

창업자 조건이 Franchisor의 역량·지원 요소와 계약 의사에 관한 연구
- 부산 지역을 중심으로 -

정진우[¶]
영산대학교 서양조리학과[¶]

Study on Founder's Conditions and Capacity/Support
Factors of Franchisor against Intent for Contract
- Centered on Pusan Area -

Jin-Woo Jung[¶]

Dept. of Western Cuisine & Culinary Arts, Youngsan University

Abstract

As per the results verified in this study for the effect, which is given to the intent for contract according to the franchisor's capacity and support factors per the founder's characteristics. Firstly, as for analysis of the effect given by the conditions of the founder to the capacity of the franchisor, the experience and the founder's self-confidence are attentively affected in the history of the franchisor among the capacity of the franchisor, and the experience and the specialized knowledge done in the number of the franchises, and the experienced, specialized knowledge and self-confidence of the founder done in the brand and the self-confidence of the founder done in the capacity of the franchisor. Secondly, as for the hypothesis, which the founder's conditions is the support of the franchisor, the experience, specialized knowledge and the founder's self-confidence attentively affected in the support for advertisement, and the capital and experience done in the educational support, and the capital and specialized knowledge and the founder's self-confidence done in the business manual and the founder's self-confidence done in the package. Thirdly, as for the effect given by the capacity of the franchisor to the intent for contract, the number of the franchises possessed the franchisor and brand are affected to the capacity of the franchisor, and fourthly, as for the hypothesis, which the support of the franchisor affects the intent for contract, the educational support, business manual and package purchase are attentively affected. Therefore, through this study, it can be known that the characteristics of the founder and the capacity and support of the franchisor are mutually related to the intent for contract.

Key words : founder's conditions, franchisor's capacity, support factors, intent for contract.

I. 서론

우리나라의 외식산업은 1970년 말에 태동하여 1980년대 중반부터 외국의 유명 프랜차이즈 레스토랑

들이 들어서면서 성장하기 시작하여 1990년대 중반까지 양적 팽창을 거듭하였으며, 1990년대 중반에는 국내 경기의 불황과 1997년의 IMF로 인하여 대형의 레스토랑은 많은 어려움을 겪고 있다(박대

[¶] : 정진우, 011-9560-5811, jwjung5811@ysu.ac.kr, 부산시 해운대구 필봉길 99 영산대학교 서양조리학과

섭 1999).

최근의 국내 외식 프랜차이즈는 신유통업의 중심으로 부상하고 가맹점 본부의 수는 해외·국내 브랜드를 합하여 600여 업체에 달하고, 가맹점 수는 120,000여 개에 육박하고 있다(조성호 2007). 국내 외식산업의 큰 규모의 레스토랑은 대부분 프랜차이즈 레스토랑이며, 앞으로도 계속 성장할 것으로 예상된다. 프랜차이즈 레스토랑은 기술, 경험, 전문가가 아니라도 본사의 도움을 받아서 전문영업을 할 수 있는 것이 특징이다. 또한 소자본으로 TV 광고도 할 수 있으며, 유명한 브랜드 점포도 개설 할 수 있다. 그리고 사원 관리에서 서비스 영업까지 전반적인 영업의 경영 노하우를 전수 받을 수 있는 것이 프랜차이즈 사업의 특징이라고 할 수 있고, 본사의 도움으로 소자본으로 영업을 경영 할 수 있다(정형식·김영심 2003). 외식산업을 시작하는 사람은 기술과 전문성이 없이 업종 선택과 업체 선택에 많은 갈등과 어려움을 겪고 있다. 이러한 외식 창업자는 프랜차이즈 산업을 선택하는 것이 안전하고 사업을 쉽게 성공할 수 있다. 외식 창업자는 프랜차이즈 사업에서도 업종과 본사 선택을 잘못했을 때 충격은 매우 클 수 있다. 창업자 환경과 본사의 어떤 요소를 고려하는지와 가맹 본부는 창업자가 무엇을 요구하는지를 고려하여 마케팅 전략을 세워야 한다(정진우 2008).

그러므로 본 연구는 창업자는 사업에 대한 정보와 전망을 탐지하면서 본인이 가지고 있는 조건에 대하여 장점과 단점을 분석하여야 한다. 그리고 프랜차이즈의 본사의 역량과 지원 요소가 어떻게 하여야 계약 의사가 잘 이루어지고, 창업자가 주어진 환경을 고려하여 본사의 조건을 가정 합리적인 방법으로 계약 의사에 성공하는가를 도출하여 창업자나 가맹 본부의 마케팅 자료로 사용하고자 한다.

II. 이론적 고찰

1. 창업자의 조건

Leibenstein(1968)은 창업자란 시장의 욕구를 충족시켜줄 수 있는 제품을 생산하고 마케팅에 관련된 모든 자원을 총괄 경영하는 사람이라고 정의하였다. 박대섭과 신충섭(2006)은 창업의 성공적인 추진과 창업된 사업체의 성공적인 운영에 있어서 가장 중요한 요소는 창업자의 조건이라고 하였다. 창업자의 중요조건으로 먼저 자본이다. 창업자는 사업을 하면서 자원의 투입이 요구되고, 창업자금은 창업자에게는 매우 중요한 역할을 한다. 그러므로 모든 기업 활동에서 초기자본은 매우 중요하다. 정진호와 권정은(2007)은 창업에서 가장 중요한 것은 초기 자본금을 역설하였으며, Cooper & Gimeno(1992), Sandberg & Hofer(1986)는 시장요인이 창업자의 성격 특성과 능력에 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. 모든 경험은 직간접으로 창업에 성공에 영향을 주지만, 특히 창업을 하는 데에 있어서 경험은 반드시 필요하며(Vesper 1990). Kerin & Sethuramam(1998)은 투자 자문에 대하여 중요성을 제시하였다.

창업자가 전문 지식을 보유하고 있는 사람과 전문 지식이 없는 사람은 사업에 있어서 업무 처리에 대한 자신감에 차이가 있을 것이며, 또한 프랜차이즈 사업에서도 많은 차이가 있을 것이다. 송무호(2005)는 성공에 대한 확신, 전문 지식, 핵심 역량을 갖는 것이 창업자의 성공 요인을 주장하였다.

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. 강남국과 김성호(2004)는 외식 창업에 있어서 자신감에 따라서 성공의 중요성을 강조하였다.

창업자에 대한 연구는 인구 통계학적 특성에

대한 연구, 경력 특성에 대한 연구, 동기 특성에 대한 연구 부분에서 집중적으로 이루어져 왔다(이장우·정수덕 1998). 창업 여부는 창업자의 특성에 의하여 결정된다는 의미로 해석할 수 있게 되고, 기존의 연구뿐만 아니라 창업자의 성격에 따른 창업 여부에 대한 접근도 필요하다고 주장하였다.

2. 본사의 역량

프랜차이즈라고 하는 것은 원래 프랑스어 franc와 francher에 어원을 둔 것으로 그 뜻은 “자유를 준다”는 의미로 중세 가톨릭 교황에게 세금을 징수하는 관리인에게 일정한 대가를 지불하고, 나머지는 교황에게 납부하는 것에서 기인한 것으로 보는 것이 일반적이다(산업자원부 2005). 본사가 가지고 있는 역량적인 것은 본사의 역사나, 본사가 가지고 있는 가맹점의 수나 가맹점의 전국적으로 분포하고 있는 능력, 브랜드의 명성, 본사가 가지고 있는 경쟁사나 소비자로부터 인정받고, 능력 즉 판매량이나 매출에 영향을 미치는 힘을 이야기할 수 있다. 다시 말하며, Yavas et al.(1987)은 프랜차이즈 시스템 구성이 본사에 대한 가맹점의 만족 정도에 대한 요인을 본사의 역사, 본사의 광고 및 교육, 본사의 제품 공급 능력 등에 의하여 차이가 난다고 하였다. 또한 정진우(2008b)는 본사의 가맹점 수에 중요성을 제시하였다. Kerin & Sethuramam(1998), Michael(1993)은 중급 프랜차이즈 체인 식당의 혜택에 따른 본사가 가지고 있는 점포의 수와 점포의 브랜드 역사성, 시간-편리성의 속성이라고 하였다. 표정호(1995)는 본사의 역량으로 본사가 가맹점을 제공하는 높은 인지도의 상호 및 상표, 전국적으로 광고되는 상품, 인기 있는 점포 설계, 주의 깊은 입지 선정, 표준화된 운영 절차, 집중 구매, 본부에 의한 교육, 훈련, 자금 조달, 연구 조사 등의 초기 지원과 계속적인 지원이 포함된다.

3. 지원 요소

김영희(2000)는 본사가 가맹점에 지원할 수 있는 광고 지원, 교육 지원, 영업 지침서, 패키지의 구매 등이 있다.

예비 가맹점은 사업을 시작하는데 있어 본부로부터 사업 운영에 대한 자문과 광고 및 홍보에 대한 지원을 받을 수 있기 때문에 비체인점에 비해 영업상 강점이 있다. 최서용(2004)은 프랜차이즈에서 광고의 중요성을 주장하였다. 교육 지원은 본부와 협의하여 가맹점도 종업원에 대한 교육 프로그램을 활용할 수 있으며, 경우에 따라서는 본부로부터 직접 종업원에 대한 교육 지원을 받을 수도 있다(박주현 2004). 조성호(2007)는 프랜차이즈 특징은 생산과 소비의 이원화로 다양한 원자재 원자재의 공급, 식자재의 물류 시스템, 생산과 저장을 제공한다고 하였다. 김근배(1999)는 가맹 본부의 개점전 지원, 상품 공급 능력, 영업 지원을 패키지 상품으로 제시하였다.

Mahmood(1991)는 영업 운영 지침서는 예비 가맹점은 사전에 본부가 제작한 사업에 대한 상세한 영업 지침서를 활용 할 수 있기 때문에 사업 경험이 없더라도 비교적 손쉽게 창업에 접근할 수 있다. 패키지 구매는 본부의 지원으로 사업에 필요한 설비, 기계, 제품, 소모품, 토지, 건물 등 체인 사업에 필요한 비즈니스 패키지를 일괄적으로 종합 구매함으로써 비용을 절약할 수 있다. 최소연(2004), O'neil & Iverson(1991)은 프랜차이즈 패키지 지원, 설비와 도구, 개발 등을 주장하였다.

4. 계약 의사에 관련된 선행 연구 고찰

남기찬과 정태석(1999)은 계약 의사는 프랜차이즈 본부의 조건을 고려해서 쌍방 간의 합의를 통해 계약 할 것인지 결정하는 미래 행동에 대한 의도라고 하였다. 정진우(2008)는 창업자의 특성과 본사의 구성요인에 의해 계약 의사로 이어진다고 하였다. Hofer & Sandberg(1987)는 창업자의 창업 경험이 성과에 유의한 영향을 미치고 있다고 하였으며, 관련 사업의 경영 경험이 성공적인 창업자의 중요한 특성이며, 창업자의 관련 산업

의 경험은 성과와 상관관계가 있다고 하였다. 또한 창업자의 심리 특성, 조건과 결정 요인 여부 외에 일부 연구자들에 의해 창업자의 행동 특성이 주요한 요인으로 강조되고 있다(Chandler & Jansen 1992). 목표 행동에 대한 태도, 사회적 규범, 그리고 창업자의 조건 등 세 가지 핵심적 태도에 영향을 받는 행동 의지는 의사 결정자의 주의를 목표 행동에 집중시키며, 결과적으로 그 사람의 행동을 가장 잘 설명해 주는 변수로 간주하고 있다(Ajzen & Fishbein 1980). 김근중(2009)은 브랜드, 교육 요소가 매출액 대비 수익률은 프랜차이즈 사업의 성공에 유의한 영향을 미칠 것이다. Naffziger et al. (1994) 창업자의 비전은 자기 효율성과 경영 목표 및 이념을 내포하며, 이들 요소는 장기적인 사업 계획과 운영 전략적 의사 결정 및 기업 성과에 큰 영향을 미친다고 하였다.

III. 연구의 설계

1. 연구 조사 설계 및 설문구성

본 연구의 목적을 달성하기 위해 프랜차이즈의 창업자 조건과 본사의 역량과 지원이 계약 의사에 관한 연구하기 위하여 선행 연구를 토대로 <Fig. 1>과 같이 연구모형을 도입하였다.

설문지의 내용은 창업자 조건 요인, 본사 역량 요인, 지원 요인, 계약 의사 요인, 인구 통계 요인

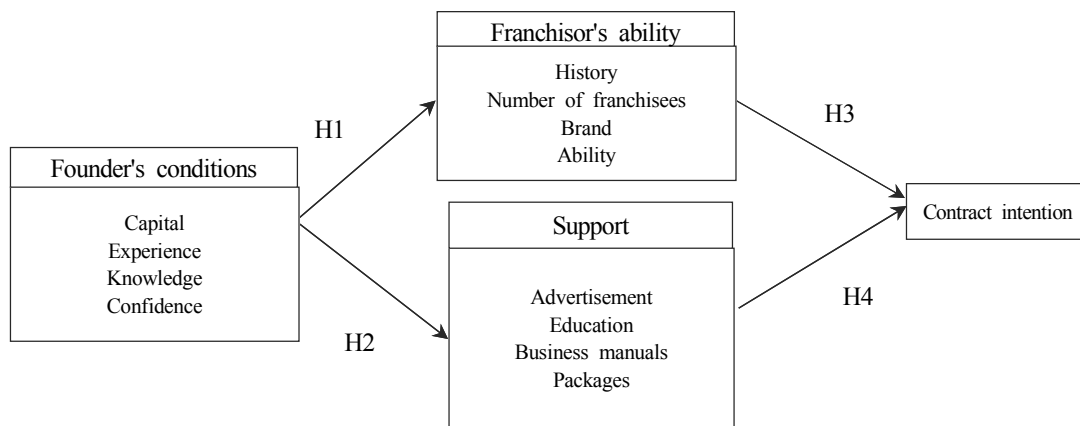
으로 구성하였다. 본 연구의 목적을 수행하기 위하여 설문지 구성은 박대섭(2006), 최소연(2004), 강남국과 김성호(2004), 이장우(1998), 김영희(2000), 박주현(2004), 남기찬과 정태석(1999) 연구를 근거로 6문항을 구성하였고, 측도는 Likert 5점 척도로 각 문항의 평가기준은 ‘매우 그렇다’의 5점부터 ‘전혀 그렇지 않다’의 1점까지의 5개 범주로 구분하였다. 이 자료의 분석은 SPSS/WIN 12.0 프로그램을 사용하여 빈도분석, 요인분석 및 신뢰성 분석, 상관관계분석을 실시하였다.

2. 가설 설정

본 연구의 연구모형을 설정함에 있어서 고려한 선행 연구는 김종근(2009), 김영희(2000), 정진우(2008)의 선행 연구를 토대로 다음과 같은 가설을 설정하게 되었다.

1) 창업자의 조건과 본사의 역량

창업자 조건과 본사의 핵심 역량과 관련된 연구로 Cooper & Gimeno (1992), Sandberg & Hofer (1986)는 시장요인이 창업자의 성격 특성과 능력에 대해 미치는 영향을 시사했다. 송무호(2005)는 성공에 대한 확신, 핵심 역량을 갖는 것이 창업자의 성공 요인을 주장하였다. Yavas et al.(1987)은 프랜차이즈 시스템 구성이 본사에 대한 가맹점의 만족 정도에 대한 요인을 본사의 역사, 본사의



<Fig. 1> Research model.

제품 공급 능력 등에 의하여 차이가 난다고 하였다. 또한 정진우(2008b)는 본사의 가맹점 수에 중요성을 제시하였다. Kerin & Sethuramam(1998), Michael (1993)은 중급 프랜차이즈 체인 식당의 혜택에 따른 본사가 가지고 있는 점포의 브랜드 역사성, 시간-편리성의 속성을 가정으로 하여 다음과 같은 연구가설을 설정하였다.

가설1. 창업자 조건이 본사의 역사에 영향을 미칠 것이다.

가설2. 창업자 조건이 본사의 가맹점 수에 영향을 미칠 것이다.

가설3. 창업자 조건이 본사 브랜드에 영향을 미칠 것이다.

2) 창업자의 조건이 본사의 지원

창업자 조건이 본사의 지원과 관련된 연구로 김영희(2000)는 창업자가 본사의 가맹점에 지원할 수 있는 광고 지원, 교육 지원, 영업 지침서, 패키지의 구매 등에 관심을 가진다. 박주현(2004)은 교육 지원은 본부와 협의하여 가맹점도 종업원에 대한 교육 프로그램을 활용을 조성호(2007)는 프랜차이즈 특징은 생산과 소비의 이원화로 다양한 원자재의 공급, 식자재의 물류 시스템, 생산과 저장, 제공에 창업자가 관심을 갖는다. 김근배(1999)는 가맹 본부의 개점 전 지원, 상품 공급 능력, 영업 지원을 패키지 상품에 중점 제시로 연구가설을 설정하였다.

가설4. 창업자 조건이 광고 지원에 영향을 미칠 것이다.

가설5. 창업자 조건이 교육 지원에 영향을 미칠 것이다.

가설6. 창업자 조건이 영업 지침서에 영향을 미칠 것이다.

가설7. 창업자 조건이 패키지의 구매에 영향을 미칠 것이다.

3) 본사의 역량과 계약 의사

Hofer & Sandberg(1987)는 창업자의 창업 경험이 성과에 유의한 영향을 미치고 있다고 하였다. 이를 중심으로 가설을 설정하였다.

가설8. 본사 역량이 계약 의사에 영향을 미칠 것이다.

김근중(2009)은 브랜드, 교육 요소가 매출액 대비 수익률은 프랜차이즈 사업의 성공에 유의한 영향을 미칠 것이다.

4) 본사의 지원과 계약 의사

강남국과 김성호(2004)는 외식 창업에 있어서 자신감에 따라서 계약 의사에 중요성을 강조하였다. Naffziger et al.(1994) 창업자의 비전은 자기 효율성과 경영 목표 및 이념을 내포하며, 이들 요소는 장기적인 사업 계획과 운영 전략적 의사 결정 및 기업 성과에 큰 영향을 미치는지를 중심으로 가설을 설정하였다.

가설9. 본사 지원이 계약 의사에 영향을 미칠 것이다.

3. 조사대상 및 기간

본 연구는 창업자 조건이 본사의 역량·지원과 계약 의사에 영향을 미치는 가를 검증하기 위하여 표본대상을 부산 지역에서 외식 프랜차이즈 창업자를 대상으로 2008년 9월 1일부터 30일까지 31일 동안 실시하였으며, 총 195부를 배부하여 사전에 연구 취지와 설명을 통하여 훈련된 외식관련 대학원생을 면접원으로 설문을 일인 응답 방식으로 기록하였다. 195부 중 일관성이 없거나 완성되지 못한 설문지 3부를 제외하고 총 192부를 분석 자료로 사용하였다.

IV. 연구결과

1. 인구 통계적 특성

본 연구의 실증조사를 위하여 총 192명을 대상

〈Table 1〉 Demographic characteristics of the respondents

	Division	Frequency	%
Gender	Male	74	38.5
	Female	118	61.5
Age	~29 yrs	54	28.1
	31~40 yrs	84	43.8
	41~50 yrs	48	25.0
	51 yrs~	6	3.1
Marriage	Single	66	34.4
	Married	126	65.6
Education	High school<	30	15.6
	College/university	138	71.9
	>Graduate	24	12.5
Pyeong (3.3058m ²)	<10	6	3.1
	10~20	66	34.4
	30~40	66	34.4
	50~60	36	18.8
	>70	18	9.4
Expense (won)	~₩4900	36	18.8
	₩5000~₩7.5000	30	15.6
	₩7.5000~₩10000	36	18.8
	₩10000~₩20000	48	25.0
	₩20000~	42	21.9

으로 연구 조사를 수행하였으며, 본 연구표본의 인구 통계적 특성을 파악하기 위하여 〈Table 1〉과 같이 빈도분석(frequency analysis)을 실시하였다.

성별에서는 여성이 118명(61.5%)으로 남성 74명(38.5%)보다 많은 것으로 나타났으며, 연령은 31~40세가 84명(43.8%)으로 가장 많았으며, 결혼은 기혼이 126명(65.6%), 학력은 전문대학/대학이 138명(71.9%), 희망 창업 업장 평수는 10~40평대가 132명(68.8%), 창업 비용은 1~2억 원 미만이 48명(25.0%)로 응답한 비율이 나왔다.

2. 신뢰성 및 타당성 검증

예비 창업자 조건의 측정항목에 대한 신뢰성과 타당성을 확인하기 위하여 신뢰도분석과 요인분석을 실시한 결과 〈Table 2〉와 같이 나타났으며, 고유값(Eigen value)이 1 이상인 최종요인은 4개가 추출되어 각 요인을 구성하는 문항들의 중심개념을 바탕으로 자본, 경험, 전문 지식, 창업자의 자신감, 각 요인들의 측정항목에 대한 신뢰도를 분석한 결과 4개의 요인 모두 요인구성에는 문제가 되지 않는 것으로 평가할 수 있으며, 예비 창

〈Table 2〉 Result of factor analysis and reliability analysis on founder's conditions

	Factor	Factor loading	Eigen value	N (%)	Cronbach's α
Capital	Raise capital	0.752	4.481	38.485	0.7115
	Want to loan financial institution	0.707			
	Anticipation financial agency	0.634			
	Enough financing security	0.560			
Experience	Engage in franchise industry	0.930	1.581	13.514	0.7636
	Expenses to engage in the food service industry	0.923			
	Expenses to raise accomplishment possibility	0.543			
Knowledge	Need professional and knowledge	0.856	1.092	8.933	0.7441
	Need surely knowledge	0.736			
	Choice franchisee without knowledge	0.515			
Confidence	Brand	0.898	1.002	7.852	0.6145
	Offer to surely contract intention	0.893			
	Facilities	0.750			
	Product	0.710			
	Offer to support good services	0.641			

업자 조건의 측정항목 구성은 연구에 대한 신뢰성과 타당성을 지니는 것으로 나타났다.

본사 역량의 측정항목에 대한 신뢰성과 타당성을 확인하기 위하여 신뢰도분석과 요인분석을 실시한 결과 <Table 3>과 같이 나타났으며, 고유값(Eigen value)이 1 이상인 최종요인은 4개가 추출되어 각 요인을 구성하는 문항들의 중심개념을 바탕으로 본사의 역사, 본사의 가맹점 수, 본사의 브랜드, 본사의 능력의 4개의 요인으로 요인 명을 부여하였다. 각 요인들의 측정항목에 대한 신뢰도를 분석한 결과 4개의 요인 모두 요인구성에는 문제가 없는 것으로 본사 역량의 측정항목 구성은 연구에 대한 신뢰성과 타당성을 지니는 것으로 나타났다.

본사 지원의 측정항목에 대한 신뢰성과 타당성을 확인하기 위하여 신뢰도분석과 요인분석을 실시한 결과 <Table 4>와 같이 나타났으며, 고유값(Eigen value)이 1 이상인 최종요인은 4개가 추

출되어 각 요인을 구성하는 문항들의 중심개념을 바탕으로 광고 지원, 교육 지원, 영업 지침서 활용, 패키지의 구매 4개의 요인으로 요인명을 부여하였다. 각 요인들의 측정항목에 대한 신뢰도를 분석한 결과 4개 요인 측정항목 구성은 연구에 대한 신뢰성과 타당성을 지니는 것으로 나타났다.

계약 의사의 측정항목에 대한 신뢰성과 타당성을 확인하기 위하여 신뢰도분석과 요인분석을 실시한 결과 <Table 5>와 같이 나타났으며, 고유값(Eigen value)이 1 이상인 최종요인은 1개가 추출되어 성공으로 요인 명을 부여하였다. 이 요인의 측정항목에 대한 신뢰도를 분석한 결과 요인 구성에는 문제가 되지 않는 것으로 평가할 수 있으며, 성공의 측정항목 구성은 연구에 대한 신뢰성과 타당성을 지니는 것으로 나타났다.

3. 연구가설에 대한 결과 및 해석

<Table 3> Result of factor analysis and reliability analysis on franchisor's ability

	Factor	Factor loading	Eigen value	N (%)	Cronbach's α
Advertisement	Management of advertisement	0.887	2.4366	31.321	0.7754
	Sale price	0.832			
	Share to headquarter's advertisement	0.642			
	Knowledge	0.646			
	Consider headquarter's advertisement for franchise	0.521			
Education	Education	0.921	2.848	13.043	0.8636
	Execution to receive an education of employee	0.924			
	Education of problem	0.815			
	Need education of before open a shop	0.597			
Application of a business manual	Administration to business guide	0.961	3.127	11.258	0.8924
	Notice of change rule	0.930			
	Administration on business guide	0.840			
	Deliberate on business guide	0.786			
Package	Convenience	0.940	3.915	10.546	0.9247
	Utilize headquarter's product package	0.889			
	Need headquarter's product package	0.872			
	Headquarter's product package is good institution	0.855			
	Headquarter's product package is good cheap price	0.861			

〈Table 4〉 Result of factor analysis and reliability analysis on franchisor's support

Factor		Factor loading	Eigen value	N (%)	Cronbach's α
History of franchisors	Long headquarter's history to avoid danger	0.885	3.758	21.132	0.835
	Sale price	0.841			
	Choice of long history	0.763			
Number of franchisees	Have high recognition	0.924	2.531	20.042	0.8968
	Have many number of the franchisees	0.884			
	Across the country good franchisees	0.855			
	Worldwide franchisees	0.821			
Brand	Bright future value	0.824	2.144	11.730	0.8248
	Value	0.884			
	Management of advertisement	0.721			
	Image	0.723			
Ability	Social environment	0.912	1.324	10.584	0.8814
	Technic	0.923			
	Finance	0.863			
	Services	0.831			
	Products	0.624			

〈Table 5〉 Result of factor analysis and reliability analysis on contract intention

Factor		Factor loading	Eigen value	N (%)	Cronbach's α
Contract intention	Reliability of a franchisor	0.884	4.214	66.521	0.9112
	Have to contract condition of detail	0.871			
	Have to headquarter's ability	0.864			
	Have to success of confidence	0.842			
	Have to advance preparations before open a shop	0.841			

1) 창업자 조건이 본사 역량에 미치는 영향 요인에 영향을 미치는 것으로 분석되었으며, 분석 다중회귀분석결과 〈Table 6〉과 같이 경험, 창업자의 자신감 요인이 본사 역량 중 본사의 역사 이고, 회귀식은 통계적으로 유의한 것으로 분석

〈Table 6〉 The effect on history in franchisor's ability

Factor	β	Standard error	t-value	p
Capital	-3.2E-02	0.101	-0.308	0.758
Experience	0.322	0.097	3.208	0.002**
Knowledge	-4.3E-02	0.129	-0.335	0.737
Confidence	0.315	0.154	2.044	0.044*
$R^2=0.243$		수정 $R^2=0.192$	$F=4.750$	$p=0.000**$

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

되었다($F=4.750, p<0.000$). 각 요인별로 살펴보면 경험($\beta=0.322, p<0.01$), 창업자의 자신감($\beta=0.315, p<0.01$)이 본사의 역사 요인에 유의한 정(+)의 영향을 미치는 것으로 나타났다.

다중회귀분석결과 <Table 7>과 같이 경험, 전문 지식이 본사 역량 중 본사의 가맹점 수 요인에 영향을 미치는 것으로 분석되었으며, 분석결과에 나타난 전체의 회귀모형의 설명력은 29.0%이고, 회귀식은 통계적으로 유의한 것으로 분석되었다($F=7.463, p<0.000$). 각 요인별로 살펴보면 경험($\beta=0.199, p<0.05$), 전문 지식($\beta=0.311, p<0.05$)이 본사의 가맹점 수 요인에 유의한 정(+)의 영향을 미치는 것으로 나타났다.

다중회귀분석결과 <Table 8>과 같이 경험, 전문 지식, 창업자의 자신감 요인이 본사 역량 중 본사의 브랜드 요인에 영향을 미치는 것으로 분석되었으며, 분석결과에 나타난 전체의 회귀모형의 설명력은 42.4%이고, 회귀식은 통계적으로 유의한 것으로 분석되었다($F=12.678, p<0.000$). 각 요인별로 살펴보면 경험($\beta=0.233, p<0.01$), 전문 지식($\beta=0.431, p<0.01$), 창업자의 자신감($\beta=0.56, p<0.01$)이 본사의 브랜드 요인에 유의한 정(+)의 영향을 미치는 것으로 나타났다.

다중회귀분석결과 <Table 9>와 같이 창업자의 자신감 요인이 본사 역량 중 본사의 능력 요인에 영향을 미치는 것으로 분석되었으며, 분석결과에 나

<Table 7> The effect on the number of franchisees in franchisor's ability

Factor	β	Standard error	t-value	p	
Capital	-9.6E-02	0.096	-1.045	0.313	
Experience	0.199	0.091	2.178	0.032*	
Knowledge	0.311	0.122	2.583	0.012*	
Confidence	0.215	0.113	1.958	0.052	
		$R^2=0.334$	$R^2=0.290$	$F=7.464$	$p=0.000^{**}$

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

<Table 8> The effect on brand in franchisor's ability

Factor	β	Standard error	t-value	p	
Capital	-7.7E-03	0.084	-0.931	0.353	
Experience	0.233	0.083	2.957	0.004**	
Knowledge	0.431	0.111	4.071	0.000**	
Confidence	0.456	0.098	4.654	0.000**	
		$R^2=0.461$	$R^2=0.424$	$F=12.674$	$p=0.000^{**}$

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

<Table 9> The effect on founder's condition in franchisor's ability

Factor	β	Standard error	t-value	p	
Capital	7.56E-03	0.086	0.087	0.930	
Experience	0.195	0.113	1.764	0.081	
Knowledge	7.362E-03	0.101	0.075	0.941	
Confidence	0.565	0.131	4.357	0.000**	
		$R^2=0.449$	$R^2=0.412$	$F=12.066$	$p=0.000^{**}$

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

타난 전체의 회귀모형의 설명력은 41.2%이고, 회귀식은 통계적으로 유의한 것으로 분석되었다($F=12.066, p<0.000$). 창업자의 자신감 요인($\beta=0.565, p<0.01$)이 본사의 능력 요인에 유의한 정(+)의 영향을 미치는 것으로 나타났다.

2) 창업자 조건이 지원에 미치는 영향

다중회귀분석결과 <Table 10>과 같이 경험, 전문 지식, 창업자의 자신감 요인이 본사 지원 중 광고 지원 요인에 영향을 미치는 것으로 분석되었으며, 분석결과에 나타난 전체의 회귀모형의 설명력은 14.9%이고, 회귀식은 통계적으로 유의한 것으로 분석되었다($F=3.773, p<0.002$). 각 요인별로 살펴보면 경험($\beta=0.220, p<0.05$), 전문 지식($\beta=0.268,$

$p<0.05$), 창업자의 자신감($\beta=0.255, p<0.05$)이 광고 지원 요인에 유의한 정(+)의 영향을 미치는 것으로 나타났다.

다중회귀분석결과 <Table 11>과 같이 자본, 경험요인이 교육 지원 요인에 영향을 미치는 것으로 분석되었으며, 분석결과에 나타난 전체의 회귀모형의 설명력은 44.1%이고, 회귀식은 통계적으로 유의한 것으로 분석되었다($F=13.435, p<0.000$). 각 요인별로 살펴보면 자본($\beta=0.196, p<0.05$), 경험($\beta=0.410, p<0.01$) 요인이 교육 지원 요인에 유의한 정(+)의 영향을 미치는 것으로 나타났다.

다중회귀분석결과 <Table 12>와 같이 자본, 전문 지식, 창업자의 자신감이 중 영업 지침서 활용 요인에 영향을 미치는 것으로 분석되었으며, 분석

<Table 10> The effect of advertisement on franchisor's support

Factor	β	Standard error	t-value	p
Capital	1.244E-02	0.103	0.122	0.905
Experience	0.220	0.102	2.212	0.030*
Knowledge	0.268	0.131	2.030	0.046*
Confidence	0.255	0.122	2.124	0.034*
$R^2=0.203 \quad R^2=0.149 \quad F=3.773 \quad p=0.002^{**}$				

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

<Table 11> The effect on education in franchisor's support

Factor	β	Standard error	t-value	p
Capital	0.196	0.099	1.984	0.050*
Experience	0.410	0.126	3.237	0.002**
Knowledge	0.210	0.107	1.940	0.055
Confidence	-7.1E-02	0.098	-0.738	0.461
$R^2=0.475 \quad R^2=0.441 \quad F=13.435 \quad p=0.000^{**}$				

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

<Table 12> The effect on a business manual on franchisor's support

Factor	β	Standard error	t-value	p
Capital	0.148	0.076	1.985	0.050*
Experience	1.807E-02	0.074	0.250	0.810
Knowledge	0.266	0.089	3.010	0.004**
Confidence	0.546	0.114	4.805	0.000**
$R^2=0.576 \quad R^2=0.548 \quad F=20.185 \quad p=0.000^{**}$				

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

결과에 나타난 전체의 회귀모형의 설명력은 54.8% 이고, 회귀식은 통계적으로 유의한 것으로 분석되었다($F=20.185, p<0.000$). 각 요인별로 살펴보면 자본($\beta=0.148, p<0.05$), 전문 지식($\beta=0.266, p<0.01$), 창업자의 자신감($\beta=0.546, p<0.01$) 요인이 영업 지침서 활용 요인에 유의한 정(+)의 영향을 미치는 것으로 나타났다.

다중회귀분석결과 <Table 13>과 같이 창업자의 자신감 요인이 본사 지원 중 패키지의 구매 요인에 영향을 미치는 것으로 분석되었으며, 분석결과에 나타난 전체의 회귀모형의 설명력은 17.5% 이고, 회귀식은 통계적으로 유의한 것으로 분석되었다($F=4.370, p<0.001$). 창업자의 자신감 요인($\beta=0.348, p<0.01$)이 패키지의 구매 요인에 유의

한 정(+)의 영향을 미치는 것으로 나타났다.

다중회귀분석결과 <Table 14>와 같이 본사의 가맹점 수, 본사의 브랜드, 본사의 능력 요인이 계약 의사 요인에 영향을 미치는 것으로 분석되었으며, 분석결과에 나타난 전체의 회귀모형의 설명력은 14.7%이고, 회귀식은 통계적으로 유의한 것으로 분석되었다($F=5.065, p<0.001$). 본사의 가맹점 수 요인($\beta=0.267, p<0.01$), 본사의 브랜드 요인($\beta=0.495, p<0.01$), 본사의 능력 요인($\beta=0.336, p<0.01$)이 만족 요인에 유의한 정(+)의 영향을 미치는 것으로 나타났다.

3) 본사 지원이 계약 의사에 미치는 영향
다중회귀분석결과 <Table 15>와 같이 전문가

<Table 13> The effect on a package on franchisor's support

Factor	β	Standard error	t-value	p
Capital	-3.7E-03	0.102	-0.365	0.717
Experience	0.132	0.097	1.367	0.176
Knowledge	0.127	0.131	0.970	0.336
Confidence	0.348	0.120	2.940	0.004**
$R^2=0.228$		$R^2=0.175$	$F=4.370$	$p=0.001**$

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

<Table 14> The effect of contract intention on franchisor's support and ability

Factor	β	Standard error	t-value	p
History	0.157	0.102	1.541	0.125
Number of franchisees	0.267	0.089	3.010	0.004**
Brand	0.495	0.119	4.144	0.000**
Ability	0.336	0.095	3.562	0.001**
$R^2=0.182$		$R^2=0.147$	$F=5.065$	$p=0.000**$

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

<Table 15> Result of factor analysis for contract intention

Factor	β	Standard error	t-value	p
Advertisement	-0.134	0.094	-1.447	0.154
Education	0.477	0.170	2.820	0.006**
Application of a business manual	0.498	0.150	3.340	0.001**
Package	0.353	0.149	2.373	0.020*
$R^2=0.501$		수정 $R^2=0.461$	$F=12.621$	$p=0.000**$

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

컨설팅, 교육 지원, 영업 지침서 활용 요인이 성공 요인에 영향을 미치는 것으로 분석되었으며, 분석결과에 나타난 전체의 회귀모형의 설명력은 46.1%이고, 회귀식은 통계적으로 유의한 것으로 분석되었다($F=12.621, p<0.000$). 각 요인별로 살펴보면 교육 지원($\beta=0.477, p<0.01$), 영업 지침서 활용($\beta=0.498, p<0.01$), 패키지의 구매($\beta=0.353, p<0.01$) 요인이 계약요인에 유의한 정(+)의 영향을 미치는 것으로 나타났다.

V. 요약 및 결론

국내에는 많은 창업자들이 창업을 앞두고 프랜차이즈 사업에 대한 정보와 전망을 탐지하면서 본인이 가지고 있는 조건과 본사의 장점과 단점을 분석하여 합리적인 계약 의사를 도출하고자 본 연구에서는 창업자의 조건이 Franchisor의 역량·지원 요소가 계약 의사를 분석결과, 다음과 같은 결과를 도출하였다.

첫째, 창업자 조건이 본사의 역량에 미치는 영향에 관한 분석에서 본사 역량 중 본사 역사에서는 경험과 창업자 자신감이 유의한 영향을 미치는 것으로 나타났다. 그리고 가맹점 수에는 경험과 전문 지식이 유의한 것으로 나타났다. 브랜드에서는 경험자, 전문 지식, 창업자 자신감이 유의한 것으로, 본사의 능력에서는 창업자 자신감이 영향을 미치는 것으로 나타났다. 선행 연구와 비교 고찰을 해 보며 Kerin & Sethuramam(1998), 정진우(2008)는 본사의 가맹점 수에 중요성을 제시와 일치하는 것으로 나타났다.

둘째, 창업자 조건이 본사 지원 가설에서는 본사 지원 중 광고 지원에서는 경험, 전문 지식, 창업자 자신감이 유의한 것으로, 교육 지원에서는 자본과 경험이 유의한 것으로, 영업 지침서에서는 자본, 전문 지식, 창업자 자신감에, 패키지에 대해서는 창업자 자신감에 유의한 영향을 미치는 것으로 나타났다. 선행 연구와 비교 고찰을 해 보며, 창업자 조건이 본사의 지원과 관련된 연구로

김영희(2000)는 창업자가 본사의 가맹점에 지원할 수 있는 광고 지원, 교육 지원, 영업 지침서, 패키지의 구매에 유사한 영향을 미치는 것으로 나타났다.

셋째, 본사 역량이 계약 의사에 미치는 영향에서는 본사의 가맹점 수, 브랜드, 본사의 능력에 영향을 미치는 것으로 나타났다. 선행 연구와 비교하여, Hofer & Sandberg(1987)는 창업자의 창업 경험이 성과에 유사한 일치로 나타났다.

넷째, 본사 지원이 계약 의사에 미치는 가설에는 교육 지원, 영업 지침서, 패키지 구매가 유의한 영향을 미치는 것으로 본 연구는 나타났다. 선행 연구에서는 강남국과 김성호(2004)는 외식 창업에 있어서 자신감에 따라서 계약 의사에 영향을 미치는 것으로 대부분 나타났다.

본 연구의 한계는 요즘 더욱 발전하고 있는 프랜차이즈의 다양함을 다루지 못한 점과 전국이 아닌 부산 지역만의 국한시킨 점이라고 생각된다. 향후 연구에서는 본 연구에서 다루지 못한 부분인 날로 향상되는 프랜차이즈의 세부적이고 창업자와 본사의 역량을 서로 잘 반영할 수 있고, 세부적인 연구가 필요할 것이라고 사료된다. 또한 창업자의 조건이 본사 역량이나 지원에 무엇보다 중요함을 연구결과를 통하여 알 수 있었다. 날로 새로운 정보와 국제화 시대에 대응하기 위하여 창업자와 본사의 입장에 상생하고 보다 효율적인 운영방안을 모색하여 할 것이다.

한글초록

본 연구에서는 창업자의 특성에 따라 Franchisor의 역량·지원 요소에 따라서 계약 의사에 미치는 영향에 대한 관계를 검증하기 위하여 부산 지역에서 외식 프랜차이즈 창업자를 대상으로 192명의 분석은 SPSS/WIN 12.0 프로그램을 사용하여 분석한 결과는 첫째, 창업자 조건이 본사의 역량에 미치는 영향에 관한 분석에서 본사 역량 중 본사 역사에서는 경험, 창업자 자신감에, 또한 가

맹점 수에는 경험, 전문 지식, 브랜드에서는 경험자, 전문 지식, 창업자 자신감이, 본사의 능력에서는 창업자 자신감이 영향을 미치는 것으로 나타났다. 둘째, 창업자 조건이 본사 지원 가설에서 광고 지원에서는 경험, 전문 지식, 창업자 자신감이, 교육 지원에서는 자본과 경험이, 영업 지침서에서는 자본, 전문 지식, 창업자 자신감이, 패키지에서는 창업자 자신감에 유의한 영향을 미치는 것으로 나타났다. 셋째, 본사 역량이 계약 의사에 미치는 영향에서는 본사의 가맹점 수, 브랜드, 본사의 능력에 영향을 미치는 것으로, 넷째, 본사 지원이 계약 의사에 미치는 가설에는 교육 지원, 영업 지침서, 패키지 구매가 유의한 영향을 미치는 것으로 나타났다. 그러므로 본 연구에서는 창업자의 특성과 본사의 역량과 지원이 계약 의사에 상호간의 관련이 있다는 것을 알 수 있다.

참고문헌

1. 강남국·김성호 (2004). 소규모 외식 창업자의 직업인식에 관한 분석. *사회과학연구* 14(1): 11-280.
2. 김영희 (2000). 외식 프랜차이즈 가맹점의 성과 결정요인에 관한 연구. 전주대학교 대학원 박사학위논문, 18-36, 전주.
3. 김근배 (1999). 프랜차이즈본사의 경영능력과 가맹점만족도에 관한 연구. *한국유통학회 춘계발표* 24-28.
4. 김근중 (2009). 외식 프랜차이즈 본점 가맹점 간의 서비스 품질 만족도에 관한 연구. *한국조리학회지* 13(3):239-241.
5. 박대섭 (1999). 프랜차이즈 레스토랑 manager의 역할에 관한 연구. 경기대학교 경영대학원 1-12. 서울.
6. 박대섭·신충섭 (2006). 외식 창업자의 특성이 창업성공 및 권유에 미치는 영향에 관한 연구. *서비스경영학회지* 7(1):202-222.
7. 박주현 (2004). 프랜차이즈경영원론 프랜차이즈 경영가이드 총서, 1-12, 서울.
8. 상업자원부편집 (2005). 2005년 중소기업 발전을 위한 연구 프랜차이즈편 22-24. 서울.
9. 송무호 (2005). 소자본 예비 창업자를 위한 프랜차이즈 계약에 대한 연구. *창업정보학회지* 8(2):113-135.
10. 이장우·정수덕 (1998). 벤처기업 성공 요인에 관한 이론적 고찰. *벤처경영연구* 1(2):69-95.
11. 유승우 (2006). 파워브랜드의 육성을 통한 지역발전전략. 지방행정, 특집, 지역브랜드가 경쟁력이다. 52-61, 서울.
12. 정진우 (2008a). 예비 창업자와 프랜차이즈 본사의 계약 의사에 관한 연구. *한국조리학회지* 14(1):39-55.
13. 정진호·권정은 (2007). 자기자본 조달의 기회주의적 행동과 대리인 문제에 관한 연구. *산업경제연구지* 20(2):580-600.
14. 조성호 (2007). 외식 프랜차이즈 가맹점의 주 메뉴에 따른 만족도 및 재계약 의도에 관한 연구. *한국조리학회지* 13(3):29-31.
15. 정형식·김영심 (2003). 점포이미지와 브랜드 이미지 및 매장 내 감정이 소비감정과 만족에 미치는 영향. *마케팅관리연구* 8(3):1-28.
16. 최서용 (2004). 프랜차이즈 서비스 요인이 가맹점주의 만족도에 미치는 영향에 관한 연구. 경희대학교 관광대학원 석사학위논문, 3, 서울.
17. 표정호 (1995). 본사 해외자회사 관계에서 권력, 갈등, 성과관의 관계에 관한 연구. *경영학연구* 24(3):45-49.
18. Ajzen I·Fishbein M (1980). *Understanding Attitudes and Predicting Social Behavior*. 19. Engle-wood Cliffs, NJ: Prentice- Hall, 85-87.
20. Chandler GN·Jansen E (1992). The founder's self-assessed competence and venture performance. *Journal of Business Venturing* 8(5):391-408.
21. Cooper A·Gimeno J (1992). *The State of the Art of Entrepreneurship*. Boston: pws-Kent Pub-

- lishing, 301-340.
22. Hofer CW · Sandberg WR (1987). Improving new venture performance: The role of strategy, and end the entrepreneur. *Journal of Business Venturing* 2(1):41-50.
 23. Kerin RA · Sethuramam R (1998). Exploring the brand value-share hold value nexus for consumer goods companies. *Academy of Marketing Science* 26(4):260-273.
 24. Leibenstein H (1968). Entrepreneurship and development. *American Economic Review* 38(2): 65-72.
 25. Mahmood A (1991). A Concept of Food Service Operations and Management. N.Y: V.N.R. Research (14):43-44.
 26. Michael S (1993). Benefit dimensions of mid-scale restaurant chains. *The Cornell H,R,A. Quarterly* 34(2):15-22.
 27. Naffziger DW · Homsby DW · Kuratko DF (1994). A proposed research model of entrepreneurial motion. *Entrepreneurship Theory and Practice* 18(3):29-42.
 28. O'Neil Brain F · Iverson J (1991). An operational procedure for prioritizing customer service elements. *Journal of Business Logistics* 12(2):157-178.
 29. Vesper KH (1990). *New Venture Strategies*. Englewood Cliffs, NJ: Prentice-Hall, 42-48.
 30. Yavas U · Habib G(1987). Correlates of Saudi. *International Journal of Physical Distribution and Materials* 17(3):46-55.

2009년 11월 9일 접 수

2009년 12월 7일 1차 논문수정

2009년 12월 15일 게재 확정