

지식공유, 상호의존, 상호이익공유가 프랜차이즈 정보시스템 성과에 미치는 영향

The Effects of Knowledge Sharing, Interdependence, Mutual Benefit Sharing on Franchise Information System Performance

유 동 근 세종대학교 경영대학 교수 (yoodk@sejong.ac.kr)
이 용 기 세종대학교 경영대학 교수 (yongki2@sejong.ac.kr)
이 성 훈* 세종대학교 경영학 박사 (kokuruy@hanmail.net)

Abstract

Recently, an effective building and utilization of information system are essential in franchise firms as well as corporate management. Accordingly, this study is to examine the structural relationships among partnership quality of supplier, trust with a supplier and commitment, and franchise information system performance based on Henderson's(1990) information system partnership model and Lee and Kim's(1999) partnership model. For these purposes, the authors developed several hypotheses. The data were collected from 173 franchisors and analyzed with SPSS 18.0 and AMOS 18.0

The results are as following. First, sharing knowledge, interdependence, and mutual benefit influence supplier trust, but do not influence commitment. Second, supplier trust affect commitment and it prove that supplier trust is a full mediating role between partnership quality and commitment of franchise and information system supplier. Third, both supplier trust and commitment have a positive effect on performance of franchise information system. Therefore, it implies that supplier trust is significant factor in an performance of franchise information system. At the end of this paper, managerial and theoretical implications, limitations and future research directions were suggested.

*Keywords : Knowledge Sharing, Interdependence, Mutual Benefit Sharing,
Franchise Information System Performance*

1. 서 론

정보시스템은 기업의 효율적인 경영에 많은 영향을 주고 있으며(Doll and Torkzadeh, 1998), 기업

환경의 급격한 변화 속에서 치열한 생존 경쟁을 위한 필수적인 요소로 자리매김을 하고 있다. 특히, 정보통신 기술의 발전 속도는 기업 업무 프로세스의 혁신적인 변화에 가속도를 더하여 기업경영에 많은 영향을 미치고 있다.

정보시스템은 정보기술(IT)을 활용한 일정 부분의

*교신저자
논문접수일: 2012년 4월 3일; 게재확정일: 2012년 6월 12일

모습이며, 개인적으로 응용하거나 기업 또는 사업단위에서 응용하는 것이며(Seddon, 1997), 설정되어 있는 기준에 따라 경영자의 유형과 특성에 부합하고, 생산성을 향상시키기 위해 합리적으로 통합하며, 다양한 방법으로 자료를 정보로 변화시키는 포괄적이고 조직화된 하위 정보시스템의 집합체로 정의된다(Scott, 1986). 한편, 정보시스템은 조직의 운영, 관리, 분석 및 의사결정을 지원하기 위한 정보를 제공하는 통합적인 시스템으로 컴퓨터의 하드웨어, 소프트웨어, 프로세스, 의사결정 모형 그리고 데이터베이스를 활용하는 시스템(Davis and Olson, 1985)으로 정의되기도 한다. 이러한 연구자들의 정의를 종합해보면, 기업의 정보시스템은 기업의 경영 활동에서 생성되는 자료를 하드웨어, 소프트웨어, 네트워크를 활용하여 변환함으로써 기업 활동을 보다 효과적으로 지원해 주는 조직화되고 구조화된 통합적인 시스템이라고 정의될 수 있다.

정보시스템과 관련한 기업 활동에 대한 연구는 1990년대 들어 정보시스템 전문 기업의 아웃소싱에 따른 사용자와 공급자 간의 성공적인 파트너십의 형성에 대한 연구가 활발하게 전개되어 왔다. 아웃소싱은 초기엔 단순히 시스템 개발과 운영 그리고 유지 보수 범위로 국한되어 있다가 외부 기관(정보시스템 공급자)이 서비스와 관련된 자산, 인력, 관리를 통해 내부 데이터와 정보를 프로세스하고 관리하는 개념으로 확대되고 있는 추세이다(김병수, 허인석, 한인구, 이인석, 2010). 이는 성공적인 정보시스템을 구축하기 위해서 사용자와 정보시스템 공급자 간의 유기적인 파트너십이 중요한 요인이라는 것을 의미한다. 정보시스템의 아웃소싱은 기업 정보시스템 기능 전부 또는 일부를 외부 정보시스템 전문 협력업체에 위탁하는 과정으로 이를 통해 경제적, 기술적, 그리고 전략적 성과를 얻을 수 있다. Lon and Venkatraman(1991)과 McFarlan and Nolan(1995)은 90년대 들어 아웃소싱 규모가 커진 원인을 급격한 기술 환경 변화와 경쟁력 있는 다른 기업과의 연계로

자신의 역량을 극대화 시키려는 시도라고 하였다. 기존의 아웃소싱 연구는 주로 계약관계를 중심으로 한 연구와 파트너십 관계를 중심으로 한 연구들이다(González Gascó, and Llopis, 2006). 여기서 적용된 이론은 거래비용이론과 사회적 교환이론을 중심으로 설명하고 있는데, 이종만, 남기찬, 김용진(2007)은 Das and Teng(1998)의 파트너의 상호 협력적인 행동이론을 적용하여 이 두 가지 관점을 동시적인 아웃소싱의 문제로 제기하며, 계약과 신뢰는 분리되어 접근되는 것이 아니라 상호 보완을 통하여 관리체계를 극대화 시킬 수 있다는 점을 지적하였다. 이러한 정보 시스템 아웃소싱 연구의 추세는 아웃소싱의 사용자와 공급자 간의 계약 위주 관계를 파트너십 위주 관계로 전환시켰으며(Konsynski and McFarlan, 1990), 파트너십에 대한 관심을 증대시켰다. 특히, 관계적 신뢰를 가진 파트너십은 정보시스템 아웃소싱 성공에 있어서 가장 중요한 요인으로 상대방과 정신적 믿음과 신뢰를 바탕으로 책임을 갖고 아웃소싱의 관계를 성공적으로 이끄는 것으로 제시되었으며(Koh, Ang, and Straub, 2004), 이러한 신뢰 기반 파트너십은 단순히 계약의 표면적 문제를 해결하는데 그치지 않고 상호 간의 내면에 보이지 않는 문제를 해결하는데 긍정적인 역할을 한다(Jeffries and Reed, 2000; Poppo and Zenger, 2002). 이러한 맥락에서 프랜차이즈 산업에서도 가맹본부-가맹점 간의 원활한 가맹관계를 유지하는데 필수적인 정보시스템 구축에 있어서 이를 공급하는 공급자와 가맹본부간의 파트너십이 중요하게 인식되고 있다. 그러나 정보시스템의 파트너십에 관한 연구는 기존의 기업정보시스템 분야와 달리 그 연구가 거의 이루어지지 않은 실정이다.

따라서 본 연구에서는 상대적으로 정보시스템의 도입이 뒤쳐진 프랜차이즈 업계에 효과적으로 정보시스템을 구현하기 위한 방안을 찾고자 하였다. 이를 위해 프랜차이즈 기업의 정보시스템 환경을 정보시스템 공급자와의 파트너십 요인들 간의 관계인 지식공유와 상호의존, 상호이익공유의 개념으로 파악하고

이들 요소가 프랜차이즈 기업의 정보시스템 성과에 어떠한 영향을 주는지를 공급자 신뢰도와 몰입을 매개변수로 하여 검토함으로써 프랜차이즈 기업의 정보시스템 구축에 대한 이론적 근거를 제시하는 데 본 연구의 목적이 있다.

II. 이론적 배경 및 가설설정

1. 파트너십

파트너십은 많은 학자들에 의하여 다양하게 정의되어 왔다. 먼저, Henderson(1990)은 “장기적 관여, 상호협동의 지각, 위험과 이익의 공유 및 참여적 의사결정의 이론과 개념에 일치된 여타의 품질 등을 반영하는 관계(working relationship)” 라고 하였고, Lasher, Ives, and Jarvenpaa(1991)는 “관계자들이 프로젝트나 제품의 사업적 성공과 실패에 동등하게 책임을 지는 협동적 관계” 라고 정의하였다. Mohr and Spekman(1994)는 파트너십을 “목적을 공유하고, 상호이익을 추구하며, 고도의 상호의존성을 수용하는 독립적인 기업들 간의 의도적, 전략적 관계” 라 정의하였다. 그리고 Anderson and Narus(1990)은 파트너십을 “각 기업의 성공이 상대 기업에 부분적으로 의존하고 있으며, 결국 고객시장의 요구를 공동으로 만족시키기 위한 조정된 노력을 제공하려는 상호 인식과 이해의 정도” 라고 정의하고 있다.

한편, 1990년대에 들어서면서 많은 조직들이 정보시스템 공급자와의 연계를 형성하고 관리함에 있어 법적 계약 관계를 토대로 한 아웃소싱의 기대효과에 의문을 제기하였고, 그 대안으로 파트너십을 추구하게 되었다. 즉, 아웃소싱의 본질이 계약 위주에서 파트너십 위주의 관계로 변화하게 되었다(Klepper, 1994). Fitzgerald and Willcocks(1994)는 아웃소싱 파트너십의 특징을 관계의 토대로 계약서에 대한 비의존성, 상호기대와 주고받음의 철학, 부적절한 계약에서 야기될 수 있는 문제의 최소화를 위한 정보시스템 공급자에 대한 공정한 대우, 인적 관계, 고객과

공급자 간의 문화적 적합성, 고객의 스텝에 대한 적절한 대우, 그리고, 공급자가 고객의 사업과 문제점을 인식하는 등의 7가지로 설명하고 있다. 즉, 기업과 정보시스템 공급자 간의 관계를 공식적인 계약관계에서 나아가 복합적인 인적 관계와 감성적인 공유의 관계로 확대하여 제시하고 있다고 볼 수 있다.

이런 관점에서 McFarlan and Nolan(1995)은 파트너십을 통해 가치사슬의 핵심부분을 지원하여 시너지 효과를 발휘함으로써 혁신의 기회를 창출할 수 있다고 보고, 이러한 파트너십이 성공적이면서도 장기적으로 지속되기 위해서는 참여 조직들이 모두 이익을 얻고 있다고 느낄 수 있어야 하며, 성공적인 아웃소싱은 장기적 관점에서 계약관계를 넘어선 상호 신뢰를 바탕으로 상호이익이 되는 파트너십을 형성하여야 한다고 하였다.

Henderson(1990)은 정보시스템의 제품과 서비스의 효과적인 운영을 위해서 기업 간의 파트너십이 필요하다고 보고 기업내부와 외부측면에서 일반 관리자와 정보시스템 관리자 간에 친밀한 관계 형성이 필요하다고 보고, 파트너십의 성공을 위한 모형을 제시하였다. 그의 모형은 파트너십 인자들을 두 가지로 분류하고 있다. 즉, 파트너십 상황변수(PIC: Partnership in Context)는 “파트너들이 그들 간의 관계가 지속적으로 유지될 것이라고 믿는 정도”로서 관계가 오랫동안 안정적이고 상호 의존적이 될 것이라는 믿음을 생성하는데 중요하며, 상호이익, 결속 및 신뢰가 포함되어 있다. 그리고 파트너십 실행변수(PIA: Partnership in Action)는 “파트너십 성공과 관련된 정책이나 의사결정에 영향을 미치는 파트너의 능력 정도”로 정의되며, 파트너와 일상적으로 업무 관계를 형성하는데 중요한 요소로서 지식공유, 상호의존 및 조직연결이 포함된다.

Mohr and Spekman(1994)은 파트너십의 성공에 기여하는 요소를 파트너십 속성, 의사소통 행위, 그리고 갈등해결 기술로 보았다. 파트너십 속성은 몰입(commitment), 조정(coordination), 상호의존(interdependence), 신뢰(trust)로 이루어지며, 의사소

통 행위는 의사소통의 품질, 정보의 공유, 참여, 그리고 갈등해결 기술은 공동문제 해결(jointing solving), 설득(persuasion), 원활함(smoothing), 지배(domination), 폭언(harsh words) 및 중재(arbitration)로 구성되고 있는데, 그들은 이 요소들과 파트너십의 성공과의 관계를 밝히기 위해 만족(satisfaction)과 판매량을 파트너십 성공의 지표로 정하였다. 연구 결과, 파트너십 성공에 기여하는 속성들은 신뢰, 조정, 위임, 의사소통의 질, 참여, 그리고 공동문제해결 등으로 나타났다.

이재남, 김영결(1999)은 아웃소싱 프로젝트가 성공(결과변수)하기 위해서는 아웃소싱 파트너십(파트너십의 본질을 나타내는 과정변수)이 좋아야 할 뿐만 아니라 이에 영향을 미치는 요소(파트너십의 본질에 영향을 미치는 과정변수)도 좋아야한다고 보고, PIA:(Partnership in Action) 요소들은 PIC(PIC: Partnership in Context)의 선행변수이며, PIC 요소들은 아웃소싱의 성공에 영향을 주는 변수라고 정의하며, Henderson(1990)의 모형을 인과모형으로 확장하였다. 한편, 이재남과 김영결(1999)은 파트너십 매개변수로서의 상황변수를 상호이익의 공유정도, 결속 정도와 신뢰도, 그리고 파트너십 실행변수의 선행변수로 지식의 공유정도, 상호 의존도와 조직 연결정도를 제시하였다. 또한, 아웃소싱의 성공은 고객의 요구사항과 아웃소싱의 결과가 부합되는 정도로 보고 아웃소싱의 성공을 업무 만족도와 사용자 만족도 측면에서 측정하였다. 측정 결과, PIC 변수들이 사용자 만족도와 업무만족도 측면에서 아웃소싱 성공을 이끌 수 있는 중요한 변수들이 밝혀졌으며, 이들 변수들은 조직 간의 전략적인 정보의 교환과 서로의 목표와 업무를 이해하기 위한 공동의 노력을 통해 이루어 질 수 있으며, 결국 조직이 경쟁우위를 얻을 수 있는 근간이 되는 것으로 나타났다.

한편, 조진현, 김정균, 최병구, 이희석(2002)은 신뢰를 조직에 대한 신뢰, 동료에 대한 감성적 신뢰, 동료에 대한 인지적 신뢰라는 관점에서 세분하고 이러한 신뢰가 지식공유에 유의한 영향을 미친다고 하

였다. 또한, 이종만, 구철모, 남기찬(2010)도 관계역량으로서의 신뢰가 파트너십에 유의적인 영향을 미친다고 하였으며, 신선진, 공희경, 고준(2008)도 지식관리 시스템을 도입하여 활용하고 있는 기업에서 지식공유에 영향을 미치는 요인은 개방성이나 신뢰와 같은 요인이라고 하였다. 그러나 신뢰가 지식공유에 일방향적으로 유의한 영향을 미친다고 단정하게 되면, 상호 간의 지식공유나 상호이익공유, 상호의존 등의 파트너십 요인이 신뢰를 형성해 나가는데 중요한 선행 요인이 될 수 있음을 간과하는 오류가 발생할 소지가 있다. Morgan and Hunt(1994)는 가치공유와 커뮤니케이션이 신뢰의 유의한 선행요인임을 제시하였으므로 본 연구는 신뢰의 선행변수로서의 파트너십 요인들을 설정하여 진행하고자 한다.

이상과 같이, 파트너십을 구성하는 요인들을 살펴본 바, 정보의 공유정도, 상호의존도, 공동활동 정도, 이익이나 위험의 공유정도, 결속정도, 신뢰도, 협력, 갈등관리, 조정, 의사소통, 최고경영층의 지원, 참여도, 그리고 관계기간 등 다양한 요소들이 복합적으로 파트너십의 요소들로 구성되어 있는 것을 알 수 있으며, 이러한 구성요소들 간의 인과관계와 매개관계를 구조적으로 파악하는 연구들이 활발하게 진행된 것을 알 수 있다.

따라서 본 연구에서는 파트너십 관계를 단순히 계약관계로만 파악하기보다는 사용자와 정보시스템 공급자 간의 신뢰를 바탕으로 한 관계에 초점을 두고 연구하였다. 첫째, 이재남, 김영결(1999)의 파트너십 인과모형을 기본으로 파트너십의 품질을 구성하는 요소를 지식공유와 상호의존 및 상호이익공유로 단순화하여 파악하고자 하였다. 둘째, 본 연구에서는 기존 연구들에서 사용되고 있는 파트너십 구성요소들 중 공급자 신뢰도 및 몰입을 파트너십의 구성요소로 보기 보다는 별개의 개념으로 보고 지식공유, 상호의존 및 상호이익공유와의 명확한 관계를 알아보려 하였다. 앞서 논의한 바와 같이, 파트너십을 구성하는 요인들에 대한 학자들마다의 다양하고 복잡한 견해들은 오히려 사용자와 정보시스템 공급자 사이의 관계를

밝히는 데 있어서 혼란을 야기할 수 있다.

따라서 파트너십을 구성하는 요인들 간의 관계를 보다 단순하고 명확하게 정리함으로써 실무적으로나 이론적으로 정립의 필요성이 있다. 즉, 기존 연구에서 같은 수준의 변수로 혼용하여 취급되거나 너무 세분화하여 사용되어 왔던 신뢰와 몰입, 지식공유, 상호의존, 상호이익공유의 관계를 구분하여 설명함으로써 새로운 개념 정립이 필요하다. 그 이유는 지식공유와 상호의존 및 상호이익공유는 상호 간의 실제적인 업무 교류에서 발생하는 상황이며, 신뢰와 몰입은 그러한 과정에서 파생되는 감정상의 결과물이라고 볼 수 있기 때문이다. Moorman, Waltman, and Deshpande(1992)는 신뢰를 교환 파트너에게 의존하고자 하는 의지로 보았으며, Anderson and Weitz(1992)는 신뢰를 한 파트너가 다른 파트너가 취한 행동에 의해서 자신의 욕구가 미래에 충족될 것이라고 믿는 것이라고 하였는데, 이는 결국 파트너들 간의 지속적인 믿음을 주기 위해 취한 행위 즉, 지식을 공유하고 상호이익을 공유하고 상호의존하려 하는 행위적인 노력이 궁극적으로 신뢰를 형성하는데 중요한 요인이 된다는 것을 설명하는 것이다.

2. 신뢰도, 몰입, 그리고 정보시스템 성과

신뢰(trust)는 많은 분야에서 연구가 이루어져 왔으며 다양하게 정의되어 왔다. Morgan and Hunt(1994)는 신뢰를 어떤 사람이 교환 파트너의 확실성과 정직함을 믿는 것이라고 정의하였다. Ganesan(1994)은 신뢰를 믿음(belief)과 같은 선상의 개념으로 보았으며, 구매자가 판매자의 역량에 대해 갖는 믿음을 의미하는 신용성(credibility)과 환경적 불확실성이 발생해도 상호이익을 추구한다는 믿음을 나타내는 호의성(benevolence)의 두 가지 요소로 신뢰를 설명한 바 있다. Mayer and Davis(1995)는 신뢰를 상대방이 자신에게 유리한 방향으로 특별한 행동을 수행할 것이라는 기대 하에 상대방의 행동에 따름을 기꺼이 여는 상태로 정의하기도 하였다.

Moorman et al.(1993)은 신뢰를 말, 약속, 그리고 문서 등과 같은 형식으로 개인과 집단에 의해 형성되는 하나의 기대감으로 상대방이 보여주는 믿음이나 위협을 포함한 어떤 약속에 대해서 가지게 되는 확신이라고 정의하였다. Schurr and Ozanne(1995)는 상대방의 말이나 약속이 믿을 만하고 교환 관계에서 의무를 다할 것이라는 믿음을 신뢰라고 정의하였으며, 소비자의 신뢰와 협상 자세에 대한 기대가 공급자에 대한 태도와 행동에 영향을 준다는 것을 발견하였다. 한편, 신뢰는 유통경로 상의 힘과 갈등에 관한 연구를 하나로 연결하는 개념으로 거래상대방이 쌍방관계에서 협력을 원하고 의무와 책임을 다할 것이라는 기대를 의미하기도 한다. 거래 당사자 쌍방이 서로 믿음이 있으면 설사 합리성이 제한되어 있어도 쌍방이 신뢰할 수 있는 계약이 성립될 수 있기 때문이다(Dwyer and Oh, 1987). 이와 같이 신뢰의 정의를 살펴보면, 대부분의 연구자들은 신뢰가 다차원적으로 구성되어 있다고 제시하고 있다(Mayer, Davis and Schoorman, 1995), 신뢰는 거래관계나 구체적인 상황에 의해 다의적으로 해석될 수 있는 것이다. 따라서 본 연구에서는 정보시스템 사용자와 공급자라는 관계에서 발생하는 신뢰의 구체적인 형태를 연구함에 있어서, 궁극적으로 신뢰를 사용자가 공급자에 대해 느끼는 감정으로 파악할 수 있다고 보고 구체적으로는 공급자가 사용자에게 제공하는 지원이나 약속 그리고 실제적인 수행과정에서 오는 믿음으로 파악하고 연구하고자 하였다.

몰입(commitment)은 거래 당사자들 간의 관계적 지속성에 대한 묵시적 또는 명시적 서약이라고 정의(Dwyer, Schurr and Oh, 1987)하고 있다. Gundlach, Achrol, and Mentzer(1995)는 몰입이 3가지 요소로 구성되어 있다고 보았는데 투자의 형태를 띤 도구적 요소, 감성적 몰입이나 심리적 애착으로 기술되어지는 태도적 몰입, 관계가 지속될 것이라고 보는 일시적 차원(temporal dimension)의 세 가지이다. 그리고 기업 간 몰입의 가장 중요한 요소는

특정 기업 간 관계를 장기간에 걸쳐 유지, 발전시키려는 경향으로 정의되는 관계 계속성(relationship continuity)으로 파악하고 있다(Dant and Wilson, 1991). 또한, 교환 기업 간 관계를 결속시키는 힘으로 정의되는 기업 간 몰입은 경제적 측면에서의 계속적 몰입과 사회, 심리적 측면에서의 태도적 몰입을 합한 함수관계로 표시하기도 한다(황의록, 김의근, 1999). 몰입 또한 신뢰와 마찬가지로 다의적인 의미를 내포하고 있으며, 다차원적인 측면에서 연구되어 왔다고 볼 수 있다. 신뢰가 정보시스템 공급자가 사용자에게 제공하는 지원 등에 대한 사용자의 믿음과 같은 심리적 상태를 말한다면 몰입은 공급자에 대한 사용자의 실제적인 태도로 볼 수 있다. 따라서 본 연구에서는 다차원적인 측면에서 연구되어 왔던 몰입에 대한 정의를 태도적인 관점에서 파악하고자 하였다.

이상에서 살펴본 바와 같이 정보시스템 공급자와 사용자 사이에서 발생하는 상황적 변수인 지식공유와 상호의존 및 상호이익공유 그리고 신뢰와 몰입에 대한 연구는 궁극적으로 정보시스템의 성과라는 측면에서 그 가치가 입증된다고 볼 수 있다. 정보시스템을 아웃소싱하는 이유는 결과적으로 기업에서 자체적으로 수행하는 것과 대비하여 효율성이나 효과성 측면에서 더 나은 결과를 가져오기 때문일 것이며, 이러한 결과는 결국 정보시스템의 성과로 대변될 수 있기 때문이다.

Grover, Cheon, and Teng(1996)은 정보시스템 아웃소싱과 관련 아웃소싱 기능 범위를 크게 기업의 응용 소프트웨어의 개발과 유지, 시스템 운영, 전산망의 관리, 최종 사용자 지원, 시스템의 계획과 관리 부분으로 나누고 이 부분들이 아웃소싱 성공과 유의적인 상관관계를 가진다고 하였다. 각각의 5가지 기능 부분들과 아웃소싱 성공 사이에는 아웃소싱 서비스 공급자의 서비스 품질이 영향을 미칠 것이며, 파트너십이 고객기업과 서비스 공급기업 사이에 매개체 역할을 할 것이라고 하였다. Lacity and Wilcocks(1995)는 정보시스템 아웃소싱을 전략적인

측면에서 접근하여 아웃소싱 위탁 업체와 서비스 제공 업체 간의 전략적인 관계에 대한 형성과 관리에 대한 대안들을 제시하고 있는데, 아웃소싱 위탁업체와 서비스 제공 업체 서로의 입장에서 중요시하는 부분이나 경험, 서로간의 관계, 아웃소싱 이후의 효율적인 관리 등을 정리한 결과, 위탁 업체와 서비스 제공 업체 간의 인터페이스가 중요함을 강조하였다.

Saunders, Gebelt, and Hu (1997)은 정보시스템 아웃소싱의 성공을 위한 요소로 경제적, 기술적, 그리고 전략적 효과와 전체적인 아웃소싱 만족도 등의 4가지 효과를 제시하였다. 즉, 정보시스템의 성과와 관련해서도 다양한 관점에서 논의가 진행되어 왔다고 볼 수 있다. 정보시스템의 성과를 무엇으로 볼 것이냐의 문제는 기술적 측면이나, 비용적 측면, 생산적인 측면, 관계 지속적인 측면, 공급자의 서비스 품질의 측면 등 다양한 차원에서 측정할 수 있다는 것이다. 그러나 궁극적으로 정보시스템 아웃소싱의 성과는 정보시스템을 아웃소싱한 사용자의 최종적인 만족을 전제함으로써 성과의 의미를 제대로 평가할 수 있다. 이러한 만족과 관련해서는 일반적으로 제품이나 서비스에 대한 필요와 욕구에 부합하는 정도를 말하여, 중요한 결정요인은 지각된 품질과 성과로 보고 있다(Assael, 1969). 정보시스템 성공 모델에서 초기의 사용자 만족은 수신자의 효과적인 성공을 의미하는 것으로 나타났으며, Delone and McLean(1992)과 Ives and Olson(1984)은 정보시스템 사용자 만족을 “정보시스템 사용자가 직접 사용하는 시스템에서 자신들의 정보에 대한 요구사항에 충족된다고 믿고 있는 정도”로 정의하였다.

본 연구에서는 정보시스템의 성과를 사용자의 요구 사항과 아웃소싱 외부 개발업체(정보시스템 공급자)가 제공하는 서비스의 결과가 부합되는 정도로 정의하고 이를 최종적인 만족도 측면에서 연구하고자 하였으며 구체적으로는 정보시스템의 활용성과 비용적인 측면 및 사용의 편리성 등의 차원에서 다루고자 하였다.

3. 연구모형과 연구가설

1) 연구모형

본 연구에서는 앞서 검토한 이론적 배경을 근거로 하여 프랜차이즈 정보시스템의 파트너십을 구성하는 요인을 지식공유, 상호의존, 상호이익공유의 세 가지로 설정하고, 이들 요인들이 공급자 신뢰도와 몰입을 매개변수로 하여 정보시스템 성과에 미치는 영향을 분석하고자 한다([그림1] 참조).

2) 연구가설

Henderson(1990) 모형에 의하면, 파트너십 인자들을 두 가지로 분류하고 있다. 파트너십 상황변수(PIC: Partnership in Context)와 파트너십 실행변수(PIA: Partnership in Action)로 파트너십 상황변수는 “파트너들이 그들 간의 관계가 지속적으로 유지될 것이라고 믿는 정도”라고 정의하였고, 이것은 관계가 오랫동안 안정적이고 상호 의존적이 될 것이라는 믿음을 생성하는데 중요한 것이라고 보고 있다. 파트너십 상황변수에는 상호이익, 결속 및 경향이 포함되어 있다. 파트너십 실행변수는 “파트너십 성공과 관련된 정책이나 의사결정에 영향을 미치는 파트너의 능력 정도”로 정의된다. 파트너십 실행변수는 파트너와 일상적으로 업무 관계를 형성하는데 중요한 요소로서 지식공유, 상호의존 및 조직연결이 포함되어 있다.

이재남, 김영결(1999)은 아웃소싱 프로젝트가 성공(결과변수)하기 위해서는 아웃소싱 파트너십(파트너십의 본질을 나타내는 과정변수)이 좋아야 할 뿐만 아니라 이에 영향을 미치는 요소(파트너십의 본질에 영향을 미치는 과정변수)도 좋아야 한다고 보고, 실행변수요소들은 상황변수의 선행변수이며, 상황변수 요소들은 아웃소싱의 성공에 영향을 주는 변수라고 정의하며, Henderson(1990)의 모형을 인과모형으로 확장하였다. 한편, 그들은 파트너십 매개변수로서의 상황변수를 3가지 변수로 언급하였다. 즉, 상호이익의 공유정도, 결속정도, 신뢰도를 제시하였고 파트너십 실행

행변수로서의 선행변수로 지식의 공유정도, 상호의존도, 조직 연결정도를 제시하였다. 또한 아웃소싱의 성공은 고객의 요구사항과 아웃소싱의 결과가 부합되는 정도로 보고 아웃소싱의 성공을 업무 만족도와 사용자 만족도 측면에서 측정하였다.

먼저, 지식공유 정도는 파트너 간에 중요하고 필요한 정보가 교환되고 있는 정도(Mohr and Spekman, 1994)로서 지속적인 정보의 공유와 상대방에 대한 지식의 습득을 통해 파트너들 간에 효율적인 관계가 유지되는 것으로 정의될 수 있다. 둘째, 상호의존은 파트너들이 상호접촉을 통해 서로의 이익을 인식하게 되면서 발생하며(Bensaou and Venkatraman, 1995; Mohr and Spekman, 1994), 조직 간의 교환되는 대상의 크기와 중요도, 조직이 자신의 파트너를 최선의 대안으로 간주하는 정도와 교환에 대한 다른 대안의 존재 여부에 의해 결정된다(Ganesan, 1994; Heide and John, 1990). 따라서 상호의존은 두 조직 간에 서로 주고 받는 영향의 정도로 파악될 수 있다. 셋째, 상호이익공유는 파트너십 특성 중에 하나는 서로 필요한 것을 제공한다는 것으로(Fitzgerald and Willcocks, 1994) 이는 단순히 무언가를 주고받는 것이 아니라 위험과 이익을 공유하고 상호지원을 통해 서로의 성공을 이끌어 나가는 관계로 효과적인 파트너십을 위해서는 파트너간의 이익과 위험 공유의 중요성을 강조한다.

한편, 이재남, 김영결(1999)은 실행변수로서 지식공유 정도와 상호의존도가 상황변수인 신뢰도 및 결속(몰입)정도에 영향을 미친다고 하였으며, 상호이익공유 정도를 지식공유와 상호의존도와는 다른 차원의 상황변수로 보고 직접 아웃소싱 성공에 영향을 미친다고 하였다. 그러나 본 연구에서는 사용자와 정보시스템 공급자의 파트너십 관계를 지식공유와 상호의존 그리고 상호이익공유라는 3가지 차원으로 구분하였다. 즉, 앞선 연구에서는 실행변수와 상황변수를 구분하였으나, 실제 실행변수와 상황변수의 구분이 모호하기 때문에 관점에 따라서 다의적인 해석을 할 여

지가 내포되어 있다고 보았다. 따라서 실행변수에서 지식공유와 상호의존과 상황변수에서 상호이익공유를 업무관계에서 파생되는 하나의 실제적 상황으로 보고 한 개념의 변수로 설정하였으며, 상황변수로서 결속과 신뢰를 또 다른 매개변수로 구분하여 지식공유, 상호의존 및 상호이익공유가 영향을 미치는 사용자의 감정적 상태로 구분하여 살펴보고자 하였다.

이와 같이 선행연구를 참고로 종합해보면, 프랜차이즈 기업에 있어서 가맹본부와 정보시스템 공급자 사이의 관계에 있어서 정보시스템 공급자가 사용자의 전문적인 업무 특성을 이해하고자 하고 이와 관련된 전문적인 지식을 공유하고자 시도하고, 상호 이익과 위험을 공유함과 더불어 상호의존적 관계를 형성하기 위하여 노력한다면, 프랜차이즈 기업의 공급자에 대한 신뢰도와 몰입(결속)의 관계가 강화될 것이라고 예측할 수 있다.

따라서 프랜차이즈 기업을 대상으로 한 본 연구에서 가맹본부와 정보시스템 공급자 사이에 전문적인 지식의 공유와 상호의존 및 상호이익의 공유는 정보시스템 공급자에 대한 신뢰도 형성과 몰입에 정(+)¹의 유의한 영향을 미칠 것이라는 가설을 H1 ~ H6과 같이 설정하였다.

H1 : 프랜차이즈 기업과 정보시스템 공급자의 지식 공유는 공급자 신뢰도에 정(+)¹의 영향을 미친다.

H2 : 프랜차이즈 기업과 정보시스템 공급자의 상호의존은 공급자 신뢰도에 정(+)¹의 영향을 미친다.

H3 : 프랜차이즈 기업과 정보시스템 공급자의 상호이익공유는 공급자 신뢰도에 정(+)¹의 영향을 미친다.

H4 : 프랜차이즈 기업과 정보시스템 공급자의 지식 공유는 몰입에 정(+)¹의 영향을 미친다.

H5 : 프랜차이즈 기업과 정보시스템 공급자의 상호의존은 몰입에 정(+)¹의 영향을 미친다.

H6 : 프랜차이즈 기업과 정보시스템 공급자의 상호이익공유는 몰입에 정(+)¹의 영향을 미친다.

Moorman et al.(1993)은 신뢰를 “한 파트너가 믿고 있는 다른 파트너에게 의존하려고 하는 의지”로 설명하였는데, 이는 자신의 파트너에게 의지하려는 경향이 없다면, 신뢰는 완전하다고 볼 수가 없는 것이다. 따라서 신뢰는 개인과 조직 간의 관계를 구분하는 근본적인 요소이며, 이는 파트너 간의 계속적 접촉을 통해 변화해 나가게 된다(Ganesan, 1994; Grover, Cheon and Teng, 1996).

한편, 몰입과 관련하여 Morgan and Hunt(1994)는 몰입의 존재 여부가 조직 관계에서 중요한 역할을 한다는 것을 체계화 했으며, 파트너가 기회주의적 행동을 하지 않을 것이라는 믿음, 즉 몰입을 통해 서로 투자를 유도하고 단기적 이익보다 장기적 이익을 선호하게 된다고 보고 있다.

이러한 정보시스템 환경에 있어서 몰입과 신뢰와 관련하여 Henderson(1990)은 파트너십 상황변수로 결속(몰입)과 신뢰가 파트너십을 구성하는 모형으로 보았으나, 이러한 모형이 파트너십 성과에 미치는 영향에 대하여서는 언급하지 않음으로써 한계점을 노출하였다. 그러나 이재남, 김영걸(1999)은 이를 아웃소싱 파트너십의 인과모형으로 재해석하고 상황변수로서 상호이익공유, 결속(몰입)과 신뢰도가 아웃소싱 성공에 영향을 미친다고 파악한 바 있다.

따라서 본 연구에서는 선행연구를 바탕으로 프랜차이즈 정보시스템 성과에 대하여 영향을 미치는 변수로서 공급자 신뢰도 및 몰입을 설정하였다. 즉, 정보시스템의 성과는 사용자의 기대에 부합하는 정도로 볼 수 있는데 (이재남, 김영걸,1999), 사용자의 기대에 부합하기 위해서는 정보시스템 공급자의 지식공유, 상호의존, 상호이익공유 노력을 통한 사용자의 정보시스템 공급자에 대한 신뢰 형성과 몰입이 전제되어야 한다. 그러므로, 공급자에 대한 신뢰도, 몰입과 프랜차이즈 정보시스템 성과와의 관계에 있어서 H7 ~ H9와 같은 가설을 설정하였다.

H7 : 공급자 신뢰도는 몰입에 정(+)¹의 영향을 미친다.

H8 : 공급자 신뢰도는 정보시스템 성과에 정(+)의 영향을 미친다.

H9 : 몰입은 정보시스템 성과에 정(+)의 영향을 미친다.

III. 연구방법

1. 표본추출

본 연구에서 사용된 표본은 2011년 10월 현재까지 공정거래위원회에 정보공개서를 등록한, (사)한국프랜차이즈협회의 회원사 프랜차이즈 가맹본부들 중에서 본 연구의 설문에 동의한 250개 기업이며, 2011년 10월 1일부터 10월 29일까지 설문조사를 실시하여 유효표본 173부가 분석에 이용되었다.

설문은 프랜차이즈 가맹본부를 대상으로 한 설문으로써 1기업 당 1설문을 원칙으로 하여 실시하였다. 설문을 함에 있어서 공정거래위원회에 등록된 가맹본부만을 대상으로 한 것은 정보공개서가 등록되어 있지 않은 프랜차이즈 가맹본부는 1차적으로 신뢰할 수 없기 때문이다. 그 이유는 프랜차이즈 가맹본부를 설립하고 가맹점을 모집하기 위해서는 의무적으로 공정거래위원회에 정보공개서를 등록하고 등록된 정보공개서를 가맹희망자에게 제공하여야 하는 현행법 상의 의무적인 제도로서 이를 위반하고 있는 가맹본부는 프랜차이즈 기업으로서 기본적인 법적 하자가 있는 기업이기 때문이다.

그리고 프랜차이즈 가맹본부 중 협회 회원사를 대상으로 한 것은 적극적인 협회 가입과 활동으로 이루어 볼 때, 본 설문에 대한 성실한 답변을 기대할 수 있기 때문에 설문의 대상으로 고려하게 되었다. 또한, 무작위적으로 전체 프랜차이즈 가맹본부를 대상으로 할 경우 발생할 수 있는 오차발생요인(confounding variables)의 영향을 감소시키는 동시에 제한된 범위 일지라도 충분한 분산 정도를 갖고 있을 것으로 기대하기 때문이다(김중훈 1999).

2. 변수의 측정

본 연구에 이용된 각 측정항목들은 “1점은 전혀 그렇지 않다.”, “5점은 매우 그렇다”의 리커트 5점 척도로 측정되었다([표4] 참조).

먼저, 파트너십을 구성하는 요소는 지식공유, 상호의존, 그리고 상호이익공유의 세 가지 차원으로 측정되었다. 지식공유는 파트너 간에 중요하고 필요한 정보가 교환되는 정도로서 핵심업무 지식의 제공, 정보교환, 기업환경 및 기술환경 정보공유, 그리고 정기적 회의(이재남, 김영걸, 1999; Konsynski and McFarlan, 1990; Mohr, Jakki, and Spekman, Robert, 1994; Morgan and Hunt, 1994)의 4문항으로 측정되었다.

상호의존은 조직 간의 교환되는 대상의 크기와 중요도, 조직이 자신의 파트너를 최선의 대안으로 간주하는 정도와 교환에 대한 다른 대안의 존재 여부로 정보시스템 공급자의 책임범위, 정보시스템 공급자의 공급 개발 관리 범위, 정보시스템공급자에 대한 의존도, 정보시스템 공급자와 가맹본부 간의 중요사항 협의 결정 여부(이재남, 김영걸, 1999; Bensaou and Venkatraman, 1995; Heide and John, 1990)의 4문항으로 측정되었다.

마지막으로, 상호이익공유는 서로의 성공을 위하여 이익과 위험을 공유하는 것으로 상호 경제적 기술적 이익 공유, 위험에 대한 공동 대처, 이익과 위험에 대한 공동 책임, 정보의 수시 교환(이재남, 김영걸, 1999; Fitzgerald and Willcocks, 1994; Henderson, 1990; McFarlan and Nolan, 1995) 등 4문항으로 측정되었다.

공급자 신뢰도는 교환 상대방의 약속이 믿을 만하고 거래관계에서 지켜야할 사항들을 준수할 것이라는 신념의 정도로서 믿음과 도움 제공, 돈독한 관계, 약속과 성실성(이재남, 김영걸, 1999; Anderson and Narus, 1990; Ganesan, 1994; Gulati, 1995; Moorman, Deshpande, and Zaltman, 1993)의 5문항으로 측정되었다.

물입은 파트너들에게 협조적인 자세와 관계가 계속 유지될 것이라는 믿음으로 정의되며, 충실한 계약 이행, 약속했던 지원 제공, 약속 준수 노력과 공급자에 대한 의존도(이재남, 김영걸, 1999; Bensaou and Venkatraman, 1995; Morgan and Hunt, 1994)의 4 문항으로 측정되었다.

정보시스템 성과는 고객의 요구사항과 아웃소싱의 결과가 부합되는 정도로서(Grover et al., 1996; Loh and Venkatraman, 1991) 핵심 업무에 대한 강화 정도, 정보기술 능력의 향상 정도, 필요한 전문가의 활용 정도, 인력자원에 대한 비용 감소 정도, 기술 자원에 대한 비용의 감소 정도, 효율적인 비용관리 정도, 기술 변화에 대한 대처 능력 정도, 최신 정보기술의 접근 능력 정도, 아웃소싱에 대한 전반적인 만족도 등 9문항으로 측정되었다.

3. 표본의 일반적 특성

본 연구는 173개 기업에 대한 일반적 특성을 기업과 응답자 특성, 그리고 사용 중인 정보시스템 종류로 구분하여 [표1], [표2], 그리고 [표3]과 같이 제시하였다.

먼저, 기업특성 중 업종은 외식업이 57.8%로 가장 높게 나타났으며, 서비스업 26.6%, 판매 유통업

14.5% 순으로 나타났다. 한편, 가맹점수는 50개 미만 이 49.7%로 가장 많았으며, 다음으로 50-100개가 18.5%로 나타났으며, 200개 이상 되는 기업은 14.5%로 나타났다. 근무하고 있는 임직원 수는 10명 미만 이 44.5%, 10-20명이 22.0%로 나타났으며, 40명 이상되는 기업은 17.3%로 조사되었다. 2010년도 기준으로 매출액은 5억 원 이하가 22.8%, 다음으로 5-10억 원이 20.8%로 나타났으며, 30억 원 이상은 26.0%로 나타났다. 가맹사업을 운영한 기간은 5년 이상 된 기업이 61.8%로 가장 많았고 2년 미만인 기업도 11.6%를 차지하고 있는 것으로 나타났다.

응답자의 일반적 특성을 살펴보면, 성별은 남자가 86.7%이며, 학력은 대졸이 71.1%로 가장 많았으며, 직급은 사장이 32.4%, 그리고 부장이 21.4%로 나타났다. 근무부서는 가맹점 관리부가 26.6%, 기획부 16.8%, 마케팅부 11.0%, 그리고 전산관리부 6.4%로 조사되었다. 현 기업에 근무한 기간은 5-10년이 24.3%, 그리고 10년 이상이 19.1% 등의 순이었으며, 업계 총 근무년수는 10년 이상이 43.4%, 5-10년이 27.7%로 조사되었다. 이상의 일반적 특성을 살펴보면, 응답자들은 본 연구에서 측정하고자 정보시스템 성과에 관련된 내용에 대하여 충분히 응답을 할 수 있는 것으로 판단된다.

[표 1] 표본의 일반적 특성(기업특성)

기업	구분	빈도(수)	%	기업	구분	빈도(수)	%
업종	외식	100	57.8	임직원 수	30-40명	8	4.6
	서비스	46	26.6		40명 이상	30	17.3
	판매, 유통	25	14.5	매출액	5억원 이하	49	28.3
	기타	2	1.2		5-10억원	36	20.8
가맹점수	50개 미만	86	49.7		10-20억원	25	14.5
	50-100개	32	18.5		20-30억원	18	10.4
	100-150개	20	11.6	30억원 이상	45	26.0	
	150-200개	10	5.8	운영 기간	2년 미만	20	11.6
	200개 이상	25	14.5		2-3년	12	6.9
임직원 수	10명 미만	77	44.5		3-4년	16	9.2
	10-20명	38	22.0		4-5년	18	10.4
	20-30명	20	11.6		5년 이상	107	61.8

[표 2] 표본의 일반적 특성(응답자 특성)

응답자	구분	빈도(수)	%	응답자	구분	빈도(수)	%
성별	남자	150	86.7	근무부 서	마케팅	19	11.0
	여자	23	13.3		가맹점관리	46	26.6
학력	고졸	23	13.3		기타	68	39.3
	대졸	123	71.1	근무 년수	1년 미만	17	9.8
	석사	22	12.7		1-2년	25	14.5
	박사	1	0.6		2-3년	27	15.6
	기타	4	2.3		3-5년	29	16.8
			5-10년		42	24.3	
직급	대리	21	12.1	10년 이상	33	19.1	
	과장	28	16.2	업계 총근무 년수	1년 미만	1	0.6
	부장	37	21.4		1-2년	13	7.5
	이사	24	13.9		2-3년	13	7.5
	사장	56	32.4		3-5년	23	13.3
기타	7	4.0	5-10년		48	27.7	
근무부 서	전산관리	11	6.4	10년 이상	75	43.4	
	기획	29	16.8				

[표 3] 표본의 일반적 특성(정보시스템 공급자로부터 공급받아 사용 중인 정보시스템 종류)

	구분	빈도(수)	%		구분	빈도(수)	%
ERP	사용	32	18.5	의사결정	사용	11	6.4
	미사용	141	81.5		미사용	162	93.6
SCM	사용	19	11.0	회계관리	사용	105	60.7
	미사용	154	89.0		미사용	68	39.3
POS	사용	140	80.9	인사관리	사용	44	25.4
	미사용	33	19.0		미사용	129	74.6
CRM	사용	48	27.7	생산관리	사용	31	17.9
	미사용	125	72.3		미사용	142	82.1
그룹웨어	사용	55	31.8	물류관리	사용	98	56.6
	미사용	118	68.2		미사용	75	43.4
KMS	사용	12	6.9	가맹점관리	사용	46	26.6
	미사용	161	93.1		미사용	127	73.4
경영지원	사용	22	12.7	계약관리	사용	25	14.5
	미사용	151	87.3		미사용	148	85.5

한편, 현재 프랜차이즈 기업에서 정보시스템 공급자로부터 공급 받아 사용하고 있는 정보시스템 중 가장 많이 사용하는 시스템은 POS로 141개 기업(81.5%)에서 사용하고 있으며, 다음으로 회계관리 시스템 60.7%, 물류관리 시스템 56.6%, 그룹웨어 31.8%, CRM 27.7%, 가맹점관리 26.6%, 그리고 인사관리 25.4% 순으로 나타났다.

IV. 분석 및 결과

1. 요인분석과 신뢰도 분석

본 연구에서는 다항목으로 측정된 연구 단위들에 대하여 단일차원성을 검증하기 위하여 1차로 주성분과 직각회전방식에 의한 요인분석을 실시하고, 2차로 Cronbach's α 에 의한 신뢰도 분석을 실시하였다.

먼저, 각 연구단위들에 대한 요인분석 결과, 표 4에 서와 같이, 지식공유에서 2개 문항, 상호의존에서 2개 문항, 상호이익공유에서 1개 문항, 신뢰도에서 3개 문항, 몰입에서 2개 문항, 그리고 정보시스템 성과에서 4개 문항을 제거하였다. 각 차원의 분산 설명력은 정보시스템 성과가 27.697%, 상호이익공유가 15.810%, 몰입이 14.841%, 지식공유가 10.608%, 상호의존이 10.831%, 그리고 신뢰도가 7.365%로 여섯 개 차원이 전체 분산의 87.152%를 설명하는 것으로 나타났다.

요인분석의 적합도 평가는 Kasier-Meyer-Olkin

(KMO)과 Bartlett's Test of Sphericity를 통해 검증하였다. KMO 통계량은 전체 자료와 개별 자료의 표본 적합도를 평가하고, Bartlett's Test of Sphericity는 요인분석에서 이용될 상관행렬이 단위행렬인지를 평가하고 변수들이 독립적인지 아닌지를 평가한다. KMO 값이 크고, Bartlett's Test of Sphericity 유의하면 상관행렬이 요인분석하기에 적합한 것으로 판단되는데, KMO 값이 .857이며, Bartlett's Test of Sphericity=2,382.063 (df=120), p<.000로 나타나 요인분석에 이용된 표본들이 적합한 것으로 나타났다.

[표 4] 요인분석과 신뢰도 분석 결과

요인명과 변수명	요인적재값	아이겐 값	분산설명력(%)	α
지식공유		1.697	10.608	.849
우리와 공급자는 필요하다면, 핵심 분야의 업무 지식까지도 서로 제공하고 있다.*	-			
우리와 공급자는 계획수립이나 업무수행에 도움이 되는 정보를 수시로 교환하고 있다.	.837			
우리와 공급자는 서로에게 영향을 줄 수 있는 기업환경 및 기술환경에 대한 정보를 언제나 공유하고 있다.	.821			
우리 회사는 공급자와 정기적인 회의를 진행하고 있다.*	-			
상호의존		1.733	10.831	.800
우리 회사 업무의 시스템 개발, 운영 및 관리의 많은 부분을 공급자가 책임지고 있다.	.931			
우리 회사에 필요한 핵심정보기술의 대부분은 공급자가 공급, 개발 및 관리하고 있다.	.884			
우리 회사와 공급자의 관계에 문제가 생기면, 우리 회사는 업무수행에 많은 어려움을 겪을 것이다.	-			
중요사항 결정 시 공급자와 협의 후 결정한다.*	-			
상호이익공유		2.530	15.810	.869
우리 회사와 공급자는 경제적, 기술적 이익을 서로 공유한다.	.840			
우리 회사와 공급자는 업무처리 과정에서 발생할 수 있는 위험에 공동으로 대처하고 있다.	.882			
우리 회사와 공급자는 발생하는 이익과 위험에 공동의 책임을 진다.	.701			
각자의 사업에 영향을 주는 정보를 수시로 교환하고 있다.*	-			
공급자 신뢰도		1.178	7.365	.866
어떠한 상황에서도 공급자는 우리 회사에 유익한 결정을 내린다.*	-			
예외적인 상황이 발생하더라도 공급자는 우리 회사에게 기꺼이 도움을 제공한다.*	.628			
과거와 현재의 경험으로 볼 때, 우리 회사와 공급자의 관계는 돈독하다.	.637			
공급자는 약속을 잘 지킨다.*	-			
공급자는 협약된 내용을 성실히 수행한다.*	-			
몰입		2.375	14.841	.897
우리 회사와 공급자는 계약에 명시된 모든 사항들을 어김없이 잘 수행한다.*	-			
우리 회사와 공급자는 계약 시 약속했던 지원을 충실히 제공하고 있다.	.843			
우리 회사와 공급자는 서로간의 약속을 지키기 위해 항상 노력하고 있다.	.843			
공급자와의 계약이 중단되면 우리 회사의 업무에 많은 지장을 줄 것이다.*	-			
정보시스템성과		4.431	27.697	.951
정보시스템(외부개발)을 통해 조직의 핵심업무에 보다 많은 관심을 기울일 수 있게 되었다.*	-			

정보시스템(외부개발)을 통해 조직의 정보기술 능력을 향상시켰다.*	-
정보시스템(외부개발)을 통해 필요한 전문가를 쉽게 활용할 수 있게 되었다.*	-
정보시스템(외부개발)을 통해 인력자원에 대한 비용을 줄일 수 있었다.	.856
정보시스템(외부개발)을 통해 기술자원에 대한 비용을 줄일 수 있었다.	.889
정보시스템(외부개발)을 통해 정보시스템에 대한 비용관리를 효율적으로 수행하게 되었다.	.869
정보시스템(외부개발)을 통해 기술의 변화에 신속하게 대처할 수 있게 되었다.	.815
정보시스템(외부개발)을 통해 최신의 정보기술을 쉽게 접하게 되었다.	.847
정보시스템(외부개발)을 통한 전반적인 결과에 만족한다.*	-
충분산설명력 (%)	87.152

KMO=.857, Batlett's Test of Sphericity=2,382.363(df=120), p<.000,

* 요인분석 과정에서 제거된 항목

2. 상관관계 분석

요인분석 결과, 단일차원성이 입증된 각 연구단위 별 척도들에 대하여 서로의 관계가 어떤 방향이며, 어느 정도의 관계를 갖는지를 알아보기 위하여 구조 모형의 분석 결과 나타난 상관관계를 알아보았다. 표

[표 5] 각 연구단위들 간의 평균, 표준편차, 그리고 상관관계행렬

	지식공유	상호의존	상호이익	공급자 신뢰도	몰입 결속	정보 시스템성과
지식공유	1.000					
상호의존	.140*	1.000				
상호이익	.588**	.001	1.000			
공급자 신뢰도	.454**	.194**	.576**	1.000		
몰입	.367**	.087	.478**	.786**	1.000	
정보시스템 성과	.429**	.172**	.492**	.657**	.600**	1.000
평균	2.78	3.20	2.54	3.10	3.41	3.24
표준편차	.91	1.08	.88	.80	.74	.87

* p < .10, ** p < .05, *** p < .01

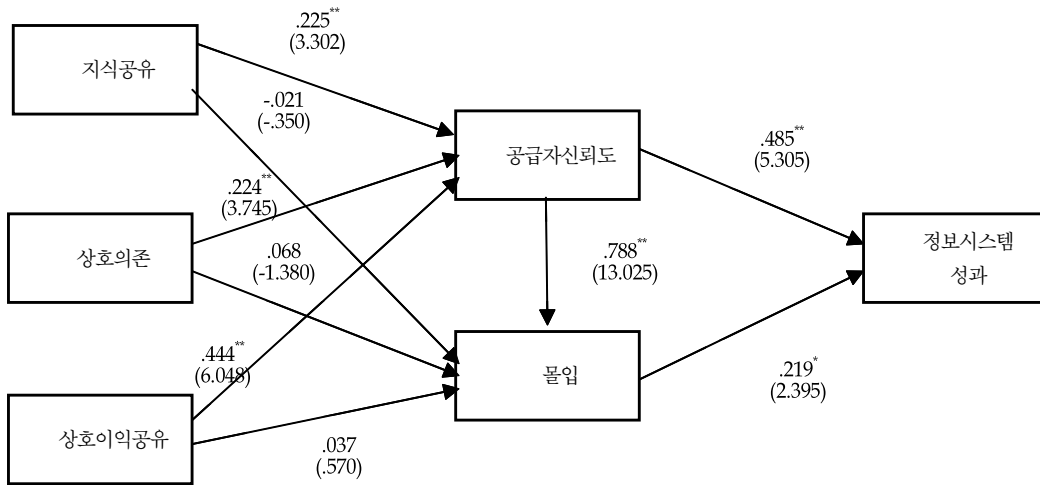
3. 연구가설의 검증

본 연구에 이용된 지식공유, 상호의존, 상호이익, 공급자신뢰도, 몰입결속, 그리고 정보시스템성과 연구 단위들 간의 구조모형분석은 경로분석(path analysis)에 의해서 실시되었다. 경로분석 결과, 적합도는 $\chi^2 = 11.993$, df = 3, p값 = .007, GFI = .978, AGFI = .846, NFI = .973, CFI = .979, RMR = .031을 갖는 [그림 1]과 같은 최적모형이 도출되었다.

5에서와 같이 각 연구단위들 간의 관계는 연구가설에서 설정한 방향으로 나타나 추후 분석에 이용되었다. 한편, 각 연구단위들 간의 상관관계 값이 신뢰도 값보다 크지 않아 판별타당성이 확보되었다(Gaski and Nevin, 1985).

본 연구에 이용된 프랜차이즈 기업과 정보시스템 공급자와의 지식공유, 상호의존, 상호이익공유, 신뢰도, 몰입, 정보시스템 성과 등 연구 단위들 간의 관계에 대한 가설을 검증하기 위하여 분석한 결과를 표로 나타내면 표 6과 같다.

먼저, 지식공유(H1), 상호의존(H2), 그리고 상호이익공유(H3)가 공급자 신뢰도에 미치는 관계를 분석한 결과, 지식공유(경로계수 = .225, t-값 = 3.302, p < .01), 상호의존(경로계수 = .224, t-값 = 3.745, p <



[그림 1] 경로분석 결과

[표 6] 연구가설 검정 결과

가설	경로	표준화계수	t-값	p
H1	지식공유 → 공급자 신뢰도	.225	3.302	.002
H2	상호의존 → 공급자 신뢰도	.224	3.745	.000
H3	상호이익공유 → 공급자 신뢰도	.444	6.048	.000
H4	지식공유 → 몰입	-.021	-.350	.726
H5	상호의존 → 몰입	.068	-1.380	.168
H6	상호이익공유 → 몰입	.037	.570	.568
H7	공급자 신뢰도 → 몰입	.788	13.025	.000
H8	공급자 신뢰도 → 정보시스템 성과	.485	5.305	.000
H9	몰입 → 정보시스템 성과	.219	2.395	.017

설명력(R ²)	
공급자신뢰도	.401 (40.1%)
몰입결속	.623 (62.3%)
정보시스템성과	.450 (45.0%)

Fit indices	
χ^2	11.993
Df	3
p	.007

.01) 및 상호이익공유(경로계수 = .444, t-값 = 6.048, $p < .01$) 모두 공급자 신뢰도에 정(+)의 유의한 영향을 미치는 것으로 나타났다. 따라서 H1 ~ H3은 지지되었다.

한편, 지식공유(H4), 상호의존(H5), 그리고 상호이

익공유(H6)가 몰입에 미치는 관계를 분석한 결과, 지식공유(경로계수 = -.021, t-값 = -.350, n.s), 상호의존(경로계수 = .068, t-값 = -1.380, n.s), 그리고 상호이익공유(경로계수 = .037, t-값 = .570, n.s) 모두 유의한 영향을 미치지 않는 것으로 나타나, H4

~ H6는 모두 지지되지 않았다.

마지막으로, 공급자 신뢰도, 몰입, 그리고 정보시스템 성과에 관련된 관계를 살펴본 결과, 공급자 신뢰도는 몰입(경로계수 = .788, t-값 = 13.025, $p < .01$)과 정보시스템 성과(경로계수 = .485, t-값 = 5.305, $p < .01$), 그리고 몰입은 정보시스템 성과(경로계수 = .219, t-값 = 2.395, $p < .05$)에 모두 유의한 정(+)의 영향을 미치는 것으로 나타나 H7 ~ H9는 지지되었다.

V. 결론

본 연구에서는 프랜차이즈 기업의 정보시스템 환경에서 지식공유, 상호의존, 상호이익공유와 공급자 신뢰도 및 몰입, 그리고 프랜차이즈 시스템 성과의 관계를 실증적으로 분석하였다.

연구 결과 지식공유, 상호의존, 상호이익 공유는 공급자 신뢰도에는 영향을 미쳤으나, 몰입에는 영향을 미치지 않았다. 반면에, 공급자 신뢰도는 몰입에 높은 영향을 미쳤는데, 이는 정보시스템 사용자인 가맹본부와 정보시스템 공급자의 파트너십 품질과 몰입 사이에서 공급자 신뢰도가 완전매개의 역할을 한다는 것을 제시하는 것이다. 즉, 지식공유, 상호의존과 상호이익공유는 신뢰를 매개로 하지 않고는 몰입을 증대시키지 않는다는 것을 의미한다.

구체적으로 지식공유는 공급자 신뢰도에 유의적인 영향을 미쳤으며, 공급자 신뢰도를 경유하여 몰입의 관계를 형성하게 된다는 점을 확인할 수 있었다. 이는 정보시스템 공급자와 프랜차이즈 기업에 있어서 상호 업무와 관련된 지식과 정보를 공유하고 업무수행에 도움을 줌으로써 신뢰기반이 형성되고 이를 통해 몰입과 정보시스템 성과를 가져 온다는 것을 의미한다. 또한, 정보시스템 공급자와 프랜차이즈 기업의 상호의존과 상호이익공유도 서로 경제적, 기술적 이익을 공유하고 업무 처리 과정에서 발생하는 이익과 위험에 공동으로 대처하고 이러한 정보를 수시로 교환하는 정도로서 공급자 신뢰도를 통해 몰입에 영향

을 미치며, 프랜차이즈 정보시스템의 성과에 유의한 영향을 미치는 것으로 나타났다. 종합하면, 프랜차이즈 정보시스템 환경에서 지식공유, 상호의존, 상호이익공유라는 파트너십 관계는 공급자 신뢰도를 거쳐 몰입과 정보시스템 성과에 영향을 미치는 것으로 나타나 이러한 요인들이 실제적인 파트너십 관계의 선행요인으로서 의미가 있음을 시사해 주고 있으며, 이러한 파트너십의 관계는 공급자 신뢰도를 거쳐 몰입의 관계와 정보시스템 성과에 영향을 미쳐 정보시스템 환경 하에서 공급자 신뢰도의 중요성이 강조되고 있음을 확인할 수 있었다.

한편, 지식경제부(2009)에 의하면, 우리나라 프랜차이즈 산업은 매년 10% 이상 성장을 거듭하고 있으며, 매출액 기준으로 보더라도 100조원 이상의 규모로 명목 GDP의 7.3%로 파악하고 있다. 그러나 프랜차이즈 산업이 양적인 성장에 비해 질적 성장을 위한 인프라 구축은 미약한 것으로 나타났다. 즉, 외형적인 성장에 걸맞는 전문인력 양성과 정보시스템의 도입이 시급한 과제로 제시되고 있다. 본 연구에서 살펴본 바와 같이, 프랜차이즈 기업의 정보시스템 도입 수준은 POS나 물류관리, 회계관리 시스템 등 제한적인 분야에 국한되어 있는 것으로 파악되고 있으며([표3] 참조), 프랜차이즈 기업의 운영에 있어서 ERP 등 전반적인 정보시스템의 구축은 지극히 미약한 수준임을 알 수 있다. 이러한 프랜차이즈 산업에 있어서의 정보시스템 도입 수준은 본 연구에서 지식공유, 상호의존, 상호이익공유가 정보시스템 공급자에 대한 몰입에 직접적인 영향을 미치지 않고 신뢰도를 통해 영향을 미치는 결과와도 일맥상통하는 것으로 볼 수 있다. 즉, 정보시스템 도입의 현 수준으로 볼 때, 프랜차이즈 기업과 정보시스템 공급자와의 관계는 아직 초보적인 수준의 계약관계에 머물러 있기 때문이라고 파악할 수 있다. 피상적인 계약관계의 수준에서 몰입의 관계가 직접적으로 형성되지 못하는 것은 어찌 보면 당연한 결론이라고 볼 수 있다. 따라서 신뢰도 형성 과 몰입의 파트너십 관계를 통한 정보시스템의 성

과를 지향하기 위해서는 프랜차이즈 기업의 보다 적극적인 정보시스템 도입 의지가 우선적으로 필요하며, 정보시스템 공급자 또한 프랜차이즈 시스템의 특성에 부합하는 정보시스템 콘텐츠의 개발과 보급을 위한 노력을 필요로 한다고 볼 수 있다. 프랜차이즈 시스템에 특화된 정보시스템의 구축은 당연히 프랜차이즈 시스템을 이해하려는 노력(정보공유)이 선행되어야 할 것이며 상호의존과 상호이익공유를 위한 적극적인 자세가 필요하다는 것을 말해 준다.

본 연구는 지금까지 프랜차이즈 연구가 가맹본부와 가맹점 간의 관계 성과를 중심으로 한 연구에 치중되어 왔다면, 본격적으로 가맹본부와 외부 협력업체 간의 관계를 연구하였다는 점에서 시사점을 찾을 수 있다. 또한, 프랜차이즈에 관련된 연구의 폭을 정보시스템의 영역으로 확장하여 각론 차원의 연구를 함으로써 외연을 넓혔다는 점이다.

본 연구의 이론적 시사점으로는 프랜차이즈 기업의 정보시스템 환경에서 파트너십을 지식공유, 상호의존, 상호이익공유로 세분화하여 나누고 이를 공급자 신뢰도와 몰입의 관계로 연계하였다는 점이다. 기존 선행연구에서 논의되어 왔던 정보시스템 아웃소싱 파트너십 모형(Henderson, 1990; 이재남, 김영걸, 1999)의 상황변수와 실행변수들을 프랜차이즈 환경에 맞게 재구성하여 실무적인 관점에서 체계적으로 정립하였다는 점이다. 즉, 앞선 연구에서는 실행변수와 상황변수를 구분하였으나, 실제 실행변수와 상황변수의 구분이 모호하기 때문에 관점에 따라서 다의적인 해석을 할 여지가 내포하고 있는 점을 극복하고 실행변수에서 지식공유와 상호의존과 상황변수에서 상호이익공유를 업무관계에서 파생되는 하나의 실제적 상황으로 보고 한 개념의 변수로 보았으며, 상황변수로서 결속과 신뢰를 또 매개변수로 구분하여 지식공유, 상호의존 및 상호이익공유가 어떠한 영향을 미치는 지를 구분하여 살펴보았다는 점이다.

또한, 본 연구는 기존의 정보시스템 파트너십 연구를 공급자-구매자에서 가맹본부-공급자의 새로운 관

점에서 재해석하여 프랜차이즈 정보시스템 환경에 적용하였다는 의의가 있다.

실무적으로도 프랜차이즈 기업의 정보시스템 구축에 있어서 파트너십 관계 형성의 중요성을 확인할 수 있었다. 정보시스템의 구축과 활용을 위해서는 지식공유와 상호의존을 위한 업무의 이해를 높이는 것이 중요하며 이를 바탕으로 신뢰도의 형성이 정보시스템의 성공을 위한 필수적인 요소임을 확인할 수 있었다.

위와 같은 시사점에도 불구하고 본 연구는 다음과 같은 한계점이 있으며, 이에 따라 향후 연구방향을 제시하고자 한다. 첫째, 표본이 되는 프랜차이즈 기업 수가 적은 관계로 연구의 일반화에는 한계가 있다. 프랜차이즈 기업을 업종별로 구분하고, 대기업과 소기업으로 구분하여 조사함으로써 본 연구의 결과를 보다 심층적으로 객관화 할 필요가 있다. 둘째, 본 연구는 가맹본부만을 대상으로 한 한계가 있다. 향후 정보시스템 공급자를 포함한 양방향의 관점에서 상호 관계를 심층 분석할 필요가 있다. 본 연구에서 지식공유, 상호의존, 상호이익공유가 직접적으로 몰입에 영향을 미치지 못하고 신뢰도를 통해 영향을 미치는 것으로 파악된 것은 연구가 프랜차이즈 기업만을 대상으로 하였기에 정보시스템 공급자의 관점에서 신뢰도를 파악하지 못한 한계점에 기인한다고도 볼 수 있기 때문이다. 셋째, 프랜차이즈 시스템은 가맹본부와 가맹점사업자 그리고 협력업체를 구성원으로 하는 복합적인 관계이다. 궁극적으로 정보시스템 구축의 성과는 가맹점의 정보시스템 구축을 통해 완결되고 최종적인 성과에 이를 수 있다. 따라서 향후 가맹본부 뿐만 아니라 가맹점까지도 포괄한 정보시스템 성과에 대한 연구가 진행되어야 할 것으로 본다. 마지막으로, 지금까지 연구는 프랜차이즈 기업이 사용하고 있는 모든 정보시스템을 대상으로 실시하였다. 향후 연구는 정보시스템 별로 세분화된 심층적인 연구를 함으로써 업계에 보다 실무적으로 유의미한 시사점을 제공할 필요가 있다.

참 고 문 헌

[국내 문헌]

- [1] 김병수, 허인석, 한인구, 이인석 (2010), “지식 경영 활동의 혁신 역량으로의 연계 : IT 서비스 사업 중심으로”, 지식경영연구, 제11권, 제1호, 97-113.
- [2] 김재전, 조건, 조성도, 고준, 이상준, 이길형 (2009), “중소기업의 정보시스템 도입과 실행과정에 대한 사례 연구 : 화진기공을 중심으로”, 지식경영연구, 제10권, 제4호, 185-207.
- [3] 김종훈 (1999), “구매자-판매자 간 거래관계의 특성이 관계성과에 미치는 영향: 관계규범과 관계투자를 중심으로”, 유통연구, 제4권, 제1호, 71-92.
- [4] 신선진, 공희경, 고준 (2008), “지식관리시스템에서의 지식공유에 대한 영향 요인과 성과 간의 구조적 관계에 관한 연구”, 지식경영연구, 제9권, 제2호, 87-107.
- [5] 이재남, 김영걸 (1999), “정보시스템 아웃소싱의 성공을 위한 인과모형에 관한 연구: 구조방정식 모형 접근방법”, 경영학연구, 제26권, 제3호, 799-822.
- [6] 이종만, 구철모, 남기찬 (2010), “아웃소싱 성과를 위한 IT 서비스 관리에서 IT 거버넌스 커미트먼트의 중요성에 대한 연구” 지식경영연구, 제11권, 제3호, 31-45.
- [7] 이종만, 남기찬, 김용진 (2007), “정보시스템 아웃소싱 상황 관점에서 본 계약과 신뢰의 통합적 분석”, 경영정보학연구, 제17권, 제4호, 133-163.
- [8] 조진현, 김정근, 최병구, 이희석 (2002), “조직 구성원 신뢰의 지식공유에 대한 영향 분석”, 지식경영연구, 제3권, 제1호, 19-39.
- [9] 지식경제부 (2009), “자영업자 경쟁력 강화를 위한 프랜차이즈산업 활성화 방안”.
- [10] 지식경제부, 대한상공회의소 (2010), “2010년 전국 프랜차이즈 브랜드 실태조사”.

[국외 문헌]

- [1] Anderson, J. C. and Narus, J. A. (1990) “A Model of Distributor Firm and Manufacturer Firm Working Partnerships”, Journal of Marketing, 54, 42-58.
- [2] Anderson, E. and Weitz, B. (1992), "The Use of Pledge to Build and Sustain Commitment in Distribution Channels", Journal of Marketing Research, 29, 18-34.
- [3] Assael, H. (1969), "Constructive Role of Interorganizational Conflict", Administrative Science Quarterly, 14, (December), 21-28.
- [4] Bensaou, M. and Venkatraman, N. (1995), "Configurations of Interorganizational Relationship : A Comparison between U.S. and Japanese Automakers", Management Science, 41(9), 1471-1492.
- [5] Challagalla, G. N. and Shervani, T. A. (1996), "Dimensions and Types of Supervisory Control: Effects on Salesperson Performance and Satisfaction", Journal of Marketing, 60(1), 89-105.
- [6] Crosby, L. A., Evans, K. R., and Cowles, D. (1990), "Relationship Quality in Services Selling: An Interpersonal Influence Perspective", Journal of Marketing, 54(3), 68-81.
- [7] Das, T. K. and Teng, B. S. (1998), "Between Trust and Control : Developing Confidence in Partner Cooperation in Alliances", Academy of Management Review, 23(3), 491-512.
- [8] Davis, G. and Olson, M. H. (1985), Management Information Systems: Conceptual Foundations, Structure, and Development, New York: McGraw-Hill.
- [9] DeLone, W. H. and McLean, E. T. (1992),

- "Information Systems Success: The Quest for the Dependent Variable", *Information Systems Research*, 3(1), 60-95.
- [10] Doll, W. J. and Torkzadeh, G. (1998), "Developing A Multidimensional Measure of System-Use in An Organizational Context", *Information and Management*, 33(4), 171-185.
- [11] Dwyer, F. R. P. H, schurr, and Oh, S. (1987), "Developing Buyer-seller Relationship", *Journal of Marketing*, 51, 11-27.
- [12] Fitzgerald, G. and Willcocks, L. (1994), "Contract and Partnerships in the Outsourcing of IT", *Proceeding of the Fifteenth International Conference on Information Systems*, Vancouver, British Columbia, Canada, (December), 91-98.
- [13] Ganesan, S. (1994), "Determinants of Long-term Orientation in Buyer-seller Relationships", *Journal of Marketing*, 58(2), 1-19.
- [14] Gaski, J. F. and Nevin, J. R. (1985), "The Differential Effects of Exercised and Unexercised Power Sources in a Marketing Channel", *Journal of Marketing Research*, 22(2), 130-142.
- [15] González, R., Gascó, J., and Llopis, J. (2006), "Information Systems Outsourcing : A Literature Analysis", *Information and Management*, 43(7), 821-834.
- [16] Grover, V., Cheon, M. J., and Teng, J. T. C. (1996), "The Effect of Service Quality and Partnership on the Outsourcing of Information Systems Functions", *Journal of Management Information System*, 12(4), 89-116.
- [17] Gulati, R. (1995), "Does Familiarity Breed Trust? The Implications of Repeated Ties for Contractual Choice in Alliances", *Academy of Management Journal*, 38(1), 85-112.
- [18] Gundlach, G. T., Achrol, R. S., and Mentzer, J. T. (1995), "The Structure of Commitment in Exchange", *Journal of Marketing*, 59(1), 78-92.
- [19] Hair, J. F., Anderson, R, Tatham, R. L. and Black, W. C. (1995), *Multivariate Data Analysis with Readings*, 4th, Prentice Hall Englewood Cliffs, N. J., 30.
- [20] Heide, J. B. and John, G. (1990), "Alliance in Industrial Purchasing: The Determinants of Joint Action in Buyer-supplier Relationships", *Journal of Marketing Research*, 27(1), 24-36.
- [21] Henderson, J. C. and Venkatraman, N. (1993), "Strategic Alignment: Leveraging Information Technology for Transforming Organizations," *IBM systems Journal*, 32(1), 4-16.
- [22] Henderson, J. C. (1990), "Plugging into Strategic Partnerships: The Critical IS Connection", *Sloan Management Review*, 31(3), 7-18.
- [23] Ives, B. and Olson, M. (1984), "User Involvement and MIS Success: A Review of Research", *Management Science*, 30(5), 586-603.
- [24] Jeffries, F. L. and Reed, R. (2000), "Trust and Adaptation in Relational Contracting", *Academy of Management Review*, 25(4), 873-882.
- [25] Klepper, Robert J. (1994), "Outsourcing Relationships In Managing Information Technology Investment with Outsourcing", Khosrowpour, M.(ed.) *IDEA Group*

- Publishing, Harrisburg, PA, 218-243.
- [26] Koh, C., Ang, S., and Straub, D. W. (2004), "IT Outsourcing Success : A Psychological Contract Perspective," *Information Systems Research*, 15(4), 356-373.
- [27] Konsynski, B. R. and McFarlan, F. W. (1990), "Information Partnerships-shared Data, Shared Scale", *Harvard Business Review*, 68(5), 114-120.
- [28] Lacity, M. C., Wilcocks, L. P., and Feeny, D. F. (1995), "IT Outsourcing : Maximize Flexibility and Control", *Harvard Business Review* (May-June), 84-93.
- [29] Lasher, D. R., Ives, B., and Jarvenpaa, S. L. (1991), "USAA-IBM Partnerships in Information Technology : Managing the Image Project" *MIS Quarterly*, 15(4), 551-565.
- [30] Loh, L. and Venkatraman, N. (1991), "Outsourcing as A Mechanism of Information Technology Governance: A Test of Alternative Diffusion Models", Working Paper No. BPS 3271-91, MIT, Sloan School of Management, Cambridge, MA. 315.
- [31] Mayer, R. C., Davis, J. H., and Schoorman, F. D. (1995), "An Integrative Model of Organizational Trust", *Academy of Management Review*, 20(3), 709-734.
- [32] McFarlan, F. W. and Nolan, R. L. (1995), "How to Manage an IT Outsourcing Alliance", *Sloan Management Review*, 36(2), 9-23.
- [33] Mohr, J. and Spekman, R. (1994), "Characteristics of Partnership Success: Partnership Attributes, Communication, Behavior, and Conflict Resolution Techniques", *Strategic Management Journal*, 15, 135-152.
- [34] Morgan, R. M. and Hunt, S. D. (1994), "The Commitment-trust Theory of Relationship Marketing", *Journal of Marketing*, 58(3), 20-38.
- [35] Moorman, C., Deshpande, R., and Zaltman, G. (1993), "Factors Affecting Trust in Market Research Relationships", *Journal of Marketing*, 57(1), 81-101.
- [36] Mooraman, C., Zaltman, G., and Deshpande, R. (1992), "Relationships between Providers and Users of Market Research", *Journal of Marketing Research*, 57, 81-101.
- [37] Poppo, L. and Zenger, T. (2002), "Do Formal Contracts and Relational Governance Function as Substitutes or Complements?", *Strategic Management Journal*, 23, 707-725.
- [38] Reynolds, K. E, and Beatty, S. E. (1999), "Customer Benefits and Company Consequences of Customer-salesperson Relationships in Retailing", *Journal of Retailing*, 75(1), 11-32.
- [39] Saunders, C., Gebelt, M., and Hu, Q. (1997), "Achieving Success in Information Systems Outsourcing", *California Management Review*, 39(2), 63-79.
- [40] Schurr, P. and Ozanne, J. (1995), "Influences on Exchange Processes: Buyer's Preconceptions of a Seller's Trust Worthiness and Bargaining Toughness", *Journal of Consumer Research*, 11(4), 30-953.
- [41] Scott, G. M. (1986), "Principal of Management Information System", New York: John Wiley and Sons Inc.
- [42] Seddon, P. B. (1997), "A Respecification and Extension of the DeLone and McLean Model of IS Success", *Information Systems Research*, 8(3), 240-253.

● 저 자 소 개 ●



유 동 근 (Dong Keun Yoo)

저자는 세종대학교 경영학과에 재직하면서 우리 사회의 다양한 분야에 마케팅 복음을 전파하기 위해 연구 및 저술활동 이외에도 산업체 강의와 인터넷 홈페이지(마케팅스쿨, www.marketingschool.com)를 운영하고 있다. 주요 저술 활동으로는 마케팅 계량분석, 마케팅 조사실무, SPSS/MDS/CONJONT, 마케팅 수요예측, 산업마케팅, 서비스품질관리, 소비자 행동, 촉진전략론, 인적판매의 이론과 실제, 판매촉진의 이론과 실제 사례, 이벤트/전시회, VOS 벤치마킹, 네! 해드리겠습니다. 한국 백화점의 환경대응 전략 등 32권의 저서가 있으며, 고객서비스, 고객만족, 마케팅 조사에 관련된 교육 및 조사컨설팅, CRM의 효과적인 도입전략, 학습지 마케팅&학습지 상품의 국제화전략, 서비스 마케팅의 이론 및 사례연구, Internet Marketing의 수익모델개발 등에 관심을 가지고 연구와 교육활동을 하고 있다.



이 용 기 (Yong-Ki Lee)

저자는 세종대학교 경영학과에 재직하면서 서비스 (호텔, 관광, 외식 포함), 프랜차이즈, 인터넷, 그리고 환경 마케팅에 관심을 가지고 다양한 학술활동을 하고 있다. 현재 (사)한국프랜차이즈경영학회 회장과 (사)한국외식산업학회 편집위원장으로 활동하고 있으며, Journal of Business Research, Journal of Services Marketing, African Journal of Business and Management, The Service Industry Journal (예정), Behaviour & Information Technology (예정), International Journal of Hospitality Management, Journal of Hospitality and Tourism Research, Tourism Management, Annals of Tourism Research, Asia Pacific Journal of Tourism Research 등에 논문을 발표하고 있다.



이 성 훈 (Sung Hoon Lee)

세종대학교에서 프랜차이즈 분야를 연구하여 경영학 박사학위를 취득하였고, 현재 (주)에프씨엠컨설팅의 대표로 재직 중이다. 주요 연구 분야는 프랜차이즈 시스템과 프랜차이즈 기업의 정보시스템 및 프랜차이즈 계약관리와 관련된 내용 등이 있다. 주요 논문은 박사학위 논문으로 “프랜차이즈 기업의 정보시스템 성과에 대한 정보기술역량과 파트너십 품질의 영향” 및 “프랜차이즈 기업의 전사적 계약관리(ECM)모델 도입을 위한 IT 프로그램 개발에 관한 연구” 등이 있으며, 저서로는 “프랜차이즈 계약과 창업”이 있다.