

무형식 학습과 긍정심리자본이 직무만족 및 고객지향성에 미치는 영향

김준환
성결대학교 파이데이아학부

Effects of Informal Learning and Positive Psychological Capital on Job Satisfaction and Customer orientation

Joon-Hwan Kim
Dept. of Paideia, Sungkyul University

요 약 영업사원에 관한 기존의 연구들은 주로 성과 등을 통한 영업사원의 만족이나 커뮤니케이션 증대 등을 통한 영업 방식에 중점을 두었다. 본 연구는 IT 영업사원의 무형식 학습과 긍정심리자본이 직무만족 및 고객지향성 간에 대하여 어떻게 영향을 미치는가를 검증하는데 그 목적이 있다. 이를 위해 3개 회사를 선정하여 159명의 IT 영업사원으로부터 자료를 수집하고 구조방정식모형 (SEM)으로 분석하였다. 연구결과, IT 영업사원의 무형식 학습은 긍정심리자본과 유의한 정적 관계가 있는 것으로 나타났다. 긍정심리자본과 직무만족 및 고객지향성도 모두 유의한 관계가 있는 것으로 나타났다. 또한 매개효과를 확인하기 위해 부트스트래핑으로 분석한 결과, 긍정심리자본은 무형식 학습과 직무만족 및 고객지향성 간의 관계에 대하여 매개효과를 가지는 것으로 나타났다. 이러한 연구의 결과는 긍정심리학으로 기반으로 한 무형식 학습을 개발하고, 이를 반영하여 직무만족 및 고객지향성을 강화할 수 있는 필요가 있다는 것을 함의한다.

주제어 : 무형식 학습, 긍정심리자본, 직무만족, 고객지향성, IT 영업사원

Abstract Previous studies on salesperson's performance have concentrated on increasing job satisfaction through compensations and benefits or effective communication processes and have not sufficiently considered the emotional aspect of salesperson's selling behaviors. The purpose of this study is to investigate informal learning and positive psychological capital on the relationship between job satisfaction and customer orientation of IT salespeople. Data were collected from 159 IT salespeople and analyzed by structural equation modeling (SEM). As a result, it was found that the informal learning of IT salesperson had a significantly positive impact on positive psychological capital. Positive psychological capital was significantly affect on job satisfaction and customer orientation. Positive psychological capital mediated the relationship between informal learning and job satisfaction/customer orientation. The results of this study suggest that there is a need to develop informal learning based on positive psychology and to strengthen the reflected job satisfaction and customer orientation.

Key Words : Informal Learning, Positive Psychological Capital, Job Satisfaction, Customer Orientation, IT Salesperson

Received 12 October 2017, Revised 15 November 2017
Accepted 20 December 2017, Published 28 December 2017
Corresponding Author: Joonhwan Kim(Sungkyul University)
Email: kjh715@hanmail.net

ISSN: 1738-1916

© The Society of Digital Policy & Management. All rights reserved. This is an open-access article distributed under the terms of the Creative Commons Attribution Non-Commercial License (<http://creativecommons.org/licenses/by-nc/3.0>), which permits unrestricted non-commercial use, distribution, and reproduction in any medium, provided the original work is properly cited.

1. 서론

21세기 융합의 시대로 기업과 사회가 필요로 하는 기업의 인재 확보 및 유지 경쟁이 치열해지면서 교육은 핵심 인재를 안정적으로 확보하게 해주고, 조직 구성원의 역량을 향상시키는데 중요한 역할을 하고 있다. 그러나 기업 환경의 경쟁심화로 기업의 생존과 성장은 더 많은 위협 요인에 직면하게 되었다. 따라서 집합교육 방식으로는 형식학습 체계가 갈수록 고도화되고 있는 시점에서 학습의 효과를 간과한다는 비판이 제기되었다. 조직에서 실제로 일어나는 학습의 70%는 현장훈련(OJT)과 같은 무형식 학습(informal learning)에 의해서 이루어지기 때문에 오늘날 전 세계의 조직에서는 구성원의 무형식 학습 과정을 촉진하는 데에 초점을 맞추고 있다[1]. 조직에서 무형식 학습에 영향을 미치는 요소로는 조직 구성원의 학습의지, 학습을 촉진하는 관리자의 역할, 학습을 지원하는 기업문화, 조직구성원 간의 학습 네트워크 구축 등을 들 수 있는데, 현재까지 관리자에 대한 교육 과정에서 무형식 학습을 촉진하는 역량에 대한 개발은 경시된 경향이 있기 때문에 이에 대해 주목할 필요가 있다.

또한 인적자본과 지적자본, 사회적 자본에 이어서 최근 학계에서는 심리적 자원으로 작용하는 긍정심리자본(positive psychological capital)을 개인과 조직문화 특성을 동시에 강조하고 있다. 긍정심리학이 심리학계의 새로운 패러다임으로 대두됨에 따라 조직의 환경에서도 구성원의 잠재력을 최대한 실현하기 위하여 개인의 긍정적인 심리의 역할을 강조하는 긍정심리자본의 중요성이 부각되고 있다[2]. 이는 많은 기업들이 마케팅 교환과정을 통해서 고객에게 긍정적인 감정적 경험을 제공하기 위해서 노력해 왔다. 특히 고객과의 직접적인 상호작용을 담당하는 영업사원의 감정표현에 대한 교육에 많은 노력을 기울여 왔으며, 이를 이해하기 위한 연구들도 활발히 수행되어 왔다. 따라서 본 연구에서는 선행 연구에 대한 고찰을 통하여 무형식 학습을 촉진하는 영업사원 개인에 대한 심리적 지원인 긍정심리자본과 직무만족 및 고객지향성 간의 구조적인 관계를 검증하였다.

2. 이론적 배경 및 가설설정

2.1 무형식 학습과 긍정심리자본

일반적으로 무형식 학습은 형식적으로 구조화되지 않은 조직 구성원의 다양한 사회적 활동의 과정 가운데 개인의 관점, 태도, 가치, 행동의 변화가 수반되는 비판적 성찰의 과정으로 정의할 수 있다[3]. 기업 현장에서 무형식 학습은 직무수행과 관련된 일이나 학습을 통한 현장 교육을 의미한다. 긍정심리자본을 미국의 조직을 대상으로 실시한 연구에서는 낙관주의(optimism), 희망(hope), 자기효능감(self-efficacy), 복원력(resilience) 등이 주요 구성요소로 제시되고 있다[4]. 자기효능감은 특정 맥락 내에서 과업을 성공적으로 수행하는 개인의 능력에 대한 기대와 신념을 의미하며, 희망은 목표에 도달하는 경로와 그것을 추구하고자 하는 의지에 대하여 동기가 부여된 상태를 의미한다[5]. 낙관주의는 현실적인 자기 평가를 하면서도 현재의 상황에 대한 긍정적 인식을 하는 태도이고, 복원력은 어려움을 극복하고 긍정적인 결과를 강화시킬 수 있는 심리적 역량을 의미한다[6].

학습 과정을 기반으로 한 역량 개발은 긍정심리자본에 대한 연구에서도 그 필요성이 제기되고 있다. 학습 능력을 기반으로 한 긍정심리자본을 조직 내에서의 무형식 학습 과정과 연결시키면 결국 관리자의 무형식 학습 촉진이 새로운 조직 역량 모형으로 대두될 수 있다는 것을 알 수 있다. 조직 내에서 무형식 학습을 지원하는 관리자의 역할로 무형식 학습 기회의 제공, 코치나 멘토로서의 역할 수행, 학습 공간 마련, 지식 공유와 타인 개발의 중요성에 대한 인식 확산, 부하직원에 대한 인정 및 긍정적 피드백 제공, 역할모델로서 기능 수행 등을 들었으며[7], 업무의 구조화 및 배분, 대인관계 형성 및 사회적 분위기 조성, 적절한 피드백 제공을 위하여 관리자의 역할이 중요하다고 제안하였다[8]. 따라서 종업원에 대한 심리적 연구가 문제 예방과 인간의 강점 개발이라는 병리학적인 현상의 치유에만 과도하게 치중했다는 자기반성이 대두되기 시작했고, 이에 대한 반작용으로 자신과 타인의 감정을 긍정적인 결과를 이끌어 내기 위한 긍정 심리학적 흐름(positive psychological movement)이 새로운 관점에서 연구가 이루어지기 시작하였다[9]. 이러한 영업사원이 긍정적인 심리상태를 유지하기 위해서는 영업사원들이 자기효능감을 형성하고, 현재와 미래의 성공에 낙관적이며, 문제나 역경에 직면 했을 때 좌절하지 않고 본래의 상태로 되돌아오거나 극복하는 복원력을 갖추는 등 개인의 복합적인 심리상태는 긍정적이어야 함을 전제로

하고 있다. 따라서 IT 영업사원의 무형식 학습은 긍정심리자본에 긍정적인 영향을 미칠 것으로 가정하고 다음과 같이 가설을 설정하였다.

H1: 무형식 학습은 긍정심리자본에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

2.2 긍정심리자본과 직무만족

직무만족은 영업 및 조직관리에서 직무에서 얻는 주관적 가치로서 성과로 정의하였다[10]. 또한 영업사원의 직무만족은 직무와 관련하여 내재적 욕구가 충족된 상태라고 보며, 성과에 영향을 미친다고 하였다[11]. 특히, 최근의 연구에서 긍정심리자본은 조직 구성원의 직무 만족과 조직 몰입을 향상하고, 이직의도 및 스트레스 수준을 낮추는 것으로 발견되었다[12,13,14,15]. 기존 연구에서는 개인의 긍정심리자본은 조직 내 다른 구성원에게도 전이될 수 있고[16], 이러한 긍정적 정서는 집단의 전반적인 만족에 영향을 미치는 것으로 나타났다. 또한 정보기술과 서비스 조직의 구성원들은 긍정심리자본 수준이 높을수록 직무만족에 일관적으로 긍정적인 관계가 있다고 제시하였다[17]. 따라서 본 연구에서는 IT 영업사원의 긍정심리자본과 직무만족 간의 관계에 대한 가설을 다음과 같이 설정하였다.

H2: 긍정심리자본은 직무만족에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

2.3 긍정심리자본과 고객지향성

선행연구는 영업사원이 가지고 있는 인지적 신념인 고객지향성을 영업사원이 업무를 통해 개발하고 획득한 개인적 성향(personal trait)으로 인식하여 영향력을 살펴 보았다[18,19]. 또한 고객지향성은 단순한 개인적인 성향이나 조직문화의 일부로 존재하는 것이 아니므로 상호작용으로 발생하는 동태적인 개념으로 인식되어야 함을 강조하였다. 따라서 기존 연구들의 고객지향성에 대한 접근법이 중요하며, 내재적 한계를 뛰어넘기 위해 영업사원의 고객지향성의 개별 특성과 조직 문화적 특성을 동시에 반영한 개념으로 재정립 하였다[20]. 즉 기업의 시장지향성이 강한 경우, 소비자의 욕구를 지속적으로 모니터링 해야 하고 이를 충족시키기 위해서 노력해야 한

다는 조직문화를 요구하게 되었다[21]. 이는 조직문화가 개개인이 가지고 있는 고객지향성을 높이는 효과가 있지만 구성원이 그 문화를 내재화 혹은 인식하는 정도의 차이에 따라 고객지향성의 수준에 변화가 발생하게 된다는 것이다. 긍정심리자본과 고객지향성 간의 긍정적인 관계는 여러 기존연구들에서 찾아볼 수 있다. 긍정심리자본은 조직 구성원의 행동을 이해하는데 중요한 변인이며 능동적인 고객지향성을 이끌어 낼 수 있으며[22], 조직의 내부마케팅 요인과 고객지향성 간의 긍정적인 영향관계를 제시한 연구결과도 있다[23]. 서비스 상황에서 종업원의 자기효능감은 고객지향적인 사고 및 행동에 영향을 미치며[24], 항공사 승무원의 경우에는 긍정심리자본이 고객지향성에 유의한 영향을 미친다고 하였다[25]. 또한 간호사의 경우에서도 하위요인인 자기효능감은 양질의 간호제공으로 이어져 고객과의 상호작용에서 고객지향성과 직무만족에도 긍정적인 영향을 미칠 것이라는[26] 논거를 바탕으로 다음과 같은 가설을 도출하였다.

H3: 긍정심리자본은 고객지향성에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

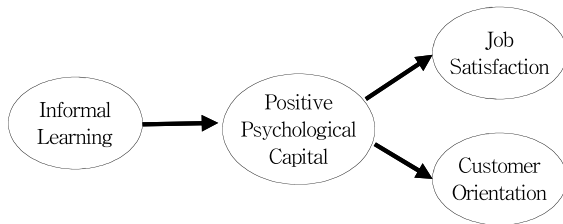
2.4 긍정심리자본의 매개효과

긍정심리자본은 무형식 학습과정에서 직무만족 및 고객지향성에 매개적 역할을 할 것으로 기대할 수 있다. 일터학습의 유형인 무형식 학습이 직무만족에 유의미한 영향을 미치는 것으로 밝혀진 연구결과도 있다[27,28]. 이는 무형식 학습을 통한 업무능력을 향상시켜 직무만족을 높이는 것을 추론해 볼 수 있다. 지금까지 무형식 학습이 직접적으로 고객지향성 간의 관계에 대해서 미치는 영향을 실증 분석한 연구는 찾기 어려우나 앞에서 제시한 기존 연구들을 종합해 보면, 영업사원이 인식한 무형식 학습을 통해 직무수행과 관련된 역량이 향상되어 고객지향적인 사고가 높아 질 것으로 예상된다. 따라서 본 연구에서는 영업사원이 습득한 무형식 학습이 결국 긍정심리자본을 높임으로써 직무만족 및 고객지향성에 정적인 영향을 미칠 것으로 가정하고 긍정심리자본의 매개효과에 대해 다음과 같이 가설을 설정하였다.

H4: 무형식 학습은 직무만족에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

- H5: 무형식 학습은 고객지향성에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.
- H6: 긍정심리자본은 무형식 학습과 직무만족 간의 관계를 매개할 것이다.
- H7: 긍정심리자본은 무형식 학습과 고객지향성 간의 관계를 매개할 것이다.

[Fig. 1]은 가설을 정리하여 도식화한 연구모형을 제시하였다.



[Fig. 1] Research Model

3. 실증분석

3.1 표본 선정 및 자료수집

연구를 위하여 세 개의 IT업계에 근무하고 있는 영업사원들을 대상으로 1주일에 걸쳐서 200부의 설문지를 배포하여 조사를 실시하였다. 그 결과, 총 165부가 회수되었고 이 중 불성실하게 응답한 6부의 설문지를 제외하고 총 159부를 통해 수집된 자료가 실제 분석에 활용되었다. 응답자의 특징을 살펴보면, 성별은 남성이 89명(56.0%), 여성이 70명(44.0%)이었으며, 연령의 경우 20대가 53명(33.3%), 30대가 73명(45.9%), 40대가 27명(17.0%), 50대가 6명(3.7%)이었다. 학력은 대학원 졸업이 40명(25.2%), 대학교 졸업이 76명(47.8%), 전문대학 졸업이 39명(24.5%), 고등학교 졸업 이하가 4명(2.5%)이었으며, 결혼 여부는 기혼이 83명(52.2%), 미혼이 76명(47.8%)이었다. 근속연수는 1~2년이 30명(18.9%), 3~4년이 82명(51.5%), 5~10년이 30명(18.9%), 10년 이상이 17명(10.7%)이었다.

3.2 측정 도구

무형식 학습은 일터학습 설문도구 24문항 중 무형식

학습에 해당하는 7문항을 활용하였다[29]. 긍정심리자본은 PCQ(psychological capital questionnaire)를 본 연구에 맞게 총 16문항을 채택하여 사용하였다[30]. 이는 자기효능감, 희망, 낙관주의, 탄력성 등 4개 요인으로 구성되어 있다. 직무만족은 영업사원이 직무로부터 느끼는 긍정적인 감정상태로 정의하고 5개 문항으로 측정하였다[31]. 고객지향성은 SOCO(selling orientation and customer orientation) 척도 중에 7개 항목을 선택하여 측정하였다[32].

3.3 측정도구의 신뢰도 및 타당도 검증

가설을 검증하기 전에 본 연구에 포함된 구성개념 간의 상관계수를 분석하여 <Table 1>에 제시하였다. 측정도구의 신뢰도를 분석한 결과는 모든 구성개념들이 .70 이상의 Cronbach's α 값을 나타내고 있어 내적 일관성을 가지고 있는 것으로 확인하였다[33]. 확인적 요인분석을 통하여 측정도구의 타당도를 검증한 결과를 <Table 2>에 제시하였다.

<Table 1> Mean, Standard Deviation, and Correlations of Variables

Variables	1	2	3	4	5	6
1. Informal Learning	(.891)					
2. Self-Efficacy	.407**	(.710)				
3. Hope	.469**	.581**	(.783)			
4. Optimism	.572**	.526**	.609**	(.806)		
5. Resilience	.341**	.379**	.428**	.454**	(.858)	
6. Job Satisfaction	.462**	.213**	.223**	.433**	.143	(.856)
7. Customer Orientation	.703**	.318**	.490**	.504**	.278**	.434**
Mean	3.731	3.732	3.851	3.661	3.441	3.311
SD	.6823	.6131	.6147	.7606	.8046	.7916

측정모형의 적합도 지수는 $\chi^2(211)=355.928$, CFI=.929, TLI=.915, RMR=.067, RMSEA=.066로 부합하는 수준(CFI, TLI>.90; RMR<.10; RMSEA<.08)인 것으로 나타났다[34]. 모든 측정항목들의 요인부하량은 .530 이상이었으며, 변수들 간의 평균분산추출(AVE)은 기준치인 .50보다 크고, 구성개념신뢰도(CCR)도 모두 .70을 넘는 것

으로 나타나 수렴타당성이 있는 것으로 판단하였다. 다중공선성 문제(multicollinearity problem)를 확인하기 위해 분산팽창지수(VIF: variance inflation factor)를 계산한 결과 10보다 작게 나타나 문제가 없는 것으로 확인되었다.

<Table 2> The Results of Confirmatory Factor Analysis

Variables		C.R.	Standard factor loading	CCR	AVE
Informal Learning	IL_01	-	.873	.946	.744
	IL_02	10.02	.703		
	IL_03	13.35	.853		
	IL_04	11.38	.769		
	IL_05	8.92	.650		
	IL_06	7.12	.543		
	IL_07	8.51	.623		
Positive Psychological Capital	Self-Efficacy	-	.660	.864	.618
	Hope	.7.99	.760		
	Optimism	.5.91	.800		
	Resilience	5.49	.567		
Job Satisfaction	JS_01	-	.550	.896	.643
	JS_02	7.64	.530		
	JS_03	7.12	.880		
	JS_04	7.00	.834		
	JS_05	6.72	.767		
Customer Orientation	CO_01	-	.696	.941	.695
	CO_02	10.00	.786		
	CO_03	7.01	.655		
	CO_04	7.29	.702		
	CO_05	7.62	.729		
	CO_06	6.73	.629		
	CO_07	7.71	.734		

3.4 가설검증 결과

가설검증을 위해 모형 전체에 대한 구조모형을 실시하였으며 <Table 3>과 같다. 분석결과, $\chi^2=376.228$, $df=214$, $RMR=.078$, $GFI=.903$, $AGFI=.912$, $TLI=.907$, $CFI=.921$, $RMSEA=.069$ 로 나타나 일반적인 적합도 판단 기준을 만족시켰다[35]. 첫째, 무형식학습은 긍정심리자본과 유의미한 정적 관계(경로계수=.363, $t=6.240$, $p<.01$)가 있는 것으로 나타나 <가설 1>은 채택되었다. 둘째, 긍정심리자본은 직무만족과 유의미한 정적 관계(경로계수=.741, $t=4.145$, $p<.01$)가 있는 것으로 나타나 <가설 2>도 지지되었다. 셋째, 긍정심리자본은 고객지향성과 정적 관계(경로계수=1.104, $t=5.522$, $p<.01$)가 있는 것으로 나타나 <가설 3>은 채택되었다. 긍정심리자본은 무형식 학

습과 직무만족 및 고객지향성 간의 관계에 대하여 매개 효과를 가지는 것으로 나타났다. 즉 무형식 학습은 직무만족 및 고객지향성에 직접적으로 영향을 미침과 동시에 ‘긍정심리자본’이라는 매개를 통해 간접적으로 영향을 미치고 있다. 무형식 학습은 직무만족과 고객지향성에 정적으로 유의미한 영향을 미쳐 <가설 4>와 <가설 5>도 채택되었다. 무형식 학습이 직무만족에 미치는 표준화 경로계수는 .200($p<.05$), 고객지향성에 대한 표준화 경로계수는 .315($p<.01$)로 나타났다. <Table 4>에서 볼 수 있듯이, 긍정심리자본의 매개효과를 검증하기 위해 bias-corrected 방법으로 부트스트래핑(bootstrapping) 표본 5,000개를 추출하여 검증한 결과, Percentile과 Bias-corrected 방법 모두 95% 신뢰구간에 0이 포함되어 있지 않은 경우 $\alpha=.05$ 수준에서 매개효과가 유의하다고 할 수 있다. 따라서 긍정심리자본의 매개효과를 가정한 <가설 6>과 <가설 7>은 모두 채택되었다.

<Table 3> Estimates of Path Coefficients in the Structural Model

	Path	Standardized Coefficient	T-values	Result
H 1	Informal Learning → Positive Psychological Capital	.363	6.240**	Supported
H 2	Positive Psychological Capital → Job Satisfaction	.741	4.145**	Supported
H 3	Positive Psychological Capital → Customer Orientation	1.104	5.522**	Supported
H 4	Informal Learning → Job Satisfaction	.200	2.202*	Supported
H 5	Informal Learning → Customer Orientation	.315	3.663**	Supported
H 6	Informal Learning → Positive Psychological Capital → Job Satisfaction	.251	1.919*	Supported
H 7	Informal Learning → Positive Psychological Capital → Customer Orientation	.376	2.697**	Supported

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

<Table 4> Bootstrapping Tests for Indirect Effects

Path	Bootstrap 95% Confidence Interval	
	Percentile	Bias-corrected
Informal Learning → Positive Psychological Capital → Job Satisfaction	(.105, .197)	(.110, .467)
Informal Learning → Positive Psychological Capital → Customer Orientation	(.198, .294)	(.227, .579)

4. 결론

본 연구에서는 IT 영업사원의 무형식 학습과 긍정심리자본이 직무만족 및 고객지향성에 미치는 영향에 대하여 검증하였다. 연구결과를 요약하면 다음과 같다.

첫째, 무형식 학습은 긍정심리자본에 긍정적인 영향을 미치는 것으로 나타났다. 이는 무형식 학습의 중요성이 특히 강조되고 있는 가운데 많은 기업들(예: 조직에서의 차별화된 무형식 학습 과정인 전문가 활용, 멘토링과 코칭 등을 통해 조직성과를 향상시킨 터키의 가란티 은행(Garanti Bank), 독자적인 차량 설계 및 평가능력을 배양시키는 S-OJT 프로그램을 운영하고 있는 현대기아자동차그룹)도 기존의 형식학습 위주로 설계돼 있던 조직 학습방식에서 소셜러닝, S-OJT와 같은 무형식 학습으로 조직학습의 패러다임을 변화시키고 활용해야 한다는 것을 시사하고 있다.

둘째, 긍정심리자본은 직무만족과 고객지향성에 모두 긍정적인 영향을 미치는 것으로 나타났다. 이러한 결과는 긍정심리자본은 직무성과와 관련 있는 다양한 태도 및 행위변수들인 직무만족과 고객지향성에도 중요한 역할을 하는 것으로 밝혀졌다. 즉, 자신의 긍정심리자본을 높게 인지하는 IT 영업사원일수록 더 높은 직무만족과 고객지향적으로 몰입한다는 것이다. 이는 긍정심리자본은 조직에 대한 이직의도, 냉소주의 및 스트레스의 수준을 낮추는 데도 기여하는 것으로 나타난 기존 연구결과와도 비슷한 맥락이다[13]. 이러한 연구결과는 긍정적인 심리상태의 복합체로서 긍정심리자본은 구성원뿐만 아니라 조직차원에서 핵심적 역할을 할 수 있음을 보여준다. 따라서 본 연구는 실무적 측면에서도 서비스 직무를 수행하는 영업사원이 업무를 보다 올바르게 이해하고

능동적으로 참여하게 해줌으로써 영업사원을 관리하는데 다양한 지침들을 제공할 수 있다. 첫째, 영업 역량 강화를 위한 영업 마인드 혁신, 영업 스킬 향상을 위한 교육 프로그램 개발 등 관리자의 업무 방식 변화를 시작으로 영업 수행 방식도 전환시켜야 할 것이다. 둘째, 서비스 접점에 있는 영업사원의 영업수행 능력을 향상시켜 직무만족 및 고객지향성을 높이는 긍정심리 습득을 위한 훈련이 필요하다. 이는 당면한 상황의 긍정적 측면에 집중하여 부정적 감정을 완화시키는 방법 등이 있을 수 있다. 셋째, 기술의 발전에 따른 무형식 교육의 비중과 선호가 지속적으로 증가하고 있는 상황에서 자기주도적으로 형식학습과 무형식 학습을 융합하여 수행할 수 있는 상시 학습체계를 구축해야 할 것이다. 또한 긍정심리학을 기반으로 한 개인 및 조직 개발 프로세스를 설계하여 기업에서 응용이 가능하도록 할 것이다.

본 연구의 한계점으로는 먼저 수집된 자료가 다양한 업종에 종사하고 있는 영업사원들을 포함하지 못했다는 점이다. 또한 긍정심리자본에 대한 연구는 대부분 미국의 조직을 대상으로 실시되었기 때문에 우리나라의 조직에 적용하기 위해서는 측정도구의 타당도를 다시 검증하는 과정이 요구된다. 그러므로 단결의식이나 유대감과 같은 한국인 특유의 정서를 반영하여 하위요인을 재 개념화할 필요도 있다. 마지막으로 각 변인들을 자기보고 형태로 측정함으로써 동일방법편의(common method bias)의 영향을 확인할 필요가 있다.

REFERENCES

- [1] G. Hernez-Broome, R. L. Hughes, "Leadership Development: Past, Present, and Future", *People and Strategy*, Vol. 27, No. 1, pp. 24-32, 2004.
- [2] J. B. Avey, F. Luthans, S. M. Jensen, "Psychological Capital: A Positive Resource for Combating Employee Stress and Turnover", *Human resource management*, Vol. 48, No. 5, pp. 677-693, 2009.
- [3] V. J. Marsick, K. Watkins, "Informal and Incidental Learning in the Workplace (Routledge Revivals)", Routledge, 2015.
- [4] F. Luthans, C. M. Youssef, "Emerging Positive Organizational Behavior", *Journal of Management*,

- Vol. 33, No. 3, pp. 321-349, 2007.
- [5] C. R. Snyder, "Handbook of Hope: Theory, Measures, and Applications", Academic Press, 2000.
- [6] F. Luthans, "Positive Organizational Behavior: Developing and Managing Psychological Strengths", *The Academy of Management Executive*, Vol. 16, No. 1, pp. 57-72, 2002.
- [7] A. D. Ellinger, "Contextual Factors Influencing Informal Learning in a Workplace Setting: The Case of Reinventing itself Company", *Human Resource Development Quarterly*, Vol. 16, No. 3, pp. 389-415, 2005.
- [8] M. Eraut, "Informal Learning in the Workplace", *Studies in Continuing Education*, Vol. 26, No. 2, pp. 247-273, 2004.
- [9] M. E. Seligman, "What is the Good Life", *APA Monitor*, Vol. 29, No. 10, pp. 1-3, 1998.
- [10] Jr O. C. Walker, Jr G. A. Churchill, N. M. Ford, "Motivation and Performance in Industrial Selling: Present Knowledge and Needed Research", *Journal of Marketing Research*, Vol. 14, No. 2, pp. 156-168, 1977.
- [11] S. P. Brown, R. A. Peterson, "The Effect of Effort on Sales Performance and Job Satisfaction", *Journal of Marketing*, Vol. 2, No. 9, pp. 70-80, 1994.
- [12] J. B. Avey, F. Luthans, R. M. Smith, N. F. Palmer, "Impact of Positive Psychological Capital on Employee Well-being over Time", *Journal of Occupational Health Psychology*, Vol. 15, No. 1, pp. 17-28, 2010.
- [13] J. B. Avey, F. Luthans, C. M. Youssef, "The Additive Value of Positive Psychological Capital in Predicting Work Attitudes and Behaviors", *Journal of Management*, Vol. 36, No. 2, pp. 430-452, 2010.
- [14] S. Y. Bae, S. H. Kim, "Analysis of Convergent Influence of Self Efficacy, Job Characteristics and Occupational Stress on Job Satisfaction among Hospital Administrative Staff", *Journal of Digital Convergence*, Vol. 15, No. 7, pp. 239-246, 2017.
- [15] S. K. Yang, E. Jeong, "Convergence Effects of Positive psychological capital and Self-leadership in Clinical Nurses on Job satisfaction", *Journal of Digital Convergence*, Vol. 15, No. 6, pp. 329-337, 2017.
- [16] J. M. George, A. P. Brief, "Feeling Good-doing Good: a Conceptual Analysis of the Mood at Work-organizational Spontaneity Relationship", *Psychological Bulletin*, Vol. 112, No. 2, pp. 310-329, 1992.
- [17] F. Luthans, S. M. Norman, B. J. Avolio, J. B. Avey, "The Mediating Role of Psychological Capital in the Supportive Organizational Climate-Employee Performance Relationship", *Journal of Organizational Behavior*, Vol. 29, No. 2, pp. 219-238, 2008.
- [18] T. J. Brown, J. C. Mowen, D. T. Donavan, J. W. Licata, "The Customer Orientation of Service Workers: Personality Trait effects on Self-and Supervisor Performance Ratings", *Journal of Marketing Research*, Vol. 39, No. 1, pp. 110-119, 2002.
- [19] R. M. Stock, W. D. Hoyer, "An Attitude-behavior Model of Salespeople's Customer Orientation", *Journal of the Academy of Marketing Science*, Vol. 33, No. 4, pp. 536-552, 2005.
- [20] S. Román, D. Iacobucci, "Antecedents and Consequences of Adaptive Selling Confidence and Behavior: a Dyadic Analysis of Salespeople and their Customers", *Journal of the Academy of Marketing Science*, Vol. 38, No. 3, pp. 363-382, 2010.
- [21] G. S. Day, "The Capabilities of Market-driven Organizations", *Journal of Marketing*, Vol. 58, No. 4, pp. 37-52, 1994.
- [22] M. E. Gist, "Self-efficacy: Implications for Organizational Behavior and Human Resources Management", *Academy of Management Review*, Vol. 12, No. 3, pp. 472-485, 1987.
- [23] B. J. Lee, S. H. Lee, "A Study on the Influence of Internal Marketing to Customer Orientation in Convergence Era - The Mediating Effect of S Electronic Employee's Trust to Leaders", *Journal of Digital Convergence*, Vol. 14, No. 9, pp. 99-109, 2016.
- [24] W. Y. Park, K. M. Nam, "The Effects of Public Welfare Officials' Job Stress Factors on their

- Client-oriented Tendency: Focused on Responsibility and Self-efficacy as Mediators”, *Korean Journal of Social Welfare Studies*, Vol. 38, No. 9, pp. 93-121, 2008.
- [25] Y. K. Cho, “A Study of Airline Cabin Crew’s Positive Psychological Capital Effect on Job Attitude and Customer Orientation”, Master dissertation, Kyunggi University, 2011.
- [26] S. H. Lee, “A Study on the Relationship between Professional Self-concept, Self-efficacy and Job Satisfaction in Clinical Nurses”, *Journal of Korean Academy of Adult Nursing*, Vol. 20, No. 1, pp. 10-20, 2008.
- [27] R. W. Rowden, “The Relationship between Workplace Learning and Job Satisfaction in US Small to Midsize Businesses”, *Human Resource Development Quarterly*, Vol. 13, No. 4, pp. 407-425, 2002.
- [28] R. W. Rowden, S. Ahmad, “The Relationship between Workplace Learning and Job Satisfaction in Small to Midsize Businesses in Malaysia”, *Human Resource Development International*, Vol. 3, No. 3, pp. 307-322, 2000.
- [29] Se-Yeon Moon, “The Causal Relationship among Informal Learning, Learning Motivation, Learning Strategy, Interpersonal Relationship, and Job Characteristics of Workers in Small and Medium-sized Enterprises”, Ph.D. dissertation, Seoul National University, 2010.
- [30] F. Luthans, C. M. Youssef, B. J. Avolio, “Psychological Capital: Developing the Human Competitive edge (p. 3)”, Oxford: Oxford University Press, 2007.
- [31] M. D. Hartline, O. C. Ferrell, “The Management of Customer-contact Service Employees: an Empirical Investigation”, *Journal of Marketing*, Vol. 60, No. 4, pp. 52-70, 1996.
- [32] R. Saxe, B. A. Weitz, “The SOCO scale: A Measure of the Customer Orientation of Salespeople”, *Journal of Marketing Research*, Vol. 19, No. 3, pp. 343-351, 1982.
- [33] J. Nunnally, “Psychometric Methods”, 2nd ed. New York: McGraw-Hill, 1978.
- [34] L. T. Hu, P. M. Bentler, “Cutoff Criteria for Fit Indexes in Covariance Structure Analysis: Conventional Criteria versus New Alternatives”, *Structural Equation Modeling: A Multidisciplinary Journal*, Vol. 6, No. 1, pp. 1-55, 1999.
- [35] J. F. Hair, W. C. Black, B. J. Babin, R. E. Anderson, R. L. Tatham, “Multivariate Data Analysis”, Upper Saddle River, NJ: Prentice hall, Vol. 5, No. 3, pp. 207-219, 1998.

김 준 환(Kim, Joon Hwan)



- 2003년 8월 : 서울시립대학교 경영학과(경영학석사)
- 2010년 8월 : 서울시립대학교 경영학과(경영학박사)
- 2014년 4월 ~ 현재 : 성결대학교 과이테이아학부 조교수
- 관심분야 : 영업 관리, B2B마케팅, 감정노동

· E-Mail : kjh715@sungkyul.ac.kr