

패스트푸드 업체의 급식관리 구조 개선을 위한 모형설정에 관한 연구

류은순* · 꺾동경

*고신대학 식품영양학과, 연세대학교 생활과학대학 식품영양학과
(1990년 10월 23일 접수)

A Model for the Improvement of the Foodservice Management Structure of Fast Food Restaurants

Eun Soon Lyu and Tong Kyung Kwak

**Department of Food & Nutrition, Koshin College
Department of Food & Nutrition, College of Home Economics, Yonsei University
(Received October 23, 1990)*

Abstract

The purpose of this study were to investigate relationships between the franchisors and franchisees in terms of management, satisfaction and cooperation, and to establish a model for improvement of the foodservice management structure of fast food franchise system.

Data were collected from 4 hamburger and 7 noodle franchisors, and from 21 hamburger and 38 noodle franchisees. Suveyed chains were composed of 10 franchisor-owned units and 49 franchised units. The instrument used in this study was Liker type 5-scale questionnarie. Hypotheses concerning relations between management practices by franchisor and satisfaction of franchisee, cooperation of franchisee were tested using path analysis.

Unit management practices by franchisors were significantly different according to the operation style. Franchisor-owned hamburger chains rather than franchised noodle chains were better managed by franchisors in terms of QSC and management support. Management practices by franchisors in the whole showed a significant relationship with the satisfaction, cooperation, and the implementation of standardized recipes by franchisees. Franchisees' satisfaction had a significant positive relation with the cooperation and the implementation of standardized recipes. QSC management practices and management support by franchisors, had no direct relevance to the general cooperation of franchisees, and managemet practices in the whole had a little relevance to it, but franchisees' satisfaction in terms of QSC and the whole had a strong effect to their QSC Cooperation.

I. 서 론

현대사회는 정치, 경제, 문화 등 사회 제분야의 비약적인 발전에 따라 제품의 생산에 기초를 두었던 산업사회에서 서어비스 창출에 기초를 둔 후기산업사회 즉, 서어비스사회로의 이행이 진행되고 있다.¹⁾ 또한 소비자의 욕구와 태도 및 life style에도 커다란 변화가 일어나면서 식생활의 발전속도가 가속화되고 점차 외식이 생활화 되어가고 있다.

외식산업은 인간의 기본적인 욕구를 충족시켜 주는 대표적인 서어비스산업으로 경제발전과 더불어 국민경제에서 차지하는 비율이 커져가는 성장산업이다. 우리나라의 외식식당 점포의 수는 1980년부터 지금까지 총 45%의 증가율을 보였으며, 이 중 가장 크게 확대된 것은 패스트푸드점(fast food chain)이다.²⁾

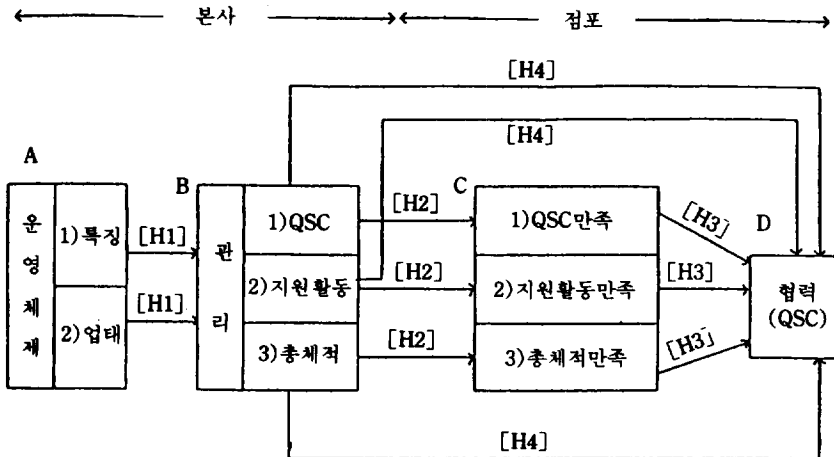
대부분 패스트푸드점은 소매 유통부문에서 각광을 받고 있는 프랜차이즈 시스템(franchise system)이라는 유통조직의 형태를 취하고 있다. 이것은 과거의 전통

적인 유통경로가 단순히 이윤 추구를 위해 독립적으로 운영되던 것과는 달리 경제적인 관리와 최대의 시장 효과를 얻기 위해 본사와 점포가 계약을 체결하는 것으로 본사는 다수의 점포를 전국적으로 분산 설치하며 생산에서부터 최종 소비까지의 유통을 계획하고 강력하게 통제, 조정함으로써 경영의 안정성, 품질관리의 보장, 마케팅 비용의 절감, 대량집중 구입, 공동선전, 훈련된 종업원의 확보 등 합리적이며 자본집약적인 운영을 통해 규모의 이익을 획득 할 뿐 아니라 소비자에게 강력한 이미지(image)를 주는 것이다.³⁴⁾ 그러므로 Etgar⁵⁾와 El-Ansary & Robicheaux⁶⁾는 본사와 점포간의 유통과정에서 이들은 상호 의존성을 갖게되어 이들간에는 리더쉽, 협력, 갈등, 만족 등의 현상이 나타난다고 하였던 바 본사의 설득력 있는 관리와 본사에 대한 점포의 신뢰감 및 협동심은 프랜차이즈 시스템의 존속에 매우 중요하다고 하였다. 또한, 본사와 점포와의 협력에서 구축되는 규모의 경제를 얻기 위

해서는 본사에서 분배를 관리하는 능력이 있어야 하고 현장감독자들의 리더쉽에 의해 점포의 의견을 충분히 반영하는 것이 효과적인 관리이며 선행조건이므로 본사가 점포를 관리하는 중앙관리통제 능력이 필수적이다.^{7,8)}

패스트푸드산업은 음식의 품질(quality), 서어비스(service), 점포의 청결(cleanliness)을 전 점포에서 일률적으로 유지해야 하는 특수한 속성으로 인해 다른 어떤 프랜차이즈 산업보다도 본사에서의 관리통제에 대해 특별한 도전을 받고 있는 산업⁹⁾이므로, 모든 제품에 대한 가장 효과적이고 통솔력 있는 관리는 패스트푸드의 품질보장에 최대의 힘이라고 볼 수 있다.

현재 국내 패스트푸드업체는 유통업에 경험이 많지 않은 사람이 비교적 소규모의 자본을 가지고 적은 위험부담으로 독립사업을 할 수 있다고 알려진 특징^{10,11)} 때문에 점포를 운영하고자 하는 사람의 수가 계속 증가하고 있는 실정이다.¹²⁾ 면류점의 경우, 1987년 3월



- A. 운영체제
 - 1) 특징 : 가맹점위주, 직영점위주
 - 2) 업태 : 햄버거점, 면류체인점
- B. 관리
 - 1) QSC : 음식의 품질(quality), 서어비스(service), 청결(cleanliness)에 대한 본사의 관리
 - 2) 지원활동 : 광고 및 판촉, 정보제공, 종업원교육, 신제품개발에 대한 본사의 관리
 - 3) 총체적 : QSC측면과 지원활동측면 전체에 대한 본사의 관리
- C. 만족
 - 1) QSC만족 : 본사의 QSC측면의 관리에 대한 점포주의 만족
 - 2) 지원활동 만족 : 본사의 지원활동측면의 관리에 대한 점포주의 만족
 - 3) 총체적 만족 : 본사의 QSC측면과 지원활동측면의 관리에 대한 점포주의 만족
- D. 협력
 - 본사의 지시사항을 준수하는 점포의 협력(QSC)

- [H1]. 본사의 운영체제에 따라서 본사의 점포관리가 다르다.
- [H2]. 본사의 관리는 점포의 만족과 정(+)의 관계가 있다.
- [H3]. 점포의 만족은 점포의 협력과 정(+)의 관계가 있다.
- [H4]. 본사의 관리는 점포의 협력과 정(+)의 관계가 있다.

그림 1. 연구모형

332개 이었던 점포수가 1989년 6월 987개로 점포수가 2.9배 증가 하였고 점포수가 7.1배 증가한 업체도 있다. 특히 서구형 패스트푸드점의 경우 점포수는 전국에 약 1,300여개에 이르고 있다.¹³⁾ 이와 같이 패스트푸드업체는 본사와 점포간의 관리적인 체계가 아직 확립되지 않은 상황에서 급성장상을 보이고 있는 실정이므로 실패의 위험요인을 많이 갖고 있어 이에 대한 연구의 필요성이 날로 더해 가고 있다.

본 연구의 목적은 국내 패스트푸드업체의 실제운영 현황을 파악하고 본사와 점포의 관리상태를 세분화시키고 이에 대한 점포의 만족도, 협력관계 등의 상호작용을 분석하여 외식산업 중에서 가장 급속히 발전 할 여지가 있는 패스트푸드산업의 급식을 보다 합리적으로 관리 할 수 있도록 급식관리 구조의 모형을 제시하고자 한다.

이를 위해 본 연구에서는 점포주의 만족과 협력정도에 영향을 주는 변수인 본사의 점포에 대한 관리요인을 독립변수로, 본사의 점포관리 통제에 대한 점포의 만족 요인을 매개변수로 정의 하였으며, 점포들이 각자의 목표를 향하여 본사와 공동으로 함께 일하고자 하는 통합된 노력으로서의 협력요인을 종속변수로 설정하였을 때 패스트푸드점의 운영체제 및 본사와 점포사이에서 일어나는 여러 변수요인들은 서로 상호연관이 있을 것으로 가정하며 이를 그림 1과 같은 모형을 통해 파악하고자 다음과 같은 가설을 설정하였다.

가설 1. 본사의 운영체제에 따라서 본사의 점포관리가 다르다.

가설 2. 본사의 관리는 점포의 만족과 정(+)의 관계가 있다.

가설 3. 점포의 만족은 점포의 협력과 정(+)의 관계가 있다

가설 4. 본사의 관리는 점포의 협력과 정(+)의 관계가 있다.

II. 연구방법

1. 조사대상 및 방법

표 1. 조사대상업체의 점포분포 및 표본수

	햄버거업체					면류업체							합계	
	A	B	C	D	소계	E	F	G	H	I	J	K		소계
직영점	0	28	13	5	46	1	0	1	0	0	1	0	3	49
	(0)	(3)	(6)	(1)	(10)	(0)	(0)	(0)	(0)	(0)	(0)	(0)	(0)	(10)
가맹점	28	40	0	30	98	106	113	95	219	63	71	157	923	1,021
	(4)	(3)	(0)	(4)	(11)	(6)	(6)	(6)	(6)	(5)	(5)	(4)	(38)	(49)

()의 수치는 표본수임

본 연구의 대상에서 본사는 햄버거업체 4개 업소, 면류업체 7개 업소로 총 11개업소를 선정하였다. 점포는 각 본사에서 우수하다고 인정하여 추천해 준 햄버거체인점 21개 점포, 면류체인점 39개 점포로 총 59개 점포이었다(표 1참조).

조사 방법은 훈련된 조사가원이 각 업체를 방문하여 관리자와 직접 개별면담을 하면서 조사대상자가 자기 기입방법으로 설문지에 완전 응답하게 하였다.

2. 설문지의 구성

본사를 위한 설문지는 점포운영체제에 관한 사항, 종업원의 교육, 점포의 방문, 지도현황에 관한 사항으로 구성하였고 본 연구모형을 위한 사항인 점포운영관리에 관한 문항은 10문항으로 구성하였다. 점포에 관한 설문지는 점포의 운영에 관한 사항, 종업원의 교육 및 관리, 표준화된 조리법의 이용, 본사 지원에 대한 만족 정도, 본사의 운영지침 사항에 대한 협력정도로 구성 하였으며 본 연구의 모형을 위한 사항으로는 본사지원에 대한 점포의 만족정도 16문항, 본사의 운영지침 사항에 대한 점포의 협력정도 21문항으로 구성하였다.

본 연구에 사용된 질문들은 5점 Likert 척도를 사용하였고 그 이외의 항목은 설문형식을 이용하였다. 본 연구모형의 설문지 항목에 대한 내적일관성을 평가하기 위하여 Cronbach¹⁴⁾의 α -신뢰도 계수를 산출한 결과 Nunnally¹⁵⁾가 제시한 .70수준을 충분히 만족시키고 있었으며 타당성검사는 항목분석을 한 후 공통요인분석(common factor analysis)¹⁶⁾으로 시행하였다.

3. 통계분석방법

자료분석은 SPSSX Program을 이용한 전자계산조작을 이용하였다. 각 조사대상의 일반적인 운영사항에 대해서는 단순빈도와 백분율을 구하였고 본사의 운영특징과 업태특징에 따른 점포관리와 점포운영 상황은 t-test와 χ^2 -test 및 변량분석(One-way ANOVA)을 이용하여 유의성 검증을 하였으며, 이들간의 상관성을 Pearson's correlation을 이용하여 분석하였다. 또한 연구모형을 구성하는 요인들간의 가설의 검증은 경로

분석(path analysis)¹⁷⁾을 통해 실시하였으며 최소자승법(Ordinary Least Square : OLS)을 이용한 회귀방정식을 이용하여 분석하였다.

분석에 사용한 회귀방정식은 다음과 같다.

$$Y = \beta_0 + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + E$$

$$\text{점포의 만족} = \beta_0 + \beta_1 \text{본사의 관리} \quad (1)$$

$$\text{점포의 협력} = \beta_0 + \beta_1 \text{본사의 관리} + \beta_2 \text{점포의 만족} \quad (2)$$

위의 회귀방정식에서 표준화된 배타계수를 경로계수(path coefficient)로 사용하였다.

III. 연구결과 및 고찰

1. 조사대상업체의 일반사항

1) 사업개시년도

표 2에는 조사대상업체의 사업개시년도를 집계하였다. 본사는 11개업소가 1984년부터 새로 사업을 시작하였고, 점포의 경우도 1986년부터 1989년 5월 사이에 35개 점포인 92.1%가 개점한 것으로 나타났다. 이것은 패스트푸드점의 이용이 급증하고 있기 때문인 것으로 볼 수 있다.

2) 업무조직구성

종업원교육은 8개업소(73%)가 영업부에서 담당하였고 교육부에서 담당하는 업소는 1개업소(9%)에 불과하였으며 신제품개발, 제품의 품질관리 등도 영업부에서 담당하고 있는 업소도 있어 많은 업체가 한 부서에서 여러 업무를 담당하고 있는 것으로 나타나 업무의 분화가 잘 되어 있지 않았다.

업무담당자 수에서 종업원의 교육을 담당하는 직원의 수는 가맹점위주인 면류업체의 경우 6~10명이 5개 업소이고, 5명 이하는 4개 업소이었다. 햄버거업체는 6~10명의 직원이 있는 업소는 1개 업소이며 교육담당자가 40명이 되는 업소도 있었다.

점포를 방문 지도점검하는 직원의 수는 대부분 6~10명으로 면류업체와 햄버거업체가 비슷한 분포를 보였지만 점포수를 비교할 때 면류체인점이 햄버거체인점보다 6.4배이므로 교육담당자 및 점포를 방문 점검하는 직원의 수가 절대 부족함을 알 수 있었다. Buck¹⁸⁾는 본사에서 점포에 대한 중앙관리통제 능력이 매우 중요한데 점포가 급격히 증가 할 경우 지도력체제가 뒤따라기 힘들므로 관리통제에 한계가 있음을 지적한 바 우리나라의 경우 외적인 점포수의 확대로 규모만 커가고 있어 진정한 프랜차이즈 시스템의 특성을 살린 패스트푸드점으로 정착하는데 어려움이 있다.

2. 운영 및 업태특징에 따른 점포운영 현황

1) 표준화된 조리법

표 2. 조사대상업체의 사업개시년도

년도	햄버거업체		면류업체	
	본사	점포	본사	점포
	N(%)	N(%)	N(%)	N(%)
1980년 전	1(25.0)	0(0.0)	0(0.0)	0(0.0)
1980~1981년	0(0.0)	1(4.8)	0(0.0)	0(0.0)
1982~1983년	1(25.0)	1(4.8)	2(28.6)	0(0.0)
1984~1985년	2(50.0)	6(28.6)	3(42.8)	3(7.9)
1986~1987년	0(0.0)	9(42.0)	2(28.6)	13(34.2)
1988~1989년 5월	0(0.0)	4(19.0)	0(0.0)	22(57.9)

패스트푸드업체에서 일률적인 음식을 보장하기 위해서는 표준화된 조리법이 점포 통제 관리시 가장 중요한 지시사항이라 할 수 있다.

표 3에는 표준화된 조리법의 이용 현황 및 실제 조리방법을 운영특징 및 업태특징에 따라 집계하였다.

운영특징에서 직영점은 표준화된 조리법을 거의 이용하고 있었으나 가맹점은 표준화된 조리법을 반정도만 이용하고 있는 점포는 57.1%이었고, 거의 이용하지 않고 있는 점포는 16.3%이었으며 운영특징간에는 유의적인 차이를 보였다(P<.001). 업태특징에서 햄버거체인점은 85.5%가 표준화된 조리법을 이용하였으나 면류체인점은 13.1%만이 이용하고 있었으며, 21.6%는 거의 이용하지 않는 것으로 나타났고 업태특징간에 유의적인 차이가 있었다(P<.001).

실제조리방법에서 가맹점위주인 면류체인점은 본사의 지침과 점포주의 경험을 이용하여서 실제조리를 하고 있었고, 이에 비해 직영점위주인 햄버거체인점은 주로 본사의 지침에 의해 조리하고 있었으며 유의적인 차이를 나타내었다(P<.001).

이상을 살펴 볼 때 면류체인점은 표준화된 조리법의 이용이 낮았는데 이러한 경향은 본사에서 제시한 표준화된 조리법의 내용이 미비한 점과 본사에서의 종업원 교육 및 점포의 지도점검 권리담당자가 적어 본사에서 점포에 대한 통제관리가 제대로 이루어지지 않는 것이 그 원인이라 할 수 있다.

2) 교육 및 지도점검

표 4에는 본사에서 점포에 실시하는 교육 및 지도점검 현황을 집계하였다. 직영점위주인 면류체인점은 81.0% 이상이 정기적인 교육을 본사로부터 받고 있었으나 가맹점위주인 면류체인점은 50% 미만으로 유의적인 차이가 있었다(P<.001). 교육 및 점포점검도 직영점위주인 햄버거체인점이 가맹점위주인 면류체인점보다 더 자주 하고 있는 것으로 나타났고 유의적인 차이가 있었다(P<.05).

우리나라의 패스트푸드업체는 본사에서 점포에 대한

표 3. 점포의 표준화된 조리법의 이용현황 및 실제 조리방법

이용현황 및 조리방법	운영특징		업태특징	
	가맹점	직영점	면류점	햄버거점
	N(%)	N(%)	N(%)	N(%)
이용현황				
전혀 이용 안함	0(0.0)	0(0.0)	0(0.0)	0(0.0)
거의 이용 안함	0(0.0)	0(0.0)	8(21.1)	0(0.0)
반정도 이용함	28(57.1)	0(0.0)	25(65.8)	3(14.2)
거의 이용함	7(14.3)	6(60.0)	4(10.5)	9(42.9)
항상 이용함	6(12.2)	4(40.0)	1(2.6)	9(42.9)
	$\chi^2=25.19$ df=4	Prob.=.000	$\chi^2=31.31$ df=4	Prob.=.000
실제 조리방법				
본인의 경험	2(4.1)	0(0.0)	2(5.3)	0(0.0)
본사의 지침과 본인의 경험	36(73.5)	1(10.0)	32(84.2)	5(23.8)
본사의 지침	11(22.4)	9(90.0)	4(10.5)	16(76.2)
	$\chi^2=25.17$ df=4	Prob.=.000	$\chi^2=31.31$ df=2	Prob.=.000

표 4. 본사에서 실시하는 교육 및 지도점검 현황

본사의 교육지도	운영특징		업태특징	
	가맹점	직영점	면류점	햄버거점
	N(%)	N(%)	N(%)	N(%)
본사의 정기교육				
없다	27 (55.1)	0 (0.0)	23 (60.5)	4 (19.0)
있다	22 (44.9)	10 (100.0)	15 (39.5)	17 (81.0)
	$\chi^2=10.50$ df=4	prob.=.001	$\chi^2=7.78$ df=1	prob.=.04
	(M±SD)	(M±SD)	(M±SD)	(M±SD)
교육횟수(회/년)	1.3±1.7	9.0±3.7*	0.8±1.1	8.0±4.6*
점검횟수(회/월)	2.5±1.8	9.4±4.2*	1.6±1.4	7.5±7.5*

*P<0.01

교육 및 지도점검이 미비한 업체가 많은 것으로 나타났다 Rosenberg¹⁰⁾는 프랜차이즈 시스템의 3가지 성공요소는 본사와 점포간의 의사소통, 본사에서 중앙관리통제, 장기계획에 대한 운영이라고 한 바 우리나라의 패스트푸드업체는 확장보다는 본사와 점포와의 가장 기본적인 협력관계가 이루어질 수 있도록 체계화된 교육 및 점포점검에 대한 노력이 요구된다.

표 5에는 본사의 정기적인 교육횟수와 점포방문 지도횟수에 대한 점포의 만족과 협력관계에 관한 결과를 집계하였다.

본사에서 실시하는 교육횟수와 점포방문 지도횟수가 많은 경우 점포에서는 본사에 대해 더 만족하며 표준화된 조리법을 더 잘 지키고 있었으며 음식의 조리방법, 종업원의 신속한 조달, 주방면적 등과 관련된 QSC측

면에 대해 더 만족하고 QSC와 관련된 전반적인 본사의 지시사항을 더 잘 이행하고 있는 것으로 나타났다.

3) 본사의 관리와 점포의 만족, 협력과의 상관관계
본사의 관리와 점포의 만족, 협력 등의 변수들간에 존재하는 상관관계수는 표 6과 같다.

본사의 지원활동관리는 점포의 QSC만족, 지원활동 및 총체적 만족과 유의적인 정(+)의 상관관계(P<.01)를 나타냈으나 전반적인 QSC협력과는 유의적인 상관성을 보이지 않았다.

본사의 총체적관리는 점포의 QSC만족, 지원활동 및 총체적 만족과 유의적인 정(+)의 상관관계(P<.01)가 있었고 점포의 전반적인 QSC협력 및 표준화된 조리법의 이행수준과도 정(+)의 상관관계를 나타냈다.

점포의 QSC만족과 총체적 만족은 점포의 전반적인

표 5. 본사의 교육, 지도점검에 따른 점포의 만족, 협력상태

본사의 교육횟수 점포의 만족, 협력	정기교육횟수 (회/년)			F값	Prob.
	0회(N=27) (M±SD)	2~12회(N=26) (M±SD)	48회 이상(N=6) (M±SD)		
QSC측면 만족	18.24±1.23(a)	24.29±4.47(b)	25.66±3.61(c)	32.87	.000
지원활동측면 만족	12.27±4.32(a)	15.37±3.91(b)	15.83±3.81(b)	5.00	.010
전반적인 QSC 협력	57.21±6.43(a)	63.93±6.01(b)	69.67±1.37(b)	12.20	.000
표준화된 조리법이행	5.79±1.23(a)	7.79±1.50(b)	10.00±0.00(c)	32.87	.000

	점포의 방문지도 점검횟수 (회/년)			F값	Prob.
	0회(N=10) (M±SD)	1회 미만(N=31) (M±SD)	1회 이상(N=18) (M±SD)		
QSC측면 만족	18.50±3.20(a)	20.80±5.79(a)	24.06±4.66(b)	3.79	.029
지원활동측면 만족	12.00±2.62	13.80±5.79	14.86±2.72	1.76	.181
전반적인 QSC 협력	59.80±5.82(a)	59.87±7.05(a)	63.40±7.52(b)	3.53	.025
표준화된 조리법이행	5.70±0.48(a)	6.80±1.90(a)	7.93±1.79(b)	5.21	.008

(a) (b) (c) : 같은 기호가 표기된 집단은 집단간에 의미있는 차이가 없음

표 6. 본사의 관리와 점포의 만족, 협력과의 상관관계

점포의 만족, 협력 본사의 관리	QSC측면 만족	지원활동측면 만족	총체적 만족	전반적인 협력	표준화된 조리법이행
QSC측면 관리	· 1750(P=.093)	· 1109(P=.201)	· 1667(P=.104)	· 1640(P=.117)	· 168(P=.099)
지원활동측면 관리	· 3110(P=.008)	· 3050(P=.009)	· 3465(P=.004)	· 1558(P=.119)	· 187(P=.063)
총체적측면 관리	· 3145(P=.008)	· 2760(P=.017)	· 3353(P=.005)	· 1926(P=.047)	· 371(P=.002)
전반적인 협력	· 4667(P=.000)	· 2641(P=.022)	· 4297(P=.000)	· 1.00(P=1.00)	· 604(P=.000)
표준화된 조리법이행	· 6798(P=.000)	· 2647(P=.021)	· 5699(P=.000)	· 6047(P=.000)	· 1.00(P=1.00)

표 7. 운영특징, 업태특징에 따른 본사의 관리정도

본사의 관리	운영특징		업태특징	
	가맹점 (M±SD)	직영점 (M±SD)	면류점 (M±SD)	햄버거점 (M±SD)
QSC측면 관리	14.21±2.73	16.56±1.61**	14.13±2.30	15.62±1.64*
지원활동측면 관리	12.02±3.14	16.53±2.62**	12.12±3.51	14.35±3.23
총체적측면 관리	26.25±4.62	33.01±1.02**	26.33±5.13	29.96±3.72**

* P<.05 ** P<.01

QSC협력 및 표준화된 조리법의 이행과 정(+)의 상관관계를 형성하였고(P<.001) 점포의 QSC만족과 표준화된 조리법의 이행은 높은 상관관계를 보였다.

이상을 살펴 볼 때 우리나라의 패스트푸드업체는 본사에서 점포관리통제가 잘 이루어지지 않고 있으며 또한, 이들간에 의사소통이 원활치 않으므로 점포에서 행하고 있는 협력과는 상관성이 낮은 것으로 보인다. 그러나 본사의 지원사항에 대해 점포에서의 만족이 높을수록 점포에서의 협력정도가 높아지므로 패스트푸드점의 특징인 QSC측면에 대해 본사에서 많은 지원을

하여 본사와 점포의 공동목표를 달성하기 위한 상호 노력이 필요하겠다.

3. 가설의 검증결과

1) 운영 및 업태특징에 의한 본사의 관리

본사의 운영체제에 따른 본사의 점포관리 능력에 관한 가설 1의 결과는 표 7과 같다. 운영특징과 업태특징에서 직영점이 가맹점보다, 햄버거업체가 면류업체보다 본사에서 QSC관리, 지원활동 관리 및 총체적 관리를 더 잘 운영하고 있는 것으로 나타났으며 유의

적인 차이($p < .05$)가 있어 가설 1은 채택되었다.

2) 본사의 관리와 점포의 만족과의 관계

본사의 관리에 따른 점포의 만족에 관한 가설의 결과는 표 8과 같다. 본사의 QSC측면 관리는 점포의 QSC측면 만족에 대해 영향력을 미치지 않았으나 본사의 지원활동 측면의 관리 및 총체적측면 관리는 점포의 만족과 증감관계에 유의적인($p < .01$) 정(+)의 영향력을 갖으므로 가설 2는 부분적으로 채택되었다.

3) 점포의 만족과 점포의 협력과의 관계

표 9에서 점포의 QSC측면 만족은 점포의 전반적인 QSC협력의 증감관계에 유의적인 정(+)의 영향력을 갖고 있었고, 점포의 총체적측면의 만족은 점포의 전반적인 QSC협력의 증감에 정(+)의 영향력이 있었으나 점포의 지원활동 측면의 만족은 점포의 전반적인 QSC협력에 유의적이지 못하여 가설 3은 부분적으로 채택되었다.

4) 본사의 관리와 점포의 협력과의 관계

표 10에서 본사의 QSC측면 관리와 지원활동측면 관리는 점포의 전반적인 QSC협력에 영향력을 갖고 있지 못한 것으로 분석되었으나, 본사의 총체적측면 관리는 점포의 전반적인 QSC협력의 증감관계에 정(+)의 영향력을 갖고 있어 가설 4는 부분적으로 채택되었다.

이상의 결과를 종합하여 연구 가설들의 검증결과는 그림 2의 전체적인 연구모형에 집계하였으며 이 결과에서 본사의 총체적측면의 관리보다는 점포의 총체적측면의 만족이 점포의 QSC협력에 더 큰 영향력을 주고

표 8. 각 변수에 따른 본사의 관리와 점포의 만족에 대한 경로분석

선행변수	전체 상관관계계수	경로계수
QSC측면	· 1750($p=.093$)	· 096($p=.466$)
지원활동측면	· 3050($p=.009$)	· 297($p=.028$)
총체적측면	· 3353($p=.005$)	· 335($p=.009$)

표 9. 점포의 만족에 대한 점포의 전반적인 QSC협력에 대한 경로분석

선행변수	전체 상관관계계수	경로계수
점포의 QSC측면 만족	· 4667($p=.000$)	· 4645($p=.003$)
점포의 지원활동 만족	· 2641($p=.022$)	· 0067($p=.963$)
점포의 총체적측면만족	· 4297($p=.000$)	· 481($p=.001$)

표 10. 본사의 관리에 대한 점포의 전반적인 QSC협력에 대한 경로분석

선행변수	전체상관관계계수	경로계수
본사의 총체적측면관리	.1926($p=.047$)	.155($p=.045$)
본사의 QSC측면관리	.1640($p=.117$)	.092($p=.423$)
본사의 지원활동측면관리	.1559($p=.119$)	.084($p=.512$)

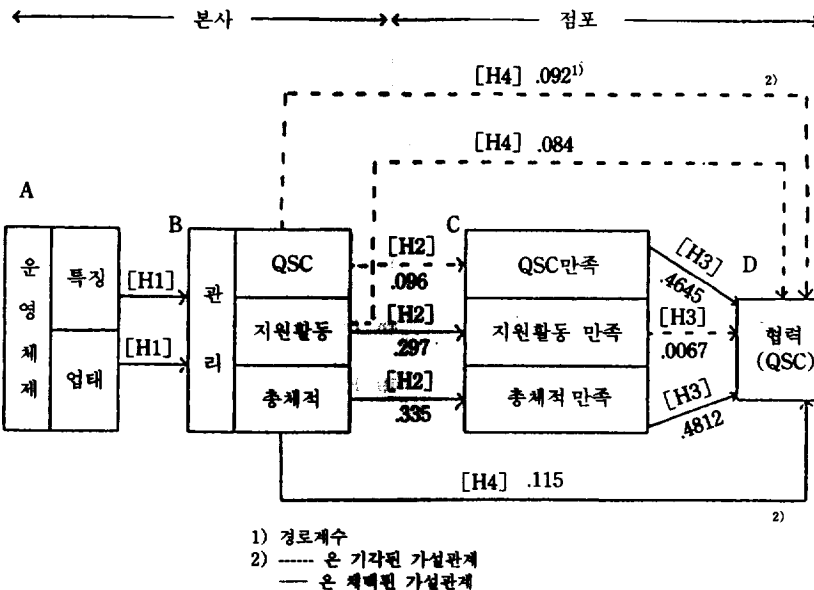


그림 2. 연구모형에 대한 가설의 검증

있는 것으로 나타난 바 점포구성원들이 만족도를 높이면 본사와의 관계가 원활해진다는 선행연구^{19,20)} 및 Dwyer²¹⁾와 Robicheaux²²⁾가 제시한 점포구성원이 본사와 상호관계에서 기대 되어지는 것에 만족 할 때 점포구성원들은 본사의 지시와 결정사항에 동의하고 노력하며 협동한다고 한 연구의 결과와 일치한다.

IV. 결론 및 제언

본 연구의 결과 다음과 같은 결론을 내릴 수 있다.

1. 조사대상업체 중 48개(81.4%)의 점포가 1986년 이후 개점한 것으로 최근 몇년 사이에 패스트푸드점이 급증하고 있는 것으로 나타났다.

2. 표준화된 조리법의 이용 정도에서 직영점과 햄버거체인점은 모두 이용하고 있었으나 가맹점은 26.5%, 면류체인점은 13.1%만이 이용하고 있었다.

3. 본사에서 점포에 정기적인 교육을 실시하고 있는 곳은 가맹점의 44.9%, 면류체인점의 39.5%로 저조한 비율을 보였다.

4. 직영점위주인 햄버거체인점이 가맹점위주인 면류체인점보다 본사에서 QSC관리 및 지원활동 관리, 총체적인 관리를 더 잘 행하고 있는 것으로 나타났다.

5. 본사의 지원활동 및 총체적측면 관리는 점포의 만족에 유의적인 정(+)의 영향력이 있었고 점포의 총체적, QSC측면 만족은 점포의 전반적인 QSC협력의 증감에 유의적인 정(+)의 영향력을 갖고 있는 것으로 나타났다. 또한, 본사의 총체적측면 관리는 점포의 전반적인 QSC협력의 증감관계에 유의적인 정(+)의 영향력이 있었다.

이상의 결과에서 우리나라 패스트푸드업체의 경우 외적인 점포의 수는 계속 확대되어 가고 있으나, 이에 필요한 본사 자체내의 조직화 및 점포에 대한 지도력 체계가 뒤따르지 못해 패스트푸드점의 특성을 제대로 살리지 못하고 있는 실정인 바 다음과 같은 제언을 하고자 한다.

첫째, 본사는 내적인 업무의 분담과 전문화 및 담당직원 수의 확보를 통해 조직을 체계화시켜 점포의 관리통제 뿐만 아니라 본사와 점포간에 협력관계가 유지 될 수 있는 기반을 마련하여야 하겠으며,

둘째, 본사와 점포 양자간의 목표를 달성하기 위해서는 교육지도 및 점포방문을 통해 중앙집중적 통제 및 지원을 원활히 함으로써 충분한 의사소통이 이루어져야 하고,

셋째, 표준화된 조리법의 체계적인 개발 및 활용으로 급식관리 지도의 합리화를 꾀할 뿐만 아니라 본사의 통제요인에 대한 점포의 불만 요인을 해소시키고 동시에 만족시켜야 하겠다.

참고문헌

1. Fitzsimmon, J.A. and Sullivan, R.S. : Service Operation Management, McGraw-Hill Book Co., NY, 1982.
2. 한국경제연감, 전국경제인연합, 1985, 1989.
3. Stern, L.W. and El-Ansary, A.I. : Marketing Channels, Prentice-Hall, Inc., Englewood Cliffs, NJ., 1977.
4. Kotler, P. Marketing Management ; Analysis, Planning, and Control, 5th ed., Prentice-Hall, Inc., Englewood Cliffs, NJ., 1984.
5. Etgar, M. : Channel Environment and Channel Leadership, Journal of Marketing Research, 74, 69-76, 1977.
6. El-Ansary, A.I. and Robicheaux, R.A. A Theory of Channel Control : Revisited, Journal of Marketing, 38, 2-7, 1974.
7. Etgar, M. Selection of An Effective Channel Control Mix, Journal of Marketing, 42, 53-58, 1978.
8. Bush, R.F., Tatham, R.I., and Hair, J.F. : Community Location Decisions by Frenchisor, Journal of Marketing, 52, 13-22, 1976.
9. McGuire, E.P. Franchised Distribution, Conference Board Report No. 524, New York ; The Conference Board 11-3.
10. Rosenberg, R. and Bedell, M. Profits from Franchising, McFraw Hill Book Co., NY., 1969.
11. Hunt, S.D. The Socioeconomic Consequences of the Franchise System of Distribution, Journal of Marketing, 36, 32-38, 1972.
12. 한국소매업협회 : 프랜차이즈스토아 실태보고서, 1987.
13. 한국식품공업협회 : 외식산업의 현황분석과 개선방안에 관한연구, 1988. 12.
14. 김경동 : 사회조사연구방법, 박문사, 1988.
15. Nunnally, J.C. : Psychometric Theory, McGraw-Hill Book Co., NY, 1967.
16. Kumar, A. and Dillonm, W.R. : The Interaction of Measurement and Structure in Simultaneous Equation Models with Unobservable Variables, Journal of Marketing Research, 24, 98-105, 1987.
17. Duncan, O.D. Path Analysis, The American Journal of Sociology, 72, 1-16, 1966.
18. Buck, C.G. Franchising's Troubled Dream World, Fortune, 81, 116-121, 148, 150, 152, 1970.
19. El-Ansary, A.I. and Stern, L.W. Power Measurement in the Distribution Channel, Journal of Marketing Research, 9, 47-52, 1972.
20. Hunt, S.D. and Nevin, J.R. Journal of Marketing Research, 11, 186-193, 1974.
21. Dwyer, F.R. Channel-Member Satisfaction ; Laboratory in sights, Journal of Retailing, 56, 45-65, 1980.
22. Robicheaux, R.A. and El-Ansary, A.I., Journal of Retailing, 52, 13-20, 93, 104, 1975.