

## 전통시장 상인의 심리적 특성과 역량요인이 사업성과에 미치는 영향에 관한 연구\*

김다희 (호서대학교 벤처대학원 벤처경영학과 박사과정)\*\*

하규수 (호서대학교 벤처대학원 벤처경영학과 교수)\*\*\*

### 국 문 요 약

본 연구는 전통시장 상인의 심리적 특성 및 역량요인이 사업성과에 미치는 영향을 분석함으로써 관련 요인을 규명하고 동시에 정부지원 정책의 조절효과를 검증함으로써 전통시장 활성화를 위한 독립변수와 종속변수, 조절변수간의 인과관계를 검증하는데 연구의 초점을 두었다.

본 연구는 전통시장 특성화시장 사업의 경험을 갖고 있거나 현재 중기부 특성화시장 사업을 진행 중인 수도권의 대표적인 전통시장 상인들을 대상으로 조사하였다. 수집된 데이터를 바탕으로 경험적 연구를 수행하였다. 분석한 결과는 다음과 같다.

첫째, 상인의 심리적 특성 요인으로는 자부심, 상인역량으로는 고객관리 역량, 정보화 역량이 사업성과중 재무적 성과에 유의미한 정(+)의 영향을 미치는 것으로 나타났다. 둘째, 정부지원정책의 조절효과를 검증한 결과 상품 역량이 사업성과중 재무적 성과에 유의미한 정(+)의 영향을 미치는 것으로 나타났으며, 자부심과 상품역량이 사업성과중 사업지속의지에 유의미한 정(+)의 영향을 미치는 것으로 나타났다.

본 연구의 실질적인 성과는 전통시장 상인들의 심리적 특성 및 역량요인을 독립변수로 하여 정부지원정책을 조절변수로 사업성과를 측정하여 정부지원정책의 효용성을 검토한 논문이다. 이를 위해 상인의 심리적 특성요인과 상인역량요인이 사업성과에 미치는 영향 여부를 확인하고 정부지원의 조절효과를 분석하여 의미 있는 연구결과를 도출해냈다는 점이 긍정적으로 평가될 것이다.

핵심주제어: 전통시장, 심리적 특성요인, 상인역량요인, 정부지원정책, 사업성과

## I. 서론

그동안 빠르게 변화하는 유통산업은 대형할인점, 복합쇼핑몰, 편의점, 홈쇼핑, 기업형 슈퍼마켓(SSM) 등의 성장을 가져왔으며, 4차 산업의 기술혁신은 유통산업에 또 하나의 변화를 초래하여 현재는 사이버 공간을 바탕으로 다양한 형식의 유통산업이 진화하는 과정 중에 있다. 특히, 코로나19 확산에 따른 비대면 소비문화와 거래방식의 변화는 전자상거래(e-commerce)의 거래 확대로 이어져 전통적인 거래방식에서 온라인 거래방식이 빠르게 증가하고 있음을 알 수 있다.

전통시장에서는 이러한 소비자트렌드 및 유통환경 변화에 대한 적응의 필요성이 대두되었다. 전통시장의 활성화를 위해서 과거에는 시장의 물리적 시설의 편의성 증대에 초점을 맞춰 관련 연구와 정부의 정책적 지원 등이 진행되어왔으나 고객들의 전통시장 상시 방문을 증가시키기 위해서는 현대화된 물리적 시설만으로는 유통시장의 변화된 트렌드를 쫓아가기에는 한계가 있다.

그러므로 전통시장에서 유통산업의 사회적 환경 변화에 대한 대응과 적응을 위해서는 소비자의 니즈를 파악하고 트렌드를 선도할 수 있는 전통시장 자체는 물론 상인 개인의 역량의 중요성을 강조하고 있다(이인선·하규수, 2019). 그러나 전통시장을 대상으로 한 연구들은 전통시장을 이용하는 고객 측면에서 유통채널의 선택속성과 고객만족 요인에 초점을 두고 연구되어왔거나, 또는 시장 활성화 정책이나 전통시장 환경개선사업의 효과분석 중심으로 진행되어왔다(이재하, 2007; 허재완·송남현, 2009; 이충기·송학준, 2011). 이러한 연구결과들 중 전통시장의 환경정비 사업이 시장의 위축을 방지하는데에는 일정부분 기여하였다(허재완·송남현, 2009). 그러나 전통시장의 경쟁력강화에는 영향을 미치지 못하였다고 평가되고 있으나, 매출액 증가율을 추정하여 파급효과 면에서 긍정적인 평가로 보고되고 있다(이충기·송학준, 2011). 그러므로 현시점에서는 무엇보다 전통시장의 경쟁력 강화를 위해서는 상인의 역량이 무엇보다 요구되는 상황이다.

과거 전통시장의 유통과정은 공급자 우위에서 상품과 가격 결정측면에서 고객의 선택이 제한되었기에 상인이 가격을 결

\* 이 논문은 김다희(2020) 석사학위논문을 바탕으로 작성되었음.

\*\* 주저자, 호서대학교 벤처대학원 벤처경영학과, 박사과정, plandh@naver.com

\*\*\* 교신저자, 호서대학교 벤처대학원, 벤처경영학과, 교수, ksh@hoseo.edu

· 투고일: 2022-11-03

· 1차 수정일: 2022-12-11

· 2차 수정일: 2022-12-18

· 게재확정일: 2022-12-26

정하는 구조라서 판로 걱정이 적었다. 이에 상인들은 고객만족도에는 크게 관심이 없었으나 최근의 유통산업의 트렌드는 유통경쟁이 심해져 판매처도 다양해지게 되면서 결국 선택권은 소비자인 고객에게 넘어오면서 고객만족도가 중요하다. 그러나 전통시장이 현대적인 점포와 전자상거래(e-commerce)를 기반으로 확대되고 있는 온라인 및 모바일 기반의 유통혁신 등 유통산업의 다변화 속에서 경쟁에서 살아남기 위해서는 무엇보다 전통시장에서 상인들은 고객만족 뿐만 아니라 정보화 도구를 사용할 수 있는 역량이나 상품의 역량이 요구된다.

오늘날 전통시장의 상인들은 현대적인 점포뿐만 아니라 소비자에게 편리하고 매력적인 온라인 및 모바일 거래와도 경쟁하여야 한다. 그러므로 유통산업에서 나타나고 있는 모바일 산업의 성장에 따라 상인들도 지역의 특산물 등을 비롯해서 경쟁력 있는 상품을 통해서 기존의 다양한 유통채널과 경쟁할 수 있는 차별화된 상품역량이 필요하다. 또한 전통시장의 상인들은 소비자행동의 요구와 변화에 주의를 기울여야 하며 이를 기반으로 하는 고객관리 역량이 요구된다.

한편, 유통환경의 변화에서 적응하지 못한 상인들은 폐업을 고민하고 있다. 그동안 코로나로 인한 경제적 손실과 인플레이션 등 각종 비용 상승으로 이어져 지속적인 사업을 유지하기에 많은 어려움을 경험하고 있으며, 동일한 전통시장 내에서 상인들이 경험하는 재무적 성과는 개별적인 역량과 심리적 특성에 따라 차이를 보이고 있다.

본 연구는 기존의 전통시장의 상인을 대상으로 사업성공에 미치는 영향력을 심리적 특성과 역량요인을 중심으로 관계를 규명하고자 한다. 또한 사업성공과의 관련성에서 정부지원정책이 미치는 조절효과를 검증하고자 한다. 이러한 연구결과는 상인의 심리적 특성과 역량요인과 사업성공과의 관계에서 정부지원정책의 효용성을 규명함으로써 단기적으로 상인 개개인들이 역량을 강화하고, 장기적으로는 전통시장 활성화와 관련된 정책과 지원계획 수립 시 물리적 지원뿐만 아니라 상인의 심리적 특성과 역량이 강화되고 적절한 정부지원정책이 조화를 이룬다면 상인들의 사업성공도 자연스럽게 높아질 것이라고 예단해본다.

## II. 이론적 배경

### 2.1. 전통시장의 개념

재래시장은 '일정구역 안의 건물 또는 지하도에 설치된 다수의 점포에서 도매업자·소매업자 또는 용역업자가 상시 또는 정기적으로 모여 상품을 매매하거나 용역을 제공하는 장소'로써 근대적인 유통기능이 취약하여 경영현대화 및 정보화를 필요로 하거나 건물시설이 노후화되어 개·보수 또는 재개발·재건축을 필요로 하는 장소'로 정의하고 있다(Lim et al., 2011). 전통시장에서 생산자는 생산된 상품을 판매하고, 판매한 대금으로 생산에 필요한 원자재를 구매, 용역을 제공받는

공간으로 이 공간 내에서 이루어지는 상적, 물적 유통의 총칭적인 활동을 하는 공간'이라고 정리할 수 있다.

전통시장의 이용객이 상인들과 오랫동안 고객관계를 형성하여 공고한 유대관계를 맺음으로써 전통시장은 흥정을 통해 사람 냄새가 나는 분위기와 전통시장만의 정을 경험할 수 있는 장소로써 의미가 크다. 이러한 전통시장 상인과 고객관계를 기반으로 한 전통시장의 고객 서비스는 표준화·규격화된 기업형 유통업체의 고객 서비스에서는 느낄 수 없는 또 다른 만족감을 가져다주기 때문이다.

또한 전통시장은 경제적 기능으로써 시장경제의 논리로만 설명할 수 없는 중요한 의미를 갖고 있으며, 지역주민에게는 그 지역의 문화와 소통의 공간은 물론 지역정서를 순화시키는 장소로써 전통시장은 매우 가치가 있다는 것이다(이인선, 2017).

### 2.2. 상인의 심리적 특성요인

전통시장 상인의 심리적 특성은 사업가로서 자신만의 독특한 관점이나 욕구, 가치관을 가지며 어릴 적부터 가족이나 교우관계에서 배워온 개성이나 행동방식 등이 본인에게 영향을 끼칠 뿐만 아니라 내재화되어 개인의 가치관이 된다는 관점에서 볼 수 있다. 경영자의 심리적 특성에 관한 연구들은 주로 창업자와 비창업자를 구별하기 위한 요소로 경영자들이 갖고 있는 심리적 특성에 관한 연구들이 진행되어 왔다. 특히 성취욕구와 위험감수성은 많은 연구자들이 창업자의 심리적 특성으로 파악하였다(Begley & Boyd, 1987; Sexton, & Bowman-Upton, 1990; Lumpkin & Erdogan, 2004). 또한 전통시장의 상인들은 현재 시장환경의 어려움에도 불구하고 자기 일에 대한 자부심을 갖고 열정적인 일을 하는 심리적 특성으로 자부심을 고려하였다. 본 연구에서는 성취욕구, 자부심, 위험감수성을 요인으로 선정하였다.

#### 2.2.1. 성취욕구

창업자에게 있어서 성취욕구(Need For Achievement)는 중요한 동기 요소일 뿐만 아니라 성취욕구가 높은 사람은 목표 설정을 명확히 하고 모험성을 바탕으로 문제해결을 위해 주동적으로 나서려 하고 그 목표의 달성을 위해서 자신의 일에 몰두하는 경향성을 띠게 된다(송정현, 2017).

일반적으로 창업자에게 가장 요구되는 강력한 동기가 성취욕구이다(Yimamu, 2018). 성취욕구는 성과 기준을 충족시키거나 능가하려는 욕구이다. 성취에 대한 동기부여는 성과를 달성해야 하거나 성공을 위한 노력으로 정의되며, 어려움에 직면한 지속성과 노력으로 입증되며, 높은 성취욕구를 가진 사람은 추구하는 바와 자신감을 갖고 있기때문에 그러하지 않은 사람보다 목표를 달성할 가능성이 높다고 하였다(김용식, 2011).

성취에 대한 열망은 사람에게 동기를 부여하는 욕구이며,

이 욕구이론은 성취, 권력 및 소속의 욕구를 바탕으로 개인의 성과행동을 설명하고 예측할 수 있다는 것이다(정영라·이재섭, 2021). 결국 성취욕구는 어떤 사람이 무언가를 달성하기 위해 동기를 부여 받으면, 이것을 성취욕구라고 할 수 있다고 하였다(Seemaprakalpa, 2016). Steers(1975)는 직무과정에서 성취욕구가 업무성과와 직무태도에 영향을 미치는 것으로 나타났다. Matsui et al.(1982)도 성취욕구는 목표설정 및 과업수행을 위한 총 시도 횟수와 상관관계가 있는 것으로 조사되었으며, Baruch et al.(2004)은 성취욕구와 직무성과 사이의 직접적인 관련성이 있는 것으로 조사되었다. 최용호 외(2003)는 경영자의 역량 특성과 배경 특성이 경영성과에 미치는 영향을 분석한 결과는 기업가적 능력과 관리적 능력 모두 경영성과에 유의한 정(+)의 영향을 미치며, 그중에서 성취욕구가 가장 큰 영향을 준다는 연구결과를 발표하였다.

## 2.2.2. 자부심

최근 자부심(self-esteem)에 대한 심리학적 연구가 늘어나고 있는 추세인데, 새로운 이론과 연구 결과를 살펴보면 자부심이 심리적으로 중요한 특성요인으로 간주 되고 있다(Tracy et al., 2010). 자부심은 개인의 자존감을 유지시켜 주거나, 자아강화에 도움을 주는 동시에 수치심과 자존감에 영향을 주는 중요요인으로서 대인관계에 많은 영향을 미친다(Brown & Marshall, 2001). James(1890)는 자부심을 자기에 대한 감정에 의해 결정되는 자기감사라고 보았으며, Brown(1993)은 자부심이 자신에 대한 전반적으로 긍정적이거나 부정적인 평가로 정의하였다.

조직적인 측면에서도 자부심은 긍정적인 감정들로 장기간의 자원축적에 중점을 두어 결과적으로 개인으로 하여금 주위의 범위를 넓히고 더 광범위한 인지적 정교함을 이끌며 개인의 정보처리가 자유롭기때문에, 조직에 동기부여하고 목표달성을 높이는 원천으로서의 기능을 한다고 하였다(Fredrickson, 2002).

자신의 사업체에 대한 자부심은 조직유효성에 영향을 미칠 것이라는 가설을 분석한 결과 사업체에 대한 자부심은 직무만족에 영향을 미치는 것으로 나타났다(김창균, 2018). Kuhnen & Tymula(2012)은 직원의 자부심은 조직성과에 긍정적인 영향을 미치는 것으로 나타났으며, Gardner & Pierce(1998)은 조직 기반의 자부심은 성과평가와 만족도에 강력한 예측 변수로서 역할을 통해서 자부심이 조직성과에 긍정적인 영향을 미친다고 하였다. Whelpley & McDaniel(2016)은 자존감과 직장에서의 비생산적인 행동 사이의 관련성을 규명하였으며, 이를 통해서 조직과 관리자는 직원의 자부심 수준을 적절하게 통제하여 생산성에 기여할 수 있도록 해야 한다고 하였다.

## 2.2.3. 위험감수성

위험감수성은 불확실한 사업환경에서 사업가들의 행동방향을 설정해 주는 중요한 요인으로 보고 있다. 이는 사업체의 높은 성공률을 담보하기 위해서 위험성에서 대처하고 해결할

수 있는 사업가의 특성이 매우 중요하다고 하였다(박지유, 2013). 위험감수성이 낮은 사람은 매사에 결정을 내리는데 신중하고 주저하는 반면, 위험감수성이 높은 사람은 문제해결을 위해 행동을 즉각적으로 실행에 옮기고 이를 기회로 생각하는 특징이 있다.

Matsuno et al.(2002)는 기업가의 위험감수성이 경영성과에 영향을 미친다고 주장하였다. 황미애(2007)는 여성경영자의 심리적 특성 중 위험감수성향이 경영성과에 긍정적 영향을 미친다고 주장했다. 송정현(2017)은 농업경영인의 심리적 특성 중 위험감수성은 경영성과에 유의미한 영향이 없으나 농업경영컨설팅에는 유의미한 영향을 미치는 것으로 나타났다. 나상균(2014)은 소상공인 기업가의 심리적 특성 중 위험감수성향이 경영성과에 유의미한 영향을 미치는 것으로 조사되었다. Gilley et al.(2002)은 최고경영자의 위험감수성향이 기업성과에 미치는 영향력을 조사한 결과 위험감수성이 기업성과에 강력한 긍정적 영향을 미치는 것으로 조사되었다.

Simsek(2007)는 위험감수성이 기업가적 이니셔티브 추구에 직접적인 영향을 미침으로써 위험감수성이 기업성과에 간접적으로 긍정적인 영향을 미치는 것으로 나타났다.

## 2.3. 역량요인

역량(Competency)은 1970년대 하버드 대학에서 전통적인 학업, 적성 검사 혹은 성취도 검사의 한계를 지적하면서 인적자원관리와 관련하여 역량의 개념을 체계화하였다(이인선, 2017). 역량은 개인성과를 예측하거나 설명할 수 있는 다양한 심리적, 행동적 특성이며, 지능이라는 의미보다는 직무를 수행하여 실제성과로 나타내는 데 있어 필요한 구체적 특성이라 할 수 있다(김윤두 외, 2013).

전통시장은 급변하는 유통환경에서 경쟁하기 위해서 전통시장만의 핵심 역량을 강화하고 지속적인 고객관리 및 상품역량강화를 통해 경쟁력을 강화의 필요성이 대두되었다. 특히 전통시장의 생존을 위해 동종 업체 간 서비스 경쟁을 지양하면서 자신만의 특화된 전문분야를 확대하여 브랜드화하고 효율적으로 사업체를 운영할 수 있는 시장과 개인이 통합된 노력으로 유통환경 변화에 능동적으로 대처할 필요성이 강조되고 있다(이인선, 2017).

### 2.3.1. 상품역량

상품역량은 전통시장 이미지에 의미 있는 영향을 주고 있으며, 이는 고객의 지각된 가치로 연결되어 점포 선택에서 매우 중요한 결정요인이 된다. 전통시장의 상품구성이 시장 활성화에 미치는 영향을 조사한 바에 의하면 활성화 근린시장의 경우는 축산물과 가정용품의 비중이 유통고객 수에 긍정적인 영향을 미치고 있으며, 중소시장의 경우는 축산물과 가공식품의 비중이 상대적으로 유통고객 수의 증가에 영향을 미침을 밝혀냈다(박주영, 2009). 전통시장 상인들이 가장 어려워하는

상품화 계획과 실천분야가 그 시장의 이미지인 시장가치성과 시장인지성과 같은 순차적인 시장 활성화에 관련하여 밀접한 구조적 관계와 역할을 가지고 있으며, 최종적으로 사업성파에 중요한 역할을 하고 있다(서근하 외, 2009).

관련 선행연구를 살펴보면 이인선·하규수(2019)는 전통시장 상인의 역량이 사업성파에 미치는 영향을 분석한 결과 상품 역량은 사업성파에 긍정적인 영향을 미치는 것으로 나타났다.

Ramanathan(2011)은 이커머스의 B2C 부문에서 회사의 성과는 상품관리와 밀접한 관련이 있는 것으로 나타났다.

Wongleedee(2015)는 전통시장에 영향을 미치는 마케팅믹스 요인을 분석한 결과 제품요인은 구매행동에 영향을 미치는 요인으로 분석되었으며, 상품의 독특성은 현대식 슈퍼마켓보다 전통시장이 더 큰 것으로 나타났고, 이는 전통시장에서 쇼핑을 결정하는 주요 동기로 분석되었다.

### 2.3.2. 고객관리 역량

모든 산업에서 고객관리는 경쟁에서 경쟁우위를 확보하는데 중요한 역할을 한다. 유통산업 전반에 있어 시장점유율 확대와 신규고객유치를 목적으로 하는 공격적 마케팅 전략보다 방어적 마케팅 전략의 중요성이 점차 커지고 있다. 이는 고객 충성도 제고와 기존 고객 유지 강조 및 고객의 이탈을 최소화 하려는 의도이다(Kotler et al., 2001). 또한 기존 고객을 유지함으로써 신규 고객을 유인시 발생하는 비용을 줄이고 기존 고객으로부터 발생하는 수익 증가와 긍정적인 구전 효과 등의 이점으로 인해 기업의 마케팅 관리자에게 지속적인 고객유지는 매우 중요한 요소로 강조되고 있다(Reichheld, 1996). 그래서 전통시장에서 고객친화적인 고객관리에 대한 상인역량이 요구되고 있는 추세이다.

관련 선행연구를 살펴보면 실증연구 결과 이인선·하규수(2019)는 전통시장 상인의 고객관리역량은 사업성파에 긍정적인 영향을 미치는 것으로 나타났다. 김형철 외(2014)는 은행원의 고객지향성은 경영성과에 유의한 영향을 미치는 것으로 나타나 경영성과를 높이기 위해서는 은행업에 종사하는 은행원이 고객지향성을 높이기 위한 노력이 필요하다고 하였다. Gupta et al.(2020)은 이커머스에서 고객역량이 기업의 의사결정 성과에 미치는 긍정적 영향력을 규명하였다. 또한 이커머스의 B2C 부문에서 회사의 성과는 고객지원과 밀접한 관련이 있는 것으로 나타났다(Boyce & Mano, 2018).

### 2.3.3. 정보화도구이용 역량

현재 정보기술(IT)은 모든 산업의 수익창출을 위한 다양한 분야에서 필요로 하는 역량이다. 최근 코로나 19의 영향과 IT의 발달로 모든 산업환경에 미치는 영향력이 증대되고 있다. 특히 코로나 19로 인한 전통시장의 디지털 시장으로의 진입이 4-5년은 앞당겨지게 되었다는 평가가 나온다. 비대면 시대에 온라인-오프라인에서 사업을 진행하지 않으면 생존을 담보할 수 없기에 자연스럽게 온라인 매출과 오프라인 매출의 비중을 균형 있게 가져갈 수밖에 없기 때문이다. 그래서 코로나

19시대의 비대면 판매추세는 상인들의 IT 활용역량이 중요해지고 있다. 중소벤처기업부(소상공인시장공단)에서는 인적, 물적자원의 제공과 효율적인 프로그램을 통하여 전통시장 디지털 인프라에 적극 투자하고 있다.

사업가의 정보화역량은 기술적, 관리적, 적용성의 역량이 사업성파에 유의한 영향을 미치는 것으로 분석되었다(임현철·노유진, 2016). Pagoropoulos et al.(2017)은 디지털 기능의 활용이 고객이 위협과 기회에 보다 잘 대응할 수 있도록 비용 추정의 중요성을 강조했다. Mahakittikun et al.(2020)은 기술의 혁신성의 중요성을 강조하면서 동남아시아 가맹점에서 모바일 결제를 수용하는 기업이 기업 성과에 긍정적인 영향을 미치는 것으로 나타났다. Vijayalakshmi & Jayalakshmi(2019)은 은행산업에서 디지털 거래의 증가는 재무성과에 긍정적인 영향을 미치는 것으로 확인되었다.

### 2.3.4. 상품가격경쟁력 역량

가격이란 재화나 용역의 유한한 수량, 무게 또는 기타 척도를 구매하는 가치를 의미한다(Santiwong, 1997). 가격은 고객의 구매행동에 영향을 미치는 주요 요인으로 지목되어 왔다(Jarvenpaa & Todd, 1996). 소비자들은 ‘신선한 상품’을 ‘필요할 때 필요한 만큼’, ‘저렴한 가격’에 살 수 있다는 점 때문에 인근 대형마트보다 전통시장을 선호하고 있다(송근석·범상규, 2011).

국내 최초로 전통시장에 소비자에 대한 FGI 조사에 의하면 경쟁력을 추출한 결과 소비자가 지각하는 전통시장의 경쟁우위 요인으로 저렴한 가격이 제시되었다(박봉두·노정규, 2007). 그러나 전통시장은 가격이 싸고 품질이 좋다고 주장하지만, 고객신뢰를 확보하지 못하는 전통시장의 전반적인 이미지는 전통시장 활성화를 가로막는 장애요인이 되고 있다(박재수·김응규, 2012). 그러므로 전통시장의 가격 경쟁력 역량을 확보해야 하며, 이를 소비자가 지각하게 된다면 소매점 선택에서 전통시장의 선택이 증가할 것으로 기대된다. 전통시장은 다수 상인들을 업종별로 집단 수용하여 점포간의 경쟁으로 저가판매를 위한 가격경쟁이 형성되어 있다(안명훈, 2017).

이인선·하규수(2019)는 전통시장 상인의 역량이 사업성파에 미치는 영향을 분석한 결과 가격역량은 사업성파에 긍정적인 영향을 미치는 것으로 나타났다. Wongleedee(2015)는 전통시장에 영향을 미치는 마케팅믹스 요인을 분석한 결과 가격요인은 구매행동에 영향을 미치는 요인으로 분석되었다.

Degeratu et al.(2000)은 전통적인 슈퍼마켓 또는 온라인 등 다양한 매장환경에서 가격이 소비자 선택에 미치는 영향력을 분석한 결과 온라인 매장에서 가격민감도가 높은 것으로 나타났다. 가격과 판촉활동은 전통적인 쇼핑방식에서 선호도가 높은 것으로 나타났다. 이러한 선행연구를 통해서 고객들은 저렴한 가격으로 상품을 구매할 수 있는 기회를 중요하게 판단하여 구매하게 된다.

## 2.4. 정부지원정책

중소벤처기업부에서는 전통시장 활성화라는 측면에서 전통시장 및 상점가의 경쟁력 기반 구축을 위해 전통시장 고객실태조사, 지역상권 경쟁력제고를 통해 전통시장 지원사업으로 특성화 시장육성사업을 통해 특색 있는 전통시장으로 육성하고, 소상공인 전용지원자금을 운영하여 어려운 소상공인들을 지원하여 상인들의 자생력강화에 목적을 두고 각종 맞춤형 정책자금을 지원하고 있다.

<표 1> 전통시장 활성화 지원사업 (2021)

구분	분류	세부내용
특성화 첫걸음 기반 조성	규모	총 30곳 내외
	기간	2022. 1월 ~ 2022. 12월(최대1년)
	내용	3개 서비스 혁신, 2대 조직역량 강화 등 특성화시장 사업 추진을 위한 5대 핵심과제 중점 수행
	조건	1년간, 최대 3억원 이내
문화관 광형 시장 육성 사업	규모	총50곳 내외(신규)
	기간	2022.1월 ~ 2023.12월(최대 2년)
	내용	문화, 관광, 역사 등 지역특색과 연계한 시장 투어코스, 체험프로그램 등 문화콘텐츠 육성 등
	조건	2년간, 최대 10억원 이내
디지털 전통 시장 육성 사업 (신설)	규모	총50곳 내외
	기간	2022.1월~2023.12월(최대2년)
	내용	디지털 전통시장 사업 운영주체(협동조합) 설립 및 사업모델 수립을 위한 교육지원
	조건	2년간, 최대 6억원 이내
지역선 도시장 (22년 폐지)	규모	총 2곳(신규 1곳, 계속 1곳)
	기간	지원시장 최종 확정일로부터 2년간
	내용	특화콘텐츠 육성 / 관광객 유입촉진 / 지역사회 상생협력 / 자생력 강화
	조건	시장 당 2년 간, 최대 20억원 이내
상권 르네 상스	규모	22년까지 30곳 조성 예정
	기간	사업 계획 고시 완료일로부터 5년
	내용	지자체, 상인회 주도로 상권의 특색이 반영된 구역을 조성하고 소평, 커뮤니티, 청년창업, 힐링(문화,예술) 등이 이루어지는 상권 조성
	조건	구역당 5년간 60억~120억
복합 청년물 확장 사업	규모	총 5곳 내외(신규)
	기간	최종 선정일 ~ 2022. 12월
	내용	청년물 진입환경 개선, 기반시설 개선, 고객 및 지역민 소통, 편의시설, 청년 점포 추가 조성 등

출처: 소상공인시장진흥공단(www.semas.or.kr) 특성화시장지원사업(연구자 재정치)

대표적인 정부의 특성화시장 육성사업은 전통시장 활성화사업으로 지역의 역사, 문화, 관광자원과 연계하여 시장 고유의 특성과 장점을 살린 볼거리, 즐길 거리, 먹거리 등을 특화 육성함으로써 고객이 즐겨 찾는 개성과 특색 있는 전통시장을 육성하는데 목적을 두고 사업이 진행되고 있다. 특성화시장 육성사업은 특성화 첫걸음기반조성시장, 문화관광형시장 육성사업, 디지털전통시장 육성사업(22년 신설), 상권르네상스사업으로 크게 구분할 수 있다.

정부의 전통시장을 위한 정부의 정책지원으로 정부 정책자금 지원이 있다. 소상공인 정책자금은 코로나 여파로 인하여 집합금지업종 소상공인 임차료 용자 프로그램을 집중 운영하고 있으나 최근 코로나 방역의 개념변화에 따른 정부의 정책도 변화가 감지되고 있는데, 지원목적은 사회적 거리두기 단계 격상으로 경영애로를 겪은 집합금지업종 소상공인 대상으로 저금리 임차료 대출지원을 진행하고 있다.

21년도의 지원대상은 집합금지업종 소상공인으로 수도권은 2.5단계 및 비수도권 2단계로 2.5단계는 유흥시설 5종(유흥주점, 단란주점, 감성주점, 헌팅포차, 콜라텍), 노래연습장, 실내스탠딩공연장, 직접판매홍보관, 실내체육시설, 학원(교습소포함)에 해당된다. 2단계는 유흥시설 5종만 해당된다. 고정금리 1.9%로 5년 이내(2년 거치 3년 상환)로 한도는 업체당 1천만원이다. 일반적인 정부정책자금 지원의 내용은 아래와 같으며 융자대상 및 조건은 21년 소상공인 공통지원 자격으로 소상공인 보호 및 지원에 관한 법률상 소상공인으로 상시근로자 5인 미만의 업체에 해당된다(단, 제조업, 건설업, 운수업, 광업: 상시근로자 10인 미만 업체). 제외업종은 유흥 향락 업종, 전문 업종, 금융업, 보험업, 부동산업 등이다.

<표 2> 정책자금 지원내역(2021)

구분	세부	신청요건	금리
성장 기반 자금	소공인 특화자금 (일반)	(직접대출) 제조업을 영위하는 10인 미만의 소공인이거나 자동화설비 도입하여 운영 중, 또는 도입하고자 하는 소공인	연 2.51%
	소공인 특화자금 (일반,자동 화설비)	(직접대출) 제조업을 영위하는 10인 미만의 자동화설비 도입하여 운영 중이거나 도입하고자 하는 소공인	연 2.31%
	성장촉진 자금	(직접,대리대출) 업력 3년 이상이며 자동화설비 도입하여 운영 중이거나 도입하고자 하는 소공인	(일반) 연 2.31%
		업력 3년 이상 소상공인 업력 3년 이상이며 최근 3년 이내 소상공인 컨설팅 이수	(자동 화) 연 2.11%
스마트 소상공인 전용 자금	스마트 설비도입	(직접대출) 스마트설비도입 또는 스마트기술장비/ON-line 등을 활용하여 영입중인 소상공인	연 2.11%
일반 경영 안정 자금	혁신형 소상공인 자금	(직접대출) 백년 소공인 또는 백년가게, 기타 혁신형소상공인으로 공단이 선정한 소상공인	연 2.11%
	일반경영	(일반경영) 업력 1년 이상 소상공인	연 2.51%
일반 경영 안정 자금	창업초기	(경영초기) 업력 1년 미만이고 중소벤처기업부 장관이 정한 교육과정을 수료한 소상공인(대리대출), 사관학교 졸업생 중 창업자(직접대출)	연 2.51%

구분	세부	신청요건	금리	
	여성가장	(여성가장) 경제활동 능력이 없는 부양가족만 있는 여성가장	연 2.51%	
	사업전환	(사업전환) 소상공인 재창업패키지" 교육을 이수한 소상공인	연 2.11%	
	신사업창업사관학교	(직접대출) 신사업창업사관학교 졸업생 중 창업 소상공인	연 2.51%	
특별 경영 안정 자금	장애인기업	(장애인기업) 장애인복지카드(국가유공자) 또는 장애인기업확인서를 소지한 소상공인	연 2% (고정 금리)	
	위기지역 지원	(위기지역) 고용위기지역, 산업위기대응특별지역 등 17개 지역 소재 소상공인	연 2% (고정 금리)	
	긴급 경영안정	(긴급경영) 재해확인증을 발급받은 소상공인	연 2% (고정 금리)	
	제도전 특별자금	(직접대출) 저신용자(CB 또는 SOHO 7-10등급) 중 사업성이 우수한 소상공인	연 4% (고정 금리)	
	도시정비 사업 구역전용	(직접대출) 도시재생, 재개발 등 정비과정에서 경영애로를 겪는 지역 소상공인	연 2% (고정 금리)	
	사회적 경제기업	(직접대출) 협동조합, 사회적기업(예비사회적기업), 마을기업, 자활기업	연 2.31%	
	생활혁신형 창업지원 연계자금	(직접대출) 생활혁신형 창업지원사업에 선정된 소상공인 중 창업업체	연 2.5% (고정 금리)	
	청년고용 특별자금		(청년고용) 대표자가 만39세 이하인 청년소상공인 또는 신청일 기준, 전체 상시근로자 가운데 50% 이상인 청년근로자를 고용 중이거나 최근 1년 이내 청년근로자 1인 이상 고용하고 유지 중인 소상공인 *청년은 만 39세 이하 내국인에 한함	연 2.31%
			(청년특별1) 21년 청년근로자(만 39세이하) 1명 고용기업	연 2.11%
			(청년특별2) 21년 청년근로자(만 39세이하) 2명 이상 고용기업	연 1.91%

출처: 소상공인시장진흥공단(www.semas.or.kr) 소상공인 지원자금(연구자 재정의)

## 2.5. 사업성과

성과측정은 사업체의 목표와 방향이 어디로 향하고 있는지에 대한 정보를 파악하는 지표이다. 즉, 성과측정은 수립된 목표를 향한 사업체의 진척상황을 알려주고 결함이나 정체상태를 식별할 수 있게 하며 사업지속의지에도 영향을 줄 수 있다. 이와같이 사업성과는 매우 다양하고 포괄적인 의미를 내포하고 있기 때문에 어떤 단순구분으로 그 전체적 의미로 해석하는 데는 무리가 따른다. 즉 사업성과란 사업체를 구성하는 각 사업부문의 기능, 기업의 목표를 실현하기 위하여 달성한 결과 등 책임단위의 성과를 모두 합한 것으로 볼 수 있기 때문이다(이인선, 2017). 따라서 본 연구에서의 사업성과 측정시 소상공인의 사업체가 설정한 목표달성을 위하여 달성된 결과로써 재무적 성과 및 비재무적인 요소인 사업지속의지를 포함시켜 분석해 보고자 한다.

## III. 연구의 설계

### 3.1. 연구가설

전통시장 상인의 심리적 특성으로 성취욕구, 자부심, 위험감수성을 살펴보면 Steers(1975), Matsui et al.(1982), Baruch et al.(2004) 등은 직무에서 목표설정과 과업수행에 있어 성취욕구는 성과와 관련성이 있는 것으로 나타났으며, 송정현(2017)은 농업경영인의 심리적 특성 중 성취욕구는 경영성과에 유의미한 영향을 미치는 것으로 나타났다. 황미애(2007), 나상균(2014)은 심리적 특성 중 성취욕구가 경영성과에 긍정적 영향을 미친다고 주장했다.

자부심과 관련된 선행연구에서 Kuhnen & Tymula(2012), Gardner & Pierce(1998), Whelpley & McDaniel(2016), 김창균(2018)은 조직활동에서 직원의 자부심은 조직성과와 직무만족도와 관련성이 있는 것으로 조사되었다.

위험감수성에 대한 심리적 특성에 관한 연구들은 특히 창업가와 비창업가를 구별하는 특성으로 연구들이 진행되어왔다(Matsuno et al., 2002; Gilley et al., 2002; Simsek, 2007; 황미애, 2007; 나상균, 2014; 송정현, 2017). 이들 연구들은 창업가의 위험감수성이 경영성과에 미치는 긍정적인 영향력을 분석하였다. 이러한 선행연구를 통해서 심리적 특성인 성취욕구, 자부심, 위험감수성은 성공한 상인들의 대다수에서 발견하는 특성으로써 급변하는 유통환경에서 보다 능동적이고 대처하여 사업성과에 영향을 미칠 것으로 파악하고 선행연구를 바탕으로 다음과 같은 가설을 설정하였다.

**가설 1: 전통시장 상인의 심리적 특성은 사업성과에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.**

- 1-1: 상인의 성취욕구는 재무적 성과와 사업지속의지에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.
- 1-2: 상인의 자부심은 재무적 성과와 사업지속의지에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.
- 1-3: 상인의 위험감수성은 재무적 성과와 사업지속의지에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

본 연구에서는 상인역량의 구성요소를 상품역량, 고객관리역량, 정보화도구이용역량, 상품가격경쟁력역량으로 분류하고, 이러한 구성요소들이 사업성과에 미치는 영향력을 분석하였다. 상인의 개별적 역량과 관련된 선행연구를 살펴보면 이인선·하규수(2019)는 전통시장 상인역량 중 상품역량이 사업성과에 긍정적인 영향을 미치는 것으로 나타났다.

Ramanathan(2011)은 상품관리 능력과 기업성과와 관련성이 높으며, Wongleedee(2015)는 전통시장에서 제품요인이 고객의 구매결정에 미치는 영향력이 높은 것으로 조사되었다.

또한 상인의 고객관리역량이 사업성과와 관련된 연구로 대표적으로 이인선·하규수(2019)는 전통시장 상인의 고객관리역

량은 사업성과에 긍정적인 영향을 미치는 것으로 나타났다. 이 외에 서비스 업종인 은행과 이커머스 등에서 고객관리역량이 성과와 밀접한 관련이 있음을 제시하였다(김형철 외, 2014; Boyce & Mano, 2018; Gupta et al., 2020).

최근 유통환경의 변화 중 디지털화가 많은 영향을 미침에 따라 상인의 정보화역량이 요구되고 있다. 대표적으로 임현철·노유진(2016)과 Pagoropoulos et al.(2017), Mahakittikun et al.(2020), Vijayalakshmi & Jayalakshmi(2019)은 정보화 역량이 거래 비용을 낮추고 기업성과에 긍정적인 영향을 미치는 것으로 나타났다.

전통시장의 상인에게 요구되는 역량으로 상품가격경쟁력 역량이 필요하다. 이는 다양한 이커머스와 경쟁에서 필요로 하는 역량으로 가격이 고객의 구매의사결정에 중요한 요소이기 때문이다. 이인선·하규수(2019), Wongleede(2015), Degeratu et al.(2000)은 가격요인이 구매행동에 영향을 미치는 요인으로 분석되었다. 전통시장 상인이 대형마트 또는 이커머스와 비교하여 가격경쟁력을 통한 전통시장의 상품가격역량의 보유는 상인의 사업성과에도 긍정적인 영향을 미칠 수 있을 것이다. 이를 바탕으로 다음과 같은 가설을 설정하였다.

**가설 2: 전통시장 상인의 역량은 사업성과에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.**

- 2-1: 상인의 상품역량은 재무적성과와 사업지속의지에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.
- 2-2: 상인의 고객관리역량은 재무적성과와 사업지속의지에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.
- 2-3: 상인의 정보화도구이용역량은 재무적성과와 사업지속의지에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.
- 2-4: 상인의 상품의 가격경쟁력역량은 재무적성과와 사업지속의지에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

전통시장에 대한 정부정책 지원사업의 효과 측정 연구는 크게 시설개선(김중식, 2003; 이준호 외, 2013)과 경영개선(허소영·이희정, 2012; 박창호·구자훈, 2014)에 대한 주제로 이루어졌다. 홍경구(2013)는 전통시장 시설현대화 사업이 고객의 지출에 긍정적 영향을 주었고, 지출액 증대에는 주시설 요인과 부대시설 요인, 그리고 프로그램 요인 모두의 개선이 필요하다고 하였다. 김중식(2003)은 산업연관분석을 통해 전통시장 재개발·재건축 사업효과를 측정하여 국비 지원액 1,044억 원에 대해 생산유발효과 1,816억원, 소득유발효과 786억원, 고용유발효과 4,429명으로 분석하였다. 허소영·이희정(2012)은 문화를 통한 전통시장 활성화 사업의 주민공동체형 시장활성화 프로그램에 대한 효과를 분석한 결과 교육프로그램보다 자원과 가치를 발굴하고 소규모공동체를 형성하여 단계별 역량강화 사업을 전개하는 것이 필요하다는 의견을 제시하였다.

박창호·구자훈(2014)의 연구에서는 공공주도의 전통시장 문화지원활동이 사회적 자본형성과 시장의 경쟁력에 미치는 영향력을 분석한 결과 문화지원 활동이 사회적자본과 경쟁력에

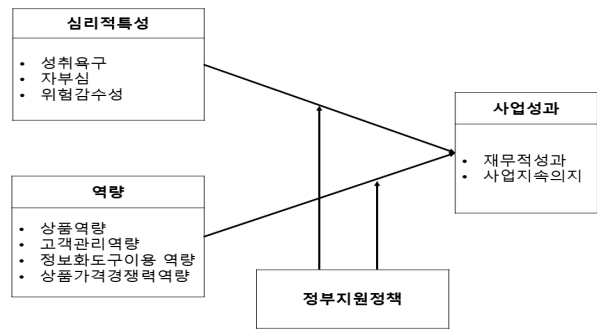
비례하는 것으로 나타났다. 송정현(2017)은 정부지원정책이 농업경영인의 심리적 특성 중 성취욕구와 경영성과와의 관계에서 매개역할을 하는 것으로 확인되었다. 이러한 선행연구를 통해서 이를 바탕으로 다음과 같은 가설을 설정하였다.

**가설 3: 정부지원정책은 상인의 심리적 특성이 사업성과에 미치는 영향력을 조절할 것이다.**

**가설 4: 정부지원정책은 상인의 역량이 사업성과에 미치는 영향력을 조절할 것이다.**

**3.2. 연구모형**

본 연구의 목적은 상인의 심리적 특성과 역량요인이 상인의 사업성과에 미치는 영향력을 확인하는데 있다. 또한 정부지원정책의 조절변수가 독립변수와 종속변수인 사업성과에 어떠한 영향을 미치는지 파악하고자 한다. 이를 도식한 연구모형은 다음과 같다.



<그림 1> 연구모형

**3.3. 변수의 조작적 정의 및 측정**

본 연구에서 사용된 측정도구는 선행연구를 바탕으로 본 연구의 목적에 맞도록 수정하고 재구성하였다. 이들 변수의 척도는 모두 Likert의 5점 척도에 의하여 측정되었다. 세부적인 내용은 <표 3>과 같다.

<표 3> 변수의 조작적 정의 및 측정문항

변수	측정문항		
심리적 특성 요인	성취욕구(5)	일에 대한 문제해결과 성과 향상을 위해 노력정도, 더 잘하고자 하는 욕구, 앞으로 배우고자 하는 욕구	McClland(1967), Mill(1984), Brockhaus & Horwitz(1986), Manning & Norbuen(1989), 김용식(2011), 육창환·전인오(2014)
	자부심(5)	현재 일에 대한 열정과 보람을 통한 자기 만족도	
	위험감수성(5)	사업의 성장과 위기에 대한 긍정적 태도와 위기에 대처 능력의 자신감	
역량 요인	상품역량(5)	상품의 조달 능력과 거래시스템 확보 능력	박봉두·노정구(2007), 이덕훈·이영석(2009), 인명훈(2017), 원혜숙(2010),

변수	측정문항		
	고객관리 역량(5)	고객응대와 고객과의 친근함 관계 유지 능력	김승욱(2012)
	정보화도구이용역량(5)	스마트폰을 활용한 거래와 고객관리 능력	
	상품가격경쟁력역량(5)	유통단계 축소로 가격경쟁력 확보	
정부 지원 정책	특성화시장 지원의 유용성(2)	정부의 특성화 지원이 시장활성에 대한 도움이 되는 정도	홍경구(2013), 박청호·구지훈(2014), 송정현(2017)
	정부정책자금 대출의 유용성(2)	정부의 소상공인 정책자금 대출사업의 유용성	
사업 성과	재무적성과(6)	점포의 매출과 순이익의 증가 단골 고객의 증가	Kaplan & Norton(2007), 정피아(2016), 여경은(2016)
	사업지속 의지(5)	현재 사업에 대한 긍정적인 태도와 미래 비전	

### 3.4. 자료의 분석

본 연구의 연구목적 수행하기 위해서 SPSS 23.0 통계프로그램을 활용하여 분석하였다. 세부적인 내용은 다음과 같다.

첫째, 조사된 자료의 특성을 파악하고 조사대상자의 특성을 파악하기 위하여 기술통계(Descriptive Statistics)인 빈도분석(Analysis of Frequency)을 사용하였다. 둘째, 측정변인들의 타당성을 확보하기 위해 탐색적 요인분석(EFA)을 실시하였으며, 또한 Cronbach's  $\alpha$  계수를 살펴 신뢰성을 검증하였다.

셋째, 상관분석을 통해 연구 변수들간의 관계를 확인하였다. 넷째, 가설검증을 위한 사업성과에 영향력을 미치는 요인을 파악하기 위하여 다중회귀분석(Multiple Regression Analysis)을 실시하였다.

## IV. 실증 분석

### 4.1. 자료수집 및 표본의 특성

#### 4.1.1. 자료수집

본 연구는 전통시장 상인을 대상으로 설문조사를 하였으며, 설문조사를 위한 전통시장은 서울, 인천, 경기도 소재 15개 전통시장을 대상으로 하였다. 본 조사는 자기기입식 설문지법으로 자료를 수집하기 위하여 방문 및 서면조사 등을 통해 수행하였으며, 문헌과 선행연구 고찰을 통하여 설문항목을 추출하고, 기존 선행연구가 없는 질문문항에 대하여는 연구자가 개발, 보완하였으며, 1차 예비조사용 설문지를 2021년 6월 10일부터 20일까지 조사하였으며, 그 결과를 바탕으로 2021년 7월 1일부터 7월 15일까지 15일 동안 300부를 배포하며 245부를 회수하였다. 최종 분석 자료는 기재 누락된 설문지를 제외한 유효표본 최종 240부를 분석하였다.

### 4.1.2. 표본의 특성

본 연구이 표본의 특성은 다음과 같다.

<표 4> 표본의 인구통계학적 특성

(N=240)

변수	Group	N(%)
성 별	남 자	99(41.3)
	여 자	141(58.8)
연 령	40세 이하	24(10.0)
	41-50세	55(22.9)
	51-60세	98(40.8)
	61세 이상	63(26.3)
교육수준	고졸미만	54(22.5)
	고졸	138(57.5)
	전문대졸	16(6.7)
	대졸	32(13.3)
매출	500만 원 이하	73(30.5)
	600만원 ~1,000만원	80(33.5)
	1,100만 원 이상	86(36.0)
소득	200만 원 이하	86(35.8)
	2101만원 ~ 400만원	83(34.6)
사업경력	410만 원 이상	71(29.6)
	1-5년 미만	53(22.1)
	6년 ~10년	65(27.1)
	11년 ~15년	34(14.2)
	16년 ~20년	33(13.8)
시장경력	21년 이상	55(22.9)
	1-5년 미만	69(28.8)
	6년 ~10년	75(31.3)
	11년 ~15년	28(11.7)
	16년 ~20년	27(11.3)
상인교육경력	21년 이상	41(17.1)
	없음	114(47.5)
	1회	61(25.4)
	2회	24(10.0)
가족과 공동사업유무	3회 이상	41(17.1)
	공동사업하고 있음	102(42.5)
	공동사업하고 있지 않음	138(57.5)

### 4.2. 측정도구의 타당성 및 신뢰성

본 연구에서는 요인분석을 통해서 타당도를 확인하고자 한다. 요인분석은 측정하고자 하는 개념의 변수들을 최소한으로 축소하여 공통항목으로 묶는 방법으로 변수의 파악은 측정변수들 간의 상관행렬의 구조를 바탕으로 자료를 해석하는 분석기법이라고 할 수 있다.



<표 5> 요인분석

요인	성분									
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
재무적성과1	.851	.042	.096	.045	.161	-.054	.149	.112	.163	.008
재무적성과2	.838	.030	.075	.067	.095	.051	.147	.096	.106	.046
재무적성과6	.798	.132	.252	.047	.073	.165	.103	.110	.125	.011
재무적성과5	.797	.097	.285	.138	.045	.211	.064	.071	.100	.053
재무적성과3	.693	.156	.333	.099	.112	.230	.177	.114	.128	.111
재무적성과4	.559	.139	.297	.139	.122	.378	.224	.050	.169	.145
상품역량1	.030	.824	.114	.154	.201	.119	.057	-.041	-.007	.012
상품역량2	.066	.811	.170	.232	.100	.146	.112	.087	.064	.179
상품역량5	.078	.808	.097	.184	.066	.212	.168	.117	.048	.149
상품역량3	.139	.777	.114	.220	.048	.174	.191	.162	.050	-.033
상품역량4	.158	.767	.102	.139	.072	.127	.088	.270	.109	.005
사업자수용자2	.234	.081	.799	.151	.197	.149	.067	.186	.078	.066
사업자수용자3	.246	.104	.778	.180	.215	.022	.081	.138	.086	.145
사업자수용자4	.238	.145	.742	.127	.315	.143	.169	.073	.143	.086
사업자수용자1	.216	.167	.727	.215	.159	.181	.094	.071	.002	.086
사업자수용자5	.225	.186	.688	.204	.223	.062	.216	.086	.091	-.039
가격경쟁력3	.048	.162	.142	.831	.176	.191	.044	.146	.102	.082
가격경쟁력2	.098	.259	.190	.820	.143	.146	.060	.082	.099	.138
가격경쟁력4	.091	.247	.169	.752	.196	.059	.051	.209	.072	.069
가격경쟁력1	.064	.214	.167	.734	.178	.254	.191	.104	.154	.111
가격경쟁력5	.231	.221	.244	.640	.143	.104	.089	.134	.068	.303
자부심1	.115	.110	.255	.069	.787	.155	.144	.125	.025	-.011
자부심5	.159	.112	.184	.203	.750	.234	.119	.139	.085	.194
자부심2	.131	.171	.289	.164	.746	.189	.111	.094	.089	.156
자부심4	.116	.090	.206	.241	.720	.174	.200	.160	.090	.139
자부심3	.072	.092	.163	.216	.659	.317	.098	.115	.060	.213
고객관리1	.184	.138	.008	.111	.248	.783	.057	.139	.070	.139
고객관리4	.200	.126	.091	.189	.233	.760	.078	.126	.089	-.077
고객관리2	.012	.264	.133	.168	.068	.687	.198	.050	.004	.262
고객관리5	.237	.175	.059	.118	.302	.682	.151	.075	.045	.099
고객관리3	.032	.184	.294	.122	.138	.647	.167	.048	.069	.145
정부정책4	.151	.057	.046	.054	.178	.059	.851	.106	-.036	.126
정부정책3	.167	.095	.082	.094	.137	.179	.814	.142	-.021	.175
정부정책2	.158	.228	.205	.075	.107	.184	.784	.130	.101	.011
정부정책1	.185	.216	.188	.105	.111	.130	.783	.143	.041	.086
위험감수성3	.037	.128	.117	.107	.096	.051	.094	.845	.098	.029
위험감수성2	.178	.060	.219	.135	.107	.176	.126	.784	.043	.073
위험감수성1	.154	.070	.151	.134	.083	.118	.151	.774	.158	.230
위험감수성4	.102	.234	-.023	.145	.205	.023	.134	.766	.149	.024
정보화도구3	.118	.067	.142	.087	.035	.043	.031	.095	.861	.036
정보화도구4	.122	.082	.142	.224	-.023	-.015	.014	.058	.835	-.002
정보화도구5	.120	.034	-.025	.063	.119	.052	-.029	.084	.808	.004
정보화도구1	.212	.009	.026	-.048	.104	.168	.060	.203	.581	.220
성취욕구3	.083	.099	.165	.207	.280	.188	.215	.052	.056	.717
성취욕구5	.067	.118	.159	.285	.292	.256	.215	.130	.035	.641
성취욕구4	.103	.105	.013	.197	.117	.149	.104	.389	.220	.599
고유값	4.387	4.084	4.038	3.879	3.8	3.698	3.361	3.291	2.828	1.968
분산	9.53	8.87	8.77	8.43	8.26	8.03	7.30	7.15	6.14	4.27
누적분산	9.536	18.41	27.19	35.62	43.88	51.92	59.23	66.38	72.53	76.81

요인추출 방법으로 본 연구에서는 주성분분석방법을 통해서 분석하였으며, 요인회전 방법으로 직각회전인 베리맥스 회전 (Varimax Rotation) 방법을 사용하였다. 요인 수의 결정은 고유치(Eigenvalue), 요인적재 값을 고려하여 요인의 수를 결정하였다. 요인분석결과 최종 10개 차원으로 요인이 분류되었으며, 모든 요인의 누적분산은 76.81%로 나타났다.

본 연구의 탐색적 요인분석이 적합성을 파악하기 위해 Kaiser-Meyer-Olkin(KMO)과 Bartlett의 검증을 실시한 결과 KMO=.920,  $\chi^2=9528.172(p<.001)$ 로 요인분석 수행에 적합한 것으로 나타났다.

<표 6> 신뢰도 분석

변인		Cronbach's $\alpha$
심리적 특성	성취욕구	.786
	자부심	.919
	위험감수성	.891
상인역량	상품역량	.922
	고객관리 역량	.883
	정보화도구 역량	.826
	상품의 가격 경쟁력	.927
조절변수	정부지원정책	.913
사업 성과	재무적 성과	.927
	사업지속 의지	.925

본 연구의 신뢰성(Reliability)은 Cronbach's  $\alpha$  계수를 이용하였다. 신뢰성을 확인한 결과 사회과학조사에서 일반적으로 적용되는  $\alpha$ 계수의 값이 기준치인 0.6 이상으로 나타나 본 연구의 측정도구들은 신뢰도의 값이 <표 6>과 같이 신뢰도를 확보한 것으로 나타났다.

### 4.3. 상관관계 분석

가설검증을 위하여 사용된 변수 간의 연관성을 알아보기 위해 피어슨 상관분석(Person's correlation analysis)을 실시하였다. 그 결과는 <표 7>과 같다.

분석결과 독립변수인 심리적 특성인 성취욕구, 자부심, 위험감수성, 상인역량인 상품역량, 고객관리 역량, 정보화도구 역량, 상품의 가격경쟁력, 조절변수인 정부지원, 사업성과인 재무적 성과 변수들은 가설의 방향과 일치하고 인과관련성의 타당성을 충족하고 있음이 확인되었다. 또한 모든 변수의 유의미한 상관관계는 .163~.605 수준으로 나타나 각 유의미한 모든 변수의 상관관계는 높지 않고 적정한 것으로 판단된다.

<표 7> 상관관계 분석

구분	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
1. 성취욕구	1									
2. 자부심	.583**	1								
3. 위험감수성	.485**	.426**	1							
4. 상품역량	.392**	.407**	.384**	1						
5. 고객관리역량	.548**	.593**	.359**	.495**	1					
6. 정보화도구역량	.317**	.266**	.336**	.214**	.248**	1				
7. 상품가격 경쟁력	.582**	.548**	.434**	.555**	.504**	.315**	1			
8. 정부지원정책	.472**	.447**	.393**	.411**	.444**	.163*	.360**	1		
9. 재무적 성과	.377**	.443**	.375**	.357**	.473**	.390**	.397**	.457**	1	
10. 사업지속 의지	.445**	.605**	.396**	.426**	.468**	.294**	.543**	.433**	.597**	1

\*p<.05 \*\*p<.01 \*\*\*p<.001

#### 4.4. 가설검증

독립변수인 심리적 특성인 성취욕구, 자부심, 위험감수성, 상인역량인 상품역량, 고객관리역량, 정보화도구역량, 상품의 가격경쟁력, 조절변수인 정부지원, 사업성과인 재무적 성과와 사업지속의지 변수들은 종속변수로 구성하고 변수들의 관련성을 검증하기 위해 위계적 회귀분석(Hierarchical Multiple Regression Analysis)을 수행하였다.

##### 4.4.1. 심리적 특성과 상인역량이 재무적 성과에 미치는 영향력 분석

본 연구는 전통시장 상인의 심리적 특성과 역량요인이 재무적 성과에 미치는 영향력을 검증하기 위하여 다중회귀분석(Multiple Regression Analysis)을 실시하였다.

가설검증을 위한 다중회귀분석을 위해 측정변수들간의 다중공선성 문제를 확인하기 위해서 대표적인 분산팽창지수(VIF)를 확인하였다. 그 결과 측정 변수들이 기준치인 10 미만으로 나타나 변수들간의 다중공선성 문제가 없는 것으로 확인하였다. 또한 회귀분석을 수행하기 위해서는 기본 가정인 종속변수 오차항 사이에 자기상관성의 문제를 확인하기 위하여 더빈 왓슨 검정(Durbin-Watson)을 통해 오차항의 자기상관성은 검증한 결과 통계량이 1.549로 기준값인 2에 근접한 것으로 나타나 오차항의 자기상관의 문제가 없음을 확인하였다. 분석 결과는 <표 8>과 같다.

회귀분석 모형 1단계에서는 통제변수만을 투입하여 상인의 재무적 성과에 미치는 영향력을 살펴본 결과 F값이 4.138(P<.001)로 나타나 회귀분석 모형의 적합성을 확인하였다. 가설검증 결과 소득, 상인교육 경험이 재무적 성과에 정(+)의 유의미한 영향을 미치는 것으로 나타났다.

모형 2단계에서는 통제변수와 본 연구의 독립변수인 심리적 특성, 상인역량을 투입하여 상인의 재무적 성과에 미치는 영향력을 살펴본 결과 F값이 9.218(P<.001)로 나타나 회귀분석 모형의 적합성을 확인하였다. 가설검증 결과 소득이 재무적

성과에 정(+)의 유의미한 영향을 미치는 것으로 나타났다.

독립변수는 심리적 특성으로는 자부심, 상인역량으로는 고객관리 역량과 정보화도구역량이 재무적 성과에 정(+)의 유의미한 영향을 미치는 것으로 나타났다.

##### 4.4.2. 심리적 특성, 상인역량과 재무적 성과간의 조절효과 검증

정부지원의 조절효과를 검증하는 통계적 방법은 여러 가지 방법이 사용되고 있지만 그 중 가장 대표적으로 사용되는 방법이 조절회귀분석(Moderated Multiple Regression: MMR)이다.

이는 조절효과를 예측하는데 있어 조절변수와 통계적으로 의미 있는 상호작용을 통해서 검증하는 방법이다. MM(Moderated Multiple Regression)의 위계적회귀분석방법은 기본 모형에 추가되는 변수와의 상호작용 변인에 대한 상대적인 기여도는 R<sup>2</sup>의 증가량에 의해서 검증되는 방식이다.

본 연구의 조절효과 검증 방식은 심리적 특성, 상인역량과 정부지원과의 상호작용항의 투입을 통해서 설명력(R<sup>2</sup>)와 수정된 설명력(Adj. R<sup>2</sup>)의 증가분을 판단 기준으로 하여 조절효과를 파악하였다. 그러나 MMR분석을 실시 과정에서 투입되는 예측변수간의 상호작용을 파악하기 위한 방식에는 다중공선성의 문제가 발생할 확률이 매우 높아 이는 회귀분석에서 부정적인 영향을 미치는 것으로 지적되고 있다. 이러한 문제를 해결하기 위한 방법 중 일반적으로 평균집중화(Mean Centering)의 방식이 제시되고 있다(Aiken & West, 1991).

<표 8> 재무적 성과에 미치는 영향력

변수	1단계		2단계		3단계	
	b	β	b	β	b	β
남성	.708	.080	.206	.023	.198	.022
연령	-.032	-.069	.030	.064	.019	.041
교육 수준	.375	.079	.348	.073	.423	.089
매출	.000	.045	.000	.043	.000	.047
소득	.004**	.282	.002*	.152	.001	.094
사업경력	-.037	-.088	-.076	-.181	-.053	-.126
시장경력	.034	.076	.042	.092	.013	.029
상인교육경험	.421*	.167	.242	.096	.220	.087
가족과 공동사업함	.517	.059	.580	.066	.590	.067
성취욕구			-.113	-.053	-.135	-.064
자부심			.204*	.173	.141	.120
위험감수성			.142	.091	.045	.029
상품역량			.109	.078	.107	.077
고객관리 역량			.252*	.187	.264**	.196
정보화도구역량			.306**	.234	.305**	.232
상품의 가격 경쟁력			.081	.061	.137	.103

성취욕구 ×정부지원정책				.027	.064
자부심 ×정부지원정책				-.004	-.060
위험감수성 ×정부지원정책				-.025	-.245
상품역량 ×정부지원정책				.053*	.771
고객관리 역량 ×정부지원정책				-.001	-.003
정보화도구 역량×정부지원 정책				.004	.011
상품의 가격 경쟁력×정부지 원정책				-.018	-.246
F	4.138***	9.218***		7.567***	
R <sup>2</sup>	.139	.398		.446	
Adjusted R <sup>2</sup>	.106	.355		.387	
R <sup>2</sup> 변화량	.139***	.259***		.048*	

\*p<.05 \*\*p<.01 \*\*\*p<.001, 기준 : 성별(여성), 가족과 공동 사업하지 않음

본 연구에서는 조절변수 검증 시 상호작용항으로 인한 다중공선성의 문제를 해결하기 위하여 평균집중화 방법을 통해서 회귀 추정치의 정확도와 안정성을 확보하였다.

모형 3단계에서는 통제변수와 연구모형의 독립변수와 조절변수인 정부지원정책과의 상호작용 변수를 투입하여 재무적 성과에 미치는 영향력을 살펴보았다.

모형 3단계에서 F값이 7.567(P<.001)로 나타나 회귀분석 모형의 적합성을 확인하였다. 모형 3단계의 결과를 살펴보면, 상인의 재무적 성과에 영향을 미치는 유의미한 통제변수는 없었다. 독립변수의 영향력을 살펴보면, 상인역량으로는 고객관리 역량과 정보화도구역량이 재무적 성과에 정(+)의 유의미한 영향을 미치는 것으로 나타났다.

정부지원과의 상호작용항은 상품역량×정부지원정책이 재무적 성과에 정(+)의 유의미한 영향을 미치는 것으로 나타났다. 즉 정부지원정책이 증가할수록 고객관리역량이 재무적 성과에 미치는 영향력이 증가하는 것으로 확인되었다. 이러한 결과를 통해서 전통시장 특성화시장 사업지원이나 소상공인 정책자금 지원 등은 시장 활성화에 도움이 되며, 이는 상인들의 고객관리 역량을 증대시켜 재무적 성과에도 영향을 미치고 있음을 알 수 있다.

조절효과 검증을 위한 설명력의 변화량을 살펴보면 회귀분석 모형 1의 설명력 R<sup>2</sup>는 .139로 나타났으며, 모형 2의 설명력 R<sup>2</sup>는 .398로 나타나 모형 1보다 설명력이 25.9% 유의하게 증가하였다(p<.001). 모형 3의 설명력 R<sup>2</sup>는 .446로 나타나 모형 2의 R<sup>2</sup> 설명력보다 4.8%(p<.05) 증가하였다. 조절변수인 정부의 정책적지원의 영향력을 살펴보면 회귀분석 모형 1~모형 3 결과 R<sup>2</sup> 설명력이 유의미하게 증가하여 정부의 정책적지원은 고객관리 역량이 재무적 성과 간에 미치는 영향력을 조절하는 것이 확인되었다.

#### 4.4.3. 심리적 특성과 상인역량이 사업지속의지에 미치는 영향력 분석

본 연구는 전통시장 상인의 심리적 특성과 상인역량이 사업지속의지에 미치는 영향력을 검증하기 위하여 다중회귀분석(Multiple Regression Analysis)을 실시하였다.

가설검증을 위한 다중회귀분석을 위해 측정변수들 간의 다중공선성 문제를 확인하기 위해서 대표적인 분산팽창지수(VIF)를 확인하였다. 그 결과 측정 변수들이 기준치인 10 미만으로 나타나 변수들 간의 다중공선성 문제가 없는 것으로 확인하였다. 또한 회귀분석을 수행하기 위해서는 기본 가정인 종속변수 오차항 사이에 자기상관성의 문제를 확인하기 위하여 더빈 왓슨검정(Durbin-Watson)을 통해 오차항의 자기상관성을 검증한 결과 통계량이 2.038로 기준 값인 2에 근접한 것으로 나타나 오차항의 자기상관의 문제가 없음을 확인하였다. 분석 결과는 <표 9>와 같다.

회귀분석 모형 1단계에서는 통제변수만을 투입하여 상인의 사업지속의지에 미치는 영향력을 살펴본 결과 F값이 3.047(P<.05)로 나타나 회귀분석 모형의 적합성을 확인하였다.

가설검증 결과 소득이 사업지속의지에 정(+)의 유의미한 영향을 미치는 것으로 나타났다.

모형 2단계에서는 통제변수와 본 연구의 독립변수인 심리적 특성, 상인역량을 투입하여 상인의 사업지속의지에 미치는 영향력을 살펴본 결과 F값이 13.392(P<.001)로 나타나 회귀분석 모형의 적합성을 확인하였다. 가설검증 결과 소득이 사업지속의지에 정(+)의 유의미한 영향을 미치는 것으로 나타났다. 독립변수는 심리적 특성으로는 자부심, 상인역량으로는 상품의 가격 경쟁력이 사업지속의지에 정(+)의 유의미한 영향을 미치는 것으로 나타났다.

#### 4.4.4. 심리적 특성, 상인역량과 사업지속의지 간의 조절효과 검증

본 장에서도 정부지원정책의 조절효과를 검증하는 통계적 방법으로 조절회귀분석(moderated multiple regression: MMR)을 사용하였다. 이는 조절효과를 예측하는데 있어 조절변수와 통계적으로 의미 있는 상호작용을 통해서 검증하는 방법이다. MMR(moderated multiple regression)의 위계적 회귀분석방법은 기본 모형에 추가되는 변수와의 상호작용 변인에 대한 설명력의 상대적인 기여도는 R<sup>2</sup>의 증가량에 의해서 검증되는 방식이다.

본 연구의 조절효과 검증 방식은 심리적 특성, 상인역량과 정부지원과의 상호작용항의 투입을 통해서 설명력(R<sup>2</sup>)와 수정된 설명력(Adj. R<sup>2</sup>)의 증가분을 판단 기준으로 하여 조절효과를 파악하였다. 본 연구에서는 조절변수 검증 시 상호작용항으로 인한 다중공선성의 문제를 해결하기 위하여 평균집중화 방법을 통해서 회귀 추정치의 정확도와 안정성을 확보하였다. 분석 결과는 <표 9>와 같다. 모형 3단계에서는 통제변수와 연구모형의 독립변수와 조절변수인 정부지원정책과의 상호작용

용 변수를 투입하여 사업지속의지에 미치는 영향력을 살펴 보았다. 모형 3단계에서 F값이 10.307( $P < .001$ )로 나타나 회귀분석 모형의 적합성을 확인하였다. 모형 3단계의 결과를 살펴 보면, 상인의 사업지속의지에 영향을 미치는 유의미한 통제변수는 소득으로 나타났다.

독립변수의 영향력을 살펴보면, 심리적 특성으로 자부심이 사업지속의지에 정(+)의 유의미한 영향을 미치는 것으로 나타났다. 상인역량으로는 상품의 가격경쟁력이 사업지속의지에 정(+)의 유의미한 영향을 미치는 것으로 나타났다.

정부지원정책과의 상호작용항은 자부심×정부지원정책, 상품역량×정부지원정책이 사업지속의지에 정(+)의 유의미한 영향을 미치는 것으로 나타났다. 즉 정부지원정책이 증가할수록 자부심이 사업지속의지에 미치는 영향력이 증가하는 것으로 확인되었다. 정부지원정책이 증가할수록 상품역량이 사업지속의지에 미치는 영향력이 증가하는 것으로 확인되었다. 이러한 결과를 통해서 전통시장 특성화시장 사업지원이나 소상공인 대출 등의 자금지원 등은 시장 활성화에 도움이 되며, 정부지원정책으로 상인의 자부심을 높여주고, 또한 상품역량도 높이는 데 도움이 되어서 상인들의 지속적인 사업지속의지를 높여 주고 있음을 알 수 있다.

조절효과 검증을 위한 설명력의 변화량을 살펴보면 회귀분석 모형 1의 설명력  $R^2$ 는 .107로 나타났으며, 모형 2의 설명력  $R^2$ 는 .490로 나타나 모형1보다 설명력이 38.4% 유의하게 증가하였다( $p < .001$ ). 모형 3의 설명력  $R^2$ 는 .523로 나타나 모형 2의  $R^2$  설명력보다 3.3%( $p < .05$ ) 증가하였다. 조절변수인 정부의 정책적지원을 살펴보면 회귀분석 모형 1~모형 3 결과  $R^2$  설명력이 유의미하게 증가하여 정부의 정책적지원은 조절효과가 있음이 확인되었다.

<표 9> 사업지속의지에 미치는 영향력

변수	1단계		2단계		3단계	
	b	β	b	β	b	β
남성(기준 : 여성)	.463	.053	-.101	-.012	-.025	-.003
연령	-.011	-.024	.052	.113	.042	.092
교육 수준	.146	.031	.338	.072	.423	.090
매출	.000	.008	.000	.007	.000	.004
소득	.004***	.295	.003**	.189	.002*	.157
사업경력	.021	.052	-.009	-.022	.019	.045
시장경력	-.013	-.028	-.009	-.021	-.029	-.065
상인교육경험	.313	.126	.033	.013	-.062	-.025
가족과 공동사업합	.243	.028	.387	.045	.234	.027
성취욕구			-.081	-.038	-.189	-.090
자부심			.483***	.414	.453***	.389
위험감수성			.101	.066	.000	.000

상품역량		.099	.072	.110	.080
고객관리 역량		-.022	-.017	-.037	-.028
정보화도구 역량		.099	.076	.124	.096
상품의 가격 경쟁력		.314***	.241	.330***	.252
성취욕구 × 정부지원정책				.061	.145
자부심 × 정부지원정책				.040*	.558
위험감수성 × 정부지원정책				.031	.313
상품역량 × 정부지원정책				.050*	.738
고객관리 역량 × 정부지원정책				-.007	-.029
정보화도구 역량 × 정부지원정책				-.026	-.068
상품의 가격 경쟁력 × 정부지원정책				.002	.028
F	3.047**	13.392***	10.307***		
R <sup>2</sup>	.107	.490	.523		
Adjusted R <sup>2</sup>	.072	.453	.472		
R <sup>2</sup> 변화량	.107**	.384***	.033*		

\* $p < .05$  \*\* $p < .01$  \*\*\* $p < .001$ , 기준 : 가족과 공동 사업하지 않음

## V. 결론

본 연구는 기존의 전통시장을 이용하는 고객만족이나 상인의 사업만족도 관한 연구와는 차별되게 전통시장 상인의 측면에서 사업성공에 미치는 영향력을 상인의 심리적 특성과 역량요인을 중심으로 관계를 규명하고, 정부지원정책이 미치는 조절효과를 검증하고자 하였다. 본 연구의 결과는 다음과 같다.

첫째, 전통시장 상인의 심리적 특성요인 중 자부심, 상인역량으로는 고객관리 역량과 정보화도구이용 역량이 재무적 성과에 정(+)의 유의미한 영향을 미치는 것으로 나타났다. 즉, 심리적으로 자신의 일에 대한 만족감과 보람을 느끼며 자부심이 높을수록 재무적 성과가 증가하는 것으로 나타났다. 또한 상인역량으로 고객응대 및 고객 특성 파악 등의 고객관리 역량이 높을수록, 업무를 위한 모바일 역량인 정보화도구이용 역량이 높을수록 재무적 성과가 증가하는 것으로 나타났다. 이러한 결과는 심리적 특성요인 중 자부심이 상인도 사업가라는 자신의 정체성을 인식하고 동기가 부여된 상인은 자신의 사업에 사업만족 할 뿐만 아니라 주어진 사업환경에 대하여 긍정적인 심리적 강점을 활용하여 진취적인 사고와 행동을 함으로써 사업성공을 증대시킨다는 선행연구 결과를 지지하고 있다(김주희, 2012).

또한 전통시장이 변화하는 유통산업에서 지속적인 성장을

위해서는 전통시장만의 핵심 역량을 강화하고 지속적인 고객 관리 및 상품역량강화를 통해 경쟁력을 강화의 필요성이 확인되었다. 최근 유통환경에서 거래의 비중이 온라인이 증가하는 만큼 전통시장의 상인들도 온라인 거래에 대응할 수 있는 역량이 필요하며, 이를 위한 정보화도구이용 역량의 중요성을 확인할 수 있었다.

본 연구결과는 임현철·노유진(2016), Pagoropoulos et al.(2017), Mahakittikun et al.(2020), Vijayalakshmi & Jayalakshmi(2019) 등이 정보화역량이 기업성과에 미치는 긍정적인 영향력에 대한 연구결과와 유사하다.

둘째, 전통시장에 대한 정부지원정책과의 상호작용항은 상품역량×정부지원정책이 재무적 성과에 정(+)의 유의미한 영향을 미치는 것으로 나타났다. 즉 정부지원정책이 증가할수록 고객관리역량이 재무적 성과에 미치는 영향력이 증가하는 것으로 확인되었다. 이러한 결과를 통해서 전통시장 특성화시장 사업지원과 소상공인 정책자금 지원 등은 시장 활성화에 도움이 되며, 이는 상인들의 고객관리 역량을 증대시켜 재무적 성과에도 정(+)의 유의미한영향을 미치고 있음을 알 수 있다. 하지만 중요한 역량요인이 상품역량요인과 가격경쟁력역량이 통계적으로 유의미한 영향을 주지 않은 것으로 나타났다. 이는 아직도 대형마트나 SSM과의 경쟁에 둔감하다는 것을 단적으로 나타내고 있다. 소비자들의 트렌드에 적응하지 못하면 도태될 수 있다는 절박감이 아직도 부족한 측면이 있다 할 수 있다.

셋째, 전통시장 상인의 심리적 특성과 상인역량이 사업지속 의지에 미치는 영향력으로 심리적 특성은 자부심, 상인역량으로는 상품의 가격 경쟁력이 사업지속의지에 정(+)의 유의미한 영향을 미치는 것으로 나타났다. 즉, 심리적으로 자신의 일에 대한 만족감과 보람을 느끼며 자부심이 높을수록 사업지속의지가 증가하는 것으로 나타났다. 상인역량으로 상품의 가격 경쟁력이 높을수록 사업지속의지가 증가하는 것으로 나타났다. 이는 상인도 사업가라는 자부심과 전통시장의 이점은 농수산물의 경우 산지와 직거래가 가능해서 아직까지 유통에서 가격경쟁을 할 수 있다는데서 그 원인을 찾을 수 있다.

이러한 연구결과는 이인선·하규수(2019), Ramanathan(2011), Wongleede(2015)에서 제시한 상품역량이 성과에 긍정적인 영향을 미친다는 연구결과와 유사하다.

넷째, 정부지원정책과의 상호작용항은 자부심×정부지원정책, 상품역량×정부지원정책이 사업지속의지에 정(+)의 유의미한 영향을 미치는 것으로 나타났다. 즉 정부지원정책이 증가할수록 자부심과 상품역량이 사업지속의지에 미치는 영향력이 증가하는 것으로 확인되었다. 본 연구결과는 송정현(2017)은 정부지원정책이 농업경영인의 심리적 특성 중 성취욕구와 경영성과와의 관계에서 매개역할이 유의미한 연구결과와 유사하다. 그러나 심리적 특성 중 자부심과 위험감수성과 사업성과와의 관계에 대한 가설은 기각되었다. 이러한 기각 이유는 정부지원정책을 통해서 상인의 심리적 특성 중 자부심을 강화시키는 것을 확인할 수 있었으나 상인의 성취욕구나 위험감

수성과의 시너지 효과가 없는 것으로 유추된다. 그러므로 정부지원정책이 상인의 성취욕구와 위험감수성을 높일 수 있는 방향의 지원이 요구된다. 이러한 결과를 통해서 전통시장 특성화시장 사업지원이나 소상공인 대출 등의 자금지원 등은 시장 활성화에 도움이 되며, 정부지원정책으로 상인의 자부심을 높여주고, 또한 상품역량도 높이는데 도움이 되어서 상인들의 지속적인 사업지속의지를 높여주고 있음을 알 수 있다.

본 연구의 학문적 시사점으로는 정부지원정책의 유용성을 실증적으로 검증하였다는 점에서 연구의 의의가 있다. 기존의 연구들은 정부지원정책의 내용에 중점을 두었으나 본 연구는 정부지원정책의 조절효과로서의 영향력을 확인하였다. 또한 본 연구결과를 통해서 정부지원정책의 효과성을 높이기 위해서는 일괄적인 지원보다는 전통시장의 상점 특성을 기반으로 차별화된 정책이 필요하다.

실무적인 시사점으로 정부지원정책의 다각화가 필요하다고 판단된다. 전통시장 상인의 사업성과를 개선시키기 위해서는 개인의 역량을 개발할 수 있는 방향의 지원이 필요하다. 이를 위해서는 상인의 특성 즉, 판매상품의 특성을 반영하여 차별화된 상품역량에서 정보화도구를 활용할 수 있는 역량개발을 위한 교육과 맞춤형 컨설팅이 필요하다고 판단된다.

한편, 연구의 한계점과 향후 연구방향을 정리하면 아래와 같다. 첫째, 전통시장 상인의 심리적 특성 중 성취욕구, 자부심, 위험감수성만으로 한정했지만 다양한 심리적 특성요인도 함께 고려한 심층연구도 고려해야 할 것이다

둘째, 전통시장 상인의 심리적 특성 및 역량요인과 사업성과와의 인과성에 관하여 내, 외적인 환경적인 요인, 기술적인 지원요인, 사업동기적인 요인, 가족협조 및 사회적 네트워크 등 다차원적 변인들을 포함하여 연구를 수행하지 못한 한계를 들 수 있으며, 또한 향후 연구방법론에서는 척도의 타당도를 높이기 위한 추가 연구가 지속되어야 할 것이다.

셋째, 설문대상 시장과 지역의 한계점이다. 전국을 대상으로 설문조사를 해야 하지만 서울, 인천, 경기 등 수도권 등 15개 전통시장에 한정하여 전국적인 통계로서는 일정부분 한계가 있었다. 향후 연구방법으로는 상기 언급한 한계를 인식하여 전국적인 분포의 다양한 전통시장 상인을 대상으로 연구해야 할 것이다.

## REFERENCE

- 김다희(2021). *전통시장 상인의 심리적 특성 및 역량요인이 사업성과에 미치는 영향: 정부지원정책의 조절효과를 중심으로* 석사학위논문, 호서대학교 벤처대학원.
- 김승욱(2012). 스마트 전통시장으로의 발전을 위한 실증연구. *e-비즈니스연구*, 13(3), 139-157.
- 김용식(2011). *전역예정 직업군인의 내적적 요인이 창업의욕에 미치는 영향*. 박사학위논문, 호서대학교 벤처전문대학원.
- 김윤두·김사균·김효미·채수호(2013). 농업인의 개인역량과 조직성과 간의 연관관계 분석. *농촌지도와 개발* 20(1), 143-172.
- 김주희(2013). *한국 서비스업 직장인의 긍정심리자본과 도전정신이*

- 창업자신감에 미치는 영향 박사학위논문, 경기대학교 대학원.  
 김중식(2003). 재래시장 재개발 사업의 효과분석 및 활성화 방안. *산업경제연구*, 16(5), 341-355.
- 김창균(2018). 바르게 살기 운동을 통한 기업의 사회적 책임활동이 기업에 대한 자부심, 조직유효성에 미치는 영향. *동중아시아 경상학회 학술대회*, 31-43.
- 김형철·임이름·두주(2014). 은행원의 역량과 고객 지향성에 관한 연구. *인적자원개발연구*, 17(1), 117-149.
- 나상균(2016). 소상공인 창업자의 특성, 창업성공요인 및 창업성과의 구조적 관계에 관한 연구. *경영과 정보연구*, 35(4), 251-268.
- 박봉두·노정구(2007). 재래시장 경쟁력 구성요소와 정책적 시사점. *유통연구*, 12(5), 17-48.
- 박재수·김응규(2012). 전통시장의 성공조건 탐색: 대구불로시장과 대전유성 시장의 사례. *전통재래시장연구*, 5, 36-50.
- 박지유(2013). *창업가 특성과 사회적 자본이 창업의지에 미치는 영향에 관한 연구*. 박사학위논문, 호서대벤처대학원.
- 박주영(2009). 재래시장의 상품구성이 활성화에 미치는 영향에 대한 분석과 재래시장정책에 대한 시사점. *중소기업연구*, 31(2), 137-155.
- 박창호·구자훈(2014). 문화지원활동이 전통시장의 사회적 자본 형성 및 시장경쟁력에 미치는 영향: 시장상인의 일상적 활동과의 비교적 관점으로. *한국도시설계학회지*, 15(1), 123-136.
- 서근하·윤성욱·서창수(2009). 한국 재래시장상인의 창업가정신과 상품화 전략이 시장이미지와 경영성과에 미치는 영향과 재래시장 정책에 대한 시사점. *유통과학연구*, 7(3), 71-100.
- 송균석·범상규(2011). 재래시장의 고객지향적인 상인조직화 연구. *유통경영학회지*, 14(2), 5-27.
- 송정현(2017). *농업경영인의 심리적 특성이 경영성과에 미치는 영향* 석사학위 논문, 호서대학교 창업대학원.
- 안명훈(2017). *전통시장 브랜딩 전략요인 연구*. 박사학위논문, 배재대학교 대학원.
- 여경은(2016). *사업유지 의사와 사업추천의도에 영향을 미치는 요인에 관한 연구*. 박사학위논문, 호서대학교 벤처대학원.
- 육창환·전인오(2014). 창업가의 특성요인이 창업의지에 미치는 영향: 국내 창업 멘토링의 조절 효과를 중심으로. *한국콘텐츠학회논문지*, 14(10), 661-676.
- 원혜숙(2010). *중소기업 최고경영자의 기업가정신이 기업성과에 미치는 영향* 박사학위논문, 가천대학교 대학원.
- 이덕훈·이영석(2013). 정부의 전통시장 정책이 시장활성화에 미치는 영향에 관한 연구: 대구·대전의 도시지역 전통시장을 중심으로. *산업경제연구*, 26(5), 2337-2360.
- 이인선(2017). *전통상인의 심리적 특성이 경영성과에 미치는 영향: 상인대학 학습성과의 매개효과를 중심으로*. 석사학위논문, 호서대학교 창업대학원.
- 이인선·하규수(2019). 전통시장 상인의 역량과 시장특성이 사업성과에 미치는 영향. *벤처창업연구*, 14(5), 105-113.
- 이준호·김영·김경훈(2013). 전통시장 시설현대화사업이 전통시장 활성화에 미치는 영향 분석: 진주중앙유동시장을 중심으로. *한국지역개발학회지*, 25(1), 233-249.
- 이재하(2007). 재래시장 활성화 정책의 평가와 대안 모색: 경상북도를 사례로. *한국경제지리학회지*, 10(3), 304-318.
- 이충기·송학준(2011). 지역산업연관모델을 이용한 전통시장 활성화 사업의 경제적 파급효과 분석: 서울 수유마을시장을 중심으로. *관광학연구*, 35(5), 125-145.
- 임현철·노유진(2016). 외식업 창업 지원서비스가 창업역량과 경영성과에 미치는 영향. *Tourism Research*, 41(4), 273-293.
- 정영라·이재섭(2021). 전통시장의 관광목적지화에 대한 현상학적 연구: 전통시장 주체자가 경험한 인식을 중심으로. *관광학연구*, 45(2), 27-51.
- 정피아(2016). *기업가 특성이 혁신활동과 경영성과에 미치는 영향*. 박사학위논문, 부산대학교 대학원.
- 최용호·신진교·김승호(2003). 최고경영자, 전략 및 구조요인이 중소기업의 성과에 미치는 영향. *중소기업연구*, 25(2), 103-125.
- 허소영·이희정(2012). 공동체형 전통시장 활성화 사업의 상인 역량 강화 요인 및 효과분석: 문화를 통한 전통시장 활성화 시범사업: 수원 못골 시장을 중심으로. *한국도시설계학회지*, 13(5), 21-34.
- 허재환·송남현(2009). 재래시장 환경개선사업의 시장활성화 효과 실증연구: 광명재래시장을 중심으로. *한국지역경제연구*, 3, 131-149.
- 홍경구(2013). 고객관점에서 전통시장 현대화사업 만족도와 시계열적 효과분석: 영천공설시장을 사례로. *국토계획*, 48(1), 205-219.
- 황미애(2007). *여성창업가의 특성이 경영성과와 사회적 성과에 미치는 영향 연구*. 박사학위논문, 숭실대학교 대학원.
- Aiken, L. S., West, S. G., & Reno, R. R.(1991). *Multiple regression: Testing and interpreting interactions*. sage.
- An, M. H.(2017). *A Study on the Branding Strategy Factors of Traditional Market*. Doctor Dissertation, The Graduate School of Pai Chai University.
- Baruch, Y., O'Creevy, M. F., Hind, P., & Vigoda-Gadot, E.(2004). Prosocial behavior and job performance: Does the need for control and the need for achievement make a difference?. *Social Behavior and Personality: an international journal*, 32(4), 399-411.
- Begley, T. M., & Boyd, D. P.(1987). Psychological characteristics associated with performance in entrepreneurial firms and smaller businesses. *Journal of business venturing*, 2(1), 79-93.
- Boyce, W. S., & Mano, H.(2018). An inquiry into the supplier selection decision from the business to-consumer(B2C) perspective. *Journal of Business & Industrial Marketing*, 33(8), 1221-1230.
- Brockhaus R. H., & Horwitz P. S.(1986). *The psychology of the entrepreneur*. In Sexton D. L., & Smilor R. (Eds.), *The art and science of entrepreneurship*, 25-48. Cambridge, MA: Ballinger.
- Brown, J. D.(1993). *Self-esteem and self-evaluations: feeling is believing*. in Suls, J.(Ed.). *Psychological Perspectives on the Self*, Erlbaum, Hillsdale, NJ.
- Brown, J. D., & Marshall, M. A.(2001). Self-esteem and emotion, Some thoughts about feelings. *Personality and Social Psychology Bulletin*, 27(5), 575-584.
- Choi, Y. H., Shin, J. K., & Kim, S. H.(2003). The Impact of Top Management, Strategy, and Structure on Performance of Small and Medium Sized Firm, *JSBI*, 25(2), 103-125.
- Degeratu, A. M., Rangaswamy, A., & Wu, J.(2000). Consumer choice behavior in online and traditional supermarkets: The effects of brand name, price, and other search attributes. *International Journal of research in Marketing*, 17(1), 55-78.
- Fredrickson, B. L., & Joiner, T.(2002). Positive emotions trigger upward spirals toward emotional well-being. *Psychological science*, 13(2), 172-175.

- Gardner, D. G., & Pierce, J. L.(1998). Self-esteem and self-efficacy within the organizational context: An empirical examination. *Group & Organization Management*, 23(1), 48-70.
- Gilley, M., Walters, B., & Olson, B.(2002). Top management team risk taking propensities and firm performance: Direct and moderating effects. *Journal of Business Strategies*, 19(2), 95-114.
- Gupta, V., Gupta, L., & Dhir, S.(2020). *Customer competency for improving firm decision-making performance in e-commerce*. foresight.
- Heo, J. W., & Song, N. H.(2009). Effects of the Traditional Market Improvement Project: Focusing on the Gwang-Myeong traditional market. *Journal of the Korean regional economics*, 3, 131-149.
- Heo, S. Y., & Lee, H. J.(2012). The Effect and Factor of Community-based Traditional Market Revitalization Projects on Merchant's Empowerment-Focused on the "Su-won motgol market". *Journal of The Urban Design Insitute of Korea*, 13(5), 21-34.
- Hong, K. G.(2013). The Time Series Effects and satisfaction of Traditional Retail Market Renewal on the Customer's Perspective - Focused on Yeongchun Public retail Market in Yeongchun, Journal of Korea Planning Association, 48(1), 205-219.
- Hwang, M. A.(2007). *The Effects of Characteristics of Women Entrepreneurs on Managerial and Social Performances*. Doctor Dissertation, The Graduate School Soongsil University.
- James, W.(1890). *The Principles of Psychology*, Henry and Holt Company. New York, NY.
- Jarvenpaa, S. L., & Todd, P. A.(1996). Consumer reactions to electronic shopping on the world wideweb. *International Journal of Electronic Commerce*, 1(2), 59-88.
- Jeong, P.(2016). *The Effects of Entrepreneurial Characteristics and Innovation Activities on Business Performance*. Doctor Dissertation, The Graduate School Pusan National University.
- Jung, J. H.(2014). *A Study on the effects of start-up education program on the entrepreneurship and the start-up and management performance*. Doctor Dissertation, The Graduate School Kon Kuk University.
- Jung, Y. R., & Lee, Y. S.(2021). A Phenomenological Study of the Traditional Market as a Tourist Destination: A Focus on the Perceptions Experienced by the Traditional Market Owners. *Journal of Tourism Sciences*, 45(2), 27-51.
- Kaplan, R. S., & Norton, D. P.(2007). Using the balanced scorecard as a strategic management system. *Harvard business review*, 85(7-8), 1-14.
- Kim, C. K.(2018). Influence of Corporate Social Responsibility Activities through the 'Do the Right Thing' Movement on the Pride and Organizational Efficiencies of the Corporate. *East and Central Asia Economic and Business Association Fall The 63rd International Conference*, 31-43.
- Kim, D. H.(2021). *The effect of psychological characteristics and competency factors of traditional market merchants on business performance: Focusing on the moderating effect of government support policies*. Master's Thesis, The Graduate School Venture Hoseo University.
- Kim, H. C., Lim, A. & Du J.(2014). An Empirical Study on the Effects of Bankers Competencies on the Customer Orientation. *Korean Journal of Human Resources Development*, 17(1), 117-149.
- Kim, H. J., Cho, K. Y., & Lee, S. W.(2010). A Study on the Choice Factors and Possibility of Traditional Market: Compared to Other Competing Markets Based on Consumer Behavior Analyses. *Journal of distribution research*, 15(5), 81-102.
- Kim, J. H.(2013). *A Study on the Impact on the Success Confidence of the Psychological Capital, and the Challenge of Hospitality Workersin Korea*. Doctor Dissertation, The Graduate School Kyonggi University.
- Kim, J. S.(2003). A Study on the Benefits of Government Subsidies for the Traditional Market Reconstruction Projects. *Journal of Industrial Economics and Business*, 16(5), 341-355.
- Kim, S. W.(2012). An Empirical Study on the Smart Business for Korean Traditional Market. *The e-Business Studies*, 13(3), 139-157.
- Kim, Y. D., Kim, S. G., Kim, H. M., & Cha, S. H.(2013). An Impact Analysis of Famer's Individual Competency on Agricultural Organization's Performance. *Journal of Agricultural Extension & Community Development*, 20(1), 143-172.
- Kim, Y. S.(2011). *(The) effect of entrepreneurial intention on internal and external factors of Korean career officers expected for retirement: focusing on the mediating effect of entrepreneur assistance programs*. Doctor Dissertation, The Graduate School Venture Hoseo University.
- Kotler, P., Armstrong, G., Saunders, J., & Wong, V.(2001). *Principles of marketing*. Prentice Hall. Harlow, England.
- Kuhnen, C. M., & Tymula, A.(2012). Feedback, self-esteem, and performance in organizations. *Management Science*, 58(1), 94-113.
- Lee, C. K., & Song, H. J.(2011). Estimating the Economic Impact of Traditional Market Revitalization Project Using Regional Input-Output Model: The Case of Seoul Suyu Village Market. *Journal of Tourism Sciences*, 35(5), 125-145.
- Lee, D. H., & Lee, Y. S.(2013). A Study on the Effect of Governments'traditional Retail and Periodic Market Ppolicies on Revitalization of Market: Focused on Traditional Retail and Periodic Markets in the Urban Areas of Daegu and Daejeon. *Journal of Industrial Economics and Business*, 26(5), 2337-2360.
- Lim, J., Kim, Y. K., Lee, M. K., Kim, Y. O., & Youn, M. K.(2011). Consideration of the Traditional Market-Related Law Revision Plan: Focus on Moranjang in Seongnam. *Journal of Distribution Science*, 9(2), 37-47.
- Lim, H. C., & Noh, Y. J.(2016). he effect of Supporting Service for start-up companies on Start-up Competency

- and Management Performance in Food Service Industry. *Tourism Research*, 41(4), 273-293.
- Lee, I. S.(2017). *Psychological Characteristics of a Merchant, a Traditional Market Management Impact on the Track Record.: Focusing on the Mediating Effect of Learning Outcomes of Merchant in College Participants*. Master's Thesis, The Graduate School of Hoseo University.
- Lee, I. S., & Ha, K. S.(2019). The Effects of the Competency and Market Characteristics of Traditional Market Merchants on Business Performance. *Asia-Pacific Journal of Business Venturing and Entrepreneurship*, 14(5), 105-113.
- Lee, J. H.(2007). An Assessment of the Revitalization Policy of Traditional Market and Its Alternative: A Case Study of Gyeongbuk Province. *Journal of the Economic Geographical Society of Korea*, 10(3), 304-318.
- Lee, J. H., Kim, Y., & Kim, K. H.(2013). Analysis of the Influential of Traditional Markets Vitalization of Facilities Modernization Project on Traditional Markets: Focused on the Jinju Jungang Yudeung markets. *Journal of The Korean Regional Development Association*, 25(1), 233-249.
- Lumpkin, G. T., & Erdogan, B.(2004). If not entrepreneurship, can psychological characteristics predict entrepreneurial orientation? A pilot study. *The ICFAI Journal of Entrepreneurship Development*, 1(1), 21-33.
- Mahakittikun, T., Suntrayuth, S., & Bhatiasevi, V.(2020). The impact of technological-organizational-environmental (TOE) factors on firm performance: merchant's perspective of mobile payment from Thailand's retail and service firms. *Journal of Asia Business Studies*, 15(2), 359-383.
- Manning, K., Bieley, S., & Norbun, D.(1989). Entrepreneurship. *Theory and Practice*, 14(1), 68-76.
- Matsuno, K., Mentzer, J. T., & Özsomer, A.(2002). The effects of entrepreneurial proclivity and market orientation on business performance. *Journal of marketing*, 66(3), 18-32.
- Matsui, T., Okada, A., & Kakuyama, T.(1982). Influence of achievement need on goal setting, performance, and feedback effectiveness. *Journal of Applied Psychology*, 67(5), 645.
- Mill, J.(1984). High and low self-monitoring individuals, Their decoding skills and empathic expression. *Journal of Personality*, 52(4), 372-388.
- Na, S. G.(2016). A Study on the Structural Relationship among Entrepreneurial Characteristics, Success Factors and Performances of Small Business Start-up Founders. *Management & Information Systems Review*, 35(4), 251-268.
- Pagoropoulos, A., Maier, A., & McAloone, T. C.(2017). Assessing transformational change from institution alising digital capabilities on implementation and development of Product-Service Systems: Learnings from the maritime industry. *Journal of cleaner production*, 166, 369-380.
- Park, B. D., & Noh, J. G.(2007). Recognized Competitive Advantage Factors of Conventional Market and Its Policy Implications. *Journal of distribution research*, 12(5), 17-48.
- Park, C. H., & Koo, J. H.(2014). Analysis of the Impact of Culture Promotion Activities on Social Capital Formation and Market Competitiveness of the Traditional Market: A Comparative View of Routine Merchant Activities. *Journal of The Urban Design Institute of Korea*, 15(1), 123-136.
- Park, J. S., & Kim, E. G.(2012). Study on the success factor of traditional retail market. *Traditional Retail & Periodic Market Review*, 5, 36-50.
- Park, J. Y.(2013). *The Influence of Entrepreneurial Characteristics and Social Capital on Entrepreneurial Intentions: Focusing on the effects of mentoring*. Doctoral Dissertation The Graduate School Venture Hoseo University.
- Park, J. Y.(2009). The Influence of Merchandise Mix on the Competitiveness for the Korean Traditional Market and Its Implications for Government Policies. *JSBI*, 31(2), 137-155.
- Ramanathan, R.(2011). An empirical analysis on the influence of risk on relationships between handling of product returns and customer loyalty in E-commerce. *International Journal of Production Economics*, 130(2), 255-261.
- Reichheld, F. F.(1996). *Learning from Customer Defections*, Harvard Business Review, 74.
- Santiwong, T.(1997). *Consumer Behavior: The Marketing Perspective*. Bangkok: Phanich Publication Co. Ltd.
- Seemaprakalpa, M. A.(2016). Achievement Motivation of Women Entrepreneurs. *Indian Research Journal of Extension Education*, 12(1), 23-28.
- Sexton, D. L., & Bowman-Upton, N.(1990). Female and male entrepreneurs: Psychological characteristics and their role in gender-related discrimination. *Journal of business venturing*, 5(1), 29-36.
- Simsek, Z.(2007). CEO tenure and organizational performance: An intervening model. *Strategic Management Journal*, 28(6), 653-662.
- Song, J. H.(2017). *The impact of Psychological Characteristics of Agricultural executives on Agricultural Management Track Record: Focusing on the Mediating Effects of Government Support*. Master's Thesis, The Graduate School of Global Entrepreneurship Hoseo, University.
- Song K. S., & Boem, S. K.(2011). The Study of Customer-oriented Merchant Organization of Conventional Market. *Journal of Distribution and Management Research*, 14(2), 5-27.
- Steers, R. M.(1975). Effects of need for achievement on the job performance-job attitude relationship. *Journal of Applied Psychology*, 60(6), 678-682
- Suh, G. H., Yoon, S. W., & Suh C. S.(2009). The Impacts of Entrepreneurial Proclivity and Merchandising Strategy on Conventional Market and Its Policy Implications. *Journal of distribution science*, 7(3),



71-100.

- Tracy, J. L., Shariff, A. F., & Cheng, J. T.(2010). A naturalist's view of pride. *Emotion Review*, 2(2), 163-177.
- Vijayalakshmi, B., & Jayalakshmi, M.(2019). A study on digital transactions impact on financial performance of banking sector with reference to SBI and ICICI. *Journal of Internet Banking and Commerce*, 24(3), 1-13.
- Whelpley, C. E., & McDaniel, M. A.(2016). Self-esteem and counterproductive work behaviors: a systematic review. *Journal of Managerial Psychology*, 31(4), 850-863.
- Wongleedee, K.(2015). Marketing mix and purchasing behavior for community products at traditional markets. *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, 197, 2080-2085.
- Won, H. S.(2010). *An Effect on Business Performance of S&M Business CEOs' Entrepreneurship: Focusing on the mediation Social Capital*. Doctoral Dissertation, The Graduate School of Gachon University.
- Yimamu, N.(2018). *Entrepreneurship and entrepreneurial motivation*. The Graduate School of Centria University.
- Yeo, K. E.(2016). *A study of the factors influencing business continuance and business recommendation: focusing on the mediating effect of business satisfaction*. Doctoral Dissertation, The Graduate School Venture Hoseo University.
- Yook, C. H., & Jeon, I. O.(2014). Effect of Entrepreneur's Characteristics on the Intention of Entrepreneurship: Focusing on the Moderating Effect of Entrepreneurship Mentoring in Korean. *The Journal of the Korea Contents Association*, 14(10), 661-676.

# The Effect of Psychological Characteristics and Competency Factors of Traditional Market Merchants on Business Performance: Focusing on the Moderating Effect of Government Support Policies\*

Kim, Da Hee\*\*

Ha, Kyu Soo\*\*\*

## Abstract

This study identifies related factors by analyzing the effects of the psychological characteristics and competency factors of traditional market merchants on business performance, and at the same time verifies the moderating effect of government support policies. The research focus was on verifying the causal relationship.

This study was conducted targeting the representative traditional market merchants in the metropolitan area who have experience in traditional market specialization projects or are currently in the process of specialization projects. An empirical study was performed based on the collected data. The analysis results are as follows.

First, it was found that self-esteem as a psychological characteristic factor of merchants, customer management competency as merchant competency, and informatization capability had a significant positive (+) effect on financial performance among business performance.

Second, as a result of examining the moderating effect of government support policies, it was found that product capability had a significant positive (+) effect on financial performance among business performance. It was found that self-esteem and product competency had a significant positive (+) effect on the will to continue business among business performance.

The practical results of this study are the research papers to measure the business performance of traditional market merchants using the government support policy as a moderating variable, using the psychological characteristics and competency factors of traditional market merchants as independent variables. For this purpose, it will be positively evaluated that the psychological characteristics of merchants and merchant competency factors affect business performance, and that meaningful research results are derived by analyzing the moderating effect of government support.

*Keywords: traditional market, psychological characteristic, merchant competency factor, government support policies, business performance*

---

\* This study was written based on Kim, Da Hee's(2022) master's thesis.

\*\* First Author, The Graduate School, Ph.D. Candidate, in Venture Management at Hoseo University, plandh@naver.com

\*\*\* Corresponding Author, Professor, Correspondent, Professor of Venture Management at Hoseo University, ksh@hoseo.edu