

예비 창업자와 프랜차이즈 본사의 계약 의사에 관한 연구

정진우[¶]
영산대학교 서양조리학과

A Study on Contract Intention of Preliminary Founders and Franchise Headquarters

Jin-Woo Jung[¶]

Dept. of Western Cuisine & Culinary Arts, Youngsan University

Abstract

The characteristics of preliminary founders has taken a part in deciding the structural elements of Franchise headquarters in the food service industry. Thus this study tries to show how preliminary founders have an impact on structural elements in franchise headquarters through demonstrative research on intention of contracting by characteristics of preliminary members. The result shows that the experience factor of a preliminary owner has significant relationships with the structural elements of headquarters. It was analyzed that the structural elements of franchise headquarters such as expert consulting, training support and use of sales guide influence contract intention. The characteristics of the preliminary founders have a major impact on investment, financing, expert consulting, educational support, and utilization of business guideline. The structural elements have a major impact on contract intention.

Key words : franchise, franchisor, preliminary founder, contract intention, Franchise headquarters.

I. 서론

21세기는 교통과 정보의 발달로 세계의 국경이 허물어지는 현시점에서 국제적인 기구도 많이 생겨나고 있다. 이는 나라와 나라의 국경이 낮아지고 기업과 기업의 윈윈(win-win) 전략과 상호 협력이 이루어지고 있으며, 개인의 정보검색이 빠르고 생활 향상이 증대되면서 외식의 기회가 많아지고 있다. 이로 인해 외식산업이 번창하면서 프랜차이즈 사업이 외식산업의 대표산업으로

인식되고 있다. 외식산업에서 프랜차이즈는 서비스의 품질과 음식의 기준 및 표준이 되고 있는 것이 현실이다.

우리나라 외식산업의 역사는 1970년 말에 태동하여 1980년대 중반부터 외국의 유명 프랜차이즈(Franchise) 레스토랑들이 들어서면서 성장하기 시작하여 1990년대 중반까지 양적 팽창을 거듭하였다. 그러나 1990년대 중반 국내 경기의 불황과 1997년의 IMF로 인하여 대형의 레스토랑은 많은 어려움을 겪고 있으며, 또한 도산과 창업을

¶ : 교신저자, 011-9560-5811, jwjung5811@ysu.ac.kr, 부산광역시 해운대구 필봉길 99

거듭하고 있다(박대섭 2003).

프랜차이즈 산업이 이렇게 번성하는 이유는 본사의 도움을 받아서 전문 영업을 할 수 있기 때문이다. 또한, 소자본으로 창업이 가능하고, 브랜드 가치가 높은 사업도 개설할 수 있으며, 광고와 홍보, 사원 관리에서 서비스에 이르기까지 전반적인 영업 노하우를 전수 받을 수 있기 때문이다. 본사는 소자본으로 본사를 경영할 수 있고, 가맹점 역시 저비용과 전문적인 기술없이 점포를 운영할 수 있다. 그리고 당당하게 선두주자와 경쟁할 수도 있는 이점이 있다. 이는 자본을 가진 예비 창업자와 전문 기술을 가진 프랜차이즈 본사의 상생으로 인한 하나의 합작품이라고 할 수 있다.

예비 창업자의 특성에 따라 본사(Franchisor)의 계약 조건이 계약 의사의 관계에 관한 선행 연구에서 송병화(2005)는 예비 창업자 특성이 본사의 선택 성공에 영향을 미친다고 하였고, 이재선 등(2001)은 사업의 성공을 위해서는 예비 창업자의 특성이 절대적 영향을 미친다고 하였으며, 송무호(2005)는 본사의 구성 요인이 계약 의사에 영향이 있다고 하였다.

따라서 본 연구는 예비 창업자가 본사를 선택하는데 실패하지 않고 예비 창업자가 원하는 본사를 선택하기 위하여 예비 창업자의 특성과 본사의 구성 요소 관계를 알아보고자 한다. 그래서 선행 연구를 바탕으로 하여 예비 창업자의 특성에 따라서 어떠한 프랜차이즈 본사를 선택하는가를 알아보고, 프랜차이즈 외식산업의 예비 가맹주가 본부를 선택하는데 있어서 계약 의사의 관계를 알아보기 위하여 실증적 연구를 수행하였다. 즉, 예비 창업자의 특성인 자본금, 경험, 전문 지식, 자신감, 기술과 프랜차이즈 본사의 역량적인 구성 요소인 광고 지원, 저렴한 투자, 용자 혜택, 컨설팅 지원, 교육 지원, 영업 지침서 활용, 패키지 상품 구매가 계약 의사에 어떠한 영향을 미치는지를 알아보았다.

II. 이론적 고찰

1. 예비 창업자 특성

창업(New Business Creation)은 한 개인이 지금까지 해오던 일이나 업종의 범위를 벗어나, 새로운 사업이나 업종을 선택하여 회사를 구성하거나 운영하는 것을 말한다. Leibenstein(1968)은 창업이란 시장의 욕구를 충족시켜줄 수 있는 제품을 생산하고 마케팅에 관련된 모든 자원을 총괄 경영하는 사람이라고 정의하였다. 또한, 창업은 이익의 기회를 감지하고 시장에서 새로운 수요를 창출하거나 충족되지 않은 수요를 보충시켜주는 데 선두 역할을 하는 사람을 말한다. 창업에 적합한 성격, 흥미, 적성 등의 요인을 규명하고, 이와 함께 개인의 경험, 기술, 자본 등의 종합적으로 고려하여 적합한 업종으로의 창업을 유도함으로써 성공적인 창업이 될 수 있도록 지원하는 것이 필수적이다. 윤문섭·배종태(2004)는 창업자의 특성에서 경험과 능력, 기술, 경험과 능력에 대하여 특성을 제시하였다. 예비 창업자의 특성으로는 박대섭·신충섭(2006)은 자신감, 목표 지향, 전문 지식, 연구 지향성, 창의성 등에 대한 연구를 수행한 바 있다. 창업자의 특성에는 자본, 경험, 전문 지식, 자신감, 기술 등이 있다.

자본은 사업 초기에 가장 필요한 것이 자본금이다. 자금이 곧 무기이다. 기업이 투입을 필요로 하는 자원은 물적 자원과 인적 자원이 있다. 기업이 필요로 하는 물적 자원을 취득하는 구체적인 수단은 자본이다. 또한, 자금은 창업하는 사업의 종류에 따라서 자금의 크기나 자금 수요의 패턴이 달라질 것이다. 그리고 진행 과정을 거치면서 자금 수요도 달라질 것이고, 이와 같이 창업 자금을 확보하는 창업에서 출발점이라 할 수 있다. 그러므로 모든 기업 활동에서 초기 자본은 매우 중요하다. Gascon(1992)은 시장 요인이 창업자의 성격 특성과 능력과 자본에 대해 미치는 영향을 시사했다.

경험은 말이나 글 따위의 매개를 통하여 얻는 것으로 지식의 바탕은 경험에 있고, 경험의 내용이 그대로 지식의 이론이 되기도 한다. 즉, 사물에

직접 부딪쳐서 얻는 것이 경험이다. Vesper(1990)는 창업에 있어서 경험은 반드시 필요하였다.

전문 지식은 창업자가 전문 지식을 보유하고 있는 사람과 전문 지식이 없는 사람의 사업에 있어서 업무처리에 대한 자신감이 차이가 있을 것이다. 그리고 프랜차이즈 사업에서도 많은 차이가 있을 것이다. Stern et al.(1988)은 연구 중심 대학의 기술 이전 과정에서 생기는 배태조직과 신생 기업과의 갈등, 기술 이전 촉진 방식에 관한 연구에 전문 지식의 중요성을 언급하였다.

자신감은 어떤 일에 대하여 뜻한 대로 이루어 낼 수 있다고 스스로의 능력을 믿는 굳센 마음, 즉 일이나 업무에 대한 하고자 하는 개인 혼자서도 충분히 해낼 수 있다는 마음가짐 또는 능력에 대한 믿음이라고 할 수 있다. 강남국·김성호(2004)는 외식 창업에 있어서 자신감에 따라서 성공의 중요성을 강조하였다.

기술은 사물에 있어서는 특수성을 갖는 것을 말하며, 개의 특성으로는 손질을 더하여 새로운 제품으로 만들어 성능이 뛰어나고, 또한 다른 기능을 가지는 것으로서, 차별화 되어 부가가치를 가지는 특수성이라 할 수 있다. 기술은 프랜차이즈에서도 필요하다. 본사의 기술은 제품에 포함되는 경우도 있지만, 가맹점에서는 2차적인 기술이 필요하다. 또한, 본사의 기술에서 업그레이드 하거나 혹은 자신의 기술을 나란히 병행하여 사용한다. 이것도 사업에서는 경쟁력이 될 수 있다. 맛은 높이고, 시간은 줄이며, 가격을 낮추는 현상으로 경쟁력을 갖는다. 송병화(2005)는 창업을 하는데 기술 관점에서 해당 사업과 관련된 내용을 과거에서 학습함으로써 그 성과에 도움을 줄 수 있고, 경영 관리상의 관점에서 경영이나 경제의 체계적 교육을 통하여 경영 관리의 실무에 도움을 줄 수 있으며, 성과에도 도움을 줄 수 있다고 하였다. 또한, 윤문섭·배종태(2004)는 기술에 대하여 특성을 제시하였다.

2. 본사의 구성 요인

창업자는 사업에 대한 정보와 전망을 탐지하면서 예비 가맹주는 본인이 가지고 있는 특성에 대하여 장점과 단점을 분석하고 프랜차이즈의 본사(Franchisor)의 구성 요인에 대하여 비교 분석하게 된다. 예비 창업자는 창업을 앞두고 사업에 대한 본사의 구성 요인과 계약 조건을 검토할 것이다. 특히 본사(Franchisor)의 조건을 면밀히 분석할 것이다.

본사의 구성 요인으로는 광고, 저렴한 투자, 용자 지원, 컨설팅 지원, 패키지 구매가 있다. Yavas·Habib(1987)는 본사의 광고 및 교육, 본사의 제품 공급 능력 등에 의하여 차이가 난다고 하였다. 김영희(2000)는 프랜차이즈 가맹점의 이익에 대한 이익이 광고 지원, 저렴한 투자, 용자 지원, 컨설팅 지원, 교육 지원, 영업 지침서 활용, 패키지 구매가 가맹점의 장점이라고 했다. Stern·EL-Ansary(1988)는 금융 자문, 경영자 교육 훈련 프로그램, 가맹점의 종업원 교육 등을 연구하였다. Michael(1993)은 본사의 광고 및 교육, 본사의 제품 공급 능력 등에 의한 연구를 하였다. 최소연(2004)은 영업 지원·광고 지원, 소액 자본으로 사업, 프랜차이즈 패키지 지원, 설비와 도구, 개발 등을 주장하였다.

본사의 구성 요인으로는 광고 지원, 용자, 컨설팅 지원, 패키지 구매 등이 있다.

광고 지원은 일반 작은 점포에서 개인이 광고를 하는 것은 매우 어려운 것이다. 최서용(2004)은 광고에 대한 중요성 주장하였다. 그리고 이수동·최주석(2000)은 광고의 지원이 커지면 가맹점의 영업 성과를 기대할 수 있다고 하였다.

저렴한 투자는 예비 창업자는 자기 자본을 가지고 하는 것이 원칙이나, 일반적으로 은행 대출이나 용자를 받아서 하는 것이 일반적이라 할 수 있다. 그러므로 같은 프랜차이즈 가맹점이라며 저렴한 투자를 선호하는 것은 당연한 것이다. 예비 창업자는 많은 가맹본부 중에서 저렴하고 본사의 제품과 역사가 있는 가맹 본부를 선택을 원할 것이다. 김영희(2000)는 프랜차이즈 가맹점의 이익

에 대한 이익이 광고 지원, 저렴한 투자, 용자 지원, 컨설팅 지원, 교육 지원, 영업 지침서 활용, 패키지 구매가 가맹점의 장점이라고 했다.

용자 지원은 체인 본부와 협의하여 상호 이익이 된다면 상품 구매 시 용자가 가능하고, 또한 자금력이 풍부한 체인 본사의 가맹점이 되는 경우에는 체인 본부로부터 점포 개설 비용까지도 지원 받을 수가 있다. Gascon(1992)에 따르면, 무엇이 창업 사업체의 성과에 영향을 미치는 지에 대해 보다 올바른 이해를 갖출 수 있다면 예비 창업자들뿐만 아니라 정부, 상담사, 투자자, 금융기관 등은 유익한 시사점을 제공받을 수 있다.

컨설팅 지원은 예비 가맹점 점포 구입 시 상권 분석, 계약 관련 서류 등의 검토, 상품 조달 및 진열, 영업 및 홍보 방법 컨설팅, 개점 후 매출 증대 및 사업 성공을 위한 컨설팅을 본사 또는 본부가 위촉한 전문 컨설턴트로부터 받음으로써 안정된 사업을 영위할 수 있다. Stern · Elansary(1998)는 프랜차이즈 본사에서 가맹점에 제공하는 영업 지원에 대하여 본사가 초기에 제공하는 영업 지원 사항을 설명하고 있다.

영업 지침서 활용은 예비 가맹점은 사전에 본부가 제작한 사업에 대한 상세한 영업 지침서를 활용할 수 있기 때문에 사업 경험이 없더라도 비교적 손쉽게 창업에 접근할 수 있다.

패키지의 구매는 예비 가맹점은 본부의 지원으로 사업에 필요한 설비, 기계, 사무용품, 소모품, 토지, 건물 등 체인 사업에 필요한 비즈니스 패키지를 일괄적으로 종합 구매함으로써 비용을 절약할 수 있다. 최소연(2004)은 프랜차이즈 패키지 지원, 설비와 도구, 개발 등을 주창하였다. 또한, O'neil and Aversion(1991)은 프랜차이즈 본부가 가맹점에게 제공하는 제품의 질, 제품의 구색정도, 신제품 등 제품 관련 패키지에서 예비 창업자가 창업 시에 선정 요인으로 제시하였다.

3. 계약 의사

계약 의사란 법률 행위가 자본주의 사회에서

중요한 의미를 가지는 이유는 이해관계가 대립하는 이기적인 계약 당사자들이 상호 작용의 조절을 거치는 최적의 의사 관계의 단계로 체결의사를 말한다(구재균 1999). 의사 소통(communication)의 정의는 대체적으로 기업 사이에서 의미 있는 공식 및 비공식 정보의 공유와 시기적절한 정보의 공유를 의미한다(Anderson & Narus 1990). 의사 소통은 유통 경로 구성원간의 상호 이익을 실현하는데 있어 중요한 역할을 하며(Mohr & Nevin 1990), 파트너간 상호 이해를 높임으로써 관계를 견고히 할 뿐만 아니라 이를 더욱 활성화시킨다(Anderson & Weitz 1989).

한국의 법률적 정의에 의하면, 가맹 본부와 가맹점 사업자간의 일정한 형태의 계약관계에 의해서 그 효력을 나타내기 때문에 법적인 측면에서 공법상 프랜차이즈란 통상 국가 주권에 속하는 권리를 사인(私人)에게 특별히 부여하는 일정의 특권이나 특허를 의미하나, 상법상으로는 타인의 상표 등을 사용하여 그의 지도와 통제 하에 특정한 사업을 배타적으로 영위할 수 있는 권리를 의미하고 있다. 그리고 경제정의 실천시민연합회에서는 프랜차이즈 계약은 일반적으로 상호 · 상표 · 서비스 방식 · 영어 방식의 사용권 · 가맹점 사업자에 대한 가맹 본부의 지도, 조인 및 통제 · 가맹점의 점포 · 영업자본 제공 · 로열티 등 사용료의 지급 · 당사자가 법적 지위의 상호독립성이라고 정의하고 있다(경실련 1995).

프랜차이즈들은 프랜차이즈 팀의 구성원으로서의 역할을 원하며, 팀에 속해 있는 다른 프랜차이즈 구성원들의 운영과 활동에 대해 알고 싶어 한다. 그러므로 본사들은 프랜차이즈들이 시스템 전반에 걸친 운영과 활동 상황을 이해하는데 필요한 충분한 정보를 솔직하고 정확하게 제공해야만 한다. 본사는 프랜차이즈들이 시스템 운영을 위한 로열티와 가맹비 지급과 그들에 대한 통제를 받아들일 수 있도록 구성원으로서의 기회와 가치 등 그 반대 급부에 대해 활발한 의사 교환을 함으로써 그들을 납득시켜야 한다. 성공적인

프랜차이저와 프랜차이지간 관계 정립을 위해서는 서로에 대한 존중과 신뢰가 필수적이며, 신뢰와 존중은 프랜차이지에게 사업에 필요한 운영기술과 지식을 충분히 제공하는 커뮤니케이션 과정에서 형성된다(김상현 1997).

또한, 원활한 의사 소통을 통해 기업이 상대방에 대해 결속하는 정도를 상대방에게 보다 명확하게 전달할 수 있으므로 의사 소통의 질이 높을수록 상대방은 다른 일방의 결속에 대해 보다 잘 인지할 수 있을 것이다(Anderson & Weitz 1989; Mohr & Nevin 1990).

4. 선행 연구

예비 창업자의 특성이 본사(Franchisor)의 계약 조건에서 송병화(2005)는 예비 창업자와 본사의 선택 성공에 영향을 미친다고 하였다. 또한, 이재선·김양렬·김병국(2001)은 창업가 특성이 본사의 구성 요인에 관련이 있다고 하였다. 최용서(2004)는 예비 창업자의 특성이 광고 관련이 있다고 하였다. 김영희(2000)는 예비 창업자의 특성과 저렴한 투자에 관하여 관련성을 주장하였다. Gascom(1992)은 예비 창업자의 특성이 용자에 관하여 관련을 설명하였다. Stern·Elansansary(1998)는 Stern·Elansary(1998)는 예비 창업자 특성이 컨설팅 지원과 교육 지원에 주장하였다. 김영희(2000)는 예비 창업자의 특성이 지침서와 저렴한 투자 활용에 관련성을 제시하였다. 최소연(2004)은 예비 창업자의 특성이 패키지 구매에 관련이 있는 것을 주장하였다. 송무호(2005)는 본사의 구성 요인이 계약 의사에 영향을 있다고 하였다. 그리고 예비 창업자 특성과 용자에 대하여 Cooper(1993)의 연구하였다. O'neil and Aversion(1991)은 예비 창업자 특성이 영업 지침서 활용에 영향을 미친다고 하였다. 최소연(2004)은 예비 창업자 특성이 패키지 구매에 관련이 있다고 하였다. 그리고 이재선·김양렬·김병국(2001)은 창업가 특성이 계약 의사에 절대적 영향을 미친다고 하였다. Sykes(1986)는 창업자의 관리 특성이 재무와 상관관계

가 있음을 밝혔고, Stuart & Abetti(1987)도 창업자의 과거 경험이 성공과 밀접한 관계가 있음을 보여 주고 있다. Vesper(1980)는 창업자의 과거 직장의 다양한 경험과 성공에 지표가 될 수 있음을 강조한다.

이 밖에도(Begley & Boyd 1987; Bird 1993; Box, White & Barr 1994; Gartner 1989)는 창업자의 특징으로 성별, 연령, 학력, 경험, 심리학적 특성 등과 같은 다양한 특성 등이 영향을 미친다고 하였다.

창업자의 특성이 창업자와 비창업자를 구별 짓는 특징으로서 뿐만 아니라 성과에 영향을 미치는 개인특성으로 주목을 지적하였다(Begley & Boyd 1987).

Ⅲ. 연구의 설계

1. 연구 설계와 가설

예비 창업자의 특성에 따른 본사의 선택속성과 본사 선택의 성공 및 만족에 관한 영향을 연구하기 위하여 관련 선행 연구(송병화 2005)를 토대로 연구모형 <그림 1>과 가설을 설정하였다.

가설 1은 예비 창업자의 특성이 본사의 구성 요인에 영향을 미칠 것이다

가설 1-1은 예비 창업자의 특성이 광고 지원에 영향을 미칠 것이다.

가설 1-2는 예비 창업자의 특성이 투자에 영향을 미칠 것이다.

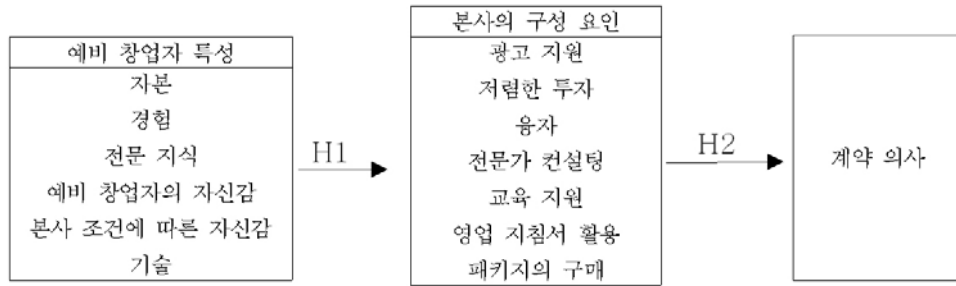
가설 1-3은 예비 창업자의 특성이 용자에 영향을 미칠 것이다.

가설 1-4는 예비 창업자의 특성이 전문가 컨설팅에 영향을 미칠 것이다.

가설 1-5는 예비 창업자의 특성이 교육 지원에 영향을 미칠 것이다.

가설 1-6은 예비 창업자의 특성이 영업 지침서 활용에 영향을 미칠 것이다.

가설 1-7은 예비 창업자의 특성이 패키지의 구매에 영향을 미칠 것이다.



<그림 1> 연구 모형.

가설 2는 본사의 구성 요인이 계약 의사에 영향을 미칠 것이다.

본 연구의 목적을 수행하기 위하여 설문지 구성은 선행 연구는 이수동(1993), 김영희(2000), 최소연(2004), 박대섭(2006)을 참고하여 일반 인구 통계학적 13문항, 예비 창업자의 특성 18문항, 본사의 계약 조건 29문항, 계약 의사 5문항으로 구성하였다.

2. 설문지 내용

예비 창업자의 특성 중 자본 4문항, 경험 3문항, 전문 지식 3문항, 자신감 5문항, 기술 3문항으로 총 18문항으로 구성하였다.

본사의 계약 조건 중 광고 지원 5문항, 저렴한 투자 5문항, 융자 4문항, 컨설팅 지원은 4문항, 교육 지원 4문항, 영업 지침서 활용 4문항, 패키지의 구매 3문항으로 총 29문항으로 구성하였다.

3. 조사대상 및 기간

예비 창업자가 본사를 선택하는데 있어서 본사의 구성 요인에 따라서 계약 의사에 영향을 미치는 것을 검증하기 위하여 표본 대상을 부산 지역에서 외식산업의 프랜차이즈 예비 창업자를 대상으로 하였다. 2007년 6월 1일부터 30일까지 30일간 실시하였다. 설문지 총 200부를 외식 관련 대학원생을 설명조사원으로 설문을 일인 응답 방식으로 기록하였다. 200부 중 일관성이 없거나 완성되지 못한 설문지 8부를 제외하고, 총 192부를

분석 자료로 사용하였다.

4. 설문지 내용

계약 의사는 5문항으로 구성하였다. 각 문항의 평가기준은 Likert 5점 척도를 이용하여 ‘매우 그렇다’의 5점부터 ‘전혀 그렇지 않다’의 1점까지의 5개 범주로 구분하였다.

5. 통계처리

자료의 분석은 SPSS/WIN 12.0 프로그램을 사용하여 빈도 분석, 요인 분석 및 신뢰성 분석, 차이분석, 상관관계 분석을 실시하였다. 또한, 예비 창업자의 특성에 따른 본사의 선택 속성과 본사 선택의 성공 및 만족에 관한 영향관계를 실증분석하기 위하여 통계처리하였다.

IV. 연구결과

1. 인구 통계적 특성

본 연구의 실증조사를 위하여 총 192명을 대상으로 연구조사를 수행하였으며, 본 연구 표본의 인구 통계적 특성을 파악하기 위하여 <표 1>과 같이 빈도 분석(Frequency Analysis)을 실시하였다.

성별은 여성이 118명(61.5%), 남성 74명(38.5%)으로 여성이 가장 많았다. 연령은 31~40세가 84명, 30세 이하 54명, 41~50세 48명, 51~60세 이상 6명으로 31~40세가 84명으로 가장 많았다. 이는 국내 경제적인 반영된 것으로 인정된다. 결

<표 1> 인구통계적 특성

구분				구분			
		빈도	%		빈도	%	
성별	남성	74	38.5	창업시 영업장 평수	10평 미만	6	3.1
	여성	118	61.5		10~20평대	66	34.4
연령	30세 이하	54	28.1	영업장	30~40평대	66	34.4
	31~40세	84	43.8	평수	50~60평대	36	18.8
	41~50세	48	25.0		70평 이상	18	9.4
	51~60세 이상	6	3.1	창업 비용	5천만원 미만	36	18.8
결혼 여부	미혼	66	34.4		5천~7.4천만원	30	15.6
	기혼	126	65.6		7.5천만원~1억원 미만	36	18.8
최종 학력	고등학교	30	15.6		1억~2억원 미만	48	25.0
	전문대학/대학교	138	71.9	2억~3억원 이상	42	21.9	
현재 또는 전 직업	대학원 이상	24	12.5	창업시 업태	한식	30	15.6
	주부	54	28.1		양식	30	15.6
	일반 사무직	14	7.3		중식	6	3.1
	전문직	50	26.0		일식	12	6.3
	자영업	38	19.8		전문식당	84	43.8
	공무원	12	6.3		기타	30	15.6
	기타	24	12.5		공급받을 제품 형태	원료	90
프랜차이즈 경험	없음	156	81.3	반제품		72	37.5
	1년 이하	12	6.3	완제품		24	12.5
	2~3년	6	3.1	기타	6	3.1	
월평균 소득	4년 이상	18	9.4	계약 기간	1~2년 미만	60	31.3
	100만원 이하	6	3.1		2~3년 미만	96	50.0
	101~200만원	54	28.1		3~4년	24	12.5
	201~300만원	54	28.1		5년 이상	12	6.3
	301~400만원	24	12.5	창업 유형	독자 창업	102	53.1
	401~500만원	24	12.5		가족 창업	24	12.5
501~600만원	12	6.3	여성 창업		48	25.0	
601만원 이상	18	9.4	동업 창업		6	3.1	
				부부 창업	12	6.3	

혼은 기혼이 126명(65.6%), 미혼이 66명으로 나타났다. 학력은 전문대학/대학이 138명(71.9%), 고등학교 30명, 대학원 이상 24명으로 전문대학/대학이 138명(71.9%)으로 가장 많은 것으로 나타났으며, 학력 수준이 높을수록 자영업을 선호하는 것으로 인식된다. 직업에서는 가정주부가 54명(28.1%), 전문직 50명(26%), 자영업 38명(19.8%), 기타 24명(12.5%), 일반사무직 14명(7.3%), 공무원 12명(6.3%)으로 나타났다. 직업에서 전문직과 가정주부가 많

은 것은 주부가 사회 진출이 많은 것으로 인식되고, 또한 전문직은 사업의 실패나 전업을 하고자 하는 것으로 생각된다. 프랜차이즈 경험에서는 없음이 156명(81.3%), 4년 이상이 18명, 1년 이하 12명, 2~3년 6명으로 나타났다. 월평균 소득은 101~200만원 54명, 201~300만원 54명, 301~400만원 24명, 401~500만원 24명, 501~600만원 12명, 100만원 이하 6명으로 나타났다. 창업 시 영업장 평수는 10~20평 66명, 30~40평대 66명, 70

평 이상이 18명, 10평 미만이 6명으로 나타났다. 창업 비용은 1~2억원 미만이 48명(25.0%), 7.5천만원~1억원 미만 36명, 5천만 원 미만 36명, 5~7.5천만 원 30명으로 나타났다. 창업 시 업태는 전문식당 84명, 한식당 30명, 양식당 30명, 기타 30명, 한식 일식 12명(6.3%), 중식 6명(3.1%)으로 나타났다. 이는 창업자들이 수용가 많은 한국음식을 선호하는 것으로 인식되며, 양식당은 치킨이나 튀김 종류의 간단한 소자본의 식당을 선택하는 것으로 생각된다. 공급 받을 제품 형태는 원료가 90명(46.9%), 반제품 72명, 완제품 24명, 기타 6명으로 나타났다. 계약기간은 2~3년 미만이 96명(50.0%), 1~2년 60명, 3~4년 24명, 5년 이상 12명으로 나타났다. 창업 유형에서 독자 창업이 102명(53.1%), 여성 창업이 48명(25%), 가족 창업

이 24명(12.5%), 부부 창업이 12명(6.3%) 동업 창업이 6명(3.1%)의 비율로 나타났다.

2. 신뢰성 및 타당성 검증

예비 창업자 특성의 측정 항목에 대한 신뢰성과 타당성을 확인하기 위하여 신뢰도 분석과 요인 분석을 실시한 결과 <표 2>와 같이 나타났으며, 고유값(Eigen value)이 1 이상인 최종 요인은 6개가 추출되어 각 요인을 구성하는 문항들의 중심개념을 바탕으로 자본, 경험, 전문 지식, 예비가맹주의 자신감, 본사 조건에 따른 자신감, 기술 등 6개의 요인으로 요인명을 부여하였다. 각 요인들의 측정 항목에 대한 신뢰도를 분석한 결과, 6개의 요인 모두 요인 구성에는 문제가 되지 않는 것으로 평가할 수 있으며, 예비 창업자 특성의

<표 2> 예비 창업자 특성의 신뢰성 및 타당성 검증 결과

	요인명	요인적재값	Eigen value	분산 (%)	Cronbach's α
자본	자금력 충분하여도 여유 자금 확보	0.752	1.781	54.519	0.7845
	용자 혜택 주는 본사 필요	0.707			
	금융기관의 용자 희망	0.634			
	자본금 충분히 확보	0.560			
경험	프랜차이즈 산업에 종사한 경험	0.930	1.776	59.191	0.7366
	외식사업에 종사한 경험	0.923			
	경험이 있어도 본사의 도움이 성공 확률 높임	0.543			
전문 지식	본사의 전문성과 본인의 전문 지식 필요	0.856	1.540	51.343	0.7707
	본사의 전문 지식은 반드시 필요	0.736			
	전문 지식이 없어서 프랜차이즈 선택	0.515			
예비 가맹주의 자신감	브랜드 인지도에 자신감	0.898	4.668	58.350	0.8842
	계약 조건이 명확하면 자신감	0.893			
	시설지원에 자신감	0.750			
	제품이 좋다면 자신감	0.710			
본사 조건에 따른 자신감	서비스 영업 지원이 좋다면 자신감	0.641	1.135	14.184	0.8267
	본부의 운영 지시에 따르면 성공할 자신감	0.866			
	본사의 경영 방식에 따르면 성공할 자신감	0.796			
기술	본사 선택을 잘 하면 성공할 자신감	0.753	1.713	57.086	0.7016
	조리의 레이아웃 기술이 필요	0.899			
	프랜차이즈 관련 기술이 중요	0.888			
	본사의 제조 방법은 가맹점에 이전 필요	0.641			

측정 항목 구성은 연구에 대한 신뢰성과 타당성을 지니는 것으로 나타났다.

본사 선택 속성의 본사 역량의 측정 항목에 대한 신뢰성과 타당성을 확인하기 위하여 신뢰도 분석과 요인 분석을 실시한 결과 <표 3>과 같이 나타났으며, 고유값(Eigen value)이 1 이상인 최종

요인은 4개가 추출되어 각 요인을 구성하는 문항들의 중심개념을 바탕으로 본사의 역사, 본사의 가맹점 수, 본사의 브랜드, 본사의 능력의 4개의 요인으로 요인명을 부여하였다. 각 요인들의 측정 항목에 대한 신뢰도를 분석한 결과, 4개의 요인 모두 요인구성에는 문제가 되지 않는 것으로

<표 3> 본사의 구성 요인의 신뢰성 및 타당성 검증 결과

	요인명	요인적재값	Eigen value	분산 (%)	Cronbach's α
광고 지원	본사의 광고 지원 중요	0.894	2.406	58.124	0.7742
	본사의 광고 지원이 매출에 영향	0.820			
	본사의 광고비를 가맹점에서도 부담	0.652			
	본사의 광고 지원은 전문성이 있어야 한다.	0.631			
	본사의 광고 지원은 가맹점의 입장에서 고려	0.532			
저렴한 투자	초기 투자 비용 저렴	0.924	3.651	73.010	0.9045
	개점식의 비용 저렴	0.921			
	저렴한 식재료 공급	0.890			
	본사의 시설 투자 저렴	0.780			
	인건비 저렴	0.741			
용자	개업시 본사의 투자 비용에 대한 도움	0.931	3.362	84.062	0.9357
	용자 지원에 있어 본사의 도움 필요	0.927			
	가맹점의 용자 필요시 본사의 지원 제도 필요	0.906			
	본사의 투자 지원	0.903			
전문가 컨설팅	전문 경영에 있어 본사의 경쟁력 선호	0.870	2.574	64.354	0.7967
	본사의 경영 관리는 많은 도움	0.866			
	신상품의 메뉴 개발이 정기적으로 제공	0.840			
	창업 시 본사의 상권 분석 컨설팅의 도움 필요	0.601			
교육 지원	본사의 교육에 대한 지원 필요	0.936	2.830	70.754	0.8618
	본사에서 종업원 교육이 효율적으로 실행	0.929			
	본사에서 가맹점의 문제에 대한 교육 지원 필요	0.856			
	개점 전에 충분한 교육 필요	0.598			
영업 지침서 활용	개점 전에 충분한 영업 지침 이전	0.959	3.124	78.107	0.8990
	영업 지침은 변경 시에 사전 전달	0.923			
	가맹점은 영업 지침서에 따라 운영	0.850			
	본사는 영업 지침서를 신중, 정확히 작성	0.793			
패키지의 구매	본사의 패키지 상품이 편리	0.932	3.918	78.358	0.9264
	본사의 패키지 상품 이용	0.893			
	본사의 패키지 상품 필요	0.872			
	본사 패키지 상품은 좋은 제도이다	0.865			
	본사의 패키지 상품이 저렴	0.863			

평가할 수 있으며, 본사 역량의 측정 항목 구성은 연구에 대한 신뢰성과 타당성을 지니는 것으로 나타났다.

본사 선택의 성공의 측정 항목에 대한 신뢰성과 타당성을 확인하기 위하여 신뢰도 분석과 요인 분석을 실시한 결과 <표 4>와 같이 나타났으며, 고유값(Eigen value)이 1 이상인 최종 요인은 1개가 추출되어 성공으로 요인 명을 부여하였다. 이 요인의 측정 항목에 대한 신뢰도를 분석한 결과, 요인구성에는 문제가 되지 않는 것으로 평가할 수 있으며 성공의 측정 항목 구성은 연구에 대한 신뢰성과 타당성을 지니는 것으로 나타났다.

본사 선택의 만족의 측정 항목에 대한 신뢰성과 타당성을 확인하기 위하여 신뢰도 분석과 요인 분석을 실시한 결과 <표 4>와 같이 나타났으며, 고유값(Eigen value)이 1 이상인 최종 요인은 1개가 추출되어 만족으로 요인명을 부여하였다. 이 요인의 측정 항목에 대한 신뢰도를 분석한 결과, 요인구성에는 문제가 되지 않는 것으로 평가할 수 있으며, 만족의 측정 항목 구성은 연구에

대한 신뢰성과 타당성을 지니는 것으로 나타났다.

3. 연구가설에 대한 결과 및 해석

1) 예비 창업자의 특성에 따라 본사의 구성 요소 중 광고에 미치는 영향

다중회귀분석 결과, <표 5>와 같이 경험, 전문 지식, 예비 가맹주의 자신감 요인이 본사의 구성 요인 중 광고 지원 요인에 영향을 미치는 것으로 분석되었으며, 분석 결과에 나타난 전체의 회귀 모형의 설명력은 14.9%이고, 회귀식은 통계적으로 유의한 것으로 분석되었다($F=3.772, p<0.002$). 각 요인별로 살펴보면 경험($\beta=0.220, p<0.05$), 전문 지식($\beta=0.268, p<0.05$), 예비 창업자의 자신감($\beta=0.255, p<0.05$)이 광고 지원 요인에 유의한 정(+)의 영향을 미치는 것으로 나타났다. 본 연구와 선행 연구자에서 최용서(2004)의 주장과 같다.

2) 예비 창업자의 특성에 따라 본사의 구성 요소 중 투자에 미치는 영향

<표 4> 계약 의사의 신뢰성 및 타당성 검증 결과

요인명	요인적재값	Eigen value	분산(%)	Cronbach's α
본사의 신뢰성이 있으면 계약 의사	0.929			
세부적인 계약 조건 명시되며 계약 의사	0.907			
계약 의사 사업이 핵심 역량이 있으면 계약 의사	0.902	4.094	81.872	0.9426
성공에 대한 확신 있어야 계약 의사	0.895			
사전 준비가 있어야 계약 의사	0.890			

<표 5> 예비 창업자의 특성에 따라 본사의 구성 요소 중 광고에 미치는 영향

요인	β	표준오차	t값	유의도
자본	1.244E-02	0.102	0.121	0.904
경험	0.220	0.100	2.211	0.030*
전문 지식	0.268	0.132	2.029	0.045*
예비 가맹주의 자신감	0.255	0.120	2.123	0.037*
본사 조건에 따른 자신감	4.671E-03	0.122	0.038	0.969
기술	-0.129	0.156	-0.829	0.409
$R^2=0.203$ 수정 $R^2=0.149$		$F=3.772$	$p=0.002^{**}$	

** $p<0.01$, * $p<0.05$.

다중회귀분석 결과 <표 6>과 같이, 예비 가맹주의 자신감, 본사 조건에 따른 자신감, 기술 요인이 본사의 구성 요인 중 저렴한 투자 요인에 영향을 미치는 것으로 분석되었으며, 분석 결과에 나타난 전체의 회귀모형의 설명력은 46.2%이고, 회귀식은 통계적으로 유의한 것으로 분석되었다 ($F=14.594, p<0.000$). 각 요인별로 살펴보면 자본 ($\beta=0.494, p<0.01$), 예비 가맹주의 자신감($\beta=0.316, p<0.01$), 본사 조건에 따른 자신감($\beta=0.298, p<0.01$), 기술($\beta=0.852, p<0.01$) 요인이 저렴한 투자 요인에 유의한 정(+)의 영향을 미치는 것으로 나타났다. 본 연구의 예비 창업자의 특성이 본사의 구성 요소인 투자에 영향을 미치는 것이 김영희(2000)가 주장한 저렴한 투자와 같은 개념으로 볼 수 있다.

3) 예비 창업자의 특성에 따라 본사의 구성 요소 중 용자에 미치는 영향

다중회귀분석 결과 <표 7>과 같이 경험, 전문 지식 요인이 본사의 구성 요인 중 용자 요인에 영향을 미치는 것으로 분석되었으며, 분석 결과에 나타난 전체의 회귀모형의 설명력은 18.7%이고, 회귀식은 통계적으로 유의한 것으로 분석되었다 ($F=4.642, p<0.000$). 각 요인별로 살펴보면 자본 ($\beta=0.244, p<0.05$), 전문 지식($\beta=0.456, p<0.01$) 이 용자 요인에 유의한 정(+)의 영향을 미치는 것으로 나타났다. 선행 연구의 Gascom(1992)와 관련이 있는 것으로 나타났다.

4) 예비 창업자의 특성에 따라 본사의 구성 요소 중 전문가 컨설팅에 미치는 영향

다중회귀분석 결과 <표 8>과 같이 예비 가맹주의 자신감, 본사 조건에 따른 자신감 요인이 본사의 구성 요인 중 전문가 컨설팅 요인에 영향을 미치는 것으로 분석되었으며, 분석 결과에 나타난 전체의 회귀모형의 설명력은 40.2%이고, 회귀식

<표 6> 예비 창업자의 특성에 따라 본사의 구성 요소 중 투자에 미치는 영향

요인	β	표준오차	t값	유의도
자본	0.494	0.081	6.066	0.000**
경험	0.125	0.079	1.574	0.119
전문 지식	4.522E-02	0.105	0.431	0.668
예비 가맹주의 자신감	0.316	0.096	3.304	0.001**
본사 조건에 따른 자신감	0.298	0.097	3.080	0.003**
기술	0.852	0.124	6.873	0.000**
$R^2=0.496$ 수정 $R^2=0.462$ $F=14.594$ $p=0.000**$				

** $p<0.01$, * $p<0.05$.

<표 7> 예비 창업자의 특성에 따라 본사의 구성 요소 중 용자에 미치는 영향

요인	β	표준오차	t값	유의도
자본	7.594E-02	0.097	0.780	0.438
경험	0.244	0.100	2.434	0.017*
전문 지식	0.456	0.129	3.536	0.001**
예비 가맹주의 자신감	0.135	0.118	1.146	0.255
본사 조건에 따른 자신감	1.407E-02	0.119	0.118	0.906
기술	-0.231	0.152	-1.515	0.133
$R^2=0.238$ 수정 $R^2=0.187$ $F=4.642$ $p=0.000**$				

** $p<0.01$, * $p<0.05$.

〈표 8〉 예비 창업자의 특성에 따라 본사의 구성 요소 중 전문가 컨설팅에 미치는 영향

요인	β	표준오차	t값	유의도
자본	9.148E-02	0.086	1.065	0.290
경험	-4.2E-02	0.084	-0.502	0.617
전문 지식	0.175	0.111	1.577	0.118
예비 가맹주의 자신감	0.235	0.101	2.330	0.022*
본사 조건에 따른 자신감	0.353	0.102	3.465	0.001**
기술	0.114	0.131	0.875	0.384
$R^2=0.439$ 수정 $R^2=0.402$		$F=11.630$	$p=0.000**$	

** $p<0.01$, * $p<0.05$.

은 통계적으로 유의한 것으로 분석되었다($F=11.630$, $p<0.000$). 각 요인별로 살펴보면 예비 가맹주의 자신감($\beta=0.235$, $p<0.05$), 본사 조건에 따른 자신감($\beta=0.353$, $p<0.01$)이 전문가 컨설팅 요인에 유의한 정(+)의 영향을 미치는 것으로 나타났다. Stern · Elansansary(1998)이 본 연구가 관련이 있는 것으로 나타났다.

5) 예비 창업자의 특성에 따라 본사의 구성 요소 중 교육 지원에 미치는 영향

다중회귀분석 결과 〈표 9〉와 같이 자본, 본사 조건에 따른 자신감 요인이 본사의 구성 요소 중 교육 지원 요인에 영향을 미치는 것으로 분석되었으며, 분석 결과에 나타난 전체의 회귀모형의 설명력은 44.0%이고, 회귀식은 통계적으로 유의한 것으로 분석되었다($F=13.435$, $p<0.000$). 각 요인별로 살펴보면 본사 조건에 따른 자신감($\beta=0.195$,

$p<0.05$), 기술($\beta=0.409$, $p<0.01$) 요인이 교육 지원 요인에 유의한 정(+)의 영향을 미치는 것으로 나타났다. 본 연구는 Yavas · Habib(1987)의 예비 창업자와 본사의 교육 정책과 관련이 있는 것으로 나타났다.

6) 예비 창업자의 특성에 따라 본사의 구성 요소 중 지침서 활용에 미치는 영향

다중회귀분석 결과 〈표 10〉과 같이 자본, 예비 가맹주의 자신감, 본사 조건에 따른 자신감 요인이 본사의 구성 요소 중 영업 지침서 활용 요인에 영향을 미치는 것으로 분석되었으며, 분석 결과에 나타난 전체의 회귀모형의 설명력은 54.8%이고, 회귀식은 통계적으로 유의한 것으로 분석되었다($F=20.184$, $p<0.000$). 각 요인별로 살펴보면 자본($\beta=0.148$, $p<0.05$), 본사 조건에 따른 자신감($\beta=0.266$, $p<0.01$), 기술($\beta=0.546$, $p<0.01$)

〈표 9〉 예비 창업자의 특성에 따라 본사의 구성 요소 중 교육 지원에 미치는 영향

요인	β	표준오차	t값	유의도
자본	0.409	0.126	3.236	0.002**
경험	6.219E-02	0.081	0.769	0.444
전문 지식	0.208	0.107	1.939	0.056
예비 가맹주의 자신감	-7.2E-02	0.098	-0.739	0.462
본사 조건에 따른 자신감	0.195	0.099	1.983	0.050*
기술	6.610E-02	0.083	0.796	0.428
$R^2=0.475$ 수정 $R^2=0.440$		$F=13.435$	$p=0.000**$	

** $p<0.01$, * $p<0.05$.

〈표 10〉 예비 창업자의 특성에 따라 본사의 구성 요소 중 지침서 활용에 미치는 영향

요인	β	표준오차	t값	유의도
자본	0.148	0.075	1.984	0.050*
경험	1.806E-02	0.073	0.249	0.804
전문 지식	1.237E-02	0.096	0.129	0.898
예비 가맹주의 자신감	0.546	0.114	4.806	0.000**
본사 조건에 따른 자신감	0.266	0.089	3.000	0.004**
기술	-4.8E-02	0.088	-0.542	0.589
$R^2=0.576$		수정 $R^2=0.548$	$F=20.184$	$p=0.000**$

** $p<0.01$, * $p<0.05$.

요인이 영업 지침서 활용 요인에 유의한 정(+)의 영향을 미치는 것으로 나타났다. 본 연구는 김영희(2000)의 주장과 관련이 있는 것으로 나타났다.

7) 예비 창업자의 특성에 따라 본사의 구성 요소 중 패키지 구매에 미치는 영향

다중회귀분석 결과 〈표 11〉과 같이 예비 가맹주의 자신감 요인이 본사의 구성 요소 중 패키지의 구매 요인에 영향을 미치는 것으로 분석되었으며, 분석 결과에 나타난 전체의 회귀모형의 설명력은 17.5%이고, 회귀식은 통계적으로 유의한 것으로 분석되었다($F=4.370$, $p<0.001$). 예비 가맹주의 자신감 요인($\beta=0.347$, $p<0.01$)이 패키지의 구매 요인에 유의한 정(+)의 영향을 미치는 것으로 나타났다. 본 연구의 결과와 최소연(2004)과 관련이 있는 것으로 나타났다.

8) 본사 구성 요인이 계약 의사에 미치는 영향

다중회귀분석 결과 〈표 12〉와 같이 본사의 구성 요인인 전문가 컨설팅, 교육 지원, 영업 지침서 활용 요인이 계약 의사에 영향을 미치는 것으로 분석되었으며, 분석 결과에 나타난 전체의 회귀모형의 설명력은 46.1%이고, 회귀식은 통계적으로 유의한 것으로 분석되었다($F=12.613$, $p<0.000$). 각 요인별로 살펴보면 전문가 컨설팅($\beta=0.669$, $p<0.01$), 교육 지원($\beta=0.476$, $p<0.01$), 영업 지침서 활용($\beta=0.497$, $p<0.01$)요인이 성공 요인에 유의한 정(+)의 영향을 미치는 것으로 나타났다. 본 연구와 선행 연구인 송무호(2005)와 연구와 관련이 있는 것으로 나타났다.

V. 결론 및 시사점

1. 결론

외식산업에서 프랜차이즈 사업이 성장하면서 이에 대한 문제가 많이 발생하고 있다. 창업자는

〈표 11〉 예비 창업자의 특성에 따라 본사의 구성 요소 중 패키지 구매에 미치는 영향

요인	β	표준오차	t값	유의도
자본	-3.7E-02	0.101	-0.365	0.716
경험	0.134	0.098	1.366	0.175
전문 지식	0.126	0.130	0.969	0.335
예비 가맹주의 자신감	0.347	0.118	2.934	0.004**
본사 조건에 따른 자신감	0.165	0.120	1.378	0.172
기술	-3.1E-02	0.153	-0.202	0.841
$R^2=0.228$		수정 $R^2=0.175$	$F=4.370$	$p=0.001**$

** $p<0.01$, * $p<0.05$.

〈표 12〉 본사의 구성 요인이 계약 의사에 미치는 영향분석

요인	β	표준오차	t값	유의도
광고 지원	-0.133	0.092	-1.443	0.153
저렴한 투자	0.029	0.085	0.336	0.738
융자	-0.085	0.095	-0.895	0.373
전문가 컨설팅	0.669	0.150	4.459	0.000**
교육 지원	0.476	0.169	2.819	0.006**
영업 지침서 활용	0.497	0.149	3.337	0.001**
패키지의 구매	0.159	0.090	1.774	0.079
$R^2=0.501$ 수정 $R^2=0.461$ $F=12.613$ $p=0.000**$				

** $p<0.01$, * $p<0.05$.

무경험과 경험 부족으로 창업 후 사업 부진과 본사와의 마찰로 사업에 실패를 하는 사람이 많다. 이러한 실패를 줄이기 위해서 본 논문은 다음과 같이 연구 주제를 설정 설정하였다. 프랜차이즈 외식산업의 예비 창업가 본부를 선택하는데 있어서 계약 의사의 관계를 알아보기 위하여 실증 분석을 실시하였다. 그 결과 다음과 같이 가설을 검증되었다.

가설 1-1의 예비 창업자의 특성이 광고에 미치는 영향을 미치는가에서 검증 결과 예비 창업자의 특성이 광고에 미치는 영향을 미치는 것으로 분석되었다. 각 요인별로 살펴보면 경험($\beta=0.220$, $p<0.05$), 전문 지식($\beta=0.268$, $p<0.05$), 예비 창업자의 자신감($\beta=0.255$, $p<0.05$)이 광고 지원 요인에 유의한 정(+)의 영향을 미치는 것으로 나타났다. 본 연구와 선행 연구자 최용서(2004)와 관련이 있는 것으로 나타났다.

가설 1-2의 검증 결과, 예비 창업자의 특성이 저렴한 투자에 영향을 미치는 것으로 분석되었다. 각 요인별로 살펴보면 자본($\beta=0.494$, $p<0.01$), 예비 가맹주의 자신감($\beta=0.316$, $p<0.01$), 본사 조건에 따른 자신감($\beta=0.298$, $p<0.01$), 기술($\beta=0.852$, $p<0.01$) 요인이 저렴한 투자 요인에 유의한 정(+)의 영향을 미치는 것으로 나타났다. 본 연구의 예비 창업자의 특성이 본사의 구성 요소인 투자에 부분적으로 영향을 미치는 것이 김영희(2000)가 주장한 저렴한 투자와 같은 개념으로 볼 수 있다.

가설 1-3의 검증 결과, 예비 창업자의 특성이 융자에 미치는 영향에서는 경험, 전문 지식을 가진 사람이 융자에 영향을 미치는 것으로 분석되었다. 각 요인별로 살펴보면 자본($\beta=0.244$, $p<0.05$), 전문 지식($\beta=0.456$, $p<0.01$)이 융자 요인에 유의한 정(+)의 영향을 미치는 것으로 나타났다. 선행 연구의 Gascom(1992)와 관련이 있는 것으로 나타났다.

가설 1-4의 검증 결과, 예비 창업자의 특성이 전문가 컨설팅에 미치는 영향에서는 예비 가맹주의 자신감, 본사 조건에 따른 자신감 요인이 본사의 구성 요인 중 전문가 컨설팅 요인에 영향을 미치는 것으로 분석되었다. 각 요인별로 살펴보면 예비 가맹주의 자신감($\beta=0.235$, $p<0.05$), 본사 조건에 따른 자신감($\beta=0.353$, $p<0.01$)이 전문가 컨설팅 요인에 유의한 정(+)의 영향을 미치는 것으로 나타났다. Stern · Elansansary(1998)의 선행 연구와 본 연구가 관련이 있는 것으로 나타났다.

가설 1-5의 검증 결과, 예비 창업자의 특성이 교육 지원에 미치는 영향에서는 본사 조건에 따른 자신감, 기술 요인이 본사의 구성 요인 중 교육 지원 요인에 영향을 미치는 것으로 분석되었다. 각 요인별로 살펴보면 본사 조건에 따른 자신감($\beta=0.195$, $p<0.05$), 기술($\beta=0.409$, $p<0.01$) 요인이 교육 지원 요인에 유의한 정(+)의 영향을 미치는 것으로 나타났다.

가설 1-6의 검증 결과, 예비 창업자의 특성이 지

침서 활용에 미치는 영향에서는 자본, 예비 가맹주의 자신감, 본사 조건에 따른 자신감을 가진 사람이 영업 지침서 활용 요인에 영향을 미치는 것으로 분석되었다. 각 요인별로 살펴보면 자본($\beta = -0.148, p < 0.05$), 본사 조건에 따른 자신감($\beta = 0.266, p < 0.01$), 기술($\beta = 0.546, p < 0.01$) 요인이 영업 지침서 활용 요인에 유의한 정(+)의 영향을 미치는 것으로 나타났다. 본 연구는 김영희(2000)의 주장과 관련이 있는 것으로 나타났다.

가설 1-7의 검증 결과, 예비 창업자의 특성이 패키지 구매에 미치는 영향에서는 예비 가맹주의 자신감이 패키지의 구매 요인에 영향을 미치는 것으로 분석되었다. 예비 가맹주의 자신감 요인($\beta = 0.347, p < 0.01$)이 패키지의 구매 요인에 유의한 정(+)의 영향을 미치는 것으로 나타났다. 본 연구의 결과와 최소연(2004)과 관련이 있는 것으로 나타났다.

가설 2의 검증 결과, 본사 구성 요인이 계약 의사에 미치는 영향에서는 본사의 구성 요인인 전문가 컨설팅, 교육 지원, 영업 지침서 활용 요인이 계약 의사에 영향을 미치는 것으로 분석되었다. 송무호(2005)는 본사의 구성 요인이 계약 의사에 영향이 부분적으로 있는 것으로 나타났다.

검정 결과, 대부분의 선행 연구와 관련이 있는 것으로 그 결과가 나타났다. 그러므로 본 연구의 결과에서와 같이 예비 창업자의 특성으로 자본금, 경험, 전문 지식, 자신감, 기술 등 예비 창업자의 본인의 특성과 장단점을 파악되어야 한다. 그리고 프랜차이즈 본사의 구성 요소인 광고 지원, 투자, 융자 혜택, 컨설팅, 교육 지원, 영업 지침, 패키지 상품을 사전에 파악하고, 계약 조건을 검토 되어야 한다. 이는 예비 창업자는 실패를 줄이고, 매출을 높이며, 본사는 더욱 세부적인 마케팅 전략으로 구사할 수 있는 경영 전략을 가질 것이다.

2. 시사점

본 연구가 갖는 한계점과 시사점, 향후 연구의

방향을 제시하면 예비 창업자의 특성이 프랜차이즈 본사의 구성 요인이 계약관계에서 예비 창업자의 특성이 매우 복잡하고 다양하다. 이를 검증하기 위하여 많은 선행을 연구를 조사하였지만 개인의 특성과 정의 그리고 개념을 정의내리는데 많은 어려움이 있었다. 또한, 예비 창업자가 경험이 대부분 없는 사항에서 실질적으로 본사의 계약 조건을 제시하고 실시하는데 차이점이 있을 것으로 생각된다. 국내에서는 대부분 계약의 조건이 본사의 유리한 측면에서 작성되어 있고 예비 창업자에게 불리한 조건이 많은 것이 현실이라고 할 수 있다. 이로 인하여 창업 후에도 많은 법적인 분쟁이 발생되고 있다. 그래서 본 연구는 예비 창업자에게는 실패를 줄이고 법적 분쟁을 피할 수 있다.

본 연구의 한계점으로는 전국을 대상으로 설문조사를 실시하여야 하나, 부산 지역을 중심으로 한 것이 한계점으로 지적하고, 향후 연구에서는 전국을 대상으로 연구하여야 할 것과 업종별 분류와 인구 통계적으로 세부적인 자료로 분석이 실시되어야 할 것으로 인식된다. 그리고 창업의 업태에 따라서도 세분화하여 분석이 필요한 것으로 인식된다.

참고문헌

1. 강남국·김성호 (2004) : 소규모 외식 창업자의 직업인식에 관한 분석. *사회과학연구* 11(1):280.
2. 구재균 (1999) : 프랜차이즈 계약에 관한 연구. 서울대학교, 37-39, 서울.
3. 김관식 (2005) : 프랜차이즈 레스토랑의 브랜드 자산이 프랜차이지 만족에 미치는 영향에 관한 연구. 경희대학교, 20-25, 서울.
4. 김상현 (1997) : 사업형 프랜차이즈 시스템에서의 프랜차이저와 프랜차이지간 효율적인 관계 정립에 관한 연구. *한국유통학회지* 2(1): 87-114.

5. 김영찬 (2002) : 외식산업 선택속성을 통한 포지셔닝에 대한 연구. 경기대학교, 15-23, 서울.
6. 김영희 (2000) : 외식프랜차이즈 가맹점의 성과 결정요인에 관한 연구. 전주대학교, 18-36.
7. 김정권 (2005) : 경쟁우위의 유지를 위한 핵심 역량. *한국지역발전학회지* 5(1):267-273.
8. 경실련 (1995) : 프랜차이즈 계약의 문제점과 개선방향. *경실련공청회*: 2.
9. 박대섭 (2003) : 한국 외식 창업자의 특성과 자질이 창업 성공 및 권유에 미치는 영향. 경기대학교, 2, 서울.
10. 박대섭 · 신충섭 (2006) : 외식 창업자의 특성이 창업성공 및 권유에 미치는 영향에 관한 연구. *서비스경영학회지* 7(1):202-222.
11. 송무호 (2005) : 소자본예비 창업자를 위한 프랜차이즈 계약에 대한 연구. *창업정보학회지* 8(2):113-135.
12. 송병화 · 안성식 · 박주연 (2006) : 가맹 희망자들의 프랜차이즈 계약체결 선택속성에 관한 차이 연구. *관광연구* 20(3):97-117.
13. 송병화 (2005) : 외식 프랜차이즈 창업 시 업태별 선택 속성차이 연구. *경희대학교*, 21, 서울.
14. 이수동 · 최주석 (2000) : 가상환경에서 대고객 및 고객 간 관계결속의 선행변수와 결과변수에 대한 연구. *유통 연구* 5(2):1-17.
15. 이재선 · 김양렬 · 김병국 (2001) : 벤처 창업과 경영 전략. *한국능률협회* 40.
16. 윤문섭 · 배종태 (2004) : 사업 유사성, 창업자 능력 및 연구개발의 상호작용이 벤처기업의 초기성과에 미치는 영향 분석. *벤처경영연구* 7(2):135-143.
17. 최서용 (2004) : 프랜차이즈 서비스 요인이 가맹점주의 만족도에 미치는 영향에 관한 연구. *경희대학교* 3, 서울.
18. Anderson · Narus (1990) : A model of distributor firm and manufacturer firm working partnerships. *Journal of Marketing* 54(January):42-58.
19. Anderson · Weitz (1989) : Determinants of continuity in conventional industrial channel dyads. *Marketing Science* 8(4):310-323.
20. Begley TM · Boyd DP (1987) : Psychological characteristics associated with performance in entrepreneurial firms smallew businesses. *Journal of Business Venturing* 2:79-93.
21. Gascon FJ (1992) : Entrepreneurs, Processes of Founding, and New-Firm Performance, In D. 23.
22. Hunt and Nevin (1975) : Power in a channel of distribution: Sources & consequences. *Journal of Marketing Research* 11(May):186-193.
23. Leibenstein H (1968) : Entrepreneurship and development. *American Economic Review* 38: 2.
24. Jo H · Lee J (1996) : The relationship between an enterpreneuy's background and performance in a new venture. *Technovation* 16 (4):16-23.
25. Mahmood (1991) : Concept of Food service Operationas and Management, N.Y: V.N.R. 125-129.
26. Michael S (1993) : Benefit dimensions of Mid-scale Restaurant Chains, *The Cornell H.R.A. Quarterly* 34:2.
27. Mohr · Nevin (1990) : Communication strategies in marketing channels : A theoretical perspective. *Journal of Marketing* 54(4):36-51.
28. Morgan · Hunt (1994) : The Commitment-Trust Theory of Relationship Marketing. *Journal of Marketing* 58(July):20-38.
29. O'Neil Brain F · Jon LA (1991) : An operational procedure for prioritizing customer service element. *Journal of Business Logistices* 12(2):157-178.

30. Sexton L · KasardaJ D (1992) : The State of the Art of Entrepreneurship, Boston; pws-Kent Publishing, 301-340.
 31. Shelby D · Hunt (1973) : The trend toward company-operated units in franchise chains. *Journal of Retailing* 49:3-12,
 32. Stern LW · Kohlberg A · EL-Ansary (1988) : Marketing Channels, Englewood Clifts, New Jersey: Pretice- Hall, Inc. 407-408.
 33. Stuart RW · Abetti PA (1987) : Start-up ventures: Towards the prediction of early success. *Journal of Business Venturing* 2:215-230.
 34. Sykes HB (1986) : Lessons from a new program. *Harvard Business Review* May:69-74.
 35. Vesper KH (1990) : New Venture Strategies, Englewood Cliffs, NJ: Prentice-Hall. 42-48.
-
- 2007년 11월 1일 접수
2007년 12월 18일 게재확정