

가맹점사업자는 자영업자와 어떻게 다른가

- 경험적 증거와 정책적 시사점 -

임영균*

본 연구는 소상공인의 대부분을 차지하는 자영업자와 가맹점사업자의 사업성과 및 사회경제적·사회심리적 특성에서의 차이를 비교분석하고 있다. 가맹점사업자는 가맹사업이라는 사업양식을 활용하고 있고, 사업파트너인 가맹본부가 요구하는 일정한 기준을 충족시켜야 하기 때문에 이러한 조건으로부터 자유로운 자영업자와 상이한 특성을 지닐 것으로 기대되었다.

2011년 전국소상공인 실태조사에 포함된 가맹점사업자 424명과 자영업자 5,690명으로부터 수집한 서베이자료에 대한 분석 결과, 가맹점사업자는 자영업자와 비교할 때 재정능력, 사업경험과 관리능력, 인구통계특성, 정보탐색 노력, 심리적 특성, 사업성과, 사업애로사항에 있어 통계적으로 유의미한 차이가 있는 것으로 나타났다. 또한 가맹점사업자와 자영업자의 사업성과에 이들 변수가 미치는 영향에 있어서도 상당한 차이가 있는 것으로 나타났다.

가맹점사업자와 자영업자가 서로 다른 특성을 지니고 있고, 이들 특성이 사업성과에 미치는 영향이 다르다는 것은 이들의 정부에 대한 정책수요가 이질적이고 정책효과도 두 집단 간에 상이할 수 있음을 시사한다. 이를 근거로 본 연구는 향후 정부의 소상공인 지원정책이 가맹점사업자와 자영업자를 구분하여 수행되는 것이 바람직한 것으로 주장하고 있다. 또한 가맹점사업자의 성과를 제고하기 위해 가맹본부가 가맹점을 선택할 때 중요하게 고려하여야 할 사업자 특성과 관련한 경영상 시사점도 제시하고 있다. 본 연구는 몇 가지 이론 및 방법론 상한계를 지니고 있으며 따라서 이를 보완하기 위한 향후 연구방향도 제시하고 있다.

주제어: 가맹점사업자, 자영업자, 사회경제적·사회심리적 특성, 사업성과

I. 서론

최근 들어 소상공인에 대한 정부의 정책적 관심이 커지고 있다. 소상공인은 비록

경제규모에 있어 차지하는 비중은 낮을지라도, 사업체 수가 많고 고용비중이 높아 중요한 경제주체이다. 통계청에 따르면 우리나라 소상공인 수는 2009년말 현재 268만명

* 광운대학교 경영대학 교수(lyk5316@kw.ac.kr)

이며, 전체 사업자 수의 87.5%, 전체 종사자 수의 38.9%에 해당하는 522만 명이 종사하고 있는 것으로 추정된다.

법률적으로 소상공인은 상시종업원 10인 미만의 제조업, 5인 미만의 서비스업을 포괄하는 용어로 대기업이나 중소기업과 구분되며, 사업방식으로 가맹사업을 활용하는가에 따라 가맹점사업자와 자영업자로 구분된다. 자영업자와 달리 가맹점사업자의 경우에는 가맹본부와의 가맹계약에 의해 가맹본부의 영업표지와 경영노하우, 제품·서비스 등을 지원받는 대가로 가맹비와 로열티 등을 지급하고 특정 영역에서의 영업활동이 가맹본부에 의해 통제된다는 점에서 구분된다.

소상공인은 사회경제적 내지는 사회심리적 측면에서 여타 경제주체와 다른 독특한 특성을 지니고 있다. 소상공인은 자율성이나 도전, 자아실현 등의 가치를 선호하고 있고, 자기고용 (self-employment)을 통한 경제활동이 이를 구현할 수 있는 수단이라고 믿고 있다. 이들에게 자기고용은 ‘더 많은 수입의 기대’, ‘자신의 사업을 한다는 즐거움’, ‘성공에 대한 열망’, ‘독립심’과 ‘자율성’등의 가치를 제공한다 (Peterson and Dant 1990; Knight 1986; Felstead 1993). 또한 가족-직업 간 갈등이 심한 자는 직장을 버리고 자기고용을 선택하기도 한다 (Boles 1996). 나아가 자기고용은 가족구성원에게 고용기회를 제공하고 가업을 승계하게 한다.

최근까지 국내외에서 가맹점사업자와 자영업자간의 특성 차이를 비교하고 있는 연구는 국내의 경우에는 전혀 없으며 외국의 경우 극히 소수의 연구가 있을 뿐이다 (Bates 1995). 그 결과, 가맹점사업자와 자영업자의 사회경제적 내지는 사회심리적 특성

에서 차이가 무엇이고, 이들이 인지하는 사업상 애로사항에 어떤 차이가 있고, 누구의 사업성고가 우수한지에 대해 확고한 증거가 제시되고 있지 않다. 본 연구는 가맹점사업자와 자영업자가 사회경제적·사회심리적 특성에서 어떤 차이가 있으며 이러한 차이가 왜 발생하며, 이로 인해 사업성고가 어떤 영향을 받는가를 다루고 있다. 이는 정부의 소상공인 정책과 관련하여 다음의 두 가지 측면에서 의의가 있다.

첫째, 효과적인 정책수립이 가능하고 정책수행의 효율성을 높일 수 있다. 만약 자영업자와 가맹점사업자가 상이한 특성과 애로사항을 지니고 있다면 이들이 정부에 대해 가지는 정책욕구도 상이할 것이며 이는 시장세분화-표적시장선정-포지셔닝으로 이어지는 전략적 접근을 취하는 것이 정책수행의 효과성과 효율성을 높이기 위해 바람직할 것이라는 주장을 가능케한다.

둘째, 소상공인 관련 정책수행의 정당성을 확보할 수 있다. 최근 들어 정부는 프랜차이즈산업에 대한 지원정책을 강화하고 있다. 중소기업청과 소상공인진흥원이 수행하고 있는 프랜차이즈 수준평가제도와 이에 따른 지원정책이 대표적 사례라 할 것이다 (정부지원정책에 관한 상세한 내용은 박주영 등 (2011)을 참조). 프랜차이즈산업에 대한 정부지원의 가장 큰 이유는 가맹사업이 고용창출에 기여한다는 판단 때문이다. 하지만 가맹사업이 자영업보다 고용창출 효과가 크기 위해서는 가맹사업이 자영업보다 실패율이 낮아야 하는 바, 이에 대해서는 여전히 논란이 있다 (Bates 1995, 1998; Holmberg and Morgan 2003; 임영균 2010). 만약 가맹점사업자의 성과가 자영업자의 성

과에 비해 우위에 있는 것이 확인된다면 이는 가맹사업이 자영업보다 실패율이 낮다는 주장과 프랜차이즈산업을 지원하는 각종 정부정책을 뒷받침할 수 있는 근거의 하나로 제공될 수 있다. 이하에서는 특성에서의 차이가 발생하는 이유를 논리적 주장 및 경험적 근거와 함께 설명하고 그 차이를 가설의 형태로 제시하기로 한다.

II. 이론 및 가설

자영업자와 가맹점사업자간의 특성 차이가 발생할 수 있는 이유는 논리적으로 크게 두 가지라 할 수 있다. 첫째, 가맹점사업자는 자영업자와 달리 가맹사업이라는 사업양식을 활용하기 때문에 가맹사업이 지닌 특성을 공유한다. 가맹점사업자는 가맹사업이 지닌 장점에 의해 혜택을 누릴 수 있는 반면에 가맹사업이 지닌 단점으로 인해 손해를 볼 수 있다. 하지만 자영업자는 가맹사업의 장점과 단점에 구애받지 않는다. 둘째, 가맹점사업자는 가맹본부와의 계약에 의해 사업을 수행한다. 가맹본부는 일정한 기준을 충족시키는 자에 한해 가맹사업을 영위할 수 있게 하며, 따라서 가맹점사업자는 가맹본부가 제시하는 일반적 선택기준에 부합하는 특성을 지니고 있을 가능성이 크다. 위 두 가지 논리를 차례로 설명하면 다음과 같다.

1. 가맹사업의 특성

가맹사업은 모든 점포가 표준화된 제품·

서비스와 공동 브랜드를 사용함으로써 소비자 욕구를 충족시키는 사업방식이다. 가맹사업은 가맹점사업자에게 낮은 개발비용, 기반이 다져진 브랜드의 활용, 낮은 운영비용, 낮은 관여, 비교적 높은 수준의 독립성과 자율성, 유리한 투자, 교육훈련 등의 편익을 제공한다 (Peterson and Dant 1990).

가맹사업의 장점을 논하는 기존 연구는 대부분 자영업을 비교대상으로 삼고 있다. 일부 연구는 직장인과 비교하여 독립심이나 자아실현을 가맹사업의 장점으로 지적하고 있기는 하지만 독립성과 자율성과 같은 편익은 모든 형태의 자기고용이 지니는 편익이므로 자영업자와 가맹점사업자를 구분할 수 있는 특징이 되지 않는다. 오히려 독립심과 자율성만을 놓고 보았을 때는 가맹사업보다는 자영업이 보다 장점을 지닌다고 할 수 있다.

하지만 가맹사업은 자영업이 가지지 못한 독특한 장점을 지니고 있다 (cf. Peterson and Dant 1990). 공동브랜드를 활용할 수 있다는 것은 자영업에 비해 가맹사업만이 가진 가장 큰 장점이라 할 수 있다 (Knight 1986; Stanworth 1985). 가맹사업은 높은 브랜드 인지도를 활용할 수 있고 규모의 경제를 실현할 수 있으며 공급업체를 상대로 강력한 협상력을 지닐 수 있기 때문에 경쟁우위를 확보할 수 있다 (Litz and Stewart 1998). 나아가 가맹점사업자는 가맹본부로부터 브랜드, 제품 및 서비스, 마케팅 프로그램, 운영절차 등을 제공받으며 경영지원과 조언, 저금리, 대출보증이나 신용연장 등의 자금지원을 받을 수 있다 (Rubin 1978). 가맹점사업자는 특별한 사업경험이 없더라도 효과적으로 사업을 수행할 수 있으며 어느

정도의 매출과 수익성을 확보할 수 있다.

나아가 가맹사업은 상대적으로 실패의 위험이 낮은 사업모형으로 여겨지고 있다 (Izreali 1972). 가맹점사업자의 다수는 가맹사업에 참여한 이유를 사업실패의 위험이 적기 때문이라고 응답하고 있으며, 60%의 가맹점사업자는 자영업이 가맹사업에 비해 위험이 큰 것으로 생각하고 있다 (Withane 1991).

일반적으로 위험회피적인 성향의 창업자일수록 자영업보다 가맹점을 선호한다 (O'Donnell 1984). 가맹점사업자는 가맹본부가 오랫동안 개발하여 제도화한 사업컨셉을 활용하여 사업을 한다(Hunt 1977; Kaufmann 1999). 가맹본부는 점포개설, 신제품개발, 지원시스템의 구축, 브랜드 인지도 제고 등을 위해 많은 투자를 한다. 또한 가맹점사업자를 대상으로 체계적인 경영지도를 제공한다. 이는 가맹점사업자의 사업실패의 불안감을 줄여주며 투자를 통해 경제적 보상을 얼마나 얻을 수 있는가를 예측할 수 있게 해준다. 자영업의 경우에는 사업수행을 위한 기본 투자와 이에 따른 위험을 자신이 모두 감수해야 하지만 가맹점사업자는 사업수행을 위한 투자의 상당부분을 가맹본부나 다른 가맹점사업자와 분담하기 때문에 투자에 따른 위험을 서로 공유하고 있어 효과적인 대응이 가능하다.

하지만 기존 연구를 보면 가맹점의 수익성 혹은 사업실패의 위험이 자영업에 비해 유리하다는 확고한 증거는 제시되고 있지 않다 (Lafontaine and Bhattachayya 1995). 일부 연구는 가맹점사업자가 자영업자보다 사업실패 위험이 낮다고 보고하고 있는 반면에 또 다른 연구는 자영업자가 가맹점사

업자보다 사업실패 위험이 낮다고 보고하고 있다 (Bates 1995; Holmberg and Morgan 2003). 이러한 주장은 가맹사업이 지닌 단점에 기인한다.

가맹본부와 가맹점은 서로 추구하는 목표가 다르기 때문에 갈등이 발생할 소지가 늘 존재한다 (Shane 2005). 가맹본부는 일반적으로 매출증대에 관심을 가지지만 가맹점은 이익증대에 관심을 가진다. 또한 가맹본부와 가맹점은 배타적 영업지역을 놓고 심각한 갈등을 보인다. 이러한 갈등은 분쟁을 발생시키고 이를 조정하는데 따른 비용을 증가시켜 시스템의 효율성을 저해할 수 있다. 아울러 가맹사업은 소유권이 독립된 가맹점에 의해 제품이나 서비스를 제공하는 사업방식이기 때문에 무임승차, 속박(hold-up), 과소투자(under investment), 지적재산권 (intellectual property) 상실 등의 문제가 발생한다 (Shane 2005). 이들 요인은 앞서 갈등에 의한 분쟁과 마찬가지로 가맹본부와 가맹점 간의 거래비용을 증가시키며 시스템의 효율성을 저해한다.

또한 가맹사업은 혁신과 변화를 모색함에 있어 구조적으로 한계가 있다. 일반적으로 가맹본부는 일관성과 표준화를 강조하는 사업이기에 개별 가맹점의 지역시장에서의 유연성과 차별화를 가능한 허용하지 않는다 (Shane 2005). 더구나 가맹점은 안정을 추구하고 변화를 기피하며 스스로 문제해결이나 경영개선의 노력을 게을리 하고 가맹본부에 지나치게 의존하는 성향이 있다. 이들은 가맹본부의 혁신요구를 거부하고 정보공유를 기피한다. 혁신과 변화의 거부, 의사소통의 부재는 시장환경의 변화에 대한 시스템의 적응능력을 낮추고 그 결과 경쟁력을

낮추는 문제를 야기한다.

가맹사업은 자영업에 비해 투자수익률이 낮을 수도 있다 (Shane 2005). 가맹사업은 가맹비와 교육비, 인테리어 비용 등 일반적으로 자영업에 비해 초기 투자가 많이 소요된다. 나아가 가맹점은 자신의 수익의 상당 부분을 로열티로 가맹본부에 제공한다. 하지만 자영업의 경우에는 자신의 초기 투자 규모를 스스로 조정할 수 있고 모든 수익을 자신이 가진다. 그 결과 비록 점포수익의 절대규모는 적을지라도 투자액이 상대적으로 적고 이익을 전유하기 때문에 투자수익률이 가맹사업에 비해 높을 수 있다.

나아가 모든 가맹사업이 장점을 향유할 수 있는 것은 아니다. 가맹점사업자의 성과는 가맹점사업자의 역량에 상관없이 가맹본부의 역량에 의해 큰 영향을 받는다. 브랜드 파워가 약하거나 시스템구축이 미흡하고, 최소 가맹점수를 확보하고 있지 못하거나 가맹본부의 지원과 통제가 미흡한 프랜차이즈시스템은 경쟁우위를 지니기 어렵다. 이러한 가맹본부의 가맹점사업자는 아무리 역량이 풍부하고 많은 노력을 기울인다 하더라도 만족할 만한 성과를 얻기 힘들며 궁극적으로 가맹본부와 함께 실패할 가능성이 높다.

가맹점사업자와 자영업자의 사업성과를 비교하고 있는 실증연구로 Bates (1995)는 가맹점사업자의 매출이 자영업자에 비해 약 5배 큰 것으로 보고하고 있다. 하지만 가맹점사업자의 순이익은 자영업자의 1/7에 불과한 것으로 보고하고 있다. 이는 사업성과 변수를 무엇으로 정하는가에 따라 상이한 결과가 나올 수 있음을 시사한다.

이상의 논의는 가맹점사업자가 자영업자

에 비해 사업성과가 높을 것이라는 주장과 그렇지 못할 것이라는 상반된 주장을 가능케 한다. 따라서;

- 가설1: 가맹점사업자는 자영업자에 비해 사업성과가 높다.
- 가설1alt: 가맹점사업자는 자영업자에 비해 사업성과가 높지 않다.

2. 가맹본부의 가맹점사업자 선택기준

가맹본부는 가맹사업을 희망하는 사업자 중 일정한 기준을 충족시키는 자를 가맹점사업자로 선택한다. 만약 가맹본부가 선호하는 일반적 기준이 존재한다면 이러한 기준에 있어 가맹점사업자와 자영업자는 구분될 수 있다. 가맹점사업자가 되기 위해서는 가맹사업을 수행할 수 있는 기본 기술, 학력, 경험, 개성, 재정자원을 보유하고 있고, 가맹계약에 의해 주어진 의무를 수행할 수 있어야 한다 (Jambulingam and Nevin 1999; Ramirez-Hurtado, Guerrero-Casas, and Rondan-Cataluna 2011). 이하에서는 기존 연구를 중심으로 자영업자와 가맹점사업자를 구분짓는 주요 특성을 기술하기로 한다.

2.1 재정능력

가맹본부의 입장에서 가맹점사업자의 재정능력은 전통적으로 가장 중요한 기준으로 여겨져 왔다. 재정능력은 투자규모와 자기자본비율에 비례한다. 일반적으로 가맹점사업자는 자영업자에 비해 투자규모와 자기자본비율이 높다. 투자규모가 큰 이유는 가맹

사업을 수행하기 위해서는 가맹비를 포함한 초기투자비용을 가맹본부에게 지불하여야 하기 때문이다. Bates (1995)는 미국의 신생 가맹점사업자의 총자본, 자기자본, 타인자본이 자영업자에 비해 각각 약 3배 큰 것으로 보고하고 있다.

자기자본비율은 총자본 중 가맹점사업자의 저축예금 등 개인자금이 차지하는 비율을 말하며 이 역시 재정능력의 중요한 척도다. 가맹본부는 가맹점사업자에게 자기자본을 가능한 많이 투자할 것을 원하는데 그 이유는 개인자금을 투자함으로써 가맹점사업자가 가맹본부에 스스로 구속되고 (locked-in), 계속 의존하는 관계를 형성하게 되기 때문이다. 이는 가맹점사업자가 가맹본부와 지속적으로 긴밀하고 협력적인 관계를 맺는 한편 기회주의적 행동을 자제하게 하는 중요한 유인 (incentives)이 된다. 또한 자기자본을 많이 투자하는 가맹점사업자일수록 가맹본부에 대한 탐색을 적극적으로 수행하기 때문에 자신의 투자결정에 대한 확신이 크고 가맹점사업자가 된 것에 대한 만족도도 높을 것으로 기대된다 (Jambulingam and Nevin 1999). 아울러 자기자본비율이 높을수록 가맹점사업자는 금융상환의 압박으로부터 벗어나 안정된 사업을 수행할 수 있고 금융비용의 지출이 낮아 수익성도 높을 것으로 기대된다.

- 가설 2: 가맹점사업자는 자영업자에 비해 재정능력 (투자규모와 자기자본비율)이 크다.

2.2 경험과 관리능력

경험과 관리능력에는 기존의 동종업계에서의 사업경험, 자기고용 경험, 여타 사업 소유여부 등이 포함된다 (Jambulingam and Nevin 1999). 기존 연구에 의하면 가맹본부는 가맹점을 선정함에 있어 이들 경험과 능력을 중요하게 생각한다.

2.2.1 동종업계에서의 사업경험

동종 업계에서의 사업경험이 가맹사업에 반드시 필요한가에 대해서는 상반된 주장이 제기되고 있다. Tatham et al. (1972), Edens et al. (1976), Olm et al. (1988)은 가맹본부가 반드시 이를 중요하게 고려하여야 한다고 보고 있다. 특히 Owen (1989)은 5년 이상 동종업계에서의 사업경험이 있는 가맹점사업자를 선정하여야 한다고 강조한다. Ozanne and Hunt (1971)는 동종업계에서 사전 경험이 있는 가맹점사업자가 보다 성공적인 것으로 보고하고 있다.

하지만 가맹사업의 운용측면에서 동종업계에서의 사업경험은 바람직한 요건이 아닐 수도 있다. 가맹본부는 자신의 업종이 아닌 다른 업종의 가맹점사업자를 선호하는데 그 이유는 자신의 업종에서 사업경험이 있는 가맹점사업자의 경우 편견을 지니고 있거나 나쁜 습관이 있어 가맹본부의 교육프로그램에 반발하고 다른 가맹점사업자를 오염시킬 가능성이 있다고 믿기 때문이다. Axelrad and Rudnick (1987)은 동종업계에서의 사업경험이 있는 가맹점사업자는 타성에 젖어 있을 가능성이 높고 새롭고 어려운 시업표준을 수용하기 어려운 것으로 보고 있다. 실제로 다수의 가맹본부는 충분한 교육기회

를 제공하고 있기 때문에 사업경험을 요구하고 있지 않으며, 오히려 고정관념에 젖지 않은 가맹점사업자를 선호하는 경향이 있다.

대부분의 창업자는 자기고용에 대한 의사결정에 있어 사업부문, 즉 업종 (예를 들어, 외식업, 편의점업, 서비스업 등)에 대한 의사결정을 먼저 한다 (Bradach and Kaufmann 1988; Kaufmann and Stanworth 1995; Guilloux et al. 2004). 하지만 가맹사업을 하기로 결정한 창업자에게 있어 사업경험은 그다지 중요하지 않을 수 있다. 왜냐하면 가맹점이라는 조직형태를 선택한 창업자의 경우에는 비록 자신이 특정사업부문에 대한 경험이 없더라도 가맹본부로부터 사업적 편익 (교육 및 지원 등)을 제공받을 수 있기 때문이다. 실제로 가맹점을 선택한 사업자의 70%는 자신이 전문성을 가지고 있지 않은 사업부문을 선택하고 있다(Kaufmann 1999). 따라서;

- 가설 3: 가맹점사업자는 자영업자보다 동종업계 사업경험을 지녔을 가능성이 높다.
- 가설 3alt: 가맹점사업자는 자영업자보다 동종업계 사업경험을 지녔을 가능성이 낮다.

2.2.2 자기고용 경험

Kaufmann and Stanworth (1995)는 자기고용 경험이 있는 사업자일수록 가맹점을 운영하고자 하는 것으로 보고하고 있다. 자기고용 경험이 있을수록 독립심이 강하고 사업성공을 위해 가맹본부와의 협력의 중요성을 잘 인식하고 있기 때문이다. 또한 자기고용 경험이 있는 사업자일수록 점포관리

에서 경험을 통해 관리능력이 우수하다고 할 수 있다. Bates (1995)에 의하면 가맹점 사업자의 39.3%가 관리경험이 있는 반면에 자영업자는 30.1%가 관리경험이 있는 것으로 보고하고 있다.

하지만 자기고용 경험이 있는 자는 가맹점사업보다는 자영업을 선택할 가능성이 높다는 주장도 가능하다. 사업경험이 풍부한 자는 자신이 독자적으로 사업을 수행할 수 있는 역량을 지니고 있다고 판단하며 그 결과에 대해 자신감을 가지고 있다. 특히 자영업을 성공적으로 수행한 경험이 있는 사업자는 가맹사업이 자영업보다 우수한 성과를 가져다 준다고 믿지 않을 가능성이 높다. 과거 사업경험이 있는 사업자는 사업경험이 없는 사업자에 비해 상대적으로 높은 비교수준 (comparison level)을 지니고 있기 때문에 가맹사업이 주는 편익에 대해 그다지 긍정적이지 않은 태도를 보일 가능성이 높다 (Peterson and Dant 1990). 심지어 가맹사업기간이 오래된 가맹점사업자는 자신이 파위를 지니고 있고 가맹본부의 도움 없이 독자적으로 사업을 수행할 수 있다고 믿는다.

- 가설 4: 가맹점사업자는 자영업자보다 자기고용 경험을 지녔을 가능성이 높다.
- 가설 4alt: 가맹점사업자는 자영업자보다 자기고용 경험을 지녔을 가능성이 낮다.

2.3 인구통계적 특성

가맹본부는 연령, 성별, 학력, 결혼여부 등의 인구통계적 특성에 있어 일정한 요건을 갖춘 가맹점사업자를 선호하기도 한다.

이하에서는 가맹점사업자의 주요 인구통계 특성을 살펴보기로 한다.

2.3.1 연령

가맹본부는 일반적으로 나이가 많은 사람보다는 젊은 사람을 선호한다 (Jambulingam and Nevin 1999). 예를 들어 패스트푸드점의 경우 장시간 육체적 수고가 많이 요구되기 때문에 나이가 든 사람이 점포를 운영하기 어렵다. 또한 나이가 들수록 더 많은 수입을 기대하기 때문에 가맹본부에 대해 요구하는 것이 많고 불만족하며 기회주의적으로 행동하기 쉽다.

Bates (1995)는 가맹점사업자가 자영업자에 비해 연령이 낮은 것으로 보고하고 있다. 가맹점사업자는 38.9세, 자영업자는 40.6세로 그 차이는 통계적으로 유의한 것으로 나타나고 있다. Stanworth (1991)은 업종에 따라 가맹점사업자와 자영업자의 연령별 차이가 존재하는 것으로 보고하고 있다. 조사 대상 4개 업종 중 비용이 많이 소요되는 업종의 경우 20대가 차지하는 비중은 17%에 불과하였으나 비용이 적게 소요되는 업종의 경우 20대 비중은 45%나 되었다. 또한 40대가 가장 많은 비중을 차지하는 업종의 경우 과거 자기고용 경험을 가진 가맹점사업자가 53%에 이르는 것으로 나타났다. 이는 연령에 따라 자본력과 사업경험에 있어 차이가 있음을 시사한다.

- 가설 5: 가맹점사업자는 자영업자보다 연령이 낮다.

2.3.2 성별

최근 들어 성별이 가맹점성공에 미치는

영향에 대한 관심이 증가하고 있다. 종전에는 남성이 여성보다 가맹사업을 수행하는 경우가 많았지만 점차 여성의 비율이 증가하고 있다.

사회통념상 여성의 경우 남성보다 관계를 더 중요시하며 가맹본부가 원하는 것이 무엇인지를 더 잘 이해하는 것으로 알려져 있다. 따라서 가맹본부의 입장에서는 남성보다는 여성을 더 선호한다고 추정할 수 있다. 하지만 가맹점사업자와 자영업자 간에 성비에 있어 차이가 실제로 존재하고 있고 그 이유가 무엇인지를 만족스럽게 설명하고 있는 연구는 아직 제시되어 있지 않다. Bates (1995)는 가맹점사업자와 자영업자 간에 성비에 있어 유의적인 차이가 없는 것으로 보고하고 있다. 따라서;

- 가설 6: 가맹점사업자와 자영업자의 성비에서의 차이는 없다.

2.3.3 결혼 여부

Olm et al. (1988)은 결혼 여부가 가맹점사업자를 선정하는 중요한 기준인 것으로 보고 있다. 기혼인 경우 자신의 과업에 보다 충실한 경향이 있으며 가족이 가맹사업을 보조할 수 있다는 장점이 있다. 소규모 사업을 성공적으로 운영함에 있어 배우자의 지원은 매우 중요하다. 배우자는 가맹점사업자를 직접 지원하거나 간접적으로 지원한다. 90%에 가까운 가맹점사업자는 기혼이며 70%는 정도의 차이는 있지만 일상영업에 참여하고 있다. 별도의 매장이 필요 없는 업종의 경우에는 그 비율이 더 높은 것으로 나타나고 있다.

자영업의 경우에는 사업이 확장됨에 따

라 주부가 배제되는 확률이 높아지는 반면 가맹사업의 경우에는 그러하지 않은 것으로 나타나고 있다. 미국의 경우, 대체로 1/3의 배우자가 가맹사업 이외의 직업을 가지고 있으나 이들 중 절반은 가맹사업에도 참여하는 것으로 나타났다 (Stanworth 1991). 따라서 가맹점사업자의 경우 자영업자에 비해 가족이 사업에 참여할 가능성이 높다는 기대가 가능하다.

- 가설 7: 가맹점사업자는 자영업자보다 가족이 사업에 참여할 가능성이 높다.

2.3.4 교육수준

가맹본부의 경우 가맹점사업자의 교육수준에 대해 특별한 요구를 하지 않는 것이 일반적이다. Tatham et al (1972)와 Olm et al. (1988)은 교육수준이 선정기준에서 중요하지 않음을 보여주고 있다. 실제로 Bates (1995)는 가맹점사업자의 26.7%가 대졸 이상이지만 자영업자는 36.2%인 것으로 보고하고 있어 고등교육을 받은 가맹점사업자의 비율이 자영업자보다 낮은 것으로 보고하고 있다.

그러나 Wattel (1968-69)은 교육수준이 중요한 것으로 보고 있다. 그 이유는 교육수준이 높을수록 가맹사업에 대한 이해가 빠르고 가맹사업을 수행하는데 따른 비용/수익 분석을 보다 수월하게 할 수 있고 그 결과 가맹점 성과에 긍정적인 영향을 미칠 가능성이 높기 때문이다. 또한 교육수준이 높을수록 가맹본부와의 협조가 중요하다는 것을 잘 이해하고 있어 동반자적 관계의 형성도 가능하다. 학력은 특히 저비용 가맹사업보다는 고비용 가맹사업에 더 중요할 수

있다. 고비용 가맹사업의 경우 35%가 전문 자격을 지니고 있는 반면 저비용 가맹사업의 경우 7%만이 이를 지니고 있는 것으로 보고되고 있다 (Stanworth 1991).

- 가설 8: 가맹점사업자는 자영업자보다 교육수준이 낮다.
- 가설 8alt: 가맹점사업자는 자영업자보다 교육수준이 높다.

2.4 정보탐색 노력

일반적으로 많은 창업자가 창업에 앞서 치밀한 계획을 세우거나 풍부한 조언을 구하지 않고 성급하게 사업에 뛰어드는 것으로 알려져 있다. 이는 자영업이나 가맹점사업의 경우에도 자주 지적되는 문제점의 하나이다. 예를 들어 가맹점사업자 다섯 명 중 한 명만이 둘 이상의 가맹사업을 검토하는 것으로 보고되고 있다 (Stanworth 1991).

본 연구는 자영업자에 비해 가맹점사업자의 정보탐색 노력이 클 것으로 보고 있다. 그 이유는 다음과 같다. 첫째, 자영업에 비해 가맹사업에 요구되는 투자규모가 크다. 투자규모가 클수록 정보탐색 노력은 증가한다. 기존 연구는 가맹사업에 요구되는 투자규모가 클수록 둘 이상의 가맹사업에 대한 사전조사를 실시하는 것으로 나타나고 있다 (Stanworth 1991). 둘째, 자영업에 비해 가맹사업의 경우 보다 유용하고 신뢰할 수 있는 정보의 입수가 가능하다. 가맹사업을 희망하는 자는 공정거래위원회에 등록된 정보공개서를 언제든지 열람할 수 있으며 이를 통해 전체 가맹점의 월평균매출 등 가맹사업에 대해 신뢰할 수 있는 풍부한 정보를

쉽게 구할 수 있다. 또한 가맹희망자는 현재 사업 중인 가맹점사업자와의 접촉을 통해 가맹점운영에 관한 실질적인 정보를 얻을 수 있다. 95%의 가맹희망자는 가장 믿을만한 조언자를 현재의 가맹점사업자로 인식하고 있다 (Stanworth 1991). 또한 기존 가맹점을 인수하는 경우 매출이나 수익성과 관련된 자료를 가맹본부나 기존 가맹점사업자로부터 쉽게 얻을 수 있다. 셋째, 가맹사업자는 자영업자에 비해 전문가의 조언을 얻기 쉽다. 비록 정보에 대한 신뢰도는 낮은 것으로 인식되고 있지만 가맹희망자는 가맹사업에 특화된 컨설턴트나 가맹거래사 등 전문가의 조언을 얻을 수 있다. 실제로 70~90%의 가맹점사업자는 제3자로부터 전문적인 조언을 구하는 것으로 나타나고 있다 (Stanworth 1991). 특히 고비용 가맹사업의 경우, 더 많은 비율의 가맹점사업자가 이러한 조언을 구하는 경향이 있다.

- 가설 9: 가맹점사업자가 자영업자에 비해 정보탐색노력이 크다.

2.5 심리적 특성

2.5.1 사업에 대한 몰입

일반적으로 가맹본부는 가맹점사업자가 사업에 몰입할 것을 요구한다. 사업에 대한 몰입은 가맹본부와의 협력관계를 형성하는데 긍정적인 영향을 미칠 뿐만 아니라 가맹사업에 대한 만족이나 성과와 긍정적인 관련을 맺는다.

Axelrad and Rudnick (1987)은 가맹점사업자가 가맹사업 이외의 다른 사업을 현재 소유하고 있는가에 따라 가맹사업에의 몰입

정도가 달라진다고 보고 있다. 일부 가맹본부는 가맹점사업자가 자신과의 가맹사업 이외의 다른 사업을 소유하고 있는 것을 원하지 않는다. 왜냐하면 다른 사업이나 점포를 소유하고 있는 경우 가맹사업에 몰두할 수 없다고 판단하기 때문이다.

실제로 McDonald's와 같은 가맹본부는 가맹점사업자가 직접 점포를 운영할 것을 요구하고 있기도 하다. Jambulingam and Nevin (1999)은 가맹점사업자가 현재 다른 사업을 소유하고 있을수록 가맹본부와의 협력수준은 낮고, 가맹사업을 수행하기로 한 의사결정에 만족하지 않으며, 가맹본부에 대한 기회주의적 행위를 보일 가능성이 높은 것으로 보고 있다. Axelrad and Rudnick (1987)은 가맹점사업자가 관리자를 고용하여 점포를 운영하는 경우 기대 이하의 성과를 얻는 것으로 보고 있다. Tatham et al. (1972)은 점포의 직접운영이 가맹점사업자를 선정할 때 재정능력 다음으로 중요한 선정기준인 것으로 보고 있다.

하지만 이에 대한 반론도 있다. 가맹사업은 하나의 투자기회일 뿐이며 가맹점사업자의 입장에서는 투자수익률만 높다면 여러 사업과 점포에 투자하는 것이 위험을 분산시키면서 수익을 극대화한다는 점에서 합리적일 수 있다. 또한 최근에 와서는 가맹점사업자가 다수의 점포를 운영하는 추세로 가고 있다. Franchise Times의 1995년 보도에 의하면 하나의 가맹점사업자가 평균 2.4개에서 5개의 점포를 운영하고 있다. 다점포사업자의 경우, 필연적으로 점포관리자를 고용할 수밖에 없으며 따라서 과연 점포를 직접 운영하는 것이 가맹점사업자가 되기 위한 바람직한 조건인가에 대한 의문이 남게 된다.

다점포사업자는 자신의 성공적인 점포운영 경험을 다른 점포에 활용할 수 있으며 가맹본부의 입장에서 성공적인 가맹점사업자가 여러 점포를 운영하는 것이 바람직하다고 판단할 수 있다. 실제로 다점포사업자일수록 가맹본부와의 의사소통을 적극 모색하고 협조적일 수 있다(Jambulingam and Nevin 1999).

- 가설 10: 가맹점사업자가 자영업자에 비해 사업에 대한 몰입수준이 높다.
- 가설 10alt: 가맹점사업자가 자영업자에 비해 사업에 대한 몰입수준이 낮다.

2.5.2 기업가적 성향

기업가 정신 혹은 기업가적 성향은 '사업수행에 따른 위험을 경영자 스스로 부담하며 독립적으로 사업을 운영하고자 하는 의식' 내지는 경영자가 현재 획득가능한 자원과 관계없이 기회를 활용하고자 하는 노력으로 정의된다 (Amit 1993; Stevenson and Jarillo-Mossi 1990). 이는 혁신성(innovativeness), 위험감수성(risk taking), 진취성(proactiveness) 등의 차원을 지닌다 (김재근, 임영균, 김정식 2011).

일반적으로 가맹본부는 사업에 대한 열정이 크고, 도전적이며, 지역시장에서의 리더십을 지닌 가맹점사업자를 선호한다. Axelrad and Rudnick (1987)은 개인발전에 대한 욕망이 큰 가맹점사업일수록 성공가능성이 높은 것으로 보고 있다. Olm et al. (1988)은 가맹본부가 동기부여된 가맹점사업자를 원하고 있음을 보여주고 있다. 도전의식이 강한 가맹점사업자일수록 자신의 사업을 발전시키기 위해 무엇을 개선하여야 할 것인지

에 대한 관심과 열의가 높다. 이들은 가맹본부와의 관계를 협조적으로 유지하고자 하며 가맹사업에 참여하기로 한 자신의 의사결정에 만족하며 기회주의적으로 행동하지 않는다. 또한 가맹본부는 혁신적인 가맹점사업자를 선호한다. Weinrauch (1986)와 Axelrad and Rudnick (1987)은 혁신성이 가맹사업에 매우 중요한 것으로 보고 있다. 이들은 혁신적인 가맹점사업자가 프랜차이즈시스템에 도움을 주는 새로운 아이디어와 제품 컨셉을 제공하는 것으로 보고 있다. Stanworth (1991)는 혁신성이 강할수록 프랜차이즈시스템에 대한 적응이 빠르고 자신이 지닌 자원을 어떻게 효율적으로 관리할 것인지에 대한 판단을 올바르게 할 수 있으며 가맹본부와 가맹점 간 파트너십의 중요성을 더 잘 이해하고 있을 수 있다. Strutton et al. (1995)은 가맹점사업자의 혁신성을 고무하는 가맹본부일수록 가맹본부-가맹점간 결속을 중요하게 생각하고 있음을 밝히고 있다.

하지만 개인발전에 대한 욕망이나 혁신성은 프랜차이즈시스템의 성과에 부정적 영향을 미칠 수도 있다. 개인적으로 성공하고자 하는 욕망은 프랜차이즈 시스템과 같이 집단의 성공이 중요한 사업유형에는 좋지 않을 수 있기 때문이다. 이들은 개인적 이익을 추구하기 때문에 가맹본부에 비협조적일 수 있으며 가맹점사업자가 되기로 한 자신의 의사결정에 만족하지 않으며 보다 기회주의적으로 행동할 수도 있다 (Stanworth 1991). 따라서 가맹본부는 가맹점사업자가 지나치게 도전적이거나 리더십을 발휘하는 것을 원하지 않을 수 있다. 가맹사업에 있어 가맹점사업자의 혁신성이 중요한지에 대해서도 논란이 있다. Olm et al. (1988)은

가맹사업이 엄격한 규칙과 규범을 가지고 있기 때문에 대부분의 가맹본부가 기업가 정신으로 대변되는 혁신성과 창의성에 큰 비중을 두지 않는 것으로 보고 있다. 이들은 대다수 가맹본부가 가맹점사업자를 ‘혁신적인 기업가’ (innovative entrepreneur)이길 원한다기 보다는 ‘근면성실한 자’ (hard-working industrious individual)이길 원하고 있음을 밝히고 있다. 따라서;

- 가설 11: 가맹점사업자가 자영업자에 비해 기업가적 성향이 높다.
- 가설 11alt: 가맹점사업자가 자영업자에 비해 기업가적 성향이 낮다.

III. 연구방법

1. 표본 및 자료의 수집

본 연구는 중소기업청과 소상공인진흥원이 실시한 전국소상공인 실태조사 자료를 분석에 활용하였다. 동 자료는 제조업, 소매업, 숙박 및 음식점업, 교육서비스업 등 표준산업 대분류 13개 업종에 걸쳐 활동 중인 10,069개 소상공인 사업체를 대상으로 구조화된 설문서에 의한 방문면접조사에 의해 수집되었으며, 조사기간은 2010년 5월 17일부터 6월 25일까지 약 6주간이다.

조사대상자는 자신이 점포를 직접 운영하는 사업자에 한하였다. 사업체 형태가 본사나 지사, 직영점 등인 경우에는 분석에서 제외하였으며 가맹점과 자영점 (독립점)만을 비교대상으로 한정하였다. 또한 가맹점

사업자의 업종분포를 파악한 후 제조업 등 가맹사업이 활성화되지 않은 업종과 여타 업종 중 가맹점사업자의 빈도가 5 미만인 업종은 분석에서 제외하였다. 그 결과, 소매업, 운수업, 숙박 및 음식점업, 부동산 및 임대업, 기술서비스업, 교육서비스업, 오락, 문화 및 운동관련서비스업, 수리 및 개인서비스업만을 표본업종으로 선정하였다.

일부 불성실하게 응답한 것으로 판단되는 표본은 분석에서 제외하였다. 매출과 초기투자자가 0라고 응답한 표본은 제외하였으며, 매출순이익율이 100% 이상인 것으로 응답한 표본은 매출보다 순이익이 클 수 없기 때문에 불성실한 응답으로 간주하여 분석에서 제외하였다. 또한 매출순이익율 (순이익/매출)이 -100% 이하인 응답자나, 투자수익율(순이익/초기투자)가 -100% 이하이거나 500%이상 등 극단값을 가지는 경우에도 상식에서 크게 벗어나기 때문에 분석에서 제외하였다. 한가지 특징적인 것은 이들 극단값을 가지는 응답자는 예외 없이 모두 가맹점사업자가 아닌 자영업자인 것으로 나타났다. 이상의 기준을 적용하였을 때 최종 분석에 활용된 표본은 모두 6,114명이며, 업종별로는 소매업 1,249명, 음식점 및 주점업 1,139명, 교육서비스업 771명의 순으로 많은 것으로 나타났다.

2. 주요 변수

본 연구는 가맹점사업자와 자영업자를 비교분석하기 위해 (1) 사업성과 변수, (2) 사업상 애로사항, (3)재정능력 변수, (4) 경험 및 관리능력 변수, (5) 인구통계 변수, (6) 정보탐색 변수, 그리고 (7) 심리적 변수의

일곱 개 변수를 활용하였다.

사업성과 변수로는 월평균 매출액, 월평균 순이익 이외에 투자수익율과 매출순이익율, 전년대비 매출증가 여부, 전년대비 순이익증가 여부, 영업현황에 대한 인식 등이 활용되었다. 사업성과 측정에서는 사업상 애로사항에 대한 질문을 병행하였는 바, 이는 가맹점사업자와 자영업자가 자신이 기대한 사업성과를 올리지 못하는 이유를 어떻게 해석하는가를 파악할 수 있기 때문이다. 사업상 애로사항의 측정은 판로, 자금, 가격 경쟁력, 품질경쟁력, 점포위치, 상품 및 고객관리, 종업원 관리, 시장정보, 경쟁업체의 불공정거래행위(과다경품제공, 과장광고 등), 시설, 임대료, 원부자재 수급 등의 항목 중 응답자가 가장 어렵게 생각하는 항목을 우선순위에 의해 2순위까지 선택하도록 하였다.

재정능력 변수로는 창업비용 (초기투자비용), 자기자본비용, 점포소유형태 (본인소유, 월세, 전세, 보증부 월세, 기타)를 활용하였으며, 경험 및 관리능력은 사업기간, 동종사업경험, 타업종에서의 사업경험여부, 사업실패경험에 의해 측정하였다. 인구통계 변수로는 성별, 연령을 측정하였으며 결혼여부를 대신해 가족종사자 수를, 교육수준을 대신하여 과거 직종의 블루칼라와 화이트칼라 여부를 활용하였다.

정보탐색 변수로는 창업준비기간 (사업구상에서 개점시까지 소요기간), 창업시 정보추구 노력을 활용하였다. 심리 변수 중 '사업에 대한 몰입'은 현재의 사업을 계속하고자 하는 의지, 점포확장 의지 등을 통해 측정하였다. 기업가적 성향은 대리척도로 창업동기를 측정하였다. 응답자는 '창업을 통

한 성공가능성', '생계유지', '가업승계', '기타'의 네 개 항목 중 가장 중요한 동기 하나를 선택하도록 요구되었으며, 창업동기로 창업을 통한 성공가능성을 선택한 응답자의 경우 기업가적 성향이 강한 반면 생계유지나 가업승계를 선택한 응답자는 기업가적 성향이 약한 것으로 가정하였다.

IV. 분석결과 및 토의

1. 가설의 검증

1.1 사업성과

본 연구는 가맹점사업자와 자영업자간의 사업성과 비교를 위해 월평균 매출, 순이익, 투자수익율과 매출순이익율을 분석하였다. 분석 결과, 가맹점사업자와 자영업자간에는 이들 변수에 있어 유의적인 차이가 있는 것으로 나타나고 있다. 하지만 가맹점사업자가 자영업자에 비해 사업성과가 높다는 <가설 1>이나 낮다는 <가설 1alt>에 대한 확고한 증거는 나타나고 있지 않다.

<표 1>을 보면, 가맹점사업자의 월평균 매출은 1,477만원으로 자영업자의 월평균 매출 643만원에 비해 두 배 이상 많으며, 월평균 순이익도 195만원으로 자영업자의 118만원에 비해 월등히 높은 것으로 나타났다. 이들 변수의 로그값을 취하였을 때도 결과는 동일한 것으로 나타나고 있다. 한편, 가맹점사업자의 투자수익률은 37.8%로 자영업자의 44.3%보다 낮으며, 매출순이익율 역시 19.1%로 자영업자의 23.7%보다 낮은 것

〈표 1〉 가맹점사업자와 자영업자간의 성과 비교(독립표본 t-검증)

성과 변수	구분	표본수	평균	표준편차	t-값 *	유의확률
월평균 매출 (만원)	가맹점	424	1,477.2	1,950.7	8.601	0.000
	자영업	5,690	643.6	1,539.7		
월평균 순이익 (만원)	가맹점	424	195.3	187.6	8.258	0.000
	자영업	5,690	118.5	142.6		
로그 월평균 매출	가맹점	424	6.8	0.9	18.400	0.000
	자영업	5,690	6.0	0.9		
로그 월평균 순이익	가맹점	339	5.3	0.7	11.301	0.000
	자영업	4,065	4.9	0.7		
투자수익률 (연간 순이익/창업비용)	가맹점	424	37.8	47.9	-2.609	0.009
	자영업	5,690	44.3	67.0		
매출순이익율 (월평균 순이익/월평균 매출)	가맹점	424	19.1	17.5	-5.054	0.000
	자영업	5,690	23.7	23.6		

* Levene의 등분산 가정에 대한 검증결과를 반영한 값임.

으로 나타나고 있다. 가맹점사업자의 경우 창업비용과 월평균 매출이 자영업자에 비해 상대적으로 크다는 점을 고려한다면 투자수익율과 매출순이익율이 낮다는 것은 월평균 순이익이 상대적으로 작다는 것을 의미하며 이는 가맹점사업자의 수익구조에 문제가 있음을 암시한다.

다만 전년 대비 수익성의 성장여부를 묻는 항목에 있어 ‘증가했다’고 응답한 가맹점사업자의 비율이 11.3%인데 비해 자영업자는 5.0%이고, ‘거의 변동없다’고 응답한 가맹점사업자의 비율이 28.8%인데 비해 자영업자는 19.9%, ‘감소했다’고 응답한 가맹점사업자의 비율이 59.9%인데 비해 자영업자는 75.1%라는 점에서 가맹점사업자의 수익성이 자영업자에 비해 향상된 것으로 파악되고 있다 (카이자승=56.963, p=.000). 또한 자신의 영업상황이 쇠퇴기 또는 폐업 및 업종전환기에 있다고 인식하고 있는 자영업자

의 비율은 전체 자영업자의 50.2%인데 비해 가맹점사업자는 27.8%에 불과하고, 성장기나 안정기에 있다고 응답하고 있는 자영업자의 비율은 43.1%인데 비해 가맹점사업자의 비율은 63.9%인 것으로 나타나고 있다. 이는 가맹점사업자가 자영업자에 비해 보다 긍정적으로 자신의 영업상황을 평가하고 있음을 보여준다.

1.2 사업상 애로사항

사업상 애로사항 12개 항목 중 가맹점사업자와 자영업자의 가장 큰 애로사항은 판로이며, 다음이 상품 및 고객관리의 어려움, 자금부족, 높은 임대료인 것으로 나타났다. 가맹점사업자와 자영업자의 애로사항에서의 순위는 다소 차이가 있는 것으로 나타나고 있다. 예로서 자영업자의 1순위 애로사항을 보면, 무엇보다 판로확보가 가장 어렵고, 그

〈표 2〉 가맹점사업자와 자영업자의 애로사항 비교 (환산점수*)

애로사항	구분	N	평균	표준편차	t-값 **	유의확률 (양쪽)
판로	자영업점	5690	0.593	0.858	2.302	0.022
	가맹점	424	0.498	0.816		
자금	자영업점	5690	0.314	0.675	-1.187	0.236
	가맹점	424	0.356	0.700		
가격	자영업점	5690	0.077	0.349	-2.388	0.017
	가맹점	424	0.127	0.427		
품질	자영업점	5690	0.044	0.259	0.636	0.525
	가맹점	424	0.035	0.220		
위치	자영업점	5690	0.247	0.596	2.512	0.012
	가맹점	424	0.179	0.529		
상품 및 고객	자영업점	5690	0.429	0.723	2.601	0.010
	가맹점	424	0.342	0.658		
종업원	자영업점	5690	0.103	0.400	-5.108	0.000
	가맹점	424	0.250	0.582		
정보	자영업점	5690	0.121	0.414	0.711	0.477
	가맹점	424	0.106	0.407		
불공정	자영업점	5690	0.149	0.479	0.487	0.626
	가맹점	424	0.137	0.461		
시설	자영업점	5690	0.147	0.451	5.720	0.000
	가맹점	424	0.057	0.302		
임대료	자영업점	5690	0.322	0.647	-4.771	0.000
	가맹점	424	0.505	0.769		
원자재	자영업점	5690	0.046	0.262	-0.431	0.667
	가맹점	424	0.052	0.287		

* 환산점수는 1순위의 경우 2점, 2순위의 경우 1점, 선택이 안된 경우 0점을 부여함.

** Levene의 등분산 가정에 대한 검증결과를 반영한 값임.

다음으로 상품 및 고객관리, 자금부족, 높은 임대료 순으로 어려운 것으로 인식하고 있으나, 가맹점사업자는 판로 다음으로 높은 임대료, 자금부족, 상품 및 고객관리의 어려움을 들고 있다.

〈표 2〉는 애로사항에 대해 환산점수를 부여한 뒤 두 집단 간 t-검증을 실시한 결과를 보여주고 있다. 여기서 보면, 애로사항

에 있어 가장 큰 차이를 보이는 항목은 임대료이며, 그 다음이 종업원관리, 판로, 시설, 상품 및 고객관리 문제인 것으로 나타나고 있다. 가맹점사업자는 자영업자에 비해 비싼 임대료와 종업원 관리의 어려움을 큰 애로사항으로 인식하고 있는 반면에, 자영업자는 가맹점사업자에 비해 판로, 시설, 상품 및 고객관리의 어려움을 상대적으로

더 중요한 애로사항으로 인식하는 것으로 나타났다. 이를 앞서의 재무성과와 연계시켜 분석하면, 자영업자는 가맹점사업자에 비해 매출이 매우 작기 때문에 매출 확대를 상대적으로 중시하고 가맹점사업자는 자영업자에 비해 수익성을 중시하고 있음을 알 수 있다.

1.3 재정능력

<표 3>을 보면, 가맹점사업자의 평균 창업비용 (초기투자비용)은 9,908만원으로 자영업자의 평균 창업비용 6,403만원보다 3천5백만원 이상 더 많은 것으로 나타났다. 하지만 자기자본비율은 가맹점사업자 68.2%, 자영업자 74.2%로 자영업자가 더 높은 것으로 나타났다. 따라서 가맹점사업자가 자

영업자에 비해 재정능력 (투자규모와 자기자본비율)이 클 것이라는 <가설 2>는 기각된다. 이는 가맹점사업자의 경우 자영업자와 달리 가맹비, 교육비, 점포 인테리어비용 등 초기투자가 많이 소요되고 있고, 초기투자의 상당부분을 외부자금으로 충당하고 있음을 시사하고 있다.

한편, 가맹점사업자와 자영업자의 점포소유형태를 비교하면 자영업자의 점포소유비율 19.5%에 비해 가맹점사업자의 점포소유비율은 9.4%에 불과한 것으로 나타나고 있으며, 전세 비율도 자영업자 (8.0%)가 가맹점사업자 (5.4%)에 비해 더 높은 것으로 나타나고 있다. 반면 월세비율은 자영업자 31.5%, 가맹점사업자 36.8%, 보증부 월세 비율은 자영업자 40.0%, 가맹점사업자 46.7%로 나타났다. 이는 자영업자에 비해 가맹점사

<표 3> 가맹점사업자와 자영업자간의 특성 비교 (독립표본 t-검증)

변수	구분	표본수	평균	표준편차	t-값 *	유의확률 (양쪽)
연령	가맹점	424	44.7	9.0	-9.285	0.000
	자영업	5,690	48.9	10.5		
가족 종사수 (본인제외)	가맹점	424	0.6	0.6	4.485	0.000
	자영업	5,690	0.4	0.6		
사업기간(년)	가맹점	424	5.5	4.5	-12.211	0.000
	자영업	5,690	8.5	7.7		
창업비용 (만원)	가맹점	422	9,908.8	10,600.8	6.516	0.000
	자영업	5,672	6,403.1	10,667.8		
로그 창업비용	가맹점	422	8.9	0.8	16.089	0.000
	자영업	5,672	8.2	1.1		
자기자본비율 (%)	가맹점	424	68.2	29.1	-4.050	0.000
	자영업	5,688	74.2	29.7		
종사자수 (본인제외)	가맹점	424	1.6	1.7	9.487	0.000
	자영업	5,690	0.8	1.2		

* Levene의 등분산 가정에 대한 검증결과를 반영한 값임.

업자의 임차비 부담이 크다는 것을 시사한다. 사업자 본인을 제외한 평균 종사자 수는 가맹점사업자가 1.6명으로 자영업자의 0.8명과 비교할 때 점포 당 약 1명의 종업원을 더 고용하고 있음을 보여주고 있다. 이는 자영업과 달리 가맹점사업자의 경우 인건비 부담이 크고 이로 인해 수익성이 낮다는 앞서의 사업성과 분석결과를 뒷받침한다.

1.4 경험과 관리능력

현재 운영 중인 점포의 평균 사업기간은 가맹점사업자가 5.5년으로 자영업자의 8.5년에 비해 3년 정도 짧은 것으로 나타났다. 현재의 사업 이전의 사업경험 역시, 자영업자 중 동종업종에서의 개인사업 경험을 가지고 있는 자영업자가 전체 자영업자의 24.6%로 가맹점사업자의 18.6%에 비해 상대적으로 많은 것으로 나타났다. 이는 사업기간이나 동종업종에서의 경험만을 놓고 보았을 때, 자영업자가 가맹점사업자에 비해 해당사업에서의 경험과 관리능력이 많다는 증거가 된다. 하지만 이종업종에서의 개인사업 경험은 가맹점사업자가 전체 가맹점사업자의 15.8%로 자영업자의 12.0% 보다 상대적으로 높은 것으로 나타났다. 또한 과거 직장에 근무한 사업자는 자영업자의 경우 35.2%인데 비해 가맹점사업자는 47.3%로 나타나 자영업자에 비해 상대적으로 가맹점사업자의 과거 직장인 비율이 높은 것으로 나타나고 있다.

전업주부의 비율은 자영업자가 17.5%, 가맹점사업자가 14.1%로 나타났으며 현재의 직업이 최초의 직업이라고 응답한 비율은

자영업자가 8.2%, 가맹점사업자가 3.5%로 자영업자가 월등히 높은 것으로 나타났다. 이는 자기고용의 수단으로 가맹사업보다는 자영업을 선택하는 자가 상대적으로 많다는 것을 시사한다.

현재의 사업 이전에 다른 사업을 운영한 경험이 있는 자영업자는 전체 자영업자의 38.8%인데 비해 가맹점사업자의 비율은 40.3%인 것으로 나타났다. 하지만 동 비율은 통계적으로 유의적인 차이가 없는 것으로 나타났다 (카이자승=.414, $p=.520$). 또한 사업을 운영해본 사업자 중 실패한 경험이 있는 자영업자의 비율은 전체 자영업자의 30.3%, 가맹점사업자의 비율 26.3%로 자영업자가 다소 높으나, 역시 통계적으로 유의적인 차이는 없는 것으로 나타났다 (카이자승=1.196, $p=.274$).

요약컨대, 자영업자가 가맹점사업자에 비해 현재의 사업기간이 길고, 동종업종에서의 사업경험을 가진 자의 비율이 상대적으로 많으며, 과거 사업실패 경험에 있어서도 가맹점사업자와 유의적인 차이가 없으므로, 가맹점사업자가 자영업자에 비해 사업경험이나 관리능력이 많을 것이라는 <가설 3>과 <가설 4>는 지지되기 어렵다. 다만 자영업자의 경우 최초의 사업을 고수하고자 하는 성향이 가맹점사업자에 비해 높는데 비해, 가맹점사업자의 경우 다양한 사업경험을 지니고 있으며, 따라서 자기고용에서의 조직형태 결정, 즉 가맹사업을 할 것인가 자영업을 할 것인가에 대한 결정에 있어 가맹사업을 선택하는 사업자의 경우 동종업종에서의 사업경험을 중요하게 고려하지 않는다는 기존 연구에서의 결과를 뒷받침하고 있다.

1.5 인구통계적 특성

가맹점사업자의 평균 연령은 44.7세로 자영업자의 평균 48.9세보다 다소 낮으며 그 차이는 유의적인 것으로 나타났다. 연령대 별 분포를 보면 50대 이상이 자영업자는 전체 자영업자의 47.0%, 가맹점사업자는 전체 가맹점사업자의 26.4%인데 반해, 40대 이하의 자영업자 비율이 52.8%, 가맹점사업자의 비율이 73.4%로 나타났다. 이는 가맹점사업자가 자영업자보다 연령이 낮을 것이라는 <가설 5>를 지지하고 있으며, 30~40대의 경우 자기고용의 수단으로 가맹사업을 선호하고 가맹본부가 일반적으로 젊은 연령층을 선호한다는 기존 연구에서의 주장을 뒷받침하고 있다.

가맹점사업자의 성별은 남성이 51.2%, 여성이 48.8%인데 비해 자영업자는 남성이 46.9%, 여성이 53.0%로 가맹점사업자가 자영업자에 비해 남성의 비율이 상대적으로 높은 것으로 나타났다. 하지만 동 비율에서의 차이는 유의수준 0.05에서 통계적으로 유의하지 않은 것으로 나타났다 (카이자승 = 2.914, $p = .096$). 따라서 가맹점사업자와 자영업자 간 성비의 차이가 없을 것이라는 <가설 6>은 채택되었다. 자영업자의 경우, 여성비율이 가맹점사업자에 비해 상대적으로 높게 나타난 이유 중의 하나는 앞서 전업주부 중 자영업자의 비율이 가맹점사업자 비율에 비해 상대적으로 높기 때문이라고 할 수 있다. 최근 들어 가맹점사업자의 경우 여성의 비율이 증가하는 추세에 있다는 보고가 있기는 하지만 아직은 남성의 비율이 더 높다고 할 수 있다.

사업자 본인을 제외한 가족종사자 수는

가맹점사업자의 경우 0.6명, 자영업자의 경우 0.4명으로 나타났으며 그 차이는 유의적인 것으로 나타났다 (<가설 7> 채택). 이는 가맹점사업자의 경우 배우자나 자녀 등 가족이 참여하는 비율이 높다는 것을 의미하며, 가족의 노동력을 활용하고 가맹사업에 몰입하도록 하기 위해 가맹본부가 미혼자보다는 기혼자를 선호한다는 주장을 뒷받침하고 있다.

본 연구는 교육수준을 직접 측정하고 있지는 않으나 과거 직종의 블루컬러와 화이트컬러 여부를 측정하였다. 가맹점사업자는 블루컬러와 화이트컬러 직종 모두에서 자영업자에 비해 상대적으로 비율이 높은 것으로 나타났으며 특히 화이트컬러 직종에 근무한 자의 비율에 있어 가맹점사업자가 자영업자보다 상대적으로 높은 것으로 나타났다. 일반적으로 블루컬러보다 화이트컬러 직종의 교육수준이 높다는 것을 가정할 때 이러한 결과는 가맹점사업자의 교육수준이 자영업자보다 높을 것이라는 추정을 가능하게 한다. 따라서 <가설 8>은 기각된다.

1.6 정보탐색 노력

<가설 9>는 가맹점사업자가 자영업자에 비해 정보탐색 노력을 더 많이 할 것으로 기대하고 있으며 분석 결과는 이를 지지하고 있다. 창업준비기간, 즉 사업구상에서 창업까지 소요된 기간을 보면 대체로 가맹점사업자가 자영업자에 비해 긴 것으로 나타나고 있다 (카이자승 = 11.809, $p = .038$).

창업준비기간 1개월 미만인 자영업자는 전체 자영업자의 15.4%인 반면 가맹점사업자는 전체 가맹점사업자의 11.1%로 나타나

고 있고, 3개월 미만도 자영업자는 25.1%, 가맹점사업자는 22.9%로 나타나고 있다. 반면 6개월 미만은 자영업자가 24.9%, 가맹점사업자는 29.0%, 1년미만은 자영업자가 13.3%, 가맹점사업자는 16.5%, 2년 미만은 8.4%, 가맹점사업자는 8.7%로 나타나고 있다. 단지, 2년 이상이라고 응답한 자영업자의 비율은 12.9%로 가맹점사업자 비율 11.8%에 비해 상대적으로 많은 것으로 나타나고 있다. 특히 입지, 자금, 인력, 업종정보 등 창업 및 경영 관련 정보를 얻은 경험이 없다고 응답한 자의 비율은 자영업자가 34.0%로 가맹점사업자의 22.6%에 비해 상대적으로 높은 것으로 나타났다.

정보원천으로 자영업자 (63.7%)와 가맹점사업자 (51.9%) 모두 전화를 가장 많이 활용하고 있는 것으로 나타났으나, 여러 매체 중 인터넷을 활용하는 자의 비율에 있어 가맹점사업자 (15.0%)가 자영업자 (8.1%)에 비해 높은 것으로 나타나고 있다.

1.7 심리 변수

사업몰입수준을 보면 대부분의 자영업자 (77.6%)와 가맹점사업자(80.6%)는 현재의 사업체 규모를 유지하고자 하는 것으로 나타났다. 다만 현재보다 사업체 규모를 확장하겠다는 자영업자의 비율은 5.5%인데 비해 가맹점사업자의 비율이 8.9%로 다소 높고, 현재보다 사업체 규모를 축소하겠다는 비율도 자영업자의 비율이 4.4%로 가맹점사업자 비율 1.1%에 비해 높으며, 단기 혹은 중장기적으로 현재의 사업을 그만두거나 다른 업종·업태로 전환하겠다는 비율도 자영업자 비율이 12.3%인데 비해 가맹점사업

자 비율은 9.1%인 것으로 나타났다. 이는 대체로 가맹점사업자가 자영업자에 비해 사업에 대한 몰입수준이 상대적으로 높다는 <가설 10>을 지지하고 있다.

자영업자와 가맹점사업자 간에는 창업동기에 있어 뚜렷한 차이가 있는 것으로 나타났다 (카이자승=38.773, p=.000). ‘창업을 통한 성공가능성’을 창업동기로 선택한 가맹점사업자는 전체 가맹점사업자의 27.8%로 자영업자의 비율 16.4%보다 높은 것으로 나타난 반면, 생계유지나 가업승계의 경우에는 가맹점사업자의 비율 71.4%로 자영업자의 비율 82.3%에 비해 상대적으로 낮은 것으로 나타났다. 이러한 결과는 가맹점사업자가 자영업자에 비해 기업가적 성향이 강할 것이라는 <가설 11>을 지지하는 것으로 판단된다.

2. 가맹점사업자와 자영업과의 사업성과 결정요인

비록 가설로 제시하지는 않았으나 가맹점사업자와 자영업자의 특성은 사업성과와 밀접한 관련을 맺을 것으로 기대된다. 그 이유는 가맹점사업자가 이들 특성을 지니고 있을 때 가맹점은 물론 가맹본부와 전체 프랜차이즈 시스템의 성과를 제고시킬 것으로 기대되기 때문이다. 정부정책의 관점에서도 가맹점사업자와 자영업자의 사업성과와 밀접한 관련을 맺고 있는 변수를 찾아내는 것은 정책의 효과성을 높이기 위한 시사점을 제공할 수 있을 것으로 기대된다.

사업자 특성이 사업성과에 미치는 영향에 대한 회귀분석에서는 가설검증에 활용하

었던 특성 변수를 활용하였으며 일부 변수에 대해 더미코딩을 실시하였다. 기업가적 성향을 측정하고 있는 창업동기는 ‘창업을 통한 성공’ 항목에 대해 1을, ‘생계유지’와 ‘가업승계’ 등의 항목에 대해서는 0을 부여하였다. 동종업계경험은 과거 동종업계에서의 사업경험이 있는 경우에는 1을, 나머지 경우에는 0을 부여하였다. 사업경험은 과거 사업체 운영경험이 있는 경우에는 1을, 없는 경우에는 0을 부여하였으며, 사업실패경험은 과거 사업체 운영에 실패한 경우에는 1을, 없는 경우에는 0을 부여하였다. 사업에 대한 몰입수준은 현재의 사업을 향후 축소, 폐업, 전업하고자 하는 경우에는 0을, 확장 혹은 유지하고자 하는 경우에는 1을 부여하였다.

<표 4>와 <표 5>의 회귀분석 결과는 가맹점사업자와 자영업자 각각의 사업성과에 영향을 미치는 변수가 상당한 차이가 있다는 것을 보여주고 있다. 가장 큰 특징은 자영업자의 경우에는 다수의 특성이 사업성과에 유의적인 영향을 미치는 것으로 나타난 반면, 가맹점사업자의 경우에는 상대적으로 소수의 특성만이 영향을 미치는 것으로 나타나고 있다는 점이다.

자영업자의 매출은 자영업자의 재정능력(창업비용, 점포소유여부), 성별, 연령, 가족종사자 수, 정보탐색노력(창업준비기간), 기업가적 성향(창업동기), 사업에 대한 몰입(사업확장·유지여부)이 유의적인 영향을 미치는 반면, 가맹점의 매출은 재정능력(창업비용), 경험 및 관리능력(현재사업기간, 과거사업경험), 성별, 가족종사자 수, 사업에 대한 몰입이 영향을 미치는 것으로 나타났다.

자영업자와 가맹점사업자 모두 매출에

대한 설명력이 가장 높은 변수는 창업비용인 것으로 나타났으며 창업비용이 많이 들수록 매출이 높은 것으로 나타났다. 또한 남자가 여자보다 매출이 높으며, 사업에 몰입하고 있을수록 매출이 높은 것으로 나타났다. 두드러진 차이점은 자영업자의 경우에는 경험 및 관리능력 관련 변수가 영향을 미치지 않는 반면, 가맹점사업자의 경우에는 경험 및 관리능력이 클수록 매출도 높은 것은 것으로 나타났다는 점이다. 또한 가족종사자 수가 많을수록 자영업자의 경우에는 매출이 높으나 가맹점사업자의 경우에는 매출이 낮은 것으로 나타났다. 그 밖의 차이점으로는 자영업자의 경우에는 정보탐색노력이 많을수록, 기업가적 성향이 강할수록, 연령이 낮을수록 매출이 높은 것으로 나타난 반면 가맹점사업자의 경우에는 이들 변수가 영향을 미치지 않는 것으로 나타나고 있다.

순이익은 자영업자의 경우 자기자본비율과 점포소유여부, 현재사업기간을 제외한 모든 변수가 영향을 미치는 반면, 가맹점사업자의 경우에는 창업비용, 자기자본비율, 연령, 기업가적 성향, 사업에 대한 몰입만이 유의적인 영향을 미치는 것으로 나타났다. 자영업자와 가맹점사업자 모두 창업비용이 클수록, 연령이 낮을수록, 기업가적 성향이 있고 사업에 몰입하고 있을수록 순이익이 높은 것으로 나타났다. 두드러진 차이로는 자영업자의 경우에는 경험 및 관리능력을 보유하고 있을수록 순이익이 크나 가맹점사업자의 경우에는 이들 변수가 영향을 미치지 않고 있다. 자기자본비율은 가맹점사업자의 경우에만 순이익에 긍정적 영향을 미치는 것으로 나타났다.

〈표 4〉 자영업자의 사업성과에 대한 회귀분석 결과

	매출		순이익		매출이익율		투자수익율	
	베타	t	베타	t	베타	t	베타	t
창업비용	0.113	8.219	0.185	14.199	-0.024	-1.770	-0.190	-14.167
자기자본비율	0.009	0.652	0.019	1.496	0.035	2.630	0.088	6.785
점포소유여부(더미)	-0.025	-1.805	0.002	0.166	0.055	3.888	0.031	2.272
현재사업기간	0.008	0.554	0.017	1.151	0.007	0.464	0.113	7.575
동종업계경험(더미)	0.003	0.187	0.042	2.657	0.057	3.415	0.021	1.260
과거사업경험(더미)	0.020	1.088	0.036	2.038	-0.049	-2.606	0.003	0.147
사업실패경험(더미)	-0.007	-0.438	-0.038	-2.671	-0.021	-1.355	0.008	0.543
성별	0.051	3.851	0.058	4.581	-0.009	-0.691	-0.002	-0.164
연령	-0.063	-4.187	-0.145	-10.105	-0.057	-3.759	-0.012	-0.816
가족종사자수	0.063	4.680	0.116	9.147	-0.022	-1.641	0.035	2.679
창업준비기간	0.025	1.838	0.025	1.999	0.008	0.602	-0.009	-0.671
창업동기(더미)	0.024	1.773	0.081	6.349	0.014	1.039	0.028	2.090
사업몰입(더미)	0.055	4.115	0.143	11.376	0.095	7.118	0.109	8.369
R ²	0.033		0.126		0.023		0.074	
F	14.944		62.514		10.093		34.923	
df1, df2	13, 5657		13, 567		13, 5657		13, 5657	
p	0.000		0.000		0.000		0.000	

* 굵은 글씨는 해당변수가 최소한 p=0.10 (양측검증) 수준에서 유의적임을 표시함.

〈표 5〉 가맹점사업자의 사업성과에 대한 회귀분석 결과

	매출		순이익		매출이익율		투자수익율	
	베타	t	베타	t	베타	t	베타	t
창업비용	0.639	16.751	0.171	3.471	-0.157	-3.127	-0.252	-5.238
자기자본비율	0.060	1.613	0.098	2.026	0.107	2.166	0.171	3.630
점포소유여부(더미)	-0.005	-0.132	-0.054	-1.076	0.043	0.849	0.041	0.845
현재사업기간	0.106	2.666	0.048	0.926	-0.081	-1.537	0.025	0.488
동종업계경험(더미)	-0.045	-1.009	0.056	0.973	-0.001	-0.024	-0.039	-0.701
과거사업경험(더미)	0.097	1.963	0.073	1.138	-0.034	-0.527	-0.007	-0.116
사업실패경험(더미)	0.015	0.358	-0.046	-0.845	0.016	0.293	-0.026	-0.483
성별	0.098	2.579	0.020	0.412	-0.040	-0.794	-0.015	-0.320
연령	-0.047	-1.170	-0.148	-2.858	-0.045	-0.847	-0.091	-1.802
가족종사자수	-0.104	-2.797	0.003	0.063	0.040	0.818	0.038	0.796
창업준비기간	-0.032	-0.859	0.027	0.555	0.021	0.422	0.016	0.333
창업동기(더미)	0.021	0.563	0.083	1.727	0.007	0.140	-0.006	-0.121
사업몰입(더미)	0.068	1.842	0.127	2.661	0.030	0.616	0.119	2.542
R ²	0.456		0.096		0.055		0.134	
F	26.337		3.315		1.829		4.837	
df1, df2	13, 408		13, 408		13, 408		13, 408	
p	0.000		0.000		0.037		0.000	

* 굵은 글씨는 해당변수가 최소한 p=0.10 (양측검증) 수준에서 유의적임을 표시함.

매출이익율은 자영업자의 경우, 창업비용, 연령과는 부정적 관계를 맺고 있으나 자기 자본비율, 점포소유여부, 사업에 대한 몰입과는 긍정적 관계를 맺는 것으로 나타났다. 또한 경험 및 관리능력의 척도인 동종업계 경험과는 긍정적 관계를 맺으나 과거사업경험과는 부정적 관계를 맺는 것으로 상반되게 나타나고 있다. 가맹점사업자의 경우에는 창업비용과 자기자본비율 만이 영향을 미치는 것으로 나타났다. 매출이익율은 창업비용이 클수록 낮은 반면 자기자본비율이 높을수록 큰 것으로 나타났다.

투자수익율은 자영업자의 경우, 창업비용과 부정적 관계를 맺는 반면 자기자본비율, 점포소유여부, 현재사업의 운영기간, 가족종사자 수, 기업가적 성향, 사업에 대한 몰입과는 긍정적 관계를 맺는 것으로 나타났다. 가맹점사업자의 경우에는 창업비용, 연령과 부정적 관계를 맺고, 자기자본비율, 사업에 대한 몰입과는 긍정적 관계를 맺는 것으로 나타났다. 자영업자와 가맹점사업자 모두 창업비용이 많을수록 투자수익율이 낮은 반면 자기자본비율이 높을수록 투자수익율이 높은 것으로 나타난 것은 주목할 부분이라 할 수 있다.

V. 결론 및 시사점

소상공인은 고용측면에서 매우 중요한 경제주체이며 정부 정책수행의 핵심대상이다. 본 연구는 소상공인의 대부분을 구성하는 자영업자와 가맹점사업자의 사업성과와 사회경제적 내지는 사회심리적 특성을 비교

분석하고 있다. 가맹점사업자는 가맹사업이 지닌 장단점에 의해 자신의 사업성과가 결정되고 사업파트너인 가맹본부가 요구하는 일정한 요건을 충족시켜야 사업수행이 가능하기 때문에 이러한 요구를 받지 않는 자영업자와 구분될 것으로 기대되었다.

중소기업청과 소상공인진흥원이 실시한 전국소상공인 실태조사 자료 상의 가맹점사업자 424명과 자영업자 5,690명, 총 6,114명에 대한 서베이 자료의 분석 결과, 가맹점사업자는 자영업자와 상이한 특성을 지니는 것으로 나타났다. 또한 이들 사회경제적·사회심리적 특성이 사업성과에 미치는 영향도 상이한 것으로 나타났다.

본 연구가 가지는 이론적 의의는 다음과 같다. 첫째, 본 연구는 Bates (1995)를 제외하고는 국내외에서 가맹점사업자와 자영업자 간의 사회경제적 내지는 사회심리적 특성에서의 차이를 직접적으로 비교하고 있는 극히 드문 연구 중 하나라 할 수 있다. 국내에서 이루어진 소상공인 실태조사는 가맹점사업자와 자영업자를 구분하고 있지 않으며, 소상공인과 가맹점사업자에 대한 실태조사를 별도로 실시하고 있어 이들에 대한 직접적인 비교가 어렵다.

둘째, 자기고용, 자영업과 비교한 가맹사업의 장단점, 그리고 가맹본부와 가맹점 간의 파트너링에 관한 다수의 기존 연구는 가맹점사업자가 자영업자와 상이한 사회경제적·사회심리적 특성을 지닐 수 있음을 시사하고 있다. 본 연구는 문헌 검토를 통해 가맹점사업자와 자영업자를 구분짓는 주요 특성을 가설의 형태로 제시하고 있으며, 실증 분석을 통해 다수의 특성에 있어 가맹점사업자와 자영업자 간에 유의미한 차이가

있음을 확인하고 있다.

셋째, 기존 연구는 가맹점사업자가 자영업자에 비해 수익성이나 사업실패 위험 등의 사업성고가 우수한가에 대해 상반된 주장을 하고 있다 (Bates 1995; Holmberg and Morgan 2003; 임영균 2010). 본 연구는 성과변수로 무엇을 활용하는가에 따라 상이한 결론에 이를 수 있음을 보여주고 있으며, 대체로 가맹점사업자가 자신의 사업성고에 대해 긍정적으로 평가하고 있는 반면에 자영업자는 부정적으로 평가하고 있음을 확인하고 있다.

본 연구는 정부의 소상공인 지원정책과 관련하여 몇 가지 시사점을 주고 있다. 첫째, 소상공인 중 가맹점사업자는 자영업자와 비교할 때 상이한 사회경제적·사회심리적 특성을 지니고 있는 것으로 나타났다. 이는 이들이 정부에 대해 가지는 정책수요가 상이하다는 것을 의미하며 가맹점사업자와 자영업자를 구분하여 정책을 개발할 필요가 있음을 시사한다. 자영업자는 다양한 업종에서 다양한 제품·서비스를 생산하고 있고 사업방식도 상이하기 때문에 이들의 정책수요는 매우 이질적이라 할 수 있다. 반면 가맹점사업자는 자신이 선택한 가맹본부의 지원과 통제를 받고 동일한 브랜드, 표준화된 사업방식을 활용하기 때문에 적어도 동일한 브랜드를 활용하는 가맹점사업자 간에는 이질성이 낮다고 할 수 있다.

정부지원은 이러한 이질성을 고려하여 수행될 필요가 있다. 예를 들어 현재의 소상공인에 대한 정책자금지원은 자영업자와 가맹점사업자를 구분하지 않고 있다. 본 연구의 분석결과에 의하면 자영업자에 비해 가맹점사업자는 점포임대료 압박을 심하게

느끼고 있으며 따라서 가맹점사업자에게는 저리의 임대용자지원 등의 신규 정책지원을 제공하는 것이 효과적일 수 있다. 또한 가맹본부로부터 창업자금에 관한 정보지원이나 알선 등의 지원을 받는 가맹점사업자에 비해 스스로 모든 정보를 추구하여야하는 자영업자는 다소 불리할 수 있으며 따라서 가맹점사업자와 자영업자를 구분하여 자영업자에 특화된 별도의 정보지원서비스를 강화하는 것이 바람직하다 할 것이다.

둘째, 최근 들어 정부는 프랜차이즈산업에 대한 지원정책을 강화하고 있다. 중소기업청과 소상공인진흥원이 수행하고 있는 프랜차이즈 수준평가제도와 이에 따른 지원정책이 대표적 사례라 할 것이다. 프랜차이즈 산업에 대한 정부지원이 이루어지는 중요한 이유는 가맹사업이 고용창출효과가 크고 자영업에 비해 실패율이 낮은 사업방식으로 여겨지고 있기 때문이다. 고용효과에 있어서는 가맹사업이 자영업에 비해 점포당 많은 종사자를 보유하고 있다는 점에서 정책지원의 근거로 삼을 수는 있을 것이다. 하지만 본 연구에서의 분석결과는 가맹사업의 성과가 자영업에 비해 더 높은가에 대해 확실한 증거를 제공하고 있지 않으며 따라서 이에 대해서는 각자의 생존율에 대한 비교 분석 등 보다 충분한 연구와 필요한 것으로 판단된다. 다만, 사업성고에 대한 분석 결과는 사업자의 특성이 자영업자와 가맹점사업자의 사업성고에 미치는 영향이 일부 특성에 있어서는 공통되지만 또 다른 특성에 있어서는 상이하다는 것을 보여주고 있으므로 이를 정책수립에 있어 고려할 필요가 있다.

소상공인의 사업성고를 제고하기 위해서는 공통된 특성에 대해서는 집단을 구분하

지 않고 정책을 수행하는 것이 바람직할 수 있다. 예를 들어, 자영업자와 가맹점사업자 모두 자기자본비율이 높을수록 투자수익율이 높은 것으로 나타난 것은 향후 자영업자와 가맹점사업자에 대한 자금지원에 있어 일정수준의 최소 자기자본비율을 충족시킬 것을 요구하는 것이 바람직할 수 있다는 것을 시사한다. 미국의 SBA는 최소 자기자본비율을 최근 들어 30%로 상향조정한 바 있다 (FRANdata 2009).

하지만 집단에 따라 상이한 영향을 미치는 특성에 대해서는 분별력있는 정책수행이 바람직하다. 예를 들어, 사업성과에 대한 분석 결과를 보면, 자영업자의 경우에는 다수의 가족을 참여시키는 것이 매출, 매출이익율, 투자수익율 등에 긍정적 영향을 미치지만 가맹점사업자의 경우에는 가맹점사업자의 경우에는 부정적 영향을 미치거나 영향을 미치지 않을 수 있다. 매출의 경우, 가맹사업은 가맹본부의 역량과 자원을 활용할 수 있지만 이를 활용할 수 없는 자영업의 경우에는 사업자 본인이나 가족의 참여가 매출과 수익성 증대에 중요하다는 것을 시사하는 결과라고 할 수 있다. 따라서 자영업자에 대해서는 가족참여를 유도하기 위한 정책수행이 필요하다 할 것이다. 예를 들어, 소상공인에 대한 가업승계 지원프로그램을 확대 실시하고 가맹점사업자보다는 자영업자를 대상으로 주 대상으로 삼는 것이 바람직할 것으로 사료된다.

정책적 시사점과 아울러 본 연구는 가맹본부의 가맹점 선택 정책과 관련하여 몇 가지 시사점을 제공하고 있다. 가맹본부가 가맹점의 사업성과를 제고하기 위해서는 엄격한 평가과정을 거쳐 적절한 자질을 지닌 가

맹점사업자를 선택하여야 한다. 이와 관련하여 첫째, 사업에 대한 몰입수준이 높은 가맹점사업자를 선택하여야 한다. 중장기적으로 가맹사업을 지속하고 확대하고자 하는 의지를 지닌 가맹희망자를 선발하는 것이 바람직하며 사업 개시전 상담과정에서 이러한 의지를 파악하고 의사결정에 반영할 필요가 있다.

둘째, 동종업계에서의 사업경험이나 과거 사업경험 등은 중요한 선택기준이 아닐 수 있다. 이들 변수는 매출에만 영향을 미칠 뿐 수익성에는 영향을 미치지 않는 것으로 나타나고 있다. 또한 과거에 사업실패 경험이 있다하더라도 선택대상에서 배제하는 것은 바람직하지 않을 수 있다. 사업 실패는 능력이 부족하기 때문일 수 있으나 이를 통해 학습된 지식은 가맹사업을 수행하는데 요긴하게 활용될 수 있다.

셋째, 가맹희망자의 재정능력과 관련하여, 사업자금으로 타인자본보다 자기자본을 많이 투자할 수 있는 가맹희망자를 선택하는 것이 바람직할 수 있다. 분석 결과에 의하면 자기자본비율이 높을수록 수익성이 좋은 것으로 나타나고 있다. 자기자본을 많이 투자한다는 것은 재정능력이 풍부해 사업을 안정적으로 수행할 수 있다는 장점을 가진다. 또한 사업에 대한 몰입수준을 높여 사업성과를 높이는데도 기여할 것으로 기대된다. 한편 일부 가맹본부의 경우, 부동산을 소유하고 있는 가맹희망자를 선호하는 경향이 있는 바, 본 연구의 분석결과와는 점포소유여부가 사업성과와 관련을 맺지 않는 것으로 나타나고 있다. 가맹본부의 입장에서 점포를 소유한 사업자가 바람직한 경우는 좋은 입지에서 자신의 브랜드로 오랫동안

사업을 하는 경우라 할 수 있다. 하지만 이러한 요건을 갖춘 가맹점사업자라 하더라도 다른 역량이 부족하면 원하는 사업성과를 올릴 수 없고, 결국은 자신의 점포를 다른 사업자에게 임대하거나 매각하는 것으로 결정할 가능성이 크다.

넷째, 다수의 가맹본부는 가족, 특히 배우자의 사업참여를 중요한 선택기준의 하나로 삼고 있으나 이는 중요한 기준이 아닐 수 있다. 일손이 달리는 업종, 예를 들어 외식업이나 편의점업의 경우 부부의 참여빈도가 높을 것으로 추정된다. 가족의 참여는 직업-가정간 갈등을 줄이고 비용을 절감하는데 기여할 수는 있으나 매출증대에는 그다지 기여하지 못할 것으로 판단된다. 매출이 가맹본부의 자원과 역량에 크게 의존하는 가맹사업의 경우에는 더욱 그러하다. 젊은 종업원을 고용하는 것이 노동력을 효율적으로 확보하고, 사업으로부터 겪는 가족 전체의 피로감을 줄인다는 측면에서 바람직할 수도 있다.

다섯째, 연령이 중요한 선택기준이 될 수 있다. 분석결과는 젊은 가맹점사업자일수록 수익성이 높다는 것을 보여주고 있다. 가맹사업은 직장을 은퇴한 중장년층이 생계나 사회적 신분을 유지하기 위해 선택하는 유효한 사업방식으로 인식되고 있다. 하지만 애당초 취업을 포기하고 가맹사업을 창업의 수단으로 삼고 있는 도전적이고 창의적인 젊은 가맹희망자를 선택하는 것이 가맹본부의 입장에서 더 바람직한 결과를 가져다 줄 수도 있다.

마지막으로, 창업동기나 정보탐색노력은 중요한 선택기준이 아닐 수 있다. 분석결과, 이들 변수는 사업성과와 거의 관련이 없는

것으로 나타나고 있다. 자영업자의 경우에는 이들 특성이 매출이나 수익성과 대체로 긍정적인 관련을 맺는 것으로 나타나고 있다는 점에서 가맹사업의 경우에는 창업을 통해 성공하겠다는 의지나, 이를 위해 오랫동안 사업을 구상하는 것이 그다지 중요하지 않을 수 있다는 것을 시사하며, 이는 가맹점사업자 자신이 아닌 가맹본부가 개발한 사업컨셉과 시스템을 활용하여 제품이나 서비스를 판매한다는 가맹사업의 본질적인 특징을 반영하고 있다고 할 수 있다.

이상의 이론적, 정책적 시사점에도 불구하고 본 연구는 몇 가지 한계를 지니고 있다. 이를 추후 연구방향과 관련하여 기술하면 다음과 같다. 첫째, 본 연구에서 분석에 활용한 자료는 2011 소상공인 실태조사 자료이다. 본 연구는 2차 자료가 지닌 제약으로 인해 일부 변수의 경우 대리척도를 활용하고 있다. 하지만 과연 이들 척도가 해당 변수의 척도로 타당한 것인가에 대해서는 비판의 여지가 있다. 예를 들어 기업가적 성향의 대리척도로 활용된 창업동기는 기업가적 성향을 반영하고 있을지는 모르나 그 자체를 기업가적 성향이라고 보기는 어렵다. 향후에는 관련 기존 문헌에서 개발된 척도, 예를 들어 Matsuno, Mentzer and Ozsomer (2002) 등을 활용하는 것이 바람직할 것으로 판단된다.

둘째, 본 연구는 가맹점사업자와 자영업자의 사회경제적·사회심리적 특성에서의 차이가 발생하는 논리적 근거를 가맹사업의 특성과 가맹본부가 선호하는 가맹점사업자의 특성에서 찾고 있다. 가맹사업의 특성과 관련하여 본 연구는 가맹본부가 제공하는 지원과 통제 때문에 가맹점사업자가 일부

성과변수에 있어 자영업자보다 우수함을 확인하고는 있으나 사업실패 위험이 낮은가에 대해서는 분석하고 있지 않다. 향후 연구에서는 Bates (1998)의 연구에서와 같이 가맹점사업자와 자영업자의 생존율을 직접 비교 분석하는 것이 바람직할 것으로 판단된다.

셋째, 학계와 업계 일부에서는 가맹사업이 가맹본부가 개발한 브랜드와 노하우, 시스템을 활용하기 때문에 가맹점사업자의 개인적 특성, 특히 혁신성이 크게 요구되지 않는다고 주장한다. 하지만 이와 정반대로 최근의 연구는 가맹점사업자의 혁신성이 파트너십의 형성과 성과에 크게 영향을 미치는 것으로 보고하고 있다. 이와 유사한 논쟁으로 최근 들어 가맹점사업자에게 자율성을 부여하는 것이 바람직한가에 대한 연구가 시도되고 있다 (Dant 2008). 가맹사업의 본질 상 가맹본부는 일관성과 표준화를 위해 가맹점사업자의 자율성을 상당히 제한하고 있으나 한편으로는 가맹점사업자로 하여금 자율성을 허용하는 것이 보다 높은 성과를 가져다 줄 수 있는 것으로 보고 있다. 향후 연구에서는 가맹사업의 특성과 가맹본부가 선호하는 가맹점사업자의 특성이 어떻게 상충되며, 이로 인해 가맹본부와 가맹점을 포함한 전체 프랜차이즈 시스템의 성과가 어떤 영향을 받는가에 대한 실증분석 결과를 논리적 근거와 함께 제시할 필요가 있다.

참고문헌

- 김재근, 임영균, 김정식 (2011), “가맹점사업자의 자율성과 기업가적 성향이 가맹본부-가맹점간 파트너십과 가맹점 성과에 미치는 영향: 자기결정성 이론을 중심으로”, *발표논문집*, 한국프랜차이즈학회, 1-34.
- 박주영, 임영균, 김주영, 변숙은 (2011), *프랜차이즈 수준평가 제도개선에 관한 연구*. 소상공인진흥원.
- 임영균, 이수동, 윤홍근, 이형남 (2010), *프랜차이즈 리더십*, 두남출판사.
- 임영균 (2010). “소상공인 프랜차이즈 육성방향 - 핵심쟁점과 연구문제”, *발표논문집*, 소상공인 학술세미나, 한국소상공인학회/소상공인진흥원.
- Amit, Raphael (1993), “Challenges to Theory Development in Entrepreneurship Research,” *Journal of Management Studies*, 30 (5), 815-34.
- Axelrad, N. D. and L. G. Rudnick (1987) *Franchising: A Planning and Sales Compliance Guide*. Chicago: Commerce Clearing House Inc.
- Bates, T. (1995), “Analysis of Survival Rates Among Franchise and Independent Small Business Startups,” *Journal of Small Business Management*, 33 (2), 26-36.
- _____ (1998), “Survival Patterns Among Newcomers to Franchising,” *Journal of Business Venturing*, 13 (2), 113-30.
- Boles, J. S. (1996), “Influences of Work-Family Conflict on Job Satisfaction, Life Satisfaction, and Quit-Intentions Among Business

- Owners: The Case of Family-Operated Business,” *Family Business Review*, 9 (1), 61-74.
- Bradach, J. and P. J. Kaufmann (1988), “Franchisee or Independent Businessperson: Some Observations on the Decision Process,” in G. E. Hills and W. Laforge, eds., *Research at the Marketing/Entrepreneurship Interface*, Chicago: University of Illinois at Chicago, 38-48.
- Dant, R. P. (2008), “A Futuristic Research Agenda for the Field of Franchising,” *Journal of Small Business Management*, 46 (1), 91 - 98.
- Edens, F. N., D. R. Self, and D. R. Grider, Jr. (1976), “Franchisors Describe Ideal Franchisee,” *Journal of Small Business Management*, 14 (July), 39 - 47.
- FRANdata (2009), *Small Business Lending Matrix and Analysis - The Impact of the Credit Crisis on the Franchise Sector*, (May).
- Guilloux, V., C. Gauzente, M. Kalika, and N. Dubost (2004), “How France’s Potential Franchisees Reach Their Decisions: A Comparison with Franchisers’ Perceptions,” *Journal of Small Business Management*, 42 (2), 218-224.
- Holmberg, S. and K. B. Morgan (2003), “Franchise Turnover and Failure: New Research and Perspectives,” *Journal of Business Venturing*, 18, 403-18.
- Jambulingam, Thani and John R. Nevin (1999), “Influence of Franchisee Selection Criteria on Outcomes Desired by the Franchisor,” *Journal of Business Venturing*, 14, 363-95.
- Kaufmann, Patrick J. (1999), “Franchising and the Choice of Self-Employment.” *Journal of Business Venturing*, 14 (4), 345-62.
- Knight, R. M. (1986), Franchising From the Franchisor and Franchisee Points of View, *Journal of Small Business Management*, 24 (July), 8-15.
- Lafontaine, F and S. Bhattachayya (1995), “The Role of Risk in Franchising,” *Journal of Corporate Finance*, 2 (1-2), 39-74.
- Litz, Reginald A. and Alice C. Stewart (1998), “Franchising for Sustainable Advantage? Comparing the Performance of Independent Retailers and Trade-name Franchisees,” *Journal of Business Venturing*, 13 (6), 131-50.
- Matsuno, K, Mentzer J. T., and Ozsomer, Aysegul (2002), “The Effect of Entrepreneurial Proclivity and Market Orientation on Business Performance”, *Journal of Marketing*, 66 (3), pp.18-32.
- Olm, K. W., G. G. Eddy, and A.R. Adaniya (1988), “Selecting Franchisee Prospects,” *Society of Franchising Proceedings II*. San Francisco: Society of Franchising.
- Owen, T. (1989). “Franchising for Future Growth,” *Small Business Report*, 14 (2), 30 - 4.
- Ozanne, Urban B. and Shelby D. Hunt (1971), *The Economic Effects of Franchising*. Washington: United States Senate--U.S. Government Printing Office.
- Peterson, Alden and Rajiv P. Dant (1990),

- “Perceived Advantages of the Franchise Option from the Franchisee Perspective: Empirical Insights from a Service Franchise,” *Journal of Small Business Management*, 28 (July), 46-61.
- Ramirez-Hurtado, Jose M., Flor M. Guerrero-Casas, and Francisco J. Rondan-Cataluna (2011), “Criteria Used in the Selection of Franchisees: An Application in the Service Industry,” *Service Business*, 19 (Feb.), 1-21.
- Rubin, Paul (1978), “The Theory of the Firm and the Structure of the Franchise Contract,” *Journal of Law and Economics*, 21 (April), 223-33.
- Shane, Scott A. (2005), *From Ice Cream to the Internet*, Pearson Education Inc. Prentice.
- Stanworth, John (1991), “Franchising and the Franchise Relationship,” *International Review of Retail, Distribution & Consumer Research*, Jan1991, 1 (2), 175-99.
- Stevenson, H. H. and J. C. Jarillo-Mossi (1990) “A Paradigm of Entrepreneurship: Entrepreneurial Management,” *Strategic Management Journal*, 11 (Summer), 17-27.
- Tatham, R., R., Douglass, and R. F. Bush (1972), “An Analysis of Decision Criteria in Franchisor/Franchisee Selection Processes,” *Journal of Retailing*, 48 (1), 16 - 21, 94.
- Wattel, H. (1968 - -69), “Are Franchisors Realistic and Successful in Their Selection of Franchisees?” *Journal of Retailing* 44 (4), 54 - 68.
- Withane, S. (1991), “Franchising and Franchisee Behavior: An Examination of Opinions, Personal Characteristics, and Motives of Canadian Franchisee Entrepreneurs,” *Journal of Small Business Management*, 29 (1), 22 - 9.

Differences Between Franchisees and Independent Business Owners

- Empirical Evidences and Policy Implications -

Young Kyun Lim*

ABSTRACT

This study compares the business performances and the socioeconomic and socio-psychological characteristics of franchisees and independent business owners (IBOs). On the basis of extant theoretical arguments and empirical evidences it was expected that franchisees are different from IBOs in these aspects because unlike IBOs they are using franchising as their way of businesses and should satisfy the requirements imposed by franchisors.

Analyzed in the current study was a national survey database of 424 franchisees and 5,690 IBOs compiled by the Small Enterprise Development Agency in 2011. As expected, it was found that franchisees were significantly different from IBOs in such traits as financial and managerial capabilities, business experiences, demographic and socio-psychological characteristics, information searching efforts, business performances, and their perceptions of business obstacles. It was also found that the effects of these traits on business performances were quite different between franchisees and IBOs.

The findings of the current study provide some meaningful suggestions for government agencies. Given that franchises and IBOs have different traits, their demands for governmental policy should be different, and consequently, it might be argued that government agencies should treat the two groups separately and should increase their efforts to develop appropriate supporting policies for each group. With respect to franchisor's practices for franchisee selection, it is also argued that in order to enhance franchisee performances franchisors need to examine thoroughly the traits of prospect franchisees. This study concludes with discussion of several theoretical and methodological limitations for future research.

Key words: Franchisees, Independent Business Owners, Socioeconomic and Socio-psychological Characteristics, Business Performances

* Professor, College of Business Administration, Kwangwoon University, Korea