다. 함정식 외(2014)은 핵심역량이 기업이 가진 자산을 효과적으로 활용하여 차별적이고 지속적인 경쟁우위에 영향을 미친다고 하였으며, Bashir and Verma(2017)는 비즈니스 모델 혁신이 경쟁우위를 제공하며, 경쟁회사가 제품이나 서비스를 모방하는 것은 쉽지만 전체 활동 시스템을 모방하는 것은 상당히 어렵기 때문에 비즈니스모델 혁신이 지속가능한 경쟁우위의 원천이 될 수 있다는 것을 강조한다.

Rothaermel(2008)은 다수의 선행연구 결과를 배경으로 기술혁신이 지속가능 경쟁우위에 정(+)의 영향을 미쳤으며, Erdil et al.(2004)는 혁신제품이 기업이 성장 및 새로운 영역으로의 확장은 물론 기업이 경쟁우위를 확보할 수 있는 기회를 제공한다고 하였다. 이종덕 외(2014)는 중소기업의 핵심역량과 경쟁전략 간의 관계에서는 마케팅 역량과 기술역량 모두 경쟁우위 전략인 원가우위 전략과 차별화 전략에 정(+)의 유의한 영향을 미치는 것으로 나타났다. 유한식(2018)은 제품혁신이 지속가능 경쟁우위에 정(+)의 영향을 미치는 것으로 나타났다.

조용현(2015)의 연구에서도 경쟁우위에 바탕을 둔 품질 차별화의 정도가 높을수록 경영성과에 정(+)의 영향을 준다고 했다. Zack et al.(2009)는 조직의 성과로서 지속가능 경쟁우위는 재무성과에 영향을 미치는 것으로 나타났다. 서민교(2012)은 프랜차이즈 기업을 대상으로 경쟁우위와 경영성과의 관계를 분석한 결과 경쟁우위의 요소인 차별화 우위와 원가우위가 재무적 성과에 유의미한 정(+)의 영향을 미치는 것으로 나타났다. 김준호(2019)는 품질 경영, 경쟁정보, 기술사업화는 경쟁우위에 영향을 미치며, 경쟁우위는 경영성과에 유의미한 영향을 미치는 것으로 나타났다. 정대용, 엄태영(2010)의 연구에서도 차별화와 원가우위로 구분된 경쟁우위는 양적 성과와 질적 성과로 구분된 기업성과에 유의한 영향을 미친다고 하였다.

2.4. 사업성과

일반적으로 경영성과는 기업의 성과를 평가하는 요소로서 대표적인 평가기준은 수익성과 매출 증가율로 재무적 성과를 활용한다. 이는 기업의 경영활동의 결과를 나타내고 기업의 성과를 회계 화폐단위로 표현하는 측정지표이다. 경영성과로 일반적인 재무성과가 중요하지만 재무적 성과는 사후적 경영성과를 측정하는 것으로서 기업의 무형 가치를 객관적으로 반영하지 못한다고 하면서 경영성과는 재무적 성과보다는 비재무적 성과를 사용해야 한다고 하였다(서민교, 2012).

주관적 성인 비재무적 성과는 측정범위가 다양한 기준에 의해 측정되기 때문에 재무적 성과가 가지고 있는 한계를 극복할 수 있다고 하였다(Greenley et al., 2004). Alexander & Wilkins(1982)에서 객관적 측정 및 주관적 평가 간의 상관관계를 분석한 결과 통계적으로 유의미한 상관관계가 있음을 확인하였다. 즉 객관적 측정을 하기 어려울 경우, 주관적 평가로 대체하여도 무방하다고 보았다(김현, 2023).

Covin & Slevin(1991)은 소기업 CEO의 경영성과를 측정할 때 객관적인 지표보다는 주관적인 지표를 사용하는 것이 바람직하다고 주장하였다. 김만수 등(2015)도 비재무적 성과지표는 소기업의 성과요인으로 활용 가능하다고 하였다. 김진환 외(2020)도 소공인의 경영성과를 향상시키기 위해서는 비재무적 성과정보를 중시할 필요가 있다고 강조한다. 본 연구에서도 이러한 논의를 바탕으로 사업자가 인지하는 주관적인 평가의 성과를 측정하고자 한다.

III. 연구 방법

3.1. 연구가설과 연구모형

앞에서의 이론적 고찰과 선행연구를 바탕으로 핵심역량인 마케팅역량, 기술역량과 장애요인으로 인력수급과 자금조달의 어려움이 사업성과에 미치는 영향을 파악하기 위해서 독립변수인 마케팅역량, 기술역량의 개념과 선행연구를 서술하였으며, 소공인의 장애요인으로 인력수급과 자금조달의 어려움에 대한 소공인의 특성과 관련 선행연구를 기술하였다. 매개변수는 경쟁우위의 개념과 선행연구를 서술하였으며, 종속변수는 비재무성과로써 사업성과를 설정하였다. 이를 바탕으로 다음과 같은 연구가설과 연구모형을 도식화하였다.

가설 1: 핵심역량은 사업성과에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

가설 1-1: 마케팅 역량은 사업성과에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

가설 1-2: 기술 역량은 사업성과에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

가설 2: 장애요인은 사업성과에 부(-)의 영향을 미칠 것이다.

가설 2-1: 인력수급은 사업성과에 부(-)의 영향을 미칠 것이다.

가설 2-2: 자금조달은 사업성과에 부(-)의 영향을 미칠 것이다.

가설 3: 핵심역량이 사업성과에 미치는 영향 관계에서 경쟁우위는 매개역할을 할 것이다.

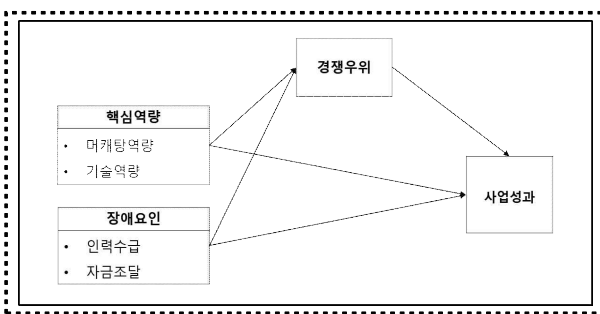
가설 3-1: 마케팅역량이 사업성과에 미치는 영향 관계에서 경쟁우위는 매개역할을 할 것이다.

가설 3-2: 기술역량이 사업성과에 미치는 영향 관계에서 경쟁우위는 매개역할을 할 것이다.

가설 4: 장애요인이 사업성과에 미치는 영향 관계에서 경쟁우위는 매개역할을 할 것이다.

가설 4-1: 인력수급이 사업성과에 미치는 영향 관계에서 경쟁우위는 매개역할을 할 것이다.

가설 4-2: 자금조달이 사업성과에 미치는 영향 관계에서 경쟁우위는 매개역할을 할 것이다.



<그림 1> 연구모형

3.2. 변수의 측정도구

본 연구의 모형에서 사용된 측정변수에 대한 측정항목은 선행연구를 기초로 설정하였으며, 모든 설문항목은 리커트 5점 척도를 사용하여 측정하였다. 그 내용은 다음의 <표 1>과 같다.

3.3 자료수집

본 연구의 가설검증을 위해 설문조사방법을 사용하였다. 자료수집을 위한 설문조사 방법으로 네이버 온라인 설문지와 오프라인을 병행하여 사용하였으며,

조사시기는 2023년 3월 1일부터 2023년 4월 15일까지 소공인의 대표를 대상으로 진행되었으며, 최종 293명이 설문에 응답하였다. 설문에 참여한 소공인 대표들의 특성은 <표 2>에서 제시된 바와 같다.

<표 1> 측정항목

구분	연구 변수	문항 수	선행연구
핵심역량	마케팅 역량	3	Kurniawan et al.(2021) 김순한, 유재원(2018) 송민용(2022)
	기술 역량	3	김선영 외(2014) 이혜영(2018) 윤종필(2021)
장애요인	인력수급	2	김충현(2018) 이승주(2022)
	자금조달	4	이길원(2016) 김예정(2019)
경쟁우위	제품의 차별성, 제품 모방의 어려움, 제품품질의 탁월성, 시장 경쟁력	4	Porter(1985) 장세진(2010) 이종덕 외(2014)
사업성과	매출 증가, 이익, 성장성	3	김진환(2011) 조한지(2019) 손정환, 전병훈(2023)
인구통계학적 특성	성별, 연령, 업종, 업력, 종업원 수, 매출의 변동성	6	-

<표 2> 표본의 일반적 특성

구분	빈도	퍼센트
성별	여성	52 17.7
	남성	241 82.3
연령	40세 이하	14 4.8
	41 ~ 50세	47 16.0
	51 ~ 60세	169 57.7
	61세 이상	63 21.5
업종	기계·장비·금속 제조업	96 32.8
	도·소매업	8 2.7

구분		빈도	퍼센트
	정보통신업	25	8.5
	의류·섬유업	12	4.1
	화학 및 기타 제조업	63	21.5
	기타	89	30.4
업력	5년 이하	52	17.7
	6 ~ 10년	44	15.0
	11 ~ 15년	46	15.7
	16 ~ 20년	53	18.1
	21년 이상	98	33.4
종업원 수	1명 이하	60	20.5
	2 ~ 3명	91	31.1
	4 ~ 5명	53	18.1
	6 ~ 8명	20	6.8
	9명 이상	69	23.5
매출의 변동성	9% 이하 상승	31	10.6
	10 ~ 20% 상승	27	9.2
	21 ~ 30% 상승	30	10.2
	31% 이상 상승	13	4.4
	-9% 이하 감소	34	11.6
	10 ~ 20% 감소	42	14.3
	21 ~ 30% 감소	40	13.7
	31% 이상 감소	76	25.9

3.4 분석방법

본 연구의 통계처리는 SPSS Win Ver28.0과 PROCESS Macro v.3.4를 활용하였다. 조사대상자의 특성을 분석하기 위해 빈도분석(Frequency Analysis)을 실시하였으며, 측정도구의 타당도와 신뢰도 검증을 위해 탐색적 요인분석(Exploratory Factor Analysis)과 Cronbach's α 값을 통해서 변수들의 내적일관성을 위해 신뢰도분석(reliability analysis)을 실시하였다. 변수 간의 상호관련성은 이변량 상관관계분석을 실시하였다. 마지막으로 가설검정은 회귀 분석을 사용하였으며, 매개효과와 검증은 Hayes et al.(2009)의 SPSS Macro Process 4번을 이용하여 간접 효과의 유의성을 검증하였다.

IV. 실증분석

4.1 타당도 및 신뢰 분석

본 연구에서 사용하는 측정변수의 타당성 검증을 위해

<표 3> 타당도 및 신뢰도

변수	요인1	요인2	요인3	요인4	요인5	요인6
경쟁우위3	0.856	-0.061	0.155	0.118	0.211	0.030
경쟁우위1	0.831	-0.011	0.066	0.147	0.200	-0.086
경쟁우위2	0.805	-0.022	0.160	0.159	0.287	-0.058
경쟁우위4	0.759	-0.046	0.280	0.240	0.114	0.044
자금4	-0.050	0.873	-0.076	-0.054	-0.048	0.015
자금2	-0.112	0.845	0.025	-0.098	0.022	0.127
자금3	0.015	0.837	-0.165	-0.143	0.010	-0.021
자금1	0.022	0.776	-0.004	0.003	0.110	0.200
사업성과2	0.132	-0.068	0.884	0.203	0.105	-0.027
사업성과1	0.153	-0.072	0.855	0.210	0.152	-0.064
사업성과3	0.330	-0.100	0.752	0.088	0.251	-0.039
마케팅역량1	0.087	-0.030	0.147	0.857	0.129	0.038
마케팅역량2	0.244	-0.098	0.133	0.806	0.140	-0.028
마케팅역량3	0.266	-0.193	0.219	0.732	0.070	0.095
기술역량1	0.228	-0.033	0.089	0.165	0.848	-0.004
기술역량2	0.291	-0.005	0.135	0.172	0.814	-0.020
기술역량3	0.210	0.164	0.272	0.019	0.711	-0.055
인력수급2	-0.016	0.112	-0.083	0.040	-0.013	0.904
인력수급1	-0.035	0.149	-0.013	0.036	-0.050	0.901
고유치	3.132	2.916	2.438	2.225	2.223	1.722
분산	16.484	15.347	12.832	11.709	11.700	9.061
누적 분산	16.484	31.831	44.664	56.373	68.073	77.134
신뢰도	.847	.821	.901	.921	.878	.701

탐색적 요인분석을 사용하였다. 요인분석을 위한 요인추출 방식은 측정변수의 분산 중 많은 부분을 설명하는 주성분 분석(principal component analysis) 방식의 선택과 요인회전은 요인들 간의 독립성을 가정으로 한 직교회전(VARIMAX) 방식을 선택하였다. 요인 수의 결정을 위해서는 고유값(eigenvalue) 1.0 이상과 요인적재값은 0.5 이상을 원칙으로 하였다. 그 결과 최종 6개의 요인이 추출되었으며, 최종 누적 분산비율은 60%로 나타났다.

그리고 KMO 측도를 확인한 결과 .848로 나타났으며, 변수들의 선형성을 파악하기 위해 Bartlett의 구형성 검정을 분석한 결과 카이제곱 값이 3056.847($p<.001$)로 본 연구의 측정변수의 타당성을 확보하였다.

또한 본 연구에서 사용한 설문내용이 조사대상자로부터 일관되게 응답되었는가를 확인하기 위해 신뢰도를 분석하였다. 신뢰도 분석은 Cronbach's α 계수를 사용하였으며, 일반적인 기준에 따라 Cronbach's α 계수가 0.7 이상이면 신뢰성 있는 것으로 판단하였다. 그 결과 본 연구에서 사용한 요인분석의 결과에 따른 요인들의 신뢰도는 모두 0.7 이상으로 확인되어 본 연구의 측정변수의 신뢰성을 확보하였다. 분석결과는 <표 3>과 같다.

4.2 상관관계분석

변인간 상관관계를 분석한 결과 <표 4>와 같다. 기술역량과 경쟁우위의 상관관계가 .544로 가장 높게 나타났으며, 기술역량과 자금조달이 .034로 가장 낮게 나타났다. 그러므로 상관관계 분석을 통해서 상관관계에 의한 변인간 다중공선성의 문제는 없는 것으로 판단된다.

<표 4> 상관관계

변인	1	2	3	4	5	6
1. 마케팅역량	1					
2. 기술역량	.347**	1				
3. 인력수급	.041	-.066	1			
4. 자금조달	-.222**	.034	.227**	1		
5. 경쟁우위	.459**	.544**	-.063	-.103	1	
6. 사업성과	.439**	.440**	-.111	-.173**	.467**	1

* $p<.05$ ** $p<.01$ *** $p<.001$

4.3 가설검증

4.3.1 사업성과에 미치는 영향력 분석

소공인의 핵심역량인 마케팅역량, 기술역량과 장애 요인으로 인력수급과 자금조달의 어려움이 사업성과에 미치는 영향을 분석한 결과는 [표 5]와 같다. 구체적으로 살펴보면, 모형 1은 통제변수와 사업성과의 관계를 살펴보았다. 그 결과 $F=18.040$ ($p<.001$)으로 이 회귀모형은 유효하며, 모형의 설명력은 13.5%로 나타났다. 변수간의 다중공선성을 VIF값으로 확인한 결과 모두 10이하로 나타나 본 연구모형의 다중공선성은 문제가 없는 것으로 확인되었다. 종합적으로 본 연구모형은 적합한 것으로 판단된다. 세부적으로 연령($b=-.048$, $p<.05$)과 매출의 변동성($b=.033$, $p<.01$)의 유의미성이 나타났다. 즉 조사대상자의 연령이 적을수록 사업성과가 높았으며, 매출의 변동성이 (+)로 증가할수록 사업성과가 증가하는 것으로 나타났다.

모형 2은 통제변수, 독립변수와 사업성과의 관계를 살펴보았다. 그 결과 $F=17.974$ ($p<.001$)으로 이 회귀모형은 유효하며, 모형의 설명력은 41.2%로 나타났다. 변수간의 다중공선성을 VIF값으로 확인한 결과 모두 10이하로 나타나 본 연구모형의 다중공선성은 문제가 없는 것으로 확인되었다. 종합적으로 본 연구모형은 적합한 것으로 판단된다. 세부적으로 연령($b=-.039$, $p<.05$)과 매출의 변동성($b=.030$, $p<.001$)의 유의미성이 나타났다. 즉 조사대상자의 연령이 적을수록 사업성과가 높았으며, 매출의 변동성이 (+)로 증가할수록 사업성과가 증가하는 것으로 나타났다.

독립변수의 경우는 마케팅 역량($b=.357$, $p<.001$), 기술 역량($b=.257$, $p<.001$), 자금조달($b=-.061$, $p<.05$)이 사업성과에 유의미하게 영향을 미치는 것으로 나타났다. 즉 소공인의 핵심역량인 마케팅 역량과 기술역량이 높을수록 사업성과가 증가하는 것으로 나타났다. 또한 자금조달의 어려움이 없을수록 사업성과가 증가하는 것으로 나타났다.

<표 5> 사업성과에 미치는 영향력 분석

구분	모형 1		모형 2	
	b	β	b	β
상수	13.212***		7.488***	
여성	-0.010	-0.002	0.280	0.048
연령	-0.048*	-0.160	-0.039*	-0.129
기계·장비·금속 제조업	-0.121	-0.025	-0.115	-0.024
정보통신업	-0.505	-0.063	-0.535	-0.066
화학 및 기타 제조업	-0.201	-0.037	-0.262	-0.048

구분	모형 1		모형 2	
	b	β	b	β
업력	-0.011	-0.046	-0.018	-0.079
종업원 수	0.003	0.037	0.000	-0.001
매출의 변동성	0.033***	0.309	0.030***	0.279
마케팅역량			0.357***	0.316
기술역량			0.257***	0.302
인력수급			-0.094	-0.057
자금조달			-0.061*	-0.092
F	6.668***		17.974***	
R2	0.159		0.436	
Adjusted R2	0.135		0.412	

*p<.05 **p<.01 ***p<.001, 기준 성별(남), 업종(기타)

4.3.2 매개효과

매개효과의 유의성을 검증하기 위해 Hayes가 개발한 Process Macro 3.5를 사용하였다. Hayes(2013)는 간접효과의 유의성 검증 방법으로 부트스트래핑(bootstrapping)을 제안하고 있다. 부트스트래핑은 분포의 정규성(normality)을 가정하지 않고 신뢰구간이 부정확하게 나타나지 않아서 높은 검증력을 제공하는 것으로 알려졌다(Hayes, 2013). 따라서 본 연구의 매개효과 검증을 Process Macro 3.5를 활용한 부트스트래핑(bootstrapping)방법을 사용하였다. 이 같은 연구방법에서 간접효과의 신뢰구간(L: confidence interval)의 하한값(lower limit of 95% CI: LLCI)과 상한값(upper limit of 95% CI: ULCI)값 사이에 0이 포함되지 않아야 통계적으로 유의하다고 판단한다.

경쟁우위의 간접효과 유의성을 검증하는 방법으로 95% 신뢰구간을 설정하여 부트스트랩 5,000 표본으로 설정하

여 분석을 수행했다. 분석결과는 [표 6]와 같다.

마케팅 역량과 사업성과와의 관계에서 경쟁우위의 간접효과(indirect effect)는 LLCI와 ULCI 사이에 0이 존재하지 않으므로 마케팅 역량과 사업성과와의 관계에서 매개효과를 나타내는 것으로 검증되었다. 마케팅 역량과 사업성과간 직접효과(direct effect)가 유의미하게 나타나 경쟁우위는 부분 매개역할을 하는 것으로 확인되었다.

기술 역량과 사업성과와의 관계에서 경쟁우위의 간접효과(indirect effect)는 LLCI와 ULCI 사이에 0이 존재하지 않으므로 기술 역량과 사업성과와의 관계에서 매개효과를 나타내는 것으로 검증되었다. 기술 역량과 사업성과간 직접효과(direct effect)가 유의미하게 나타나 경쟁우위는 부분 매개역할을 하는 것으로 확인되었다.

인력수급과 사업성과와의 관계에서 경쟁우위의 간접효과(indirect effect)는 LLCI와 ULCI 사이에 0이 존재하므로 경쟁우위가 인력수급과 사업성과와의 관계에서 매개효과가 없는 것으로 검증되었다.

자금조달과 사업성과와의 관계에서 경쟁우위의 간접효과(indirect effect)는 LLCI와 ULCI 사이에 0이 존재하지 않으므로 자금조달과 사업성과와의 관계에서 매개효과를 나타내는 것으로 검증되었다. 자금조달과 사업성과간 직접효과(direct effect)가 유의미하게 나타나 경쟁우위는 부분 매개역할을 하는 것으로 확인되었다.

V. 결론 및 시사점

본 연구는 제조업의 근간을 차지하고 있는 소공인을 대상으로 소공인의 지속적인 성장을 위하여 핵심역량과 장애

<표 6> 경쟁우위의 매개효과 분석

구분	Effect	se	t	LLCI	ULCI	가설 검증결과
마케팅역량	총효과	0.495	8.342***	0.378	0.612	채택 (부분매개)
	직접효과	0.321	5.086***	0.197	0.445	
	간접효과	0.174	-	0.104	0.255	
기술역량	총효과	0.374	8.349***	0.286	0.463	채택 (부분매개)
	직접효과	0.224	4.401***	0.124	0.325	
	간접효과	0.150	-	0.088	0.217	
인력수급	총효과	-0.181	-1.903	-0.369	0.006	기각
	직접효과	-0.134	-1.582	-0.301	0.032	
	간접효과	-0.047	-	-0.142	0.042	
자금조달	총효과	-0.114	-2.990**	-0.189	-0.039	채택 (부분매개)
	직접효과	-0.083	-2.434*	-0.150	-0.016	
	간접효과	-0.031	-	-0.069	-0.006	

Note; LL=Lower limit; UL=Upper limit; CI=Confidence interval; Boot=Bootstrapping

요인이 사업성과에 미치는 영향력과 매개효과로서 경쟁우위의 영향력을 분석하였다. 그 결과는 다음과 같다.

첫째, 마케팅역량은 사업성과에 직접적인 영향을 미치는 요인으로 밝혀졌다. 소공인들은 체계적인 경영지원 기능을 갖춘 중소·대기업에 비해 마케팅, 홍보, A/S 등의 고객관리가 취약한 경우가 많다. 이와 같은 내부 역량 부족은 중간 거래상 등에 과도한 의존 경향성이 높을 수 있으며, 이로 인해 소공인에게 불리한 거래 구조도 수용할 수 밖에 없는 경우도 많다. 그러므로 현재 소상공인시장진흥공단에서는 소공인 특화지원센터를 통해서 소상공인 경쟁력 향상 및 혁신성장을 위해 교육, 컨설팅, 자률사업 등 집적지업·지역별 특성을 고려한 센터별 맞춤형 현장서비스 제공하고 있다. 본 연구결과를 통해서 업종 특성에 맞는 마케팅 역량 강화를 위한 지원서비스가 필요하다.

둘째, 기술역량은 사업성과에 직접적인 영향을 미치는 요인으로 밝혀졌다. 소공인의 특성이 숙련기술을 기반으로 하는 제조업을 기반으로 하기 때문에 무엇보다 기술역량은 필수적이라고 할 수 있다. 현재 제조업이 ICT를 기반으로 빠르게 혁신이 진행되고 있으나 소공인은 첨단분야에서 소외되거나 관련 기술혁신을 이루기에는 많은 어려움이 있다. 그러므로 기술역량을 보완할 수 있는 정부지원이 필요하다.

셋째, 자금조달은 사업성과에 직접적인 영향을 미치는 요인으로 밝혀졌다. 현재 경기 부진이 지속적으로 이어지면서 소상공인의 자금조달 등 어려움이 누적됨에 따라 소공인의 기반이 크게 위협받을 수 있다. 소공인 업종의 특성상 타 업종과 밀접한 유기적 관련성이 높기 때문에 부정적인 파급효과도 높다. 소공인은 일반적으로 투자를 받기 어려운 소규모와 영세성의 특성으로 인해 개인 채무 중심의 형태로 자금조달을 받을 가능성이 높으며, 이는 사업의 불황속에서는 개인 도산의 가능성이 높을 수 밖에 없다. 그러므로 안정적으로 자금(지원금)을 조달할 수 있다는 지원이 필요함을 알 수 있다.

넷째, 경쟁우위의 매개효과를 검증한 결과 마케팅역량, 기술역량, 자금조달은 경쟁우위를 매개로 사업성과에 영향을 미치는 것으로 나타났다. 마케팅역량, 기술역량은 소공인의 경쟁우위를 강화할 수 있는 요인임을 본 연구를 통해서 확인하였으며, 이는 사업성과와 연계됨을 알 수 있다. 이러한 결과를 통해서 격변하는 시장환경에서 소공인이 사업성과를 거두고자 한다면, 마케팅 역량과 기술 역량을 기반한 비즈니스 모델을 수립하고 이를 실행할 수 있는 자금을 조달하는 것에 대한 사업전략의 중요성을 알 수 있다. 그러나 자금조달에 관한 역량은 사업성과와의 관

계에서 경쟁우위의 매개효과를 가지지만 성과에는 부정적인 영향을 미치는 것으로 확인되어 소공인의 자금역량의 중요성을 확인할 수 있다.

본 연구는 다음과 같은 한계점을 갖고 있다. 첫째, 소공인에 대한 충분한 선행연구가 부족하여 관련 요인에 대한 소공인의 특성을 반영한 실증연구를 충분히 반영하지 못하였다. 본 연구에서는 중소기업과 벤처기업을 대상으로 하는 선행연구를 통해서 연구모형을 구성하였다는 한계점이 있다. 그러나 본 연구결과 소공인의 핵심역량은 중소벤처기업과 유사하게 마케팅 역량과 기술역량의 중요성을 확인하였다는 점에서 학문적 의의가 있다.

둘째, 소상공인은 업종에 따른 역량과 장애요인에 따른 차이가 있을 수 있음에도 불구하고 이러한 요소들을 고려하지 못하였다. 향후 연구에서는 소공인의 업종별 특성에 따른 연구모형의 차별점을 고려해야 할 것이며, 소공인의 장애요인에 대한 연구모델의 변수 개발에 대한 연구가 지속적으로 진행되어야 할 것이다.

참고문헌

- 김수환·감형규(2017). 소상공인의 사회안전망에 관한 연구. **전문경영인연구**, 20(1), 69-87.
- 김철민·정종영(2016). 도시형 소공인 개념, 현황 및 지원정책에 관한 소고. **중소기업연구**, 38(3), 119-133.
- 김학수·김연일·박상언(2022). 번영감과 혁신행동 간의 관계 및 연구개발 인력 집약도의 교차수준 조절역할: 중소기업 연구개발 인력을 중심으로. **중소기업연구**, 44(1), 1-29.
- 강원(2014). 창업초기 투자자금조달과 유동성에 대한 연구. **벤처창업연구**, 9(5), 1-11.
- 김만수·장영혜·박명호(2015). 서비스종업원의 감정적소진의 영향요인과 직무만족, 고객지향성 및 직무성과. **한국산업경영학회 발표논문집**, 1-16.
- 김순한·유재원(2018). 공공지원기관에 대한 지각된 고객지향성과 소상공인의 지속적 경쟁우위 확보노력의 관계에 관한 연구. **한국창업학회지**, 13(1), 93-117.
- 김선영·배국진·박상문·최윤정(2014). 제품개발공정의 기술능력이 R&D 매출 성과에 미치는 영향: 성장단계별 정부지원의 조절효과를 중심으로. **기술혁신연구**, 22(4), 235-259.
- 김예정(2019). 창업의지 및 자금조달과 사업능력이 재무성과에 미치는 영향에 관한 연구-포항지역 소상공인을 중심으로. **국제회계연구**, 85, 171-186.
- 김준호(2019). 지식경영활동, 품질경영활동, 경쟁정보활동: 기술사업화역량, 지속적 경쟁우위, 경영성과에 미치는 영향, 세종대학교 대학원 박사학위논문.
- 김진한·조진형·이세재(2020). 창업가역량과 창업보육 프로그램

- 지원이 기술창업기업 경영성과에 미치는 영향: 창업기업 역량의 매개효과 중심으로. **산업경영시스템학회지**, 43(1), 132-142.
- 김충현(2018). 중소기업의 인력부족요인 및 전략적 선택행위에 대한 연구. **한국인사관리학회 학술대회 발표논문집**, 188-211.
- 김학수·김연일·박상언(2022). 변영감과 혁신행동 간의 관계 및 연구개발 인력 집약도의 교차수준 조절역할: 중소기업 연구개발 인력을 중심으로. **중소기업연구**, 44(1), 1-29.
- 반가운(2014). 숙련인력 구인난이 재직자 숙련부족에 미치는 영향-대기업과 중소기업 간 비교를 중심으로. **산업노동연구**, 20(1), 1-30.
- 빈봉식·박정기(2002). 소상공인 창업의 성공요인에 관한 실증적 연구. **중소기업연구**, 24(3), 135-158.
- 서민교(2012). 프랜차이즈 기업의 핵심역량과 시장지향성: 환경 불확실성, 경쟁우위와 경영성과의 관계, 세종대학교 대학원 박사학위논문.
- 소은영·박성환(2015). 소상공인의 기업가정신이 재무적 성과에 미치는 영향. **경영교육연구**, 30(1), 245-264.
- 손정환·전병훈(2023). 사회경제기업의 지속가능경영이 기업성과에 미치는 영향. **한국진로창업경영학회지**, 7(2), 35-50.
- 송민용(2022). 창업보육센터 지원프로그램의 질과 기업역량이 입주기업 성과에 미치는 영향, 목원대학교 대학원 박사학위논문.
- 양지원·이재혁(2017). 기술적 역량의 효과 증진방안: 고객, 해외, 사회 지향적 경영활동과의 적합성을 중심으로. **전략경영연구**, 20(1), 1-29.
- 양현주(2012). 국제기업가정신, 핵심역량, 네트워크 활동 그리고 국제화 및 기업성과간의 관계: 수출중소기업을 중심으로, 영남대학교 대학원 박사학위논문.
- 원종하·정대현(2017). 소상공인의 기업가특성이 경영성과에 미치는 영향. **벤처창업연구**, 12(1), 111-121.
- 유지승(2023). 정부정책자금 및 외부협력 네트워크가 국내 벤처기업의 기술혁신 성과에 미치는 영향: 기업내부역량 조절효과를 중심으로, 고려대학교 대학원 석사학위논문.
- 유한식(2018). 기업혁신이 지속가능 경쟁우위와 경영성과에 미치는 영향, 창원대학교 대학원 박사학위논문.
- 윤기선(2017). 소공인 역량강화교육 및 상생협력이 경영성과에 미치는 영향. **한국물류학회지**, 27(5), 123-134.
- 윤성욱·서근하(2003). 한국의 소상공인 창업문화에 관한 연구: 창업자 개인적 특성과 마케팅 인식을 중심으로. **소비문화연구**, 6(1), 99-118.
- 윤종필(2021). 기업의 R&D 역량, 외부네트워크 역량, 기술사업화 역량과 경영성과의 관계, 충북대학교 대학원 박사학위논문.
- 엄미정·박재민(2007). 산업기술인력 부족의 결정요인 분석. **기술혁신연구**, 15(2), 25-40.
- 왕성종(2020). 중소기업의 지적자본이 핵심역량, 경쟁우위와 경영성과에 미치는 영향에 관한 연구, 경희대학교 대학원 박사학위논문.
- 이기형(2019). 중소기업의 마케팅 역량과 운전자금이 경영성과에 미치는 영향에 관한 연구, 전남대학교 대학원 석사학위논문.
- 이루리·이소영(2020). 소공인 CEO의 개인적 자질과 지식경영 실천이 경영성과에 미치는 영향. **벤처혁신연구**, 3(1), 143-163.
- 이승주(2022). 고용의 질에 관한 정부규제가 중소기업 혁신에 미치는 영향: 전문인력 확보 역량의 매개효과를 중심으로, 고려대학교 대학원 박사학위논문.
- 이윤원·이남주·이혜옥·이충섭(2009). 소상공인의 시장 환경특성과 경영전략이 기업성과에 미치는 영향. **재무와 회계정보저널**, 9(1), 91-111.
- 이주연·박태경(2017). 사내 기업가정신과 성과 간의 비선형 관계, **경영연구**, 32(4), 147-175.
- 이재식(2017). 기술금융이 중소기업의 기술혁신 역량과 경영성과에 미치는 영향에 관한 연구. 고려대학교 기술경영전문대학원 박사학위논문.
- 이종덕(2015). 중소기업의 핵심역량과 경쟁전략이 경영성과에 미치는 영향. 건국대학교대학원 박사학위논문.
- 이혜영(2018). 기술창업기업의 성공률 제고를 위한 성장단계별 창업역량 모델에 관한 연구, 중앙대학교 대학원 박사학위논문.
- 장세진·손경배(2002). 인터넷 산업에서의 전략적 제휴가 최초상장으로 측정한 벤처들의 경영성과에 미치는 영향에 대한 실증분석. **경영학연구**, 31(3), 603-619.
- 장영미·하규수(2018). 시니어의 창업역량이 창업의지에 미치는 영향에 관한 실증연구: 사회적지지 조절효과를 중심으로. **벤처창업연구**, 13(3), 13-36.
- 전인·오선희(2016). 최고경영진의 혁신의 지와 기술혁신역량 간 관계: 연구개발 집약도의 매개효과 및 혁신지향적 조직문화의 조절효과를 중심으로, **대한경영학회지**, 29(2), 213-235.
- 정갑수·설병문(2016). 소상공인 지원제도가 경남지역 소상공인 경영성과에 미치는 영향. **벤처창업연구**, 11(2), 221-232.
- 정대용·엄태영(2010). 프랜차이즈 산업에서 선발자 우위 및 경쟁우위가 기업성과에 미치는 영향에 관한 연구. **한국경영학회 통합학술대회**, 1-19.
- 정성환·김해룡(2001). 학술연구: 소상공인 창업성공요인에 대한 탐색적 연구. **기업가정신과 벤처연구**, 4(2), 3-29.
- 정영미(2017). 항공서비스 교육역량과 교육성도가 진로동기, 진로결정자기효능감 및 진로결정수준에 미치는 영향, 경기대학교 대학원 박사학위논문.
- 정현수·박윤주·박미연(2021). 소공인 CEO 특성과 지식경영 및 경영성과의 영향관계-정부 지원정책의 조절효과. **기업과**

- 혁신연구, 44(1), 111-129.
- 조용현(2015). 물류기업의 혁신유형과 경쟁전략이 경영성과에 미치는 영향. **관세학회지**, 16(1), 249-269.
- 조한지(2019). 창업멘토링이 경영성과에 미치는 영향에 대한 연구. **한국진로창업경영학회지**, 2(2), 43-74.
- 주원식·이수진·이상식(2014). 소상공인의 소셜커머스 활용역량이 경영성과에 미치는 영향: 소셜커머스 회사와의 관계에 대한 조절효과를 중심으로. **한국경영학회 융합학술대회**, 2788-2814.
- 최태환·윤병섭(2015). 지역소공인 육성 방안. **지역산업연구**, 38(3), 135-167.
- 함정식·조강필·고명걸·조혜진(2014). 중국진출 한국기업의 내부 역량과 전략 적합성이 성과에 미치는 영향. **중국학**, (47), 325-362.
- 황영훈·김진모(2014). 중소기업 R&D 인력의 R&D 성과와 무형식학습, 학습동기 및 학습지원환경의 인과적 관계. **중소기업연구**, 36(3), 105-131.
- Al Mamun, A., & Fazal, S. A. (2018). Effect of entrepreneurial orientation on competency and micro-enterprise performance. **Asia Pacific Journal of Innovation and Entrepreneurship**, 12(3).
- Alexander, E. R., & Wilkins, R. D. (1982). Performance rating validity: The relationship of objective and subjective measures of performance. **Group & Organization Studies**, 7(4), 485-496.
- Amin, M., Thurasamy, R., Aldakhil, A. M., & Kaswuri, A. H. B. (2016). The effect of market orientation as a mediating variable in the relationship between entrepreneurial orientation and SMEs performance. **Nankai Business Review International**.
- Arend, R. J., & Bromiley, P. (2009). Assessing the dynamic capabilities view: spare change, everyone?. **Strategic organization**, 7(1), 75-90.
- Barney, J. (1991). Firm resources and sustained competitive advantage. **Journal of management**, 17(1), 99-120.
- Bashir, M., & Verma, R. (2017). Why business model innovation is the new competitive advantage. **IUP Journal of Business Strategy**, 14(1), 7.
- Baum, J. A., & Silverman, B. S. (2004). Picking winners or building them? Alliance, intellectual, and human capital as selection criteria in venture financing and performance of biotechnology startups. **Journal of business venturing**, 19(3), 411-436.
- Bobrow, E. E., & Shafer, D. W. (1987). Pioneering new products: A market survival guide. (No Title).
- Chandler, G. N., & Hanks, S. H. (1994). Market attractiveness, resource-based capabilities, venture strategies, and venture performance. **Journal of business venturing**, 9(4), 331-349.
- Chang, S. H., Shu, Y., Wang, C. L., Chen, M. Y., & Ho, W. S. (2020). Cyber-entrepreneurship as an innovative orientation: Does positive thinking moderate the relationship between cyber-entrepreneurial self-efficacy and cyber-entrepreneurial intentions in Non-IT students?. **Computers in Human Behavior**, 107, 105975.
- Collis, D. J., & Montgomery, C. A.(1995), Competing on resources: Strategy in the 1990s, **Harvard Business Review**, 73, 118-128
- Cornell, C. J. (2017). Startup Funding: Why Funding. **Media Innovation and Entrepreneurship**.
- Covin, J. G., & Slevin, D. P. (1991). A conceptual model of entrepreneurship as firm behavior. **Entrepreneurship theory and practice**, 16(1), 7-26.
- Danneels, E. (2008). Organizational antecedents of second-order competences. **Strategic management journal**, 29(5), 519-543.
- Dziallas, M. and K. Blind(2019), Innovation indicators throughout the innovation process: An extensive literature analysis, **Technovation**, 80, 3-29.
- Dhanaraj, C. & Bermish, P. W.(2003), A Resource-Based Approach to the Study of Export Performance, **Journal of small business management**, 41(3), 242-261.
- El Refae, G. A., & Nuseir, M. T. (2022). The role of digital marketing strategies on customer satisfaction and its ultimate impact on organizational performance: Moderating role of entrepreneurial intentions. **Academy of Entrepreneurship Journal**, 28, 1-17.
- Enkel, E., & Sagmeister, V. (2020). External corporate venturing modes as new way to develop dynamic capabilities. **Technovation**, 96, 102128.
- Erdil, S., Erdil, O., & Keskin, H. (2004). The relationships between market orientation, firm innovativeness and innovation performance. **Journal of Global Business and technology**, 1(1), 1-11.
- Erramilli, M. K., Agarwal, S., & Kim, S. S. (1997). Are firm-specific advantages location-specific too?. **Journal of International Business Studies**, 28, 735-757.
- Franca, R. B., Jones, E. C., Richards, C. N., & Carlson, J. P. (2010). Multi-objective stochastic supply chain modeling to evaluate trade offs between profit and quality. **International journal of production**

- economics**, 127(2), 292-299.
- Grant, R. M. (1991). The resource-based theory of competitive advantage: implications for strategy formulation. **California management review**, 33(3), 114-135.
- Greenley, G. E., Hooley, G. J., Broderick, A. J., & Rudd, J. M. (2004). Strategic planning differences among different multiple stakeholder orientation profiles. **Journal of Strategic Marketing**, 12(3), 163-182.
- Hamel, G., & Prahalad, C. K. (1989). Strategic Intent, *Harvard Business Review*, 67(May-June), 220-321.
- Hill, C. W., Jones, G. R., & Schilling, M. A. (2014). Strategic management: theory: an integrated approach. Cengage Learning.
- Hofer, C. W. (1983). ROVA: A new measure for assessing organizational performance. **Advances in strategic management**, 2, 43-55
- Johnson, J. L., Lee, R. P. W., Saini, A., & Grohmann, B. (2003). Market-focused strategic flexibility: Conceptual advances and an integrative model. **Journal of the Academy of Marketing Science**, 31(1), 74-89.
- Knight, G. A., & Cavusgil, S. T. (2004). Innovation, organizational capabilities, and the born-global firm. **Journal of international business studies**, 35, 124-141.
- Kotabe, M., Srinivasan, S. S., & Aulakh, P. S. (2002). Multinationality and firm performance: The moderating role of R&D and marketing capabilities. **Journal of international business studies**, 79-97.
- Kotha, R., & George, G. (2012). Friends, family, or fools: Entrepreneur experience and its implications for equity distribution and resource mobilization. **Journal of business venturing**, 27(5), 525-543.
- Myers, S. C. and Majluf, N. S. (1984), Corporate financing and investment decisions when firms have information that investors do not have. **Journal of financial economics**. 13(2), 187-221
- Peridawaty, P., Toendan, R., & Wenthe, I. (2021). The effects of entrepreneurial orientation and organizational learning on marketing capability in supply chain management. **Uncertain Supply Chain Management**, 9(1), 21-30.
- Penrose, E. T. (2009). The Theory of the Growth of the Firm. Oxford university press.
- Porter, M. E. (1985). Technology and competitive advantage. **Journal of business strategy**, 5(3), 60-78.
- Ringov, D. (2017). Dynamic capabilities and firm performance. **Long Range Planning**, 50(5), 653-664.
- Rothaermel, F. T., & Boeker, W. (2008). Old technology meets new technology: Complementarities, similarities, and alliance formation. **Strategic management journal**, 29(1), 47-77.
- Shenhar, A. J., & Dvir, D. (2007). Project management research-The challenge and opportunity. **Project management journal**, 38(2), 93-99.
- Yun, J. J., X. Zhao, and S. D. Hahm (2018), Harnessing the value of open innovation: Change in the moderating role of absorptive capability, **Knowledge Management Research & Practice**, 16(3), 305-314.
- Zack, M., McKeen, J., & Singh, S. (2009). Knowledge management and organizational performance: an exploratory analysis. **Journal of knowledge management**, 13(6), 392-409.
- Zhou, K. Z., Li, J. J., Zhou, N., & Su, C. (2008). Market orientation, job satisfaction, product quality, and firm performance: evidence from China. **Strategic Management Journal**, 29, 985-1000

[abstract]

A Study on the Effects of Business Performance of Core Competency and Obstacles in Small Manufacturers

Daegu Kim*, Kyusoo Ha**

This study analyzes the effect of core competency and obstacles of small manufacturer, Also, it analyzes how much more positive impact could be made by competitive advantage by the mediated effect. For this study, data was collected from 293 CEO by using questionnaires. The statistics analysis SPSS 24.0 and Process macro was used, it is a factor analysis, reliability test and multiple regression analysis, Process macro for hypothesis verification.

The result of the study is the following.

First, as a result of examining the effect of the core competency on the business performance, it was found that among the core competency factors, marketing competency and technology competency had a significantly positive effect on the business performance. Second, as a result of examining the effect of obstacles factor on the business performance, financing had a negative effect on the business performance. Thirdly, in the relationship between core competency, obstacles factor and business performance, the mediating effect of competitive advantage was significant marketing competency→competitive advantage→business performance, technology competency→competitive advantage→business performance, financing→competitive advantage→business performance.

Thus, the results of the present study provide the following managerial implications. First, government should provide support to enhance marketing competence and technical competence for sustained competitive advantage and better performance in small manufacturers. Second, marketing competency and technology competency may be a good strategic orientation for sustained competitive advantage and better performance.

Key words: marketing competency, technology competency, competitive advantage, business performance

* First Author, Hoseo University, The Graduate School of Venture, Ph.D. Candidate, spacekdgg@naver.com

** Corresponding Author, Hoseo University, The Graduate School of Venture, Professor, kyusooaha@naver.com