

판매원의 성격과 감사성향이 심리적 안녕감과 친소비자행동에 미치는 영향[†]

조상리* · 강명주**

〈요 약〉

본 연구는 고객과의 접촉빈도가 높고 다양한 요구가 일어나는 서비스접점에서 판매원의 심리적 안녕감을 향상시킬 수 있는 요인으로 개인의 성격과 감사성향의 영향력을 규명하고자 하였다. 연구결과의 요약은 다음과 같다.

첫째, 판매원의 외향성과 성실성, 감사성향은 심리적 안녕감에 정의 영향을 미치고 판매원의 신경증은 부의 영향을 미치는 것으로 나타났다. 둘째, 판매원의 심리적 안녕감은 친소비자행동에 정의 영향을 미치는 것으로 나타났다. 마지막으로, 판매원의 성격과 감사성향이 미치는 상대적인 영향을 비교해 본 결과, 신경증이 가장 큰 영향을 미치고 그 다음으로 감사성향, 외향성 순으로 나타났다. 이러한 연구결과는 성격만큼 중업원의 감사성향 또한 심리적 안녕감을 향상시킬 수 있는 요소임을 의미한다.

핵심주제어 : 성격, 감사성향, 심리적 안녕감, 친소비자행동

논문접수일: 2014년 10월 16일 수정일: 2014년 11월 03일 게재확정일: 2014년 11월 24일

† 이 논문은 2014년도 동의대학교 교내연구비의 지원으로 작성된 것입니다(2014AA050).

* 동의대학교 유통관리학과 조교수, slcho@deu.ac.kr

** 동의대학교 유통관리학과 교수(교신저자), kmj@deu.ac.kr

I. 서 론

전국 민간인 산업노동조합연맹(2011)의 따르면, 서비스 종사자 3,096명을 대상으로 감정노동 후유증을 실태 조사한 결과, 우울증 증세가 응답자의 26.6%, 고객관련 탈진이 응답자의 47.34%, 육체 피로를 의미하는 일반 탈진이 응답자의 54.34%로 나타났다(정태욱, 윤종균 2013). 서비스 종사자들 특히, 백화점이나 마트처럼 서비스접점에서 활동하는 판매원들은 대체로 고객과의 접촉빈도가 높고 고객과의 대면시간이 길다는 서비스의 특성 때문에 우울증과 같은 감정노동 증세를 보이고 있다(정태욱, 윤종균 2013).

종업원의 행동과 생산성은 종업원이 품고 있는 정서나 표현된 감정에 직접적인 영향을 받는다(홍용기 2008). 즉, 서비스접점에서 활동하는 판매원은 고객에게 정보를 제공하고 자사제품에 대한 친밀감을 높일 수 있는 도구로서 중요한 위치에 놓여있다. 따라서 서비스접점에서 활동하는 종업원의 표정이나 행동은 곧 서비스품질에 영향을 미치기 때문에 인적 서비스가 중요한 소매업에서 판매원의 정서적 문제 특히, 심리적 안녕감은 기업관리자들의 중요한 관심사이다.

선행연구는 심리적 안녕감의 영향요인을 크게 조직차원과 개인차원으로 구분하여 제시하고 있는데 본 연구에서는 개인차원의 영향요인에 초점을 둔다. 선행연구들은 주로 조직차원에서 심리적 안녕감의 영향요인들을 발견하고자 노력하였는데, 이에 대해 Berg, Wrzesniewski, and Dutton(2010)은 개인의 심리적 안녕감은 조직차원의 영향요인들 때문이 아니라 종업원 스스로의 마음과 행동에 의한 것임을 강조하였고 이와 관련된 여러 연구들이 이 주장을 뒷받침하고 있다.

예를 들어, Hart and Cotton(2003)은 종업원의 정신적 고통을 감소시킬 수 있는 가장 중요한

요인이 개인의 정서와 관련된 성격이라는 것을 발견하였고, 교사들을 대상으로 조사한 Hart, Griffin, and Norris(1999)는 정서적 특징이 가장 큰 정신적 고통의 결정요인임을 발견하였다. 따라서 종업원의 심리적 안녕감을 향상시키기 위해서는 조직차원의 개입보다는 개인특성에 기반을 둔 개입이 필요함을 알 수 있다. 이러한 배경 하에 본 연구는 개인특성과 관련된 두 가지 중요한 요소인 판매원의 성격과 감사성향이 심리적 안녕감에 미치는 영향을 규명해 보고자 한다.

성격은 인적자원관리의 최우선과제이자 시작점이고(박미선, 신흥철 2011), 다양한 시간과 상황에 걸쳐 형성되는 특징적인 사고, 감정 및 행동양식이다(Pervin and John, 1996). 내부마케팅 관점에서 보면 성격에 대한 종업원 개인의 차이를 이해하는 것은 중요한데, 왜냐하면 성격과 개인의 행동이 서로 연계되어 있기 때문이다(Hellriegel and Slocum 2007). 대표적인 성격이론으로 특성(trait)이론을 들 수가 있는데, 특성은 개인을 다른 사람과 구별할 수 있는 특징적이고 지속적으로 차이 나게 하는 방식이다(Guilford 1959). McCrae (2002), Keyes, Shmotkin and Ryff(2002)는 개인의 성격과 심리적 안녕감이 강한 상관관계를 갖고 있는데 심리적 안녕감의 예측요인으로서 성격은 매우 안정적이고 설명력이 높다고 설명하였다.

감사성향은 감사를 경험하기 쉬운 성향(Watkins, Stone, and Kolts 2003)이다. 감사성향이 높은 사람들은 좀 더 자주 강하게 감사를 느끼고 사회적 환경에 대해 좀 더 긍정적인 관점을 갖고 있으며 생산적인 대응전략을 이용하고 좀 더 긍정적인 성향을 갖고 있다(McCullough, Emmons and Tsang 2002). 이러한 감사성향의 특성은 서비스접점에서 많은 직무스트레스를 느끼며 활동하는 판매원들의 좌절감과 같은 부정

적 감정을 감소시키면서 사회적 기능을 향상시킬 수 있을 것으로 판단된다.

따라서 본 연구는 개인의 성격과 감사성향은 심리적 안녕감을 향상시킬 수 있는 요인이라 판단하고 그 영향관계를 규명하고자 한다. 본 연구의 구체적인 연구목적은 첫째, 판매원 개인특성의 두 요소인 성격과 감사성향이 심리적 안녕감에 미치는 영향력을 살펴본다. 둘째, 판매원의 심리적 안녕감이 친소비자 행동에 미치는 영향을 검증한다. 마지막으로, 판매원의 성격과 감사성향이 심리적 안녕감에 미치는 상대적인 영향력을 비교한다.

II. 이론적 배경 및 가설 설정

1. 심리적 안녕감의 개념

심리적 안녕감(psychological well-being)은 사회의 구성원으로서 한 개인이 얼마나 잘 기능하고 있는가를 나타내는 개념으로(Ryff 1989), 개인이 행복해하고 만족하고 있는 정도가 삶의 질을 대표한다는 주관적 안녕감(Diener 1984)과는 구별된다.

Ryff(1989)와 Ryff and Keyes(1995)는 인간의 삶의 질은 단지 주관적으로 느끼는 행복한 삶을 의미하는 것뿐만 아니라, 사회의 구성원으로 한 개인이 얼마나 잘 기능하고 있는가를 기준으로 삼아야 한다고 주장하고 구성요소로 자기수용, 긍정적 대인관계, 개인의 성장, 삶의 목적, 환경 지배력, 자율성을 제시하였다. 즉, 심리적 안녕감은 자신을 긍정적으로 수용하고 스스로의 삶의 목적과 의미를 가지고 자기를 실현해 나가는 것이며 타인과의 관계에서 신뢰를 중요하게 여기고 친밀감을 형성할 수 있으며 환경에 대한 통제감을 가지고 자기를 조절할 수 있는 능력이다

(문정리, 최연실 2014; Ryff 1989). 이 개념은 직무만족 또는 내부만족과는 구별되는 것으로 직무만족은 각 개인이 자기의 직무와 관련하여 경험하게 되는 좋고 나쁨의 총화 또는 이런 감정의 기인되는 태도이다(Smith 1977).

변상우, 이향숙(2013) 또한 직무만족은 개인이 자신의 직무에 대한 가치를 성취하는 과정에서 얻어지는 결과에 대한 감정적인 형태라고 정의하고 있다. 따라서 직무만족이란 직무에서 긍정적 결과가 제시될 때 발생하는 긍정적 정서로 긍정적 결과를 통해 경험하게 되는 주관적 안녕감과 관련 있는 것으로 심리적 안녕감과 구별되는 개념이다.

본 연구는 심리학에서처럼 단순히 개인의 주관적 안녕감을 측정하는 것이 아니라 직무생활 가운데서 경험하게 되는 안녕감을 측정하고자 한다. 일터는 우리의 대부분의 시간과 많은 노력을 요구하고 삶에 있어 특별한 의미를 지니는 곳이다. 이러한 직장에서의 안녕감은 개인에게 아주 중요하다. 따라서 주관적 안녕감 보다는 사회구성원으로서의 기능을 의미하는 심리적 안녕감을 측정하는 것이 마케팅 관점에서는 보다 의미 있다고 판단된다. 그리고 이러한 심리적 안녕감에 영향을 미치는 선행요인으로 판매원의 개인적 특성인 성격과 감사성향을 제안하고자 한다.

2. 심리적 안녕감의 선행요인 1: 성격

성격이란 일반적으로 타고난 소질뿐만 아니라 성장하는 가운데 경험을 통해 습득한 경향성의 복합적인 산물로서 환경에 대한 개인의 적응을 특징짓는 비교적 일관성 있고 독특한 행동양식과 사고방식을 나타낸다(정민, 노안영 2008; Atchley 1980). 성격을 설명하는 대표적인 이론인 특성이론에서 특성(trait)은 개인을 다른 사람과 구별할 수 있는 특징적이고 지속적인 차이를

나타낸다(Guilford 1959). 특성이론의 대표자인 Costa and McCrae(1998)은 선행연구를 통해 성격이 5개의 요인으로 이루어져 있음을 제시하였는데 외향성, 신경증(정서적 불안정성), 친화성(원만성), 성실성, 개방성이다.

외향성(extraversion)은 대인간의 온정과 사교성 및 주장성의 정도를 나타내는 것으로 타인과 상호작용을 하거나 교제하길 원하고 타인의 관심을 끌려는 정도를 나타낸다. 외향성이 높은 사람은 사교적이고 모임을 좋아하며 적극적이고 자기주장이 강하다.

신경증(neuroticism)은 정서적 불안정, 민감성, 피로감 등의 불쾌하고 혼란스러운 정서를 경험하는 경향성으로 신경증이 높은 사람은 걱정이 많고 늘 긴장하며 불안하고 우울 및 의기소침하다. 이러한 신경증은 자신의 충동을 잘 조절하지 못하며, 스트레스에 대해 잘 대처하지 못하는 성향이다.

친화성(agreeableness)은 타인과 편안하고 조화로운 관계를 유지하는 정도를 의미한다. 친화성이 높은 사람은 정중하고 협조적이고 관대하고 양보심이 많고 이타적인 특성을 가진다.

성실성(conscientiousness)은 성취에 대한 개인의 성실한 정도를 나타내며, 사회적 규칙이나 규범을 잘 지키려고 하는 정도를 의미한다. 성실성이 높은 사람은 자신에게 주어진 일과 목표 달성에 관심과 노력을 집중해서 일하고 책임감이 강하고 목적지향적이다.

개방성(openness)은 지적자극, 변화, 다양성을 좋아하는 정도로 새로운 생각과 경험에 대한 접근이나 수용성을 의미한다. 개방성이 높은 사람은 상상력이 풍부하고 창의적이고 호기심이 많고 새로운 것에 개방적이고 지적으로 민감한 경향성을 보인다.

McCrae(2002)와 Keyes, Shmotkin and Ryff(2002)는 성격과 심리적 안녕감이 강한 상관관계를 갖고 있는데 심리적 안녕감의 예측요인으로

서 성격은 매우 안정적이고 설명력이 높음을 확인하였다. Costa와 McCrae(1992)는 성격5요인 모델과 정서의 방향성 관계를 검증하였는데, 외향성은 긍정적인 정서와 신경증은 부정적인 정서와 강한 상관관계가 있음을 확인하였다. Shumutte and Ryff(1997)는 좀 더 구체적으로, 성격 5요인과 심리적 안녕감의 하위 항목들 간의 관계를 확인하였는데, 외향성과 성실성은 자기수용, 환경통제력, 삶의 목적과 정의 영향관계가 있고 신경증은 부의 관계가 있으며, 개방성은 개인의 성장과 정의 관계가 있고, 친화성은 타인과의 관계와 정의 영향관계가 있음을 확인하였다.

Abbott, Croudace, Kun, Richards, and Huppert(2008)는 외향성을 지닌 여성들이 심리적 안녕감이 높으며 신경증은 심리적 안녕감과 부정적 관계가 있음을 알아냈다. Grand, Langan-Fox, and Anglim(2009)는 외향성, 신경증, 성실성이 심리적 안녕감과 유사한 상관관계가 있음을 확인하였다. DeNeve and Cooper(1998)는 외향성과 삶의 만족도간의 강한 상관관계를, 신경증은 강한 부적 상관관계를 보인다고 설명한다. 이인혜(1997) 또한 심리적 안녕감이 외향성과 정의 상관관계를 가지고 신경증은 부의 상관관계를 가진다는 점을 제시하였다. 이러한 연구결과를 볼 때, 개인의 성격은 심리적 안녕감의 영향요인으로 작용하고 있음을 기대할 수 있으므로 본 연구에서는 다음의 가설을 설정하였다.

H1 : 판매원의 성격 5요인은 심리적 안녕감에 유의한 영향을 미칠 것이다.

H1a : 판매원의 외향성은 심리적 안녕감에 정의(+) 영향을 미칠 것이다.

H1b : 판매원의 신경증은 심리적 안녕감에 부의(-) 영향을 미칠 것이다.

H1c : 판매원의 친화성은 심리적 안녕감에 정의(+) 영향을 미칠 것이다.

H1d : 판매원의 성실성은 심리적 안녕감에 정의(+) 영향을 미칠 것이다.

H1e : 판매원의 개방성은 심리적 안녕감에 정의(+) 영향을 미칠 것이다.

3. 심리적 안녕감의 선행요인 2: 감사성향

감사(gratitude)는 다른 사람이 가치 있는 것을 줬을 때나 주고자 할 때 개인이 느끼는 긍정적 감정이다(McCullough, Tsang, and Emmons 2004). Lazarus and Lazarus(1994)는 자신의 삶에서 호의적인 상황을 만났다는 것을 인식하고 은혜를 베푼 사람의 노력에 공감하는 공감적 정서로 설명하고 있는데 자신이 친사회적인 대우를 받았다는 것을 인식할 때 느끼게 되는 감정으로 이를 통해 친사회적인 행동 및 도덕적인 행동을 수행하도록 동기화되는 도덕적 정서(McCullough et al., 2002)이다. 따라서 감사는 타인과의 관계에서 자신을 겸손하게 하고 상대를 존중하며 귀하에 여기는 마음을 갖게 하여 관계 안에서 긍정적 순환을 만들어 결과적으로 심리적 안녕감을 경험할 수 있는 환경을 조성하게 한다(문정리, 최연실 2014). 감사성향(gratitude disposition)은 감사를 경험하기 쉬운 성향(Watkins et al., 2003)으로 비교적 지속적이고 안정적인 정서적 특징이다.

감사성향이 높은 사람은 감사의 식역수준이 다른 사람들보다 낮기 때문에(Rosenberg 1989) 일상생활에서 감사를 더 자주, 더 강렬하게 경험하고 한 사건과 관련해서 감사할 대상들이 많다(McCullough et al., 2002). 즉, 감사성향이 높은 사람은 그렇지 않은 사람보다 타인의 작은 호의에도 감사를 느끼고 다른 사람의 이타적인 행동에 대해 더 자주 그리고 더 크게 감사를 느낀다.

많은 연구들은 감사성향이 높을수록 삶에 대한 만족이나 심리적 안녕감이 높다는 결과를 제

시하고 있다. McCullough 등 (2002)은 감사성향이 높은 사람들이 낮은 사람들에 비해 긍정적인 정서와 삶에 대한 만족수준이 높고 낙관적이며 우울감과 스트레스가 낮음을 확인하였다. 또한 과거의 부정적 사건의 영향이 덜 지속적이어서, 우울이나 근심, 질투심을 덜 경험하는 것을 발견하였다.

Emmons and McCullough(2003)은 감사가 심리적 안녕감의 영향요인임을 확인하였고 Wood, Joseph, and Maltby(2009)는 감사가 심리적 안녕감과 높은 상관관계가 있음을 확인하면서 감사가 심리적 안녕감에 중요하다고 강조하였다. 김유리(2012)도 대학생들을 대상으로 감사성향이 심리적 안녕감과 긍정적 상관관계를 가지고 있음을 확인하였다. 또한 감사는 삶에서 즐거움과 긍정적인 것을 다시 경험하도록 만들기 때문에(Sheldon and Lyubomirsky, 2006) 감사성향이 높은 사람은 기분 좋은 일이나 지난 사건을 쉽게 회상할 수 있다. 따라서 감사성향이 높은 사람은 감사의 횟수가 빈번하고 간단한 즐거움이나 사건에 대해서도 감사해 한다. 이렇게 감사한 일을 쉽게 회상하는 것은 다양한 스트레스나 직면하는 과제에 긍정적으로 대응하게 한다(Emmons and McCullough 2003).

감사는 긍정적으로 편향된 감정이고 긍정적 감정의 습관적 경험과 강하게 관련되어 있다. 긍정적 감정의 빈번한 경험은 부정적 정서를 쾌락적 긍정적 정서로 비교적 쉽게 바꿀 수 있고 이는 더 큰 만족을 이끈다(Sheldon and Lyubomirsky 2006).

예를 들어, 판매원의 성과가 낮더라도, 과거의 성과가 좋았던 경험을 회상할 수 있는 능력은 판매원이 그런 실망스러운 결과에 긍정적이고 적극적으로 대응하게 할 가능성을 높이면서 부정적이거나 파괴적인 행동을 감소시킬 수 있다. 또한 감사성향이 높은 판매원은 자신의 직무나 상황의 부정적인 면보다는 긍정적인 면에 초점

을 두고 긍정적으로 재해석하게 함으로써 스트레스와 좌절감의 수준을 감소시킬 수 있다. 서비스접점에서 활동하는 판매원들은 고객과의 접촉 빈도가 높고 다양한 고객의 요구가 존재한다. 감사성향이 높은 판매원은 이것을 직무스트레스로 여기기보다는 많은 고객의 욕구를 충족시켜준 것에 대한 보람으로 생각할 가능성이 크다. 이러한 연구결과들을 볼 때, 판매원의 감사성향은 부정적 정서를 낮추고 심리적 안녕감을 강화시킬 수 있을 것으로 기대되므로 본 연구에서는 다음의 가설을 설정하였다.

H2 : 판매원의 감사성향은 심리적 안녕감에 정의(+) 영향을 미칠 것이다.

4. 심리적 안녕감의 결과요인: 친소비자 행동

친소비자행동은 서비스기업의 종업원들이 자신에게 주어진 업무이외에 그것이 업무와 직접적으로 연계는 되지는 않더라도 추가적으로 수행하는 것이 고객들을 위해서 바람직한 행동을 의미하는 것으로 조직시민행동과 유사한 의미이다(김재영, 한동철 2000). 서비스기업의 종업원은 기업의 성패를 좌우할 만큼 중요한 역할을 담당하고 있다. 서비스접점에서 활동하는 판매원은 고객에게 정보를 제공하고 자사제품에 대한 친밀감을 높일 수 있는 도구로서 중요한 위치에 놓여있다. 따라서 판매원은 자신의 실제 감정을 억제하고 조직의 감정표현 규범에 의해 긍정적인 감정을 표현해야 하는 감정노동을 경험하고 있다(Holman, Chissick, and Totterdell, 2002).

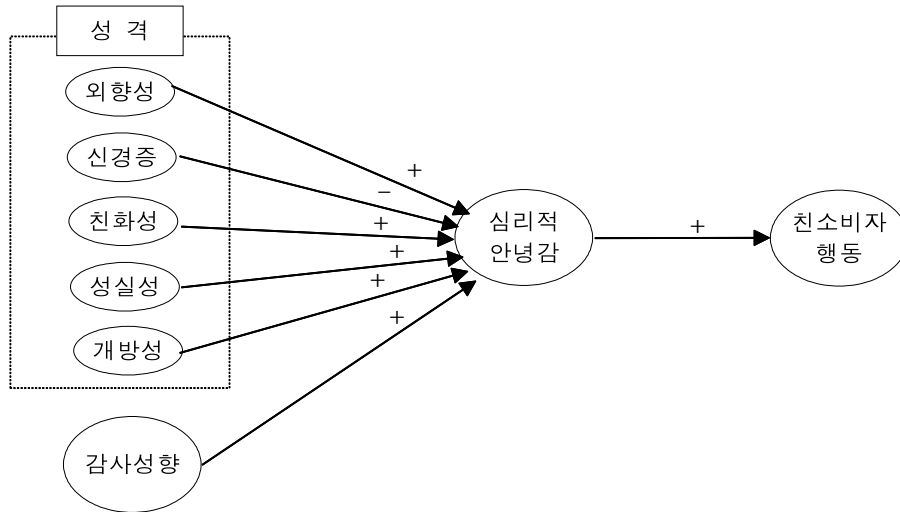
고객과의 접촉빈도가 높을수록 기업의 요구에 부응하기 위해 판매원은 자신의 정서적 및 신체적 자원을 끊임없이 소모하기 때문에 이들의 직

무스트레스는 높아지게 된다. 이러한 감정노동에 따른 직무스트레스는 판매원의 심리적 안녕감에 부정적 영향을 미치고 이런 불안한 심리적 상태는 그들의 행동에도 영향을 미치게 된다. 따라서 서비스접점에서 활동하는 판매원의 심리적 안녕감은 아주 중요한 문제이다.

많은 연구들은 심리적 안녕감이 직무성과를 향상시킨다는 결과를 제시하고 있다. 예를 들어, Wright and Cropanzano(2000)는 행복한 작업자가 더 높은 성과를 달성한다는 것을 증명하였는데, 여기서는 행복을 심리적 안녕감으로 조작화하였다. 마케팅 관점에서 보면 서비스접점에서 활동하는 판매원의 행동은 중요한 역할을 하는데, 그런 측면에서 행동에 근거를 둔 직무성과는 탁월한 서비스를 제공하거나 고객과의 긍정적인 관계를 형성하는 것이다(Knight, Kim and Crutsinger 2007). 즉, 심리적 안녕감이 높은 판매원일수록 더 탁월한 서비스를 제공하거나 고객을 더 잘 이해하고자 하며 자발적인 도움행동을 제공하면서 그들과의 긍정적인 상호관계를 형성하고자 할 것이다. McCullough et al.,(2002)은 심리적으로 안정되고 편안한 종업원이 타인에게 이타적으로 행동을 한다는 연구결과를 제시하였다. 이러한 연구결과들을 종합해볼 때, 심리적으로 안녕한 판매원은 자신의 기본적인 역할뿐만 아니라 고객의 문제해결을 위해 역할이외의 도움행동까지도 할 수 있음을 기대할 수 있으므로 본 연구에서는 다음의 가설을 설정하였다.

H3: 판매원의 심리적 안녕감은 친소비자행동에 정의(+) 영향을 미칠 것이다.

아래의 <그림 1>은 이러한 구성개념들 간의 관계를 표현하는 연구모형을 나타내고 있다.



<그림 1 연구모형>

III. 연구방법

1. 자료수집방법

본 연구에서 도출한 연구모형을 검증하기 위해 필요한 자료를 설문조사로 수집하였다. 조사 대상자는 마트나 백화점 등의 서비스접점에서 고객을 응대하는 판매원들로 선정하였다. 특히,

조직생활에서 심리적 안녕감을 경험하고 이것이 직무성과에 미치는 영향을 검증하기 위해서는 어느 정도 직장생활 경험을 요구하기 때문에 1년 이상의 경력직으로 선정하였다. 총 250부를 배포해서 불성실한 응답 12부를 제외한 238부를 자료분석에 이용하였다. 표본의 인구통계적 특성을 정리하면 <표 1>과 같다.

<표 1> 표본의 인구통계적 특성

| 성별 | 연령 | 학력 | 근무 연수 | 직위 | 종교 |
|-----------------|-----------------------------------|------------------------------|---|---|-----------------------------|
| 남자 107명(45%) | 20대 121(51%) 30대 48명(20%) | 고졸 100명(42%) 대졸 124명(52%) | 1~2년 62명(26%) 2~3년 74명(31%) | 사원 152명(64%) 매니저급 62명(26%) | 기독교 37명(15%) 불교 64명(27%) |
| 여자 131명(55%) | 40대 48명(20%) 50대 이상 21명(9%) | 대졸이상 14명(6%) | 3~5년 52명(22%) 5~10년 36명(15%) 10년 이상 14명(6%) | 대리 12명(5%) 과장 10명(4%) 차장이상 2명(1%) | 무교 121명(51%) 기타 16명(7%) |
| 계 238명 | | | | | |

2. 변수의 측정

개인의 성격 5요인은 Costa and McCrae (1998)의 연구와 정민, 노안영 (2008)의 연구를

이용하여 리커트 7점 척도로 측정하였다. 본 연구에서 사용된 각 요인의 측정항목은 다음과 같다. 먼저, 외향성은 4개의 항목으로 측정하였는데 구체적인 항목의 예로는 “나는 다른 사람과

어울리기 좋아하는 편이다”와 “나는 사교적이고 친근감을 주는 편이다”이다. 신경증은 4개의 항목으로 측정하였는데 구체적인 항목의 예로는 “나는 자주 긴장하고 예민한 편이다”와 “나는 쉽게 포기하는 편이다”이다. 친화성은 4개의 항목으로 측정하였는데 구체적인 항목의 예로는 “나는 쉽게 의존하는 편이다”와 “나는 남을 먼저 배려하는 편이다”이다. 성실성은 4개의 항목으로 측정하였는데 구체적인 항목의 예로는 “나는 맡은 바 임무를 확실히 처리하는 편이다”와 “나는 설정된 목표를 달성하기 위해 노력한다”이다. 그리고 개방성은 4개의 항목으로 측정하였는데 구체적인 항목의 예로는 “나는 무엇이든 할 준비가 되어 있다”와 “나는 새로운 것을 좋아하는 편이다”이다.

감사성향은 개인이 일상생활에서 감사의 감정을 얼마나 빈번하고 강하게 감사하는지를 의미하는 것으로서 McCullough et al.(2002)이 제시한 GQ-6을 총 4문항의 리커트 7점 척도로 측정하였다. 구체적인 항목의 예로는 ‘내 삶에는 감사할 거리들이 많다’, ‘나는 여러 사람들에게 고마움을 느낀다’, ‘세상을 둘러볼 때, 감사할 것들이 별로 없다(R)’, ‘지금까지 나의 삶에서 만난 사람, 사건, 상황들에 고마움을 느낀다’ 등이 있다.

심리적 안녕감은 개인이 느끼는 인생 전체에 대한 목표와 목적, 성장과 발전, 행복이나 만족의 정도를 의미한다(Ryff, 1989). 본 연구에서는 Dagenais-Desmarais and Savoie(2012)의 연구에서 개발한 것으로서 조직에 적용가능한 판매원의 심리적 안녕감의 척도인 PWBW(psychological well-being at work)를 이용하였다. 총 10개의 항목을 리커트 7점 척도로 측정하였는데, 구체적인 항목의 예로는 ‘나는 함께 일할 사람들을 소중히 여긴다’, ‘나는 내 일에 도전하고 싶다’, ‘나는 내 직장에서 사람들과 일하는 것을 즐긴다’, ‘나는 내일에서 의미를 찾는다’ 등이 있다.

친소비자행동은 판매원이 수행해야 할 기본적

인 역할 이외에 고객들을 위해 추가적으로 수행하는 바람직한 행동을 의미하는 것으로 Posdakoff and Mackenzie(1995)와 김재영과 한동철(2000)의 연구에서 사용된 4항목을 본 연구에 맞게 수정하여 측정하였다. 구체적인 항목의 예로는 ‘나는 고객에게 친절한 행동을 한다’, ‘나는 고객에게 자발적 도움을 주려고 한다’, ‘나는 소비자를 존중하고자 한다’ 등이 있다.

IV. 가설검증

1. 신뢰성 및 타당성의 검증

본 연구에서 제시하는 측정항목들에 대해 신뢰성과 타당성을 확인하였다. 신뢰성은 Cronbach's α 의 값을 이용하여 내적일관성을 점검하였다. 각 요인의 Cronbach's α 가 모두 .7을 초과하고 있어 신뢰성을 확보하였다. 타당성은 탐색적 요인분석 통해 검증하였다. 주성분분석을 이용하였고 직교 회전방식을 사용하였다. 분석 결과, 8개 요인 모두의 고유치가 1 이상이고 요인적재량도 .5를 넘었기 때문에 타당성이 확보되었다. 8개 요인은 총분산의 79.626%를 설명하고 있어 개념타당성이 확보되었다고 판단하였다. 이 과정에서 신뢰성을 저해하거나 요인적재량이 .5 미만인 항목(성실성 2항목, 친화성 1항목, 심리적 안녕감 2항목)이 제거되었다.

탐색적 요인분석을 거친 측정항목에 대해 집단타당성과 판별타당성을 검증하기 위해 전체 연구 단위에 대한 확인적 요인분석을 실시하였다. 적합도 평가 결과, $X^2=813.50(df=467)$, $p=.000$, $NFI=.85$, $CFI=.91$, $IFI=.91$, $GFI=.90$, $AGFI=.86$, $RMSEA=.060$ 로 대부분의 지수들이 적합도를 충족하거나 기준을 거의 근접하는 것으로 나타났다. 구성개념의 신뢰도는 .7 이상으로 나타났고

평균분산추출(AVE) 모두 .5 이상으로 나타났다. 그리고 측정항목의 t 값이 모두 2보다 큰 값을 나타내고 있어 집중타당성이 있는 것으로 확인되었다(Bagozzi and Yi, 1988). 95%의 신뢰구간에서 [상관관계±(2*표준오차)]로 계산하여 그 값이 '1'을 포함하지 않으면 판별타당성이 있는 것

으로 본다(Anderson and Gerbing, 1988). 검증 결과 .205~.645로 분포되어 있어 '1'을 포함하고 있지 않는 것으로 나타났으므로 판별타당성도 확보되었다. <표 2>는 신뢰성과 타당성의 분석 결과를 나타내고 <표 3>은 변수간의 상관관계를 제시하고 있다.

<표 2> 신뢰성 및 타당성 분석결과

| 요인 (Cronbach's α) | | factor loading | eigen value | % of var. | estimate | S.E. | t-value | 개념신뢰도 | AVE |
|--|-----|----------------|-------------|-----------|----------|------|---------|-------|------|
| 심리적 안녕감 .959 | x1 | .897 | 8.793 | 20.585 | .86 | .06 | 14.00 | .697 | .648 |
| | x2 | .882 | | | .82 | .06 | 12.94 | | |
| | x3 | .863 | | | .89 | .06 | 14.70 | | |
| | x4 | .861 | | | .88 | .06 | 14.50 | | |
| | x5 | .832 | | | .91 | .06 | 15.14 | | |
| | x6 | .820 | | | .84 | .06 | 13.46 | | |
| | x7 | .794 | | | .81 | .06 | 12.67 | | |
| | x8 | .768 | | | .76 | .07 | 11.60 | | |
| 친소비자행 동 .971 | x9 | .817 | 3.909 | 11.844 | .94 | .06 | 16.30 | .838 | .825 |
| | x10 | .816 | | | .93 | .06 | 16.00 | | |
| | x11 | .788 | | | .97 | .06 | 16.99 | | |
| | x12 | .782 | | | .97 | .06 | 17.02 | | |
| 감사성향 .890 | x13 | .803 | 3.467 | 10.505 | .69 | .06 | 10.11 | .869 | .626 |
| | x14 | .794 | | | .81 | .06 | 12.49 | | |
| | x15 | .764 | | | .94 | .06 | 15.58 | | |
| | x16 | .737 | | | .86 | .06 | 13.56 | | |
| 외향성 .874 | x17 | .833 | 3.383 | 10.253 | .81 | .07 | 12.34 | .846 | .580 |
| | x18 | .823 | | | .80 | .07 | 11.99 | | |
| | x19 | .781 | | | .87 | .06 | 13.55 | | |
| | x20 | .704 | | | .70 | .07 | 10.11 | | |
| 개방성 .824 | x21 | .771 | 2.691 | 8.155 | .83 | .07 | 12.49 | .805 | .516 |
| | x22 | .758 | | | .50 | .07 | 6.71 | | |
| | x23 | .693 | | | .83 | .07 | 12.69 | | |
| | x24 | .565 | | | .80 | .07 | 11.88 | | |
| 신경증 .795 | x25 | .857 | 2.668 | 8.086 | .63 | .07 | 8.47 | .773 | .467 |
| | x26 | .799 | | | .57 | .07 | 7.48 | | |
| | x27 | .771 | | | .73 | .07 | 10.08 | | |
| | x28 | .695 | | | .89 | .07 | 12.64 | | |
| 성실성 .848 | x29 | .661 | 1.754 | 5.317 | .78 | .07 | 11.52 | .818 | .600 |
| | x30 | .618 | | | .84 | .07 | 12.92 | | |
| | x31 | .553 | | | .81 | .07 | 12.18 | | |
| 친화성 .715 | x32 | .730 | 1.611 | 4.881 | .78 | .07 | 10.44 | .678 | .513 |
| | x33 | .578 | | | .72 | .07 | 9.72 | | |
| $\chi^2=813.50(df=467)$, $p=.000$, $NFI=.85$, $CFI=.91$, $IFI=.91$, $GFI=.90$, $AGFI=.86$, $RMSEA=.060$ | | | | | | | | | |

<표 3> 변수간의 상관관계

| | 외향성 | 신경증 | 친화성 | 성실성 | 개방성 | 감사성향 | 심리적 안녕감 | 친소비자행동 |
|------------|-------|-------|------|------|------|------|---------|--------|
| 외향성 | 1 | | | | | | | |
| 신경증 | -.255 | 1 | | | | | | |
| 친화성 | .255 | -.025 | 1 | | | | | |
| 성실성 | .492 | -.166 | .594 | 1 | | | | |
| 개방성 | .349 | -.004 | .520 | .577 | 1 | | | |
| 감사성향 | .139 | -.03 | .445 | .612 | .349 | 1 | | |
| 심리적 안녕감 | .445 | -.359 | .360 | .552 | .294 | .439 | 1 | |
| 친소비자행동 | .288 | -.055 | .356 | .354 | .243 | .302 | .315 | 1 |

한편, 선행연구(e.g. McCullough et al. 2002)는 개인의 성격과 감사성향이 높은 상관관계를 가지고 있음을 제시한다. 이에 본 연구는 성격 5요인과 감사성향 간의 다중공선성을 진단한 결과, Durbin-Watson이 2.628, 공차한계는 .405~.945 그리고 VIF가 1.059~2.468로 나타나 독립변수들 간의 다중공선성에 따른 문제는 없는 것으로 판단하였다.

2. 가설검증 결과

2.1 주가설의 검증

가설1은 판매원의 성격과 심리적 안녕감의 관계에 관한 가설이다. 검증 결과, 판매원의 외향성은 심리적 안녕감에 정의 영향을 미치는 것으로 나타났다(경로계수=.23, t-value=3.51). 신경증은 심리적 안녕감에 영향을 부의 영향을 미치는 것으로 나타났다(경로계수=-.25, t-value=-4.49). 친화성은 심리적 안녕감에 영향을 미치지 않는 것으로 나타났다(경로계수=.073, t-value=1.04). 성실성은 심리적 안녕감에 정의 영향을 미치는 것으로 나타났다(경로계수=.23, t-value= 2.52). 개방성은 심리적 안녕감에 영향을 미치지 않는 것으로 나타났다(경로계수=.042, t-value=.61).

요컨대, 외향성과 성실성은 심리적 안녕감에 정의 영향을 미치고 신경증은 부의 영향을 미치

지만, 친화성과 개방성은 심리적 안녕감에 영향을 미치지 않는 것으로 나타났다. 친화성은 다른 사람들과 친밀한 관계를 유지하고자 하는 성향으로 어떤 갈등의 상황에서 타인에게 잘 양보하는 경향이 있다. 그런데, 이러한 현상이 진심에 의한 것이기 보다 타인과의 원만한 관계를 위한 의도적인 노력이었다면 이것은 오히려 심리적 안녕감에 부정적 또는 영향을 미치지 않을 가능성을 생각해 볼 수 있다. 개방성은 지적자극, 변화, 다양성을 좋아하는 정도로 새로운 생각과 경험에 대한 접근이나 수용성으로 이는 개인의 주관적 안녕감과 관련 깊은 요인으로 판단된다. 따라서 가설1은 부분 지지되었다.

가설2는 판매원의 감사성향과 심리적 안녕감의 관계에 관한 가설이다. 검증 결과, 판매원의 감사성향은 심리적 안녕감은 정의 영향을 미치는 것으로 나타났다(경로계수=.24, t-value=3.40). 따라서 가설2는 지지되었다. 이러한 결과는 종업원의 개인특성인 성격처럼 심리적 안녕감을 향상시킬 수 있는 요인임을 의미한다.

가설3은 판매원의 심리적 안녕감과 친소비자행동의 관계에 관한 가설이다. 검증 결과, 심리적 안녕감은 친소비자 행동에 긍정적 영향을 미치는 것으로 나타났다(경로계수=.32, t-value=4.61). 이러한 연구결과는 판매원의 심리적 안녕감이

높을수록 친소비자행동을 할 가능성이 높음을 결과이다. 의미한다. <표 4>는 본 연구의 가설을 검증한

<표 4> 가설검증 결과

| 가설 | 제안경로 | 경로계수 | t-value | 표준오차 | 채택여부 |
|-----|---|------|---------|------|------|
| H1a | 외향성→심리적 안녕감 | .23 | 3.51 | .065 | 지지 |
| H1b | 신경증→심리적 안녕감 | -.25 | -4.49 | .056 | 지지 |
| H1c | 친화성→심리적 안녕감 | .073 | 1.04 | .070 | 기각 |
| H1d | 성실성→심리적 안녕감 | .23 | 2.52 | .092 | 지지 |
| H1e | 개방성→심리적 안녕감 | .042 | 0.61 | .071 | 기각 |
| H2 | 감사성향→심리적 안녕감 | .24 | 3.40 | .057 | 지지 |
| H3 | 심리적 안녕감→친소비자행동 | .32 | 4.61 | .068 | 지지 |
| 적합도 | $X^2=22.37, p=.0010, NFI=.95, NNFI=.34, CFI=.96, IFI=.97, RMR=.068, GF=.97, AGFI=.84$ | | | | |

2.2 성격과 감사성향의 상대적 영향 비교

여러 선행연구들은 성격 5요인과 감사성향의 관계를 제시하고 있는데, McCullough et al. (2002)은 감사성향이 외향성과 원만성과는 정의 관계가 있고 신경증(정서적 민감성)과는 부의 관계가 있음을 확인하고 이들간의 인과관계를 검증한 결과, 감사성향에 대한 외향성, 원만성, 신경질증의 설명력이 40~45%로 나타났다. 이는 감사성향이 성격 5요인과 인과관계가 아니라 상관관계이고 또한 구별되는 변수임을 의미한다. 이에 본 연구에서는 성격 5요인과 감사성향이 독립적인 변수로서 심리적 안녕감에 미치는 상대적인 영향력을 규명해보았다.

마케팅 관점에서 판매원의 감사성향이 심리적 안녕감에 영향을 미치는지를 검증한 연구가 없을 뿐만 아니라 개인의 성격과 감사성향을 비교한 연구도 전혀 없다. 하지만 양자의 상대적인 영향을 비교함으로써 어떠한 요인이 판매원의 심리적 안녕감에 더 큰 영향을 미치는지를 확인하는 것은 판매원의 심리적 안녕감을 향상시켜야 되는 기업관리자의 관점에서 상당히 의미 있는 주제라 여겨진다. 따라서 본 연구에서는 심리적 안녕감에 대한 두 선행요인의 상대적 영향력을 비교해 보았다. 이를 위해, 각 경로계수를

free로 두 모형과 동일하다고 둔 모형간의 X^2 값의 비교하였다. 검증 결과, X^2 값의 차이가 54.44 ($\Delta df=2$)로 유의한 것으로 나타났다. 즉, 심리적 안녕감에 영향을 미치는 가장 큰 요인이 신경증이고 그 다음으로 외향성보다 큰 차이는 아니지만 감사성향이 상대적으로 조금 더 영향을 미친다는 것을 알 수 있었다.

V. 결 론

1. 연구결과의 요약 및 시사점

고객과의 상호작용이 중요한 서비스접점에서 활동하는 판매원이 심리적 안녕감을 누리게 하는 것은 기업관리자의 입장에서 아주 중요한 과제이다. 본 연구는 판매원의 심리적 안녕감을 향상 또는 강화시킬 수 있는 요소로 개인의 성격과 감사성향을 제안하고 그 효과를 검증하였다. 본 연구의 결과와 시사점은 다음과 같다.

첫째, 개인의 성격 5요인에서, 판매원의 외향성과 성실성은 심리적 안녕감을 향상시키는 것으로 나타났다. 외향성은 다른 사람들과의 긍정적인 상호작용과 관련한다. 사회 속에서 중요한

관계가 대인관계일 때 주변동료들과의 긍정적인 관계는 심리적 안녕감에 중요한 요소임을 의미한다. 성실성은 자신의 목표를 달성하기 위해 꾸준히 그리고 열심히 노력하는 자세이다. 이러한 태도는 목표달성의 관계없이 그 자체로 심리적 안녕감을 향상시킬 수 있을 것이라 여겨진다. 최선을 다했기 때문에 후회를 덜 하게 되고 그러한 과정에서 우울감이나 좌절이 감소되고 심리적으로 안정감을 경험하는 것으로 판단된다. 그리고 신경증은 심리적 안녕감에 부정적 영향을 미치는 것으로 나타났다. 신경증이 높은 사람은 예민하고 작은 일에도 스트레스를 크게 느끼는 사람들이다. 이러한 성향은 불안한 심리를 이끌게 되는 것이다. 한편, 친화성은 타인과 편안하고 조화로운 관계를 유지하고자 하는 것으로 타인에게 정중하고 협조적이고 관대하고 이타적이다. 친화성이 높은 사람은 타인과의 원만한 관계를 유지할 수 있으나 이를 위해 개인이 희생하거나 양보해야 되는 상황에 대해서는 스트레스나 갈등을 경험할 수 있을 것이다. 그리고 개방성은 새로운 활동이나 변화를 쉽게 수용과 관련된 성격으로 새로운 것에 개방적이고 지적으로 민감한 이러한 성향은 심리적 안녕감 보다는 각성 또는 환기상태로 할 가능성이 높다. 따라서 친화성과 개방성은 심리적 안녕감에 긍정적 영향을 미치지 못하는 것으로 판단된다. 개인의 행동은 개인이 환경에 반응하고 상호작용하는 독특한 방식인 성격과 학습을 통해 형성되어 잠재해 있다가 주위환경이나 상황이 적합하게 되면 밖으로 표출되는 욕구에 의해 영향을 받는다(이인혜 1997). 서비스접점에서 활동하는 종업원은 많은 고객과의 대면접촉에 지칠 수 있고 감정노동에 따른 많은 정신적 및 신체적 에너지를 소모하게 된다. 그렇지만 사람과의 만남을 좋아하거나 신경증이 낮은 종업원은 이런 직무스트레스를 조금은 감소시킬 수 있을 것이다. 기업에

높은 성과를 가져오는 유능한 서비스종업원은 오늘날 서비스기업에 경쟁우위를 제공한다(전희원, 정혜옥 2010). 유능함은 직무관련 스킬이나 능력을 겸비하는 것도 필요하지만 직무와의 적합성 또한 관련한다. 따라서 본 연구는 기업관리자는 종업원의 직무를 할당할 때 직무관련능력을 평가하는 것과 함께 개인의 성향도 충분히 고려할 필요가 있음을 보여주고 있다.

둘째, 판매원의 감사성향은 심리적 안녕감을 향상시키는 것으로 나타났다. 이는 감사성향이 심리적 안녕감에 영향을 미칠 수 있는 하나의 요소임을 의미한다. 마케팅 분야에서 감사에 대한 연구는 아직 시작단계이다. 본 연구는 내부마케팅관점에서 판매원이나 종업원의 개인특성으로 감사성향에 관심을 뒤야 할 것을 제안한다. 따라서 본 연구는 개인의 성향으로 성격만을 고려한 선행연구를 보다 발전시킨 연구라 볼 수 있다.

셋째, 판매원의 심리적 안녕감은 친소비자행동에 긍정적 영향을 미치는 것으로 나타났다. 오늘날 소비자들은 고객만족을 넘어 고객감동을 요구한다. 이를 위해서는 종업원의 기본역할을 당연시하는 경향이 있는데 그런 기본역할 이외의 추가적인 활동은 소비자의 만족도를 높일 수 있는 방안이 될 수 있다. 서비스기업에서 친소비자행동은 서비스품질 자체에 연결되므로 종업원이 친소비자행동을 하도록 동기화시키는 것은 매우 중요하다(김재영, 한동철 2000). 즉, 친소비자행동에 영향을 미치는 심리적 안녕감은 더욱 더 중요하다고 볼 수 있다. 서비스접점에서 활동하는 종업원의 정서적 문제는 오늘날 기업관리자들에게 중요한 관심사이다. 본 연구에서는 그런 정서적 문제를 해결하기 위해서는 종업원의 심리적 부 족, 심리적 안녕감을 개발하는 것이 중요함을 강조하고자 한다. 왜냐하면 판매원의 심리적 안녕감이 친소비자행동처럼 결과적으로 기

업의 성과에 영향을 미치기 때문이다.

넷째, 판매원의 심리적 안녕감에 대한 개인의 성격과 감사성향의 상대적인 영향력을 비교해 본 결과, 신경증이 가장 큰 영향을 미치고 그 다음으로 외향성과 감사성향, 성실성 순으로 나타났다. 선행연구는 개인의 성격만을 다루고 있으나 본 연구는 감사성향 또한 개인의 성격과 비슷한 수준에서 심리적 안녕감을 향상시키는 요인임을 확인하였다.

마지막으로, 감사하는 사람들은 이탈, 분리 전략 보다는 접근에 의한 대응전략을 사용하고 세상을 좀 더 기쁜 곳으로 바라보고 삶의 긍정적인 측면에 초점을 두는 경향이 있다(Adler and Fagley 2005). 본 연구의 결과는 고객과의 빈번한 상호작용으로 부정적인 심리적 현상을 겪을 가능성이 높은 판매원들로 하여금 긍정적 행동을 유발시키기 위해서는 업무관련 훈련도 중요하지만 개인의 성향을 개발함으로써 심리적 안녕감을 향상하는 것도 중요함을 제안하고자 한다.

2. 연구의 한계점과 미래 연구방향

본 연구는 시사점과 함께 다음의 한계점도 지닌다.

첫째, 판매원의 심리적 안녕감에 영향을 미치는 요인은 크게 조직차원의 요인과 개인차원의 요인으로 구분할 수 있는데, 본 연구에서는 개인차원의 요인만 다루고 있다. 향후 연구에서는 조직차원의 요인과 개인차원의 요인을 함께 연구해본다면 판매원의 심리적 안녕감에 대한 포괄적인 이해와 더 많은 시사점을 기대할 수 있을 것이다.

둘째, 본 연구에서는 서비스접점에서 활동하는 판매원으로서 마트나 백화점의 종사원들을 조사 대상으로 하였다. 그런데, 고객과의 접촉빈도에 따라 조직차원의 요인과 개인차원의 요인이 미

치는 영향력이 다를 수도 있을 것이다. 예를 들어, 고객과의 접촉빈도가 낮은 서비스업에서는 대면접촉으로 인한 직무스트레스나 감정노동이 덜 발생할 수 있다. 따라서 향후 연구에서는 이를 서비스업종별로 비교해 보는 것도 의미 있는 연구가 될 것으로 기대된다.

셋째, 본 연구는 심리적 안녕감의 결과로 친소비자행동을 다루고 있지만, 앞으로는 이를 좀 더 세분화하는 연구도 해볼 수도 있을 것이다. 즉, 내부고객에 대한 행동과 외부고객에 대한 행동으로 구분해 본다면 이에 대한 더 깊은 이해를 얻을 수 있을 것이다.

넷째, 본 연구는 감사성향의 중요성을 강조하고 있지만 감사의 기분을 증진시킬 수 있는 방안에 대한 연구는 이루어지지 않았다. 따라서 향후의 연구에서는 감사의 기분을 증진시킬 수 있는 다양한 방법들을 시도할 필요가 있다. 예를 들어, Emmons and McCullough(2003)는 감사일지를 작성하는 집단이 일상적 일을 기록하는 집단보다 타인의 개인적 문제를 도와주거나 정서적 지지행동을 보여주는 경우가 훨씬 더 많음을 확인하였다. 서비스기업에서는 판매원이 규칙적으로 자기가 받은 혜택을 자각해보는 것을 습관화하거나 제도화하는 방안을 고려해 볼 수도 있을 것이다.

참고문헌

1. 김유리(2012), “감사성향이 안녕감과 우울에 미치는 영향: 인지적 정서 조절전략을 매개로,” 학생생활연구, 25, 19~35.
2. 김재영, 한동철(2000), “호텔종업원, 친소비자행동의 결정변수: 사회적 성과, 경제적 성과, 몰입, 분배공정성의 영향을 중심으로,” 마케팅

- 연구, 25(1), 103~124.
3. 문정리, 최연실 (2014), “방송종사자의 감사성향이 정서조절과 심리적 안녕감에 미치는 영향,” 상담학 연구, 15(3), 1035~1048.
 4. 박미선, 신흥철(2011), “호텔 종사원의 성격 유형, 감성지능, 심리적 웰빙, 직무성과 간의 관계 분석,” 서비스경영학회지, 12(3), 57~86.
 5. 변상우, 이향숙(2013), “웨딩산업종사자의 교환관계가 직무만족과 자발적 서비스 의도에 미치는 영향에 관한 연구,” 경영과 정보연구, 32(5), 69~88.
 6. 이인혜(1997), “성격, 유쾌한 및 불쾌한 생활 경험 그리고 주관적 안녕감 간의관계: NEO 성격모델적용.” 한국심리학회지: 건강, 2(1), 209~219.
 7. 전희원, 정혜옥(2010), “호텔종사원의 Big5 성격요인, 집단응집력, 고객지향성과의 영향관계,” 관광연구, 25(2), 437~458.
 8. 정민, 노안영(2008), “대학생의 외향성 및 신경증적 경향성과 심리적 안녕감간의 관계:장독립-장의존적 인지양식의 조절효과,” 한국심리학회지 일반, 27(2), 373~387.
 9. 정범석, 양기동(2008), “성격유형이 갈등관리 유형 선호에 미치는 영향에 관한 연구,” 경영과 정보연구, 24(1), 125~154.
 10. 정태욱, 윤종군(2013), “감정노동 현장에서 개인성격특성이 정서조절전략에 미치는 영향,” 취업진로연구, 2(2), 37~62.
 11. 홍용기(2008), “감정노동, 감성지능이 종업원의 감정고갈에 미치는 영향에 관한 연구,” 경영과 정보연구, 25(3), 243~263.
 12. Abbott, Rosemary A., Tim J. Croudace, George B. Ploubidis, Diana Kuh, Marcus Richards, Felicia A. Huppert(2008), “The relationship between early personality and midlife psychological well-being: evidence from a UK birth cohort study,” *Social Psychiatry and Psychiatric Epidemiology*, 43(9), 679~687.
 13. Adler, M. G. and N. S. Fagley(2005), “Appreciation: Individual Differences in Finding Value and Meaning as A Unique Predictor of Subjective Well-Being,” *Journal of Personality*, 73, 79~114.
 14. Anderson, J. C. and D. W. Gerbing(1988), “Structural Equation Modeling in Practice: A Review and Recommended Two-Step Approach,” *Psychological Bulletin* (103)3, Fall, 411~423.
 15. Atchley C. Robert(1980), *Social Forces in Later Life*, Wadsworth.
 16. Bagozzi, Richard P. and Youjae Yi(1988), “On the Evaluation of Structural Equation Models,” *Journal of the Academy of Marketing Science*, 16(Spring), 74~94.
 17. Berg, J. M., A. Wrzesniewski, and J. E. Dutton(2010), “Perceiving and responding to challenges in job crafting aty different ranks: When proactivity requires adaptivity,” *Journal of Organizational Behavior*, 31, 158~186.
 18. Costa, P. T., Jr., and R. R. McCrae(1998), “Six approaches to the explication of facet-level traits: Examples from Conscientiousness,” *European Journal of Personality*, 12, 117~134.
 19. Dagenais-Desmarais, Véronique and André Savoie(2012), “What is Psychological Well-Being, Really? A Grassroots Approach from the Organizational Sciences,” *Journal of Happiness Study*, 13, 659~684.
 20. DeNeve, K. M. & Cooper, H. 1998. “The

- Happy Personality: A Meta-Analysis of 137 Personality Traits and Subjective Well-Being." *Psychological Bulletin*, 124(2), 197~229.
21. Diener, E.(1984), "Subjective Well-Being," *Psychological Bulletin*, 95(3), 542~575.
 22. Emmons, Robert A., and Michael E. McCullough(2003), "Counting Blessings Versus Burdens: An Experimental Investigation of Gratitude and Subjective Well-Being in Daily Life," *Journal of Personality and Social Psychology*, 84(2), 377~389.
 23. Hart, P. M, and P. Cotton(2003), *Conventional wisdom is often misleading: Police stress within an organisational health framework, Occupational stress in the service professions*, London: Taylor and Francis.
 24. Hart, P. M., M. A. Griffin, and M. J. Norris(1999), *understand stability and change in contextual performance: dispositional and situational influences*, Paper presented to the Academy of Management Meeting, Chicago, Illionis.
 25. Hellriegel, D. and J. W. Jr. Slocum(2007), *Organizational behavior*, Mason, OH: Thomson South-Western.
 26. Holman, David, Claire Chissick, and Peter Totterdell(2002), "The Effects of Performance Monitoring on Emotional Labor and Well-Being in Call Centers," *Motivation and Emotion*, 26(1), 57~81.
 27. Keyes C. L, D. Shmotkin, and C. D, Ryff(2002), "Optimizing well-being: the empirical encounter of two traditions," *Journal of Personality and Social Psychology*, 82(6), 1007~1022.
 28. Knight, D. K., H. J. Kim, and C. Crutsinger(2007), "Examining the Effects of Role Stress on Customer Orientation and Job Performance of Retail Salespeople," *International Journal of Retail & Distribution Management*, 35(5), 381~392.
 29. Grand, S., J. Langan-Fox, J. Anglim(2009), "The big five traits as predictors of subjective and psychological well-being," *Psychology Reports*, 105(1), 205~231.
 30. Guilford, J. P.(1959), *Personality*. New York: McGraw-Hill.
 31. McCrae, R. R.(2002), NEO-PI-R data from 36 cultures: Further intercultural comparisons. In R.R. McCrae and J. Allik.(Eds.), *The Five-Factor Model of personality across cultures*, New York: Kluwer Academic/Plenum Publishers.
 32. McCullough, M. E., Robert A. Emmons and Jo-Ann Tsang(2002), "The Grateful Disposition: A Conceptual and Empirical Topography," *Journal of Personality and Social Psychology*, 82(1), 112~127.
 33. McCullough, M. E., Jo-Ann Tsang, and Robert A. Emmons(2004), "Gratitude in Intermediate Affective Terrain: Links of Grateful Moods to Individual Differences and Daily Emotional Experience," *Journal of Personality and Social Psychology*, 86 (2), 295~309.
 34. Lazarus R. S., and B. N. Lazarus(1994), *Passion and reason: Making Sense of our Emotions*, New York, Oxford University Press.
 35. Podsakoff, P. M., and S. B. MacKenzie

- (1995), "An examination of substitutes for leadership within a levels-of-analysis framework," *The Leadership Quarterly*, 6, 289~228.
36. Pervin L. A., and O. P. John(1996), *Personality: Theory and Research*(7th edition), John Wiley & Sons: Chichester, West Sussex, UK.
37. Rosenberg, E. L.(1998), "Levels of analysis and the organisation of affect," *Review of General Psychology*, 2, 247~270.
38. Ryff, Carol D.(1989), "Happiness is everything, or is it? Explorations on the meaning of psychological well-being," *Journal of Personality and Social Psychology*, 57(6), 1069~1081.
39. Ryff, Carol D., and Corey Lee M. Keyes (1995), "The Structure of Psychological Well-Being Revisited," *Journal of Personality and Social Psychology*, 69(4), 719~727.
40. Shumutte, P. S. and C. D. Ryff(1997), "Personality and Well-being: reexamining methods and meanings," *Journal of Personality and Social Psychology*, 73, 549~559.
41. Sheldon, K. M. and S. Lyubomirsky(2006), "How to increase and sustain positive emotion: The effects of expressing gratitude and visualizing best possible selves," *Journal of Positive Psychology*, 1(2), 73~82.
42. Smith, F. J. (1977), "Trends in Job-related Attitude of Managerial and Professional employees," *Academy of Management Journal*, September.
43. Watkins, P. C., K. Woodward, T. Stone, and R. D. Kolts(2003), "Gratitude and happiness: The development of a measure of gratitude and its relationship with subjective well-being," *Social Behavior and Personality*, 31, 431~452.
44. Wood, Alex M., John Maltby and John Maltby(2009), "Gratitude predicts psychological well-being above the Big Five facets," *Personality and Individual Differences*, 46, 443~447.
45. Wright, T. A., and R. Cropanzano(2000), "Psychological well-being and job satisfaction as predictors of job performance," *Journal of Occupational Health Psychology*, 5(1), 84~94.

Abstract

A Study on Personality and Grateful Disposition Effects for Psychological Well-being and Prosocial Behavior[†]

Cho, Sang-Lee* · Kang, Myong-Ju**

This study examines influences of personality and grateful disposition on psychological well-being in service encounter. The results follower like these.

First, extroversion, conscientiousness, and grateful disposition have positive effects on psychological well-being, and neuroticism has a negative effect.

Second, psychological well-being has a positive effect on prosocial behavior. Lastly, we compared the effects personality and grateful disposition on psychological well-being, and neuroticism has the most effects on psychological well-being and followed by grateful disposition and extroversion. It means grateful disposition can enhances psychological well-being as such personality.

key words: personality, grateful disposition, psychological well-being, prosocial behavior

[†] This work was supported by Dong-eui University Grant(Grant No.:2014AA050).

* Assistant Professor, Dept. of Distribution Management, Dongeui University, slcho@deu.ac.kr

** Professor, Dept. of Distribution Management, Dongeui University, kmj@deu.ac.kr, Corresponding Author