

석사학위논문

가맹점사업자 기업가정신이
혁신행동 및 경영성과에 미치는 영향에
관한 연구

2024년

한성대학교 지식서비스&컨설팅대학원

미래융합컨설팅학과

창업&프랜차이즈컨설팅전공

윤 태 중

석사학위논문
지도교수 김문명

가맹점사업자 기업가정신이
혁신행동 및 경영성과에 미치는 영향에
관한 연구

The Impact of Franchisee's Entrepreneurship on
Innovation Behavior and Management Performance

2023년 12월 일

한성대학교 지식서비스&컨설팅대학원

미래융합컨설팅학과

창업&프랜차이즈컨설팅전공

윤 태 중

석사학위논문
지도교수 김문명

가맹점사업자 기업가정신이
혁신행동 및 경영성과에 미치는 영향에
관한 연구

The Impact of Franchisee's Entrepreneurship on
Innovation Behavior and Management Performance

위 논문을 컨설팅학 석사학위 논문으로 제출함

2023년 12월 일

한성대학교 지식서비스&컨설팅대학원

미래융합컨설팅학과

창업&프랜차이즈컨설팅전공

윤 태 중

윤태종의 컨설팅학 석사학위 논문을 인준함

2023년 12월 일

심사위원장 서 민교 (인)

심사위원 김 문명 (인)

심사위원 주 성희 (인)

국 문 초 록

가맹점사업자 기업가정신이 혁신행동 및 경영성과에 미치는 영향에 관한 연구

한성대학교 지식서비스&컨설팅대학원

미 래 융 합 컨 설 팅 학 과

창 업 & 프 랜 차 이 즈 컨 설 팅 전 공

윤 태 종

가맹점사업자에게 기업가 정신이 중요한 이유는, 자신의 독립적인 사업을 운영하고 다른 기업가들과 비슷한 목표와 배경을 가지며, 시장 개발을 위한 자원을 투입하고 차별화된 사업 컨셉을 개발하는 데 폭넓은 재량권을 가지기 때문이다.

본 연구에서는 프랜차이즈 가맹점사업자의 기업가정신이 혁신행동에 어떠한 영향을 미치며, 가맹점 경영성과에 대한 영향관계를 검증하고자 한다.

연구결과를 요약하면 다음과 같다.

첫째, 프랜차이즈 가맹점 사업자 기업가정신을 혁신행동에 미치는 영향에 대해 분석한 결과, 혁신성, 진취성, 위험감수성은 정(+)의 영향을 미치는 것으로 나타나 가설 H1-1, H1-2, H1-3는 모두 채택되었다. 이는 권혁가·손

헌일(2014)가 선행연구한 기업가정신의 하위구성 요인 중 경영자의 진취성, 위험감수성은 직원의 혁신행동에 유의미한 영향을 미친다와 일치한다. 채택된 가설의 요인 중 영향력이 높은 요인은 순차적으로 진취성, 위험감수성, 혁신성으로 나타났다.

둘째, 가맹점 사업자의 혁신행동이 경영성과에 미치는 영향을 분석한 결과 경영성과 모두에 정(+)의 영향을 미치는 것으로 나타나 가설 H2, H3 모두 채택되었다. 고객 만족등과 같은 비재무적성과보다 매출액, 이익, 수익성 등의 재무적 성과가 더 크다고 해석할 수 있다.

셋째, 가맹경력에 따른 연구모형의 각 요인별 평균값을 비교한 결과, 현재 가맹점 운영 이전에 가맹점 운영 경험이 있다고 응답한 경우, 반대의 경우와 대비하여 모든 항목에서 높게 나타났다. 특히 가맹점 성과 부분에서 가맹경력이 있는 집단의 재무적 비재무적 성과가 모두 높게 나타났다.

마지막으로, 가맹경력 유무에 따른 평균비교를 분석한 결과에서 혁신성, 진취성, 위험감수성, 혁신행동, 재무적 성과, 비재무적 성과 모두 가맹경력이 있는 가맹점사업자의 평균값이 대체로 더 높게 나타났으며, 그중에서도 가맹점사업자의 기업가정신을 구성요소 중에서는 혁신성의 평균값이 제일 높게 나타났다. 또한, 경영성과의 재무적성과와 비재무적성과중 재무적성과중 경영성과가 높게 나타났다.

이러한 연구 결과에 따라 선행연구에서 다루어지지 않았던 가맹경력유무에 따른 기업가정신, 혁신행동, 경영성과를 연구가 진행됨에 있어 학문적 차별함과 자료료써 그 가치와 의의가 있다.

또한, 기업가정신이 가맹본부의 경영자와 가맹점사업자에게도 둘다 적용 가능할 뿐 아니라 중요한 개념이라는 것을 확인하고, 가설검증 결과 가맹경력이 있는 가맹점사업자가 기업가정신, 혁신행동, 경영성과의 모든 측면에서 더 높은 수치를 기록한 점을 바탕으로 가맹본부에서 가맹점사업자를 모집시에 가맹경력 유경험자를 위주로 모집을 제시 하였다.

【주요어】 가맹점사업자, 기업가정신, 혁신행동, 경영성과

목 차

I. 서론	1
1.1 연구의 배경 및 문제제기	1
1.2 연구의 목적	3
1.3 연구의 방법 및 구성	4
II. 이론적 배경	6
2.1 기업가정신의 정의	6
2.2 기업가정신의 구성요소	9
2.3 가맹점사업자의 기업가정신	12
2.4 기업가정신 선행연구	12
2.5 혁신행동	16
2.6 경영성과	22
III. 연구설계	24
3.1 연구모형	24
3.2 연구 가설	25
3.2.1 가맹점사업자 기업가정신과 혁신행동과의 관계	25
3.2.2 혁신행동과 경영성과와의 관계	26
3.3 변수의 조작적 정의	27
3.3.1 가맹사업자의 기업가정신	28
3.3.2 혁신행동	29
3.3.3 경영성과	30
3.4 측정도구 구성 및 조사방법	31
3.4.1 연구방법 및 자료수집	31
3.4.2 설문지 구성	33
IV. 연구결과	34
4.1 조사 대상자의 일반적 특성	34
4.2 확인적 요인분석	36

4.3 연구 가설의 검증	38
4.3.1 연구모형의 검증	39
4.4 가설 검증 결과	40
4.4.1 기업가정신의 혁신행동과의 관계	40
4.4.2 혁신행동과 가맹점과의 관계	41
4.5 가맹점경력유무에 따른 평균비교	42
V. 결론	43
5.1 연구결과 요약	43
5.2 연구의 시사점 및 향후 과제	45
5.2.1 학문적 시사점	45
5.2.2 실무적 시사점	46
5.3 연구의 한계점 및 미래연구방향	47
참 고 문 헌	48
설 문 지	57
ABSTRACT	60

표 목 차

<표 1-1> 연구 흐름도	5
<표 2-1> 기업가정신의 정의	7
<표 2-2> 혁신행동의 정의	21
<표 3-1> 기업가정신의 측정항목	28
<표 3-2> 혁신행동 측정항목	29
<표 3-3> 경영성과 측정항목	30
<표 3-4> 표본 및 집단 설정	32
<표 3-5> 설문지구성	33
<표 4-1> 인구통계학적 특성	35
<표 4-2> 이론적 모델에 대한 확인적 요인분석 결과	37
<표 4-3> 이론모형의 적합도 지수	38
<표 4-4> 가설검증결과	39
<표 4-5> 가맹점사업자 기업가정신이 혁신행동에 미치는 영향	40
<표 4-6> 가맹점사업자 혁신행동이 경영성과에 미치는 영향	41
<표 4-7> 가맹경력 유무에 따른 요인별 평균비교	42

그림 목 차

<그림 3-1> 연구모형	24
<그림 4-1> 이론모형의 표준화 경로계수	39

I. 서론

1.1 연구의 배경 및 문제제기

프랜차이즈 사업의 성공은 가맹본부와 가맹점 간의 원활한 상호협력에 달려있다. 이를 통해 시스템의 성공 여부가 결정된다. 따라서, 가맹본부와 가맹점 간의 단점을 얼마나 잘 극복할 수 있는지가 매우 중요하다. 이를 통해 프랜차이즈 시스템은 성공적으로 운영될 수 있다.

프랜차이즈 시스템의 경쟁력은 가맹본부의 자원과 역량에 기반을 두고 있다. 특히, 가맹본부가 가맹점을 어떻게 관리하는가는 매우 중요한 성공 요건이 된다(김재근, 2010).

가맹점사업자는 가맹본부가 정한 사업컨셉의 시장전달자로서 가맹본부의 대리인(agent)인 동시에 가장 중요한 자원이다. 이러한 가맹점은 가맹본부가 개발한 비즈니스모델과 서비스모델을 구매하여 이를 소비자에게 판매하는 중간상으로서의 역할과 동시에 지역시장에서 날마다 고객을 응대하며 경쟁점포의 동향을 주시하는 역할을 한다. 가맹본부의 입장에서는 지역시장을 거점으로 활동하고 있는 이들 가맹점을 어떻게 통합 관리하는냐가 경쟁력 확보를 위한 핵심이슈라고 할 수 있다(Michael andf Comb, 2008).

가맹점사업자는 자신의 독립적인 사업을 운영한다는 점에서 다른 기업가들과 지향성과 배경 면에서 매우 유사하며 자신의 시장개발에 자원을 투입하는 위험을 감수하고 사업컨셉 판매를 위한 차별화된 방식을 개발하는데 있어 폭넓은 재량권을 갖기 때문에 기업가정신이 중요하다(Kaufman and Dant, 1998). 가맹점사업자의 경영주로서의 정신은 위험요인의 확대 가능성을 흡수하고 가맹본부가 시장 환경의 변화에 적응할 수 있도록 기업가적 혁신성과 진취성을 제공하기 때문에 본사의 생존과 성공에 있어 매우 중요한 구성요소이다(Michael and Combs, 2008). 이로 안하여 인하여 가맹점 사업자의 기업가정신은 가맹점의 성공과 실패에 있어 중요함을 알 수 있다.

기업가는 소유자이든 전문경영자이든 관계없이 기업의 성장과 발전에 책임을 부여받고 있는 사람으로서 막강한 힘의 원천이며 행동력인 기업가정신을 발휘하여 기업의 발전을 추진하기 때문에 기업가정신은 기업행동의 중요한 원동력이 될 수 있다(김종관,1994).

그러나, 프랜차이즈 시스템 성장에 매우 중요한 역할을 하고 있는 가맹점의 성과에 관한 연구에서 가맹점 사업자의 기업가정신에 관한 연구는 매우 미흡하다(Michael and Comb, 2008). 그 이유는 프랜차이즈 시스템에서 가맹점의 기업가정신이 존재하느냐의 문제가 오랫동안 논의 되어왔기 때문이다(윤성욱·박성일, 2008). 왜냐하면 프랜차이즈 시스템에서 가맹점들은 본사가 사전에 결정한 프랜차이즈 패키지모형에 따라 경영활동을 수행할 것을 계약관계에 명시해 놓기 때문에 혁신적이고 진취적인 행동을 하는데 제약을 받을 수밖에 없기 때문이다(Hoy, 2008).

이에 본 연구는 심화되는 프랜차이즈 경쟁환경 속에서 가맹본부의 비즈니스모델 안에서의 가맹점사업자의 기업가정신이 중요한 것으로 파악하고, 프랜차이즈 가맹점사업자의 기업가정신이 혁신행동에 어떠한 영향을 미치며, 가맹점경영성과에 어떠한 영향을 미치는지를 가맹경력 유무에 따른 비교를 통하여 실증적으로 규명하고자 한다.

1.2 연구의 목적

본 연구에서는 프랜차이즈 가맹점사업자의 기업가정신이 혁신행동에 어떠한 영향을 미치며, 가맹점 경영성과에 대한 영향관계를 검증하고자 한다.

첫째, 가맹점사업자의 혁신행동에 영향을 미치는 프랜차이즈를 둘러싼 기업가정신을 규명하고자 한다.

둘째, 프랜차이즈 가맹점사업자의 기업가정신이 혁신행동 및 가맹점의 재무적·비재무적 경영성과에 미치는 영향을 점포수 50개 이상의 외식프랜차이즈를 6개월 이상 점포를 운영한 가맹점사업자들을 대상으로 실증자료를 수집하여 연구모형을 분석한다.

셋째, 가맹경력유무에 따른 기업정신의 하위요소 혁신성, 진취성, 위험감수성과 혁신행동 및 경영성과의 하위요소인 재무적·비재무적성과의 평균비교를 분석한다.

넷째, 연구모형의 검증을 통해 얻은 실증분석 결과를 기반으로, 학문적인 측면과 실무적인 영역에 대한 유용한 시사점을 제시하고자 한다.

1.3 연구의 방법 및 구성

본 연구는 가맹점 사업자의 기업가정신이 혁신행동 및 경영성과에 미치는 영향을 조사하고자 한다. 이를 위해 이론적인 고찰을 통해 가맹점 사업자의 기업가정신의 핵심 성분인 혁신성, 진취성, 위험감수성이 혁신행동 및 경영성과에 미치는 영향에 대한 기반을 마련하고, 이러한 주요 요인들 간의 상호관계를 이해하기 위해 변수를 구성하여 실증분석을 수행하였다.

본 연구는 이전 연구 및 문헌을 종합적으로 검토하여 측정 요소들을 구성하고, 이를 기반으로 설문지를 작성하였다.

본 연구는 가맹점 50개 이상을 운영중인 프랜차이즈 브랜드 가맹점사업자를 대상으로 15일간 설문을 실시하였다.

수집한 데이터를 기반으로 응답자의 인구통계학적 특성을 분석하고, 이 연구 모델의 타당성과 신뢰성을 확인하기 위해 SPSS 20.0 및 AMOS 20.0 프로그램을 사용하여 분석을 수행했다.

이 연구의 분석 결과를 기반으로 학문적으로 얻은 시사점과 실무적으로 얻은 시사점을 도출하며, 연구의 한계점과 향후 연구 방향에 대해 제시하고자 한다.

해당 연구는 다섯 가지 주요 단계로 수행되었다. 첫 번째 단계는 서론으로, 연구의 배경과 관련된 문제를 도입하고, 연구의 목적, 방법, 그리고 전체적인 구성을 명확히 소개하였다. 제2단계는 문헌적 고찰을 통해 프랜차이즈 가맹점사업자의 기업가정신, 혁신행동 및 경영성과에 관한 이론적 연구를 제시하였다. 제3단계는 해당 연구의 디자인을 제시하는 단계로, 연구 모델 및 가설을 설정하고 조작적으로 정의된 요인들을 설정하였다.

변수를 평가하고자 설문지 문항을 개발하고, 이에 대한 자료수집 및 분석 방법을 제시하였다. 제4단계는 해당 연구의 결과를 제시하는 단계로, 조사 대상자의 일반적 특성 및 조사 응답 특성을 분석하고, 측정 변수들의 타당성 및 신뢰성을 검증하였다. 또한, 기술 분석을 통해 해당 연구의 가설에 대한 분석 결과를 제시하였다. 제5단계는 다중집단 분석을 통해 분석 결과를 도출한 후, 연구의 결론을 도출하는 단계이다. 연구 결과를 요약하고 시사점

을 제시한 후, 연구의 한계와 미래 추가적인 연구 방향성을 제시하였다. <표 1-1>은 단계별 연구 내용을 도식화 하였다.

<표 1-1 연구흐름도>

I. 서론		
연구의 배경 및 문제제기	연구의 목적	연구의 방법 및 구성
II. 이론적 배경		
기업가정신	혁신행동	경영성과
III. 연구의 설계		
연구모형	가설 설정	측정도구 구성 및 조사방법
IV. 연구의 결과		
표본의 일반적 특성	신뢰성 및 타당성 검증	연구 가설의 검증
V. 결론		
연구결과의 요약	연구의 시사점	한계점 및 향후 연구방향

II. 이론적 배경

2.1. 기업가정신의 정의

기업가정신에서 기업가란 소유자이든 전문경영자이든 관계없이 기업의 성장과 발전에 책임을 부여받고 있는 사람으로서 기업의 발전을 추진하기 때문에 기업가정신은 기업행동의 중요한 원동력이 될 수 있다(김종관, 1994).

기업가란 일관된 하나의 정의가 존재하지 않는다 (Kuratko and Hodgetts, 2001). 기업가의 어원은 불어인 'entreprendre'에서 유래되었으며, 그 의미는 '수행하다', '시도하다', '모험하다'이다(Churchill and Lewis, 1983).

그 의미는 '수행하다', '시도하다', '모험하다'이다(Churchill and Lewis, 1986). 200년 전부터 중개상(between-taker 또는 go-between)이라는 의미로 사용되었으며, 18세기 경제학자인 Cantillon, Beaudreau, Jean-Baptiste 들은 "기업가란 사업에 자본을 공급하는 사람이 아니라 실패할 위험을 밀고 나가는 사람"이라고 하였다(Box, 1991; Barringer, 1995).

이와 같이 기업가는 사업을 조직하고 효율적으로 관리하며, 위험을 정확하게 예측하는 등의 책임을 맡는 역할을 수행하는 사람이다. 최근에는 기업가들이 이전에 정의된 범주를 넘어 더 다양한 역할을 수행하고 있다.

오늘날 기업가란 1) 기회를 인식하고 포착하고 2) 이러한 기회를 업무지향적이고 시장지향적으로 전환시키고, 3) 시간 노력 자본 기능을 통하여 가치를 추구하고 4) 이러한 아이디어를 수행하기 위해 경쟁적인 시장에 대한 위험을 인지하고 5) 노력으로부터 보상을 얻어내는 혁신자이며 개발자이다(Kuratko and Hodgetts, 2001). 그 결과, 기업가는 부의 창출을 목표로 기존의 흔해빠진 능력을 혁신하거나 새로운 능력을 개발하며, 창의적이고 새로운 자원을 창출하는 데 주력한다.

이처럼 사업 기회를 발견하고 이를 사업화하여 보상을 얻는 혁신적인 개발자인 기업가의 기업가정신에 대한 정의에 대해 여러 학자들이 논의하고 있지만, 아직까지 합의된 명확한 정의가 없다.

Covin and Slevin(1990)은 기업가 정신을 '사업 관련 위험을 감수하고 기업의 경쟁 우위를 확보하기 위해 혁신과 변화를 선호하는, 또한 다른 기업과 적극적으로 경쟁하는 기업가 또는 경영진의 성향'으로 정의하였다.

경영자의 이러한 성향은 시장 및 고객의 욕구 변화에 대응하고 기업의 지속 가능한 생존에 중요한 역할을 하며, 특히 기업이 자원을 개발하고 활용하여 새로운 제품을 개발하거나 기존 제품의 역량을 강화하는 동시에 새로운 기회를 탐색하도록 도와준다.

또한 기업가정신은 기업의 경영성과나 장기적인 생존에 영향을 주기도 한다 (March 1991;채정협·이호택,2020).

<표 2 -1 기업가정신의 정의>

연구자	기업가정신의 정의
(김선우·김문선,2019)	“기업가정신을 가치로 만드는 사고방식 및 행동양식”, “미래의 불확실성과 높은 위험에도 불구하고, 모험정신과 도전 의식, 열정을 발휘하여 진취적인 자세로 새로운 가치를 창출하는 혁신적인 활동 또는 정신” 등으로 정의
(장기철·김원배,2019)	학자의 관점에 따라 다양하게 정의되고 있으며, “기업의 경영자는 위험 감수성, 진취성, 혁신성이 있는 기업가의 성향”이라고 정의
(김기찬, 2021)	“새롭게 정의되는 기업가정신은 대중들의 생각에서 시대정신을 읽고, 세상의 변화를 지켜보는 것이다”라고 정의

Schumpeter(1943)는 신제품 개발, 생산성 향상, 경제 성장과 더불어 사회 발전에 공로 하는 혁신과 창조적 파괴를 기업가정신으로 강조했으며, Stevenson&Jallio(2007)는 위험을 감수하더라도 혁신적이고 진취적으로 자원을 재분배, 재 결합하여 새로운 가치를 창출하는 활동을 기업가정신으로 보았고, Miller(1983)는 새로운 부를 축적하는 능력을 바탕으로 모든 자원을

투입하는 혁신 추구 활동을 기업가정신이라 하였다.

이외에도 Zahra(1991)는 제품과 공정의 혁신 및 새로운 시장 개척을 통한 새로운 사업 창출을 목적으로 하는 활동을 기업가정신이라 하였고, Covin & Shane(1991)은 빈번하고 광범위한 제품 혁신으로 의해 나타나는 위험감수성, 진취성과 같은 전략적 태도를 기업가정신으로 보았으며, Baron & Shane(2005)은 새로운 상품, 서비스, 시장, 생산 공정을 만들기 위한 기회를 포착 및 발전시키는 과정을 기업가정신으로 정의했다

이러한 기업가정신은 과거 기업가가 생산을 통해 고객가치를 제공하고 자본을 축적하며 재투자하던 경영 역량에 초점을 맞추고 있다면, 현재의 기업가는 미래 환경의 불규칙한 변화를 예측하고 위기에 대응하는 능력에 초점을 두고 있다(마창준 2019; 강태원 2023).

김선우·김문선(2019)는 기업가정신은 경제를 발전시키는 잠재력을 바탕으로 시장의 다양화, 활성화, 일자리 창출, 제품의 가치 및 생산성 증대를 통한 사회복지를 실현하는 것으로 “기업가정신을 가치로 만드는 사고방식 및 행동양식”, “미래의 불확실성과 높은 위험에도 불구하고, 모험정신과 도전 의식, 열정을 발휘하여 진취적인 자세로 새로운 가치를 창출하는 혁신적인 활동 또는 정신” 등으로 정의하고 있으며, 장기철·김원배(2019)는 “기업가정신은 학자의 관점에 따라 다양하게 정의되고 있으며, 기업의 경영자는 위험 감수성, 진취성, 혁신성이 있는 기업가의 성향” 이라고 정의하고 있다. 그러나, 최근 급변하는 기업환경으로 인해 창업의 개념에서 첨단화된 연구조직을 기반으로 혁신적으로 확장되고, 최근에는 조직이 개인의 성취측면으로 변화, 발전하고 있다(하준철, 2020).

이렇듯, 기업가정신은 시대의 변천에 따라 개념이 변화, 확장되고 있다. 그러므로 기업가정신의 이해는 달라진 시장과 사회를 이해하는 것부터 시작해야 하며, 새롭게 정의되는 기업가정신은 대중들의 생각에서 시대정신을 읽고, 세상의 변화를 지켜보는 것이다(김기찬, 2021). 일반 대중들은 기업가정신이 사회 전반에 확산될수록 긍정적으로 받아들이고 있다.

최현성·공윤섭(2022)은 기업가들이 자원과 역량의 제약이 있음에도 위험을 감수하며 미래에 새로운 기업을 창출하고 혁신적인 제품과 서비스를 선제

적으로 출시한다고 설명하였다. 이는 타사와 차별화된 우위를 확보하려는 기업가정신의 중요성을 강조한 것이다. 또한, 기업가정신의 리더십은 조직의 효과적인 목표를 달성하고, 경영자와 직원 간에도 영향을 미친다고 정의하였다(김성욱·이종호,2023).

Moris(1998)는 기업가정신에 대한 관점을 부의 창출, 모험적인 사업 창출, 혁신 창출, 변화 창출, 고용 창출, 가치 창출, 성장 창출이라는 7가지로 요약하여 제시하였다.

Drucker(1985)는 기업가정신은 기업가 개인뿐만 아니라 기업의 모든 수준으로 확장 가능하다고 언급하였다. 따라서 기업가정신은 창업자나 기업가뿐만 아니라, 소기업, 중소기업, 대기업의 최고경영자, 경영진, 일반 구성원들도 수행할 수 있는 개념으로, 신생기업 뿐만 아니라 업력이 오래된 기업에서도 적용 가능한 것으로 나타났다(Kao 1995; 윤성욱·박성일 2007).

2.2.기업가정신의 구성요소

대다수의 연구는 기업가정신의 개념이 혁신성, 위험감수성, 진취성이라는 세 가지 구성요소를 포함한다는 점에 대해 공통된 견해를 나타내고 있다.

이외에도 일부 연구들에 있어서는 경쟁적인 공격성(competitive aggressiveness) 및 자율성(autonomy)이나 성취욕구(need for achievement), 통제의 위치(locus of control), 자기효능감(self-efficacy), 목표설정(goal setting)등 동기부여와 관련된 요소들이 제기되기도 하였으나, 일반적인 기업가정신관련 연구들의 흐름은 혁신성, 진취성, 위험감수성의 세 가지 구성요소에 기반하여 조직성과에 미치는 영향을 분석하고 있다.(강병오 등, 2010).

혁신성은 창의적인 아이디어를 통해 새로운 제품이나 서비스, 혹은 새로운 프로세스를 개발하는 능력을 의미한다(Schumpeter, 1934). 또한 혁신성은 신제품·서비스·프로세스의 개발을 목표로 설정하여 적극적인 기업 활동을 하고자 하는 욕구로 정의하고 내·외부 환경의 불확실성, 보유 자원의 제약이 있음에도 새로운 사업 기회의 창출을 위하여 지속적으로 노력을 하는 기업가

의 활동으로 간주한다(Lumpkin & Dess, 2001).

구체적으로 혁신성은 창조적 아이디어로 새로운 프로세스, 신제품 또는 신서비스를 개발하는 능력이며, 문제해결에 대한 적극적인 자세를 말한다(Peter and Waterman,1982; 이재훈 등, 2007).

위험감수성은 기업가정신의 핵심적인 요소 중 하나로 역사적으로 가장 오랫동안 강조되어온 특성이다. 여기서 위험(risk)은 무모한 위험이 아니라,현재 시점에서 활용이 가능한 모든 수단을 통해 예측된 ‘계산된 위험(calculated risk)’을 의미하는 것이다(강병오 등, 2010).

먼저 위험감수란 위험에도 불구하고 기회를 포착하고 추구하는 방식이며, 불확실한 예상임에도 불구하고 과감히 도전하려는 의지이며(Miller & Friesen, 1982), 그러한 어려운 상황 속에서 과감한 의사 결정 및 행동하는 성향으로 볼 수 있다. 기업가가 적극적으로 위험을 감수하려는 의지를 나타낼 때, 조직 구성원들은 경쟁 우위에 집중하게 된다.

위험감수성은 알려지지 않은 새로운 시장으로의 진입이나 불확실한 결과에 대한 대담한 모험을 나타내는 특성이다. 이는 종종 자원을 대규모로 투자하거나 과도한 차입과 같은 무모한 행동으로 드러날 수 있다. 따라서 위험감수성은 실패로 인한비용이 큰 사업에 대해서도 기꺼이 보다 많은 자원을 투입할 수 있는 것을 말한다(Miller and Friesen,1983).

또한, 위험감수성은 기업이 새로운 사업성공의 확신이 없을지라도 과감한 활동을 통해 새로운 사업기회를 포착하는 능력으로 정의하고, 실제 기업의 경영 환경 내에서 위험을 수반하는 인적·사업·재무 위험감수성으로 세분화하였다(Lumpkin & Dess, 2001).

게다가 위험감수성은 시장의 불확실한 상황과 인적, 물적 자원이 부족한 상황에서 시장 기회를 창출하기 위한 최고경영자의 의지와 경영 기조로 해석될 수 있다. 따라서 위험감수성이 있는 경영자에 대해서 무조건적인 위험을 감수하기보다는 위험을 예측하고 통제하는 사람이며, 위험은 계산된 위험이라고 주장하였다(배종태, 차민석, 2009).

진취성(proactiveness)이란 시장 내 경쟁자에 대한 적극적인 경쟁의지와

우월한 성과를 창출하려는 의지를 보이거나 시장 내 지위를 변화시키기 위해 경쟁업체에 대해 직접적이고 강도 높은 수준으로 도전하는 자세(Lumpkin and Dess, 1996), 적극적으로 새로운 시장수요에 부응하려는 경영활동(이춘우, 1999) 등으로 정의된다. 김기대(2019)는 진취성은 선구적인 행동이며, 새로운 기회를 발굴하는 적극성(Lumpkin & Dess, 2001)과 결부되기도 하였으며, 조직이 핵심 사업영역에서 다른 조직의 뒤를 따르기보다 선도하는 정도를 일컫기도 하며, 경쟁자 보다 앞서 새로운 제품 및 서비스를 생산하는 등 기회를 모색하고 미래를 내다보며, 변화를 창출하고 환경을 조성해야 할 필요성에 대한 인식에 따라 행동하는 태도라고 정의하기도 한다(Covin and Slevin, 1989).

선행 연구에서는 진취성에 대해 자사가 경쟁기업보다 더 빨리 신제품이나 서비스를 소개하고 도입하여 혁신을 추구하며, 이를 통해 시장에서 우위를 차지하고자 하는 진보적인 성향으로 설명하고 있다.

선행 연구를 고려하여 본 연구에서는 진취성을 시장의 선점을 목표로 하는 적극적인 태도로 정의하며, 시장의 변화와 수요를 예측하고 새로운 산업에서의 기회를 파악하는 능력으로 설명하고 있다.

최동주(2011)는 진취적인 기업가가 다른 기업가들보다 더 공격적으로 경쟁하며, 단순히 경쟁자들의 행동에 대응하는 것이 아니라 자신이 선제적으로 새로운 제품, 서비스, 관리 기법 등을 소개하려고 노력한다고 설명했다.

이러한 기업가정신에 대하여 서구에서는 기업가정신이 기업을 효과적으로 혁신시키고 대외 경쟁력 향상뿐만 아니라 종업원의 사기와 생산성을 높이며, 본질적으로 경영성과를 증대시킨다고 하는 많은 연구결과들이 있다(Stevenson and Gumpert, 1985; Person, 1989; 김종관, 1994; 이재훈 등, 2007). 그러나 외식 프랜차이즈 산업과 관련하여 기업가정신에 대한 연구는 아직 충분히 이루어지지 않았다. 그동안 국내에서는 기업가정신과 기업 성과에 대한 연구가 대부분으로서 이들의 연구는 대부분 특정산업에 치중하고 있거나 산업 구분을 하지 않고 있으며(정덕화·송윤현, 2006), 특히 외식 프랜차이즈 신상품 개발성과와 관련한 연구는 이루어지지 않고 있다.

2.3. 가맹점사업자의 기업가 정신

가맹점사업자의 기업가 정신에서 먼저 가맹점사업자란 가맹사업거래의 공정화에 관한 법률 제1장총칙의 제2조(정의)에서는 “가맹점사업자라 함은 가맹사업과 관련하여 가맹본부로부터 가맹점운영권을 부여받은 사업자”를 말한다. 또한, 가맹점사업자는 “영업표지의 사용과 경영 및 영업활동 등에 대한 지원·교육의 대가로 가맹금을 지급하는 지속적인 거래관계’로 정의하고 있으며, 법률적 관점에서 바라보면, 가맹점사업자에게 가맹점운영권을 부여하는 사업자를 가맹본부라 하고 가맹사업과 관련하여 가맹본부로부터 가맹점 운영권을 부여받은 사업자를 가맹점사업자라 한다(가맹사업거래의공정화에 관한 법률 제2조;장미화, 탁진국 2017)

윤성욱과 박성일(2008)은 가맹점사업자의 기업가정신이 기업가정신이 가맹점 사업자에게 있어 가맹본부의 시장지향성에 영향을 미치고, 이로써 가맹점의 성과 향상에 기여한다고 주장하고 있다.

함성필(2014)은 가맹점 사업자가 재무적 성과를 개선하기 위해 다양한 아이디어를 추진하고 비용을 절감하기 위한 혁신적이고 효율적인 운영 노력이 필요하다고 주장했다.

2.4. 기업가정신 선행연구

기업가정신에 관하여 수많은 연구들이 이루어져 왔다. Covin & Slevin(1991)은 기업행동 관점에서 기업가정신에 대한 개념적 모형을 제시했다. 이 모형에서 기업가적 태도는 혁신성, 진취성, 위험감성으로 구분되어 있다. 또한, 기업의 내외부 환경, 기업전략, 조직 내부에서 발생하는 변수 간의 관계를 검증하고, 기업가정신과 성과 간의 이론적인 영향관계를 설명하였다.

연구 결과로는 기업가정신이 성과의 종속변수이며, 기업가적 행동이 신사업 창출에 기여하며 이를 통해 경쟁우위를 확보하고 추가적인 재무적 보상을 얻는 중요한 요인이라고 강조했다.

Lumpkin & Dess(1996)은 기업가정신에 대한 개념을 소개하고, 성과와의 관계를 설명하기 위한 상황적인 틀을 제안했다. 이 연구에서는 성과의 결정 요인으로 환경적 요인과 조직적 요인을 강조하였다.Vaitheeswaran(2007)은 기업가정신의 핵심은 위험 감수성과 모험성에 있다고 강조했다. 특히, 중소기업은 실패 가능성이 높은 사업에 도전하고 위험을 감수함으로써 사업 성공과 기업 혁신을 이루어낸다고 주장했다.

혁신성은 19세기 슈페터에 의해 제시된 개념으로, 해당 산업에서 새로운 제품, 서비스, 제품 라인 등을 추구하고자 하는 경향을 나타낸다. 이는 제품 생산과 관련된 다양한 기능을 변화시키려는 의도를 반영한다. Peter Drucker는 혁신을 최고경영자의 특별한 수단으로 인식하며, 여러 사업이나 서비스에 대한 기회를 모색하는 변화의 수단으로 간주하고 있다. 또한 혁신을 혁신의 독창성과 시장에 소개되는 혁신의 수에 따라 비약적 혁신과 기술적 혁신, 일상적 혁신 등의 세 가지 유형으로 혁신 추구의 정도를 구분하였다(Hisrich, 1986).

이러한 혁신성은 초기 최고경영자에게 나타나는 가장 강력한 특성 중 하나로, 기업의 성장과 발전에 상당한 영향을 미칠 수 있다. 김종관(1998)은 위험감수성을 예측 가능한 수익률의 낮은 위험한 사업보다 고 위험 사업을 더 선호하는 경향으로 정의하며, 이는 용기를 갖고 적극적으로 기회를 추구하고자 하는 의욕을 나타낸다. 이러한 정의는 최고경영자를 수익 창출을 위해 행동하며, 위험을 가정하고 감수하는 사람으로 보며, 이 관점은 많은 학자들에게 지지를 받고 있다. 그 이후 행동과학자들을 중심으로 위험감수성이 기업가정신의 중요한 특성으로 인정되고, 다양한 이론적 및 실증적 연구가 시도되고 있다.

진취성은 해당 산업에서 경쟁자들보다 더 앞서 시장 변화와 제품 개발 등에 참여하고자 하는 데에 적극적인 행동과 전략으로 정의된다.

진취적인 최고경영자는 경쟁사에 대응하는 데 그치지 않고, 새로운 제품을 개발하고 새로운 서비스를 도입하기 위해 노력한다. 이론적 배경에서 언

급한 대로, Covin과 Slevin의 연구를 토대로 진취성은 현재까지도 기업가 정신의 주요 특성으로 연구되고 있다.

앞서 살펴본 연구를 통해 현재 기업가정신의 효과성에 관하여 명확한 규명은 이뤄지지 않았으나, 선행연구들의 분석 결과를 바탕으로 기업가정신은 기업 성과를 개선시키는 요소로 예상할 수 있다(김기대,2019).이후 Zahra(1991)의 조사에서는 기업가정신에 영향을 미치는 환경, 전략, 조직적 변수 간의 상호작용을 가정하고, 각 변수와 기업가정신 간의 영향관계를 실증적으로 분석하여 확인하였다. 분석 결과에 따르면, 기업가정신이 수익성의 성장에 긍정적인 영향을 미친 것으로 나타났다.

Zahra & Covin(1995)은 기업가적 행동이 새로운 역량의 구축이나 기존 역량의 재활성화를 통해 새로운 지식을 창출하고, 이를 통해 기업 성과를 향상시킬 수 있다고 주장하며, 기업가정신과 성과 간의 유의한 관계를 확인했다. 그러나 다른 연구자들은 기업가정신과 경영성과 간에 부정적인 관계가 있다고 주장했다. Hart(1992)는 기업가정신이 성과에 부정적인 영향을 미칠 수 있다고 주장하며, 특히 전략 수립 단계에서 기업가정신이 성과 저하에 기여할 수 있다고 주장했다. 전윤철·추승엽·임성준(2017)에 따르면 대부분의 연구들은 기업가정신이 높을수록 경영성과가 높을 것이라는 전제에 기반하고 있다고 설명하며, 기업가정신의 세 가지 구성요소들이 각기 독립적으로 존재할 수 있지만 상호작용하여 단일한 개념으로 나타날 수 있으며, 이를 종합적으로 고려하는 것이 일반적이라고 설명했다.

이러한 관점에서, 대부분의 연구는 혁신성, 위험감수성, 진취성이 상호작용하여 나타나는 단일 차원의 기업가정신이 조직성과에 미치는 긍정적인 영향을 분석하고 있다고 소개되었다. 하지만 초기 연구의 범위를 넘어 기업가정신의 영향이 지속적으로 나타날 수 있는지에 대한 논의가 등장하고 있다. 기업가정신의 단일 개념 또는 개별적인 구성요소들이 성과에 미치는 영향은 기업이 직면한 환경, 규모 등 상황에 따라 다르게 나타날 수 있다는 관점이

현재 제시되고 있다. 특히, 조직규모가 증가하면 의사결정의 공식화 정도가 변할 수 있으며, 다양한 인력을 확보함으로써 혁신과 성과에 영향을 미칠 수 있다는 주장이 있다.

반대로, 혁신, 위험감수성, 진취성을 추구하기 위해서는 규모가 작고 경영자원이 부족한 조직들이 이를 발휘하고 유지하기 어려운 속성을 가질 수 있으며, 이를 위해 조직 내에서 광범위한 투자가 요구될 수 있다는 관점도 제시되었다.

그러나 현재로서는 프랜차이즈와 같은 특수한 사업방식 및 소규모의 개별 가맹점에서도 기업가정신과 사업성과 간의 관계가 동일하게 적용될 수 있는지에 대한 충분한 실증적 연구가 아직 진행되지 않고 있는 상황이다.

2.5. 혁신 행동

일반적으로 혁신은 새로운 제도나 시스템 등의 형태로 나타나며 이전과는 다른 전환적인 변화를 의미한다(윤선영, 백정미, 2017). Amabile, Barsade, Muller와 Staw(2005)는 현대 조직의 핵심 전략 중 하나인 혁신에 대해 조직 구성원 개개인이 다른 구성원이나 조직에 유익한 새로운 아이디어를 개발하고 선택하여 제품, 서비스, 운영 방법으로 활용하는 과정으로 정의하고 있다.

Tidd & Bessant(2009)에 따르면, 혁신은 주어진 기회에서 새로운 아이디어를 찾고, 그 다음에는 해당 아이디어를 더 광범위하게 사용되는 제도로 이동시키는 과정으로 정의된다. 또한, Rogers(2003)는 혁신을 다른 수용자들에게 새로운 것으로 인식되는 아이디어, 실행, 또는 대상 등으로 정의하였다. 혁신은 조직이 경쟁력을 유지하기 위해 과업 수행과 전략의 핵심적인 요소로 삼고 있으며, 이에 따라 성공적인 혁신은 성과 향상에 기여할 수 있다.

과거의 혁신 연구는 혁신의 다양한 단계를 고려하여 혁신과 영향 요인 간의 상황적 관계를 규명하려는 상황적 접근법과 혁신의 특정 단계를 고려하지 않고 일반적인 관계를 밝히려는 일반론적 접근법으로 나뉘었다. 일반적 접근법을 통해 혁신행동의 영향 요인을 조사한 연구들은 다양한 수준에서 진행되었는데, 이 중에서 조직 수준의 환경적 요소인 조직구조, 수요자, 공급자, 경쟁자와 같은 외부 요인, 그리고 연구개발 능력, 재무 능력, 생산 능력과 같은 내부 요인, 그리고 전략과 조직문화와 같은 조직 수준의 요인들이 구성원의 혁신행동에 영향을 미친다는 주장이 많이 제기되어 왔다.

그 가운데 조직문화는 조직의 구성원들이 조직생활을 통하여 학습하고 공유하는 신념, 규범, 관행으로 조직성원들의 생각과 의사결정 및 행동에 방향성과 힘을 부여하고 특히, 구성원 행위특성과 밀접한 관계가 있는 것으로 보고되어왔다(Tushman & Nadler, 1986; 최인옥 · 박지환 · 선종규, 2011)

혁신은 습관적이고 편리한 활동이 아니라, 성공을 얻기 위해 효율성을 구성원들에게 구체적으로 제시하여 동기 부여되어야 하며, 지식 공유 및 능력 개발이 함께 이루어져야 한다. 뿐만 아니라 조직에서는 다양한 시각, 능력, 기술을 보유한 구성원들을 적극적으로 찾아내어, 이들이 사회화 과정을 통해 스스로 혁신 가치를 수용하고, 조직 규범으로서의 혁신행동을 적극적으로 지원해야 한다.

이와 같이 혁신은 주로 목적 기반과 대상 기반으로 크게 두 가지로 분류되며, 목적 기반의 연구에서는 혁신이 정확히 무엇인지를 정의하는 것부터 시작하여 혁신의 개념을 다루고 있다. 그러나 대상 기반에 대한 연구에서 혁신의 프로세스에서 중요한 역할을 하는 수행자들이 혁신을 더욱 효율적으로 이끌어 나가는 방법에 초점을 두고 있다(Archibugi & Sirilli, 2000).

또한, King & Anderson(2002)은 혁신과 혁신행동을 구분해서 설명하였는데 혁신은 새로운 아이디어를 개발하고, 그 아이디어는 조직 구성원들 간에 의견을 교환하고 채택하며 실행되는 단계적인 내재화 과정으로 설명되었으며, 혁신행동은 각 조직 구성원이 소속된 조직의 성과에 기여할 수 있는 모든 활동으로 정의되었다.

앞서 언급한대로 King & Anderson(2002)은 조직의 혁신 과정에 중점을 두고 혁신행동을 정의하였다. 비슷한 맥락에서 Kanter(1988)는 혁신행동을 문제인식, 아이디어 도입, 아이디어에 대한 지원자 탐색 및 아이디어를 실현하여 제품이나 서비스, 업무 프로세스 등을 실현하는 과정으로 정의하였다.

또한, Xerri & Brunetto(2013)는 근무장소에서 발생하는 문제를 해결하고자 하는 과정에서 효율성과 효과성을 높이는 행동을 혁신행동으로 정의했다. 이러한 정의들은 혁신행동을 조직의 입장에서 바라본 결과에 중점을 두며, 혁신이 진행되는 과정에 주목하는 내용으로 나타나고 있다.

반면에, Janssen(2000)은 혁신행동을 조직 내에서 개인 구성원이 아이디어를 개발하고 홍보하며 실행하는 행동으로 정의하였다.

또한, Yuan과 Woodman(2010)은 혁신행동을 조직 구성원들이 자발적으로 새로운 아이디어를 생성하거나 도입할 뿐만 아니라 해당 아이디어를 실현

하는 행동으로 정의하였다. 이러한 정의들은 주로 혁신이 조직 구성원 개인의 창의성이나 능동성 등 개인 행동에 의해 촉발된다는 관점에 초점을 맞추고 있다.

이와 같은 맥락에서 Scott와 Bruce(1994)는 혁신행동을 개인의 업무 역할 뿐만 아니라 조직 성과 향상을 위해 최적의 아이디어를 개발하고 실현하는 행동으로 정의하였다. 이상에서 살펴본 바와 같이 혁신 혹은 혁신행동에 대한 정의들은 이들이 이루어지는 수준에 따라 구분되는데, 조직 수준의 혁신은 혁신의 과정 즉 새로운 아이디어를 개발하고, 홍보하여, 실행하는 일련의 과정에 초점을 두고 있는 반면, 개인 수준의 혁신은 개인이 수행하는 업무 활동에 초점을 두고 있으며 이를 혁신행동 이라고 한다(김홍복,2019). 그러나 혁신과 혁신행동의 개념적인 차이에도 불구하고 많은 연구자들이 공통적으로 주장하는 것은 혁신행동이 개인의 주도적인 업무수행에서 비롯되고, 업무 성과 향상을 목적으로 한다는 점에서 유사성을 갖는다고 한다(West & Farr, 1990).

결국 혁신행동은 개인의 행동에서 비롯되며, 이러한 행동들은 조직의 성과에 기여할 수 있다. 조직 내에서 혁신이 발생하는 것은 결국 개인의 혁신행동이 존재함으로써 일어난다고 해석할 수 있다. 따라서 조직 내의 혁신 과정에서 중요한 것은 조직구성원 개인의 혁신 의지가 반드시 필요하다는 것이다(김종우, 김일천, 이지우, 2004; Scott & Bruce, 1994; Yuan,Woodman,2010).

혁신의 개념과 정의는 HRD 용어사전에 따르면, 기술의 발전과 개혁이 경제에 도입되어 새로운 경제 구조가 형성되는 것으로, 신제품의 제조, 혁신적인 생산 방법의 도입, 신자원의 개발 및 활용, 신시장의 개척, 그리고 새로운 조직 구조 달성을 통해 생산요소를 혁신적으로 결합하는 것을 의미한다. 또한, 기업의 이익 창출 및 정태적인 균형 파괴, 동태적인 경제 발전은 주로 이러한 혁신에 의존된다고 언급되었다. 그리고 기업 경영에서 주로 사용되던 기업 혁신, 경영 혁신, 기술 혁신, 프로세스 혁신 등의 개념들이 이제 정부나 행정, 공공 기관에서도 널리 사용되고 있다. 그러나 대부분의 사람들은 혁신의 본질과 정체, 그리고 누가 혁신을 실행해야 하는지에 대해 명확한 답변을

내리기 어렵다.

혁신행동은 개인이나 조직이 업무와 성과를 향상시킬 수 있는 일련의 행동으로 설명할 수 있다. Collins & Porras(1994)는 불확실한 경영 환경에 직면한 기업들이 새로운 아이디어를 제품이나 서비스로 실현하기 위한 노력이 기업의 생존과 적극적 성장을 위한 반드시 필요한 요소로 간주된다고 언급하였다.

조직이 지속적인 경쟁 우위를 유지하려면 혁신행동을 적극적으로 수행하는 것이 핵심적인 요소가 된다. 조직이 장기적으로 존재하고 발전하기 위해서는 구성원들이 스스로가 능동적, 혁신적으로 변화를 주도해야 하기 때문에 혁신행동은 리더에 의해 촉진되거나 조직 내부적인 지원을 통해 지속적으로 강화되어야 할 덕목이다(주세영, 정인성, 김정식, 박동희, 2015).

혁신행동에 대한 정의는 차이가 있지만 기본적으로 조직 구성원들이 자신이 소속팀, 단체, 직무에 새로운 아이디어, 산출물, 절차 등을 의도적으로 제시하고 적용하는 행동을 의미한다(King & Anderson, 1990).

Kanter(1988)는 혁신행동을 개인이 문제를 인식하고 새로운 아이디어 및 해결방법을 생성하고 채택하는 단계부터 아이디어에 대한 지원자를 찾고, 연합체를 구축하며, 제품이나 서비스, 공정 등을 만들어내는 아이디어를 실행하는 전 과정의 행동으로 정의하였다. 김일천(2003)은 혁신행동은 문제를 인식하여 아이디어의 선택, 개발, 실천, 확산 과정을 거쳐 이루어진다고 하였다(리·원페이,2020).

즉, 혁신행동은 새로운 및 받아들일 수 있는 아이디어를 찾는 것, 해당 아이디어를 자신의 잠재적인 실행자들에게 홍보하는 것, 아이디어 실현을 지원해 줄 수 있는 힘을 가진 지원자를 찾기 위해 다양한 노력을 기울이는 것, 그리고 아이디어의 실행과 확산으로 실제 효과를 얻을 수 있도록 혁신 모델을 개발하는 등 다양한 활동을 아우르는 개념이다.

장동걸(2006)의 연구 결과를 분석한 결과, 혁신행동은 문제 인식을 기반으로 문제를 해결하기 위해 새로운 아이디어를 제안하거나 외부 아이디어를 적극적으로 수용하여 조직 내에서 활용하고 확산시키는 과정으로 정의되었다. 그리고 김해룡과 양필석(2008)은 업무 상의 문제를 해결하기 위해 새로운

아이디어를 생각하고 적용하며 실행하는 직무와 관련된 행동과정으로 정의하였다. 또한, 민병철(2012)은 업무 수행 중에 새로운 아이디어를 생각하고 변화를 촉진하며 독창적으로 과업 문제를 해결하기 위한 시도와 지속적인 혁신에 대한 구성원들의 의도적인 활동으로 설명하였다.

또한, 최범호 등(2015)의 연구에 따르면, 혁신활동은 문제를 인식하고 새로운 아이디어를 채택하며, 선택된 아이디어에 대한 지원자의 지지를 구축하고, 적절한 구체적인 계획을 통해 개발된 아이디어를 실현하는 활동으로 정의하였다. 이상의 선행연구에서는 아이디어 및 창조, 아이디어의 홍보와 후원자 지원 확보, 그리고 아이디어를 실행함으로써 혁신적인 행동과 작업을 혁신행동의 개념으로 제시하고 있다는 것을 확인할 수 있다.

<표2-1>는 선행연구에서 정의한 혁신행동의 개념을 정리하였다.

<표 2-1> 혁신행동 정의

연구자	혁신행동의 정의	특징
King & Anderson(2002)	새로운 아이디어가 발생하고, 해당 아이디어가 구성원 간 합의를 거쳐 조직 내에서 실행되고 흡수되는 전반적인 과정을 의미.	아이디어를 새로 개발하고 홍보하며 실행하는 일련의 과정에 중점을 둔 정의
Xerri & Brunetto(2013)	일터에서 일어나는 문제를 해결하는데 있어 효율성과 효과성을 높이는 과정.	
Farr & Ford (1990)	조직구성원의 과업 역할에 새롭고 유익한 아이디어를 개발하고, 방법, 과정, 절차를 획기적으로 변화시켜 수행성과를 향상시키는 행동(김홍복,2019).	개인이 수행하는 업무 활동에 초점을 두는 정의
Scott & Bruce(1994)	자신의 업무 역할뿐 아니라 조직의 성과 증진을 위해 최적의 아이디어를 개발하고, 실현하는 행동(김홍복,2019).	
Rogers(2003)	조직 내에서 구성원들이 새로운 아이디어를 도입하고 이를 실행하는 전반적인 활동을 의미	
yuan & Woodman(2010)	조직 구성원들이 새로운 아이디어를 자발적으로 발생시키거나 도입뿐만 아니라 그러한 아이디어를 실제로 실현하는 행동을 포함.	
West & Fart(1989)	특정 단위에 의도적으로 새로운 아이디어, 절차, 생산물을 도입하고 적용하는 것을 의미한다. 이 프로세스는 해당 단위(역할, 집단, 조직 등)에서의 성과 및 사회적 영향을 높이기 위해 설계되어 있다.	
김일천(2003)	기존 문제를 인식하고 아이디어를 선택하며, 실천 및 확산의 과정을 거쳐 이루어지는 활동	
최범호등 (2015)	문제 발견을 기반으로 한 창의적인 아이디어 도출, 선택된 아이디어를 구체화하기 위한 지원 체계의 구축, 적절한 세부 계획 수립을 통해 아이디어를 실현하는 과정.	

*출처 : 선행연구를 바탕으로 연구자 재작성

2.6. 경영성과

경영성과란 기업의 경영활동을 통해 얻어지는 결과를 의미하며, 이는 기업 경쟁력의 중요한 출처로 간주된다. 기업 경쟁력을 평가하는 데 있어 경영성과는 중요한 척도로 활용된다. 구원일(2019)은 "경영성과는 매출액, 이익, 수익성 등의 재무적 지표와 고객 만족 등과 같은 정성적 지표인 비재무적 지표로 구분할 수 있는데, 이러한 경영성과는 기업경영에 있어서 효율성을 나타내는 지표로 활용되고 있으며, 다양한 측정변수에 의해 영향을 받고 있다"고 하였다.

또 한편으로는, 조직의 목표달성도 조직이 필요로 하는 자원획득을 위한 환경의 개척 능력, 변화하는 환경에 대한 적응 및 생존능력, 인적자원개발과 구성원의 욕구를 충족시키는 조직능력, 기업의 생산성 또는 수익성 등으로 정의된다(김범중, 1990).

외식업의 경영성과에 대한 선행연구를 살펴보면 성창수(2011)는 일정 기간 경영활동의 결과로 얻은 종합적인 성과와 조직활동의 효율성을 평가하는 수단으로 정의하였고, 타사 대비 매출액, 성장률, 타사 대비 투자 수익성 등의 재무성과와 고객만족도, 이미지의 수준 등의 비재무적 성과로 구분하였다(김성욱·이종호, 2023).

김성욱·이종호(2023)는 재무적 성과로는 순이익증가율, 매출액증가율, 시장점유율 등을, 비재무적 성과로는 단골고객 유지율, 기존고객 유지율, 신규고객 유지율, 불평 고객 감소율 등을 구분하고 있다.

재무적 성과에 관하여 김재근(2010)은 "기업의 경제적 활동의 결과는 재무적 성과로 나타나는데, 재무적 성과로는 수익성 및 성장성을 사용한다 수익성이란 경영활동을 수행한 결과 얻게 되는 이익을 뜻한다"고 하였다

김호곤(2011)은 경영자의 리더십이 경영성과에 영향을 미치며, 이러한 영향을 만드는 주요 요인으로는 모험정신, 변화 추구, 성취적 성향 등이 있다고 언급하였다. 또한, 이러한 차별화된 전략이 기업의 경영성과를 향상시키는 긍정적인 영향을 미친다고 주장하였다.

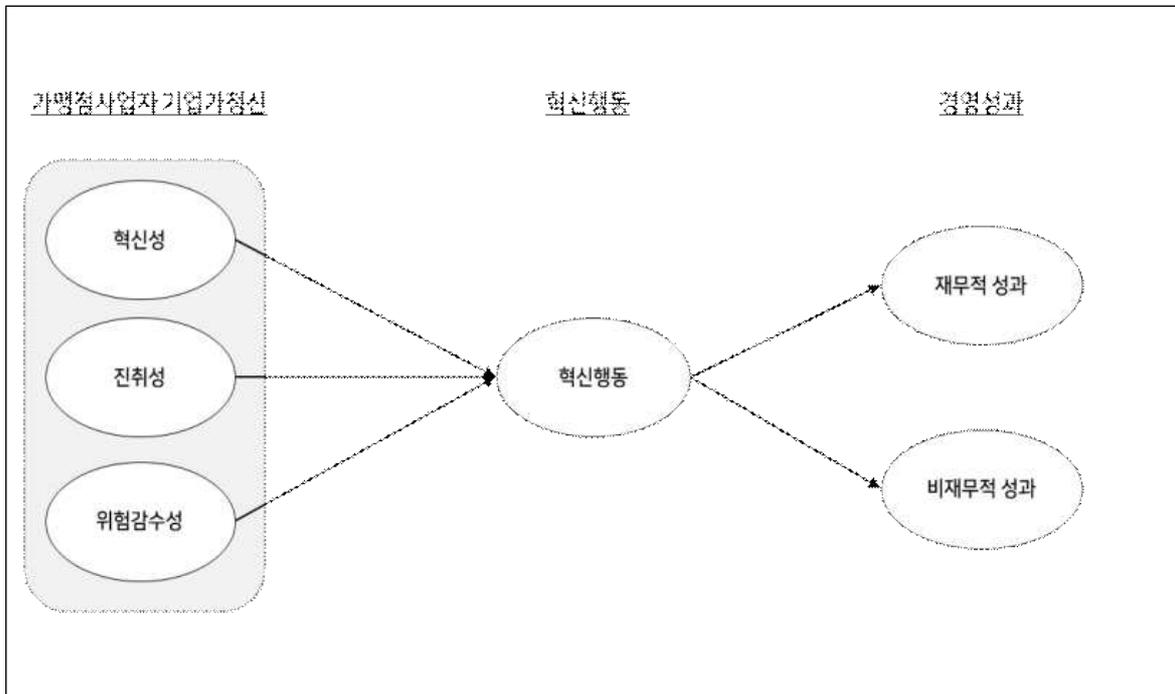
함성필(2009)은 국내 가맹점사업자 대상 실증연구를 통해 가맹점사업자의 다양한 아이디어, 추진, 비용절감을 위한 혁신, 효율적 운영을 위한 노력 등의 운영관리 능력이 재무적 성과에 유의한 영향을 미치는 것을 발견하였다(장미화,2015).

이에 본 연구에서는 가맹점의 경영성과를 가맹점에서 일정 수준의 성과 산출 목표로 가맹점을 운영한 결과로 얻어지는 수익과 성장의 재무적 성과라고 정의하고, 가맹점사업자에게 코칭 프로그램을 적용하여 가맹점사업자의 자기결정성과 코칭행동 향상으로 사업에 몰입하고 잠재력을 발휘하여, 궁극적으로는실제적인 매출 향상 및 경영성과적인 부분에있어 정적인 영향을 줄 것이라고 생각한다(장미화·탁진국, 2017).

Ⅲ. 연구설계

3.1 연구모형

본 연구에서는 가맹점사업자 기업가정신이 혁신행동 및 경영성과에 미치는 영향을 검증하기 위한 목적으로 연구를 수행하고자 한다. 본 연구의 목적을 달성하기 위하여 앞에서 살펴본 선행연구를 토대로 [그림 3-1]과 같이 연구의 모형을 구성하였다.



<그림 3-1> 연구모형

3.2 연구 가설

3.2.1 가맹점사업자 기업가정신과 혁신행동과의 관계

프랜차이즈 사업은 통일성을 확보하기 위한 표준화된 가맹본부의 지도 및 통제를 기반으로 작동하게 되는데(고수현, 2021), 가맹본부는 각 가맹점의 최적화된 시스템을 제공하기보다 표준화된 메뉴와 인테리어를 제공한다. 이 같은 과정에서 가맹본부와 가맹점 간 상호의존도가 높아 갈등이 크게 잠재하고 있다(임영균·박주영, 2019). 또한, 가맹본부와 가맹점 간 경영규모와 수익의 원천 등에 따라 지각의 차이가 나타나는데(박성진·박경도·이호택, 2022), 이에 따라 프랜차이즈의 경영성과를 개선하기 위하여서는 가맹본부의 고품질의 제품과 서비스 제공 노력과 가맹점주의 프랜차이즈 메뉴와 서비스 제공 과정에서 최적화 노력이 필요하다(김창봉, 박대일, 2023). 프랜차이즈 가맹점주의 기업가적 지향성은 소비자의 반응을 감지하고 제품 및 서비스 개선을 위한 중요한 정보를 가맹본사와 나눈다는 측면에서 나타난다(윤성욱·박성일, 2008). 특히, 프랜차이즈 가맹점은 사업 특성상 중소기업이다 보니 가맹점주의 노력이 사업 활성화에 많은 영향을 미친다(최명길·심재후·김명기, 2012).

기업가정신과 혁신행동과의 관계를 연구한 선행연구를 살펴보면, 장수덕·최석봉(2013)은 기업가 정신이 중간 관리자의 업무 행동에 미치는 영향을 파악하였으며, 정은하·엄미선(2012)은 기업가 정신은 조직 구성원의 혁신행동에 직접적인 영향을 미친다고 하였다. 기업가정신의 구성 요인 중 경영자의 진취성 위험감수성은 직원의 혁신행동에 유의한 영향을 미친다고 하였다.(권혁가·손헌일, 2014). 따라서 본 연구는 프랜차이즈 가맹점사업자의 기업가정신이 혁신행동에 긍정적인 영향을 미칠 것으로 기대하고 다음과 같은 가설을 설정하였다.

H1. 가맹점사업자 기업가정신은 혁신행동에 정(+)²의 영향을 미칠 것이다.

H1-1. 혁신성은 혁신행동에 정(+)²의 영향을 미칠 것이다.

H1-2. 진취성은 혁신행동에 정(+)²의 영향을 미칠 것이다.

H1-3. 위험감수성은 혁신행동에 정(+)²의 영향을 미칠 것이다.

3.2.2 혁신행동과 경영성과와의 관계

혁신행동은 문제의식을 바탕으로 이를 해결하기 위해 정보를 탐색하고 대안을 찾아 문제를 해결하려는 노력을 하거나 새로운 아이디어를 생성하거나 적극적으로 수용하여 활용하고 이를 확산시켜 나가는 일체의 과정으로(홍완기, 2016), 방태연 등(2016)은 문제의 인식과 새로운 아이디어 및 해결책을 생성하고 아이디어의 실현을 위해 지지를 얻고 이를 통해 혁신을 위한 시작품을 만드는 것이라고 하였다.

외식 프랜차이즈 가맹점의 경영성과는 가맹본부의 프랜차이즈 지원 시스템과 가맹점주의 가맹점 운영과정에서 다양한 운영적·비재무 성과 및 실질적인 재무적 성과가 나타난다(김창봉·박대일, 2022). 프로세스 혁신은 경영성과 향상을 위해 경영상 나타나는 전반적인 운영, 인사, 조직, 파트너십, 유통, 물류 등 경영활동의 전환을 의미한다. 주로 공급망관리(Supply Chain Management; SCM)의 개념을 중심으로 기업 내부 체계의 전환이나 외부 파트너십 전환을 중심으로 경영성과에 긍정적인 영향을 미치는 것으로 제시되었는데(봉강호·박재민, 2018; 장길상·문성일·송정수, 2015), 본 연구에서는 이를 가맹점사업자의 기업가정신을 통해 나타나는 혁신행동이 경영성과에 미치는 영향을 검토하고자 한다.

H2. 가맹점사업자의 혁신행동은 가맹점 경영성과에 정(+)²의 영향을 미칠 것이다.

H2-1. 혁신행동은 재무성성과에 정(+)²의 영향을 미칠 것이다.

H2-2. 혁신행동은 비재무성성과에 정(+)²의 영향을 미칠 것이다.

3.3 변수의 조작적 정의

3.3.1 가맹점사업자의 기업가정신

본 연구는 프랜차이즈 가맹점 사업자의 기업가정신이 혁신행동 및 경영 성과에 미치는 영향을 파악하고자 혁신성, 진취성, 위험 감수성, 혁신행동, 경영성과의 요인을 설정하고 측정을 위하여 선행연구를 바탕으로 변수를 구성하였다.

혁신성은 프랜차이즈 가맹점사업자가 경영상 나타나는 문제를 해결하거나 성과를 향상하고자 하는 노력의 정도를 의미하며(금융필.김관수.장영혜, 2020; 김재근 2009), 신메뉴나 서비스에 대한 마케팅 중요성, 새롭고 독창적인 아이디어의 수용, 경쟁업체와 다른 새로운 방식의 적용, 문제에 대해 새로운 해결책 개발, 새로운 제품이나 서비스에 대한 관심으로 5가지 측정문항을 구성하였다.

진취성은 프랜차이즈 가맹점사업자가 경영상 나타나는 문제와 성과개선을 위하여 가맹본부와 새로운 해결방식을 적극적으로 모색하는 정도를 의미하며(최주철.김학민, 2021; 김재근, 2009, 김기대, 2018), 가맹본부와 새로운 해결방식으로 모색, 경쟁업체보다 신속하게 대응, 시장트렌드 지속 파악, 신메뉴 빠르게 도입, 가맹점문제에 대한 창의적 해결방안의 5가지 측정문항으로 구성하였다.

위험 감수성은 프랜차이즈 가맹점사업자가 불확실한 추가 수익을 창출하고자 가맹본부가 제공하는 메뉴얼 이외에 위험을 감수하더라도 추가적으로 성과를 도출하고자 하는 정도를 의미하며(안태욱.강태원, 2019; , 2021, 김재근 2009), 가맹본부 경영전략 외 적극적 새로운 전략 수립, 가맹본부의 지원을 못받더라도 수익을 높이기 위한 전략 수립, 불확실성 높은 시장 환경에서 잠재적인 기회 도전을 포함하여 5가지 문항으로 측정요인을 구성하였다.

각 문항은 1에서 5까지의 리커트 5점 척도를 활용하여, 응답자가 매우 그렇지 않다(1점)에서 매우 그렇다(5점)까지 선택할 수 있도록 설계되었다.

<표 3-1기업가정신 측정항목>

구분	측정항목
혁신성	나는 신메뉴나 서비스에 대한 마케팅을 중요하게 생각한다.
	나는 새롭고 독창적인 아이디어를 적극 수용한다.
	나는 경쟁업체와 달리 새로운 방식을 적용하려고 노력한다.
	나는 문제에 대한 새로운 해결책을 개발하는 데 관심이 많다.
진취성	나는 가맹본부와 새로운 해결방식을 적극적으로 모색하려고 노력한다.
	나는 경쟁업체보다 좀 더 신속하게 대응하려고 노력한다.
	나는 시장 트렌드를 지속적으로 파악하려고 노력한다.
	신메뉴나 새로운 서비스를 가급적 빠르게 도입하는 편이다.
위험 감수성	나는 가맹본부의 전략에 위협한 부분이 있어도 적극적으로 추진하려는 성향이 있다
	나는 가맹본부의 전략에 불확실성을 감수하면서 과감히 의사결정을 한다.
	나는 가맹본부의 지원을 받지 못하더라도 수익을 높이기 위한 전략을 수립한다.
	나는 리스크를 안더라도 새로운 마케팅을 추진하려고 노력한다.

3.3.2 혁신행동

혁신행동은 문제의식을 바탕으로 이를 해결하기 위해 정보를 탐색하고 대안을 찾아 문제를 해결하려는 노력을 하거나 새로운 아이디어를 생성하거나 적극적으로 수용하여 활용하고 이를 확산시켜 나가는 일체의 과정(홍완기, 2015)으로 본 연구에서는 강민준(2023), 백성욱(2017)의 연구를 바탕으로 아이디어의 개발, 아이디어 지원을 받고자 노력, 제품의 개선방안 탐색, 교육 및 서비스 개발 실행 등 8개의 문항으로 구성하고 매우 그렇지 않다(1점)-매우 그렇다(5점)로 리커트 5점 척도를 측정척도로 이용하였다.

<표 3-2 혁신행동 측정항목>

구분	측정항목
혁신행동	나는 가맹점운영에서 문제를 해결하기 위한 새로운 아이디어를 개발한다.
	나는 가맹점운영에서 혁신적인 아이디어에 대한 지원을 얻고자 노력한다.
	나는 가맹점운영과 관련된 독창적인 방법을 고안하는 편이다.
	나는 가맹본부가 제공하는 제품의 개선방안을 착조가 노력한다
	나는 가맹본부가 제공한 상품이나 서비스에 잘못된 것이 없으면 바로 잡도록 노력한다
	나는 가맹본부가 제공한 교육수준 이상의 교육을 종업원에게 시행한다.
	나는 가맹본부가 제공하는 마케팅을 적극적으로 실행하고자 노력한다.
	나는 지역내 고객 맞춤형 서비스를 개발하고자 노력한다.

3.3.3 경영성과

경영성과는 다른 외식 프랜차이즈 가맹점과 비교하여 혁신행동을 통한 효율성 개선 정도를 의미하며(김창봉·박대일, 2022; Mangla et al, 2021), 본 연구에서는 백진성(2023), 김효철(2011)의 연구를 토대로 재무적 비재무적 성과로 구분하여 측정하였다.

재무적 성과는 혁신행동으로 인한 매출향상, 순이익 증대, 수익률, 경쟁 대비 성과로 구성하였으며, 비재무적 성과는 혁신행동을 통한 고객 만족도 및 고객 증가, 종업원생산성 증대, 신규고객 창출로 구성하고 매우 그렇지 않다(1점)-매우 그렇다(5점)로 리커트 5점 척도를 측정척도로 이용하였다.

<표 3-3 경영성과 측정항목>

구분	측정항목
재무적 경영성과	내 점포는 다른 가맹점에 비해 매출액이 높은 편이다.
	내 점포는 다른 가맹점에 비해 순이익이 높은 편이다.
	내 점포는 다른 가맹점에 비해 투자대비 수익률이 높은 편이다.
	내 점포는 주변 경쟁점포에 비해 장사가 잘된다.
비재무적 경영성과	내 점포는 다른 가맹점에 비해 고객만족도가 높은 편이다.
	내 점포는 다른 가맹점에 비해 효율적으로 점포를 운영하는 편이다.
	내 점포는 다른 가맹점에 비해 종업원들의 생산성이 높은 편이다.
	내 점포는 다른 가맹점에 비해 신규고객이 많은 편이다.

3.4 측정도구 구성 및 조사방법

3.4.1 연구방법 및 자료수집

본 연구는 프랜차이즈 가맹점사업자의 기업가정신이 혁신행동 및 가맹점 성과조사대상 기업의 선정은 공정거래위원회(2013)에 등록된 정보공개서 상의 자료를 통해 점포수 50개 이상의 가맹본부를 조사대상으로 선정하였다. 본 연구는 가맹점사업자의 기업가정신이 주요 변수이므로, 연구의 타당성을 높이기 위해 국내 프랜차이즈 가맹점 중 가맹점사업자가 직업 매장에 나와서 운영하고 있는 가맹점을 대상으로, 현재 가맹본부와의 계약기간이 6개월 이상 경과한 가맹점사업자를 표본 프레임으로 설정하였다.

설문 항목은 기존 선행 연구를 참고하여 본 연구의 목적에 더 부합하도록 몇 가지 수정과 추가를 통해 구성되었다.

자료 수집은 2023년 9월 20일부터 10월 30까지 설문조사를 통해 330명에게 배포하고 총 328부의 자료를 수집하였다. 이 중 일관성이 없다고 판단되거나 응답이 불성실한 설문을 제외한 후 최종적으로 313부를 분석에 사용하였다. 조사대상지역은 프랜차이즈 사업이 집중되어 있는 서울 및 수도권에 위치한 가맹점사업자를 대상으로 진행하였으며, 수집한 표본의 일반적인 특성을 파악하기 위해 빈도분석을 진행하였다.

본 연구에서는 가설을 검증하기 전에 타당성을 평가하기 위해 확인적 요인 분석을 수행하였으며, 이를 통해 신뢰도와 평균 분산 추출 값(average variance extracted; AVE)을 검토하였다. 최종 단계에서, 우리는 연구의 가설과 모형의 적합도, 그리고 인과관계에 대한 경로계수를 확인하기 위해 구조방정식 모형을 검증했다. 모든 분석은 SPSS Win Ver. 22.0 및 AMOS 22.0 소프트웨어를 활용하여 진행되었다.

<표 3-4> 표본 및 집단 설정

조사대상	프랜차이즈 가맹점사업자
표본 프레임	- 점포수 50개 이상의 외식프랜차이즈 - 6개월 이상 점포를 운영한 가맹점사업자
조사기간	2023년 9월 20일부터 10월 30일
설문배포방법	- 가맹점 직접 방문 - 슈퍼바이저 방문
설문방법	자기기입식 설문
표본수	330부 中 328부 회수, 313부 분석
표본 브랜드	치킨플러스, 주다방, 삼산회관, 세븐일레븐, 또래오래 역전할머니맥주, 이마트24, 미카도스시, 굽네치킨, 투썸플 레이스, 피자마루, 60계치킨, 백다방, 맘스터치, 명륜진사 갈비, 푸라닭, bhc, 교촌, 새마을식당, 커피빈, 원할머니보 쌈, gs25, cu, 메가커피, 본죽, 네네치킨, 피자마루등

3.4.2 설문지 구성

본 연구는 이전 연구 및 관련 문헌을 참고하여 수집된 자료를 기반으로 하여, 프랜차이즈 가맹점 사업자의 기업가정신이 혁신행동 및 경영성과에 미치는 영향 관계를 중심으로 설문 조사 문항을 작성하였다. 인구통계학적 특성을 제외한 모든 변수는 리커트 5점 척도를 사용하여 측정되었다. 설문대상자가 이해하기 쉬운 문장으로 설문지의 항목들을 구성하고 기존 선행연구에서 이미 타당성이 검증된 이전 연구에서 사용된 항목들을 기반으로 수정과 보완을 거쳐 활용하였다.

<표 3-5> 설문지 구성

주요 변수		설문항수	출처	척도
기업가 정신	혁신성	4	김기대(2018) 김재근(2009) 김현주(2022) 금융필 외(2020) 최주철 외(2021)	Likert type 5점 척도
	진취성	4		
	위험감수성	4		
혁신행동		8	강민준(2023) 백성욱(2017)	
재무적성과		4	백진성(2023) 김효철(2011)	
비재무적성과		4		

IV. 연구결과

4.1 조사 대상자의 일반적 특성

본 연구에서는 설문조사를 통해서 회수된 328부 중 불성실한 응답을 한 15부를 제외한 313부의 유효 표본을 연구 결과 분석에 사용하였다. 빈도분석을 통하여 분석에 사용된 응답자의 특성을 살펴본 결과는 아래 <표 4-1>과 같다.

해당 연구에서는 인구통계학적 특성으로 성별, 연령, 가맹점운영기간, 업종, 프랜차이즈 경험을 분석하였다.

먼저, 성별에 대해 알아보면 남성은 총 147명으로 전체 응답자의 47.1%를 차지하며, 여성은 166명으로 전체 응답자의 52.9%를 차지하였다. 또한, 연령에 따른 분포를 살펴보면, 40대 이상의 사회 경험과 경제적 능력이 충분한 사람들이 전체 응답자 중 31.6%를 차지하였다. 구체적으로는 40대 99명(31.6%), 50대 이상 120명(38.2%), 30대 78명(25.0%), 20대 16명(5.1%) 순으로 나타났다.

외식 프랜차이즈 가맹점의 운영기간은 3년~5년 미만 143명으로 가장 높은 45.6%의 비중을 차지했다. 그 외 1년~3년 미만 76명(24.2%), 5년~7년 미만 46명(14.7%), 7년~10년미만 23명(7.3%), 10년이상 14명(4.4%), 1년 미만 12명(3.7%) 순이다. 가맹점업종은 커피 124명(39.7%), 주류 90명(28.7%), 한식 58명(18.4%), 고기, 육류와 치킨이 각각 21명(6.6%)순으로 나타났다. 프랜차이즈 가맹경험은 없음이 205명 65.5% 유경험이 108명(34.5%)로 조사되었다.

< 표 4-1 > 인구통계학적 특성

	구분	빈도	퍼센트
성별	남자	147	47.1%
	여자	166	52.9%
연령	20대	16	5.1%
	30대	78	25.0%
	40대	99	31.6%
	50대 이상	120	38.2%
가맹점 운영 기간	1년 미만	12	3.7%
	1~3년 미만	76	24.2%
	3~5년 미만	143	45.6%
	5~7년 미만	46	14.7%
	7~10년 미만	23	7.3%
	10년 이상	14	4.4%
업종	한식	58	18.4%
	고기/육류	21	6.6%
	치킨	21	6.6%
	커피(음료)	124	39.7%
	주류	90	28.7%
프랜차이즈 가맹점 경험	있다.	108	34.5%
	없다	205	65.5%
합계		313	100%

4.2 확인적 요인분석

본 연구에서는 설정한 측정 변수들의 타당성을 검증하고, 그 구조가 타당한지 여부를 확인하기 위해 이론적 모델에 대한 적합도를 평가하는 분석으로 확인적 요인분석(Confirmatory Factor Analysis, CFA)를 진행하였다.

확인적 요인분석은 잠재변수와 관측변수 간의 관계 및 잠재변수들 간의 관계를 검정하는 것이며, 잠재변수와 관측변수의 요인 부하량을 측정할 수 있고 설정한 이론적 모델의 적합도를 평가할 수 있으므로 타당성을 측정하는데 유용하게 사용된다고 하였다(우종필, 2017). 일반적으로 모형에 대한 적합도를 평가하기 위해 사용되는 지표에는 기초부합치(Goodness of Fit Index, GFI), 조정부합치(Adjusted Goodness of Fit Index, AGFI), 원소 간 평균차이(Root Mean Square Residual, RMR), 표준적합지수(Normed Fit Index, NFI), 그리고 비교적합지수(Comparative Fit Index, CFI) 등이 있다. 분석된 적합지수의 기준치는 <표 4-4>와 같다.

분석 결과, χ^2 값은 863.224(df=335, p=0.000)로 분석되었으며, 다른 적합도 지수인 Q값은 2.577, GFI = 0.877(AGFI = 0.853), CFI = 0.901, RMR = 0.037로 대부분의 값이 분석 기준치를 충족하거나 근사한 값을 보여서 측정 모델이 분석에 적합한 모형으로 판단된다.

다음으로는 연구에서 각 개념별로 집중타당성을 분석하기 위해 평균분산 추출 값(Average Variance Extracted, AVE)과 합성신뢰도(Composite Construct Reliability, CCR)를 계산하여 산출하였다. AVE는 0.5이상, 합성신뢰도는 0.7이상이 바람직한 것으로 알려져 있다(Hair et al., 2006). 본 연구를 위한 측정도구의 연구 개념별 AVE는 0.505이상, 합성신뢰도는 0.799이상으로 나타나 측정변수들의 집중타당성이 확보되었음을 알 수 있다.

각 측정항목에 대한 분석 결과로 나타난 표준화 적재량, 추정치(Estimate), C.R. 값 및 AVE, CCR 결과 값은 <표 4-2>에 나와 있는 것과 같다.

< 표 4-2 > 이론적 모델에 대한 확인적 요인분석 결과

변수		표준화	Estimate	S.E.	C.R.	AVE	CCR
혁신성	a1	0.709	1			0.587	0.850
	a2	0.726	1.028	0.086	11.881***		
	a3	0.804	1.189	0.091	13.049***		
	a4	0.819	1.259	0.095	13.26***		
진취성	a5	0.803	1.006	0.077	13.091***	0.604	0.859
	a6	0.827	1.143	0.085	13.409***		
	a7	0.757	0.984	0.079	12.407***		
	a8	0.716	1				
위험 감수성	a9	0.543	0.682	0.072	9.448***	0.541	0.822
	a10	0.799	1.004	0.069	14.51***		
	a11	0.791	1.042	0.073	14.358***		
	a12	0.779	1				
혁신 행동	b1	0.78	1.086	0.081	13.417***	0.539	0.903
	b2	0.737	1.004	0.079	12.664***		
	b3	0.719	0.992	0.08	12.364***		
	b4	0.718	1				
	b5	0.754	0.993	0.077	12.968***		
	b6	0.64	0.844	0.077	10.991***		
	b7	0.754	1.082	0.083	12.963***		
	b8	0.761	1.018	0.078	13.087***		
재무적 성과	c1	0.754	1			0.628	0.870
	c2	0.853	1.218	0.081	15.076		
	c3	0.836	1.152	0.078	14.8		
	c4	0.718	0.966	0.077	12.594		
비 재무적 성과	c5	0.721	1			0.505	0.799
	c6	0.803	1.091	0.084	12.968		
	c7	0.763	1.145	0.092	12.42		
	c8	0.522	0.708	0.082	8.605		

*** P < 0.001, ** P < 0.01, * P < 0.05

a : 분석 시 1.0의 값이 지정된 것임

b : 모든 C.R. 값은 p,0.001수준에서 유의적으로 요인 적재되었음을 나타냄

4.3 연구 가설의 검증

4.3.1 연구모형의 검증

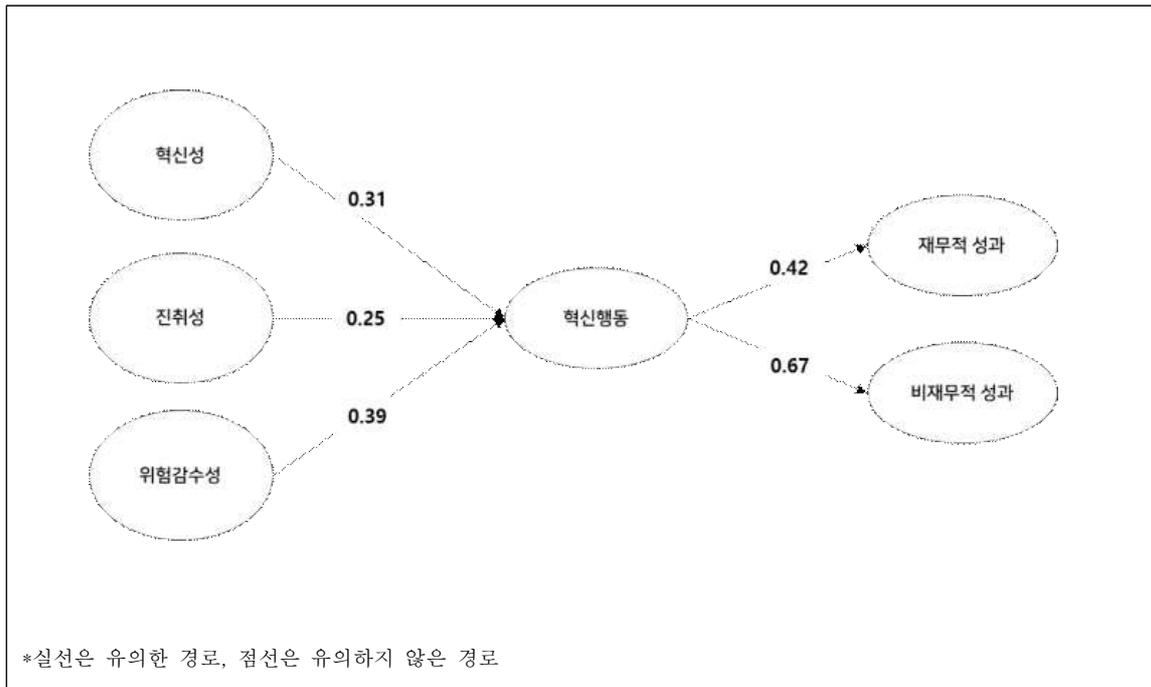
앞서 언급한 연구에서 제안한 이론적 모형을 검증하기 위해 구조방정식 모델링(Structural Equation Modeling, SEM)을 사용하여 분석을 수행하였다. 이 분석은 직접적으로 측정이 불가능한 잠재적 요인들을 측정변수를 통해 간접적으로 측정한 후, 잠재변수들 간의 이론적인 인과관계를 분석할 수 있는 통계기법이다(이영훈, 2014). 구조방정식 모형 분석에서 경로계수를 통해 설정된 가설을 검증하기 위해서는 변수들 간의 관계에 대한 모형의 적합도 평가가 선행되어야 한다(Hair, Black, Babin & Anderson, 2009).

연구 모형에 대한 분석 검증 결과는 <표 4-4> 및 [그림 4-1]에서 확인할 수 있다. 적합도 분석 결과를 통해 χ^2 에 대한 p값은 0.000으로 통계적으로 유의하게 나타났으며, 적합도 지수는 <표 4-3>에서 GFI= 0.915, AGFI=0.881, CFI=0.954, RMR=0.038로 나타났다. 이러한 결과들은 적합도 지수가 양호하며 연구 모형이 만족할 만한 수준으로 평가될 수 있음을 나타낸다.

또한, 이 연구는 각 구성 개념들 간의 상호 영향 관계를 설명하는데 적절한 모형으로 간주될 수 있다.

<표 4-3> 이론 모형의 적합도 지수

	χ^2	p-value	GFI	AGFI	CFI	TLI	RMR
이론모형	986.367	p<0.000	0.915	0.881	0.954	0.960	0.038



[그림 4-1] 이론 모형의 표준화 경로계수

<표 4-4> 가설검증결과

가설검증		표준화계수	C.R.	P	결과	
H1	H1-1	혁신성 → 혁신행동	0.313	3.766	***	채택
	H1-2	진취성 → 혁신행동	0.251	4.274	***	채택
	H1-3	위험감수성 → 혁신행동	0.386	4.124	***	채택
H2	혁신행동 → 재무적성과	0.426	6.477	***	채택	
H3	혁신행동 → 비재무적성과	0.676	9.104	***	채택	

*** P < 0.001, ** P < 0.01, * P < 0.05

4.4 가설 검증 결과

4.4.1. 기업가정신과 혁신행동과의 관계

- H1-1. 혁신성은 혁신행동에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.
- H1-2. 진취성은 혁신행동에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.
- H1-3. 위험감수성은 혁신행동에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

가맹점사업자 기업가정신이 혁신행동에 미치는 영향에 대한 검증결과 <표 4-5>와 같이 혁신성이 혁신행동에 미치는 영향에 대한 계수가 0.313, C.R. 3.766 ($P < 0.001$)이며, 진취성 표준화 계수가 0.251, C.R. 4.274 ($P < 0.001$)이며, 위험감수성과 혁신행동의 표준화 계수는 0.386, C.R. 4.124 ($P < 0.001$)으로 분석되어, 가맹점사업자 기업가정신이 혁신행동에 미치는 영향에 따른 가설 H1-1, H1-2, H1-3은 채택되었다.

<표 4-5> 가맹점사업자 기업가정신이 혁신행동에 미치는 영향

가설검증		표준화 계수	C.R.	P	결과	
H1	H1-1	혁신성 → 혁신행동	0.313	3.766	***	채택
	H1-2	진취성 → 혁신행동	0.251	4.274	***	채택
	H1-3	위험감수성 → 혁신행동	0.386	4.124	***	채택

■ *** $P < 0.001$, ** $P < 0.01$, * $P < 0.05$

4.4.2 혁신행동과 가맹점성과와의 관계

H2-1. 혁신행동은 재무성성과에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

H2-2. 혁신행동은 비재무성성과에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

혁신행동이 가맹점성과에 미치는 영향 가설검증은 <표 4-6>과 같이 혁신행동과 재무적성과 표준화 계수 0.426, C.R. 6.477($P < 0.001$)로 분석됐으며, 혁신행동과 비재무적성과 표준화 계수는 0.676, C.R. 9.104 ($P < 0.001$)로 가치지각과 가격공정성이 행동의도에 영향을 미친다는 결과로 가설 H2, H3은 채택되었다.

<표 4-6> 가맹점사업자 혁신행동이 경영성과에 미치는 영향

가설검증		표준화 계수	C.R.	P	결과
H2	혁신행동 → 재무적성과	0.426	6.477	***	채택
H3	혁신행동 → 비재무적성과	0.676	9.104	***	채택

▪ *** $P < 0.001$, ** $P < 0.01$, * $P < 0.05$

4.5 가맹경력유무에 따른 평균비교

가맹경력에 따른 연구모형의 각 요인별 평균값을 비교한 결과, 현재 가맹점 운영 이전에 가맹점 운영 경험이 있다고 응답한 경우에는 반대의 경우와 대비하여 모든 항목에서 수치가 높게 나타났다. 특히 가맹점 성과 부분에서 가맹경력이 있는 집단의 재무적 비재무적 성과가 높게 나타났다.

분석결과와 같이 가맹점사업자가 이전에 프랜차이즈 가맹점을 운영한 경험이 있는 경우, 아닌 경우에 비해 기업가정신(혁신성, 진취성, 위험감수성)의 모든 항목에서 평균값이 높게 나타났다.

<표 4-7> 가맹경력 유무에 따른 요인별 평균비교

구분	가맹경력有 (n=108)		가맹경력無 (n=205)		합계 (n=313)	
	평균	표준편차	평균	표준편차	평균	표준편차
혁신성	3.822	0.720	3.775	0.661	3.791	0.681
진취성	3.556	0.698	3.433	0.734	3.475	0.724
위험감수성	3.745	0.678	3.737	0.667	3.740	0.669
혁신행동	3.642	0.642	3.593	0.620	3.610	0.627
재무적성과	3.722	0.659	3.525	0.630	3.592	0.645
비재무적 성과	3.688	0.648	3.622	0.547	3.644	0.583

V. 결론

5.1 연구결과 요약

본 연구는 프랜차이즈 사업에서 가맹점 사업자의 기업가적 특성이 혁신 행동에 어떤 영향을 미치는지를 조사하고, 이와 관련하여 가맹점 경영성과와의 관계를 실증적으로 연구하여 밝혀내고자 하였다.

가맹점 사업자는 프랜차이즈 시스템의 생존과 성공에서 매우 중요한 역할을 수행하고 있다(김재근,2010). 이러한 가맹점 사업자의 기업가정신과 혁신 행동과 가맹점 경영성과에 대한 가설을 설정하고 실증분석을 통하여 가설 검증을 실시하였다.

본 연구의 가설검증 결과를 요약하면 다음과 같다.

첫째, 프랜차이즈 가맹점 사업자 기업가정신을 혁신 행동에 미치는 영향에 대해 분석한 결과, 혁신성, 진취성, 위험감수성은 정(+)의 영향을 미치는 것으로 나타나 가설 H1-1, H1-2, H1-3는 모두 채택되었다. 이는 권혁가·손현일(2014)가 선행연구한 기업가정신의 하위구성 요인 중 경영자의 진취성, 위험감수성은 직원의 혁신 행동에 유의한 영향을 미친다와 일치한다. 채택된 가설의 요인 중 영향력이 높은 요인은 순차적으로 진취성, 위험감수성, 혁신성으로 나타났다.

둘째, 가맹점 사업자의 혁신 행동이 경영성과에 미치는 영향을 분석한 결과 경영성과 모두에 정(+)의 영향을 미치는 것으로 나타나 가설 H2, H3 모두 채택되었다. 고객 만족등과 같은 비재무적성과보다 매출액, 이익, 수익성 등의 재무적 성과가 더 크다고 해석할 수 있다.

셋째, 가맹경력에 따른 연구결과에 따르면, 현재 가맹점 운영 이전에 가맹점 운영 경험이 있는 경우, 각 요인별 평균값이 경험이 없는 경우에 비해 모든 항목에서 높게 나타났다. 다시 말하자면, 가맹경력이 있는 사업자들은 다양한 측면에서 높은 성과를 보이고 있는 것으로 나타났다. 특히 가맹점 성과 부분에서 가맹경력이 있는 집단의 재무적 비재무적 성과가 모두 높게 나타났다.

마지막으로, 가맹경력 유무에 따른 평균비교를 분석한 결과에서 혁신성, 진취성, 위험감수성, 혁신행동, 재무적 성과, 비재무적 성과 모두 가맹경력이 있는 가맹점사업자의 평균값이 대체로 더 높게 나타났으며, 그중에서도 가맹점사업자의 기업가정신을 구성요소 중에서는 혁신성의 평균값이 제일 높게 나타났다. 또한, 경영성와의 재무적성과와 비재무적성과중 재무적성과중 경영성과가 높게 나타났다.

5.2 연구의 시사점 및 향후 과제

5.2.1 학문적 시사점

본 연구는 가맹점 사업자의 기업가정신이 혁신행동 및 경영성과에 미치는 영향과 가맹경력 유무에 따른 경영성과에 관한 연구를 수행하였다. 이를 위해 기존 선행연구를 참고하여 가설을 모형화하고 검증하였으며, 가맹점 사업자들에 대한 심층적인 분석을 통해 검증 결과를 도출하였다.

첫째, 이론적으로 본 연구는 기업가정신이 가맹본부의 경영자, 소상공인 뿐만 아니라 가맹점사업자에게도 적용 가능할 뿐만 아니라 중요한 개념이라는 것을 확인하고 있다. 이 연구는 가맹점 사업자들이 위험감수, 리더십, 동기부여, 위기극복 능력과 같은 기업가적 특성을 가지고 있으며, 지역 시장에서 새로운 사업을 찾고 조직을 관리하는 역할을 수행한다는 학문적인 의의를 확인한다.

둘째, 가맹점사업자에 대한 관심이 높아지고 있는 시점에 가맹점사업자와 관련한 연구를 수행한 것은 좋은 기회라고 생각하며, 가맹점사업자의 경영성과와 관련된 후행 연구자에게 참고가 될 만한 연구결과를 제공할 것으로 기대할 수 있다.

셋째, 이전 연구들에서는 대부분 자본이나 인적자원 면에서 규모를 갖추고 있는 중소기업 이상에서 기업가정신이 경영성과에 미치는 영향이 중요하다는 결론에 도달했다. 그러나 가맹점 사업자를 대상으로 한 연구에서는 기업가정신이 경영성과에 유의한 영향을 미치지 않는 것으로 나타났다. 이러한 결과는 향후 추가적인 연구를 통해 검증이 필요할 것으로 사료된다.

5.2.2 실무적 시사점

가맹경력이 있는 가맹점사업자는 혁신행동에 영향을 주는 기업가정신의 하위요소중 혁신성, 위험감수성, 진취성으로 평균비교값이 높게 나타났으며, 가맹경력이 없는 가맹점사업자는 위험감수성, 혁신성, 진취성 순으로 평균비교값이 나타났다. 이를 바탕으로 다음과 같은 시사점을 도출 해볼 수 있겠다.

첫째, 기업가정신의 세가지 요소 중 혁신성이 가장 중요하고도 유의한 관련을 갖고 있는 변수로 확인되었다. 그 다음으로는 위험감수성, 진취성의 순으로 중요도와 관련성이 높은 것으로 나타났다. 이는 가맹점사업자의 기업가적 성향이 가맹점의 사업성과에 긍정적인 영향을 미친다는 윤성욱·박성일(2008), Matsunoetal.(2002)의 연구와 일치하며, 가맹점사업자의 기업가정신이 취약하면 결국 가맹점창업의 실패로 이어진다는 Shane(1997)의 주장과도 일치한다. 이를 바탕으로 가맹경력이 없는 가맹점사업자의 재무적성과를 높이기 위하여 신메뉴나 서비스에 대한 마케팅, 독창적인 아이디어의 적극 수용, 경쟁업체와 다른 새로운 방식 및 문제에 대한 새로운 해결책을 개발하는 기업가정신의 혁신성을 높이기 위하여 가맹본부는 가맹사업자에게 지속적인 혁신성 증진을 위한 교육이 필요하겠다.

둘째, 가맹경력이 있는 가맹점사업자가 기업가정신, 혁신행동, 경영성과의 모든 측면에서 더 높은 수치를 기록한 점을 바탕으로 가맹본부에서 가맹점사업자를 모집시에 가맹경력 유경험자를 위주로 모집한다면 가맹본부의 생존과 지속적인 성장에 도움이 될 것으로 보인다.

5.3 연구의 한계점 및 미래 연구 방향

첫째로, 이 연구에서 사용된 표본은 편의표본추출 방식을 통해 선택되었으며, 주로 서울과 경인 권역에 위치한 일부 제한된 가맹점 사업자를 대상으로 연구가 진행되었다. 이로 인해 연구결과를 일반화하는 데 한계가 있을 수 있다고 할 수 있다.

보다 다양 한 지역의 다수의 다양한 가맹점사업자를 대상으로 하는 연구가 필요하다 할 것이다.

둘째, 가맹점의 경영 성과를 측정하기 위해 매출과 영업이익 등의 객관적인 통계 자료를 사용하는 것이 타당하다고 할 수 있다. 그러나, 본 연구에서는 가맹점 사업자가 인식하는 경영 성과를 측정하기 위해 설문 조사 방법을 사용하였기 때문에 실제 객관적인 지표와는 차이가 있을 수 있다.

셋째, 설문조사의 대상이 외식업종을 중심으로 진행되었기 때문에, 이 연구결과를 프랜차이즈 산업 전반에 일반화하는 것은 어려울 수 있다. 따라서, 다양한 업종을 대상으로 한 연구가 필요할 것으로 보인다

마지막으로, 본 연구는 기업가정신에 관한 연구로 이 연구에서는 혁신성과 위험감수성, 그리고 진취성이라는 기업가정신의 하위 구성요인들을 중심으로 조사 및 분석을 수행하였다.

그러나 많은 연구자들이 기업가정신의 구성 요인에 대해 다양한 관점을 제시하고 있다.따라서 프랜차이즈라는 사업 특성을 감안하여 기업가정신 구성요인을 선별해서 진행하는 연구도 필요할 것이다.

참 고 문 헌

1. 국내문헌

- 강민준 (2023). 중소기업 구성원의 혁신행동에 영향을 주는 요인에 관한 연구 : 조직후원인식의 조절효과 분석. 한밭대학교 석사학위 논문
- 강병오 · 이정희 · 김진수.(2009). 프랜차이즈 사업의 성공요인 분석을 통한 프랜차이즈 산업 육성정책 방안. 한국유통학회
- 강태원(2023). 소상공인의 기업가정신이 성장의도에 미치는 영향 연구 : 창업가 역량의 매개효과와 정부자금지원의 조절효과를 중심으로. 한양대학교 대학원. 학위논문(석사)
- 고수현 (2022). 다원적 근로자 개념에 따른 프랜차이즈 가맹점주의 근로자성 — 가맹점주의 ‘근로기준법상 근로자성’ 검토를 중심으로, 학술저널
- 김기대(2019). 기업가정신과 경영자 역량이 기업 성과에 미치는 영향 : 사회적 자본의 조절효과. 경북대학교 석사학위논문
- 김기찬 (2023). 대한민국을 선진국으로 이끈 K-경영 : 세계 넘버원을 향한 K-기업가정신. 서울:드림셀러
- 김범중 (1990). 동태적 시장 변화에 대한 전략적대응이 성과에 미치는 영향에 관한 연구. 고려대학교 대학 원 박사학위논문.
- 김선우·김문선(2019). 지역적 맥락이 기업가 지향성에 미치는 영향. 한국품질경영 학회지 Vol.47 No.4 [2019]
- 김일천, 김종우, 이지우(2004). 혁신적 업무행동의 선행요인에 관한 연구. 경영연구, 19(2), 281-316
- 김성욱 · 이종호(2023). 외식기업 경영자의 기업가정신이 경영성과와 고객지향성에 미치는 영향. 경성대학교 산업개발연구소. 산업혁신연구 Vol.39 No.1 [2023]
- 김종관(1994). 기업가정신의 개념과 연구접근방법 대한경영학회 Vol.9 No.- [1994]

- 김종관. (1998). 다국적기업의 기업가정신이 경영성과에 미치는 영향. 국제경영리뷰, 2 (1), 223-244.
- 김재근 (2010). 가맹점 사업자의 기업가정신이 파트너십과 가맹점 경영성과에 미치는 영향 : 자율성의 매개효과를 중심으로. 광운대학교. 학위논문(박사)
- 김창봉·박대일(2023) 외식 프랜차이즈 가맹점주의 기업가적 지향성이 경영성과에 미치는 영향: 프로세스 혁신의 매개효과. 대한경영학회. 大韓經營學會誌. Vol.36 No.5 [2023]
- 김창봉.박대일(2022). 외식 프랜차이즈 가맹점주의 기업가적 지향성이 경영성과에 미치는 영향: 프로세스 혁신의 매개효과. 대한경영학회. 大韓經營學會誌(Korea Journal of Business Administration). Vol.36 No.5 [2023]
- 김현주 (2022). 기업가정신이 창업의지에 미치는 영향에 관한 연구 : 사주구조의 조절효과를 중심으로. 호서대학교 글로벌창업대학원.학위논문 (석사)
- 김호곤(2011) CEO의 전략적 리더십과 기업성과의 관계에 대한 제품 차별화 전략의 매개효과 검증. 대한리더십학회. 리더십연구(The Korean Leadership Quarterly). Vol.2 No.2 [2011]
- 김홍복(2019). 지방교육행정공무원의 LMX와 혁신행동의 관계에서 학습조직화 수준과 자기주도학습 능력의 다중매개효과. 인하대학교대학원. 학위논문 (박사)
- 김해룡·양필석(2008) 핵심자기평가가 혁신행동에 미치는 영향에 관한 연구 - 직무만족을 매개변인으로. 한국인적자원관리학회. 인적자원관리연구 (Journal of Human Resource Management Research). Vol.15 No.S [2008]
- 구원일(2019) 외식기업에서 무형자산 투자와 경영성과. 관광뿐만 아니라 조직에서는 다양한 시각, 능력, 기술을 보유한 구성원들을 적극적으로 찾아내어, 이들이 사회화 과정을 통해 스스로 혁신 가치를 수용하고, 조직 규범으로서의 혁신행동을 적극적으로 지원해야 한다.균경영학회. 관광경영연구(Journal of Tourism Management Research). Vol.89 No.- [2019]
- 금융필, 김판수, 장영해(2020).창업가의 호기심이 도전성, 혁신성 및 경쟁추구성

- 에 미치는 영향. 한국벤처창업학회. 벤처창업연구. Vol.15 No.2 [2020]
- 김재근(2010) 가맹점 사업자의 기업가정신이 파트너십과 가맹점 경영성과에 미치는 영향 : 자율성의 매개효과를 중심으로. 광운대학교 대학원, 학위논문(박사)
- 권혁기·손헌일 (2014). 기업가정신과 종업원의 혁신행동지향성에 대한 정서적 몰입의 매개효과. 대한경영정보학회. 경영과 정보연구(Management & Information Systems Review). Vol.33 No.3 [2014]
- 리, 원페이(2020). 잡 크래프팅이 혁신행동과 조직시민행동에 미치는 영향 : 직무열의의 매개효과를 중심으로. 부산대학교 대학원. 학위논문(석사)
- 마창준(2018).소상공인의 기업가 정신이 학습지향성과 경영성과에 미치는 영향. 글로벌경영학회. 글로벌경영학회 학술대회 발표논문집. Vol.2018 No.2
- 박성진·박경도·이호택, (2022). 프랜차이즈 시스템에서 관계특유투자와 계약상 안장장치 조항이 두 가지 전환비용과 계약이행 그리고 가맹점성과에 미치는 영향. 한국마케팅학회(KOREA MARKETING ASSOCIATION. 마케팅연구(Korea Marketing Review). Vol.37 No.4 [2022]
- 방태연·이재훈·안성익(2016). 종업원에 대한 사내기업가정신의 선행요인과 결과요인에 대한 연구. 한국산업경영학회. 경영연구(Journal of Business Research). Vol.31 No.1 [2016].
- 봉강호, 박재민 (2018). 프로세스 관점에서의 기술혁신 및 고용성과에 관한연구 : 중소기업을 중심으로. 한국기술혁신학회. 기술혁신학회지. Vol.21 No.4 [2018]
- 변충규·성창수(2011). 외식창업자의 기업가지향성이 경영성과에 미치는 영향 = 조직학습 및 시장지향성의 매개효과를 중심으로. 한국관광레저학회. 관광레저연구(Journal of Tourism and Leisure Research). Vol.23 No.5 [2011]
- 배종태, 차민석(2009). 학술연구 : 기업가정신의 확장과 활성화. 한국중소기업학회. 中小企業研究(Asia Pacific Journal of Samall Business). Vol.31 No.1 [2009]
- 백성욱(2017). 유소년 스포츠클럽 경영자의 기업가정신이 종사자의 혁신행동에

- 미치는 영향 : 조직몰입의 매개효과와 조직공정성의 조절효과. 경의대학교. 학위논문 (박사)
- 안태욱·강태원, (2019). 창업기업의 기업가정신이 경영성과에 미치는 영향: 동적 역량 매개효과 중심으로. 한국벤처창업학회. 벤처창업연구. Vol.14 No.4 [2019]
- 우종필 (2017). 빅데이터 분석대로 미래는 이루어진다 : 국내 유일 트럼프 당선을 정확히 예측한 우종필 교수의 구글 빅데이터 기법 공개! 오디언소리
- 이재훈·이정호·윤정현(2007), “기업가정신과 공식화 및 조직문화와 조직성과 간의 관련성에 관한 연구,” 경영연구(한국산업경영학회), 22(1), 91-118.
- 최동주(2011). 외식 프랜차이즈 기업의 기업가정신이 신상품 개발성과에 미치는 영향: 시장지향성의 매개효과를 중심으로. 한국기업경영학회. 기업경영연구. Vol.18 No.4 [2011]
- 윤성욱과 박성일(2007). 프랜차이즈 가맹점의 기업가정신과 경영성과의 영향요인에 관한 실증연구. 東亞大學校 社會科學大學. 사회과학논집. Vol.26 No.1 [2007]
- 임영균·박주영(2019). 자율조정을 통한 가맹본부-가맹점 간 분쟁해결. 한국유통학회. 流通研究
- 윤성욱·박성일(2008) 프랜차이즈 가맹점의 기업가정신과 경영성과의 영향요인에 관한 실증연구. 東亞大學校 社會科學大學. 사회과학논집. Vol.26 No.1 [2007]. Vol.24 No.1 [2019]
- 장기철·김원배(2019). 중간관리자의 기업가정신과 기업성과 간의 관계에서 관리 통제시스템 역할. 상업교육 연구, 33(6), 201-227.
- 장길상, 문성일, 송정수(2015). SCM 성공요인이 프로세스 혁신과 경영성과에 미치는 영향. 한국SCM학회. 한국SCM학회지. Vol.15 No.1 [2015]
- 장동걸(2006). 행정조직문화와 공무원 혁신 행동의 관계에 관한 실증적 연구: 6개 중앙행정부서 공무원의 인식을 중심으로. 박사학위논문, 한국외국대학교 대학원.
- 장미화, 탁진국 (2017). 프랜차이즈 가맹점사업자의 경영성과, 코칭행동, 자기결정성 향상을 위한 코칭 프로그램의 효과. 한국코칭심리학회. 한국심리학회

- 지: 코칭(Korean Journal of Coaching Psychology). Vol.1 No.2 [2017]
- 장수덕, 최석봉(2013). 중소기업 중간관리자들의 조직내 기업가정신 인식과 혁신적 업무행동 간의 관계. 한국인적자원관리학회. 인적자원관리연구. Vol.20 No.2 [2013]
- 전윤철·추승엽·임성준(2017). 프랜차이즈 가맹점주의 기업가정신과 성과한국 콘텐츠학회. 한국콘텐츠학회논문지. Vol.17 No.3 [2017]
- 정은하·엄미선(2012). 최고경영자의 기업가정신이 사회복지기관 조직구성원의 혁신적 업무행동에 미치는 영향. 한국인사조직학회. Vol.20 No.2 [2012]
- 주세영, 정인성, 김정식, 박동희(2015). 임파워링 리더십과 혁신행동의 관계에 대한 연구: 자기초절의 매개효과를 중심으로. 대한경영학회지, 28(6), 1725-1745.
- 채정협·이호택(2020) 소상공인의 기업가정신이 경쟁전략과 기업성과에 미치는 영향. 한국경영컨설팅학회. 경영컨설팅연구. Vol.20 No.4 [2020]
- 최동주(2011). 외식 프랜차이즈 기업의 기업가정신이 신상품 개발성과에 미치는 영향: 시장지향성의 매개효과를 중심으로. 한국기업경영학회. 기업경영연구. Vol.18 No.4 [2011]
- 최명길, 심재후, 김명기 (2012). 프랜차이즈 가맹점 창업자의 기업가정신이 사업성과에 미치는 영향. 한국경영교육학회. 경영교육연구. Vol.27 No.3 [2012]
- 최범호(2014). 상사의 변혁적 리더십과 셀프리더십이 직무몰입, 혁신행동에 미치는 영향에 관한 연구. 부경대학교 경영대학원. 학위논문(석사)
- 최주철, 김학민(2021). 무역창업가의 창의사고가 기업가정신에 미치는 영향. 한국통상정보학회. 통상정보연구. Vol.23 No.2 [2021]
- 최인욱, 박지환, 선종규(2011). 조직문화와 구성원 혁신행동의 관계 : 조직신뢰와 과업갈등의 조절효과. 경성대학교 산업개발연구소. 산업혁신연구. Vol.27 No.3 [2011]
- 최현성·공운섭(2022). 기업가정신과 창업 의도의 관계에서 성별의 조절 효과. (사)아시아문화, 5-276.

- 하준철 (2020). 기업가정신과 변혁적 리더십이 조직성과에 미치는 영향 : 시장 지향문화의 매개효과와 신뢰 및 공정성 지각의 조절효과 분석. 한밭대학교 대학원. 학위논문(박사)
- 함성필 (2009). 외식 프랜차이즈 가맹점의 경영성과에 영향을 미치는 요인에 관한 연구. 관광·레저연구, 21(1), 231-247.
- 홍완기(2016). 중소기업 구성원의 임파워먼트와 혁신행동의 관계 및 심리적 주인의식의 조절효과. 한국벤처창업학회. 벤처창업연구. Vol.11 No.3 [2016]

2. 국외문헌

- King, N., & Anderson, N. (1990). Innovation in working groups. In M. A. West & J. L. Farr (Eds.), *Innovation and creativity at work: Psychological and organizational strategies*, 81-100. Oxford, England: John Wiley & Sons.
- Amabile, T. M., Barsade, S. G., Mueller, J. S. & Staw, B. M.(2005). Affect and creativity at work. *Administrative science quarterly*, 50(3), 367-403.
- Archibugi, D., & G. Sirilli (2000), The direct measurement of technological innovation in business, proceedings of the conference Innovation and enterprise creation: statistics and indicators, session A: Survey methodology and measurement, www.technopolis-group.com/innocnf, 3-15.
- Barringer, B. R.(1995), *The Performance Implications of Achieving a Fit Between Corporate Entrepreneurship and Strategic Management Practices*, The Graduate School University of Missouri-Columbia, a Dissertation of Ph. D.
- Baron, R. A. and S. Shane(2005), *Entrepreneurship:A Process Perspective*, Southwestern Thompson, Cincinnati, OH.
- Collins, J. & Porras, J. I. (1994). *Built to last, Successful Habits of Visionar*

- y Companies, New York: Harper Collins Pub.
- Churchill, N. C. and V. L. Lewis(1983), “The Five Stages of Small Business Growth”, Harvard Business Review, May–June, pp.30~50
- Drucker, P. F.(1985), Innovation and Entrepreneurship: Practice and Principles. London: Heineman.
- Farr, J. L & Ford, C. M(1990). “Individual innovation,” innovation and creativity at work. New York : Wiley
- Hart, S. L. 1992. An integrative framework for strategy–making processes. Academy of Management Review, 17: 327–351.
- Hisrich, R. D. (1986). Entrepreneurship, intrapreneurship, and venture capital: the foundation of economic renaissance. Free Press.
- Hoy, Y. (2008), "Organizational Learning at the Marketing/Entrepreneurship Interface," Journal of Small Business Management, 46(1), 152–158
- Janssen, J. J. P., Vera, D., & Crossan, M. (2009). Strategic leadership for exploration and exploitation: The moderating role of environmental dynamism. Leadership Quarterly, 20, 5–18
- Kaufman and Dant(1998). Franchising and the domain of entrepreneurship research · P. Kaufmann, R. Dant · Published 1999 · Business · Journal of Business Venturing.
- Kanter, R. M.(1988), "When a Thousand Flowers Bloom: Structural, Collective and Social Conditions for Innovation in Organizations," Research in Organizational Behavior, Vol. 10, pp. 169–211.
- Kao, R. W. Y.(1995), Entrepreneurship: A Wealth Creation and Value–Added Process, New York: Prentice–Hall
- Kaufmann, P. J. and R. P. Dant(1998), “Franchising and the Domain of Entrepreneurship Research,” Journal of Business Venturing, 14,5–16
- King, N. & Anderson, N.(2002). Managing innovation and change: a critical guide for organizations. Thomson, London.
- Kuratko, Donald F. and Richard M Hodgetts (2001), Entrepreneurship: A–

- 135 –Contemporary Approach, South–Western Pub; 5th Edition
- Kuratko, Donal F. and Richard M. Hodgetts(2007),*Entrepreneurship: Theory: Process, Practice*,7th eclition, Canada: Thomson South–Western.
- Lumpkin, G. T. and G. G. Dess(1996), “ClarifyingThe Entrepreneurial Orientation Constructand Linking It To Performance,” *Academyof Management Review*, 21(1), 135–72.
- Lumpkin, G. T. and G. G. Dess(2001), “Linking Two Dimension of Enterpr eneurial Orientation to Firm Performance: The Moderating Role of Environmental and Industry Life Cycle,” *Journal of Business Venturin g*, 16(5), 429–451.
- Matsuno, K., J. T. Mentzer, and A. Ozsomer(2002), “The Effect of Entrepre neurial Proclivity and Market Orientation on BusinessPerformance,” *J ournal of Marketing*, 66, 18–32.
- Miller. D.(1983), “The Correlates of Entrepreneurship in Three Types of Firm,”*Management Science*, 29(7), 770–791.
- Moris, M. H(998). *Entrepreneurial Intensity*, Westpat: Quorum Books and D. K, Kuratko(2a)2). *rporate Entrepreneurship*, Harcourt.
- Peters, T. and R. Waterman(1982), *In Search ofExcellence*, New York: Harp er and Row Publishers, Inc.
- Rogers, E. M. (2003). *Diffusion of innovations* (5th ed.). New York: Free P ress.
- S. C. Michael and J. G. Combs(2008), "Entrepreneurialfailure: The Case of Franchisees," *Journal of Small Business Management*, Vol.46, No.1,p p.73–90,
- Schumpeter, J. A.(1934), *The Theory of Economic Development*, Cambridge: Harvard Univerᵇsity Press
- Stevenson, H. H. and J. C. Jarillo(1990), “A Paraᵇdigm of Entrepreneurship, EntrepreneurialManagement,” *Strategic Management Jourᵇnal*, 2, 17–27

- Stevenson, H. H. and D. Gumpert(1985), "TheHeart of Entrepreneurship," *H arvard Busness Review*, 63(2), 85–94.
- Scott, S. G. & Bruce, R. A.(1994). Determinants of innovative behavior: Apath m odel of individual innovation in the workplace. *Academy of Management J ournal*, 37(3), 580–607
- Tidd, J., & Bessant, J. (2009). *Managing innovation: Integratingtechnological, mar ket and organizational change (Fourth)*.Chichester: John Wiley and Sons.
- Tushman, M. L. and D., Nadler(1986), "Organizing for Innovation," *Californ ia Management Review*, Vol. 28, No. 3, pp. 74–92.
- Vaitheeswaran, V. (2007). Something new under the sun: a special report o n innovation. *Economist Newspaper*.
- West, M. A., & J. L. Farr(1990). "Innovation at Work." (Eds), *Innovationan d Creativity at Work*, 3–13, New York: Wiley.
- Xerri, M. J., & Brunetto, Y. (2013). Fostering innovative behaviour: The im portance of employee commitment and organisational citizenship beh aviour. *The International Journal of Human Resource Management*, 24(16), 3163–3177
- Y., & Song, M. (2021). Impact of informationhiding on circular food supply chains in business–to–business context. *Journal of Business Research*, 135, 1–18.
- Yuan, F., & Woodman, R. W.(2010). Innovative behavior in the workplace:The r ole of performance and image outcome expectations. *Academy of Manage ment Journal* 53(2), 323–342.
- Zahra, S. (1991), "Predictors and Financial Outcomes of CorporateEntrepreneurshi p: An Exploratory Study," *Journal ofBusinessVenturing*, 6, 259–285.
- Zahra, S. and Covin, J.(1995), "Contextual Influenceon The Corporate Entre preneurship Performace Relationship: a Longitudinal Analçysis," *Jo urnal of Business Venturing*, 10,43–58

설문지

안녕하십니까?

바쁘신 중에도 본 조사에 참여해 주셔서 진심으로 감사드립니다.

본 설문은 가맹점사업자의 기업가정신이 혁신행동 및 경영성과에 미치는 영향에 관한 연구를 수행하기 위해 작성되었습니다. 응답해주시는 자료는 통계적으로 처리되어 학문적인 목적을 위해서만 사용될 것을 약속드립니다. 어떠한 항목도 정답은 없으므로, 귀하께서 느끼신 바를 솔직하고 정확하게 표시해 주시면 됩니다.

설문에 응해주셔서 진심으로 감사합니다.

2023. 10.

한성대학교 지식서비스&컨설팅 대학원

석사과정 윤태종

지도교수 김문명

설문관련문의 : 전화 010-2542-9131 이메일 vocalmaster@naver.com

A. 다음은 가맹점 운영에 대한 귀하의 성향(기업가정신)과 관련된 질문입니다. 귀하의 생각과 일치하거나, 유사한 곳에 V표해주시시오.

혁신성	전혀 아니다	아니 다	보통 이다	그렇 다	매우 그렇 다
1. 나는 신메뉴나 서비스에 대한 마케팅을 중요하게 생각한다.	①	②	③	④	⑤
2. 나는 새롭고 독창적인 아이디어를 적극 수용한다.	①	②	③	④	⑤
3. 나는 경쟁업체와 달리 새로운 방식을 적용하려고 노력한다.	①	②	③	④	⑤
4. 나는 문제에 대한 새로운 해결책을 개발하는 데 관심이 많다.	①	②	③	④	⑤

진취성	전혀 아니다	아니 다	보통 이다	그렇 다	매우 그렇 다
1. 나는 가맹본부와 새로운 해결방식을 적극적으로 모색하려고 노력한다.	①	②	③	④	⑤
2. 나는 경쟁업체보다 좀 더 신속하게 대응하려고 노력한다.	①	②	③	④	⑤
3. 나는 시장 트렌드를 지속적으로 파악하려고 노력한다.	①	②	③	④	⑤
4. 신메뉴나 새로운 서비스를 가급적 빠르게 도입하는 편이다.	①	②	③	④	⑤

다음페이지 계속

위험감수성	전혀 아니다	아니 다	보통 이다	그렇 다	매우 그렇 다
1. 나는 가맹본부의 전략에 위험한 부분이 있어도 적극적으로 추진하려는 성향이 있다	①	②	③	④	⑤
2. 나는 가맹본부의 전략에 불확실성을 감수하면서 과감히 의사결정을 한다.	①	②	③	④	⑤
3. 나는 가맹본부의 지원을 받지 못하더라도 수익을 높이기 위한 전략을 수립한다.	①	②	③	④	⑤
4. 나는 리스크를 안더라도 새로운 마케팅을 추진하려고 노력한다.	①	②	③	④	⑤

B. 다음은 혁신행동과 관련한 질문입니다. 귀하의 생각과 일치하거나, 유사한 곳에 V표해주시시오.

혁신행동	전혀 아니다	아니 다	보통 이다	그렇 다	매우 그렇 다
1. 나는 가맹점운영에서 문제를 해결하기 위한 새로운 아이디어를 개발한다.	①	②	③	④	⑤
2. 나는 가맹점운영에서 혁신적인 아이디어에 대한 지원을 얻고자 노력한다 .	①	②	③	④	⑤
3. 나는 가맹점운영과 관련된 독창적 방법을 고안하는 편이다.	①	②	③	④	⑤
4. 나는 가맹본부가 제공하는 제품의 개선방안을 찾고자 노력한다.	①	②	③	④	⑤
5. 나는 가맹본부가 제공한 상품이나 서비스에 잘못된 것이 있으면 바로 감도록 노력한다.	①	②	③	④	⑤
6. 나는 가맹본부가 제공한 교육수준 이상의 교육을 종업원에게 시행한다.	①	②	③	④	⑤
7. 나는 가맹본부가 제공하는 마케팅을 적극적으로 실행하고자 노력한다.	①	②	③	④	⑤
8. 나는 지역내 고객 맞춤형 서비스를 개발하고자 노력한다.	①	②	③	④	⑤

C. 다음은 귀하의 가맹점성과에 대한 질문입니다. 귀하의 생각과 일치하거나, 유사한 곳에 V표해주시시오.

재무적 경영성과	전혀 아니다	아니 다	보통 이다	그렇 다	매우 그렇 다
1. 내 점포는 다른 가맹점에 비해 매출액이 높은 편이다.	①	②	③	④	⑤
2. 내 점포는 다른 가맹점에 비해 순이익이 높은 편이다.	①	②	③	④	⑤
3. 내 점포는 다른 가맹점에 비해 투자대비 수익률이 높은 편이다.	①	②	③	④	⑤
4. 내 점포는 주변 경쟁점포에 비해 장사가 잘된다.	①	②	③	④	⑤
비재무적 경영성과	전혀 아니다	아니 다	보통 이다	그렇 다	매우 그렇 다
1. 내 점포는 다른 가맹점에 비해 고객만족도가 높은 편이다.	①	②	③	④	⑤
2. 내 점포는 다른 가맹점에 비해 효율적으로 점포를 운영하는 편이다.	①	②	③	④	⑤
3. 내 점포는 다른 가맹점에 비해 종업원들의 생산성이 높은 편이다.	①	②	③	④	⑤
4. 내 점포는 다른 가맹점에 비해 신규고객이 많은 편이다.	①	②	③	④	⑤

다음페이지 계속

ABSTRACT

The Impact of Franchisee's Entrepreneurship on Innovation Behavior and Management Performance

Yun, Tae Jong

Major in Startups&Franchise Consulting

Dept. of Futures Convergence Consulting

Graduate School of Knowledge Service
Consulting

Hansung University

Entrepreneurship is important to franchisees because they run their own independent businesses, have similar goals and backgrounds to other entrepreneurs, and have broad discretion in investing resources for market development and developing differentiated business concepts.

This study aims to verify how the entrepreneurship of franchise franchisees affects innovative behavior and the impact on franchise management performance.

The research results can be summarized as follows.

Firstly, when analyzing the impact of franchise entrepreneurship on innovative behavior, it was found that innovation, initiative, and risk-taking had a positive effect. Therefore, hypotheses H1-1, H1-2, and H1-3 were all supported. This aligns with the findings of Hyuk-ki Kwon and

Heon-il Son (2014), who studied various sub-components of entrepreneurship, indicating that managers' initiative and risk-taking significantly influence employees' innovative behavior. Among the adopted hypotheses, initiative, risk-taking, and innovation were identified as the factors with the highest impact in sequential order.

Second, as a result of analyzing the effect of the innovation behavior of franchisees on management performance, it was found that both of the hypotheses H2 and H3 were adopted. It can be interpreted that financial performance such as sales, profits, and profitability is greater than non-financial performance such as customer satisfaction.

Third, as a result of comparing the average value of each factor of the research model according to the franchise experience, the response that they had experience in operating the franchise before the current franchise operation was high in all items compared to the opposite case. In particular, in terms of franchise performance, the financial and non-financial performance of the group with franchise experience was all high.

Finally, as a result of analyzing the average comparison according to the presence or absence of franchise experience, the average value of franchisees with franchise experience was generally higher, and among them, the average value of innovation was the highest among the components of the entrepreneurship of franchisees. Among the financial and non-financial performances of management performance, management performance was higher.

According to these research results, academic discrimination and data are meaningful in conducting research on entrepreneurship, innovation behavior, and management performance according to the presence or absence of franchise experience that was not covered in previous studies.

In addition, it was confirmed that entrepreneurship is not only applicable to both managers and franchisees of the franchise headquarters, but

also an important concept, and based on the fact that franchisee with franchise experience recorded higher numbers in all aspects of entrepreneurship, revolutionary behavior, and management performance as a result of hypothesis verification, the franchise headquarters suggested recruitment mainly for those with experience in franchise history when recruiting franchisees.

[Key words] franchisee, entrepreneurship, innovation behavior, management performance