

Print ISSN: 2093-9582, Online ISSN 2508-4593
<http://dx.doi.org/10.21871/KJFM.2019.12.10.4.43>

Effects of the Characteristics of Franchise Educational Institution and Contents on the Educational Transition

프랜차이즈 교육기관과 교육콘텐츠의 특성이 교육전이에 미치는 영향*

Eun-Kung Sung (성은경) **, Moon-Myoung Kim(김문명)***, Min-Gyo Seo (서민교)****

Received: November 20, 2019 Revised: December 02, 2019 Accepted: December 05, 2019

Abstract

Purpose: As a research on the effects of the characteristics of franchise educational institution and contents on the educational transition, commitment, and recommendation intention, this study aimed to suggest the basic data that could be used for the performance of educational training of franchise headquarters, and also to suggest an empirical research helpful for the development of actual educational system and the operation of curriculum for franchise educational institutions. **Research design, data, and methodology:** This study selected the trainees who recently completed the training in a franchise educational institution as the samples. The survey was conducted for 20 days from October 1st to October 20th 2018, targeting total 230 people, and total 207 questionnaires were collected (Missing value 23). To verify the validity of the measurement tool used for this study, this study reviewed the factor loading of each factor by conducting the confirmatory factor analysis(CFA), and then verified the average variance extracted(AVE) and the composite construct reliability(CCR). Lastly, the structural equation model(SEM) was verified based on the research hypotheses and research model. The SPSS Win Ver. 20.0 & AMOS 20.0 were used for every analysis of this study. **Results:** The results of this study could be summarized as follows. First, the reputation and interaction of the characteristics of franchise educational institution had significantly positive(+) effects on the educational transition. Second, all the sub - variables of educational contents such as job relevance, education method, and instructors' professionalism had positive(+) effects on the educational transition while the educational transition had positive effects on the organizational commitment, career commitment, and job commitment. Lastly, the organizational commitment and job commitment had positive(+) effects on the recommendation intention. Thus, the trainees with higher organizational commitment and job commitment in a franchise educational institution, showed higher intention to recommend the educational institution to others. **Conclusions:** The results of this study imply that the franchise educational institutions could increase the actual performance of education such as educational transition, commitment, and recommendation intention by increasing interactions within educational institutions and also designing effective educational contents, so that the trainees could highly perceive the educational transition of education

Keywords : Franchise Educational Institution, Characteristics of Educational Contents, Educational Transition, Commitment, Recommendation

JEL Classification Code : L10, L2, L8

1. 서론

프랜차이즈 비즈니스(Franchise Business)는 시스템 사업(System Business)이자 교육 사업(Education Business)이다. 프랜차이즈 사업성과는 프랜차이즈를 운영하는 가맹본부가 체계화된 인적자원관리 시스템(Human Resource Management)을 토대로 교육을 얼마나 각 기업이 놓인 현실적인 상황에 맞추어 연구하고 활용하느냐 따라 그 성과에 대한 성패가 좌우된다고 하여도 과언이 아니다. 시대적 환경이 바뀌고 많은 변화를 하면서 사람의 인식도 바뀌어야 한다. 프랜차이즈 산업(Franchise Industry)은 변화에 다른 극심한 경쟁구도와 급변하는 산업의 개편 등 급격한 변화가 일어나고 있으며, 무한한 경쟁 시대에서 가맹본부가 지속가능한 방향으로 성장하고 발전하기 위해서는

* This paper is a revised version of some of Eun-Kung Sung's master thesis.

** First Author, Master's Degree., Graduate School, Hansung University, Email: sung2219@hanmail.net

*** Ph.D, Graduate School, Kyunghee University, Email: ansaud2@nate.com

**** Corresponding Author, Visiting Professor, Hansung University, Email: gaeup@hanmail.net

인적자원(Human Resource)에 대한 지속적이고 적극적인 투자와 개발이 선행되어야 한다(Seo, 2015).

이러한 필요에 의하여 프랜차이즈의 인적자원개발(Human Resource Development)에 초점을 맞춘 프랜차이즈 교육기관이 2004 년도에 처음 등장하기 시작했다. 국내의 프랜차이즈 본사 직원 양성을 위한 전문교육기관은 현재 전국적으로 각 대학교 내 프랜차이즈 학과와 대학교 부설 평생교육원, 언론사에서 운영하는 평생교육원 등을 포함하여 프랜차이즈 컨설팅기관 산하 평생교육시설, 가맹본부 부설 평생교육원 등이 있다. 그러나 프랜차이즈 교육기관들마다 각 기관의 특성이나 교수역량에 따라 운영하고 있는 교육기관의 명성, 전문성, 교육내용과 교육방법, 강사의 능력, 교육과목별 이수 시간 등이 다르다.

따라서 앞에 서술한 여러 교육기관에서 운영하고 있는 프랜차이즈 실무 교육과정을 이수한다 하더라도 프랜차이즈 전문가로서의 직무를 완벽하게 수행할 수 있는지에 대한 검증이 필요한 것이 현실이다. 현재 운영되고 있는 프랜차이즈 교육은 이전과는 달리 교육훈련생의 향상된 기대 수준과 프랜차이즈 산업에 종사하고 있는 근로자의 증가로 인해 경쟁이 심화되고 있다. 특히 역량을 갖춘 전문인력 수급의 부족 등의 원인으로 어려움을 겪고 있으며, 이러한 현실적 상황을 극복하기 위하여 보다 더 차별화된 프랜차이즈 교육기관의 전문역량과 직무현장에 맞는 다양한 교육과정 중대, 교육훈련 중에 학습되고 경험된 지식 기술과 스킬을 업무에 효율적으로 얼마나 활용하는 가에 대한 평가가 필요하다.

이러한 문제들을 해결하기 위하여 수년간 교육훈련 성과 및 교육유효성에 관한 다수의 선행 연구가 진행되어 왔다. 그러나 지금까지의 프랜차이즈 교육에 대한 선행연구는 가맹본부 임직원을 대상으로 한 인적자원개발과 관련된 교육훈련 성과보다는 가맹점에 종사하고 있는 직원들을 대상으로 한 교육프로그램이 가맹점 경영성과와의 영향 관계에 대한 연구가 선행연구의 대부분을 차지하고 있다(Lim & Kim 2017). 시대적으로 변화를 요구하는 프랜차이즈 현실을 반영할 때 프랜차이즈 가맹본부 직원에 대한 인적자원개발의 중요성이 점점 높아지고 있지만 정작 프랜차이즈 교육기관에 대한 프로그램의 중요성과 유효성 그리고 교육전이에 미치는 영향을 측정하는 선행연구들은 미흡한 실정이다.

본 연구에서는 국내 프랜차이즈 교육기관들의 교육훈련생을 대상으로 교육기관 특성과 프랜차이즈 교육 콘텐츠의 특성이 교육전이, 조직몰입과 직무몰입, 경력몰입 및 교육 추천의도에 어떠한 영향을 미치는가에 대해 분석해 보고자 한다.

2. 이론적 고찰

2.1. 교육기관의 특성

2.1.1. 프랜차이즈 교육기관 현황

국내의 프랜차이즈 교육기관은 운영의 형태별로 크게 학위와 비학위 두 과정으로 나눌 수 있다(Lee & Lee 2010). 학위과정은 2018 년 기준 한국대학교육협회 대입 정보 포털에 등록되어 있는 기준으로 하여 총 15 개 대학교에서 프랜차이즈 전공 학위 과정을 개설, 운영하고 있는 것으로 나타났다(Korean Council for University Education, 2018). 반면 프랜차이즈 비학위 교육기관은 평생교육법 제 2 조에 관한 법률에 의거하여 인가 등록된 시설 법인 또는 단체, 평생직업교육을 실시학원 등을 말하며, 2018 년 교육청 등록 기준으로 총 13 개의 교육기관에서 대학교와 대학교 산하 평생교육원, 프랜차이즈 컨설팅 교육기관과 사단법인 협회, 언론사에 부설되어 운영하는 평생교육원과 프랜차이즈 가맹본부내의 평생교육원 등 33 개의 프랜차이즈 관련 비학위 교육과정을 운영하고 있는 것으로 나타났다(Education Office, 2018).

2.1.2. 명성과 자원

명성은 다양한 이해관계자들에게 조직에 대한 장점을 전달하고 구성원들을 만족시키며, 경쟁사와 비교하여 차별성이 있는 것으로 조직과 이해관계자 사이의 감성적이면서 이성적인 관계를 말한다(Fombrun & Shaney, 1990). Gotsi and Wilson(2001)은 명성의 공통된 특징으로 명성은 동적이며 시간에 걸쳐 형성되고 관리되어진다고 주장하면서 명성은 조직의 행동에 대한 커뮤니케이션 상징 등에 기초하여 공중의 조직에 대해 인식되는 이미지에 영향을 준다고 주장하였다(Gotsi & Wilson, 2001).

선행연구 중 자원에 관한 연구에서 Tinto(1987)는 교육기관의 지리적 위치, 규모, 크기 등이 학습에 참여하고 성과를 이루는데 밀접하게 관련이 있다고 하였으며, 교육기관을 마케팅적인 접근으로 그 요인을 설명하며, 접근성과 시설, 지원하고 있는 환경 등이 교육훈련생이 교육기관에 참여하고 교육성과를 이루는 데에 중요한 선택적 요소임을 밝혔다(Tinto, 1987).

2.1.3. 상호작용

상호작용은 실제적으로 교육훈련생의 학습이 일어났는지를 판단하는 중요한 판단의 기준이 될 수 있으므로 대다수의 연구에서 상호작용의 중요성을 확인할 수 있다(Kim, 2014). Moore(1989)가 제시한 상호작용들의 유형에 관하여 분류인 교수자와 학습자, 학습자와 콘텐츠, 학습자와 학습자 간의 상호작용이 가장 대표적이다. 이처럼 교육훈련생의 교육이 진행된 후 헌업에 복귀하여 교육받은 내용을 성공적으로 업무에 적용하기 위해서는 교육기관 내에서의 상호작용이 중요한 역할을 한다 할 수 있다.

2.2. 교육 콘텐츠의 특성

2.2.1. 직무연관성

Bramely(1991)은 직무연관성을 교육내용이 직접적으로 직무와 연관되어 교육기대에 부합하는 정도라고 정의하였다(Bramely, 1991). 직무연관성과 교육전이에 관한 선행연구를 살펴보면, 작업환경을 적극적으로 반영한 교육 훈련 프로그램이 보다 유사한 교육환경을 제공할 수 있으며, 이들이 유사할수록 교육전이가 촉진된다고 강조했다(Holton1996). Alliger(1997)은 교육전이와 그 내용의 직무관련성 사이의 유의적 관계를 강조하면서, 교육에 대한 실용성 반응을 교육 내용의 직무 연관성에 관한 교육훈련생 반응으로 조작적 정의를 내렸다. 또한 이러한 교육훈련 내용이 교육전이에 직접적으로 영향을 미친다고 보았다.

2.2.2. 교육방법

교육방법이란 교육내용을 전달하기 위한 과정과 자료개발이라는 의미로 교육의 목적과 목표 성과를 전제로 교육 내용이 구성되는 데 이것을 효과적으로 전달하는 과정 및 필요한 교육 자료를 개발하는 것이라고 정의할 수 있다(Rha, 2003). Goldstein and Ford(2002)는 다양한 교육방법을 복합적으로 사용하여 교육 상승효과를 이룰 수 있도록 하는 혼합교육이 기업교육에서 많이 활용되고 있으며, 교육방법은 이처럼 교육의 내용을 알아듣기 쉽게 교육훈련생에게 전달하고 그들이 쉽게 이해하도록 역할을 하여, 교육전이 성과를 측정하는데 유용하게 활용될 수 있다고 하였다.

2.2.3. 강사전문성

강사는 교수활동을 직접적으로 수행하고 진행하는 사람으로 정의할 수 있다. 동일한 훈련을 계획하고 설계된 내용을 가지고 교육에 임한다 하여도 누가 교육시키는지에 따라 문제는 중요하게 작용하는데, 교육내용이 교육훈련생에게 학습되고 전달되는 동안에 교육 강사에 따라 그 영향되는 정도에 따라 달라질 수 있다(Desinine & Harris, 1988). 즉, 동일한 내용, 동일한 방식의 교육이 같은 학습자에게 전달되었을 때 강사의 역량과 능력에 따라 교육생에게 전이되는 차이가 나타나므로, 교육 콘텐츠의 특성 중 강사전문성은 교육전이에 영향을 줄 것으로 보인다(Ka & Yoon, 2016).

2.3. 교육전이

기업은 지속가능한 성장과 조직의 목표에 도달과 성과향상을 위해 직무수행에 필요한 더 많은 지식과 기술 등을 구성원이 학습하고,

업무에 적용할 수 있도록 교육훈련을 실시한다. 이때 구성원들이 교육훈련을 통하여 학습한 지식과 기술 등을 실제 직무에 효과적으로 활용하고 지속적으로 유지시켜 나가는 것을 교육전이라 한다(Robinson & Robinson, 1989). Nadler(1971)는 교육전이의 개념으로 교육훈련의 효과를 진작시키기 위하여 교육훈련을 지원하는 관리자의 역할을 지원체제의 한 부분으로 설명하였고, 그 역할의 필요성을 강조하였다. 교육훈련의 목적은 새로운 지식, 기술, 능력 등을 학습하여 실제 직무에 적용하도록 하는 것을 교육전이라고 주장했다(Baldwin & Ford, 1988).

선행된 다양한 연구들을 살펴보면 교육훈련의 교육유효성이 교육전이에 영향을 미친다는 유의미한 결과를 도출함으로써 교육전이가 교육훈련의 유효성을 판단할 수 있는 기준이라 할 수 있다(Ra, 2005).

2.4. 몰입 및 추천의도

2.4.1. 몰입

몰입의 개념은 관심영역과 학문분야에 따라 다양하게 사용되고 있다. 이 중 몰입과 교육전이의 선행연구들을 살펴보면, 몰입은 조직몰입, 경력몰입과 직무몰입 이렇게 3 가지로 분류할 수 있다. Lodahl(1965)는 직무몰입을 심리적으로 자신과 자신의 일에 대하여 동시에 하는 정도 또는 전체적인 자기 자신의 이미지에 있어서 직무가 차지하는 중요한 정도로 자기 존중감에 영향을 끼치는 정도라고 강조했다. 반면 조직몰입은 정서적 몰입(affective commitment)과 계속적 몰입(continuance commitment), 규범적 몰입(normative commitment) 이렇게 3 가지로 나눌 수 있다(Meyer & Allen, 1990). 경력몰입(career commitment)은 자기 자신이 선택한 직업을 갖고 일하고자 하는 동기부여이며, 경력을 지속적으로 유지하고자 하는 적극적인 의지를 말한다(Hall,1971).

2.4.2. 추천의도

추천의도는 어떠한 일에 대하여 이미 경험된 사람이 그 경험을 통하여 느낀 감정을 주변의 타인에게 또는 아직 경험하지 못한 사람에게 전달하고자 하는 관념이나 계획으로서 구전활동(word of mouth)이라 할 수 있다. Harrison-Walker(2001)는 긍정적 측면의 감정몰입은 구전활동에 관련성이 있다고 주장하였고, Bettencourt(1997)은 몰입은 긍정적인 구전과 추천행위를 내포하고 있으며 충성도에 직접적인 영향을 미친다고 하였다.

3. 연구방법

3.1. 연구모형

본 연구에서는 앞에서 살펴본 선행연구들을 바탕으로 프랜차이즈 교육기관 및 교육 콘텐츠의 특성이 교육전이, 직무몰입, 경력몰입, 조직몰입 및 추천의도에 미치는 영향 관계를 검증하고, 교육훈련을 제공하는 프랜차이즈 가맹본부 및 교육을 운영하는 교육기관에게 유용한 기초 자료를 제공하고자 한다. 본 연구는 앞서 확인한 선행연구를 바탕으로, Figure 1과 같은 연구모형을 설계하였다.

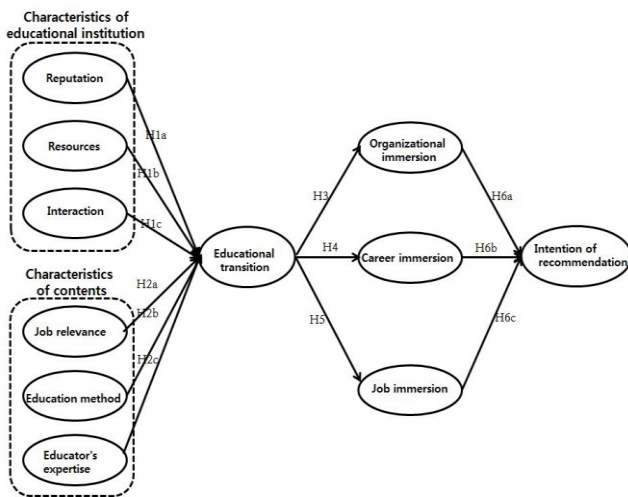


Figure 1: Hypothesized model

3.2. 연구가설

본 연구는 프랜차이즈 교육기관과 교육 콘텐츠 특성이 교육전이에 영향을 미치고, 교육전이가 조직몰입, 경력몰입, 직무몰입과 추천의도에 미치는 영향 관계를 구조적으로 파악하기 위해 다음과 같은 가설을 설정하였다.

3.2.1. 교육기관 및 콘텐츠 특성과 교육전이의와의 관계

프랜차이즈 교육기관의 특성을 구성하는 명성은 선행연구를 통하여 교육훈련생의 충성도와 만족에 유의미한 영향을 미치고 있음을 확인하였다(Kang & Park, 2011). Iy(2008)는 교육기관의 자원을 마케팅적 접근으로 요인을 설명하고 있으며, 접근성, 시설, 지원환경이 교육훈련생이 교육기관에 참여하고 성과를 이루는 데 있어 중요한 요소임을 밝혔다(Iy, 2008).

교육기관 특성 변수인 상호작용의 유형에 관하여 대표적인 분류는 Moore(1989)가 제시한 교수자-교육훈련생, 교육훈련생-콘텐츠,

교육훈련생-교육훈련생 간의 상호작용이 교육과정에 영향을 미치고 학습결과로 이어지는 것으로 나타났다.

반면 교육 콘텐츠를 구성하는 강사전문성, 교육방법은 교육성과에 영향을 끼치는 주요변수로서 선행 연구를 통하여 동일한 교육프로그램을 갖고 교육을 진행한다 하더라도 강사의 능력, 전문화된 교수방법에 따라 그 효과가 달라지며 교육성과에 유의미한 영향을 끼치고 있음을 확인하였다(Oh 2011). Alliger(1997)는 교육훈련 내용의 직무관련성이 교육전이에 직접적으로 영향을 미친다고 하였다.

이러한 선행연구 결과를 기준으로 본 연구에서는 프랜차이즈 교육기관 특성을 나타내는 명성과 자원 그리고 상호작용 요인, 그리고 교육 콘텐츠 특성 변수인 강사전문성, 교육방법과 상호작용이 교육전이에 유의한 영향을 끼칠 것으로 판단하고 아래와 같이 연구가설을 설정하였다.

- H1:** 교육기관의 특성은 교육전이에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.
- H1a:** 교육기관의 특성 중 명성은 교육전이에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.
- H1b:** 교육기관의 특성 중 자원은 교육전이에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.
- H1c:** 교육기관의 특성 중 상호작용은 교육전이에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.
- H2:** 교육 콘텐츠의 특성은 교육전이에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.
- H2a:** 교육 콘텐츠의 특성 중 직무관련성은 교육전이에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.
- H2b:** 교육 콘텐츠의 특성 중 교육방법은 교육전이에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.
- H2c:** 교육 콘텐츠의 특성 중 강사전문성은 교육전이에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

3.2.2. 교육전이와 몰입과 추천의도의 관계

조직몰입, 경력몰입과 직무몰입의 개념을 구분하면 직무몰입은 객관적 과업요구에 관한 것으로 상대적이며 단기적인 성격을 갖으나 경력몰입은 여러 직무들이 관련될 수 있고 장기적이며 주관적인 직업에 관한 것이다. 조직몰입은 제도화된 특정 조직에 관한 몰입으로 조직에 대한 애착심에 반해 경력몰입은 자기 자신의 내재적인 목표와 관련된 것을 의미한다(Budley & Caple, 1995). 몰입이 교육전이에 영향을 미치는 관계를 크게 두 가지 관점으로 나누어 살펴볼 수 있는데, 직무몰입이 높은 교육훈련생의 경우는 교육훈련을 직무의 연장으로 생각하여 수행상의 결과를 높여 하기 때문에 교육전이에 대한 기대와 높은 성과를 지향하게 된다고 설명할 수 있다(Kim & Seo, 2008). 반면, 몰입은 긍정적인 구전과 추천행위를 내포하는 충성도에 직접적인 영향을

미치는 것을 확인하였다(Bettermcourt, 1997). 이러한 선행연구 결과를 바탕으로 본 연구에서는 교육전이, 몰입, 추천의도 외의 관계에서 유의한 영향을 미친다고 판단하여 아래와 같은 연구가설을 설정하였다.

- H3:** 교육전이는 조직몰입에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.
- H4:** 교육전이는 경력몰입에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.
- H5:** 교육전이는 직무몰입에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.
- H6:** 몰입은 추천의도에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.
- H6a:** 조직몰입은 추천의도에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.
- H6b:** 경력몰입은 추천의도에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.
- H6c:** 직무몰입은 추천의도에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

3.3 자료 수집과 분석

3.3.1 조사대상 및 자료 수집 방법

본 연구는 연구목적에 맞게 최근 1 년간 국내 프랜차이즈 교육기관에서 교육을 이수한 교육훈련생 중 프랜차이즈 가맹본부에서 근무하고 있는 실무자 및 CEO를 표본으로 설정하였다. 본 연구는 변수 간의 관계를 실증적으로 측정하기 위하여 설문지법을 채택하였으며, 선행 연구를 근간으로 본 연구에 적합한 설문문항을 선택하고 내용 추가 및 일부 수정하여 항목을 새롭게 구성하였다. 조사기간은 2018년 10월 1일~10월 20일까지 20일 걸쳐 진행하였으며, 총 230명의 교육훈련생을 대상으로 설문을 실시하였다. 이 중 207부가 분석에 이용되었다.

3.3.2 자료 분석 방법

본 연구는 표본의 특성을 파악하고 연구의 목적 달성을 위하여 가설 검증에 필요한 다음과 같은 자료를 분석하였다. 예비조사를 바탕으로 내용조정과정을 거쳐 내용타당성을 확보하였고, 수집된 표본의 일반적 특성 파악을 위하여 빈도분석을 통해 기술 통계 결과가 제시되었다.

본 연구 자료조사에 활용된 항목의 내적 일관성을 파악하기 위한 신뢰도 분석을 통하여 신뢰도를 떨어뜨리는 항목이 확인되었다. 본 연구에서 사용되어진 측정도구의 타당성 검증 확인을 위하여 확인적 요인분석을 실행하여 요인적재 값을 검토했으며, 평균분산추출값(AVE)과 합성신뢰도(CCR)를 확인하였다. 끝으로 SPSS 21.0 및 AMOS 21.0 을 이용한 구조방정식 모형 분석을 통하여 연구모형과 연구가설이 검증되었다.

Table 1: Profiles of Samples

Category		n	%
Gender	Male	177	85.5
	Female	30	14.5
Age	20s	14	6.8
	30s	63	30.4
	40s	97	46.9
	Over 50	33	16
Job Grade	Staff	13	6.3
	Administrative Manager	17	8.2
	Section Manager	26	12.6
	Chief	26	12.6
	Director	45	21.7
Number of years of service	CEO	80	38.6
	less than 1 year	14	6.8
	More than 1 year ~ Less than 2 years	12	5.8
	More than 2years~Less than 3 years	19	9.2
	More than 3years~Less than 5years	26	12.6
	More than 5years~Less than 7years	21	10.1
	More than 7years~Less than 10 years	27	13
type of business	More than 10 years	88	42.5
	Food service	108	52.2
	Wholesale and retail	35	16.9
	Service	35	16.9
	Manufacturing business	15	7.2
education period	etc.	14	6.8
	Short term education	17	8.2
	Long-term education	190	91.8

4. 실증분석

4.1 표본의 일반적 특성

본 연구에서는 회수된 설문지 총 207 부의 응답자의 특성을 빈도분석을 통하여 살펴보았다. 이를 정리하면 Table 1 과 같다.

4.2 측정항목 타당성 및 신뢰성 분석

본 연구에서는 측정변수가 연구의 개념을 지지하고, 구조가 타당한가를 검증하기 위해 측정모델의 적합도를 검증하는 확인적 요인분석을 실행하였다. 분석 결과, χ^2 값은 1,904.5(df=805, p=0.000), Q 값은 2,366, GF=0.878(AGF=0.866), CF=0.914, RMR=0.042 로 대부분의 값이 기준치를 충족하였거나, 그 기준치와 근사한 값을 나타내어 측정항 모델이 적합한 모형이라고 할 수 있다.

Table 2: Measurement Items and Validity Assessment

Constructs and items		Standardized factor loadings	Estimate	S.E.	C.R.	AVE	CCR
Reputation	c1	0.823	1			0.747	0.920
	c2	0.888	1.053	0.067	15.699***		
	c3	0.873	1.13	0.074	15.29***		
	c4	0.871	1.101	0.072	15.241***		
Resources	d3	0.786	1			0.523	0.802
	d4	0.674	1.057	0.11	9.62***		
	d5	0.666	0.98	0.103	9.488***		
	d6	0.658	0.634	0.068	9.36***		
Interaction	e1	0.696	1			0.507	0.879
	e2	0.65	1.164	0.129	9.046***		
	e3	0.78	1.128	0.105	10.793***		
	e4	0.717	1.233	0.124	9.953***		
Job relevance	f1	0.721	1			0.690	0.849
	f2	0.865	1.145	0.094	12.203***		
	f3	0.869	1.202	0.098	12.256***		
	f4	0.858	1.275	0.105	12.105***		
Education method	g1	0.751	1			0.640	0.864
	g2	0.806	1.215	0.103	11.805***		
	g3	0.85	1.16	0.093	12.526***		
	g4	0.79	1.081	0.094	11.553***		
Educator's expertise	h4	0.834	1			0.712	0.906
	h3	0.841	0.922	0.062	14.907***		
	h2	0.859	0.993	0.064	15.416***		
	h1	0.842	0.899	0.06	14.932***		
Educational transition	i1	0.827	1			0.759	0.918
	i2	0.885	1.041	0.066	15.854***		
	i3	0.891	1.095	0.068	16.003***		
	i4	0.881	1.046	0.066	15.745***		
Organizational immersion	j1	0.895	1			0.722	0.922
	j2	0.904	0.941	0.05	18.882***		
	j3	0.797	0.837	0.056	14.886***		
	j4	0.797	0.899	0.06	14.888***		
Career immersion	k1	0.582	1			0.651	0.928
	k2	0.835	1.318	0.149	8.872***		
	k3	0.873	1.749	0.192	9.099***		
	k4	0.897	1.646	0.178	9.222***		
Job immersion	l4	0.764	1			0.621	0.900
	l3	0.743	0.874	0.08	10.864***		
	l2	0.831	1.167	0.095	12.317***		
	l1	0.811	1.308	0.109	12.000***		
Intention of recommendation	m1	0.54	1			0.609	0.871
	m2	0.957	1.361	0.154	8.81***		
	m3	0.955	1.421	0.161	8.806***		

Table 3: Correlations of Constructs

Constructs	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11
1. Reputation	(0.747)	0.304	0.384	0.471	0.391	0.490	0.408	0.172	0.040	0.079	0.396
2. Resources	0.551	(0.523)	0.506	0.430	0.452	0.453	0.372	0.146	0.103	0.125	0.445
3. Interaction	0.620	0.711	(0.507)	0.294	0.387	0.461	0.490	0.196	0.054	0.092	0.381
4. Job relevance	0.687	0.656	0.542	(0.690)	0.377	0.408	0.393	0.252	0.034	0.119	0.361
5. Education method	0.625	0.672	0.622	0.614	(0.640)	0.338	0.433	0.171	0.094	0.159	0.329
6. Educator's expertise	0.700	0.673	0.679	0.639	0.581	(0.712)	0.277	0.155	0.072	0.063	0.293
7. Educational transition	0.639	0.610	0.700	0.627	0.658	0.526	(0.759)	0.180	0.128	0.387	0.113
8. Organizational immersion	0.415	0.382	0.443	0.502	0.413	0.394	0.424	(0.722)	0.373	0.372	0.160
9. Career immersion	0.201	0.321	0.233	0.185	0.306	0.269	0.358	0.611	(0.651)	0.411	0.078
10. Job immersion	0.281	0.354	0.303	0.345	0.399	0.250	0.622	0.610	0.641	(0.621)	0.138
11. recommendation	0.629	0.667	0.617	0.601	0.574	0.541	0.336	0.400	0.280	0.371	(0.609)

Table 4: Structural Estimates

Paths		Estimate	C.R.	p-value	Results
H1a	Reputation → Educational transition	0.112	1.98	0.048*	Supported
H1b	Resources. → Educational transition	0.08	1.347	0.178	Non-supported
H1c	Interaction → Educational transition.	0.198	2.527	0.011*	Supported
H2a	Job relevance → Educational transition	0.496	6.359	0.000***	Supported
H2b	Education method → Educational transition.	0.167	2.802	0.005**	Supported
H2c	Educator's expertise. → Educational transition	0.381	6.653	0.000***	Supported
H3	Educational transition → Organizational immersion	0.442	5.485	0.000***	Supported
H4	Educational transition → Career immersion	0.213	3.553	0.000***	Supported
H5	Educational transition → Job immersion	0.282	4.601	0.000***	Supported
H6a	Organizational immersion. → recommendation	0.244	3.848	0.000***	Supported
H6b	Career immersion → recommendation	-0.36	-1.799	0.072	Non-supported
H6c	Job immersion → recommendation	0.542	2.695	0.007**	Supported

$\chi^2=1,904.5$ (p-value=.00), GFI= 0.844, AGFI= 0.792, RMR=0.051, CFI=0.903

* p<0.05, ** p<0.01, ***p<0.001

또한, 연구 개념별로 집중타당성을 파악 위해 평균분산추출 값 합성신뢰도를 산출했다. AVE 는 05 이상, 합성신뢰도는 07 이상이 바람직한 것으로 알려져 있는데(Hair et al, 2006) 본 연구를 위한 측정도구의 연구 개념 별 AVE 는 0507 이상, 합성신뢰도는 0802 이상으로 나타나 측정변수들의 집중타당성이 확보되었음을 알 수 있다.

각 측정변수에 대한 표준화 적재량, Estimate, SE, CR, 값, AVE 및 CCR 값은 Table 2와 같다. 다음은 측정항목들의 판별타당성을 조사하였으며, 판별타당성은 측정도구들이 서로 다른 요인을 측정하기 위해 사용되는 것을 검증하기 위한 것으로, 판별타당성의 검증은 분산추출검증(variance extracted test)을 통해 확인하는 것이 일반적이다(Hatcher, 1994). 분산추출검증은 각 요인의 분산추출값(AVE)이 각 요인간의 상관관계 값의

제공보다 크면 판별타당성을 입증할 수 있다(Hatcher, 1994). 분산추출검증은 Table 3에서 확인한 바와 같이 AVE의 최소값은 0507로 나타나, 상관계수의 제곱 값의 최대치인 0506 보다 크게 나타났다. 본 연구에 사용된 요인들이 판별타당성을 확보하였다고 볼 수 있다.

4.3. 연구가설의 검증

이론 모형에 관한 적합도 분석 결과로 χ^2 에 대한 p의 값은 0000으로 통계적으로 유의미하게 나타났다. 적합도 지수는 GFI=0844, AGFI=0792, RMR=0051, CFI=0903으로 분석해 적합도 지수를 기준으로 만족할 만한 모형이라 할 수 있다.

이는 구성개념들의 영향관계를 설명하는 데 좋은 모형이라 할 수 있으며, 연구가설 검증 분석 결과는 아래의 Table 4와 같다.

교육기관 특성이 교육전이에 미치는 영향에 대한 검증 결과, 명성의 표준화 경로계수는 0.118, CR 1.98($P<0.048$)로 분석되었다. 상호작용의 표준화 경로계수는 0.164, CR 2.527($P<0.011$)로 나타나, 이는 교육전이에 유의한 영향을 미치는 것으로 가설 H1a와 H1c는 채택되었다. 그러나 자원의 표준화 경로계수는 0.085, CR 1.347로 나타나 교육전이에 영향을 미치지 않는 것으로 가설 H1b는 기각되었다.

교육 콘텐츠의 특성이 교육전이에 미치는 영향에 대한 가설을 검증한 결과, 직무연관성에 관한 표준화 경로계수는 0.453, CR 6.359($P<0.000$) 분석되었다. 교육방법 표준화 경로계수는 0.174, CR 2.802($P<0.005$)로 나타났으며, 강사전문성의 표준화 경로계수는 0.452, CR 6.653($P<0.000$)로 분석되었다. 따라서 가설 2의 세부 항목 모두의 가설이 채택되었다. 또한 교육전이가 조직몰입에 미치는 영향에 대한 검증 결과, 표준화 경로계수는 0.414, CR 5.485($P<0.000$)로 분석되었으며, 이에 따라 가설 3은 채택되었다.

교육전이가 직무몰입에 미치는 영향에 관한 가설을 검증한 결과, 표준화 경로계수는 0.368, CR 4.601($P<0.000$)로 가설 5도 채택되었다. 몰입이 추천의도에 미치는 영향에 대한 가설을 검증 결과, 조직몰입의 표준화 계수는 0.302, CR 3.848($P<0.000$)로 분석되었다. 직무몰입의 표준화 계수는 0.482, CR 2.695($P<0.007$)로 분석되어 추천의도에 긍정적인 영향을 미치는 것으로 나타나 가설 H6a와 H6c는 채택되었다. 그러나 경력몰입 표준화 계수는 -0.307, CR -1.799로 분석되어 가설 H6b는 기각되었다. 따라서 경력몰입은 추천의도에 영향을 미치지 않는 것으로 나타났다.

5. 결론

5.1. 연구결과 요약 및 시사점

본 연구는 프랜차이즈 가맹본부에는 교육훈련 성과를 활용할 수 있는 기초적인 자료를 제시하고, 국내 프랜차이즈 교육기관에는 실질적인 교육시스템 운영과 개발에 긍정적인 영향을 미칠 수 있는 교육기관 특성 요인과 교육전이와의 영향관계를 실증적으로 규명하고자 하였다. 또한 교육 콘텐츠가 교육전이에 미치는 영향관계와 몰입과 추천의도에 미치는 영향 관계를 연구해보고자 하였다. 실증연구를 수행하기 위하여 본 연구에서는 국내 프랜차이즈 교육기관을 수료한 교육훈련생을 대상으로 설문조사를 실시하였으며, 최종 207부의 표본을 대상으로 연구모형의 신뢰성과 타당성 그리고 적합도를 검토하여 가설을 검증하였다.

첫째는 프랜차이즈 교육기관의 특성과 교육전이와의 관계를 분석한 결과로 교육기관 특성 중 명성과 그리고 상호작용은 정(+)의 영향을 미치는 것으로 나타나 유의미한 관계가 있는 것으로 확인되었다. 그러나 교육기관 특성 중 자원은 교육전이에 영향을 미치지 않는 것으로 분석되었다. 다수의 선행연구에서는 교육자원, 즉 교육기관의 환경적 요인이 교육전이에 긍정적 영향을 미친다는 결과를 확인하였으나, 본 연구에서는 가맹본부 임직원이라는 연구대상 특성상 교육시설과 교육환경 등을 포함한 자원적인 요소는 중요하게 생각하지 않는 것으로 판단하였다. 따라서 교육기관은 시설과 환경적인 측면보다는 교육기관 내의 상호작용과 프랜차이즈 교육이라는 근본적이고 본질적인 것에 충실한 교육기관 운영이 중요하다고 할 수 있겠다.

둘째는 교육 콘텐츠 특성의 하위 변인인 직무연관성, 교육방법과 강사전문성 모두 교육전이에 유의미한 정(+)의 영향을 미치는 것을 확인하였다. 이와 같은 연구 결과는 다수의 선행연구에서 확인된 교육 콘텐츠 특성이 교육전이에 긍정적인 영향을 미치는 변인임을 밝힌 것과 일치한다 할 수 있다. 이를 토대로 프랜차이즈 본부 임직원 교육에서 교육성과를 높이기 위해서 직무연관성과 교육방법 그리고 강사전문성의 변인을 고려해야 한다는 결론을 도출할 수 있었다.

셋째는 교육전이는 조직몰입, 경력몰입과 직무몰입 모두 유의미한 정(+)의 영향을 미치는 것으로 나타났다. Buckley and Caple(1995)는 교육훈련생의 교육전이 요인이 구성원의 직무몰입을 높이고, 이직률을 낮춘다고 하였다. 본 연구에서도 프랜차이즈 교육을 받은 교육훈련생들은 교육전이가 구성원 개인의 업무에 적용되어 조직몰입이 높아진다는 결과를 도출하였다.

네 번째는 조직몰입과 직무몰입이 추천의도에 정(+)의 영향관계가 있는 것으로 나타났다. 조직몰입과 직무몰입이 높은 교육훈련생은 다른 사람에게 교육 기관을 추천할 의도가 높아진다는 결과를 얻을 수 있었다. 그러나 경력몰입은 추천의도에 긍정적인 영향을 미치지 않는 것으로 나타났다. 이러한 연구 결과는 프랜차이즈 교육기관에서 제공되는 콘텐츠가 전문성이 높을수록, 교육의 깊이가 깊을수록, 경력몰입이 높은 교육훈련생은 교육을 통해 전문 직업을 갖겠다는 애착이 높아, 타인이나 직장 동료 등을 추천하기 보다는 본인 스스로의 교육전이를 높이는 데만 집중하는 것으로 보인다. 따라서 교육기관은 차별화되어 있지만 표준화된 교육을 제공하는 것이 경력몰입이 높은 교육훈련생의 추천의도를 높일 수 있을 것으로 보인다.

이상의 연구결과를 프랜차이즈 교육기관의 교육훈련생이 교육전이를 높게 지각하도록 효과적인 교육 콘텐츠를 설계 제공하고, 교육기관내의

상호작용을 높이는 것이 교육의 실질적인 성과인 교육전이, 몰입과 추천의도를 이끌어 낼 수 있다고 판단된다.

본 연구의 시사점은 다음과 같다.

첫째는 프랜차이즈 교육기관은 새로운 패러다임의 변화에 적극 대응하여 획일화된 교육도구와 교육 콘텐츠 및 교육방법에서 벗어나 기업과 시대적 변화에 부응하는 교육 콘텐츠 및 교육도구 방법들을 개발해야 한다. 이에 교육기관은 전통적 방식의 집체교육과 개인 교육훈련생이 필요에 따라 필요한 만큼 곧바로 습득할 수 있는 즉시성이 강화된 학습체계인 마이크로 러닝(Micro Running)을 융합한 상보적 관계의 교육 콘텐츠 개발이 필요하다. 따라서 프랜차이즈 직무와 직급 체계에 따른 집체교육을 받은 교육훈련생이 교육 후 직무에서의 실행 및 학습 기억 강화를 위하여 마이크로 러닝(Micro Running)을 통한 보수교육과정을 시간과 장소의 제약 없이 학습할 수 있다면 업무성과는 극대화할 수 있다.

둘째는 교육기관은 학습자-학습자, 학습자-콘텐츠, 강사-학습자 사이의 상호작용에 따라 교육에 대한 성과가 달라질 수 있기 때문에 일방적인 교육전달에서 벗어나 교육훈련생의 의견을 적극적으로 수렴할 수 있는 멘토링과 코칭 그리고 쌍방향커뮤니티 등 활성화시키는 방안을 적극적으로 모색하여야 한다. 아울러 단발성 교육보다는 학습 후에도 인적네트워크를 통한 정보공유를 위해 교육기관-학습자와 강사-학습자, 학습자-학습자 사이의 상호작용이 꾸준히 일어날 수 있도록 온 오프라인(On Off-Line) 인적네트워크 시스템을 구축하는 것도 교육전이를 높이는 방법이라 하겠다.

셋째는 프랜차이즈 교육기관은 산업의 특성과 시대 흐름에 부응하는 특화된 교육방법과 도구를 개발하여 실무와 이론을 체계적으로 학습한 역량 있는 강사를 발굴하고, 교육의 전문성을 높여야 할 것이다. 특히 전문 강사의 채용에 대하여 채용규정과 함께 강사의 객관적 능력 역량 평가 시스템을 도입하여, 단순한 강의 평가뿐 만 아니라 관련된 직종의 자격증 획득결과와 같은 객관화된 기준을 마련하여, 강사의 질을 높여 나가야 교육기관으로서 명성도 유지 발전시킬 수 있다.

넷째로 교육기관은 체계적인 사후관리 프로그램을 만들어야 한다. 교육생은 교육기관으로부터 제공받는 사후관리를 통하여 교육 이수 이후에도 학습한 내용을 헌업에 적용, 발전시킬 수 있다면 교육전이를 높일 수 있으며, 조직 내의 직무몰입과 조직몰입이 높아져 이는 조직의 경영성과에 긍정적인 영향을 미칠 수 있다. 이를 바탕으로 교육훈련생은 해당 교육기관에 대한 신뢰도가 형성된다면 긍정적인 관계를 지속적으로 유지할 수 있다. 따라서 교육과정을 이수했다더라도 직장동료나 주변의 다른 사람에게 교육기관을 추천하게 되어, 교육기관은 마케팅 전략 수립과 경쟁력 확보에 도움이 될 것이라는 시사점을 도출하였다.

5.2. 연구의 한계 및 향후 연구 과제

본 연구 결과의 한계점과 향후 과제는 다음과 같다.

첫째는 프랜차이즈 교육기관의 교육훈련생만을 대상으로 조사하였기에 연구결과를 일반화하는 데 한계가 있었다. 프랜차이즈 교육을 운영하는 기관이 24 년제 대학교로 점차 확대되고 있어 향후 연구에서는 프랜차이즈 교육기관 특성에 따른 차이와 다양한 교육기관의 교육훈련생으로 조사대상 확대가 필요하다.

둘째는 응답자의 주관적인 지각에 의한 설문지 방식을 활용하여 측정방식에서의 한계가 있었다. 설문조사를 통해 자료를 확보하는 것이 연구의 목적을 달성하는데 현실적이면서도 효과적인 방법이라고 수 있지만 응답자의 주관적 생각으로 변수들 간의 관계가 왜곡될 가능성이 있다. 따라서 향후 연구에서는 개별면접과 참여자관찰법 등을 통하여 보다 객관적인 자료를 활용할 필요가 있다.

마지막으로 프랜차이즈 교육기관 관련 연구에서 교육기관의 특성에 대한 정의와 다양한 개념화에 따른 이론적 개념이 미비하여 교육기관 특성과 교육전이와의 영향 관계에 보다 다양한 변인들의 검증이 부족했다. 향후 연구에서는 다른 변수들에 대하여 세분화하고 프랜차이즈 교육기관 특성, 교육전이와 교육성과까지 이어지는 영향관계에 대하여 연구해 볼 필요가 있다.

References

- Alliger, G. M., Tannenbaum, S. I., Bennett, W., Traver, H., Shotland, A. (1997). A meta-analysis of the relations among training criteria. *Personnel Psychology*, 50(2), 341-358.
- Baldwin, T. T. & Ford, J. K.(1988). Transfer of training: A review and direction for research. *Personnel Psychology*, 41, 63-105.
- Betterncourt, L. A. (1997). Customer voluntary performance: Customer as partners in service delivery. *Journal of Retailing*, 73, 383-406.
- Bramely, P. (1991). Evaluation training effectiveness training theory into practice London: McGraw-Hill Book Company.
- Buckley, R., Caple, J. (1995). The training and development audit evolves: Is your training and development and development budget wasted. *Journal of European Industrial Training*. 20(5), 68-79.
- Desinine, R, D. & Harris, D.M. (1998). Human resource development (2nd) Dryden. (3rded). Harcourt College Publish.
- Fombrun, C.J. & Shanley, M. (1990). Whats in name? Reputation building and corporate strategy. *Academy of Management Journal*, 33(2), 233-258.

- Gilbert, L., & Moore, D. R. (1998). Building interactivity into web courses: Tools for social and instructional interaction. *Educational Technology*, 38(3), 29-35.
- Goldstein I. L., & Ford, J. (2002). *Training in organization* (4rded). Belmont, CA, Wadsworth.
- Gotsi, M. & Wilson, A. M. (2001). Corporate reputation: Seeking a definition. *Corporate Communications*. 6(1), 24-30.
- Hall, D. T. (1971). A theoretical model of career sub identity development in organizational settings. *Organizational Behavior and Human Performance*, 6(1), 50-76.
- Harrison-Walker, L., J. (2001). The measurement of word-of-mouth communication and an investigation of service quality and customer commitment as potential antecedents. *Journal of Service Research*, 4(1), 60-75.
- Holton, E. E. III. (1996). The flawed four-level evaluation model, *Human Resource Development Quarterly*, 7, 5-21.
- Ivy, J. (2008). A new higher education marketing mix: the 7ps for marketing. *International Journal of Education Management*, 22(4), 288-299.
- Kang M. S., & Park, S. K. (2011). Assessing the effects of service quality on student satisfaction, reputation and loyalty: the case of university education. *Educ. Adm. Korean Soc. Study Educ. Adm.*, 29(1), 153-174.
- Kim, H. G., Seo, E. S., & Seo, H. J. (2008). An empirical study on the effect of job commitment and task relatedness of content on individual transfer of training in the e-learning environment. *Korean Studies of Information Service System*, 6(1), 27-53.
- Kim, M.-J. (2014). Development and implementation of multi-purpose peer learning mobile app for students participation in large-size classes, *Education Information Media Research*, 20(4), 547-570.
- Korean Council for University Education(2018). franchise major. Retrived from <http://www.adiga.kr>.
- Lee, H.-J. & Lee, D.-I.(2010). Development of franchise education program through semantic network analysis, *Korean Academic Society of Administration*. 14(2), 105-106.
- Lim, H.-K. & Kim, S.-J.,(2017). Relationship between franchise support, education, trust and renewal intention. *Korean Academic Society of franchising*, 3(1), 87-103.
- Lodahl, T. M. & Kejner, M. (1965). The definition and measurement of job involvement. *Journal of Applied Psychology*, 49(1), 24-33.
- Meyer, J. P., and N. J. Allen. (1990). The measurement and antecedent of affective, continuance and normative commitment to the organization, *Journal of Occupational Psychology*, 63, 1-18.
- Moller, L. (1998). Designing communities of learners for asynchronous distance education. *Educational Technology Research & Development*, 46(4), 115-122.
- Nadler, L. L. (1971). Support system for training, *Training and Development Journal*, 25(10), 2-7.
- Rha, Il-ju (2003). Foundations of corporate education, Seoul, Korea: Hakjisa.
- Robinson, D. G., Robinson, J. (1989). Training for impact. *Training & Development Journal*, 43(8), 34-43.
- Seo, min-kyo(2015). Franchise management theory. Seoul, Korea: Byeori Publishing. 332-333.
- Seoul Metropolitan Office of Education, from http://www.sen.go.kr/web/services/page/viewPage.action?page=kor/info/info_04_01_tab01.html
- Tinto, V. (1993). *Leaving college: Rethinking the causes and cures of student attrition*, 2nd ed. Chicago: The University of Chicago Press