

# MBTI 성격유형, 직무만족, 고객지향성 및 이직의도 간의 관계에 관한 연구

- 영남지역 H사 보험설계사를 대상으로 -

강민정\* · 박주식\*\*

## 〈요 약〉

본 연구는 영남지역 H사 전속보험설계사를 대상으로 MBTI 성격유형에 따른 직무만족의 차이와 직무만족이 고객지향성과 이직의도에 미치는 영향, 그리고 고객지향성과 이직의도에 미치는 직무만족의 영향이 MBTI 성격유형에 의해 조절되는지를 살펴보았다.

자료수집은 2014년 3월 20일부터 4월 20일까지 약 4주간에 걸쳐서 실시되었다. 총 120명의 영남지역 H보험설계사들을 대상으로 MBTI 테스트를 실시하였고, 본 논문의 가설관련 문항들이 포함된 120부의 설문지를 배포하여 일관성 및 성실성이 떨어진다고 판단되는 14부를 제외한 106부가 가설검증에 이용되었다.

연구결과는 다음과 같다. 첫째, MBTI 성격유형(심리적 기능과 태도지표)에 따른 직무만족은 유의한 차이가 없는 것으로 나타났다. 둘째, 직무만족은 고객지향성에 긍정적인 영향을 미치는 것으로 나타났으며, 이직의도에는 부정적인 영향을 미치는 것으로 나타났다. 셋째, MBTI 성격유형의 조절효과 분석결과는 심리적 기능과 태도지표로 구분하여 정리할 수 있다. 먼저 심리적 기능의 조절효과는 직무만족과 고객지향성 간의 관계에서만 유의한 것으로 나타났고 직무만족과 이직의도 간의 관계에서는 유의하지 않은 것으로 나타났다. 다음으로 태도지표의 조절효과는 직무만족과 고객지향성, 직무만족과 이직의도 간의 관계 모두에서 유의한 것으로 나타났다.

본 연구는 MBTI 성격유형에 따른 직무만족과 고객지향성, 직무만족과 이직의도간의 관계에 존재하는 MBTI 성격유형의 조절효과를 검증함으로써 학문적·실무적 시사점을 제시하였으며, 직무만족을 통한 고객지향성 향상과 이직의도 감소노력에 있어 MBTI 성격유형을 고려한 맞춤형전략을 수행할 수 있게 될 것으로 기대된다.

핵심주제어: 성격유형, MBTI, 직무만족, 고객지향성, 이직의도, 조절효과

## I. 서론

최근 IT기술의 발달로 인해 텔레마케팅(TM), 사이버마케팅(CM), 홈쇼핑 등 비대면 채널 또는 망카슈랑스, 마트슈랑스와 같은 제 3자 채널이 등장하였고, 특히 2005년 이후 국내 보험시장은 'GA(General Agent)'라고 하는 독립대리점이 등장하면서 보험사 경쟁력의 핵심인 경험설계사들의 이직 및 퇴직이 가속화되고 있는 현실이다.

보험업계에 따르면 생명보험사 설계사들은 2013년 1월 15만 5239명에서 2014년 1월 14만 3589명으로 7.5%(1만 1650명) 감소하였고, 손해보험사 설계사들은 2013년 1월 17만 6538에서 2014년 1월 16만 2305명으로 8.1%(1만 4233명) 감소하였다. 이는 갈수록 다양해지는 고객의 욕구와 차별화된 서비스, 전문자격증 취득 및 고객의 개인 신용 정보보호를 위한 금융당국의 규제에 의한 보험설계사의 영업 환경이 악화되었다는 점을 의미한다.

그러나 보험상품의 특성상 고객과의 접점에서 고객에게 맞춤형 서비스를 제공하고 보험가입 및 유지·관리하는 보험설계사들의 역할은 여전히 중요하며 기업 경쟁력의 원천이 된다. 영업사원은 고객과의 접점에서 상호작용을 하면서 고객과의 정보교환의 주요 원천 구실을 하며(Morgan & Hunt, 1994) 고객과 관계를 형성하고 지속적인 관계를 유지하는데 중요한 역할을 담당한다(Cannon & Perrault, 1999). 영업사원은 고객과의 접점에서 기업을 대표하는 역할을 담당하기도 하며, 고객의 욕구를 파악하여 이에 대응하는 역할을 수행하고 있기 때문에 이들의 이직은 기업의 성과에 부정적인 영향을 미칠 것이다. 따라서 전속보험설계사의 이직은 보험사가 그들의 행동을 이해하고 관리하는데 중요한 역할을 담당하는 변수로서 고려되어 왔다(Low et al., 2001).

한편, 기업환경에서 행동역량 강화 및 조직의

효과성 증진의 필요성이 대두되면서 성격요인과 성격검사의 중요성이 증대되고 있다. 조직성과에 예측변인으로 성격특성을 주장한 Barrick & Mount(1991)는 외향성, 성실성, 개방성 등이 성과변수의 예측변인으로 기능한다는 사실을 발견하였으며, 개인의 성격은 자신이 종사하고자 하는 직업을 선택하는 데 영향을 미칠 뿐만 아니라 다양한 상황에서의 개인의 수행 및 성과에도 영향을 미친다고 하였다. 연구결과 외향적인 성격은 관리직과 영업직에서의 직무수행수준이 높은 것으로 나타났다(Barrick & Mount et al., 1993). 정민과 노안영(2004)은 성격요인과 성격검사 방법 중에서 MBTI는 개인심리학과 분석심리학의 성격이론을 바탕으로 성격 변인을 측정하기 위해 설계된 측정도구로서 분석심리학에 기초를 두고 있음에도 불구하고 개인의 성격에 있어서 인지적인 양식과 독특한 생활지각과 관련된 유용한 정보를 제공한다고 하였다.

본 연구에서는 영남지역 H사 전속보험설계사를 대상으로 대표적인 성격분류체계인 MBTI 성격유형을 이용하여 성격유형이 직무만족, 고객지향성, 이직의도에 미치는 영향을 직접효과와 조절효과를 중심으로 살펴보고자 한다. 본 연구의 결과는 보험회사의 영업사원들에 대한 효과적인 교육 및 관리에 관한 실무적 시사점을 제공할 것으로 기대된다.

본 연구의 구체적인 목적은 다음과 같다.

첫째, 전속보험설계사의 MBTI 성격유형 중심리적 기능과 태도지표에 따른 직무만족의 차이를 확인하고자 한다.

둘째, 전속보험설계사의 직무만족이 고객지향성과 이직의도에 미치는 영향을 살펴본다.

셋째, 전속보험설계사의 MBTI 성격유형인 심리적 기능과 태도지표가 직무만족과 고객지향성, 직무만족과 이직의도 간의 관계를 조절하는지 살펴본다.

## II. 이론적 배경

### 1. 보험설계사의 개념 및 영업사원의 중요성

보험설계사란 보험회사에 소속되어 보험사를 대신해 고객과의 접점에서 개인의 수입과 지출, 그리고 특성을 고려하여 고객에게 적합한 교육, 건강, 재해, 보장, 연금 및 변액보험 등의 다양한 보험 상품을 추천하고 판매하는 사람을 말하며 보험회사를 위하여 보험계약의 체결을 중개하는 사람으로서 보험업법의 규정에 따라 등록된 사람을 가리킨다. 보험설계사의 역할은 보험 상품의 판매에만 그치는 것이 아니라 판매 후 보험금 지급, 보험기간 완료까지 장기적으로 보험료를 수납하는 등 지속적인 보험회사의 고객관리를 담당하는 역할까지 포함하고 있다(전희주·안철경, 2012). 장래의 불확실한 급부를 제공하는 보험의 특성상 자발적 가입이 어려워 판매를 담당하는 보험설계사의 역할은 매우 중요하며 이들의 인적관리 역시 보험경영에서 핵심업무이다. 하지만 보험설계사가 이와 같이 보험회사의 매우 중요한 인적자산임에도 불구하고 아직까지 이들에 대한 체계적인 분석 또는 관리가 소홀했다고 평가된다(안철경·황진태·서성민, 2011).

일반적인 기업에서도 영업사원 또는 판매원의 역할은 기업의 성과에 직접적으로 영향을 미칠 뿐만 아니라, 장기적으로 기업과 고객과의 관계에도 중요한 영향을 미치는 것으로 나타나고 있다(Bendapudi & Leone, 2002). 그들은 고객과의 접점에서 상호작용을 하면서 고객과의 정보교환의 주요 원천 구실을 하며 고객과의 관계를 형성하고 지속적인 관계를 유지하는데 중요한 역할을 담당한다(Cannon & Perrault, 1999). 영업사원은 고객에게는 기업의 대리인이고, 기업에게

는 고객과의 관계를 창출하는 창구이다. 따라서 영업사원에 의해 투영된 기업 이미지는 판매 성과를 결정하는데 가장 중요한 요소 중의 하나이다(최낙환, 1997). 영업사원 한 사람의 행동이 고객에게는 기업이미지로 비춰지고, 이는 향후 기업과 고객과의 지속적 관계에도 영향을 미치게 된다(Gwinner et al., 1998). 이에 따라 영업사원의 이직은 기업성과에 직접적으로 영향을 미칠 뿐만 아니라, 장기적으로 기업과 고객 간의 관계에도 중요한 영향을 미친다(Bendapudi & Leone, 2002). 이러한 이유 때문에 많은 기업들에서는 영업사원을 관리하는데 많은 비용과 노력을 투입하고, 영업사원의 이직행동에 상당한 주의를 기울이고 있다(Futrell & Parasuraman, 1984).

### 2. 성격유형

성격이란 개인의 환경에 대한 적응을 결정지을 수 있는 행동과 사고방식의 총칭으로서 태도보다 더 넓고 포괄적인 개념이라고 할 수 있다(김준영·이형룡, 2013). 또한 성격은 인간의 타고난 또는 내면에 존재하는 행동성향으로서, 타인과 구별되는 성격유형으로 타인에게 보여주는 전체적인 인상이라고 정의하였다(박정운, 2014).

정신분석심리학자인 융(1971)은 인간은 선천적인 경향성을 가지고 태어나며 이러한 경향성은 환경의 여러 자극들과 상호작용하면서 그 사람의 독특한 성격을 형성한다고 보았다. 사람들은 선호도에 따라 개인차가 있지만 나름대로 일정한 유형이 형성되며, 이 유형들이 개인의 일상생활이나 의사결정에 영향을 행사하는 것을 알아내었다(Hull & Baynes, 1971). 그는 임상적인 경험과 연구를 토대로 하여 개인의 성격유형을 태도의 차원인 외향성-내향성, 기능의 차원인 감각-직관, 판단의 차원인 사고-감정, 그리고 판단-인식이라는 기준으로 분류하였다. 융은 정신에너지의

방향인 외향성과 내향성은 선천적으로 결정되어 지는 것이므로 한 개인에게 나타날 때는 양극 중에 어떤 방향을 선호하여 기울어지게 된다고 보았다. 여기에서 선호라 함은 심리적으로 더 선택하게 되고 더 지속적으로 일관성 있게 활용하게 됨으로써 더 편하게 느끼고 더 쉽게 끌리는 것을 의미하며 조직이 구성원의 성격에 대한 정보를 가지면 이들의 자기개발과 조직이 추구하는 목표 달성에 도움을 줄 수 있다고 하였다(Hagon, 1990). 예를 들어 친화성은 타인에 대한 신뢰와 관심 및 관대한 정서로 다른 사람들과 편안하고 조화로운 관계를 유지하는 정도를 말하는데 (McCrae & Costa, 1991), 친화성을 가진 구성원들은 조직 구성원들과 긍정적이고 만족스러운 관계를 형성하고(Oran & Lingl, 1995), 따뜻함, 다정함, 호감 등의 특성으로 인하여 다른 사람들과 성공적인 관계를 가지는 것으로 나타났다 (McCrae & Costa, 1991; Oran & Lingl, 1995).

### 3. MBTI 성격유형

MBTI는 마이어스와 브릭스가 스위스의 심리학자 칼 구스타브 융의 심리유형론을 토대로 만든 자기 보고식 성격유형 검사로써 사람들이 가지고 있는 성격 유형상의 차이를 미리 예견하여 보다 건설적으로 대처할 수 있게 해 준다는 데 있으며, 성격의 좋고 나쁨을 판정하고 평가하는 것이 아니라 본인의 선천적 심리유형을 파악하고 진정한 내 모습을 인식하는 것이 중요한 의

미를 가진다(김정택·심해숙·제석봉, 2009).

MBTI 성격유형지표는 네 가지의 분리된 지표(Index)로 구성되어 있으며 각 지표는 네 가지의 기본적인 선호성향 중 하나를 나타내고 있다. 선호경향은 사람들이 특정상황에서 “무엇에” 주의할지 하느냐 뿐만 아니라, 내용에 대해 “어떻게” 결론을 내리는가와 관련되어 있다.

MBTI의 선호지표는 4가지로 분류된다.

에너지의 방향에 따라 주의와 에너지 방향이 외부세계로 향하는 행동지향적인 경우를 의미하는 외향(Extraversion)형과 주의와 에너지 방향이 내부세계로 향하는 관념적 사고를 선호하는 내향(Introversion)형으로 구분된다. 외부의 정보를 수집하고 어떻게 인식하는가에 따라 정보를 자신의 오감으로 받아들이며 실제적이고 현실적인 성향을 나타내는 감각(Sensing)형과 모든 일의 가능성이나 의미, 관계를 육감에 의존하는 직관(iNtuition)형으로 구분된다. 인식된 정보를 분석하고 판단하는 방법에 있어서 객관적 사고에 의해서 선택, 결정하는 사고(Thinking)형과 개인적, 사회적 가치에 의해서 정서적으로 선택, 결정하는 감정(Feeling)형으로 구분된다. 생활양식에 따른 구분은 행동을 이행함에 있어서 정보를 얻으면 빠른 결론에 도달하는 경향을 의미하는 판단(Judgement)형과 행동을 이행함에 있어서 정보 그 자체를 즐기므로 개방적이고 호기심이 많은 경우를 의미하는 인식(Perception)형으로 구분된다.

<표 1> MBTI 분류기준

척도	선호경향	주요활동
외향(E)-내향(I)	에너지의 방향은 어느 쪽인가?	주의초점
감각(S)-직관(N)	어떻게 인식하는가?	인식기능
사고(T)-감정(F)	어떻게 결정하는가?	판단기능
판단(J) -인식(P)	적용하는 생활양식은 무엇인가?	생활양식

이사벨마이어스(1962)는 유형도표에서 개인은 일관된 경향성을 갖고 외부와 상호작용을 하는데 이때 사용하는 기능을 판단기능과 인식기능이 가장 중요하다고 말하였다. 이를 기능별로 분류하면 ST, SF, NF, NT의 4가지 기능유형으로 구분된다. ST유형은 실질적이고 사실중심적 유형으로 현재의 사실에 관심을 둔다. 수집된 사실을 바탕으로 하여 의사결정을 내릴 때에도 인정에 얽매이지 않고 논리적인 분석을 통해 결정을 내리며 냉철한 분석이 요구되는 분야인 행정업무, 은행업무, 법률업무, 응용과학분야, 회계업무 등에서 능력을 발휘한다. MBTI 성격유형 지표에 따라 ISTJ, ISTP, ESTP, ESTJ 유형이 ST유형에 속한다. SF유형은 ST형과 마찬가지로 인식할 때 주로 감각을 사용하며 우호적이고 동정적인 유형이다. 의사결정을 내릴 때에는 개인의 주관성이나 개인적인 온정을 바탕으로 자기 자신이나 상대방에게 어떤 영향을 줄 것인가를 중시하며 인간관계에서도 실제적인 도움을 주는 분야, 사람에게 봉사하고 헌신할 수 있는 분야, 사회사업, 유치원 교사 등 실제적인 교육분야, 판매분야 등에 적합하다. MBTI 성격유형 지표에 따라 ISFJ, ISFP, ESFP, ESFJ 유형이 SF유형에 속한다. NF기능 유형은 미래지향적이고 사람에 대한 가능성에 집중하며 인력개발, 종교, 예술, 행동과학, 조사연구 등에 적합하다. MBTI 성격유형 지표에 따라 INFJ, INFP, ENFP, ENFJ 유형이 NF유형에 속한다. NT기능 유형은 미래지향적이고 이론적 분야의 가능성에 집중한다. 토론 자체를 즐기고 순수과학, 컴퓨터, 프로

그램 분석 등에 적합하다. MBTI 성격유형 지표에 따라 INTJ, INTP, ENTP, ENTJ 유형이 NT유형에 속한다.

MBTI 성격유형을 이해하는 또 하나의 용어는 태도지표이다. MBTI 성격유형 중 에너지 방향(E, I)와 행동양식(J, P)를 나타내며 지표의 가로축을 기준으로 구분한다. I-J유형은 결정지향적 내향형으로 내관적이고, 인내하며, 무엇을 쉽게 믿거나 변화하려 하지 않는다. 의사결정이 강한 내향형으로 잘 나서지 않고, 진지하고 신중한 유형이다. MBTI 성격유형에서 ISTJ, ISFJ, INFJ, INTJ 유형이 이에 속한다. I-P유형은 적응력 있는 내향형으로 내관적이며 사소한 일에는 적응을 잘 하고, 중요한 문제에는 확고부동하다. 적응력이 강한 내향형으로 MBTI 성격유형에서 ISTP, ISFP, INFP, INTP 유형이 이에 속한다. E-P유형은 적응력 있는 외향형으로 활동적이고 원기왕성하다. 사교적이며 항상 새로운 경험을 찾으려고 한다. 적응력이 강한 외향형으로 MBTI 성격유형에서 ESTP, ESFP, ENFP, ENTP 유형이 이에 속한다. E-J유형은 결정지향적 외향형으로 민첩하고 확고부동하며 일처리에 있어서도 주도적인 입장을 취한다. 의사결정이 빠른 외향형으로 MBTI 성격유형에서 ESTJ, ESFJ, ENFJ, ENTI 유형이 이에 속한다.

그리고 이러한 분류기준에 의해 구분되는 MBTI 성격유형은 총 16가지 성격유형으로 개인의 성격을 분류하게 되며 이는 다음과 같은 표로 나타낼 수 있다.



<표 2> MBTI 16가지 성격유형

<b>ISTJ</b> 한번 시작한 일은 끝까지 해내는 사람들	<b>ISFJ</b> 성실하고 온화하며 협조를 잘 하는 사람들	<b>INFJ</b> 사람과 관련된 것에 통찰력이 뛰어난 사람들	<b>INTJ</b> 전체적으로 조합하여 비전을 제시하는 사람들
<b>ISTP</b> 논리적이고 뛰어난 상황 적응력을 가지고 있는 사람들	<b>ISFP</b> 따뜻한 감성을 가지고 있는 겸손한 사람들	<b>INFP</b> 이상적인 세상을 만들어 가는 사람들	<b>INTP</b> 비평적인 관점을 가지고 있는 뛰어난 전략가들
<b>ESTP</b> 친구, 운동, 음식 등 다양한 활동을 선호하는 사람들	<b>ESFP</b> 분위기를 고조시키는 우호적인 사람들	<b>ENFP</b> 열정적으로 새로운 관계를 만드는 사람들	<b>ENTP</b> 풍부한 상상력을 가지고 새로운 것에 도전하는 사람들
<b>ESTJ</b> 사무적, 실용적, 현실적으로 일을 많이 하는 사람들	<b>ESFJ</b> 친절과 현실감을 바탕으로 타인에게 봉사하는 사람들	<b>ENFJ</b> 타인의 성장을 도모하고 협동하는 사람들	<b>ENTJ</b> 비전을 가지고 사람들을 활력적으로 이끌어가는 사람들

사람의 성격이 직무만족에 영향을 미친다는 것은 여러 학자들에 의해 지지되고 있다. 개인을 이해하는데 있어서 그의 나이, 학력, 출신, 배경, 과거의 경력 등에 의존하지만 무엇보다도 그의 성격(personality)을 가장 중요시 한다(김기석, 1994).

포춘지에 선정된 100대 기업 중 40% 이상 기업에서 고객접점 종사원부터 CEO까지 구직자를 평가하기 위한 방법으로 성격테스트를 이용하고 있고(Erickson, 2004), 영국의 100위권 내의 대부분의 기업에서도 종사원을 고용하기 위해

성격테스트를 활용하고 있으며(Faulder, 2005), 미국기업 중 월마트나 GM처럼 큰 회사를 포함한 30%의 기업이 구직자 채용에 성격테스트를 실시하고 있으며(Heller, 2005), 국내 기업에서도 신규직원을 채용 시 성격검사를 실시하고 있다.

MBTI검사는 어떤 성격검사보다도 규범화되어 있으며 많은 기업에서 종업원들의 팀 구축이나 경영 개발용으로 사용되고 있으며, 의사결정, 갈등관리, 리더십, 조직내 역할, 정보시스템, 경영 효과성 같은 경영행동과 관련하여 많은 연구가 이루어지고 있다(Gardner & Martinko, 1996).

<표 3> MBTI 심리적 기능

주의집중	S T	S F	N F	N T
	현 실	현 실	미래가능성	미래가능성
위기상황을 처리하는 기능	객관적 분석	주관적 가치	주관적 가치	객관적 분석
이에 따라 기울어지는 경향	실질적, 분석적	동정적 친절	열성적, 통찰적	논리적, 분석적
능력을 발휘 할 수 있는 분야	물건과 사실을 다루는 기능적	사람들을 위한 실제적 봉사분야	사람들을 이해 및 상호 소통하는 분야	이론적이고 기능적인 발달 연구분야
가능한 분야의 보기들	사업, 행정, 회계, 법, 생산직, 건축, 응용과학	의료, 지역봉사, 교직, 감독, 종교봉사, 사무직, 판매	사회과학, 연구, 문학, 음악예술, 종교, 봉사, 의료, 심리치료, 교직	순수과학, 연구, 관리직, 컴퓨터, 법, 엔지니어, 기술직

#### 4. 직무만족

직무만족이란 정서적 반응이므로 종업원이 자신의 직무에 대한 평가결과에서 발생하는 유쾌하고 긍정적인 정서 상태를 의미한다(Locke, 1976). McCormick & Ligen(1980)은 '직무만족이란 그 직무에서 얻어지거나 경험하는 욕구충족의 정도이다'라고 정의 하였으며 이는 개인적인 것이므로 각 개인의 가치체계에 따라 상이한 상태를 나타낸다고 하였다. Landy & Trumbo(1980)는 직무만족은 직무를 통해서 얻게 되는 전체적 경험을 나타내는 전체적 직무만족과 직무에 관련된 단면 혹은 요인별 만족으로 구분된다고 하였다. 전체적 직무만족이란 조직 구성원이 직무상의 역할에 대해서 지니고 있는 총체적인 감정적 반응을 말하며, 반면에 직무의 각 단면에 대한 만족이란 직무와 관련된 여러 측면에 대해서 경험을 통해 얻게 되는 정서적 반응을 말한다.

이러한 직무만족은 종업원 개인적 측면과 기업 측면에서 모두 중요하다. 종업원 개인적 측면에서 직무만족은 생계유지수단, 대인접촉장소, 그리고 미래의 수입에 대한 안정감 기대뿐만 아니라 개인이 많은 시간을 투자하고 얻는 직무성과로부터 성취감과 보람을 얻게 하고, 조직적 측면에서 직무만족은 일반적으로 이직률이나 결근율을 줄이고, 업무협력과 의사소통을 원활하게 하며, 그리고 조직시민행동을 보다 많이 보이게 하여 궁극적으로 생산성이 향상된다(Robbins & Judge, 2013). 종업원의 직무만족은 고객의 만족과 불만족에 영향을 미치기 때문에 고객 만족을 위해서는 내부고객인 종업원 만족이 선행되어야 한다(이혜미·한진수, 2014).

MBTI 성격유형과 직무만족과의 관계에 관한 다양한 연구가 진행되었는데, 교사를 대상으로

한 나길운(1992)의 연구에서는 근무처 환경요인과 안정지위 요인에서 E형(외향형)의 만족도가 높았으며, 인간관계요인, 담당직무요인, 근무환경요인에서는 S형(감각형)이, 전문성 신장의 요인의 경우 T형(사고형)이, 인간관계요인, 담당직무요인, 근무환경요인은 J형(판단형)의 만족도가 높게 나타났다. 간호사를 대상으로 한 백순희(1997)의 연구에서는 S형(감각형)과 J형(판단형)의 직무만족도가 높게 나타났다. 기능별로는 특히 SF형과 ST유형이 높게 나왔다. 관리직 종사자를 대상으로 한 이정선·유정이(2002)의 연구에서는 근무처 환경, 상사, 동료와의 관계, 일, 직무, 인사정책에서 ST유형이 직무만족이 높았으며 안정성 잠재성에서는 SF유형의 직무만족이 높게 나타났고, 공군병사를 대상으로 한 김일동(2004)의 연구에서는 T형과 J형의 직무만족도가 높게 나타났다. 고객접점근무자를 대상으로 한 김주리·김성길(2008)의 연구에서는 SF유형의 직무만족도가 가장 높은 것으로 나타났다.

#### 5. 고객지향성

고객지향성이란 목표고객을 충분히 이해하여 그들에게 지속적으로 우월한 가치를 창조하도록 도움을 주는 것이다. Kotler(1991)는 고객지향적 행동을 기업으로 하여금 기업의 시각이 아닌 기업을 대변하는 일선 종업원들의 시각에서 고객의 욕구를 정의하는 것이라고 하였다. 서비스기업의 고객만족은 일선 종업원들의 고객지향성에 의해 달성된다는 것이다. 고객지향적 행동은 판매지향적 행동과 대비되는 개념이라고 할 수 있다. 판매지향적 행동은 장기적 고객만족보다는 단기적 매출을 극대화 하는 데 초점을 두고 있다. 반면 고객지향적 행동은 장기적인 고객만족을 위하여 강압적인 판매를 권하지 않으며, 판매

자 자신의 이익보다는 고객의 이익에 더 관심을 갖는 것을 의미한다(Kelly & Hoffman, 1997).

고객지향적인 판매원은 고객의 욕구에 맞추기 위해 다양한 행동의 변화를 가져올 것이기 때문에 적응적 판매를 위한 전제조건이 바로 판매원의 고객지향성이라 볼 수 있다. 고객지향성과 마찬가지로 판매원이 적응적 판매를 할 경우 성과에 긍정적인 영향을 미치는 것으로 나타나고 있다(Spiro & Weitz, 1990; Weitz et al., 1986).

Kelly(1992)는 서비스 종업원을 대상으로 고객지향성의 영향을 조사하였는데 높은 고객지향성을 지닌 서비스제공자는 고객의 만족을 증가시키기 위한 행동을 보였다고 하였다. 또한 고객지향적 행동은 서비스 제공기업과 고객 사이의 장기적 관계구축을 유도하므로 매우 중요하다고 하였다.

이처럼 고객지향성은 기업에게 긍정적인 성과를 가져다주며 고객지향성은 종업원의 성격에 따라 달라지는 것으로 보고되고 있다. Lee(2008)는 외식창업자의 성격특성이 고객지향성, 직무만족 및 고객성과에 미치는 영향에 관한 연구에서 성격특성 중 외향성, 성실성, 개방성이 높을수록 고객 지향적이라고 하였다. Lee & Lee(2010)는 호텔직원의 성격요인, 직무몰입 및 고객지향성 간의 관계 연구에서 성격요인 중 성실성과 안전성이 직무몰입에 유의한 영향을 미치고 이러한 직무몰입은 고객지향성에 유의한 영향을 미친다고 하였다.

## 6. 이직의도

Price(1977)는 이직을 광의의 이직과 협의의 이직으로 구분하였는데, 광의의 이직은 조직 구성원 자격의 경계를 넘나드는 개인의 이동정도라고 할 수 있으며 조직 내 모든 이동을 포함한다. 즉 입사, 퇴사, 배치전환, 승진 등이 포함된다

고 하였다. 협의의 이직은 조직간 이동을 의미하는데 현재의 기업에서 다른 기업으로 이동하는 것을 의미한다.

영업사원 이직에 영향을 미치는 요인의 파악은 지속적으로 선행연구자들의 관심을 끌어왔던 주제였다(Lowet al., 2001). 영업사원의 이직 요인에 대한 많은 선행 연구들에서 영업사원의 이직을 경제적인 면, 심리적인 면, 조직적인 면에 초점을 맞추어 이루어져 왔으며, 영업사원의 직무태도, 직무에 대한 지각 정도와 이직과의 관계에 대해서 연구하였다. 특히 직무만족은 이직의 중요한 선행변수로 간주되어 왔다(March & Simon 1958). Price & Mueller(1986)는 이직기회, 이직의도가 직접적으로 이직에 영향을 미친다고 보았으며, 직업의식, 일반훈련, 가족부양책임은 간접적으로 영향을 미친다고 보았다. 또한, 보편성, 참여도, 의사소통, 임금, 분배 공정성, 승진기회 역시 직무만족과 이직의도를 경유하여 이직에 간접적인 영향을 미친다고 주장하였다.

한편, 영업사원의 이직에 관련된 연구들에서는 영업사원의 이직행동에 대한 대체 개념으로 이직의도를 사용하고 있다. 많은 연구들에서 이직의도가 실제 이직 행동을 효과적으로 예측해 주는 선행요소로서 역할을 수행하기 때문에 영업사원의 행동적 성과변수로서 이직의도를 사용하고 있다(Brown & Peterson, 1993). 영업사원의 이직의도에 대한 이러한 연구의 흐름은 크게 두 가지 형태로 나누어 설명할 수 있다. 첫째는 이직의도에 대한 선행변수들을 규명하는 연구들이다(Babin & Boles 1998; Michalels & Dixon 1994; Singh 1991; Yilmaz, 2002). 이들의 연구에서는 이직의도에 대한 선행변수로서 직무성과, 직무만족, 조직몰입 등의 변수들을 다루고 있으며, 이 변수들이 이직행동에 영향을 미치는 과정을 다루고 있다. 둘째는 이직의도의 선행변수와 이직의도 간의 관계에서 조절변수의 역할을 규



명하는 연구들이다. 이들의 연구에서는 선행변수들과 이직의도와와의 관계에 새로운 조절변수를 추가하여 그 영향력을 설명하고 있다 (MacKenzie et al., 1998). 기존 연구들에서 제시되지 않았던 새로운 조절변수로 대안 매력도, 전환비용 등을 연구 모형에 포함시켜 영업사원의 개인적인 성과변수와 이직의도간의 관계에 대한 설명력을 높이고자 하였다.

### Ⅲ. 가설설정 및 연구모형

#### 1. MBTI 성격유형과 직무만족과의 관계

성격은 사람들의 행태를 구조화하고 조직화하는 특성으로 인하여 인간관계나 상호작용에 중요하게 영향을 미친다. 왜냐하면 조직구성원의 성격에는 개인의 특징이나 독특성 등을 포함하고 있고 행태의 일관성이나 지속성을 지니고 있기 때문이다(이영균, 최인숙, 2011). Arvey et al.(1989)은 개인들은 상대적으로 변하지 않는 개인들의 고유한 성향이나 특성(욕구, 성격 등)을 가지고 있으며, 이러한 개인들의 차이는 기업이 제공하는 상황(직무특성, 보상, 인사제도 등)에 대한 심리적 평가와 행동적 반응에 있어 상당한 영향을 미친다고 주장하면서 개인의 성향이 직무만족에 영향을 미친다는 사실을 제시하였다.

김주리와 김성길(2008)도 서비스 접점 근무자를 대상으로 MBTI에 의한 성격유형에 따른 직무만족 및 직무몰입간의 관련성 검증 연구결과, 성격유형에 따라 직무만족 및 조직몰입에 유의한 차이가 있음을 밝혔고, Kim(2002)은 패밀리 레스토랑 종사원의 MBTI 성격유형과 직무만족과의 관계 연구에서 성격유형이 외향형 또는 감정형인 종사원이 내향형 또는 사고형의 종사원

보다 직무만족도가 더 높다고 하였다. Han(2007)은 서비스업 종사자의 정서 지능 및 성격유형이 직무만족에 미치는 영향에 관한 연구에서 외향형 수준이 높은 종사원과 타인을 이해하고 인간적인 친화와 온정으로 중시하는 감정형의 종사원이 높은 직무만족도를 나타낸다고 하였다. 제조 및 금융·보험업의 종사자를 대상으로 이재훈과 임현철(2010)의 연구에서 외향성과 성실성이 직무만족도에 유의한 영향을 미치는 것으로 나타났다으며, 영업관리직을 대상으로 한 김형진(2017)의 연구에서도 성격유형 중 외향적이고 개방적인 직원의 직무만족도가 높았다. 운수서비스 종사자를 대상으로 한 노경문 외(2016)의 연구에서도 성격유형 중 외향성과 성실성이 직무만족에 긍정적인 영향을 미친다고 하였다. 이러한 연구결과를 바탕으로 다음과 같은 가설을 설정하였다.

가설 1: 직무만족은 MBTI 성격유형에 따라 차이가 날 것이다.

#### 2. 직무만족과 고객지향성과의 관계

서비스 마케팅에서는 만족한 종업원이 보다 나은 서비스를 제공한다는 인식하에 종업원과 고객 간의 상호작용의 중요성과 종업원의 고객지향성에 초점을 두고 있다(Hartline & Ferrell, 1996). 고객지향성은 조직의 최우선 순위가 고객의 요구와 만족을 중요시하는 신념 체계로서 Saxe & Weitz(1982)에 의하여 고객이 자신의 욕구를 충족할 기대를 갖는 구매결정에서 도움을 주는 마케팅 컨셉으로 개념화되고, 판매자의 고객지향을 측정척도를 개발하면서 본격화 되었다.

전유정과 이수범(2011)은 호텔서비스 상황에서 직무만족이 고객지향성에 미치는 매개적 역할을 강조하면서 기업의 성과를 좌우하는 요인으로

고객지향성을 제시하였다. Donovan et al.(2004)도 직무만족이 높은 서비스종사원은 높은 수준의 고객지향성을 갖는다고 하였고 Kim(2010)은 종업원 직무만족과 고객지향적 태도에 관한 연구에서 직무만족은 고객지향적 태도에 유의한 영향을 미치며 직무만족이 높을수록 고객지향적 태도가 높다고 하였고, Seo(2009)는 호텔종사원의 직무만족과 고객지향성의 관계 연구에서 호텔종사원의 내재적 직무만족인 동기부여와 직무 자체 만족, 그리고 외재적 직무만족인 승진과 급여요인은 고객지향성에 유의한 영향을 미친다고 하였다. 이러한 연구결과를 바탕으로 다음과 같은 가설을 설정하였다.

가설 2: 직무만족은 고객지향성에 긍정적인 영향을 미칠 것이다.

### 3. 직무만족과 이직의도와와의 관계

이직은 기업의 성과에 다양한 측면에서 부정적인 영향을 미친다(Batt, 2002). 특히 보험회사 소속 보험설계사의 경우에는 법적근로자 신분이 아니라 위탁계약 관계에 있는 독립적인 개인사업자 즉 특수형태근로종사자의 신분이라는 고용형태로 이직이 빈번하게 발생하고 있다. 한편 이직의도란 구성원이 조직구성원이기를 포기하고 조직을 떠나려고 하는 성향의 정도로 정의되며, 이직을 예측할 수 있는 중요변수로 여겨지고 있다(Meyer & Allen, 1984). Low et al.(2001)은 27개 기업 148명의 영업사원들을 대상으로 한 연구에서 직무만족과 성과가 이직의도에 직접적인 부정적 영향을 미친다는 사실을 확인하였고 Babin & Boles(1998)의 연구에서는 역할스트레스 → 성과 → 만족 → 이직의도에 이르는 각각의 영향력이 성별에 따라 그 정도가 달라진다는

연구결과를 제시하였다.

MacKenzie et al.(1998)는 영업사원의 직무성과를 역할 내 성과와 역할 외 성과로 구분하여, 이들과 직무만족, 조직몰입, 이직행동 등과의 관계를 이해하고자 하였는데 직무만족과 역할 내 성과는 조직몰입을 통해 이직행동에 영향을 미치고, 역할 외 성과는 직무만족과 조직몰입에 영향을 받아 이직행동에 직접적인 영향을 미친다고 하였다. 이러한 연구결과를 바탕으로 다음과 같은 가설을 설정하였다.

가설 3: 직무만족은 이직의도에 부정적인 영향을 미칠 것이다.

### 4. MBTI 성격유형의 조절효과

개인이 지닌 성격특성은 개인행동의 차이를 이해하는 주요 요소 중의 하나(Robbins & Judge, 2011; 백유성, 2011)로 오래 전부터 심리학자들이 집중적으로 탐구하여 왔다. 또한 개인은 성격특성에 따라 동일한 상황이나 자극에도 서로 상이한 반응을 보이게 된다. Cullen & Sackett(2003)은 개인이 처한 상황이 나쁘다고 지각하더라도 개인의 성격에 따라 이러한 상황에 대한 반응이 달라질 수 있다고 제안하였다.

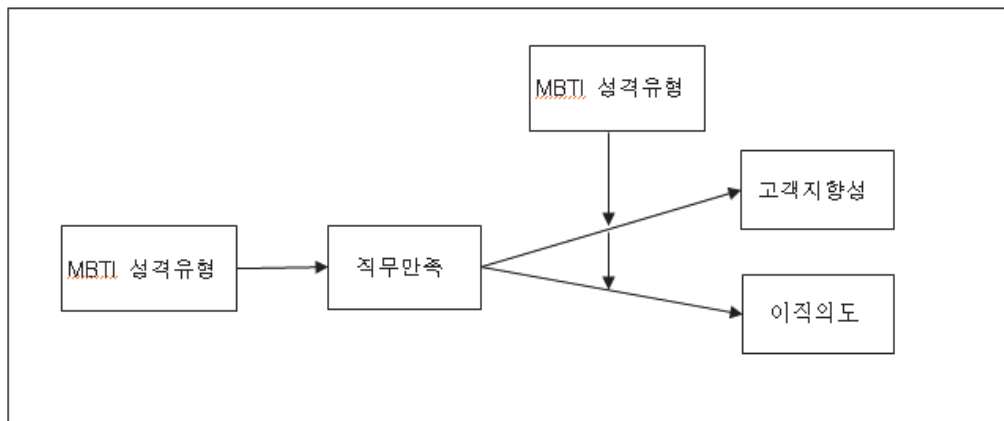
이와 관련한 인적자원관리 분야의 연구를 살펴보면, 먼저 Aryee et al.(2007)은 상사의 부당한 감독행위에 따른 역기능적 행동의 정도는 종업원이 그와 같은 비호의적인 경험 또는 상황을 어떻게 해석하고 반응하는가에 따라 달라질 수 있다고 하면서 상사의 비인격적 감독에 따른 저항행위는 부하의 성실성이 낮은 경우 보다 강한 것으로 확인되고 있다. 즉 부하의 성실성이라는 개인의 성격은 상사의 비인격적인 감독이라는 상황에 대한 반응인 저항행위를 조절하고 있다. Bamberger &

Bacharach의 연구(2006)에서도 성실성이 상사의 부당한 감독에 저항적 반응을 회색시키는 버퍼로서의 역할을 한다고 제시하였다. 리조트에 근무하는 직원을 대상으로 한 마케팅 분야의 연구(이희철 외, 2015)에서도 직원의 성격적 특성이 직원의 고객지향성이 조직몰입에 미치는 영향을 조절한다고 하였다. 이러한 기존 연구를 바탕으로 하여 다

음과 같은 가설을 설정하였다.

가설 4 : MBTI성격유형은 직무만족과 고객지향성간의 관계와 직무만족과 이직의도간의 관계를 조절할 것이다.

지금까지 설정한 가설을 하나의 연구모형을 나타내면 다음과 같다.



<그림 1> 연구모형

## IV. 연구방법

### 1. 자료수집

앞서 제시한 가설을 검증하기 위해 영남지역의 영업사원(H보험 설계사)들을 대상으로 자료를 수집하였다. 자료수집은 2014년 3월 20일부터 4월 20일까지 약 4주간에 걸쳐서 실시되었다. 총 120명의 영남지역 H보험설계사들을 대상으로 MBTI 테스트를 실시하였고, 본 논문의 가설관련 문항들이 포함된 120부의 설문지가 배포되었다. 회수된 설문지 중 일관성 및 성실성이 떨어진다고 판단되는 14부를 제외한 106부의 설문지에 대해 자료 분석을 실시하였으며 표본의 특성은

다음과 같다.

### 2. 표본특성

전체 표본에 대한 특성을 살펴보면 연령대별 분포는 40~50대층이 많았으며, 20~30초반은 매우 적은 것으로 나타났다. 이는 무형의 상품을 취급하는 비대면 채널시장의 보험 산업의 특성상으로 판단된다. 학력은 고졸(67.9%)로 가장 높았으며, 근무기간은 10년 이상 35.8%가 가장 많았으며, 다음으로 1~2년 이상 24.5%로 나타났다. 또한 3~5년 근무기간을 가진 응답자는 다소 적은 것으로 나타났다. 끝으로 평균급여는 201~300만원이 35.8%로 가장 높게 나타났으나 각 항목별로 다양한 분포로 나타났다.

<표 4> 표본특성

구 분	항목	빈도(명)	퍼센트(%)
연령	25-30세	3	2.8
	31-35세	4	3.8
	36-40세	21	19.8
	41-45세	14	13.2
	46-50세	22	20.8
	51-55세	22	20.8
	56-60세	13	12.3
학력	기타	7	6.6
	고졸	72	67.9
	대졸	33	31.1
근무기간	대학원졸	1	.9
	1-2년	26	24.5
	3-5년	18	17.0
	6-9년	24	22.6
평균급여	10년이상	38	35.8
	101-200만원	22	20.8
	201-300만원	38	35.8
	301-400만원	15	14.2
	401-500만원	8	7.5
	501-700만원	13	12.3
	701만원 이상	10	9.4
합계		106	100

자료 수집을 위한 설문문항은 직무만족에 관련된 5문항(업무에 대한 성취감, 업무에 대한 흥미, 직업 만족도, 직업에 대한 가치, 직업에 대한 행복감), 고객지향성과 관련된 4문항(다양한 정보제공 노력, 적합한 상품탐색 노력, 고객문제 해결에의 관심정도, 고객의 관심사 파악), 이직의

도와 관련된 3문항(새로운 직업탐색 노력, 현재 직장퇴직 의도, 이직 계획)을 리커트 5점 척도를 이용하여 측정하였다. MBTI의 성격유형의 측정은 브릭스와 마이어스가 개발한 성격유형검사(MBTI) 중 Form G를 이용하여 성격유형을 측정하였다.

<표 5> 측정 문항

변수	측정문항	문항수
직무만족	업무에 대한 성취감, 업무에 대한 흥미, 직업 만족도, 직업에 대한 가치, 직업에 대한 행복감	5
고객지향성	다양한 정보제공 노력, 적합한 상품탐색 노력, 고객문제 해결에의 관심정도, 고객의 관심사 파악	4
이직의도	새로운 직업탐색 노력, 현재 직장퇴직 의도, 이직 계획	3

## V. 가설검증

연구가설을 검증할 위해 PLS(Partial Least Squares: 부분최소자승법) 경로모형을 이용한 구조방정식 모형을 이용하였다. PLS는 구조방정식 모형의 한 방법으로서 다층적 구조로 된 다수의 변수를 포함한 이론적인 이론모델과 측정모델의 적합성을 함께 분석할 수 있는 방법이다. PLS경로모형은 공통요인을 기반으로 한 구조방정식모형과는 달리 표본의 크기와 변수 및 잔차의 정규분포에 대한 제약조건이 없으며(Forell & Cha 1994), LISREL, EQS, AMOS등의 구조방정식 통계 패키지에 비해 상대적으로 적은 샘플을 통해서도 구현이 가능하다(Barclay et al. 1995).

또한, 본 연구는 다양한 다중집단 분석을 실시하고 있는데, PLS는 LISREL 이나 AMOS로 검증하기에 까다로운 적은 수의 표본의 집단 간 차이 검증에 적합한 분석도구로 알려져 있다(Chin et al. 2003).

## 1. 측정문항의 신뢰성 및 타당성 검증

### 1.1 수렴타당성 분석

PLS에서는 각 측정 항목과 관련 변수 간의 로딩값과 크로스 로딩 값을 이용해서 개념타당성을 분석한다. 각 변수에 대한 측정항목의 로딩 값이 타 크로스 로딩 값보다 커야 하며, 그 값이 모두 0.7이상이어야 측정 항목이 개념적으로 타당한 것으로 판단할 수 있다.

<표 6>은 본 연구에 의해 사용된 변수들과 그 변수들의 측정항목들 간의 로딩 값과 크로스 로딩 값을 나타낸 것으로 음영 처리된 로딩 값을 살펴보면, 대부분의 측정 항목들이 0.7이상의 로딩 값을 가질 뿐만 아니라 다른 변수들에 비해서 크로스 로딩 값이 보다 크게 나타나므로 측정 도구가 잠재 변수를 잘 설명한다고 볼 수 있다. 이 과정을 통해 요인 적재에 문제가 있었던 1개 문항(고객지향성 1)을 제거하여 변수를 정제하였다.

<표 6> 적재값(교차적재값 포함)

	고객지향성	이직의도	직무만족	요인 적재치	STERR	T-value
고객지향성2	<b>0.780</b>	-0.033	0.355	0.780	0.059	13.183
고객지향성3	<b>0.861</b>	-0.109	0.387	0.861	0.030	28.295
고객지향성4	<b>0.859</b>	-0.183	0.437	0.859	0.033	26.006
이직의도1	0.030	<b>0.712</b>	-0.229	0.712	0.087	8.197
이직의도2	-0.188	<b>0.880</b>	-0.447	0.880	0.031	28.574
이직의도3	-0.134	<b>0.924</b>	-0.502	0.924	0.018	51.508
직무만족1	0.462	-0.314	<b>0.763</b>	0.763	0.047	16.132
직무만족2	0.307	-0.478	<b>0.839</b>	0.839	0.040	21.012
직무만족3	0.357	-0.444	<b>0.875</b>	0.875	0.021	42.588
직무만족4	0.407	-0.441	<b>0.837</b>	0.837	0.035	23.899
직무만족5	0.473	-0.403	<b>0.915</b>	0.915	0.017	52.920

### 1.2 신뢰성 분석

합성신뢰도(Composite Reliability, CR)와 평균 분산추출(Average Variance Extracted, AVE)값

은 PLS를 이용한 연구에서 일반적으로 내적일관성을 측정하기 위한 기준으로 사용된다. 신뢰성을 확인하기 위해서는 CR이 0.7이상(Nunnally



1978), AVE가 0.5이상(Fornell and Larker 1981) 이어야 한다. <표 7>을 보면, 본 연구에서 사용된 구성개념들은 모두 0.7이상의 CR값과 0.5이상

의 AVE값을 나타내고 있어 내적일관성이 있다고 말할 수 있다.

<표 7> 신뢰성 분석

	AVE	CR	Alpha
고객지향성	0.696	0.873	0.783
이직의도	0.712	0.880	0.801
직무만족	0.718	0.927	0.901

### 1.3 판별타당성 분석

PLS를 이용한 연구에서는 일반적으로 각 요인의 추출된 AVE의 제곱근이 해당요인과 다른 요인들 간의 상관 계수들보다 크면, PLS측정모

형의 판별타당성이 존재하는 것으로 간주한다 (Fornell & Larker, 1981). 아래의 <표 8>을 보면, 모든 AVE의 제곱근 값이 상관계수 값보다 크다는 사실을 알 수 있다.

<표 8> 판별타당성 분석

	고객지향성	이직의도	직무만족
고객지향성	0.834		
이직의도	-0.138	0.844	
직무만족	0.474	-0.491	0.847

Note: 이탤릭체는 AVE의 제곱근(표의 대각선)

## 2. 가설검증결과

에 따른 직무만족 차이를 분석하기 위해서 일원 배치 분산분석을 실시하였으며 결과는 <표 9>와 같다.

### 2.1 성격유형과 직무만족의 관계

MBTI 성격유형 중 심리적 기능과 태도지표

<표 9> MBTI 성격유형에 따른 직무만족 차이분석

F(3, 102)=1.567, p=0.202		N	평균	표준편차	표준오차
심리적 기능	ST	58	3.862	0.735	0.097
	SF	43	3.744	0.771	0.118
	NF	1	4.800	-	-
	NT	4	3.200	1.275	0.638
	합계	106	3.798	0.778	0.076
F(3, 102)=0.575, p=0.632		N	평균	표준편차	표준오차
태도 지표	IJ	18	3.667	0.812	0.191
	IP	16	3.788	0.869	0.217
	EP	29	3.717	0.873	0.162
	EJ	43	3.912	0.665	0.101
	합계	106	3.798	0.778	0.076

분석 결과, 심리적 기능과 태도지표에 따른 직무만족 차이가 통계적으로 유의하지 않은 것으로 나타났다. 심리적 기능의 경우, ST 및 SF 유형과 NF 및 NT 유형 간에 평균차이가 나타나고 있는 것으로 볼 수 있으나, 실제로 그 표본의 수가 현저히 적어, 통계적 유의성 확보는 어렵다고 할 수 있다( $F=1.567$ ,  $p=0.202$ ). 태도지표에 따른 직무만족 차이도 통계적으로 유의하지 않았다( $F=0.575$ ,  $p=0.632$ ). 적은 수의 표본으로

시행된 본 연구의 결과만으로 속단할 수는 없으나, MBTI 유형에 따른 직무만족에는 유의한 차이가 없는 것으로 나타났다. 이에 본 연구에서 설정한 가설 1은 기각되었다.

## 2.2 MBTI 성격유형의 조절효과

Chin(1998)의 연구에서 제시된 부스트래핑 방법을 사용하여 연구가설을 검증하였으며, 검증결과는 다음의 <표 10>과 같다.

<표 10> 주 효과 검증결과

전체집단	경로계수	표준오차	T-value
직무만족->고객지향성	0.474	0.074	6.333***
직무만족->이직의도	-0.550	0.066	8.291***

\* $p<.10$ , \*\* $p<.05$ , \*\*\* $p<.01$ 에서 통계적으로 유의함.

직무만족은 고객지향성에는 긍정적인 영향을 미치는 것으로 나타났고(경로계수=0.474,  $t=6.333$ ), 이직의도에는 부정적인 영향을 미치는 것으로 나타나(경로계수=-0.550,  $t=8.291$ ) 가설 2와 가설 3은 지지되었다.

다음으로 MBTI 유형의 조절효과를 검증하기 위하여 각 경로의 차이를 다중집단분석을 통해서 분석하고자 하였다. 그러나 심리적 기능의 하위분류 4가지 유형과 태도지표의 하위분류 4가지 유형 중에서 표본 수가 충분하지 않은 유형이 있어 표본 수가 많은 유형, 즉 심리적 기능에서는 SF 유형과 ST 유형, 태도지표에서는 EJ 유형과 EP 유형을 중심으로 조절효과를 검증하

였다.

심리적 기능의 경우, ST 유형에서보다 SF 유형에서 직무만족이 고객지향성에 미치는 영향이 통계적으로 유의한 수준에서 더 큰 것으로 나타났다( $t=1.925$ ). 직무만족이 이직의도에 미치는 영향은 심리적 기능에 따라 유의한 차이가 나지 않는 것으로 나타났다. 그리고 태도지표의 경우, EP 유형에서보다 EJ 유형에서 직무만족이 고객지향성에 미치는 영향이 통계적으로 유의한 수준에서 더 큰 것으로 나타났으며( $t=3.423$ ), 직무만족이 이직의도에 미치는 영향도 EP 유형에서보다 EJ 유형에서 더 큰 것으로 나타났다( $t=-2.116$ ).

<표 11> MBTI 유형의 조절효과

심리적기능_SF(n=43)	경로계수	표준오차	심리적기능_ST(n=58)	경로계수	표준오차	T-value
직무만족->고객지향성	0.623	0.056	직무만족->고객지향성	0.462	0.060	1.925**
직무만족->이직의도	-0.571	0.074	직무만족->이직의도	-0.515	0.065	-0.568
태도지표_EJ(n=43)	경로계수	표준오차	태도지표_EP(n=30)	경로계수	표준오차	T-value
직무만족->고객지향성	0.613	0.063	직무만족->고객지향성	0.273	0.080	3.423***
직무만족->이직의도	-0.717	0.068	직무만족->이직의도	-0.506	0.072	-2.116**

\* $p<.10$ , \*\* $p<.05$ , \*\*\* $p<.01$ 에서 통계적으로 유의함.

## VI. 결 론

### 1. 연구요약 및 시사점

본 연구는 영남지역 H사 전속보험설계사를 대상으로 MBTI 성격유형에 따른 직무만족의 차이와 직무만족이 고객지향성과 이직의도에 미치는 영향, 그리고 고객지향성과 이직의도에 미치는 직무만족의 영향이 MBTI 성격유형에 의해 조절되는지를 살펴보고자 하였으며, 분석결과는 다음과 같다.

첫째, MBTI 성격유형(심리적 기능과 태도지표)에 따른 직무만족은 유의한 차이가 없는 것으로 나타났다. 이러한 결과는 성격유형에 따른 직무만족도 차이에 관한 대부분의 기존 연구들과는 상이한 것으로 이러한 결과에 대해 몇 가지 추정을 해볼 수 있다. 먼저 성격유형에 따른 직무만족도 차이를 밝힌 기존 연구들은 성격유형으로 주로 외향형(E)과 내향형(I)으로 구분하거나 감정형(F)과 사고형(T)로 구분하여 비교하였다. 그러나 본 연구에서는 이사벨마이언스가 제시한 심리적 기능(ST형, SF형, NT형, NF형)과 태도지표(IJ형, IP형, EP형, EJ형)를 성격유형으로 이용하여 해당 성격유형별에 따른 직무만족도의 차이가 유의하지 않았을 것으로 추정해볼 수 있다. 다음으로 심리적 기능과 태도지표에 따른 4가지 성격유형 집단별로 표본의 수가 현저히 차이가 나서 직무 만족도의 유의한 차이가 나지 않았을 것으로 보인다(심리적 기능의 NF형 1명, NT형 4명).

둘째, 직무만족은 고객지향성에 긍정적인 영향을 미치는 것으로 나타났으며, 이직의도에는 부정적인 영향을 미치는 것으로 나타났다. 이러한 결과는 기존 연구결과와 동일한 것으로 고객지향성을 강화시키고 이직의도를 감소시키는데 있어 직무만족의 중요성을 다시 한 번 확인해준

것으로 볼 수 있다. 특히 보험설계사는 인적 서비스를 제공하는 대표적인 직업으로 자신의 직무에 대한 만족은 고객에게 그대로 전달될 가능성이 높다. 이는 인적 서비스의 특징 중 생산과 소비가 동시에 발생하는 특징인 비분리성(inseparability)에 기인한 것으로 서비스의 생산과 소비가 동시에 발생함으로 인해 서비스 생산자인 설계사와 서비스 소비자인 고객이 같은 시각, 같은 공간에 존재하게 되고 이는 서비스 생산자의 기분과 감정이 고객에게 그대로 전달되는 감정적 전이(emotional contagion)가 쉽게 일어나기 때문이다. 따라서 보험회사는 보험설계사의 직무만족도를 높이는 것이 고객의 만족과 기업 성과를 높이는데 결정적인 영향요인임을 인식하고 직무만족도를 높이는 노력을 지속적으로 해 나갈 필요가 있다.

셋째, MBTI 성격유형의 조절효과 분석결과는 심리적 기능과 태도지표로 구분하여 정리할 수 있다. 먼저 심리적 기능의 조절효과는 직무만족과 고객지향성 간의 관계에서만 유의한 것으로 나타났고 직무만족과 이직의도 간의 관계에서는 유의하지 않은 것으로 나타났다. 즉 직무만족이 고객지향성에 미치는 영향은 ST형에서보다 SF형에서 보다 큰 것으로 나타났고 직무만족이 이직의도에 미치는 영향은 심리적 기능 유형별 차이가 없는 것으로 나타났다.

다음으로 태도지표의 조절효과는 직무만족과 고객지향성, 직무만족과 이직의도간의 관계 모두에서 유의한 것으로 나타났다. 즉 직무만족이 고객지향성에 미치는 영향은 EP형에서보다 EJ형에서 보다 큰 것으로 나타났고, 직무만족이 이직의도에 미치는 영향 역시 EP형에서보다 EJ형에서 보다 큰 것으로 나타났다.

동일한 직무만족을 느끼는 종업원이라도 직무만족이 고객지향성으로 이어지는 경향은 ST형보다는 SF형에서(사고형보다는 감정형), EP형에서

보다 EJ형에서(인식형보다는 판단형) 보다 강하게 나타난 사실은 종업원을 선발하거나 교육할 때 중요한 실무적 시사점을 제공한다. 기업은 종업원의 직무만족 그 자체도 중요하게 여겨야 할 뿐 아니라 직무만족으로 인한 고객지향성의 발현이 얼마나 강하게 발생하는가에 관심을 가져야 하는데 MBTI 성격유형에 따라 고객지향성의 발현의 정도가 달라진다는 사실은 매우 중요한 시사점을 가진다고 할 것이다. 또한 이러한 결과는 MBTI 성격유형 테스트 결과의 활용도를 한층 높이고 고객지향성을 강화하고자 하는 경영자의 의사결정에 유용하게 사용될 수 있다. 그리고 직무만족이 이직의도에 미치는 부정적 영향은 EP형에서보다 EJ형에서(인식형보다는 판단형) 보다 강하게 나타났는데 이는 기본적으로 인식형보다는 판단형이 결과에 따른 행동결정을 빨리 내리는 성향에 기인한 것으로 보이며 이러한 결과 또한 앞서 제시한 MBTI 성격유형 테스트 결과의 활용도를 높이고 종업원 이직에 대한 예방과 관리에 유용한 기초자료로 사용될 수 있다.

이처럼 직무만족과 고객지향성, 직무만족과 이직의도간의 관계에 존재하는 MBTI 성격유형의 조절효과를 검증함으로써 직무만족을 통한 고객지향성 향상과 이직의도 감소노력에 있어 MBTI 성격유형을 고려한 맞춤형 전략이 수행할 수 있게 될 것으로 기대된다. 즉 심리적 기능 중 SF형의 종업원들은 직무만족에 따른 고객지향성 향상 정도가 특히 높은 것으로 밝혀짐에 따라 심리적 기능 유형에 따른 차별적인 관리 및 교육제공이 필요하며 태도지표 중 EJ형의 종업원은 직무만족에 따른 고객지향성 향상이 특히 높고 이직의도는 다른 유형에 비해 낮아지는 것으로 확인되었는데, 이러한 유형의 종업원에 대한 집중 육성 및 다른 유형의 종업원들에게 대한 추가적인 고객지향성 향상 및 이직의도 감소 노력이 필요

하다고 하겠다.

## 2. 연구의 한계 및 향후 연구방향

본 연구는 앞서 제시한 이론적 실무적 시사점에도 불구하고 다음과 같은 연구의 한계가 있으며 향후 연구에서는 이를 보완 또는 확대할 필요가 있다.

먼저, 자료수집에 있어 충분한 표본 크기를 확보하지 못함으로 인해 처음 의도했던 MBTI 성격유형별 집단구분이 이루어지지 않아 크기가 작은 성격유형 집단을 제외하고 분석해야하는 한계가 있었다. 자료수집이 쉽지 않은 대상임에도 향후 연구에서는 보다 충분한 표본크기를 확보하여 세부 집단별 차이를 보다 세밀하게 밝혀낼 필요가 있다. 둘째, 본 연구에서 사용한 MBTI 성격유형인 심리적 기능과 태도지표에 관련한 선행연구가 부족하여 가설설정 및 연구결과 검증에 한계가 있었다. 대부분의 연구에서 성격유형과 직무만족도는 유의한 관계가 있는 것으로 나타났으며 MBTI 성격유형 중 기존 연구에서 이용되지 않던 심리적 기능과 태도지표를 사용함으로써 기존 연구결과와는 상반된 결과를 얻었다. 향후 연구에서는 MBTI 성격유형 4개 요소인 심리적 기능, 태도지표, 사분할, 기질을 사용한 연구를 통해 보다 세밀하고 정확한 성격유형별 직무만족도의 차이와 후속변수 간의 관계를 연구할 필요성이 있다.

끝으로, 본 연구는 특정 산업(손해보험)내의 특정 기업(H사)의 보험설계사만을 대상으로 연구결과를 도출하였으므로 연구결과의 해석에 있어 산업별, 기업별 특성을 감안할 필요가 있으며 향후 연구에서는 산업별 차이를 반영한 연구문제의 도출 및 분석이 이루어질 필요가 있다.

## 참고문헌

1. 고혁진(2014), “보험모집인 속성과 직무만족에 관한 연구,” 한국산업기술대 대학원 박사학위논문.
2. 김기석(1994), “직무스트레스 및 직무만족 결정요인에 관한 실증적 연구,” 청주대 대학원 박사학위논문.
3. 김일동(2004), “MBTI성격유형에 따른 직무만족도 제고방안,” 목원대 대학원 석사학위논문.
4. 김정택·심혜숙·제석봉(2009). MBTI 개발과 활용, 어세스타: 서울.
5. 김주리·김성길(2008), “고객접점근무자 MBTI 유형별 직무만족 및 조직몰입에 관한 연구,” *기업교육연구*, 10(1), 97-116.
6. 김준영·이형룡(2013), “호텔기업의 서비스 혁신 성공요인이 직무몰입 및 서비스 제공 행동에 미치는 영향,” *관광연구*, 27(6): 409-430.
7. 김형진(2017), “보험회사 지점장의 성격특성 Big 5가 직무성과 및 직무만족에 미치는 영향,” *경영과 정보연구*, 17(5), 234-250.
8. 나길운(1992), “교사의 성격유형과 직무만족도에 관한 연구,” 숙명여대 대학원 석사학위논문.
9. 노경문·권기욱·오세형·유효상(2016), “성격유형, 직무만족, 이직의도와 자기효능감의 조절효과: 운수서비스종사자를 중심으로,” *서비스 연구*, 6(1), 51-69.
10. 백순희(1997), “간호사의 성격유형에 따른 직무만족과 관계성 연구,” 서강대 대학원 석사학위논문.
11. 백유성(2011), “카리스마 리더십과 혁신 행동,” *경영과 정보연구*, 11(1), 13-22.
12. 안철경·황진태·서성민(2011), “생명보험 설계사 활동실태 및 만족도 분석,” 보험연구원.
13. 이영균·최인숙(2011), “여성공무원의 성격유형(MBTI)와 직무만족도의 관계분석,” *한국정책연구*, 11(1), 1-21.
14. 이정선·유정이(2002), “관리직 종사자의 성격유형과 직무만족요인과의 관계 연구,” *한국심리유형학회*, 9, 31-48.
15. 이재훈·임현철(2010), “HEXACO 성격유형이 직무만족과 조직시민행동에 미치는 영향에 관한 연구 - 직무자율성의 조절효과를 중심으로,” *경영과 정보연구*, 23(2), 791-812.
16. 이희철·김윤식·이창기(2015), “리조트산업 직원의 고객지향성이 조직몰입에 미치는 영향: 성격특성의 조절효과를 중심으로,” *한국호텔관광학회*, 17(3), 316-333.
17. 전유정·이수범(2011), “특급호텔 종사원의 감성지능이 직무만족과 고객지향성에 미치는 영향,” *관광연구저널*, 22(2), 285-307.
18. 전희주·안철경(2012), “음이향회귀모형을 이용한 보험설계사들의 조직성과에 관한 연구,” *보험금융연구*, 23(4), 29-60.
19. 정민·노안영(2003), “생활양식, 심리유형(MBTI)과 생활 스트레스와의 관계,” *한국심리학회지: 상담 및 심리치료*, 15(4): 693-710.
20. 최낙환(1997), “판매원의 고객지향성에 대한 조직몰입과 적응성의 매개적 역할,” *마케팅 연구*, 12(2), 43-65.
21. Arvey, R. D., Bouchard, T. J., Segal, N. L., & Abraham, L. M.(1989), “Job Satisfaction: Environmental and Genetic Components,” *Journal of Applied Psychology*, 74, 187-192.
22. Aryee, S., Chen, Z., Sun, L. Y., & Debrah, Y. A.(2007), “Antecedents and Outcomes of Abusive Supervision: Test of a Trickle-down Model,” *Journal of Applied Psychology*, 92, 191 - 201.
23. Babin, Barry J. & James S. Boles.(1998),



- "Employee Behavior in a Service Environment: A model and Test of Potential Differences between Men and Women," *Journal of Marketing*, 62(April), 77-91.
24. Bamberger, P. A. & Bacharach, S. B.(2006), "Abusive Supervision and Subordinate Problem Drinking: Taking Resistance, Stress and Subordinate Personality into Account," *Human Relations*, 59, 723 - 752.
25. Barrick, M. R. Mount, M. K. & Strauss, J. P.(1993), "Conscientiousness and Performance of Sales Representatives: Test of the Mediating Effects of Goal setting," *Journal of Applied Psychology*, 78, 715-722.
26. Batt, R.(2002), "Managing Customers Services: Human Resource Practices, Quit Rates, and Sales growth," *Academy of Management Journal*, 45, 587-597.
27. Bendapudi, Neeli & Robert P. Leone(2002), "Managing Business-to-Business Customer Relationship Following Key Contact Employee Turnover in a Vendor Firm," *Journal of Marketing*, 66(2), 83-101.
28. Bessom, R. M. & Jackson, D. W.(1975), "Service Retailing: A Strategic Marketing Approach," *Journal of Retailing*, 51(2): 75-84.
29. Brown, S. P. & Peterson, R. A.(1993), "Antecedents and Consequences of Salesperson Job Satisfaction: Meta-analysis and Assessment of Causal Effects," *Journal of Marketing Research*, 30(1),63.
30. Cannon, J. P. & Perreault Jr, W. D.(1999), "Buyer-seller Relationships in Business Markets," *Journal of Marketing Research*, 36(4), 439-460.
31. C. G. Jung(1971), "Psychological type princeton," NJ.: Princeton University Press.
32. Cullen, M. J., & Sackett, P. R.(2003), "Personality and Counterproductive Workplace Behavior," *Personality and work: Reconsidering the role of personality in organizations*, 14(2), 150-182.
33. Donovan, D. T., Brown, T. J., & Mpwen, J. C.(2004), "Internal Benefits of Service-Worker Customer Orientation: Job Satisfaction, Commitment, and Organizational Citizenship Behaviors." *Journal of Marketing*, 68(1), 128-146.
34. Erickson, P. B.(2004). Employer Hiring Tests Grow Sophisticated in Quest for Insight about Applicants. Daily Oklahoman.
35. Faulder, L.(2005), "The Growing Cult of Personality Tests," *The Edmonton Journal* (January).
36. Fornell, C. & D. F. Larcker(1981), "Evaluating Structural Equation Models with Unobservable Variables and Measurement Error," *Journal of Marketing Research*, 18(1), 39-50.
37. Futrell, Charles M. and A. Parasuraman (1984), "The relationship of satisfaction and performance to salesforce turnover," *Journal of Marketing*, 48(4), 33-40.
38. Gardner, W. M., & Martinko, M. J.(1996), "Using the myers-briggs type indicator study Managers: A Literature Review and Research Agenda." *Journal of Management*, 22(1), 45-83.
39. Gwinner, K. P., Gremler, D. D., & Bitner, M. J.(1998), "Relational Benefits in

- Services Industries: The Customer's Perspective," *Journal of the Academy of Marketing Science*, 26(2), 101-114.
40. Hartline, M. D., & Ferrell, O. C.(1996), "The Management of Customer Contact Service Employees: An empirical investigation," *Journal of Marketing*, 60(4), 52-70.
41. Han, Y. R.(2007), "A Study on the Effects of Emotional Intelligence(ED) and Personality Type (MBTI) upon Job Satisfaction of the Hotel Employee at the Service Encounter: Focused on Deluxe Hotels in Seoul," Ewha Womans University, The Graduate School of Education, Master's Thesis.
42. Henseler, J., Ringle, C. M. and Sinkovics, R. R.(2009), "The Use of Partial Least Squares Path Modeling in International Marketing," *Advances in International Marketing*, 20, 277-319.
43. Hull, R. F. and Baynes, H. G.(1971), "The Collected Works of C. G. jung," Bollingen Inc.
44. Heller, M.(2005), "Court Ruling That Employer's Integrity Test Violated ADA Could Open Door to Litigation," *Workforce Management*, 84(9), 74-77.
45. Hulland, John(1999), "Use of Partial Least Squares (PLS) in Strategic Management Research: A Review of Four Recent Studies," *Strategic Management Journal*, 20, 195-204.
46. Kang, J, H.(2010), "A Study on Determinants and Satisfaction of Life Planner's Turnover," M.S. Thesis, Yonsei University, Seoul.
47. Kelly, S. W.(1992), "Developing Customer Orientation among Service Employees," *Journal of the Academy of Marketing Science*, 20(1), 27-36.
48. Kelly, S. W. & Hoffman. D. K.(1997), "An Investigation of Positive Affect, Prosocial Behaviors, and Service Quality," *Journal of Retailing*, 73(Fall), 407-427.
49. Kim, M. H.(2002), "Relation between MBTI Personality Type and Job-Satisfaction of the Workers at International Brand Franchise Family Restaurants," Graduate School of Tourism Sciences of Kyunggi University, Master's Thesis.
50. Kim, E. K., Lee, Y. K., & Han, C. Y.(2010), "The Effects of the Service Orientation of Fashion Organization on the Salesperson's Customer Orientation," *Journal of Fashion Business*, 14(2), 27-41.
51. Kim, J, J.(2010), "A Study on Job Satisfaction and Customer Oriented Attitude of Employees Using a 5-Factor Model," Unpublished Master's Thesis, Soongsil University, Seoul.
52. Kotler, P.(1996), *Marketing for Hospitality and Tourism*, Prentice-Hall: New Jersey.
53. Lee, T. K.(2008), "A Study on the Influence of the Food Service Business Employees Founder Personality Affects Their Customer Orientation, Job Satisfaction and Customer Performance," Unpublished Master's Thesis, Kyung Hee University, Seoul.
54. Lee, C. E., & Lee, J. Y.(2010), "Relation among Big 5 Personality Factors, Job

- Involvement and Customer Orientation of Hotel Employees,” *The Journal of the Korea Contents Association*, 10(7), 386-395.
55. Landy F. J., Trumbo D. A.(1980), *Psychology of Work Behavior*, The Dorsey Press.
  56. Lee, H, J.(2005), “The Effects of Performance of Hotel Service Employees,” Unpublished Doctoral Dissertation, Kyonggi University, Suwon.
  57. Locke, E. A.(1976), “The Nature and Causes of Job Satisfaction,” *Handbook of Industrial and Organizational Psychology*, 1, 1297- 1343.
  58. Low, G. S., Cravens, D. W., Grant, K., & Moncrief, W. C.(2001), “Antecedents and Consequences of Salesperson Burnout.” *European Journal of Marketing*, 35(5/6), 587-611.
  59. MacKenzie, S. B., Podsakoff, P. M., & Ahearne, M.(1998), “Some Possible Antecedents and Consequences of In-Role and Extra-Role Salesperson Performance,” *Journal of Marketing*, 62(3), 87-98.
  60. McCormick, E. S. & Ligen, D.(1980), *Industrial Psychology*(7th ed.), Prentice-Hall: New Jersey.
  61. McCrae, R. R. & P. T. Costa. (1991), “The Full Five-Factor Model and Well-being,” *Bulletin of Personality and Social Psychology*, 17, 227-232.
  62. Meyer, J. and Allen, N.(1984), “A Three Component Conceptualization of Organizational Commitment”, *Human Resource Management Review*, 1(1), 61-89.
  63. Michaels, Ronald E. & Andrea L. Dixon(1994), “Sellers and Buyers on the Boundary: Potential Moderators of Role Stress Job Outcomes Relationships,” *Journal of the Academy of Marketing Science*, 22(1), 62-73.
  64. Morgan, R. M., & Hunt, S. D.(1994), “The Commitment Trust Theory of Relationship Marketing,” *Journal of Marketing*, 58(3), 20-38.
  65. Myers, I. B.(1962), *The Myers-Briggs Type Indicator*, Consulting Psychologists Press.
  66. Nunnally, J. C.(1978), *Psychometric Theory*, McGraw-Hill: New York.
  67. Organ, D. W. & A. Lingl(1995), “Personality, Satisfaction and Organizational Citizenship Behaviors,” *The Journal of Social Psychology*, 135(3), 339-350.
  68. Price, J. L., & Mueller, C. W.(1986), *Absenteeism and Turnover of Hospital Employees*, JAI press.
  69. Robbins, S. P. & Jidge, T. A.(2011), *Organizational Behavior*, 15th edition, Prentice-Hall, Upper Saddle River, NJ.
  70. Sax, R. & Weitz, B.(1982), “The SOCO Scale: A Measure of the Customer Orientation of Salespeople,” *Journal of Marketing Research*, 19, 343-351.
  71. Seo, K. Y.(2009), “A Study of the Effect of Job Satisfaction on Customer Orientation of Hotel Employees,” Unpublished Doctoral Dissertation, Kyonggi University, Suwon.
  72. Singh, J. and Rhoads, G. K.(1991), “Boundary Role Ambiguity in Marketing-Oriented Positions: A Multidimensional,

- Multifaceted Operationalization,” *Journal of Marketing Research*, 28, 328-338.
73. Spiro, R. L., & Weitz, B. A.(1990), “Adaptive Selling: Conceptualization, Measurement and Nomological Validity,” *Journal of Marketing Research*, 27(1), 61-69.
74. Weitz, B. A., Sujan, H. & Sujan, M.(1986), “Knowledge, Motivation, and Adaptive Behavior: A Framework for Improving Selling Effectiveness,” *Journal of Marketing*, 50(4), 174-191.
75. Yilmaz, Cengiz(2002), “Salesperson Performance and Job Attitudes Revisited: An Extended Model and Effects of Potential Moderators,” *European Journal of Marketing*, 36(11/12), 1389-1414.

## Abstract

### A Study on the Relation among MBTI Personality Types, Job Satisfaction, Customer Orientation, and Willingness to Change Job

Kang, Min-Jeong\* · Park, Ju-Sik\*\*

This study examined the relation between MBTI personality types and job satisfaction, job satisfaction's effect on the customer orientation and willingness to change job and MBTI personality types's moderating effect on the relation among job satisfaction customer orientation, willingness to change job.

Research results are as following. First, MBTI personality types didn't influence job satisfaction significantly. Second, job satisfaction affected customer orientation positively and willingness to change job negatively. Finally, MBTI personality type's moderating effect was analysed using Psychological Function and Attitude Index. Moderation effect of Psychological Function was significant only on the relation between job satisfaction and customer orientation. Moderation effect of Attitude Index was significant both on the relation between job satisfaction and customer orientation and the relation between job satisfaction and willingness to change job.

These results of current study can be useful to recruit, organize, educate life planners based on the personality types of MBTI. And the applicability of MBTI test will increase by using these results.

Key Words: MBTI Personality Types, Job Satisfaction, Customer Orientation, Willingness to Change Job, Moderating Effect

---

\* Ph.D Candidate, Business Consulting of Graduate School, Pusan National University(First Author), mini197009@hanmail.net

\*\* Associate Professor, School of Business, University of Ulsan(Corresponding Author), parkjsys@ulsan.ac.kr