

Print ISSN: 1738-3110 / Online ISSN 2093-7717
<http://dx.doi.org/10.15722/jds.17.12.201912.95>

The Management Performance of Food Service Startups in Traditional Market

Chul-Sung LEE*, Jang-Hyun KIM**

Received: October 27, 2019 Revised: November 10, 2019 Accepted: December 05, 2019

Abstract

Purpose : Promoting startups has increased in importance in labor market policies since the economic crisis. In Korea, the Ministry of SMEs and Startups is also seeking to revitalize youth startups and traditional markets by moving young stores into idle spaces in traditional markets through 'Project to Support the Activation of Youth Mall'. Research into startups in traditional markets is very limited. Therefore, this study looks at the differences between the management performance of young merchants and senior merchants, and looks at the impact of the business period. **Research design, data and methodology** : It was divided into youth startup and senior startup based on the age of 40 and startup and nonstartup. Based on these criteria, the company intends to compare and analyze sales and margin rates by setting the sales and margin rates with the management performance of the startup and senior startups. In particular, to look at the feasibility of government funded projects for young merchants, the company will look at the changes in sales and margin rates of young merchants and senior merchants over the period of operation. In this study, the analysis was based on the raw data of the Statistics of traditional market in 2017, and the ANCOVA was used. **Results** : First of all, the sales volume of stores operated by young merchants, was higher than those operated by senior merchants. Next, the margin ratio does not differ from that of stores that are for young people and those. These findings suggest that the profit structure of stores in traditional markets is similar between young merchants and senior merchants. Third, if you look at the performance of new startups based on one year of business period in more detail, it turns out that young startups have improved in sales and margin rates since startups, while senior startups have no difference. **Conclusions** : While it means that management performance can be improved through support for young startups, it suggests that there is a limit to supporting senior startups. Therefore, this research indicates that the government support projects centered on youth can contribute to the revitalization of traditional markets.

Keywords: Traditional Market, Young Star-up, Senior Star-up, Sales, Margin Rate

JEL Classification Code: L81, M20, D40

1. 서론¹⁾

Kautonen, Down, and South (2008), Mühlböck, Wamuth, Holienka, and Kittel (2018) 등의 연구에 따르면 창업진흥은 경제위기 이후 노동시장 정책에 있어 중요성이 증가하고 있다. 예를 들어 영국에서는 50 세 이상의

창업을 지원하는 프라임 사업이 대표적이다 (Kautonen et al, 2008). 국내에서도 중소벤처기업부에서 '청년몰 조성 및 활성화 지원사업'을 통하여 전통시장 내 유희공간에 청년점포를 입주시켜 청년창업 및 전통시장 활성화를 도모하고 있다.

기존 지원사업이 전통시장 시설물 정비 중심의 현대화 사업이었다면 (Kim & Kim, 2013), 최근에는 전통시장의 자생력을 강화하기 위한 활성화 사업에 초점을 맞추고 있다. 그러나 아직까지는 이러한 정책변화의 초기단계로 2018 년 국정감사는 이러한 청년 중심의 지원정책에 대한 정교화의 필요성이 다수 제기되었다. 예를 들어, 전통시장 내 청년몰의 입지 자체가 전통시장 방문객의 접근성이 떨어지는 곳에 위치하거나, 임대료 중심의 지원사업으로 임대료 지원 종료 시 폐업하는 등의 문제점이 지적되었다. 이러한 지적에 따라 정부에서는 2019 년부터 단순히 전통시장 내 청년 상인 점포의 창업 지원이 아닌, 청년 상인 점포

1 First Author, Chief Researcher, Department of Research & Policy Study, Small Enterprise and Market Service, Korea. [Postal Address: 246, Bomun-ro, Jung-gu, Daejeon, Korea]. Email: cs_lee@semas.or.kr

2 Corresponding Author. Professor, Kunsan National University, Korea. Email: jkim@kunsan.ac.kr

© Copyright: Korean Distribution Science Association (KODISA)

This is an Open Access article distributed under the terms of the Creative Commons Attribution Non-Commercial License (<http://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/>) which permits unrestricted noncommercial use, distribution, and reproduction in any medium, provided the original work is properly cited.

중심의 물 (Mall)을 조성하여 핵심점포로 성장시키기 위한 지원사업을 추진 중이다.

이러한 사회적 변화와 정책적 관심에도 불구하고 전통시장 내 창업에 대한 연구는 매우 제한적이다. 대표적으로 Suh, Yoon, and Suh (2009)의 연구가 기존 전통시장상인의 창업가정신을 중심으로 시장에 미치는 영향을 살펴보았으나, 해외에서는 이러한 연구를 찾아보기 어렵다. 더불어 일반적으로 논의하는 기술창업이 아닌 생계형 창업이라 일컫는 음식서비스업에 대한 창업에 대한 연구도 부족한 실정이다.

그렇다면 전통시장을 지원함에 있어 청년 상인을 통한 활성화가 가능할 것인가? 또는 청년 상인은 중장년 상인에 비하여 더 나은 경영성과를 나타낼 것인가?

본 연구는 이를 살펴보기 위하여 전통시장 내 음식서비스업을 중심으로 청년상인과 시니어상인의 경영성과를 비교하고자 한다. 이를 위하여 기존 전통시장 관련 연구 문헌과 창업 관련 연구 문헌을 바탕으로 전통시장의 특성과 창업의 특성을 연령으로 구분하여 경영성과를 비교하고자 한다. 기존 창업 관련 연구에서는 혁신과 기업가정신 기반의 진취적 창업에 초점을 두고 창업의 성과를 살펴보았다. 그러나 전통시장 창업은 일반적인 혁신창업과는 거리가 있으며, Dawson and Henley (2012)의 주장과 같이 외생적 요인의 떠밀림에 의한 창업, 다시 말해 생계형 창업과 관련성이 깊다. 따라서 본 연구에서는 이러한 창업에 있어 청년 창업과 시니어 창업의 차이를 살펴보고자 한다.

보다 구체적으로 문헌연구를 통하여 창업 연령 40세를 기준으로 청년 창업과 시니어 창업으로 구분하고 영업기간 1년을 기준으로 창업과 비창업으로 구분하였다. 이러한 구분 기준에 따라 청년 창업과 시니어 창업의 경영성과로 매출액과 마진율을 설정하여 이를 비교분석하고자 한다. 특히 청년 상인에 대한 정부지원 사업의 당위성을 살펴보기 위하여 영업기간에 따라 청년 상인과 시니어 상인의 매출액과 마진율의 변화를 살펴보고자 한다.

분석을 위하여 소상공인시장진흥공단에서 매년 실시하는 '2017년 전통시장상점가 및 점포경영 실태조사'의 원자료를 활용하며, 분석을 위하여 공변량분석 (Analysis of Covariance; ANCOVA)을 실시하려 한다.

본 연구는 이를 바탕으로 청년 상인과 시니어 상인의 경영성과 차이를 살펴보고, 영업기간에 따른 영향을 살펴보고자 한다. 이를 통하여 전통시장 내 청년 창업 지원사업의 당위성을 논의하고자 한다.

2. 이론적 배경과 가설설정

2.1. 전통시장과 청년 창업

전통시장은 지역경제와 서민경제의 중심으로 이러한 전통시장을 지원하기 위하여 정부에서는 다양한 지원사업을 실시하고 (Kim, 2004; Kim, Kim, & Lim, 2011; You & Lee, 2011; Choo & Jung, 2015; Kim & Ryu, 2017; Kim & Kwon, 2013; Lee, 2019; Lee, Kim, & Kim, 2019). 대표적으로 정부에서는 현황파악을 위한 「전통시장상점가 및 점포경영 실태조사」를 매년 시행하고 있으며, 이를 바탕으로 노후화된 시장시설물의 개선, 유통체계 혁신과 협업체 지원 등이 있다 (Kim & Kwon, 2013; Lee, 2019; Lee et al., 2019).

Table 1: Age of Merchants in Traditional Market

Age	2014	2015	2016	2017
< 29	1.5	1.8	1.0	.8
30~39	6.2	6.1	4.9	4.9
40~49	17.2	17.3	15.0	15.6
50~59	36.7	36.4	34.5	37.8
60~69	27.3	27.5	31.8	30.2
70 >	11.0	10.9	12.9	10.7
Average	56.0	56.1	56.8	57.2

* Source: Own.

과거 정부에서는 노후화된 시장을 중심으로 시장정비사업을 추진하여 상관을 회복을 목적으로 지원하였다 (Kim & Kim, 2013). 최근에는 전통시장 상인의 연령이 지속적으로 높아지고 있어 (Table 1 참조), 활력을 잃어간다는 지적과 함께 전통시장 내 청년상인을 유입하기 위한 정책이 시도되고 있다. 대표적으로 청년몰 조성사업이 있으며 전통시장 내 빈 점포를 활용하여 39세 이하의 청년들을 대상으로 창업 및 입점을 지원하고 쇼핑물 형태의 공간을 조성하는 사업이다. 기존 청년상인 창업지원 사업이 전통시장 내 공간을 활용한 청년 대상의 창업지원 사업이었다면, 청년몰 조성 사업은 일종의 청년창업 집적지를 조성하고 주변 부대 시설을 확충함으로써 전통시장 내 핵심점포 (Tenant)를 구축하기 위한 사업이다.

Table 2: The Distribution by Industry

Category	Number
Agricultural Products	34,591
Animal Products	8,449
Fishery Products	17,481
Processed Food	21,617
Clothing / Shoes	50,829
Household Goods	15,441
Food Service	38,100
Other Retail	37,933
Residential Neighborhood Facilities	37,902
Total	262,343

* Source: Own.

이러한 전통시장 청년몰 조성 사업에 있어 청년들의 접근이 가장 용이한 업종은 음식서비스업이며, 전통시장 점포 중 음식서비스업은 2017 년을 기준으로 38,100 개 점포로 전체 26 만개의 14.5%를 차지한다 (Table 2 참조).

2.2. 시니어 창업과 청년 창업

일반적으로 창업은 노동정책과 연관성이 깊으며, 이러한 원인으로 창업이 고용증과 경제 성장에 영향을 미치기 때문이다 (Rosenthal & Strange, 2010; Decker, Haltiwanger, Jarmin, & Miranda, 2014). 창업에 대한 연구는 산업분야로는 하이테크와 관련된 연구 (Freear & Wetzel, 1990; Roberts, 1991; Samsom & Gurdon, 1993; Williams, Duncan, & Ginter, 2006; Liu, Wright, & Filatotchev, 2015)가 주로 이루어지고 있으며, 창업자와 관련된 연구로는 창업자의 성향에 관한 연구 (Forbes, 2005; Hayward, Shepherd, & Griffin, 2006; Foo, Uy, & Baron, 2009; Hayward, Forster, Sarasvathy, & Fredrickson, 2010)가 있다. 이러한 연구는 Schumpeter (1947)의 연구를 기반으로 하여 창업자의 특성을 규정하며, 예를 들어 내적 통제, 위험에 대한 인지 및 수용, 자기자신감 등 심리적 접근 측면의 연구들이다 (Mühlböck et al., 2018). 초기 창업연구는 기술을 바탕으로 혁신가적 창업의 진취성과 성과에 대한 연구가 주류를 이루었다.

따라서 초기 창업자 연령에 관한 연구는 젊은 창업자(Young Entrepreneurs)가 주연구 대상으로 일반적으로 창업은 대학 졸업 후 젊은이의 노력으로 간주하였기 때문이다(Matricano, 2018). 그러나 최근에는 이와 상반되는 개념으로 시니어 창업자 (Senior Entrepreneurs; Grey Entrepreneurs; Older Entrepreneurs; Elder Entrepreneurs; third age entrepreneurs; Second Career Entrepreneurs)에 대한 연구들이 이루어지고 있다 (Gimmon, Yitshaki, & Hantman, 2018; Matricano, 2018). 시니어 창업자의 정의는 학자마다 상이하며 Matricano (2018)는 고용자에서 은퇴하지 않고 자영업자로 전환한 사람을 시니어 창업자로 보았다. Weber and Schaper (2004)는 이러한 관점에서 “특정 연령을 넘어서 자신이 소유하는 중소기업체를 시작하는 사람”으로 정의하기도 하였다. 기존 연구의 특징은 창업을 보는 관점이 특정 연령이라기보다는 임금노동자에서 자영업자로 변화하는 시기를 기준으로 정의하고 있다. 이러한 관점에서 Dawson and Henley (2012)의 연구는 기존 창업 연구흐름에서 새로운 방향을 제시하였다. 이들의 연구에 따르면 임금 근로자가 창업가를 선택하는 요인을 내생적 요인과 외생적 요인으로 구분하고 자영업 선택을 떠밀림(push)과 당김(pull)의 두 가지로 구분하였다. 여기서 당김은 기존 창업 관련 연구 흐름과 동일한 것으로 고학력자 혹은 기업가적 역량을 가진 사람들의 창업을 의미한다. 반면, 떠밀림은 외생적 요인에 의하여 자영업자가 된 사람들로 흔히 생계형 창업을 의미한다. 베이비부머 세대의 은퇴시기가 앞당겨지고,

경기불황이 지속되면서 고연령층을 대상으로 이러한 창업이 증가하고 있다.

따라서 특정 연령을 정의함에 있어 아직까지 이에 대한 공통된 기준은 없으며, 시니어 창업자의 개념 또한 여러 가지 논의가 지속되고 있다. 일반적으로는 조기 은퇴하는 연령인 50 세를 기준으로 시니어 창업자를 구분하는 연구들이 많다 (Fuchs, 1980; Lorrain & Raymond, 1991; Singh & DeNoble, 2003; Kautonen et al., 2008). 이러한 관점에서 Kautonen, Tomikoski, and Kibler (2011)는 기존 Curran and Blackburn (2001), Kautonen et al. (2008)등의 연구들을 바탕으로 50 세 이상을 3 세대 (Third Age)에 속하는 창업자로 정의하였으며, 이들이 정부 정책에 있어 중요한 대상임을 제시하였다. 세대와 관련하여 Gimmon et al. (2018)은 3 세대, 청년층-장년층의 구분은 단순히 연령으로 구분되는 개념이라기보다는 생애에 있어 후반부에 있는 사람으로 정의하기도 한다.

2.3. 청년 창업과 경영성과

청년 창업의 성과와 관련하여 Singh and DeNoble (2003), Kautonen et al. (2008), Gimmon et al. (2018) 등의 연구에 따르면, 중장년은 청년에 비하여 인적, 재무적, 사회적 자본이 오랜 기간 동안 마련되었기 때문에 창업이 더 적합하다고 하였다. 더불어 이들은 기존 문헌 연구를 통하여 실제 시니어 창업자들이 젊은 창업자들에 비하여 생존률이 높다고 주장하였다. 이러한 관점에서 Cooper (1985)의 연구에서도 생존률뿐만 아니라 더 많은 소득이 발생함을 주장하였다. 이러한 맥락에서 Kulik, Ryan, Harper, and George (2014)는 연륜과 경력을 바탕으로 재무적 자원과 사회적 지원을 받을 수 있는 잠재력이 높으므로 이를 통해 새로운 수익을 창출할 수 있다고 하였다. 따라서 이들은 시니어 창업자가 그들의 전문경험과 네트워크를 기반으로 성공할 확률이 높다고 하였다. 이러한 맥락에서 Kautonen et al. (2008)는 실무적 지식 뿐만 아니라 기술적, 관리적 역량이 창업의 성공에 영향을 미칠 수 있음을 지적하였다. 더불어 Hinz and Jungbauer-Gans (1999)는 실무경험이 관리경험에 비하여 성공가능성을 예측하는데 있어 보다 중요함을 지적하였다.

반면, Liang, Wang, and Lazear (2018)은 청년층의 특징을 높은 수준의 사회적 교류로 인하여 더 많은 아이디어를 창출할 수 있으며, 이러한 활동은 기존의 틀에서 벗어난 혁신적인 방법의 모색이 가능하다고 하였다. 또한 이들에 따르면, 청년층은 위험을 감수하는 성향이 높고 가족 지출에 의한 압박이 적다는 특징이 있다. 이와 함께 Singh and DeNoble (2003)은 시니어 창업자는 풍부한 자본을 기반으로 창업이 가능하지만, 이러한 자본은 은퇴로 인한 것으로 실제 개인수준에서 창업 의욕이 적을 수 있음을 지적하였다. 이러한 맥락에서 Levesque and Minniti (2006)는 시니어 창업자에게 창업이란 시간의 기회 비용으로 은퇴

이후 레저에 사용할 수 있는 시간을 포기하는 것이므로 사업에 대한 관여도가 낮을 수 있다고 하였다.

Table 3: Comparison between Young Entrepreneurs and Senior Entrepreneurs

Chance of Success	Success Factor	Result	Source
Senior Entrepreneurs	Human, Financial and Social Capital	Survival Rate	Singh, and DeNoble (2003), Kautonen et al. (2008), Gimmon et al. (2018)
	Human, Financial and Social Capital	Income	Cooper (1985)
	Professional Experience and Network	Profit	Kulik et al. (2014)
	Practical Knowledge, Technical and Administrative Competency	Start-Up Success	Kautonen et al. (2008)
	Practical Experience	Start-Up Success	Hinz and Jungbauer-Gans (1999)
Young Entrepreneurs	Social Interchange, Innovative Idea	Start-Up Success	Liang et al. (2018)
	Senior Entrepreneurs's a Low Drive to Start a Business	Outcome	Singh and DeNoble (2003)
	Senior Entrepreneurs's a Low Degree of Involvement	Outcome	Levesque and Minniti (2006)

* Source: Own.

청년창업 관련하여 Timmons (1994), Shane et al. (2012), Olugbola (2017) 등은 청년 창업이 아이디어로부터 실현되기 위해서는 능력과 역량이 필요함을 지적하였으며, 이를 준비도 (readiness)라 하였으며, Olugbola (2017)는 창업교육프로그램을 통하여 이를 높일 수 있다고 하였다. 이러한 준비도는 사업기회의 식별과 함께 그에 적합한 역량을 의미하는 것으로 Timmons (1994), Baringer and Ireland (2015)는 사업기회의 포착이 청년창업의 특성으로 보았다. 특히 청년창업의 특징은 시니어 창업에 비하여 소비자의 특성, 트렌드 변화에 민감하여 이에 적합한 상품이나 서비스를 제공할 수 있는 점이 시니어 창업에 비하여 강점이라 할 수 있다. 따라서 이러한 특성으로 인하여 청년 창업은 시니어 창업에 비하여 더 높은 경영성적을 나타낼 것으로 예상하며, 이에 따라 가설 1을 설정하였다.

가설 1: 전통시장 내 외식업에 음식서비스업에 종사하는 청년상인은 시니어 상인에 비하여 매출액이 더 많을 것이다.

반면, 시니어 창업은 연륜과 경력 (Kulik et al., 2014), 그리고 실무적 경험 (Hinz & Jungbauer-Gans, 1999)을 바탕으로 안정적인 수익을 확보할 수 있다는 장점이 있다. 더불어 시니어 창업은 관리적 역량이 청년창업에 비하여 높다 (Kautonen et al., 2008). 그러나 청년 또한 창업 이후 경험을 통하여 부족한 관리적 역량이 강화될 것이며, 이를 통하여 안정적인 수익 확보가 가능할 것으로 예상된다.

따라서 경영 관리 측면에서 시니어 상인은 청년 상인에 비하여 마진율이 더 높을 것으로 예상하며, 청년 상인의 창업 이후 경영성과는 보다 향상될 것으로 예상할 수 있다. 이에 따라 가설 2~4를 설정하였다.

가설 2: 전통시장 내 외식업에 음식서비스업에 종사하는 시니어상인은 청년상인에 비하여 마진율이 더 높을 것이다.

가설 3: 전통시장 내 외식업에 음식서비스업에 종사하는 청년상인의 매출액은 신규 창업과 비신규창업 간 차이를 나타내는 반면, 시니어상인의 매출액은 차이가 없을 것이다.

가설 4: 전통시장 내 외식업에 음식서비스업에 종사하는 청년상인의 마진율은 신규 창업과 비신규창업 간 차이를 나타내는 반면, 시니어상인의 마진율은 차이가 없을 것이다.

3. 실증분석

3.1. 연구모형 및 자료수집

본 연구는 전통시장 내 점포를 운영 중인 상인의 특성이 경영성과에 미치는 영향을 살펴보기 위한 연구로 이를 살펴보기 위하여 소상공인시장진흥공단에서 매년 조사하는 '전통시장상점가 및 점포경영 실태조사' 중 가장 최근에 공표된 2017 년 조사의 원자료를 분석자료로 사용하였다. 상인의 특성을 살펴보기 위하여 전통시장 행정구역 정보(시, 도), 현재 위치에서의 개업년도 (년), 상인의 나이 (년), 점포당 평균 영업시간 (시간), 일평균 매출액 (만원), 마지막으로 평균 마진율 (%)을 추출하였다. 분석대상은 전체 상인 중 외식업 종사자만으로 한정하였으며, 전체 시장 중 정책대상이 아닌 무등록 시장은 제외하였다. 이에 따른 전체 표본 수는 총 3,971 개이며, 다음 Table 4와 같이 지역별로 구분된다.

독립변수로는 점포주의 나이를 2017 년을 기준으로 계산하여 40 세를 기준으로 청년상인 (Young Entrepreneurs)과 시니어상인 (Older Entrepreneurs)으로 구분하였다. 다음으로 조절변수는 신규 창업여부로 앞선 점포주 나이와 동일하게 2017 년을 기준으로 현재 위치에서의 개업년도와 2017 년의 차이로 계산하였으며, 개업 1 년 미만은 신규 창업으로, 1 년 이상은 기존 영업자로 구분하였다.

Table 4: Sample Characteristics

Category	N	%
Region	Seoul	547
	Busan	322
	Daegu	222
	Incheon	135
	Gwangju	97
	Daejeon	151
	Ulsan	105
	Gyeonggi	775
	Gangwon	170
	Chungbuk	146
	Chungnam	191
	Jeonbuk	134
	Jeonnam	227
	Kyungbuk	343
	Gyeongnam	326
	Jeju	48
	Sejong	32
	Total	3,971
		100.0

* Source: Own.

다음으로 종속변수는 일평균 매출액과 평균 마진율을 로그화하였다. 더불어 매출액과 평균 마진율에 영향을 미치는 외생변수를 통제하기 위하여 영업시간과 지역을 통제변수로 활용하였다. 먼저 영업시간은 앞선 매출액, 평균 마진율과 동일하게 로그화하였으며, 이들 변수에 대한 기술통계는 다음 Table 5와 같다.

Table 5: Descriptive Statistics

Variable	Variable	Average	Standard Deviation
Independent Variable	Young Entrepreneurs	.090	.286
Interaction Variable	Start-up	.076	.266
Control Variable	ln(business hours)	2.459	.163
Dependent Variable	ln(Sales)	3.368	.978
	ln(Margin Rate)	3.428	.322

* Source: Own.

3.2. 가설검증

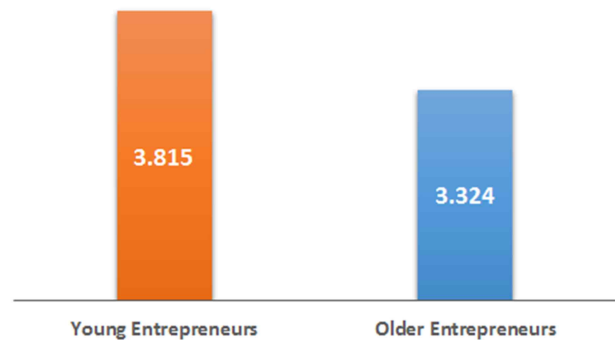
가설 1 은 청년상인의 매출액이 시니어상인에 비하여 높은지를 살펴보기 위한 가설이며, 이를 살펴보기 위하여 39 세 이하는 청년상인으로 40 세 이상은 시니어 상인으로 구분하였다. 분석을 위하여 청년 상인 (n=356)은 1로, 시니어 상인 (n=3615)은 1로 코딩하고 연속형 통제변수인 영업시간은 로그화하여 공분산분석 (ANCOVA; Analysis of

Covariance)을 실시하였다. 먼저 Levene 의 등분산 검정 결과, 두 집단의 등분산 가정이 충족되었다 ($F=.005$, $p=.946$). 다음으로 공분산분석 결과 청년상인(M 청년상인=3815, SD 청년상인=.961)인 경우 시니어 상인 (M 시니어상인=3824, SD 시니어상인=.969)에 비하여 매출액이 높게 나타났으며, 다음 Table 6, Figure1 과 같다. 이러한 차이는 통계적으로 유의하게 나타났다 ($F=89.690$, $p<.001$).

Table 6: Descriptive Statistics(H1)

Variable	Mean	Std. Deviation
Young Entrepreneurs	3.815	.961
Older Entrepreneurs	3.324	.969
Total	3.368	.978

* Source: Own.

**Figure 1:** Result of ANCOVA(H1)**Table 7:** Result of ANCOVA(H1)

Variable	df	F	p
Type of Entrepreneurs	1	89.690	.000
ln(business hours)	1	180.943	.000

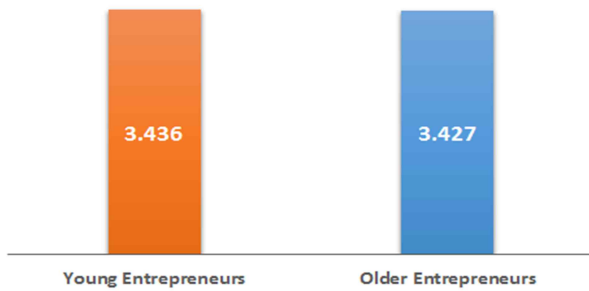
* Source: Own.

다음으로 가설 2 는 청년상인의 마진율이 시니어상인에 비하여 높은지를 살펴보기 위한 가설이다. 이를 살펴보기 위하여 상인 유형은 앞선 가설 1 과 동일한 방법으로 구분하였으며, 가설 1 과 마찬가지로 통제변수는 영업시간을 사용하여 공분산분석을 실시하였다. 등분산 검정 결과, 두 집단의 등분산 가정이 충족되었다 ($F=1475$, $p=.225$). 공분산 분석 결과, 청년상인 (M 청년상인=3436, SD 청년상인=.302)인 경우 시니어 상인 (M 시니어상인=3427, SD 시니어상인=.324)의 마진율 차이는 통계적으로 비유의적으로 나타났다 ($F=.254$, $p>.05$).

Table 8: Descriptive Statistics(H2)

Variable	Mean	Std. Deviation
Young Entrepreneurs	3.436	.302
Older Entrepreneurs	3.427	.324
Total	3.428	.322

* Source: Own.

**Figure 2:** Result of ANCOVA(H2)**Table 9:** Result of ANCOVA(H2)

Variable	df	F	p
Type of Entrepreneurs	1	.254	.614
ln(business hours)	1	.079	.778

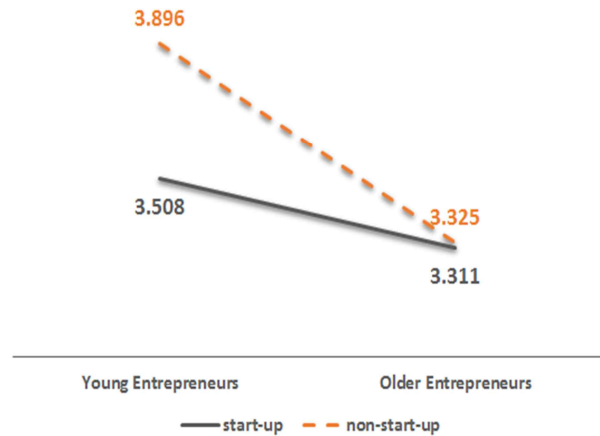
* Source: Own.

다음으로 가설 3은 청년상인과 시니어상인의 매출액 차이에 있어 신규창업여부의 조절효과를 살펴보기 위한 것이다. 이를 살펴보기 위하여 상인 유형은 앞선 가설 1, 2와 동일한 방법으로 구분하였으며, 신규 창업과 지속 사업을 구분하기 위하여 창업 후 1년을 기준으로 1년 이하는 1으로, 1년 초과는 0으로 코딩하였다. 더불어 통제변수는 영업시간을 사용하여 공분산분석을 실시하였다. 등분산 검정 결과, 두 집단의 등분산 가정이 충족되었다 ($F=392$, $p=.759$). 공분산 분석 결과, 청년상인 여부와 신규창업여부의 상호작용항은 유의적으로 나타났다 ($F=7.050$, $p<.01$). 보다 세부적으로 청년상인인 경우 신규 창업 (M 신규창업=3508, SD 신규창업=988)에 비하여 지속 사업 (M 지속사업=3896, SD 지속사업=940)에 비하여 매출액이 높은 것으로 나타났다. 이에 반하여 시니어상인인 경우 신규 창업 (M 신규창업=3311, SD 신규창업=959)과 지속 사업 (M 지속사업=3325, SD 지속사업=969)간 매출액 차이는 나타나지 않았다.

Table 10: Descriptive Statistics(H3)

Variable	Mean	Std. Deviation
Young Entrepreneurs	start-up	3.508
	non-starting	3.896
Older Entrepreneurs	start-up	3.311
	non-starting	3.325

* Source: Own.

**Figure 3:** Result of ANCOVA(H3)**Table 11:** Result of ANCOVA(H3)

Variable	df	F	p
Type of Entrepreneurs(A)	1	31.547	.000
Type of Start-up(B)	1	7.896	.005
A*B	1	7.050	.008
ln(business hours)	1	180.933	.000

* Source: Own.

마지막으로 가설 4는 청년상인과 시니어상인의 마진율 차이에 있어 신규창업여부의 조절효과를 살펴보기 위한 것이다. 등분산 검정 결과, 두 집단의 등분산 가정이 충족되었다 ($F=1443$, $p=.228$). 공분산 분석 결과, 청년상인 여부와 신규창업여부의 상호작용항은 유의적으로 나타났다 ($F=3642$, $p=.056$; 단측검정). 보다 세부적으로 청년상인인 경우 신규 창업 (M 신규창업=3348, SD 신규창업=336)에 비하여 지속 사업 (M 지속사업=3459, SD 지속사업=288)에 비하여 매출액이 높은 것으로 나타났다. 이에 반하여 시니어상인인 경우 신규 창업 (M 신규창업=3408, SD 신규창업=329)과 지속 사업 (M 지속사업=3428, SD 지속사업=0324)간 매출액 차이는 나타나지 않았다.

Table 12: Descriptive Statistics(H4)

Variable	Mean	Std. Deviation
Young Entrepreneurs	start-up	3.348
	non-starting	3.459
Older Entrepreneurs	start-up	3.408
	non-starting	3.428

* Source: Own.

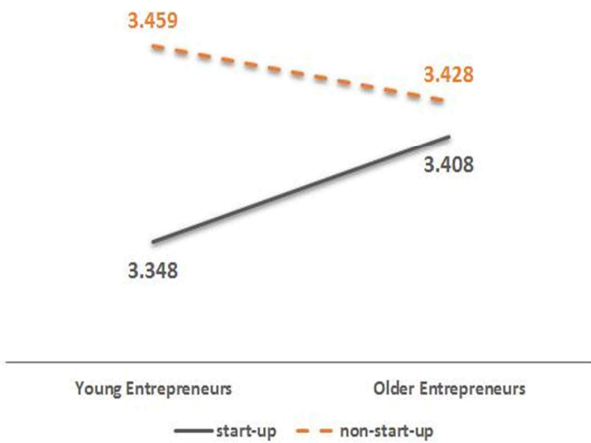


Figure 4: Result of ANCOVA(H4)

Table 13: Result of ANCOVA(H4)

Variable	df	F	p
Type of Entrepreneurs(A)	1	.369	.543
Type of Start-up(B)	1	7.762	.005
A*B	1	3.642	.056
ln(business hours)	1	.088	.767

* Source: Own.

4. 결론

4.1. 연구결과 요약

본 연구는 최근 정부에서 전통시장을 대상으로 청년몰 조성 사업을 지원함에 있어 청년 대상 지원사업의 필요성을 살펴보기 위한 연구이다. 이를 위하여 전통시장 내 음식서비스업을 중심으로 청년상인과 시니어상인을 구분하고 창업기간에 따른 경영성과를 살펴보았다. 보다 구체적으로 청년 상인의 창업이 매출액과 마진율에 미치는 영향을 살펴보았으며, 창업 1년을 기준으로 경영성과의 변화를 살펴보았다.

이에 따른 연구결과 요약은 다음과 같다.

먼저 청년상인, 즉 39세 이하의 점포주가 운영하는 점포의 매출액은 시니어 상인(40세 이상)이 운영하는 점포에 비하여 매출액이 높은 것으로 나타났다. 이러한 결과는 전통시장 내 청년몰 조성 사업과 같은 청년 중심의 정부지원사업을 통하여 전통시장을 활성화할 수 있음을 의미한다.

다음으로 마진율을 살펴보면, 청년상인 점포와 시니어상인 점포의 마진율을 차이가 없는 것으로 나타났다. 이러한 연구 결과는 전통시장 내 점포의 수익구조가 청년상인과 시니어상인 간 유사함을 의미한다.

셋째, 보다 세부적으로 영업기간 1년을 기준으로 신규 창업 시 경영성과를 살펴보면, 청년 창업은 매출액과 마진율이 창업 이후 향상되는 반면, 시니어 창업은 차이가 없는 것으로 나타났다. 이러한 연구 결과는 청년 창업에 대한 지원을 통하여 경영성과를 향상시킬 수 있음을 의미하는 반면, 시니어 창업 지원에는 한계가 있음을 시사한다.

4.2. 연구의 시사점 및 한계점

본 연구의 학술적, 실무적 시사점은 다음과 같다.

첫째, 본 연구는 창업 관련 연구에 있어 기술혁신 바탕의 창업이 아닌, 음식서비스업을 중심으로 연구기반을 마련하였다. 기존의 창업 연구는 대부분 하이테크 중심의 연구를 중심으로 이루어져 왔으며 따라서 일반적인 창업을 산업에 따라 설명하지 못 한다는 한계점이 존재하였다. 이에 본 연구에서는 최근 고령화로 인하여 증가하고 있는 음식서비스업을 중심으로 창업의 특성을 살펴보았다는 점에서 의의를 갖는다.

둘째, 본 연구는 창업으로 인한 경영성과를 영업기간을 중심으로 구분하였다. 기존 연구에서는 창업 이후 경영성과에 초점을 맞추었으나, 본 연구에서는 영업기간을 창업기간 1년을 기준으로 구분하여 비교함으로써 청년 창업과 시니어 창업이 단순히 연령에 따른 차이 뿐만 아니라 영업기간에 따른 차이가 나타남을 보였다. 이와 함께 창업을 지원함에 있어 청년 대상의 지원사업의 보다 효과적일 수 있음을 실증분석하였다.

셋째, 본 연구는 기존 연령을 중심으로 한 창업 관련 연구 흐름에 일조하였다. 초기 창업 연구는 주로 젊은 창업자를 중심으로, 창업자의 특성에 대한 연구를 주로 이루었다(Matricano, 2018). 최근에는 청년 창업뿐만 아니라 은퇴 이후 세대를 중심으로 시니어 창업에 대한 사회적 관심이 증가하고 있어 이에 대한 연구가 증가하고 있다(Gimmon et al., 2018; Matricano, 2018). 따라서 본 연구는 이러한 연구 흐름에 따라 청년 창업과 시니어 창업을 구분하고 이에 따른 경영성과를 비교했다는 점에서 시사점을 갖는다.

넷째, 실무적으로 본 연구는 정부의 지원정책 변화의 당위성을 설명하였다. 보다 구체적으로 연구결과에 따르면, 청년상인은 시니어상인에 비하여 매출액은 높은 반면, 마진율은 낮은 특성을 갖는다. 그러나 영업기간을 중심으로 살펴보면, 청년상인은 창업 초기에 시니어상인에 비하여 매출액이 높은 반면, 마진율은 낮은 특성을 나타낸다. 그러나 경험이 쌓일수록 청년 상인의 경영성과는 향상되는

것으로 나타나며, 이러한 결과는 청년 상인 중심의 전통시장 지원 정책이 전통시장 활성화에 기여할 수 있음을 시사한다.

본 연구는 다음과 같은 연구의 한계점을 갖는다.

먼저 본 연구는 청년몰 지원사업에 대한 성과를 비교하지 못 하였다. 현재 청년몰 지원사업은 초기 단계로 지원사업을 보다 정교화하기 위한 단계이며, 수혜자 또한 소수이다. 따라서 향후 연구를 통하여 단순히 청년 창업의 경영성과 뿐만 아니라, 청년몰 조성사업 수혜자와 비수혜자 간 성과 차이와 함께 이로 인한 전통시장 활성화에 미치는 영향을 살펴보아야 할 것이다.

둘째, 본 연구는 정부지원 정책에 따라 청년 상인과 시니어 상인의 구분 기준을 40 세로 설정하였다. 그러나 다수의 연구에서 50 세 이상을 시니어 창업으로 구분하거나(Fuchs, 1980; Lorrain & Raymond, 1991; Singh & DeNoble, 2003; Kautonen et al., 2008), 특정 생애주기에 종사자 지위가 고용원에서 자영업자로 변경되는 것을 기준으로 하기도 한다(Matricano, 2018). 따라서 향후 연구에서는 이에 대한 보다 정교한 기준 마련이 필요할 것이다.

마지막으로 본 연구에 활용한 2차 자료는 패널 자료가 아니며 따라서 시계열적 비교가 불가능하다. 그러나 창업의 영향을 살펴보기 위해서는 창업 이후 변화를 살펴볼 필요가 있다. 현재 청년몰 지원사업은 초기단계로 향후 지속적인 지원과 성과분석을 통하여 실제 청년상인 창업 성과에 대한 연구가 필요할 것이다.

References

- Choo, M. J., & Jung, Y. S. (2015). Effects of traditional market service quality factors on customer value, relational quality, and behavioral intention. *Journal of Distribution Science*, 13(11), 79-92.
- Cooper, A. C. (1985). The role of incubator organizations in the founding of growth-oriented firms. *Journal of business Venturing*, 1(1), 75-86.
- Curran, J., & Blackburn, R. A. (2001). Older people and the enterprise society: Age and self-employment propensities. *Work, Employment and Society*, 15(4), 889-902.
- Dawson, C., & Henley, A. (2012). "Push" versus "Pull" entrepreneurship: an ambiguous distinction? *International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research*, 18(6), 697-719.
- Decker, R., Haltiwanger, J., Jarmin, R., & Miranda, J. (2014). The role of entrepreneurship in us job creation and economic dynamism. *Journal of Economic Perspectives*, 28(3), 3-24.
- Foo, M. D., Uy, M. A., & Baron, R. A. (2009). How do feelings influence effort? An empirical study of entrepreneurs' affect and venture effort. *Journal of Applied Psychology*, 94(4), 1086-1094.
- Forbes, D. P. (2005). Are some entrepreneurs more overconfident than others? *Journal of Business Venturing*, 20(5), 623-640.
- Freear, J., & Wetzel, W. E. Jr. (1990). Who bankrolls high-tech entrepreneurs? *Journal of Business Venturing*, 5(2), 77-89.
- Fuchs, V. R. (1982). Self-employment and labor force participation of older males. *Journal of Human Resources*, 17(3), 339-357.
- Gimmon, E., Yitshaki, R., & Hantman, S. (2018). Entrepreneurship in the third age: retirees' motivation and intentions. *International Journal of Entrepreneurship and Small Business*, 34(3), 267-288.
- Hayward, M. L., Forster, W. R., Sarasvathy, S. D., & Fredrickson, B. L. (2010). Beyond hubris: How highly confident entrepreneurs rebound to venture again. *Journal of Business Venturing*, 25(6), 569-578.
- Hayward, M. L., Shepherd, D. A., & Griffin, D. (2006). A hubris theory of entrepreneurship. *Management Science*, 52(2), 160-172.
- Hinz, T., & Jungbauer-Gans, M. (1999). Starting a business after unemployment: characteristics and chances of success (empirical evidence from a regional German labour market). *Entrepreneurship & Regional Development*, 11(4), 317-333.
- Kautonen, T., Down, S., & South, L. (2008). Enterprise support for older entrepreneurs: the case of PRIME in the UK. *International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research*, 14(2), 85-101.
- Kautonen, T., Tornikoski, E. T., & Kibler, E. (2011). Entrepreneurial intentions in the third age: the impact of perceived age norms. *Small Business Economics*, 37(2), 219-234.
- Kim, D. Y., & Kwon, S. K. (2013). A study on the korea distribution promotion policy and adjustment policy. *Journal of Distribution Science*, 11(4), 89-97.
- Kim, S. C. (2004). A study on the competition strategies for traditional market. *Journal of Distribution Science*, 2(2), 17-32.
- Kim, S. H., & Kim, Y. K. (2013). A study on the system improvement plan for an efficient market maintenance project. *Journal of Distribution Science*, 11(4), 23-35.
- Kim, W. H., & Ryu, T. C. (2017). Input-output analysis on the economic effect of the Korean traditional retail market supporting project. *Journal of Distribution Science*, 15(7), 5-17.
- Kim, Y. K., Kim, S. H., & Lim, J. (2011). A study on the meaning & classification of conventional markets. *Journal of Distribution Science*, 9(2), 83-95.
- Kulik, C. T., Ryan, S., Harper, S., & George, G. (2014). Aging populations and management. *Academy of Management Journal*, 57(4), 929-935.

- Lee, C. S. (2019). The effects of traditional market support projects and competition intensity of stores on store sales and number of visitors. *Journal of Distribution Science*, 17(3), 95-103.
- Lee, C. S., Kim, Y. K., & Kim, S. H., (2019). The Need for Updating the Survey Population of Traditional Market. *Journal of Distribution Science*, 17(4), 77-85.
- Levesque, M., & Minniti, M. (2006). The effect of aging on entrepreneurial behavior. *Journal of Business Venturing*, 21(2), 177-194.
- Liang, J., Wang, H., & Lazear, E. P. (2018). Demographics and entrepreneurship. *Journal of Political Economy*, 126(1), 140-196.
- Liu, X., Wright, M., & Filatotchev, I. (2015). Learning, firm age and performance: An investigation of returnee entrepreneurs in Chinese high-tech industries. *International Small Business Journal*, 33(5), 467-487.
- Lorrain, J., & Raymond, L. (1991). Young and older entrepreneurs: an empirical study of difference. *Journal of Small Business & Entrepreneurship*, 8(4), 51-61.
- Matricano, D. (2018). Grey vs. Young Entrepreneurs: Are they really that different in terms of entrepreneurial intentions? Empirical evidence from Italy. *International Journal of Business and Management*, 13(2), 76-86.
- Mühlböck, M., Warmuth, J. R., Holienka, M., & Kittel, B. (2018). Desperate entrepreneurs: no opportunities, no skills. *International Entrepreneurship and Management Journal*, 14(4), 975-997.
- Olugbola, S. A. (2017). Exploring entrepreneurial readiness of youth and startup success components: entrepreneurship training as a moderator. *Journal of Innovation & Knowledge*, 2(3), 155-171.
- Roberts, E. B. (1991). High stakes for high-tech entrepreneurs: Understanding venture capital decision making. *MIT Sloan Management Review*, 32(2), 9-20.
- Rosenthal, S. S., & Strange, W. C. (2010). Small establishments/big effects: Agglomeration, industrial organization and entrepreneurship. In E. L., Glaeser (Ed.), *Agglomeration Economics* (pp.277-302). Chicago, IL: University of Chicago Press.
- Sansom, K. J., & Gurdon, M. A. (1993). University scientists as entrepreneurs: a special case of technology transfer and high-tech venturing. *Technovation*, 13(2), 63-71.
- Schumpeter, J. A. (1947). The creative response in economic history. *The Journal of Economic History*, 7(2), 149-159.
- Singh, G., & DeNoble, A. (2003). Early retirees as the next generation of entrepreneurs. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 27(3), 207-226.
- 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.
- Timmons, J. (1994). *New Venture Creation. Entrepreneurship in the 1990s* (4th ed.). Boston, MA: Irwin.
- Weber, P., & Schaper, M. (2004). Understanding the grey entrepreneur. *Journal of Enterprising Culture*, 12(2), 147-164.
- Williams, D. R., Duncan, W. J., & Ginter, P. M. (2006). Structuring deals and governance after the IPO: Entrepreneurs and venture capitalists in high tech start-ups. *Business Horizons*, 49(4), 303-311.
- Yoo, S. W., & Lee, S. Y. (2011). A Study on the competition strategy for private super market against super super market. *Journal of Industrial Distribution & Business*, 2(2), 39-45.