

감성지능과 보험설계사의 영업성과에 관한 소고*

A Note: Emotional Intelligence and Performance of Solicitors

오 기 석**

Oh Ki-seok

우 승 찬***

Woo Seung-Chan

보험설계사가 수행하는 업무의 특성과 감성지능(emotional intelligence)이 밀접하게 연결되어 있다는 실무자들과의 그룹인터뷰 결과에 착안하여 본 연구에서는 감성지능이 보험설계사의 영업성과에 미치는 영향을 실증적으로 고찰했다. 구체적으로는 자기감정인식능력, 타인감정인식능력, 자기감정조절 및 활용능력, 타인감정조절 및 활용능력 등 감성지능의 구성요인들이 보험설계사의 영업성과에 미치는 영향을 개별적·종합적으로 고찰했다. 효율적인 연구수행을 위하여 감성지능을 이론적 측면에서 고찰한 후 고찰내용을 토대로 가설을 설정했으며 측정변수선정, 자료수집, 신뢰성분석, 타당성분석 및 가설검정 등 일련의 과정을 통하여 실증분석을 수행했다. 실증분석결과에 의하면 감성지능을 구성하는 제 요인들 중 타인감정인식만이 통계적으로 유의한 수준에서 보험설계사의 영업성과에 영향을 미치는 것으로 나타났다.

※국문 색인어 : 감성지능, 보험설계사 영업성과

I. 서론

1990년대 이후 본격적으로 추진되고 있는 금융의 자유화·국제화는 우리나라 금융산업에 광범위한 영향을 미쳐왔으며 향후에도 이러한 추세는 지속될 것으로 예상된다. 보험산업의 경우도 예외는 아니며 특히 보험마케팅에 미치는 영향은 매우 심각하다 하겠다. 보험설계사의 대량도입과 연고판매로 요약될 수 있는 보험산업의 전통적인 보험마케팅전략은 보험산업

* 보험개발원의 연구지원을 받은 논문임.

** 초당대학교 기업경영학과 조교수(e-mail: ksoh@chodang.ac.kr)

*** 광주은행 책임연구원(e-mail: winchan@dreamwiz.com)

의 양적성장에 기여한 바가 크지만 대량탈락, 비전업화, 비전문화, 보험마케팅의 생산성저하 등 질적 측면에서 심각한 문제점들이 수반되었으며 금융자유화·국제화의 진전으로 이러한 문제점들이 더욱 악화되었다는 것이 보험학자·전문가들의 공통된 견해이다. 또한 방카슈런스의 도입, 보험설계사 노조의 이슈화, 보험설계사의 불완전 판매에 대한 책임의 이슈화 등 최근의 변화들을 고려할 때 우리나라 보험회사들은 마케팅측면에서 심각한 위기국면에 처해 있다고 보아야 할 것이다.

이러한 엄연한 현실을 인식한 보험회사들은 TM, CM, 제휴판매 등 신 보험마케팅채널의 적극적인 도입을 통하여 자구책을 강구하고 있다. 또한 보험설계사채널의 슬림화·정예화를 통하여 보험설계사의 영업성과를 극대화하기 위한 다양한 전략을 수립·시행하고 있다. 구체적으로 보험설계사를 대량으로 도입하던 전통적인 마케팅전략에서 소수정예를 선별적으로 위촉하는 전략으로 전환하고 있으며 기존 보험설계사의 경우도 지속적인 선별해촉을 통하여 슬림화·정예화를 시도하고 있다. 또한 기존 보험설계사를 개인대리점이나 직원으로 전환시키는 한편 보험설계사채널을 관리하던 내근직원과 보험설계사조직을 패키지 묶어서 법인대리점으로 아웃소싱하는 정책도 시행하고 있다. 이러한 현실을 감안할 때 보험설계사의 영업성과에 관한 연구의 필요성은 아무리 강조해도 지나치지 않을 것이다.

보험설계사의 영업성과와 관련된 선행연구는 과거에는 실무측면에서 접근한 연구가¹⁾ 주종을 이루었지만 최근에는 학술적인 연구도²⁾ 활발하게 이루어지고 있다. 선행연구에서 제시된 보험설계사의 영업성과에 영향을 미치는 요인들은 크게 회사외적(外的) 요인, 회사요인, 영업소요인 및 개인특성요인으로 분류할 수 있다. 구체적으로 선행연구에서 회사외적요인은 사회문화적요인, 경제적요인 및 산업요인으로 세분화되어 고찰되었으며 회사요인은 다시 상품요인, 가격요인, 마케팅정책요인 및 회사이미지로 세분화하여 분석되었다. 또한 지역특성요인, 영업소장의 개인특성요인 및 영업소운영요인으로 세분화된 영업소요인에 대한 연구결과도 보고되었다. 개인특성요인은 도덕성요인, 동기요인, 태도요인, 지적능력요인, 행동요인, 직장만족요인, 스트레스요인, 인구통계적 요인 등 다양한 측면에서 분석이 시도되었다.

보험설계사가 수행하는 업무의 특성과 감성지능(emotional intelligence)이 밀접하게 연결되어 있다는 실무자들과의 그룹인터뷰 결과³⁾에 착안하여 본 연구에서는 감성지능이 보험설계사의 영업성과에 미치는 영향을 실증적으로 고찰하고자 한다. 구체적으로는 자기감정인

1) 실무적인 측면에서 접근한 대표적인 연구로는 김규승외(1997), 대한손해보험협회 기획부 (1997), 백강현(1997), 정홍주(2000), 최종원외(1997), 최홍식외(2000) 등을 들 수 있다.

2) 학술적인 측면의 대표적인 선행연구로는 김정동(2002), 박홍식(1998), 양희산(1998, 1991), 오기석외(1999, 2001, 2002), 최형천(2000) 등을 들 수 있다.

3) 본 논문의 초기단계에서 수행한 영업실무자들과의 그룹인터뷰에서 실무자들은 다음과 같은 이유로 보험설계사의 업무와 감성지능이 밀접하게 연결되어 있다는 견해를 피력했다.

- 보험설계사의 업무 중 고객과의 대인업무가 중요한 비중을 차지함.
- 구체적으로 고객과 대화하는 동안 고객의 감정상태 및 본인의 감정상태를 신속·정확하게 인식하여 적절하게 대응하는 것이 중요함.
- 또한 적절한 대응을 위해서는 자기자신의 감정상태를 적절하게 표현할 필요가 있으며 자신과 고객의 감정상태를 조절하고 활용하는 능력이 요구됨.

식능력, 타인감정인식능력, 자기감정조절 및 활용능력, 타인감정조절 및 활용능력 등 감성지능의 구성요인들이 보험설계사의 영업성과에 미치는 영향을 개별적·종합적으로 고찰하고자 한다. 서론에 이어 다음 장에서는 감성지능을 이론적 측면에서 고찰한 후 고찰내용을 토대로 가설을 설정하기로 한다. 제III장에서는 측정변수선정, 자료수집, 신뢰성분석, 타당성분석 및 가설검정 등 일련의 과정을 통하여 실증분석을 수행하기로 한다. 결론에서는 연구결과를 요약한 후 연구결과의 학술적·실용적 의의를 고찰하는 한편 관련 미래연구를 제시하기로 한다.

II. 감성지능의 이론적 고찰 및 가설설정

심리학에서 인간의 마인드(mind)는 인지(cognitive or thought), 정서(affect including emotion), 동기(motivation or conation) 등 세 가지로 구성되어 있다고 설명되고 있으며 지능(intelligence)은 인지적 측면의 기능(cognitive sphere function)으로 정의되고 감성(emotion)은 정서적 측면의 기능(affective sphere function)으로 정의된다.⁴⁾ 감성지능(emotional intelligence)은 감성과 지능을 통합한 개념이기 때문에 감성지능에 관한 연구는 인지(cognition)와 정서(affect)에 관한 연구라고 할 수 있다.

감성지능(emotional intelligence)의 개념은 Salovey & Mayer(1990)에 의하여 처음으로 체계적·구체적으로 제시되었다. 그들은 평가·표현, 조절, 활용 등 세 가지 측면에서 감성지능을 구분한 후 <표 1>에 제시된 것처럼 감성지능을 구성하는 세 가지 요소들을 세분화하여 설명했다. 구체적으로 감정을 평가하고 표현하는 능력을 자기자신과 타인으로 구분한 후 자기자신의 경우는 언어매체를 통한 능력과 비언어(표정·몸짓)매체를 통한 능력으로 세분화했으며 타인의 경우는 타인의 감정을 인식하고 평가하는 능력과 타인의 감정을 이해하여 자신에게 이입시키는 능력으로 세분화했다. 또한 감정을 조절하는 능력을 자기자신의 감정을 조절하는 능력과 타인의 감정, 특히 자기자신에 대한 타인의 감정을 조절하는 능력으로 세분화했다. 감정을 활용하는 능력은 미래에 대한 융통성 있는 계획을 수립하는 능력, 문제를 창조적으로 해결하는 능력, 중요한 사안에 주의를 집중하는 능력, 자기자신을 동기화 할 수 있는 능력 등 네 가지 측면으로 세분화했다.

한편 Goleman(1995)은 감성지능을 <표 2>에 제시된 것처럼 자기자신의 감정을 인식하는 능력(self-awareness), 자기자신의 감정을 조절하는 능력(self-management), 자기자신을 동기화하는 능력(self-motivating), 감정이입능력(empathy) 및 대인관계기술 (social skill) 등 다섯 가지 차원으로 세분화했다. 또한 Mayer & Salovey(1997)는 1990년에 발표한 그들의 논문을 보완하여 감성지능의 개념을 수정·제시했다. 그들은 <표 3>에 제시된 것처럼 감성지능을 감정을 인식하고 평가·표현하는 능력, 감정을 사고에 활용하는 능력, 감정을 이해하고 분석하여 지식화하는 능력, 감정을 조절하는 능력 등 네 가지 요소로 구분했다.

4) 하태현(1997), Gardner(1993), Mayer and Salovey(1997)을 참고하시오.

<표 1> Salovey & Mayer(1990)가 제시한 감성지능의 구성요소

구성요소		내 용	
평가 · 표현	자신	언어	언어를 매체로 감정을 평가하고 표현하는 능력
		비언어	비언어(표정, 몸짓)를 매체로 감정을 평가하고 표현하는 능력
	타인	인식	타인의 감정을 인식하고 평가하는 능력
		이입	타인의 감정을 이해하고 더 나아가 타인의 감정을 자기자신에게 이입시키는 능력
조절	자신	자기자신의 감정을 조절하는 능력	
	타인	타인의 감정을 조절하는 능력 특히 자기자신에 대한 타인의 감정을 조절하는 능력	
활용	융통성 있는 계획	감정의 전환을 통하여 미래에 대한 융통성있는 계획을 수립하는 능력	
	창의적 사고	감정을 활용하여 문제를 창조적으로 해결하는 능력	
	주의집중	감정을 극복하고 중요한 사안에 주의를 집중하는 능력	
	동기화	감정을 활용하여 자신을 동기화 할 수 있는 능력	

<표 2> Goleman(1995)이 제시한 감성지능의 구성요소

구성요소	내용
자기인식 (self-awareness)	자기자신의 감정을 재빨리 인식하고 알아차리는 능력
자기조절 (self-management)	인식된 자기자신의 감정을 적절하게 처리하고 변화시킬 수 있는 능력
자기동기화 (self-motivating)	어려움을 참아내어 자신의 성취를 위해 노력할 수 있는 능력(낙관성)
감정이입 (empathy)	타인이 느끼는 감정을 자신의 것처럼 느끼고 타인의 감정을 읽어내는 능력
대인관계기술 (social skill)	인식한 타인의 감정에 적절하게 대처할 수 있는 능력으로 적절한 감정표현력

<표 3> Mayer & Salovey(1997)가 제시한 감성지능의 구성요소

구성요소	세 부 내 용
감정을 인식, 평가, 표현하는 능력	<ul style="list-style-type: none"> - 자기자신의 감정을 인식 - 타인의 감정을 인식 - 자기자신의 감정을 표현 - 타인의 감정표현의 진위를 판단
감정을 사고에 활용하는 능력	<ul style="list-style-type: none"> - 사고(생각) 대상의 우선순위 결정 - 판단능력 증진 - 사고관점의 다양화 - 사고방법의 다양화
감정을 이해하고 분석하여 지식화하는 능력	<ul style="list-style-type: none"> - 다양한 감정의 분류 및 관계성의 인식 - 다양한 감정과 원인과의 관계를 인식 - 복합적인 감정을 이해 - 감정의 진전과정을 인식
감정조절 능력	<ul style="list-style-type: none"> - 감정의 수용 - 의도적인 감정 몰입 및 이탈 - 감정의 모니터링 - 감정조절의 관리

감성지능과 관련된 선행연구는 주로 심리학과 교육학분야에 집중되어 있으나⁵⁾ 감성지능에 관한 이론들을 산업에 적용한 다양한 연구도 시도되었다. Seligman(1991)은 미국의 Metlife 보험회사의 신입 보험설계사들을 대상으로 감성지능과 관련된 실증분석을 시도했다. 그는 신입 보험설계사들을 입사시험성적에 관계없이 낙관성⁶⁾ 정도에 따라 높은 집단과 낮은 집단으로 나눈 후 두 집단의 보험매출액을 분석했다. 분석결과에 의하면 낙관성이 높은 집단의 보험매출액이 시간이 갈수록 높게 나타났으며 심지어 입사성적이 낮고 낙관성이 높은 집단이 입사성적이 좋아도 낙관성이 낮은 집단보다 보험매출액이 높게 나타났다.

또한 Goleman(1995)은 지능지수(IQ: intelligence quotient)가 낮음에도 불구하고 사회에서 성공적으로 살아가는 사람들의 경우 주된 원인은 감성지능지수(EQ: emotional quotient)가 높기 때문이라고 주장했다. 구체적으로 사람들은 자기 자신과 타인의 관계 속에서 다양한 감정을 느끼며, 서로 커뮤니케이션을 하면서 살아가기 때문에 성공적인 삶을 영위하는데 있어서 EQ는 IQ 못지 않게 중요하다는 것이다.

특히 마케팅과 같이 대인관계업무가 중요한 비중을 차지하는 분야에 종사하는 사람에게 감성지능은 매우 중요하다고 볼 수 있다. 따라서 감성지능 즉 자기 자신과 타인의 감정을 효과적으로 인식, 이해, 평가, 표현, 조절, 활용하는 능력이 보험설계사의 영업성과에 상당한 영향을 미칠 수 있다는 것은 충분히 예측할 수 있다. 이상에서 논의된 내용들과 인구통계적 변수를 다룬 선행연구(박홍식: 1997, 오기석/박홍식: 1999, 오기석/우승찬: 2001)의 연구결과

5) Salovey/Sluyter(1997)을 참조하시오.

6) 낙관성은 Goleman(1995)가 제시한 자기동기화(self-motivating)와 유사한 개념임.

에 기초하여 다음과 같은 가설들을 설정했다.

1. 감정인식능력이 영업성과에 정(+)의 영향을 미친다.
 - 1-1 자기자신의 감정을 인식하는 능력이 영업성과에 정(+)의 영향을 미친다.
 - 1-2 타인의 감정을 인식하는 능력이 영업성과에 정(+)의 영향을 미친다.
2. 감정조절·활용능력이 영업성과에 정(+)의 영향을 미친다.
 - 2-1 자기자신의 감정을 조절·활용하는 능력이 영업성과에 정(+)의 영향을 미친다.
 - 2-2 타인의 감정을 조절·활용하는 능력이 영업성과에 정(+)의 영향을 미친다.
3. 자기자신의 감정을 표현하는 능력이 영업성과에 정(+)의 영향을 미친다.
4. 인구통계적 특성이 영업성과에 영향을 미친다.
 - 4-1 연령이 영업성과에 정(+)의 영향을 미친다.
 - 4-2 근속기간이 영업성과에 정(+)의 영향을 미친다.
 - 4-3 설계사의 성별이 영업성과에 영향을 미친다.

III. 실증분석

1. 측정변수선정

가. 감성지능의 구성개념

감성지능에 관한 선행연구가 주로 심리학과 교육학분야에서 이루어진 반면 본 연구의 연구대상은 보험설계사이기 때문에 선행연구에서 제시된 측정변수들을 수정·보완 없이 채용하는 것은 곤란하다. 따라서 본 연구에서는 보험회사의 영업분야에 종사하는 보험설계사, 영업소장 등을 대상으로 그룹면담을 실시한 후 보험산업의 특성을 반영하여 측정변수들을 수정·보완했다. 구체적으로 선행연구들을 토대로 감성지능의 구성개념 및 조작적 정의를 도출했으며 그 결과는 <표 4>에 제시되었다.

<표 4> 감성지능의 구성개념 및 조작적 정의

요인		조작적 정의	이론적 배경
인식	자기감정인식	자기자신의 감정을 인식하는 능력	Goleman(1995) Mayer & Salovey (1997) Salovey & Mayer (1990)
	타인감정인식	타인의 감정을 인식하는 능력	
표현	자기감정표현	인식된 자기자신의 감정을 적절하게 표현할 수 있는 능력	Goleman(1995) Mayer & Salovey (1997)
조절 및 활용	자기감정의 조절 및 활용	인식된 자기자신의 감정을 적절하게 처리하고 변화시켜서 활용할 수 있는 능력	Goleman(1995) Mayer & Salovey (1997) Salovey & Mayer (1990)
	타인감정의 조절 및 활용	인식된 타인의 감정을 적절하게 처리하고 변화시켜서 활용할 수 있는 능력	

나. 측정변수 및 세부항목

감성지능의 구성개념에 근거, 독립변수를 채택하기 위하여 자기감정인식, 타인감정인식, 자기감정조절 및 활용, 타인감정조절 및 활용, 자기감정표현 등을 측정할 목적으로 총 46개 문항을 개발하여 활용하였으며 인구통계적 변수로는 연령, 근속기간 및 성별을 선정했다. 또한 보험설계사의 영업성과를 측정하기 위하여 선행연구에서 채택되었던 수입보험료, 신계약건수, 보험설계사 수당 등을 선정하는 한편 기존의 연구에서 채택된 바 없는 부가보험료를 추가로 선정했다.

부가보험료를 보험설계사의 영업성과를 측정하는 변수로 선정한 근거는 보험료 중 순보험료는 보험설계사의 영업성과와 직접관련이 없고 부가보험료가 보험설계사의 영업성과와 직접 관련되기 때문이다. 구체적으로 순보험료는 보험금을 지급하는 채원이므로 순보험료와 관련된 영업성과는 보험회사가 예정위험율과 예정이자율을 얼마나 합리적으로 책정하고 언더라이팅 업무를 얼마나 효율적으로 수행하느냐에 달려있다. 따라서 보험설계사의 영업성과와 순보험료는 사실상 관계가 없으며 부가보험료가 보험설계사의 진정한 영업성과라 할 수 있다.

<표 5> 측정변수 및 세부항목

측 정 변 수		세 부 항 목	
영업 성과	설계사수당	12개월(2002. 9 ~ 2003. 8) 비례/고정/성과수당 36개 필드	
	신계약건수	12개월(2002. 9 ~ 2003. 8) 장기/자동차/일반보험 신계약건수 36 개 필드	
	수입보험료	12개월(2002. 9 ~ 2003. 8) 장기보험/자동차보험/ 일반보험 신규/계속/환산보험료 108개 필드	
	부가보험료	12개월(2002. 9 ~ 2003. 8) 장기보험/자동차보험/ 일반보험 부가보험료 36개 필드	
감성 지능	인식	자기감정인식	10개 문항 Goleman(1995) / Mayer & Salovey (1997)
		타인감정인식	8개 문항 Goleman(1995) / Mayer & Salovey (1997)
	조절 및 활용	자기감정 조절 및 활용	10개 문항 Goleman(1995) / Salovey & Mayer (1990)
		타인감정 조절 및 활용	8개 문항 Goleman(1995) / Salovey & Mayer (1990)
	표현	자기감정표현	10개 문항 Goleman(1995)
인구통계적 변수		연령, 근속기간, 성별	

2. 자료수집

자료수집을 위한 표본으로 J손해보험회사의 서울지역 영업소에 소속된 보험설계사를 대상으로 편의추출방법(convenience sampling method)을 채용하여 534명을 선정했다. 설계사의 영업성과를 측정하는 변수들에 대한 데이터는 J손해보험회사의 내부 데이터베이스(DB: data base)에서 추출했으며 대상기간은 2002년 9월부터 2003년 8월까지이다. 인구통계적변수들에 대한 데이터는 회사내부DB에서 추출했으며 감성지능과 관련된 변수들은 설문을 이용하여 데이터를 수집했다.

<표 6>과 <표 7>에 나타난 것처럼 표본집단의 성별분포는 남성이 59.4%로서 여성의 40.6%보다 다소 높은 점유비율을 나타냈으며 연령별 분포는 30대가 41%, 40대가 33%, 50대가 16.3%, 20대가 9.7%의 순서로 나타났다. J손해보험회사의 설계사 전체의 성별분포와 연령분포를 고려할 때, 표본의 대표성은 확보되어 있는 것으로 판단된다. 7)

<표 6> 표본집단의 성별분포

구 분	빈도	퍼센트	누적퍼센트
남 성	317	59.4	59.4
여 성	217	40.6	100.0
합 계	534	100.0	

<표 7> 표본집단의 연령분포

구 분	빈도	퍼센트	누적퍼센트
20 대	52	9.7	9.7
30 대	219	41.0	50.7
40 대	176	33.0	83.7
50 대	87	16.3	100.0
합 계	534	100.0	

3. 실증분석결과

가. 신뢰성 분석

데이터를 회사내부DB에서 추출하지 않고 설문조사를 통하여 수집한 감성지능 관련변수들은 내적일관성(internal consistency)을 이용하여 신뢰도를 평가했다. 심리학과 교육학 분야에서 사용된 측정항목들을 보험산업의 특성을 감안하여 수정·보완했음에도 불구하고 변수들의 Cronbach's α 값은 0.56부터 0.73사이에 분포하고 있었다. <표 8>에 의하면 자기감정표현과 자기감정조절 및 활용의 신뢰도가 각각 0.56과 0.59로 나타났으며 그 외의 변수들은 0.7이상 신뢰도를 나타냈다. 어느 정도의 Cronbach's α 값을 신뢰성확보의 기준으로 삼을 것 인지는 연구의 범위나 목적에 따라 달라질 수 있으나⁸⁾ 본 연구와 같은 탐색적 수준의 연구에서는 0.5~0.6 정도의 신뢰성으로도 충분하다고 판단된다.

7) J손해보험회사에 문의하여 “표본의 성별분포 및 연령분포를 설계사 전체의 성별분포 및 연령분포와 비교한 결과 표본의 대표성에 문제가 없다”는 실무자의 회신을 받음

8) Nunnally & Bernstein(1994)를 참고하시오

<표 8> 신뢰성 분석결과

구 성 개 념			항 목	항 목 별	
				제거항목	항목제거 후 Alpha계수
감성 지능	인식	자기감정인식	x34 등 10 개 문항	x15, x3, x13, x44, x8	0.70
		타인감정인식	x28 등 8개 문항	x14, x46, x35	0.73
	조절 및 활용	자기감정조절 및 활용	x2 등 10개 문항	x38, x6, x29, x40, x10, x22	0.59
		타인감정조절 및 활용	x20 등 8개 문항	x5, x11	0.71
	표현	자기감정표현	x1 등 10개 문항	x12, x37, x9, x45, x39,x23	0.56
	인구통계적 변수		연령, 근속기간 성별	-	-

나. 타당성 분석

주성분분석을 통하여 타당성을 분석한 결과 보험설계사의 영업성과를 측정하는 변수들의 모든 항목에 대한 요인적재치가 높게 나타났다. <표 9>에 의하면 부가보험료, 수당, 수입보험료는 요인적재치가 각각 0.977, 0.969, 0.960 등으로 매우 높게 나타났으며 신계약건수도 0.87로서 높은 요인적재치를 나타냈다.9) 이러한 분석결과에 기초하여 부가보험료, 신계약건수, 수당 및 수입보험료를 반영하고있는 추출된 요인(factor)을 보험설계사의 영업성과로 명명하고 이를 종속변수로 채택했으며 실증분석을 위해서는 요인점수를 활용했다.

<표 9> 영업성과 측정변수들의 요인분석 결과

변 수	요인
부가보험료(최근 12개월 합계)	.977
신계약건수(최근 12개월 합계)	.875
수당 (최근 12개월 합계)	.969
수입보험료(최근 12개월 합계)	.960

9) 요인적재치(factor loading)는 각 변수와 요인간의 상관관계 정도를 나타내는 것으로 각 변수들은 요인적재치가 가장 높은 요인에 속하게 된다. 일반적으로 요인적재치가 0.4이상 이 되면 유의한 변수, 0.5를 넘으면 중요한 변수로 본다. <표 9>에서 나타난 요인분석결과는 0.87 이상의 높은 요인적재치로서 매우 높은 적합성, 의미성을 가지고 있다고 해석된다

감성지능 관련변수들의 타당성은 요인분석을 이용하여 검증했으며 요인추출방법으로 Kaiser 정규화가 있는 베리맥스 회전방법을 채용했다. 요인분석결과 5가지 요인이 산출되었으며 각 요인들에 포함되어 있는 문항들을 분석한 결과 <표 4>에 제시된 감성지능의 구성 개념과 일치하였다. 즉, 제1요인과 자기감정인식이, 제2요인과 타인감정조절 및 활용이, 제3요인과 타인감정인식이, 제4요인과 자기감정조절 및 활용이, 제5요인과 자기감정표현이 일치하는 것으로 분석되었다. 이러한 분석결과에 기초하여 본 연구에서는 추출된 5가지 요인들을 독립변수로 채택했다.

<표 10> 감성지능 관련변수의 요인분석결과

항목	요인				
	1	2	3	4	5
X34	.646	.119	.190	.113	.104
X30	.719	.109	.166	-.030	.100
X27	.475	.129	.332	-.151	.166
X21	.710	.004	.140	-.067	.100
X42	.654	.080	.003	.124	.035
X20	.415	.518	.217	-.043	-.103
X24	-.027	.620	.100	.262	.115
X36	.099	.552	.123	-.001	.142
X16	.041	.554	.140	.164	.017
X41	.288	.600	.169	.044	-.079
X26	.032	.751	.155	-.122	.104
X28	.088	.224	.687	-.042	-.004
X32_1	.133	.127	.618	.090	.179
X7	.033	.149	.696	.045	.109
X18	.245	.063	.581	.043	.093
X25	.260	.198	.647	.083	-.107
X2_1	.026	.038	-.032	.728	-.063
X17_1	.058	.122	-.094	.709	-.003
X43_1	-.040	-.095	.164	.645	.011
X4	.030	.285	.162	.538	.157
X1	.161	.316	-.026	.118	.484
X31	.462	.173	.145	.051	.519
X33	.146	.127	.064	-.036	.690
X19_1	-.007	-.140	.128	-.016	.727

주1 : 요인추출 방법(Kaiser 정규화가 있는 베리맥스 회전)

주2 : 항목 X2_1, X17_1, X19_1, X32_1, X43_1 등은 X2, X17, X19, X32, X43의 척도순서를 반대 방향으로 측정했기 때문에 순서를 바꾸어서 분석한 것임.

다. 가설검정

전장에서 설정한 가설들을 검정하기 위하여 단계별(stepwise) 기법을 이용한 다중회귀 분석을 수행했으며 분석결과를 <표 11>, <표 12>, <표 13> 및 <표 14>에 정리했다. 분석결과에 의하면 감성지능의 제 요인들 중 타인감정인식만이 $\alpha=0.05$ 수준에서 통계적으로 유의한 것으로 나타났다. 인구통계적 변수는 성별변수를 제외한 근속기간과 연령이 $\alpha=0.05$ 수준에서 통계적으로 유의했다. 따라서 전 장에서 설정한 가설들은 <표 15>에 제시된 바와 같이 $\alpha=0.05$ 수준에서 부분적으로 채택되었다.

<표 11> 단계별(stepwise) 회귀분석결과: 진입된 변수

모 형	단계진입 변수
1	근속기간
2	연령
3	타인감정인식

주 : 단계선택 기준(입력할 F의 확률 ≤ 0.05)

<표 12> 단계별(stepwise) 회귀분석결과 단계별 모형 요약

모 형	R	R 제곱	수정된 R 제곱	추정값의 표준오차
1	.335(a)	.112	.110	.886
2	.400(b)	.160	.155	.863
3	.413(c)	.171	.164	.859

a 예측값: (상수), 근속기간

b 예측값: (상수), 근속기간, 연령

c 예측값: (상수), 근속기간, 연령, 타인감정인식

<표 13> 단계별(stepwise) 회귀분석결과: 단계별 모형의 분산분석 결과

모 형		제공합	자유도	평균제공	F	유의확률
1 (a)	선형회귀분석	37.494	1	37.494	47.735	.000
	잔차	296.903	378	.785		
	합계	334.397	379			
2 (b)	선형회귀분석	53.420	2	26.710	35.838	.000
	잔차	280.977	377	.745		
	합계	334.397	379			
3 (c)	선형회귀분석	57.167	3	19.056	25.845	.000
	잔차	277.230	376	.737		
	합계	334.397	379			

<표 14> 단계별(stepwise) 회귀분석결과: 최종 산출 모형의 계수

구 분		비표준화 계수		표준화 계수	t	유의확률
		B	표준오차	베타		
1 (a)	(상수)	-0.545	.088		-6.185	.000
	근속기간	0.008	.001	.335	6.909	.000
2 (b)	(상수)	0.321	.206		1.559	.120
	근속기간	0.009	.001	.403	8.151	.000
	연령	-0.023	.005	-.229	-4.623	.000
3 (c)	(상수)	0.339	.205		1.655	.099
	근속기간	0.009	.001	.393	7.958	.000
	연령	-0.023	.005	-.230	-4.671	.000
	타인감정인식	0.102	.045	.106	2.254	.025

<표 15> 가설검정 결과

1. 감정인식능력이 영업성과에 정(+) ¹ 의 영향을 미친다.	부분채택
1-1 자기자신의 감정을 인식하는 능력이 영업성과에 정(+) ¹ 의 영향을 미친다.	기각
1-2 타인의 감정을 인식하는 능력이 영업성과에 정(+) ¹ 의 영향을 미친다.	채택
2. 감정조절·활용능력이 영업성과에 정(+) ¹ 의 영향을 미친다.	기각
2-1 자기자신의 감정을 조절·활용하는 능력이 영업성과에 정(+) ¹ 의 영향을 미친다.	기각
2-2 타인의 감정을 조절·활용하는 능력이 영업성과에 정(+) ¹ 의 영향을 미친다.	기각
3. 자기자신의 감정을 표현하는 능력이 영업성과에 정(+) ¹ 의 영향을 미친다.	기각
4. 인구통계적 특성이 영업성과에 영향을 미친다.	부분채택
4-1 연령이 영업성과에 정(+) ¹ 의 영향을 미친다.	채택
4-2 근속기간이 영업성과에 정(+) ¹ 의 영향을 미친다.	채택
4-3 설계사의 성별이 영업성과에 영향을 미친다.	기각

IV. 결론

보험설계사의 대량도입과 연고판매로 요약될 수 있는 보험산업의 전통적인 마케팅전략은 우리나라 보험산업의 발전에 기여한 긍정적인 측면은 인정되지만 대량탈락, 비전업화, 비전문화, 생산성저하 등 부정적인 측면도 있다. 최근 금융의 자유화·국제화로 인하여 이러한 부정적인 측면이 더욱 심화됨에 따라 전통적인 보험마케팅전략은 이미 한계에 도달했다는 것이 보험학자·전문가들의 공통된 견해이다. 따라서 최근 보험회사들이 TM, CM, 제휴판매 등 신마케팅채널을 적극적으로 도입하는 한편 보험설계사채널의 영업성과를 극대화하기 위한 다양한 전략을 수립·시행하는 것은 당연하다 하겠다. 이러한 현실을 감안할 때 보험설계사의 영업성과에 관한 연구의 필요성은 아무리 강조해도 지나치지 않을 것이다.

본 연구에서는 보험설계사업무의 특성과 감성지능이 밀접하게 연결되어 있다는 실무자들의 의견에 착안하여 감성지능이 보험설계사의 영업성과에 미치는 영향을 실증적으로 고찰했다. 구체적으로는 감성지능을 이론적 측면에서 고찰한 후 고찰내용을 토대로 가설을 설정했으며 측정변수선정, 자료수집, 신뢰성분석, 타당성분석 및 가설검정 등 일련의 과정을 통하여 실증분석을 수행했다. 분석결과에 의하면 감정인식, 감정조절 및 활용, 감정표현 등 감성지능의 제 요인들 중 타인감정인식만이 통계적으로 유의한 수준에서 보험설계사의 영업성

과에 영향을 미치는 것으로 나타났다.

본 연구의 학술적 의의는 주로 교육학·심리학 분야에서 연구된 감성지능이론을 보험산업에 적용·검증했다는 점에서 찾을 수 있을 것이며 부차적으로 서구에서 개발된 이론을 사회·문화적 토양이 현격하게 다른 우리나라에 적용·검증했다는 학술적 의의를 추가할 수 있을 것이다. 또한 수당, 수입보험료, 신계약건수 등 선행연구에서 보험설계사의 영업성과를 측정하기 위하여 채용되었던 변수들 외에 부가보험료를 추가하여 분석했다는 점에서도 학술적 의의를 부여할 수 있을 것이다. 감성지능이 보험설계사의 영업성과에 미치는 영향을 실증적으로 분석한 본 논문의 연구결과를 실무측면에서 보완한다면 보험설계사의 선별위촉, 차별적 육성·관리 및 선별해촉에 활용될 수 있을 것으로 판단된다.

심리학과 교육학 분야에서 사용된 감성지능 측정항목들을 보험산업의 특성을 감안하여 수정·보완했음에도 불구하고 측정항목들의 신뢰성이 상대적으로 낮게 산출되었다는 점을 고려할 때 미래연구를 통하여 신뢰성이 높은 측정항목들을 지속적으로 개발하는 것이 필요하다 하겠다. 또한 최종모형에서 수정된 R제곱이 0.164로 나타나는 등 다소간 모형의 설명력이 떨어지는 것은 본 연구가 아직은 만족할 만한 수준에 도달하지 못했다는 한계를 보여 준다. 이러한 한계를 극복하기 위해서는 설문조사가 아닌 실험설계를 통하여 감성지능을 측정하는 방법, 시간상의 간격을 두고 사전적(事前的)으로 감성지능을 측정한 후 사후적(事後的)으로 영업성과를 측정하는 방법 등 보다 체계적인 연구방법을 채용하는 미래연구가 바람직하다 하겠다.

참 고 문 헌

- 김규승·박홍민·장제일, 『생명보험 모집조직의 효율화방안』, 서울: 보험개발원 보험연구소, 1997.
- 김정동, 「생명보험 모집인의 판매성과 결정요인」, 『리스크관리연구』 제17집, 2002, pp. 155~179.
- 대한손해보험협회 기획부, 「보험산업 환경변화에 따른 모집조직의 개편전략 (상)(중)(하)」, 『협회창립 50주년기념 월간 손해보험지 수록 (1990. 1 - 1996. 7) 논문모음집 모집제도』, 서울: 대한손해보험협회, 1997.
- 박홍식, 「우리나라 생명보험 영업소조직에 있어서 인구통계적 유사성이 집단 및 개인의 성과에 미치는 영향」, 『리스크관리연구 제 10집』, 1998.
- 백강현, 「설계사 생산성 및 정착율 예측모형개발에 관한 연구」, 『생명보험 제189호』, 1997, pp. 22~39.
- 양희산, 「보험마케팅채널의 적합성 및 효율성에 관한 연구」, 『보험개발연구 제23집』, 1998, pp. 61~86.

- 양희산, 『보험마케팅 생산성에 관한 비교연구 - 한국생보모집인을 중심으로 -』, 서울: 경희대학교, 1991.
- 오기석·박홍식, 「우리나라 생명보험 모집인의 이직에 관한 소고」, 『리스크관리연구』 제12집, 1999, pp. 197~226.
- 오기석·우승찬, 「손해보험 모집인생산성의 결정요인에 관한 연구」, 『리스크관리연구』 제15집, 2001, pp. 101~133.
- 오기석·우승찬, 「영업소장의 리더십유효성에 관한 실증연구 - 우리나라 손해보험산업을 중심으로」, 『보험개발연구』 제37집, 2002, pp. 31~73.
- 정홍주, 『보험회사 판매채널믹스 개선방안 연구』, 서울: 보험개발원 보험연구소, 2000.
- 최종원·이승우, 「설계사의 효율성 분석」, 『생명보험』 227, 1997, pp. 61 - 77.
- 최형천, 「손·생보 영업소장의 카리스마적 리더십과 부하성과에 관한 연구」, 『보험학회지』 56, 2000, pp. 143~192.
- 최홍식·정재욱·이순재·오영수·지홍민·김현수, 『21세기 손해보험산업의 발전방안 - 보험모집제도 개선을 중심으로-』, 서울: 한국금융연구원, 2000.
- 하태현, 「새로운 지능개념으로서의 정서지능의 이해: 그 타당성과 한계」, 『한국심리학회 동계연구 세미나 자료집』, 1997, pp. 21~26.
- Gardner, H., *Frame of Mind: The Theory of Multiple Intelligence 10th Anniversary Edition*, New York: Basic Books, 이경희 역, 마음의 뜰, 서울: 문음사. 1993.
- Goleman, D., *Emotional Intelligence*, New York: Bantam Books, 1995.
- Mayer, J. D. and Salovey, P., "What is Emotional Intelligence?", *Emotional Development and Emotional Intelligence Educational Implications* edited by Salovey and Sluyter, New York: BasicBooks, 1997, pp.3~31.
- Nunnally, J. C. and Bernstein, I. M., *Psychometric Theory third edition*, New York: McGraw-Hill, 1994.
- Salovey, P. and Mayer, J. D., "Emotional Intelligence", *Imagination, Cognition, and Personality* 2, 1990, pp. 185~211.
- Salovey, P. and Sluyter D., *Emotional Development and Emotional Intelligence : Educational Implications*, New York: Basic Books, 1997.
- Seligman, M., *Learned Optimism*, New York: Knopf, 1991.

【별첨】

설문지 내용

다음의 설문은 여러분이 일상생활에서 느낄 수 있는 감정들에 관한 것들이기 때문에 맞거나 틀린 답은 없습니다. 각 문항들에 대하여 자신의 경험에 비추어 자신이 느끼는 정도를 솔직하게 표시해 주십시오.

구성 항목	전혀 그렇지 않다	그렇지 않다	보통	그렇다	정말 그렇다
1 나는 가족에게 사랑하는 감정을 잘 표현하는 편이다	①	②	③	④	⑤
2 나는 감정을 잘 억제하지 못한다	①	②	③	④	⑤
3 사람들이 대구지하철과 같은 대형참사에도 무감각한 것을 보면 화가 많이 난다	①	②	③	④	⑤
4 나는 내 기분을 항상 잘 조절한다	①	②	③	④	⑤
5 나는 노력해도 친구를 사귀기가 어려운 편이다	①	②	③	④	⑤
6 나는 다른 사람과 싸운 경우 거의 대부분 내가 먼저 화해를 청한다	①	②	③	④	⑤
7 나는 다른 사람과 잠시만 대화를 해도 그 사람의 감정상태를 잘 파악한다	①	②	③	④	⑤
8 나는 다른 사람에게 거절을 당하면 창피함을 많이 느낀다	①	②	③	④	⑤
9 나는 다른 사람에게 나의 감정을 표현하는 것이 어색하다	①	②	③	④	⑤
10 나는 화가 날 때 화를 내지 않으려고 노력한다	①	②	③	④	⑤
11 나는 다른 사람이 가지고 있는 나에 대한 나쁜 인상을 바꿀 수 있다	①	②	③	④	⑤
12 나는 다른 사람이 나에게 친절하게 했을 때 항상 고맙다는 말을 한다	①	②	③	④	⑤
13 나는 다른 사람이 운전하는 승용차에 타면 불안하다	①	②	③	④	⑤
14 나는 분위기 파악에 약한 것 같다	①	②	③	④	⑤
15 나는 사소한 일에도 자주 놀라는 편이다	①	②	③	④	⑤
16 나는 사이가 좋지 않은 직장동료들을 잘 화해시키는 편이다	①	②	③	④	⑤
17 나는 상대방의 사소한 시비에도 흥분하는 경향이 있다	①	②	③	④	⑤
18 나는 상대방이 나를 귀찮아하는 건지 싫어하는 건지를 확실하게 안다	①	②	③	④	⑤
19 나는 스포츠 경기 관람 시 다른 사람들보다 조용히 앉아 있는 편이다	①	②	③	④	⑤
20 나는 슬퍼하는 친구를 위로하고 기분을 바꿔주는 일을 잘한다	①	②	③	④	⑤

구성 항목	전혀 그렇지 않다	그렇지 않다	보통	그렇다	정말 그렇다
21 나는 슬픈 영화를 보면 슬픔을 많이 느낀다	①	②	③	④	⑤
22 나는 심하게 창피함을 느껴도 미루지 않고 해야할 일은 꼭 한다	①	②	③	④	⑤
23 나는 억울한 일을 당해도 다른 사람들에게 잘 이야기하지 않는다	①	②	③	④	⑤
24 나는 직장동료가 나에게 나쁜 감정을 가지고 있어도 대화로서 잘 해결한다	①	②	③	④	⑤
25 나는 전화해서 목소리만 들어도 상대방의 감정상태를 잘 알 수 있다	①	②	③	④	⑤
26 나는 주위 분위기가 나쁠 때 분위기를 좋게 바꾸는 일을 잘 한다	①	②	③	④	⑤
27 나는 중요한 일을 성공적으로 마무리하면 다른 사람들보다 기쁨을 많이 느낀다	①	②	③	④	⑤
28 나는 직장동료들의 눈빛만 보아도 그 사람의 감정을 잘 알 수 있다	①	②	③	④	⑤
29 나는 친구가 약속시간이 넘어도 나타나지 않았을 경우 무슨 사연이 있었는지 하면서 느긋하게 기다린다	①	②	③	④	⑤
30 나는 친구가 자기의 슬픔을 호소할 때 나의 슬픔처럼 느낀다	①	②	③	④	⑤
31 나는 콘서트 등의 행사에서 끝까지 박수를 치는 편이다	①	②	③	④	⑤
32 나는 친구의 표정만 보고는 친구의 감정을 잘 파악하지 못한다	①	②	③	④	⑤
33 나는 코미디를 볼 때 다른 사람들보다 큰소리로 웃는 편이다	①	②	③	④	⑤
34 나는 친구에게 좋은 일이 생기면 나도 진심으로 기뻐한다	①	②	③	④	⑤
35 나는 평소에 눈치가 없다는 소리를 자주 듣는다	①	②	③	④	⑤
36 나는 평소에 직장동료들의 기분을 잘 맞추는 편이다	①	②	③	④	⑤
37 나는 평소에 친구들에게 나의 감정을 솔직하게 표현하지 못한다	①	②	③	④	⑤
38 나는 화가 나더라도 흥분하지 않고 말로 해결하는 편이다	①	②	③	④	⑤
39 나는 다른 사람의 사소한 도움에도 고마움을 꼭 표시한다	①	②	③	④	⑤
40 나는 화가 났을 때 쉽게 화를 가라앉히는 편이다	①	②	③	④	⑤
41 나는 화난 친구를 잘 달랠 수 있다	①	②	③	④	⑤
42 도로에서 교통사고를 당한 동물을 보면 매우 불쌍하다고 느낀다	①	②	③	④	⑤
43 나는 내 감정 때문에 일을 그르치는 경우가 많다	①	②	③	④	⑤
44 뺨을 보면 소름이 끼치도록 싫어진다	①	②	③	④	⑤
45 친구들은 나의 감정상태를 항상 잘 알고 있는 것 같다	①	②	③	④	⑤
46 평상시 위사람의 기분을 잘 모르고 행동할 때가 많다	①	②	③	④	⑤

Abstract

At the infant stage of this paper we performed a focused group interview with the persons working in the Korean insurance industry. Many persons said that the performance of a solicitor is closely related with his or her emotional intelligence. In this paper, we attempted to verify the opinion empirically. For the efficient study, we established the hypotheses associated with the emotional intelligence and the performance of solicitors based upon the theories about emotional intelligence and the opinion. The hypotheses were analyzed with the following procedures: measure selection, data collection, reliability test, factor analysis and regression analysis. According to the result of the analysis, among the many constituents of emotional intelligence, only the ability to identify other person's emotional state is statistically significant.

※ Key words: emotional intelligence, performance of solicitors

K C I