

영업사원의 학습목표지향성, 창의성, 업무방법, 업무강도, 업무성과의 구조적 관계

The Structural Relationship among Learning Goal Orientation, Creativity, Working Smart, Working Hard, and Work Performance of Salespersons

김종윤
고려대학교

Jhong Yun Kim(joycello@hanmail.net)

요약

본 연구는 영업사원의 학습목표지향성, 창의성, 직무관련 행동인 업무방법과 업무강도, 그리고 업무성과에 대한 구조적 관계를 규명하고, 변인들 간에 직·간접적 효과를 확인함과 동시에 창의성과 학습목표지향성, 직무관련 행동, 업무성과의 영향을 구명하는 것을 연구 목적으로 하였다. 본 연구를 위해 588명의 다양한 산업군의 영업사원에게 온라인을 통하여 설문조사를 진행하였고, 연구결과는 다음과 같다. 먼저 변인간의 직접효과를 검증한 결과, 학습목표지향성은 창의성, 업무방법, 업무성과에, 창의성은 업무방법과 업무성과에, 업무방법은 업무성과에 정적으로 유의한 영향을 보였다. 그러나 업무강도는 어떤 변인과도 유의한 직접효과를 나타내지 않았다. 학습목표지향성과 업무성과와의 관계에서 창의성과 업무방법은 간접효과를 가지는 것으로 나타났다. 또한 학습목표지향성과 업무성과의 관계에서 창의성이 포함된 모형이 포함되지 않은 모형보다 매개효과가 더 큰 것으로 밝혀졌다. 이러한 연구결과를 바탕으로 창의성은 직무수행자 개인으로서 영업사원의 업무성과를 높이기 위해 지속적인 개발이 필요한 개인의 역량이라는 결론을 도출하였다.

■ 중심어 : | 영업사원 | 창의성 | 학습목표지향성 | 업무방법 | 업무강도 | 업무성과 |

Abstract

The purpose of this study is to specify a structural relationship among learning goal orientation(LGO), creativity, working smart, working hard, and work performance of salespersons, verify the direct and indirect effect of variables, and examine impacts of the five factors at the same time. Also, this carried out the study to understand the relationship between the salesperson's creativity and work performance. This study targeted for salespersons who were working in various industries and total 588 were participated via on-line. According to the study, the result is as follows. First of all, There are direct effects among LGO, creativity, working smart, and work performance. However, working hard didn't have any direct effect with any other variables. Creativity and working smart have indirect effects on the relationship between LGO and job performance. In addition, the mediating effect of the model with creativity was higher than that of the model without creativity. Therefore, creativity is an individual competency that should be continuously developed to improve the work performance of a salesperson.

■ keyword : | Salesperson | Learning Goal Orientation | Creativity | Working Smart | Working Hard | Work Performance |

1. 서론

빠르게 변화하는 경영 환경에서 기업의 경쟁 우위를 유지해줄 수 있는 가장 중요한 자원은 사람이다. 관련 기술은 매우 빠르게 변화, 발전하기 때문에 기업이 제품만을 가지고 경쟁사와의 차별화에 성공하는 것은 더욱 힘들어지고 있으며, 이런 상황에서 기술 자체보다는 이 모든 것을 움직이는 인적자원의 중요성이 더욱 강조되고 있다. 또한 기업이 새로운 기술의 제품과 서비스를 개발하였더라도 경쟁사가 매우 빠르게 비슷하거나 더 나은 제품과 서비스를 출시하여, 기업은 새로운 기술에 대한 경쟁력을 잃게 된다. 이런 경영환경에서 고객에게 제품과 서비스를 전달하는 영업사원의 역할은 더욱 중요해지고 있다. 제품과 서비스 개발에 몰두하던 회사들은 이제 영업사원을 통해 어떻게 자사의 제품과 서비스의 장점을 고객에게 잘 전달할 것인가에 대해 고민하고 있다.

기업의 전략과 제품이 아무리 훌륭하다 해도, 영업부서의 뛰어난 실행 없이는 시장에서 성공할 수 없다. 고객의 입장에서 영업사원은 기업을 대변하는 대표자가 되며, 기업의 입장에서 영업사원은 고객과의 대면 창구가 된다. 기업 이미지는 영업사원에 의해 투영되며, 이는 판매 성과와 매우 밀접한 관계를 갖는다[1]. 영업사원은 고객과의 접점에서 기업을 대표하는 역할을 수행하고, 고객의 필요와 요구를 파악하여 기업의 영업전략에 맞추어 대응하게 된다[2]. 그러므로 영업사원들의 업무성과는 직접적으로 기업의 성과에 영향을 미친다.

기업의 성과와 밀접한 연관이 있는 영업사원들의 업무성과를 증진시키기 위해 업무성과의 차이를 만드는 원인이 무엇인지 밝히기 위한 연구는 계속 진행되어 왔다. 대표적으로 Walker, Churchill과 Ford[3]의 연구에서는 영업사원의 성과를 결정하는 주요 요인으로 역할지각, 적성, 기술수준, 동기부여를 제시하였다. 또한 영업사원의 성과를 결정하는 요인에 대한 메타분석[4]에서 나이, 성별 등과 같은 개인적 요인, 기술수준, 업무관련 역할 인식, 성향, 동기부여 그리고 조직 및 환경요인이 영업사원의 성과에 영향을 준다는 결과가 도출되었다. 이와 더불어 영업사원의 업무관련 역할 인식과 관

련하여 역할 스트레스 요인인 역할갈등과 역할모호성이 업무성과에 직접적으로 영향을 미친다는 연구결과도 제시되었다[5].

Sujan, Weitz와 Kumar[6]는 영업사원의 목표지향성 내 학습목표지향성, 성과목표지향성, 직무관련 행동인 업무방법, 업무강도와 영업사원의 업무성과 간 인과관계에 대해 연구하였다. 이 연구에서 영업사원의 목표지향성 내 학습목표지향성과 성과목표지향성은 영업사원의 업무성과에 영향을 미치며, 영업사원의 태도인 업무방법과 업무강도는 학습목표지향성과 영업성과 사이의 매개변인으로서의 정적인 결과를 나타내었다. 그러나 성과목표지향성은 업무강도에만 영향을 미치는 것으로 밝혀졌다. 지금까지 진행되었던 영업사원 관련 연구들은 성과 부분에만 집중하였고, 업무성과 증진을 위해 성과목표지향성을 중점적으로 연구하였다면, 이 연구에서는 학습목표지향성이 영업사원의 업무성과를 높이는 데 매우 중요한 요인이라는 점을 밝혀내었다.

위의 Sujan 등[6]의 연구모형은 HRD 내 시스템이론으로도 접근할 수 있다. HRD에서 시스템 이론은 일반 시스템 이론(general system theory)을 의미하며, 이는 하나의 시스템을 투입 -> 과정 -> 결과 (Input -> Process -> Output)의 구성요소들 간의 화살표로 표현되는 인과관계를 나타낸다[7]. 직무수행자 개인으로서 영업사원을 하나의 시스템으로 본다고 가정할 때, 목표지향성 내 학습목표지향성은 투입요소, 업무방법과 업무강도는 과정요소, 그리고 업무성과는 직무관련 행위의 결과로 볼 수 있다.

시스템으로서 직무수행자 개인의 IPO (Input-Process-Output) 모형에서 투입부분을 좀 더 정교하게 연구하기 위해서는 투입요인인 개인의 역량을 짚어볼 필요가 있다. 역량이란 지식, 기술, 태도의 혼합을 통해 무엇인가를 할 수 있는 파워로 정의된다[8]. 개인의 역량은 개인의 직무관련 행동에 영향을 주며, 직무관련 행동은 업무성과로 연결된다[7].

Sujan 등[6]의 연구에서 학습목표지향성은 직무관련 행동인 업무방법과 업무강도를 높이며, 업무방법과 업무강도는 업무성과에 영향을 준다는 결과를 제시하였다. 학습목표지향성은 자기 자신의 능력을 향상시키고

자 하는 동기가 포함되어 있으며, 학습목표지향적인 사람들은 개인의 역량 향상에 초점을 맞춘다[9]. 이런 점에서 학습목표지향성과 직무관련 행동 사이에 개인의 역량이 두 변인의 관계를 좀 더 명확하게 설명해줄 수 있을 거라는 가정이 가능하다. 개인의 역량과 관련하여 성과에 직접적 영향을 주는 요인으로 가장 활발하게 연구되고 있는 분야 중 하나는 창의성이다[10].

IPO 모형 내 투입(Input)단계 변인인 개인의 역량으로서의 창의성은 과정(Process)단계 변인으로서의 개인의 직무수행 관련 행동인 업무방법과 업무강도에 영향을 줄 수 있다. Amabile[11]는 내적 동기부여를 창의성의 주요 요소로 보았다. 내적 동기부여는 행동결정변수로서 창의성이 좀 더 발전된 업무방법으로 일하게 하거나 과업수행을 끝까지 마칠 수 있게 하는 업무강도를 가질 수 있도록 하며, 업무성과에 직접적인 영향을 준다[9][12][13].

비록 창의성이 성과에 도움을 준다는 결과를 많은 연구들이 뒷받침하고 있으나, 영업사원의 업무성과와 관련한 창의성 연구는 좀 더 필요한 상황이다. 기업에서는 창의성에 대한 중요성을 강조하고 있으나 이는 제품 개발이나 기획부서 등 일부 부서에 해당되는 경우가 많다. 그러나 영업사원들은 언제나 거래처의 새로운 환경에 적응해야 하며, 고객의 다양한 요구를 처리해야 한다. 창의성을 바탕으로 영업사원들이 의사결정, 문제해결을 위해 새로운 아이디어를 제시하고 고객의 요구에 맞출 수 있다면 이를 통해 경쟁사와의 차별화에 성공할 수 있을 것이다. 그러므로 창의성은 치열한 경쟁 속에서 회사의 경쟁 우위를 높일 수 있는 영업사원의 중요한 역량이 될 수 있다.

만일 IPO 모형에서 개인의 역량 부분인 창의성 개발을 통해 기업에서 이 부분에 투자한 시간과 비용 이상의 효과를 영업사원의 업무성과 증진을 통해 만들어 낼 수 있다면 기업은 계속적으로 직원의 역량강화를 위해 투자를 지속할 것이다. 또한 기업이 창의적인 영업사원의 중요성을 인지한다면 영업사원 채용 시 창의성을 중요한 평가항목으로 정할 수 있으며, 창의성이 높은 인재를 다른 부서가 아닌 영업부서에 배치하는 것을 고려할 수 있다.

그러므로 본 연구에서는 Sujun, Weitz와 Kumar[6]의 연구를 바탕으로 개인의 역량 변인인 창의성을 추가하여 학습목표지향성, 창의성, 직무관련 행동인 업무방법과 업무강도, 그리고 업무성과에 대한 모형을 제시하고, 이 모형에 대해 구조적 관계가 성립하는지 실증적으로 검증하고자 한다. 이와 같은 연구 목적을 달성하기 위하여 본 연구는 ‘영업사원의 학습목표지향성, 창의성, 직무관련 행동인 업무방법과 업무강도, 그리고 업무성과에 대한 구조적 관계가 성립하는가?’와 ‘변인들간의 직·간접적 효과는 어떠한가, 창의성은 변인들과의 관계에 어떤 영향을 미치는가?’를 연구문제로 설정하였다.

II. 이론적 배경

1. 학습목표지향성

학습목표지향성은 목표지향성의 하위 요소 중 하나이며, 목표지향성은 1970 - 1980년대 교육 심리학자에 의해 새롭게 정립된 개념이다[14]. Eison[15]은 대학생을 대상으로 연구를 진행하여 학생들의 학업 성취동기를 설명하면서, 학생들이 무엇을 배우려고 하는 것에 목표를 두는 학습태도를 학습지향성이라 하였고, 반대로 학과점수를 높게 받으려고 하는 목표를 점수지향성이라고 이야기하였다. 같은 시기에 Nicholls[16]는 성취동기는 목표와 연계된 높은 과업을 정하는 것을 이끈다고 밝혔다. 그는 이 성취목표를 두가지 요소인 과업 관여와 자아 관여로 나누었다. Nicholls의 연구는 Dweck[17]의 학습지향성과 성과지향성으로 나뉘어지는 목표지향성의 개념화에 영향을 미쳤다. Dweck[17]은 학습목표지향성을 본인의 능력을 활용하기 위하여 새로운 기술의 학습을 통해 도전적이고 어려운 상황을 극복하고 자신의 능력을 개발하는 데에 초점을 두는 목표를 지향한다고 설명하였다. 반대로 성과목표지향성은 자신의 능력을 남들에게 보여주고 자신의 성취를 인정받으며, 타인으로부터 부정적인 평가를 회피하고자 하는 목표를 지향하는 것이라 정의하였다[17].

Ames[18]는 목표지향성을 개인이 일반적인 목표상황에서 가지게 되는 목표의 방향으로서 개인의 과제에

어떤 의미를 두고 목표를 추구하느냐와 관련된 개념이라고 정의하였으며, 학습지향성과 성과지향성을 목표지향성의 하위요소로 주장하였다. Farr 등[19]은 조직 내에서의 목표지향성에 대한 연구를 진행하였다. 그들은 성취 상황에서 어떻게 개인이 이해하고 반응하는 지에 대한 결정을 하는 정신적 틀로써 목표지향성을 바라보았으며, 학습지향성은 긍정적인 태도에 영향을 주며, 성과지향성은 부정적인 행동과 연관이 있다는 결론을 도출하였다[19].

VandeWalle[20]은 목표지향성을 학습지향성, 성과증명지향성, 성과회피지향성 이렇게 3부분으로 설명하고자 하였고, 학습목표지향성을 새로운 기술을 습득하고 새로운 상황을 숙지하고 개인의 능력을 개발하기 위해 스스로를 개발하고자 하는 바람이라고 정의하였다. VandeWalle 등[21]의 연구에서 학습목표지향성이 높은 사람은 다른 사람에게 신경 쓰기보다는 업무진행 시 새로운 지식을 학습하여 자신의 능력을 향상시키는데 초점을 맞추며, 자신의 능력을 향상시킬 수 있다면 실패 가능성이 높더라도 도전적인 과제를 선호한다고 설명하였다. 이처럼 목표지향성 내 학습목표지향성은 개인의 기질적인 특성으로서 목표설정, 업무성과, 학습, 피드백 추구행동 등 개인의 성과 및 행동에 중요한 영향을 미치는 것으로 밝혀졌다[14][19][21][22].

본 연구에서는 학습목표지향성 변인의 정의를 논문에 정확히 명시한 VandeWalle[20]의 연구를 활용하여 학습목표지향성이란 새로운 기술을 습득하고 새로운 상황을 숙지하고 개인의 능력을 개발하기 위해 스스로를 개발하고자 하는 바람으로 정의하고자 한다.

2. 창의성

창의성은 창의성을 연구하는 학자만큼 다양하게 정의를 내릴 수 있다. 다만 조직 내 영업사원을 연구하기 위한 조직행동론, 조직개발론과 연계된 창의성 연구의 대표 학자는 Amabile이며[23-26], 그녀의 정의는 조직과 관련한 창의성 이론에 토대가 되고 있다.

Amabile의 1982년 연구에서 창의성을 새롭고 유용한 아이디어의 창출로 소개하였다. 또한 그녀의 1988년 연구에서는 창의성을 제품, 서비스, 절차, 과정의 형태

내 새로운 아이디어를 만들 수 있는 능력으로 정리하였다. Amabile는 1996년의 연구에서 창의성 정의를 새롭고 유용한 제품, 업무, 서비스, 절차 관련 결과물이나 대답의 특성, 그 결과물이나 대답이 만들어지는 과정으로 정리하며, 결과물뿐만 아니라 과정이 창의성의 정의에 포함됨을 설명하였다.

Woodman 등[27]은 창의성을 복잡한 사회 시스템에서 사람들이 함께 일하면서 만들어내는 가치 있으며 유용한 것으로, 새로운 제품, 서비스, 아이디어, 프로세스를 만들어 내는 것이라고 설명하였다. 이들은 창의적인 행동이 조직구성원과 이들을 둘러싼 상황간의 상호작용을 통해서 나타난다고 이야기하였다. 이런 내용을 바탕으로 Woodman[28]은 창의성을 사회조직 내에서 개인의 업무에 의한 가치있고 유용한 신제품, 서비스, 아이디어 절차 또는 과정의 창조물로 정의하였다.

Ford[29]는 개인 또는 집단의 행동에 따른 산출물과 관련한 참신함과 가치에 대한 특정 내용과 주관적인 판단으로 창의성을 정의하였다. Oldham과 Cummings[30]는 창의성의 성과 측면에 초점을 맞추어 개인수준에서 산출된 유용한 제품, 아이디어, 공정으로 정의하였다. Sternberg와 Lubart[31]는 창의성을 경제학적인 입장에서 살펴보았는데, 그들은 창의성을 투자와 관련하여 큰 가능성이 있으나 널리 알려지지 않은 아이디어를 저렴하게 구입하여, 많은 위험을 감수하고 결국 새롭거나 적절하면서도 질이 높고 영향력의 범위가 넓은 산출물을 만들어 내어 비싸게 판매할 수 있는 의지와 능력으로 보았다.

Csikszentmihalyi[32]는 창의성을 현재 존재하는 영역에서 변화시키는, 또는 존재하는 영역에서 새로운 영역으로 변형하는 어떤 행동, 아이디어, 또는 산출물로 정의하였다. Plucker 등[33]은 창의성을 어떻게, 누가, 어디에서, 언제, 무엇을 만드는가 하는 것이며, 이를 바탕으로 창의성이란 개인이나 집단이 사회적 상황 속에서 정의되는 새롭고 유용하며 지각할 수 있는 산출물을 생산하는 적성, 과정과 환경의 상호작용이라고 정의하였다. Plucker와 Beghetto[34]는 창의성은 능력과 과정이 상호작용하는 것이며, 이를 통해 개인이나 조직은 사회적 구성 내에서 새롭고 유용한 결과물이나 산출물

을 창출한다고 정리하였다. 추가적으로 Pirola-Merlo와 Mann[35]은 창의성이란 새롭고 유용하고 가치있는 어떤 것이라는 판단이라고 개념을 정리하였다.

본 연구에서는 조직과 연계된 창의성의 대표학자인 Amabile가 그녀의 여러 연구[9][36][37]에서 제시한 창의성의 정의 중 창의성을 개인의 능력으로 바라본 1988년의 정의와 창의성을 결과물과 과정까지 포함하여 바라본 1996년의 정의를 활용하고자 한다. 이에 따라 본 연구에서의 창의성이란 새롭고 유용한 제품, 업무, 서비스, 절차 관련 결과물이나 대답의 특성, 그 결과물이나 대답이 만들어지는 과정이며, 새롭고 유용한 아이디어를 창출할 수 있는 능력으로 정의하고자 한다.

3. 직무관련 행동: 업무방법과 업무강도

영업직무와 관련한 행동은 개인이 그들의 목표달성을 위해 크게 두가지 방법을 가지는데, 그 두 가지 방법은 바로 노력의 방향과 노력의 강도이다[38]. Locke 등[39]은 목표 달성을 위해 노력을 증가하는 것뿐만 아니라 전략을 개발하고 계획을 수립해야 한다고 제안하였다. Sujun 등[6]은 영업사원의 직무관련 행동으로 업무방법(Working Smart)과 업무강도(Working Hard)를 제시하였다.

실제 영업업계에서는 업무방법- 어떻게 현명하게 일할 것인가-에 대한 정의를 일관되게 사용하지는 않았다[40]. 반면 1980년대부터 학계에서는 업무방법을 설명하기 위해 적응적 판매행동이라는 개념을 사용하기 시작하였다[41]. 적응적 판매행동은 영업사원이 각각의 고객의 필요와 요구에 메시지를 맞출 수 있게 하는 영업전략이며, 고객을 대상으로 판매활동을 할 때 고객에 맞게 판매접근을 변경하는 방식을 개발하고, 개발된 판매접근 방법을 판매상황에 적용하는 활동이다[40]. Spiro와 Weitz[41]의 연구에서의 적응적 판매행동은 잠재고객에 대한 정보를 수집하고, 판매전략을 개발하고 이와 관련한 메시지의 효과를 측정하고 수정하는 것이라 설명하였다. 그리고 Weitz[42]는 해당 제품과 서비스를 소개하는 과정에서 그들의 고객에게 맞추는 것은 영업사원만의 고유한 기회라고 주장하였다. 적응적 판매행동은 영업사원이 고객 개개인의 필요와 욕구에 맞

추어 각각 다른 내용을 전달하는 것을 가능하게 하며, 지식 수준을 높여 좀 더 효율적으로 업무를 수행하는 행동으로 발전시킬 수 있다[43].

업무방법은 영업사원의 적응적 판매 행동과 영업사원의 판매 관련 계획을 포괄하는 개념[4][44]이다. 그러므로 업무방법은 영업상황에 대한 지식을 발전시키고, 영업상황 내에서 지식을 유용하게 활용하기 위한 행동[6]으로 정리할 수 있다. Sternberg[45]는 어떤 특정 환경에서 어떤 행동을 하느냐에 따라 사람의 지성의 수준을 판단할 수 있다고 주장하였다. 높은 수준의 업무방법의 영업사원은 판매 계획과 연계하여 적절하게 영업 활동을 진행하고, 또한 계속해서 영업 관련 지식을 개발하고 활용하여 실행하고 있는 영업활동이 적절한지 고려하고, 변경해야 되는 상황이면 적절하게 영업 활동을 수정할 수 있게 된다[6].

업무방법이 어떤 방향으로 노력을 기울여야 하는지에 대한 내용이라면 업무강도(Working Hard)는 방향이 결정된 일에 쏟는 노력의 전체적인 양으로 표현할 수 있다[43]. Sujun 등[6]은 업무강도를 업무를 진행하는 데 들이는 전체적인 노력의 수준으로, Brown과 Peterson[46]은 판매관련 노력에 대해 업무를 완수하기 위한 힘, 에너지, 그리고 활동이라고 정의하였다.

Steers와 Porter[47]는 업무강도를 실패할 수 있는 상황임에도 불구하고 계속해서 노력하고, 일에 몰두하는 시간의 길이로 보았다. 영업사원은 부여받은 목표를 이루어 내기 위해 실패를 두려워하지 않고 계속해서 노력하는 끈기와, 설득하기 힘든 대상이라도 계속해서 목표 달성을 위해 노력하는 끈기로 그들의 업무강도를 파악할 수 있다.

본 연구에서는 직무관련행동인 업무방법과 업무강도에 대해 연구의 기본적 모형을 제시한 Sujun 등[6]의 정의를 따라 업무방법은 영업상황에 대한 지식을 발전시키고, 영업상황 내에서 지식을 유용하게 활용하기 위한 행동으로, 업무강도는 업무를 진행하는 데 들이는 노력의 수준으로 정의하고자 한다.

4. 업무성과

Swanson과 Holton[48]은 성과를 상품 또는 서비스의

형태 내 가치있고 생산적인 시스템의 산출물로 정의하였으며, 생산량, 시간, 품질 등으로 측정할 수 있다고 설명하였다. Boyatzis[49]는 성과란 직원들의 특정한 행동을 통해 직무에서 요구되는 특정 결과를 얻어내는 것으로 설명하였다. 또한 그는 효과적인 업무 성과가 회사의 정책과 절차, 그리고 조직 환경 상황 내에서 유지되고 일관되게 진행되어야 한다고 명시하였다. Williams와 Anderson[50]은 업무성과를 조직의 목적과 목표에 대해서 효율성과 효과성을 고려하는 개념으로, 직원의 효과적인 직무수행 능력이나 효율적인 업무처리 속도, 그리고 정확성과 같은 직무에 대한 성취도 또는 달성도로 보았고, 이를 바탕으로 업무성과를 공식적인 평가 시스템에서 인지되면서 직무기술서에 명시되어 있는 행동으로 이루어낸 결과로 업무성과를 표현하였다. Campbell 등[51]은 업무성과를 업무상 구체적으로 명시된 행동을 함에 있어 성취되는 결과라고 설명하였다. 그들은 성과(Performance)란 행동과 연결되어 있으며, 유효성(Effectiveness)은 성과에 대한 결과의 평가로, 그리고 생산성(Productivity)은 어느 수준의 효과를 달성하는 데 발생하는 비용에 대한 유효성 비율로 개념을 구분하여 설명하였다. Barbin과 Boles[52]는 업무성과가 업무지식, 고객관계, 친절한 행동, 동료관계 등과 같은 행위적 결과(behavioral outcome)로 구성되어 있다는 의견을 제시하였다. 한편 Motosidlo와 Van Scotter[53]는 업무성과를 조직에 의해 공식적으로 요구되는 결과와 행동으로 조직의 목표에 직접적인 영향을 미치는 것으로 정의하여 행동과 결과를 개념적 정의에서 동등하게 접근하였다. Riketta(2002)[54]는 직무 기술서에서 요구되는 행동으로 업무성과를 설명하면서 행동만을 가지고 업무성과의 개념적 정의를 내렸다.

업무성과를 결과물로만 접근하거나, 행동으로만 접근하는 관점으로 나누어 볼 때, 결과물로의 접근은 양적이라 측정이 용이하고 보다 구체적인 장점이 있으나, 결과물로 제시된 부분이 단지 평가대상자 개인에 의해서만 이루어졌다고 말하기가 힘들므로 개인의 업무성과를 알아보기에는 정확성이 떨어질 수 있다[55]. 행동으로의 접근은 다양한 부분에서의 업무성과를 평가할 수 있는 장점이 있으나, 업무성과를 평가하는 개인의

주관적 기준에 의존할 수밖에 없어 객관성과 구체적인 부분에 대해서는 단점을 가지고 있다[56].

위의 이유로 업무성과를 결과 또는 행동 한 부분만의 개념만으로 접근하는 것은 무리가 따른다. 따라서 본 연구에서는 각각의 단점을 보완하고자 업무성과를 행동을 통해 이루어진 결과라는 개념으로 접근하고자 한다. 행동을 통한 결과라는 개념으로 업무성과를 접근한 다양한 연구들 중[49-52] 업무성과에 대해 사전적인 의미를 따라 기본적인 개념을 제시하며, 성과와 행동에 대한 연계를 강조한 Campbell 등[51]의 정의를 바탕으로 연구를 진행하려 한다. 이에 따라 업무성과란 업무상 구체적으로 명시된 행동을 통해 성취되는 결과로 정의하고자 한다.

5. 연구변인들 간의 관계

HRD 관련 여러 이론적 모형은 시스템 이론에 기초하여 투입-과정-결과, 즉 IPO(Input- Process- Output)의 인과적 관계로 HRD의 요인을 설명하고 있다[7]. Swanson 등[48]은 모든 시스템이나 하부시스템 내에는 투입이 있고 이는 과정으로 처리되며 곧 산출물로 만들어지고, 이 것은 다시 투입되어 지속적인 피드백의 순환 관계를 만드는데, 이 관점을 ‘열린 시스템’이라고 명시하였으며, HRD 분야에서 개선해야 할 문제를 알고 그에 맞는 적절한 반응을 하기 위한 기초를 제시하는 개념으로 설명하였다. 시스템으로서의 직무 수행자 개인의 IPO 프로세스 중 투입에 해당되는 부분은 개인의 역량이며 이는 직무수행자의 업무수행 능력을 의미한다[7]. 투입단계에서 개인 역량을 설명할 수 있는 변인으로 학습지향성, 창의성을 제시할 수 있다. 그리고 업무방법과 업무강도는 과정요소, 그리고 업무성과는 직무관련 행위의 결과인 산출물로 볼 수 있다[7].

학습목표지향성과 창의성과의 관계는 많은 연구에서 정적인 결과를 보여주었다[9][12][57-59]. 학습목표지향성은 자기 자신의 능력을 향상시키고자 하는 동기가 포함되어 있으며, 새로운 지식 및 기술을 배우거나 개발하는데 초점을 두는 목표를 지향하는 것이므로 Amabile[60]에서 주장한 창의성의 세 가지 요소인 창의성 관련 기술과 업무분야 관련 기술, 그리고 업무동기

와 직접적 연관성을 확인할 수 있다. 학습목표지향성을 가지고 있는 사람들은 학습을 통해 자신의 역량을 향상시키고 새로운 것들을 이해하려는 경향이 있으며[71], 새로운 도전에 대해 긍정적인 태도를 취하고 노력을 성공과 실패에 대한 기준으로 여기고, 긍지와 만족을 성공적인 노력과 관련시키며 도전적인 과제를 선호하고 새롭게 도전하는 모험을 추구한다[18]. 이를 뒷받침할 수 있는 부분은 Sujun 등[6]의 연구에서 찾을 수 있는데, 학습목표지향성 수준이 높은 영업사원은 영업 관련 지식을 함양하고 전략 개발을 위해 지속적으로 학습 노력을 기울이게 되고 결과적으로 고객에게 적응적 영업 활동을 개발, 실행하는 창의성을 보인다는 결과를 내놓았다. Hirst 등[58]의 연구에서는 학습목표지향성이 팀의 학습 행동과 직원들의 창의성을 높인다는 것을 밝혀냈으며, Gong 등[9]은 학습목표지향적인 직원들이 역량향상에 초점을 두고 창의적인 과정 내에서 그들의 효능감을 유지한다는 결과를 발표하였다. Cheung[61]은 반도체 회사 직원들을 대상으로 한 연구에서 목표지향성이 창의성에 정적인 영향을 준다는 연구 결과를 제시하였으며, 국내에서는 배창권[12], 정대용과 김희숙[57]의 연구에서 학습목표지향성과 창의성과의 정적인 관계가 확인되었다.

학습목표지향성과 직무관련 행동인 업무방법과 업무강도와의 관계에 대해서 Sujun 등[6]은 학습목표지향성이 업무방법과 업무강도 모두에게 정적인 영향을 준다는 연구결과를 발표했다. 학습목표지향성이 높은 영업사원은 어려운 환경을 극복하고자 하는 의지를 보이고, 학습목표지향성은 영업사원이 그들의 영업전략을 변경하고자 하는 의지를 증가시킨다[18][62]. 또한 학습목표지향성을 가진 개인은 높은 성과를 위해 구체적인 목표 설정과 노력을 하게 된다[67].

학습목표지향성은 영업사원이 긴 시간동안 일하는 것을 동기부여시키는데, 이는 학습목표지향성이 영업사원들의 판매과정을 즐겁게 만들고, 그들이 어려움 때문에 감정적으로 변하지 않게 하며, 실패를 접하는 상황에서도 노력을 계속할 수 있게 만들기 때문이다[6]. Dweck과 Leggett[71]은 목표지향성 내 학습지향성이 판매원들의 의지를 향상시켜 그들의 판매전략을 변화

시키고 조직구성원들로 하여금 업무수행 과정을 즐기게 하여 장시간 일할 수 있도록 동기를 부여한다고 밝혔다. 박민혜 등[63]은 학습목표지향성과 업무방법에서 정적인 관계가 있음을 밝혔고, 유창조 등[64]은 학습목표지향성이 업무방법인 적응적 판매에 정적으로 영향을 준다는 연구결과를 발표했으며, 김규동 등[65]은 학습목표지향성과 업무강도 간에 정적인 관계가 있음을 제시하였다.

창의성과 직무관련 행동인 업무방법과 업무강도와의 관계와 관련하여 Basadur 등[66]은 창의적 사고를 갖추기 위한 교육을 받은 후 업무방법과 관련된 조직원의 확산적 사고와 관련된 태도가 개선되었다는 결과를 제시하였다. Amabile[11]는 창의성의 구성요소인 내적 동기부여가 잘 발휘될수록 자기주도성이 높아지고 직무를 좀 더 중요하게 인지하게 되므로 업무에 몰두하게 된다고 설명하였으며, Dweck과 Leggett[71]도 내적 동기부여는 조직구성원들이 장시간 일하게 한다고 주장하였다. 따라서 창의성과 직무관련 행동인 업무방법, 업무강도와의 정적인 관계를 유추할 수 있다.

업무성과는 학습목표지향성과 연관된 능력과 동기유발 변인을 영향을 받게 되며, 이를 통해 학습목표지향성과 업무성과 간의 정적인 관계를 유추할 수 있다. VandeWalle 등[67]은 학습목표지향성이 영업성과에 정적인 관계가 있다는 결과를 발표하였으며, Cellar 등[68]은 목표지향성과 성과간의 메타분석에서 학습목표지향성은 성과에 정적인 관계가 있다고 밝혔다.

창의성과 업무성과의 관계에 대해서는 여러 연구에서 정적인 결과를 보여주었다. Oldham과 Cummings[30]는 직원의 창의성과 업무성과 사이에 매우 유의한 연관이 있다는 연구결과를 발표하였다. Gong 등[9]의 연구에서는 창의성이 직원의 판매와 직속상사가 평가하는 업무 성과에 정적인 영향을 준다는 결과를 보였으며, 배창권[12]의 연구에서도 창의성이 업무성과에 정적으로 유의한 결과를 보였다. 손태원 등[13]의 연구에서는 창의성 경영이 경영성과 간에 높은 상호관련성이 존재하는 것으로 나타났다.

직무관련 행동과 업무성과와의 관계에 대해서도 여러 연구 결과를 찾을 수 있다. Franke와 Park[69]의 연

구에서 업무방법의 요소인 적응적 판매행동은 성과에 정적인 관계를 나타냈으며, Kara 등[70]의 연구에서도 적응적 판매 행동과 업무성과의 유의한 결과를 제시하였다. 김관영과 송성인[72]은 영업력 관리시스템이 성과를 증진시킨다는 결과를 발표하였다. 박민혜 등[63]도 업무방법과 업무성과가 매개변인인 관계품질을 통해 정적인 관계가 있음을 제시하였다. 이와 더불어 업무성과와 영업사원의 노력에 대한 연구 결과[6], 업무강도는 영업사원의 성과를 증진시킨다는 것을 밝혀냈고, Brown과 Peterson[46]의 연구에서는 영업사원의 노력이 영업성과를 증진시킨다고 제시되었다. Sujan 등[6], 유창조 등[64], 김규동 등[65]의 연구에서도 직무관련 행동인 업무방법과 업무강도 모두 업무성과와 정적인 관계가 있음을 증명하였다.

III. 연구방법

1. 연구모형

본 연구의 목적은 영업사원의 창의성, 직무관련 행동인 업무방법과 업무강도를 매개변인으로 하여 학습목표지향성과 업무성과와의 관계를 분석하는 것이다. 이러한 연구목적을 달성하기 위해 변인과 관련된 선행연구들을 분석하였고, 이를 토대로 아래와 같은 연구모형을 설정하였다.

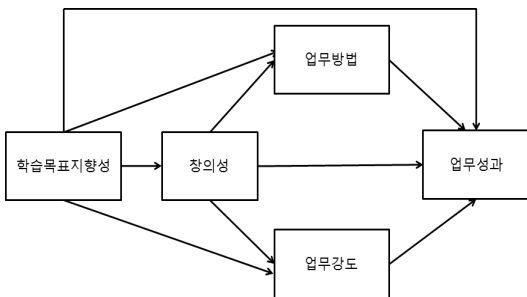


그림 1. 연구모형

2. 연구대상

본 연구에서는 연구모형을 검증하기 위하여 국내 기

업에서 영업 직무에 종사하는 영업사원을 대상으로 설문문을 진행하였다. 자료 수집은 2016년 9월 27일부터 10월 21일까지 온라인을 통한 설문조사로 이루어졌다. 답변이 접수된 설문지는 총 588부이었으며, 설문 중 일괄적으로 비슷하게 응답한 것 등 불성실한 응답한 설문과 이상치로 판정된 자료를 제외하고 총 500부가 분석에 사용되어 85%의 유효자료율을 보였다.

3. 측정도구의 구성

본 연구에서 활용된 측정도구는 인구통계학적 변인(성별, 연령, 근무연수, 직책, 학력)을 측정하는 문항과 연구모형에 포함된 변인을 측정하는 문항으로 구성되었다. 인구통계학적 변인과 관련된 설문 문항은 본 연구를 위해 개발되었으며, 연령과 총근속기간, 영업업무 근무기간의 경우는 개방형질문으로 구성되었다.

학습목표지향성 측정에 사용된 조사도구는 Dweck의 연구를 바탕으로 조직 내 목표지향성의 측정도구를 개발한 Button 등[73]의 연구 결과를 사용하였다. 이 도구는 김경은과 조성도[74] 및 김민정과 신유형[75]에 의해 활용되었으며, 8문항이 Likert 5점 척도로 제시되었다. 김경은과 조성도[74]의 선행연구에서 설문문항의 내적 일관성을 나타내는 Cronbach's α 계수는 0.880이었다. 본 연구에서의 학습목표지향성의 Cronbach's α 계수는 .833으로 나타났다.

창의성 측정에 사용된 조사도구는 Runco, Plucker와 Lim[76]이 개발한 RIBS(Runco Ideational Behavior Scale)를 활용하였다. Runco 등[76]은 창의성이 인지, 사회적, 감정적 행동의 중요한 부분이며, RIBS를 활용하여 행동을 통해 개인의 아이디어가 어떻게 만들어지고, 사용되는지 측정할 수 있다고 설명하였다. 이 조사 문항은 업무를 진행하는 동안 나타나는 행동에 초점을 두고 있어, 직무수행자 개인의 역량인 창의성을 행동을 통해 연구하는데 적합한 도구라 할 수 있다. RIBS는 23 문항으로 구성되어 있으며, Likert 5점 척도로 제시되었다. 본 연구에서는 이병희[77]에 의해 한글로 변환한 RIBS 조사문항을 사용하였고, 이병희[77]에서 사용된 RIBS의 Cronbach's α 계수는 .91이었다. 본 연구에서의 창의성 측정도구인 RIBS의 Cronbach's α 계수는 .888로

나타났다.

직무관련 행동인 업무방법과 업무강도 연구에 사용된 조사도구는 Sujun 등[6]에 의해 개발된 문항을 사용하였다. 이 도구는 업무방법 14문항, 업무강도 4문항, 총 18문항으로 구성되어 있으며 Likert 5점 척도로 제시되었다. Sujun 등[6]의 선행연구에서 설문문항의 내적 일관성을 나타내는 Cronbach's α 계수는 업무방법은 0.82, 업무강도는 0.68이었다. 본 연구에서의 업무방법의 Cronbach's α 계수는 .910(영업계획: .818 / 적응적 판매행동: .874)로, 업무강도는 .764로 나타났다.

본 연구에서는 여러 조직의 영업사원의 업무성과를 측정하기 위한 적절한 조사 방법으로 Behrman과 Perreault[78]가 제시한 본인평가 측정방법을 활용하였다. 또한 Sujun 등[6]은 그들의 연구에서 직속상사, 고객, 동료, 영업사원 본인에 의한 주관적 평가가 포함되어야 한다고 주장하였고, Behrman과 Perreault[78]의 문항을 바탕으로 직속상사, 고객, 동료에 관련한 문항을 추가하였다. 이에 따라 업무성과 측정도구는 Behrman과 Perreault[78]이 개발한 양적·질적 업무목표 달성 관련 5문항과 Sujun 등[6]이 추가한 주요거래처 파악 능력과 팀 목표 달성에 공헌에 대한 2문항을 더하여 7문항으로 구성되어 있으며, Likert 5점 척도로 제시되었다. Sujun 등[6]의 업무성과 문항의 Cronbach's α 계수는 0.91이었으며, 본 연구에서의 업무성과의 Cronbach's α 계수는 .847로 나타났다.

4. 자료수집 및 분석방법

조사 대상자의 구체적인 인구통계학적 특성은 다음의 [표 1]에 제시되어 있다. 500명의 평균 연령은 36.6세(sd=8.1)였으며, 평균 총근속기간은 8.3년(sd=4.8), 영업업무 평균 근무년수는 7.1년(sd=3.9)으로 다수의 응답자들이 영업 직무에서 본인의 업무 경력을 쌓은 것으로 예측할 수 있었다. 최종학력을 살펴보면 전문대졸 이상이 95%(n=475)를 차지하였으며, 직급별로는 사원 및 대리급이 전체의 66.4%(n=332)를 차지하였다.

이상의 표본을 기초로 본 연구에서는 SPSS 22.0과 AMOS 22.0을 이용하여 다음과 같은 통계분석을 실시하였다. 첫째, 일반적 특성을 알아보기 위하여 빈도분석

을 실시하였다. 둘째, 문항에 대한 신뢰도 검사를 실시하여 문항간의 신뢰도를 측정하여 예측가능성, 정확성 등을 살펴보았으며, 문항합산(Item Parceling)을 위해 주성분 분석을 진행하였다. 셋째, 확인적 요인분석을 통하여 측정변인의 적합도를 검증하고, 구조방정식을 실시하였다. 또한 변인들 간의 영향 관계를 알아보고자 공분산구조분석을 실시하였다. 가설적 경로모형의 적합도를 평가하기 위하여 모형적합성 판단 여부 기준으로 CFI(9 이상 좋은 적합도), TLI(9 이상 좋은 적합도), RMSEA(1 이하 보통 적합도) 적합도 지수를 활용하였다[79]. 홍세희[79]는 그의 연구에서 TLI, CFI, RMSEA가 다른 지수에 비해 바람직한 적합도의 기준을 대체로 만족시킨다고 설명하였다.

표 1. 연구대상자의 인구통계학적 특성

구분		빈도(명)	백분율(%)
성별	남자	122	24.4
	여자	378	75.6
연령	20대	121	24.2
	30대	208	41.6
	40대	145	29.0
	50대	26	5.2
총근속기간	5년미만	148	29.6
	5-10년미만	186	37.2
	10-15년미만	136	27.2
	15-20년미만	28	5.6
영업업무 근무년수	20년이상	2	0.4
	5년미만	147	29.4
	5-10년미만	271	54.2
	10-15년미만	71	14.2
최종학력	15-20년미만	9	1.8
	20년이상	2	.4
	고졸이하	25	5.0
	전문대졸	108	21.6
직급	대학졸	314	62.8
	대학원졸이상	53	10.6
	사원	155	31.0
	대리	177	35.4
합계	과장	91	18.2
	차장	57	11.4
	부장	20	4.0
합계		500	100.0

5. 조사도구의 타당도 검증

본 연구의 측정모형의 검증은 확인적 요인분석을 통

해서 이루어졌다. 측정모형 분석을 위해 잠재변인 중 단일 요인으로 구성된 학습목표지향성, 창의성, 업무성과 변인에 대해 문항합산(item parceling)기법을 활용하여 모형을 간소화하였다. 문항합산을 위해 내적 일관성 방법을 활용하여 주성분 분석을 실시하였고, 측정모형의 적합도 지수는 [표 2]와 같이 기준값보다 높게 나타나 모형의 적합도가 검증되었음을 알 수 있었다.

표 2. 확인적 요인분석 적합도 지수

χ^2	CFI (.9 이상 적합)	TLI (.9 이상 적합)	RMSEA (.1 이하 적합)
766.71	.932	.935	.073

다음으로는 모형의 타당성 분석을 위해 집중타당성과 판별타당성을 확인하였으며 결과값은 [표 3]과 같다. 모형의 표준화계수 확인 시 모두 .5 이상의 값을, 평균 분산추출지수(AVE)도 모두 .5 이상을, 표준화된 요인 부하량의 합의 제곱을 표준화된 요인부하량 합의 제곱과 오차분산의 합으로 나눈 값으로 계산하는 개념신뢰도도 모두 .7 이상의 값을 보여 집중타당성을 갖는다는 것이 확인되었다.

판별타당성의 검증을 위하여 평균분산추출지수(AVE)가 상관계수 제곱보다 모두 큰지 확인하였다. 모든 연구개념 간 상관계수의 제곱의 값(0.002 ~ 0.619)은 잠재변인 중 가장 낮은 평균분산추출지수인 .722보다 작은 것을 확인할 수 있었고, 모든 경우에서 잠재변인 각각의 평균분산추출지수가 잠재변인 간의 상관계수의 제곱 값보다 커서 측정변인들의 판별타당성을 갖는 것으로 나타났다.

IV. 연구결과

1. 주요변인 정규성 분석 및 상관관계 분석결과

본 연구의 측 본 연구에서 사용된 주요 변인들의 정규성 검정은 일변량 정규성 분석을 통해 진행하였으며, 정규성 항목 중 왜도와 첨도를 통해 파악하였다. 본 연구의 응답자료 정규성 검토 결과 왜도의 경우에 -.84~

-.20(절대값 2이하 적합), 첨도의 경우에 -.40~1.06(절대값 7이하 적합)으로 정규성에 문제가 없는 것으로 나타났다[80].

연구변인 간 상관관계 분석을 위하여 본 연구에서는 Karl Pearson의 적률상관계수를 사용하여 분석을 진행하였다. 관련변수의 상관관계 분석결과 업무성과는 [표 3]와 같이 학습목표지향성과 r=.783, 창의성과는 r=.600, 업무방법과는 r=.787으로 유의한 정적인 상관관계를 보였다(p<.001). 반면 업무강도와 업무성과의 상관관계는 유의하지 않은 결과가 제시되었다. 학습목표지향성은 창의성과 r=.663, 업무방법과는 r=.670의 유의한 결과를 나타내었다. 창의성과 업무방법도 r=.650의 유의한 상관관계가 제시되었다. 학습목표지향성, 창의성, 업무방법, 업무성과가 서로의 관계에서 유의하면서 정적인 상관관계를 보인 반면 업무강도는 어느 변인과의 유의하지 않은 결과를 나타내었다.

표 3. 주요변인의 상관관계

변인	AVE	개념 신뢰도	학습목표지향성	창의성	업무 방법	업무 강도	업무 성과
학습목표지향성	.724	.851	1				
창의성	.746	.868	.663***	1			
업무방법	.835	.894	.670***	.650***	1		
업무강도	.722	.849	-.042	-.016	-.003	1	
업무성과	.834	.926	.783***	.600***	.787***	-.044	1

***p<.001

2. 연구모형 분석

‘영업사원의 학습목표지향성, 창의성, 직무관련 행동인 업무방법과 업무강도, 그리고 업무성과에 대한 구조적 관계가 성립하는가?’는 연구문제를 검증하기 위해 먼저 대안모형(완전매개모형)과 본 연구에서의 제안모형(부분매개모형)을 경쟁모형으로 설정하여 모형의 적합도를 평가하였다. 이는 매개변인이 포함되어 있는 연구모형에 있어 가장 최적의 모형인지를 판단하기 위해서는 부분매개모형과 완전매개모형 간의 비교가 필요하다는 Kelloway[81]의 연구 결과에 따른 것이다. 부분매개모형과 완전매개모형의 적합도 지수는 [표 4]에 제시하였다. 분석결과, 부분매개모형의 경우에 $\chi^2=537.2$

(df=66, p<.001)로 유의하였으며 적합도 지수인 CFI=.880, TLI=.935, RMSEA=.073으로 대체적으로 적합도는 높게 나타났다. 부분매개모형에서 학습목표지향성이 업무성과에 미치는 영향을 제외한 완전매개모형 분석 결과, $\chi^2=725.9$ (df=69, p<.001) 적합도 지수는 CFI=.832, TLI=.779, RMSEA=.138였다. 적합도를 살펴보면 전반적으로 부분매개모형보다 완전매개모형이 낮은 적합도 지수를 보였다. 다음으로, 연구모형과 대안모형의 관계모형을 비교하기 위하여 두 모형 간 χ^2 값의 차이를 통해 모형 비교를 시도하였는데, 검증 결과 χ^2 값의 차이는 188.7로 자유도 3일 때 임계값인 7.82보다 크게 나타나 유의한 것으로 나타났다. 위의 결과를 바탕으로 본 연구에서의 제안모형인 부분매개모형의 구조적 관계가 성립되며, 경쟁모형인 완전매개모형보다 경험적 자료에 더 적합한 것으로 판명되었다.

표 4. 연구모형의 적합도 지수

모형	χ^2	df	CFI	TLI	RMSEA (90% CI)
부분매개	537.20	66	.880	.935	.073(.066~.101)
완전매개	725.90	69	.832	.779	.138(.129~.147)

3. 연구변인들 간의 관계 분석

‘영업사원의 학습목표지향성, 창의성, 직무관련 행동인 업무방법과 업무강도, 업무성과 변수들 간에 직접적 효과는 어떠한가, 창의성은 학습목표지향성, 직무관련 행동, 업무성과의 관계에 어떤 영향을 미치는가?’는 연구문제를 해결하기 위하여 다음과 같이 분석을 실시하였다.

먼저 주요 변인간의 직접효과가 어떠한지를 검증하기 위해 연구모형에 대한 경로계수(b), 표준화 경로계수(β), 표준오차(S.E.) 및 t-값(C.R.)을 산출하였으며, 결과는 [표 5]와 같다. 연구모형에서 제시한 변인과의 관계 중 학습목표지향성과 업무강도, 업무강도와 업무성과와의 관계를 제외하고는 모두 유의한 직접 효과가 있음이 밝혀졌다.

표 5. 주요변인 간 직접효과 분석 결과

경로	β	B	S.E	C.R.	p
창의성 ← 학습목표지향성	.756	.512	.067	7.658***	.000
업무방법 ← 창의성	.596	.981	.178	5.504***	.000
업무강도 ← 학습목표지향성	-.097	-.157	.086	-1.833	.067
업무방법 ← 학습목표지향성	.287	.320	.093	3.445***	.000
업무성과 ← 업무강도	.024	.007	.008	.932	.351
업무성과 ← 업무방법	.217	.099	.035	2.792**	.005
업무성과 ← 창의성	.152	.114	.069	1.965*	.048
업무성과 ← 학습목표지향성	1.139	.579	.084	6.897***	.000

*p<.05, **p<.01, ***p<.001

다음으로 영업사원의 학습목표지향성이 업무성과에 미치는 영향에서 창의성, 업무방법, 업무강도의 간접효과에 대한 유의확률을 구하기 위해 부트스트래핑(Bootstrapping)을 실시하였다. 학습목표지향성이 업무방법에 미치는 영향의 관계에서 창의성의 간접효과와 경우에 =.450로 유의한 영향을 미쳤다(p<.05). 창의성이 업무성과에 미치는 영향의 관계에서 업무방법의 간접효과와 경우에 =.129로 유의한 영향을 보였다(p<.05). 학습목표지향성이 업무성과에 미치는 영향의 관계에서 창의성과 업무성과, 업무강도의 간접효과와 경우에 =.047로 유의한 영향을 미치지 않는 것을 알 수 있었다. 위의 내용을 정리하면 다음 [표 6]과 같다.

표 6. 변인간 총효과, 직접효과, 간접효과

변인	총효과 (직접효과, 간접효과)			
	학습목표지향성	창의성	업무강도	업무방법
창의성	.756***			
업무강도	-.097 (-.117+.000)			
업무방법	.737* (.287***+.450*)	.596***		
업무성과	1.187* (1.139***+.047)	.261* (.152*+.129*)	.024	.217**

*p<.05, **p<.01, ***p<.001

학습목표지향성과 직무관련 행동, 업무성과 간의 관계에서 창의성의 영향을 측정하기 위하여 학습목표지향성-직무관련 행동-업무성과 모형과 학습목표지향성-창의성-직무관련 행동-업무성과 모형을 따로 설정하여 각각 모형의 학습목표지향성에서 업무성과로의 매개효과 크기를 확인하였다. 전단계에 진행한 연구모형

의 분석에서 업무강도가 포함된 경로는 유의한 결과가 나오지 않았으므로 직무관련 행동은 업무방법만을 가지고 분석을 진행하였다.

학습목표지향성과 업무성과 사이에서의 업무방법의 매개효과는 $\beta=.088$ 로 유의한 결과를 나타내었다($p<.05$). 이러한 결과는 영업사원의 학습목표지향성이 업무성과에 미치는 영향에서 창의성과 업무방법의 매개효과가 있음을 보여주는 것이다.

표 7. 학습목표지향성이 업무성과와의 관계에서 업무방법의 매개효과

경로	표준화 계수(β)	비표준화 계수(B)	p	95% 신뢰구간
업무성과 ← 업무방법 ← 학습목표지향성	.088	.044	.028*	.014~.084

다음으로는 학습목표지향성-업무방법-업무성과간의 모형에서 창의성을 추가하여 매개효과의 크기를 확인하고자 분석을 진행하였다. 분석 결과, 학습목표지향성이 업무성과에 미치는 영향의 관계에서 창의성과 업무방법의 간접효과의 경우에 $\beta=.243$ 으로 유의한 영향을 미쳐($p<.05$), 영업사원의 학습목표지향성이 업무성과에 미치는 영향에서 창의성과 업무방법의 매개효과가 있음을 밝혀졌다.

표 8. 학습목표지향성이 업무성과에 미치는 영향에서 창의성, 업무방법의 다중매개효과

경로	표준화 계수(β)	비표준화 계수(B)	p	95% 신뢰구간
업무성과 ← 창의성, 업무방법 ← 학습목표지향성	.243	.222	.024*	.043~.105

[표 7]과 [표 8]의 결과 비교 시 학습목표지향성-업무방법-업무성과의 매개효과 영향($\beta=.088$)보다는 창의성이 포함된 학습목표지향성-창의성-업무방법-업무성과의 매개효과 영향($\beta=.243$)이 훨씬 큰 것을 알 수 있었다. 그러므로 학습목표지향성과 업무성과의 관계를 설명하는 데 업무방법만을 매개변인으로 사용하는 것보다 창의성을 추가하여 모형을 설계하였을 때 매개효과를 더 높일 수 있음을 확인하였다.

V. 결론 및 제언

본 연구에서는 영업사원의 업무성과를 증진시키기 위해 학습목표지향성, 창의성, 직무관련 행동과 업무성과에 대한 모형을 설정하고 이를 실증적 자료에 근거하여 검증하고자 하였다.

기존의 연구들이 학습목표지향성과 창의성[9][12][57-59], 창의성과 업무성과[9][12][13], 업무방법과 업무성과[6][64][65][69][70], 업무강도와 업무성과[6][46][64][65]와 같이 두 개의 변인들 사이의 영향에 대해서만 연구가 진행되었던 것에 반해, 본 연구를 통하여 영업사원의 학습목표지향성, 창의성, 직무관련 행동인 업무방법과 업무강도, 그리고 업무성과에 대한 구조적 관계가 성립되는 것을 확인할 수 있었다. 또한 영업사원의 학습목표지향성, 창의성, 직무관련 행동인 업무방법과 업무강도, 업무성과 변수들 간에 직·간접적 효과는 어떠하며, 창의성은 학습목표지향성, 직무관련 행동, 업무성과의 관계에 어떤 영향을 미치는지에 대한 부분에 대해서도 변인들 간의 관계성이 검증되었으며, 이는 이론적 배경에 제시된 기존의 연구 결과와 일치하고 있다. 다만 업무강도에 대한 결과는 기존의 연구[6][46][64][65]와 맞지 않게 유의하지 않은 결과를 나타냈다. 또한 학습목표지향성-업무방법-업무성과의 관계에서 창의성 변인을 추가하였을 때 매개효과는 유의하였으며, 기존 모형보다 더 큰 매개효과를 보였다.

이러한 실증 분석 결과를 통해서 다음과 같은 결론을 제시할 수 있다.

첫째, 창의성은 직무수행자 개인으로서 영업사원의 업무성과를 높이기 위해 지속적인 개발이 필요한 개인의 역량이다. 빠르게 변화하는 시장환경에서 우수한 경쟁력을 갖추기 위하여 계속적으로 스스로를 개발하고자 하는 학습목표지향성과 고객의 필요와 요구에 메시지를 맞추어 현명하게 일하는 업무방법의 수준을 더욱 높이기 위해 창의성은 스스로 배우고 노력하는 영업사원들이 좀 더 발전된 직무관련 행동을 보일 수 있게 만든다.

둘째, 직무관련 행동 중 영업상황에 대한 지식을 발전시키고 영업상황 내에서 지식을 유용하게 활용하는

현명한 영업 관련 행동을 하게 하는 업무방법은 학습목표지향성, 창의성과 업무성취에 의해서 촉진된다. 그러나 또다른 직무관련 행동인 업무를 진행하는 데 들이는 노력의 수준인 업무강도의 역할은 본 연구에서 밝힐 수 없었다. 이는 본의의 의지로 현명하게 일하게 만드는 업무방법과 비교하여 타의에 의해 오랫동안 일할 수밖에 없는 회사 중심의 조직문화와 야근문화로 인해 업무강도가 증가하였기 때문이다. 만일 본인의 의지로 업무에 쏟는 노력이 증가되는 상황이라면 학습목표지향성, 창의성과 업무성취 간에서 업무강도가 중요한 역할을 할 수 있을 것이라 유추할 수 있다.

셋째, 영업사원의 창의성이 증진될수록 영업사원의 업무성취는 높아진다. 기업에서는 창의성을 강조하고 있지만 주로 기획과 개발에 관련된 일부 부서에 한정하여 접근하고 있다. 그러나 이 번 연구를 통해 영업사원의 창의성이 업무를 좀 더 현명하게 만들고 업무성취를 촉진한다는 것을 확인하였다. 그러므로 기업은 영업사원의 창의성 개발을 위해 지속적으로 투자를 할 필요가 있으며, 창의성이 높은 인력을 영업부서에 배치하는 것을 적극적으로 고려해야 한다.

본 연구에 대한 시사점은 다음과 같다. 먼저 이론적 측면에서 기존에 제시되었던 학습목표지향성, 직무관련 행동, 업무성취와의 모형을 HRD 내 시스템 이론을 기반으로 하여 창의성을 직무수행자 개인의 역량으로 보았으며, 창의성을 통한 투입 단계의 강화로 인해 과정 단계 변인인 직무관련 행동과 산출 단계 변인인 업무성취에 영향을 줄 수 있다는 부분을 실증적으로 밝혔으며, 영업사원의 창의성과 업무성취에 대해 선형 관계를 실증적으로 입증하였다는데 의의를 찾을 수 있다.

다음은 연구결과를 토대로 실무적 측면에서 어떻게 활용할 수 있을지에 대한 시사점이다.

첫째, 영업사원 채용 시 창의성을 기본직무능력으로 고려해야 한다는 점이다. 지금까지 영업부서의 특성상 창의성이 높은 인력보다는 대인관계, 커뮤니케이션 능력 등 다른 역량을 갖춘 인력에 우선순위가 있었다면, 이제는 창의성이 영업사원을 채용할 때 중요한 역량으로 자리매김해야 할 것이다. 이를 위해 창의성을 문제 해결능력과 연계하여 평가하는 방법이 제시된다면, 이

는 영업사원의 실무진행 능력과 밀접히 연관된 평가도구가 될 수 있을 것이다.

둘째, 창의성이 영업사원에게 중요한 역량이라는 부분에 대해 기업 내 임직원들의 공감대가 형성되어야 한다. 영업사원에게서 창의성이 매우 중요하고, 기업에서 집중적으로 개발하고자 하는 역량이라는 부분에 대해 기업 내 임직원들이 같은 생각을 가지는 것은 매우 중요하다. 이를 위해 인력개발팀에서는 영업사원의 역량 중 창의성의 중요성을 설명하는 시간을 먼저 임원들부터 가지고, 회사의 인재상에 대한 관점을 통일하는 과정을 거쳐야 한다. 임원들의 동의 후 팀장들에 대한 인식전환을 진행하여 팀 내 영업직원들을 관리하고 평가하는 부분에서 창의성을 어떻게 바라볼 것인가에 대해 회사 내 공감대가 만들어져야 할 것이다.

셋째, 기업 내 창의성이 중요한 영업사원의 역량이라는 공감대가 형성되었다면, 영업사원의 창의성 증진을 위한 지속적인 지원이 필요하다. 영업사원들의 역량강화교육은 주로 제품이나 영업활동에 관련된 내용에 국한되어 있는 경우가 많다. 그러나 영업사원의 창의성은 업무성취와 바로 직결되므로, 영업사원의 교육 프로그램에 창의성 개발을 추가 또는 강화해야 한다. 또한 창의성을 통해 업무방법을 새롭게 접근할 수 있는 기회를 제공하는 것도 창의성 증진에 도움이 될 것이다. HRD 솔루션으로서 직원들에게 현재의 업무방법을 창의적으로 새롭게 접근하여 좀 더 현명하게 고객의 문제를 해결할 수 있는 방법을 찾을 수 있는 기회를 주는 것이 필요하다. 더불어 창의성 역량강화를 위해서는 집체교육 등 교실에서 진행되는 수업뿐만 아니라 본인의 업무와 관련이 없는 곳에 대한 현장방문 등 다양한 방법을 시도할 수 있을 것이다.

넷째, 영업사원의 창의성 증진을 위해서는 업무시간 내에 여유를 가지고 고객에게 다양한 접근을 할 수 있는 준비시간이 필요하다. 자유로운 직장생활이 직원들의 창의성에 많은 도움이 된다는 것은 구글 등 IT 기업들의 근무환경을 통해 알 수 있다. 매일 아침 8시 30분에 팀장과 진행하는 영업회의가 아니라, 자유로운 분위기에서 새로운 경험을 할 수 있는 기회가 영업사원이 거래처에 대해 새로운 접근 방법을 개발하게 하고, 이

를 통해 업무성과를 높이는 계기를 만들 수 있다. 그러므로 영업사원의 출퇴근 시간과 거래처 방문횟수를 관리하는데 너무 많은 시간을 들이는 것보다는 거래처에 대한 새로운 접근방법에 대해 찾아보려는 영업사원의 노력을 독려하는 것이 더 중요할 것이다.

다섯째, 영업사원이 개인의 능력을 스스로 개발할 수 있는 기회를 주어야 한다. 개인이 스스로 학습목표지향성을 가지면 창의성이 증진되며, 이는 업무를 좀 더 현명하게 진행하게 만든다. 그러므로 HRD 관련 책임자는 각각의 교육 내용에 초점을 두기보다 영업사원이 스스로 본인을 개발하고자 하는 바람을 가지도록 독려하는 방법을 찾는 것이 중요할 것이다. 이는 위에서 언급한 근태 관리와도 연계된다. 영업사원의 업무시간을 관리하면 할수록, 스스로 본인이 무엇인가를 해보고자 하는 주인의식은 줄어들게 된다. 계획된대로 거래처 방문만 열심히 하는 영업사원이 칭찬받는 것보다는 거래처별로 새로운 방법을 시도해보는 영업사원에 대해서도 높게 평가해주는 분위기가 필요하다. 실제 영업팀장에게는 새로운 방법으로 영업을 접근하겠다는 팀원의 제안이 즐겁게만 들릴 수는 없다. 하지만 영업사원이 스스로 만들어서 제시한 계획에 대해 기업에서 인정해주고, 실행될 수 있도록 승인 절차를 지지해주는 과정을 통하여, 영업사원은 기업이 원하는 인재로 성장해 나갈 수 있을 것이다.

참 고 문 헌

- [1] 최낙환, “판매원의 고객 지향성에 대한 조직몰입과 적응성의 매개적 역할,” 마케팅 연구, 제12권, 제2호, pp.43-65, 1997.
- [2] 문충태, *영업사원의 직무성과, 직무스트레스와 이직의도 간의 인과관계에 대한 실증적 연구*, 박사학위논문, 인하대학교, 2008.
- [3] Walker, Churchill, and Ford, “Motivation and performance in industrial selling: present knowledge and needed research,” *Journal of Marketing Research*, pp.156-168, 1977.
- [4] Churchill, Ford, Hartley, and Walker, “The determinants of salesperson performance: A meta-analysis,” *Journal of Marketing Research*, Vol.22, pp103-118, 1985.
- [5] Singh, Verbeke, and Rhoads, “Do organizational practices matter in role stress processes? A study of direct and moderating effects for marketing-oriented boundary spanners,” *The Journal of Marketing*, Vol.60, No.3, pp.69-86, 1996.
- [6] H. Sujana, B. Weitz, and N. Kumar, “Learning orientation, working smart, and effective selling,” *The Journal of Marketing*, Vol.58, pp.39-52, 1994.
- [7] 권대봉, 조대연, *HRD Essence: 시스템접근기반*, 박영사, 2013.
- [8] 조대연, “교사 발달단계별 직무역량 요구분석: 서울초등교사를 대상으로,” *한국교육연구*, 제12권, 제4호, pp.1-17, 2009.
- [9] Gong, Huang, and Farh, “Employee learning orientation, transformational leadership, and employee creativity: The mediating role of employee creative self-efficacy,” *Academy of management journal*, Vol.52, No.4, pp.765-778, 2009.
- [10] 차동욱, 김정식, “중간관리자의 임파워링 리더십과 직무몰입, 조직몰입, 조직시민행동간의 관계,” *조직과 인사관리연구*, 제35권, 제1호, pp.171-198, 2011.
- [11] T. Amabile, “A model of creativity and innovation in organizations,” *Research in Organizational Behavior*, Vol.10, No.1, pp.123-167, 1988.
- [12] 배창권, *개인창의성이 영업성과에 미치는 영향에 관한 연구*, 한국방송통신대학교, 석사학위논문, 2003.
- [13] 손태원, 홍길표, 정명호, 김영수, “창의성경영의 구성차원과 영영성과와의 관련성에 관한 탐색적 연구,” *조직과 인사관리연구*, 제26권, 제3호, pp.273-301, 2002.
- [14] S. Payne, S. Youngcourt, and J. Beaubien, “A meta-analytic examination of the goal

- orientation nomological net,” *Journal of Applied Psychology*, Vol.92, No.1, pp.128-150, 2007.
- [15] J. A. Eison, *The development and validation of a scale to assess different student orientations towards grades and learning*, Unpublished doctoral dissertation, University of Tennessee, Knoxville, 1979.
- [16] J. Nicholls, “The development of the concepts of effort and ability, perception of own attainment, and the understanding that difficult tasks require more ability,” *Child Development*, Vol.49, pp.800-814, 1978.
- [17] C. Dweck, “Motivational processes affecting learning,” *American psychologist*, Vol.41, No.10, pp.1040-1048, 1986.
- [18] C. Ames, “Classrooms: Goals, structures, and student motivation,” *Journal of Educational Psychology*, Vol.84, No.3, pp.261-271, 1992.
- [19] J. Farr, D. Hofmann, and K. Ringenbach, *Goal orientation and action control theory: Implications for industrial and organizational psychology*, in C. Cooper and I. Robertson (Eds.), *International review of industrial and organizational psychology*, pp.193-232, New York, NY: Wiley, 1993.
- [20] D. VandeWalle, “Development and validation of a work domain goal orientation instrument,” *Educational and Psychological Measurement*, Vol.57, pp.995-1015, 1997.
- [21] D. VandeWalle, W. Cron, and J. Slocum, “The role of goal orientation following performance feedback,” *Journal of Applied Psychology*, Vol.86, No.4, pp.629-640, 2001.
- [22] 최병권, 전재욱, 원지현, 문형구, “목표지향성, 상사부하 교환관계, 부하 신뢰성 인식이 상사의 부하로부터의 부정적 피드백추구행동에 미치는 영향,” *인사·조직연구*, 제19권, 제4호, pp.93-142, 2011.
- [23] Cocco and Quittainah, “Creativity versus innovativeness: Exploring the differences between the two constructs may lead to greater innovation in large firms,” *International Journal of Business and Management*, Vol.10, No.11, pp.83-93, 2015.
- [24] Liu Liu and Geng, “Emotional labor strategies and service performance: The mediating role of employee creativity,” *The Journal of Applied Business Research*, Vol.29, No.5, pp.1583-1596, 2013.
- [25] Munoz-Doyague and Nieto, “Individual creativity performance and the quality of interpersonal relationships,” *Industrial Management & Data Systems*, Vol.112, No.1, pp.125-145, 2012.
- [26] Sousa and Coelho, “From personal values to creativity: evidence from frontline service employees,” *European Journal of Marketing*, Vol.45, No.7/8, pp.1029-1050, 2011.
- [27] R. Woodman, J. Sawyer, and R. Griffin, “Toward a theory of organizational creativity,” *Academy of Management Review*, Vol.18, No.2, pp.293-321, 1993.
- [28] R. Woodman, *Managing creativity*, In C. Ford and D. Gioia(Eds.), *Creative action in organizations: Ivory tower visions and real world voices*, pp.12-49, Thousand Oaks, CA: Sage, 1995.
- [29] C. Ford, *Creativity is a mystery: Clues from the investigators' notebooks*. In C. Ford and D. Gioia(Eds.), *Creative action in organizations: Ivory tower visions and real world voices*, pp.12-49, Thousand Oaks, CA: Sage, 1995.
- [30] G. Oldham and A. Cummings, “Employee creativity: Personal and contextual factors at work,” *Academy of management journal*, Vol.39, No.3, pp.607-634, 1996.
- [31] R. Sternberg, and T. Lubart, “Investing in

- creativity,” *American psychologist*, Vol.51, No.7, pp.677-688, 1996.
- [32] M. Csikszentmihalyi, *Implications of a systems perspective for the study of creativity*, in R. J. Sternberg(Eds.). *The Handbook of creativity*, pp.313-335, New York, NY: Cambridge University Press, 1999.
- [33] J. Plucker, R. Beghetto, and G. Dow, “Why isn’t creativity more important to educational psychologists? Potential, pitfalls, and future directions in creativity research,” *Educational Psychologist*, Vol.39, pp.83-96, 2004.
- [34] J. Plucker and R. Beghetto, *Why creativity is domain general, why it looks domain specific, and why the distinction does not matter*, In R. J. Sternberg, E. L. Grigorenko & J. L. Singer(Eds.), *Creativity: From potential to realization*, pp.153-167, Washington, DC: American Psychological Association, 2004.
- [35] A. Pirola-Merlo and L. Mann, “The relationship between individual creativity and team creativity: aggregating across people and time,” *Journal of Organizational Behavior*, Vol.25, pp.235-257, 2004.
- [36] T. Amabile, “Social psychology of creativity: A consensual assessment technique,” *Journal of Personality and Social Psychology*, Vol.43, pp.997-1013, 1982.
- [37] T. Amabile, *Creativity in context: Update to the social psychology of creativity*, Boulder, CO: Westview Press, 1996.
- [38] C. Carver and M. Scheier, *Attention and self-regulation: A control theory approach to human behavior*, NY: Springer-Verlag, 1981.
- [39] E. Locke, K. Shaw, L. Saari, and G. Latham, “Goal setting and task performance: 1969-1980,” *Psychological Bulletin*, Vol.27, pp.125-152, 1981.
- [40] Weitz, Sujana, and Sujana, “Knowledge, motivation, and adaptive behavior: A framework for improving selling effectiveness,” *The Journal of Marketing*, Vol.50, pp.174-191, 1986.
- [41] R. Spiro and B. Weitz, “Adaptive selling: Conceptualization, measurement, and nomological validity,” *Journal of Marketing Research*, Vol.27, No.1, pp.61-69, 1990.
- [42] B. Weitz, “Effectiveness in sales interactions: a contingency framework,” *Journal of Market*, Vol.45, No.1, pp.85-103, 1981.
- [43] H. Sujana, “Smarter versus harder: An exploratory attributional analysis of salespeople’s motivation,” *Journal of Marketing Research*, Vol.23, No.1, pp.41-49, 1986.
- [44] E. Fang, R. Palmatier, and K. Evans, “Goal-setting paradoxes? trade-offs between working hard and working smart: The United States versus China,” *Academy of Marketing Science*, Vol.32, No.2, pp.188-202, 2004.
- [45] R. Sternberg, *Beyond IQ: A triarchic theory of human intelligence*, New York, NY: Cambridge University Press, 1985.
- [46] S. Brown and R. Peterson, “The effect of effort on sales performance and job satisfaction,” *The Journal of Marketing*, Vol.58, pp.70-80, 1994.
- [47] R. Steers and L. Porter, “Work and motivation: Some concluding observations,” *Motivation and work behavior*, Vol.1991, pp.573-582, 1991.
- [48] R. Swanson and E. Holton, *Foundation of human resource development*, San Francisco, CA: Berrett-Koehler, 2001.
- [49] R. Boyatzis, *The competent manager: A model for effective performance*, New York, NY: John Wiley & Sons, 1982.
- [50] L. Williams and S. Anderson, “Job satisfaction and organizational commitment as predictors of organizational citizenship and in-role behaviors,” *Journal of Management*, Vol.17,

- No.3, pp.601-617, 1991.
- [51] J. Campbell, McCloy, Oppler, and Sager, *A theory of performance. Personnel selection in organizations*, NY: Jossey-Bass, 1993.
- [52] B. Babin and J. Boles, "Employee behavior in a service environment: A model and test of potential differences between men and women," *The Journal of Marketing*, Vol.1998, pp.77-91, 1998.
- [53] S. Motowidlo and J. Van Scotter, "Evidence that task performance should be distinguished from contextual performance," *Journal of applied psychology*, Vol.79, No.4, p.475, 1994.
- [54] M. Ricketta, "Attitudinal organizational commitment and job performance: A meta-analysis," *Journal of organizational behavior*, Vol.23, No.3, pp.257-266, 2002.
- [55] Cravens, Ingram, LaForge, and Young, "Behavior-based and outcome-based salesforce control systems," *The Journal of Marketing*, Vol.57, No.4, pp.47-59, 1993.
- [56] R. Oliver and E. Anderson, "An empirical test of the consequences of behavior-and outcome-based sales control systems," *The Journal of Marketing*, Vol.58, No.4, pp.53-67, 1994.
- [57] 정대용, 김희숙, "변혁적 리더십이 창의성에 미치는 영향에 관한 연구," *한국인사관리학회 학술대회 발표논문집*, pp.243-257, 2011.
- [58] Hirst, Van Knippenberg, and Zhou, "A cross-level perspective on employee creativity: Goal orientation, team learning behavior, and individual creativity," *Academy of management journal*, Vol.52, No.2, pp.280-293, 2009.
- [59] O. Janssen and N. Van Yperen, "Employees' goal orientations, the quality of leader-member exchange, and the outcomes of job performance and job satisfaction," *Academy of management journal*, Vol.47, No.3, pp.368-384, 2004.
- [60] T. Amabile, "The social psychology of creativity: A componential conceptualization," *Journal of personality and social psychology*, Vol.45, No.2, pp.357-376, 1983.
- [61] S. Y. Cheung, *Refinement or breakthrough? The link between goal orientation, employee learning, creativity and job performance*, Unpublished doctoral dissertation, The Hong Kong University of Science and Technology, Hong Kong, 2011.
- [62] C. Ames and J. Archer, "Achievement goals in the classroom: Students' learning strategies and motivation processes," *Journal of Educational Psychology*, Vol.80, No.3, pp.260-267, 1988.
- [63] 박민혜, 박정은, 박준엽, "효율적인 영업 방식이 거래 관계의 질과 영업성과에 미치는 영향: 고객 지향성과 학습지향성을 중심으로," *마케팅관리연구*, 제19권, 제4호, pp.63-78, 2014.
- [64] 유창조, 윤동기, 여준상, "영업사원의 개별특성, 판매행동양식, 영업성과에 관한 구조적 모형," *마케팅연구*, 제23권, 제1호, pp.1-21, 2008.
- [65] 김규동, 김정래, 이우철, "영업사원의 영업성과 영향요인에 관한 연구: 의료기 영업사원을 대상으로," *한국전자통신학회논문지*, 제7권, 제6호, pp.1545-1552, 2012.
- [66] Basadur, Wakabayashi, and Graen, "Individual problem solving styles and attitudes toward divergent thinking before and after training," *Creativity Research Journal*, Vol.3, No.1, pp.22-32, 1990.
- [67] D. VandeWalle, S. Brown, W. Cron, and J. Slocum, "The influence of goal orientation and self regulation tactics on sales performance: A longitudinal field test," *Journal of Applied Psychology*, Vol.84, pp.249-259, 1999.
- [68] Cellar, Stuhlmacher, Young, Fisher, Adair, Haynes, Twichell, Arnold, Royer, Denning, and Riester, "Trait goal orientation, self-regulation, and performance: A meta-analysis," *Journal of*

- Business and Psychology, Vol.26, pp.467-483, 2011.
- [69] G. Franke and J. Park, "Salesperson adaptive selling behavior and customer orientation: a meta-analysis," *Journal of Marketing Research*, Vol.43, No.4, pp.693-702, 2006.
- [70] Kara, Andaleedb, Turan, and Cabuk, "An examination of the effects of adaptive selling behavior and customer orientation on performance of pharmaceutical salespeople in an emerging market," *Journal of Medical Marketing*, Vol.13, No.2, pp.102-114, 2013.
- [71] C. Dweck and E. Leggett, "A social-cognitive approach to motivation and personality," *Psychological Review*, Vol.95, No.2, pp.256-273, 1988.
- [72] 김판영, 송성인, "호텔에서의 영업력 관리시스템과 직무태도, 성과와의 영향관계," *한국콘텐츠학회논문지*, 제8권, 제7호, pp.233-242, 2008.
- [73] S. Button, J. Mathieu, and D. Zajac, "Goal orientation in organizational research: A conceptual and empirical foundation," *Organizational behavior and human decision processes*, Vol.67, No.1, pp.26-48, 1996.
- [74] 김경은, 조성도, "서비스 종업원의 목표지향성과 고객지향성이 감정노동과 직무만족에 미치는 영향," *마케팅논집*, 제21권, 제1호, pp.1-21, 2013.
- [75] 김민정, 신유형, "팀 목표 지향성과 팀 조직시민 행동 간 관계에 대한 팀 효능감의 매개 효과," *기업경영연구*, 제20권, 제5호, pp.175-193, 2013.
- [76] M. Runco, J. Plucker, and W. Lim, "Development and psychometric integrity of a measure of ideational behavior," *Creativity Research Journal*, Vol.13, No.3&4, pp.393-400, 2001.
- [77] 이병희, *창의적 행동의 영역일반 구조모형 검증*, 한국교원대학교, 박사학위논문, 2008.
- [78] D. Behrman and W. Perreault, "Measuring the performance of industrial salespersons," *Journal of Business Research*, Vol.10, No.3, pp.355-370, 1982.
- [79] 홍세희, "구조 방정식 모형의 적합도 지수 선정 기준과 그 근거," *Korean Journal of Clinical Psychology*, 제19권, 제1호, pp.161-177, 2000.
- [80] P. Curran, S. West, and J. Finch, "The robustness of test statistics to nonnormality and specification error in confirmatory factor analysis," *Psychological methods*, Vol.1, No.1, pp.16-29, 1996.
- [81] E. Kelloway, *Using LISREL for structural equation modeling: A researcher's guide*, London: Sage, 1998.

저자 소개

김종윤(Jhong Yun Kim)

정회원



- 1998년 2월 : 고려대학교 가정교육학과(가정학사)
 - 2006년 5월 : Washington University in St. Louis, Olin Business School(경영학석사)
 - 2017년 2월 : 고려대학교 교육학과 HRD 및 성인계속교육학(교육학박사)
 - 1997년 ~ 2004년 : Procter & Gamble Korea, Customer Marketing Manager
 - 2006년 ~ 2009년 : Johnson & Johnson Vision Care Korea, Trade Marketing Manager
 - 2010년 ~ 2015년 : Alcon Korea, a Novartis Company, Marketing Manager
 - 2015년 ~ 2017년 : BAYADA Korea Home Health Care, Chief Operating Officer
 - 2015년 ~ 현재 : 우송대학교 호텔관광경영학과 겸임 교수
 - 2017년 ~ 현재 : 고려대학교 BK21Plus 아시아에듀 허브사업단 연구교수
- <관심분야> : HRD, 성인계속교육, 의료교육